



SPEZIFISCHE NUTZUNGSBEDINGUNGEN – CRITEO

Commerce Yield Services

Die folgenden Criteo-spezifischen Nutzungsbedingungen sind Bestandteil des Vertrags, in deren Rahmen sich Criteo bereit erklärt hat, dem Partner Criteo-Services zur Verfügung zu stellen. Die nachstehenden Spezifischen Nutzungsbedingungen gelten nur für die vom Partner ausgewählten Services.

Alle mit Großbuchstaben begonnenen Begriffe, die in den Spezifischen Nutzungsbedingungen von Criteo verwendet, aber nicht definiert werden, haben die in den Rahmennutzungsbedingungen von Criteo festgelegte Bedeutung.

1. Service-Beschreibung

Commerce Yield ist eine Reihe von Lösungen für Retailer und Marketplaces, die es ihnen ermöglichen, ihr i) Inventar in ihrem gesamten Ökosystem und ii) ihre First-Party Daten zu monetarisieren. Über Commerce Yield können Partner ihre Monetarisierungsmöglichkeiten optimieren und mithilfe von Media-Budgets von Advertisern, Agenturen und anderen Käufern („Medienkäufer“) Nachfrage generieren, während sie gleichzeitig messbare Performance und konkret nutzbare Erkenntnisse liefern.

Im Einzelnen besteht Commerce Yield aus den folgenden Komponenten, die je nach den Bedürfnissen und der (von Criteo nach eigenem Ermessen festgelegten) Eignung des Partners ganz oder teilweise vom Partner genutzt werden können:

Commerce Yield Retail
<ul style="list-style-type: none">• Commerce Yield Retail ist eine Plattform, die für Online-Retailer entwickelt wurde, um ihnen die Monetarisierung folgender Bereiche zu ermöglichen:• <u>Retailer-Inventar</u>: Verkauf und Ausspielung von Onsite-Anzeigen auf den eigenen digitalen Flächen des Retailers in verschiedenen Formaten (Sponsored Products, Display-Werbung einschließlich Banner und Video).• <u>Ausschließlich First-Party Daten des Retailers</u>: zum Vertrieb von Zielgruppen für Targeting-Zwecke und zur Erfolgsmessung von Offsite-Anzeigen. Offsite-Anzeigen werden auf den digitalen Flächen von externen Publishern im offenen Internet (außerhalb der Websites/Apps des Retailers) geschaltet.• Onsite- und Offsite-Anzeigen werden an Zielgruppen ausgespielt, die von den Medienkäufern ausgewählt und mithilfe von Criteo-Technologie erstellt wurden.• Der Retailer kann die Ausspielung und Preisgestaltung über eine einzige Integration und Benutzeroberfläche steuern.• Commerce Yield Retail kann von Retailern auf der Grundlage verschiedener Vertriebsmodelle genutzt werden: Vertrieb durch Criteo, Vertrieb durch Retailer.• Sofern vom Retailer ausdrücklich genehmigt, kann Criteo auch weiteren Anbietern den Zugang zur Commerce Yield Retail Plattform ermöglichen. Diese Drittparteien greifen im Auftrag eines Medienkäufers über eine API auf das in der Commerce Yield Retail Plattform verfügbare Inventar des Retailers zu. Zur Klarstellung: In diesem Modus ist Criteo für die Rechnungsstellung sowie das Inkasso mit den Criteo Medienkäufern verantwortlich.
Commerce Yield Marketplace
<ul style="list-style-type: none">• Commerce Yield Marketplace ist eine Plattform für Marketplaces, die es diesen ermöglicht, ihr Inventar und ihre Daten zu monetarisieren, um kleine bis mittelgroße Online-Medienkäufer (hauptsächlich Reseller-Marketplaces) darin zu unterstützen, die Nachfrage zu skalieren, und eine vereinheitlichte Sicht auf die digitale Monetarisierung zu bieten; dazu nutzen sie Websites und Apps für Sponsored Product Anzeigen, Sponsored Brand Anzeigen und Offsite-Anzeigen.• Commerce Yield Marketplace kann von Marketplaces genutzt werden, die auf einem Marketplace-Verkaufsmodell basieren, und umfasst eine White-Label-Self-Service-Plattform für Medienkäufer, die ihnen die eigenständige Einrichtung und Verwaltung von Kampagnen ermöglicht.

