

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 Plattform, die Retailer und Marketplaces eine Reihe von Lösungen bietet, , mit denen sie i) ihr Inventar in ihrem gesamten Ökosystem und ii) ihre First-Party Daten zu monetarisieren können. 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 von Partnern ganz oder teilweise verwendet werden können:

Commerce Yield Retail
<ul style="list-style-type: none">• Retailer-Inventar: Verkauf und Ausspielung von Onsite-Anzeigen auf den eigenen digitalen Flächen des Retailers in verschiedenen Formaten.• Ausschließlich First-Party Daten des Retailers: 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 kann von Retailern auf der Grundlage verschiedener Modelle genutzt werden: Vertrieb durch Criteo, Vertrieb durch Retailer (einschließlich privater Markt, auch als White-Label-Lösung).• Zur Klarstellung: Das „Retailer-Sold“-Modell umfasst Kampagnen, die über Commerce Max oder andere Criteo-Schnittstellen initiiert werden, wobei der Retailer weiterhin für die Rechnungsstellung an die Medienkäufer für die entsprechenden Medienausgaben verantwortlich ist, während Criteo den Medienkäufern etwaige anfallende Plattform- und/oder Dienstleistungsgebühren separat in Rechnung stellen kann, wie im jeweiligen Auftragsformular näher beschrieben.• Sofern vom Retailer ausdrücklich anfragt oder genehmigt, kann Criteo weiteren Anbietern den Zugang zur Commerce Yield Plattform über die Criteo-API zu bestimmten Zwecken ermöglichen, wie z.B. dem Kauf von Inventar oder der Unterstützung der Auftragsabwicklung sowie damit verbundener Funktionen..

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.

Criteo zahlt 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 direkt abzuziehen und ii) für das Vertrieb durch Criteo Modell, die Zahlung einzubehalten, bis diese von Criteo Medienkäufern selbst beglichen

worden ist. Wenn Kampagnen vom Retailer verkauft/in Rechnung gestellt werden (einschließlich vom Retailer in Rechnung gestellter Kampagnen, die über Commerce Max initiiert wurden), stellt der Partner den Medienkäufern die entsprechenden Medienausgaben direkt in Rechnung, und Criteo hat gegenüber dem Partner keine Zahlungsverpflichtung in Bezug auf diese Medienbeträge, kann jedoch seine eigenen Gebühren (z. B. Plattform- und/oder Dienstleistungsgebühren) den jeweiligen Medienkäufern oder dem Partner in Rechnung stellen, wie im entsprechenden Auftragsformular festgelegt. 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 Ad-Server für Sponsored Products und Onsite Format 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 und Video**“ 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. Vertragspartei: Das zuständige Criteo-Unternehmen ist auf dem Auftragsformular angegeben.

Letzte Aktualisierung: Mai 2026