Commerce Insights

Die folgenden Funktionen, Metriken und Beratungs-Services bieten Möglichkeiten zur Skalierung des Geschäfts durch die Nutzung von Commerce Insights, einschließlich, aber nicht beschränkt auf:

- Beratung: Schulung und Nutzung der in Commerce Yield Insights gekapselten Daten, einschließlich Onboarding und, falls zutreffend, Aufbau von Narrativen und Frameworks/Vorlagen zur Skalierung des Geschäfts auf Basis der verfügbaren Daten.
- Reporting-Funktionalität: Diese Services umfassen das Reporting für die Vertriebsleitung sowie für Ertrags-/Werbe-Operationen und das Kampagnenmanagement. Die Reporting-Funktionalität dient dazu, Investitionen zu erschließen, die Dynamik des Auktionszustands zu überwachen und Kampagnen zu optimieren, um Performance bzw. Umsatz zu steigern.
- Metriken: Standard- und maßgeschneiderte Metriken für Retail Media, mit denen Lernprozesse, Maßnahmen und Optimierungen vereinfacht oder ermöglicht werden, einschließlich Markenanteil, Abdeckungsrate, Umsatzsteigerung usw.

Commerce Yield In-Store

Eine 360-Grad-Plattform für physische und digitale Media-Orders und das damit verbundene Workflow-Management, die Medienkäufern eine nahtlose Booking-Erfahrung bietet, um Media-Angebote bei Retailern in und außerhalb der Niederlassungen im stationären Handel sowie online zu buchen („**Bookings**“). Zu den wichtigsten Funktionen gehören Omnichannel-Media-Asset-Management, granulares Inventar-Management und einzigartige Media-Listings für jedes einzelne Asset, das für die Monetarisierung zur Verfügung steht („**Media-Listings**“), Self-Serve-Tools für Inbound- und Outbound-Vertrieb, Kampagnen-Workflows und -Automatisierung, Analysen und Reporting, Abrechnungs-Tools und Kundenmanagement.

Der Umfang der Criteo-Services kann im jeweiligen Auftragsformular näher festgelegt werden.

2. Preisgestaltung und Zahlung

Für den Zugang zur Criteo-Plattform und die Inanspruchnahme ausgewählter Criteo-Services entrichtet der Partner die im jeweiligen Auftragsformular aufgeführten Gebühren an Criteo.

Falls zutreffend, zahlt Criteo dem Partner den Gesamtbetrag für sein Inventar und/oder seine Daten, die von Criteo Medienkäufern unter Nutzung der Services während des Monats gekauft wurden, oder einen anderen vereinbarten Betrag, wie im Auftragsformular angegeben. Criteo behält sich das Recht vor, i) jegliche Criteo-Gebühren von den an den Partner zu zahlenden Beträgen abzuziehen und ii) die Zahlung einzubehalten, bis diese von Criteo Medienkäufern selbst beglichen worden ist. Criteo wird sich, sofern wirtschaftlich vertretbar, nach besten Kräften bemühen, die von den Medienkäufern geschuldeten Beträge einzutreiben, und den Partner über etwaige Zahlungsausfälle informieren. Criteo muss dem Partner auf dessen Verlangen hin einen Nachweis über die von ihm in dieser Hinsicht unternommenen Schritte liefern. Criteo ist jedoch nicht verpflichtet, den Partner im Falle einer Insolvenz des Medienkäufers oder eines ähnlichen rechtlichen Verfahrens zu bezahlen. Der Partner arbeitet seinerseits in wirtschaftlich vertretbarem Maße an einvernehmlichen Inkassolösungen mit.

3. Zusätzliche Bedingungen

3.1. Kündigung: Sofern nicht anders vereinbart, beginnt die ursprüngliche Laufzeit dieses Vertrags mit dem Datum des Auftragsformulars und gilt, sofern sie nicht gemäß einer der im Vertrag ausdrücklich genannten Bestimmungen vorzeitig beendet wird, für den auf dem Auftragsformular angegebenen Zeitraum (die „**initiale Laufzeit**“). Dieser Vertrag verlängert sich automatisch um jeweils ein (1) Jahr, sofern er nicht gemäß den im Vertrag ausdrücklich genannten Bestimmungen gekündigt wird oder eine der Parteien die andere Partei mindestens neunzig (90) Tage vor Ablauf der aktuellen Laufzeit schriftlich über die Nichtverlängerung informiert (jede „**Verlängerungslaufzeit**“ bildet zusammen mit der initialen Laufzeit die „**Laufzeit**“).



3.2. Exklusivität: Der Partner stimmt hiermit zu, dass Criteo der exklusive Anbieter von Sponsored Products und Onsite Display Anzeigen für alle bestehenden und zukünftigen Formate und für die gesamte Dauer der Laufzeit sein wird:

- „**Sponsored Products**“ Anzeigen umfasst die Bewerbung bestimmter Produkte oder Services in den Suchergebnissen oder auf anderen relevanten Seiten.
- „**Onsite Display**“ bezieht sich auf visuelle Werbeformate, die direkt auf verschiedenen Seiten der digitalen Flächen des Partners ausgespielt werden. Zu diesen Formaten gehören an Medienkäufer verkaufte Commerce Display-Anzeigen (Kombination aus Branding-Asset und spezifischen Produkten) und/oder IAB-Standardbanner.

3.3. Verpflichtungen in Hinblick auf digitale Flächen: Der Partner darf ohne vorherige Zustimmung von Criteo die Architektur seiner digitalen Flächen nicht dergestalt ändern oder aktualisieren, dass sich die bei der Implementierung ursprünglich vereinbarte Sichtbarkeit verschlechtert.

3.4. Vertraulichkeit: Ungeachtet der Vertraulichkeitsbestimmungen innerhalb des Vertrags kann Criteo seinen Medienkäufern die Tatsache offenlegen, dass der Partner und seine digitalen Flächen Teil des Criteo Networks sind; Criteo hat zudem das Recht, bestimmte Informationen auf Partnerebene über die Kaufaktivitäten von Criteo durch die Criteo-Services (wie Klicks, Conversions und Impressions) in transparenter Weise an den jeweiligen Medienkäufer, dessen Anzeigen angezeigt wurde, weiterzugeben, solange eine solche Offenlegung im Einklang mit den geltenden Gesetzen und Vorschriften steht.

3.5. Interaktion mit Medienkäufern: Wenn der Partner für die Vertragsschließung mit Medienkäufern zuständig ist, übernimmt der Partner die alleinige Verantwortung für die Geschäftsbeziehung zu den Medienkäufern. Der Partner erklärt sich damit einverstanden, dass Criteo nicht für die Folgen solcher Interaktionen haftbar gemacht werden kann. Falls für einen spezifischen Service zutreffend, trägt der Partner die alleinige Verantwortung dafür, dass seine eigenen Geschäftsbedingungen oder Richtlinien für Medienkäufer in die Plattform hochgeladen und dort auf dem neuesten Stand gehalten werden.

3.6. Datenschutz: Für die Zwecke der Erbringung dieser Service durch Criteo und die Anwendung der Datenschutzvereinbarung („DSV“) gelten die Services als gemeinsam verantwortet (wie in der DSV definiert), und die Parteien handeln in Übereinstimmung mit den einschlägigen Bestimmungen der DSV (Abschnitte I und II); eine Ausnahme bildet der Commerce Yield Marketplace, für den Criteo als Auftragsverarbeiter agiert (DSV, Abschnitte I und III).

3.7. Vertragsparteien, geltendes Recht und Gerichtsbarkeit: Das zuständige Criteo-Unternehmen ist auf dem Auftragsformular angegeben. Das anwendbare Recht und die ausschließliche Zuständigkeit in Bezug auf alle Streitigkeiten oder Angelegenheiten, die sich aus dem Vertrag ergeben oder mit ihm in Zusammenhang stehen, hängen vom Standort des jeweils zuständigen Criteo-Unternehmens ab und sind im Dokument „Vertragsparteien, Anwendbares Recht, Gerichtsstand“ festgelegt.
