

Allgemeine Geschäftsbedingungen der Ströer SSP GmbH

A. Allgemeine Bestimmungen

1. Geltungsbereich; künftige Geltung

1.1 Die nachfolgenden Geschäftsbedingungen gelten für die Nutzung der Plattform stroeer.de/ssp (nachfolgend "Plattform" genannt) der Ströer SSP GmbH (nachfolgend "die Ströer SSP" genannt) und für das Vermarkten von digitalen Werbeplatzierungen zwischen Websitebetreibern (Publisher) und Werbekunden (Advertiser). Sie gelten auch für den eine gesonderte Zulassung voraussetzenden Video-Marktplatz der Ströer SSP. Bei der Video-Marktplatz-Vermarktung wird für den Publisher kostenlos auf einem Werbeplatz des Publishers mittels des Ströer SSP Videoplayers mit Videowerbung verbundener Video-Content (Videoinhalte) ausgespielt, der der Ströer SSP für diesen Zweck von Inhabern entsprechender Content-Rechte (Rechteinhaber) zur Verfügung gestellt wird. Publisher, Advertiser und Rechteinhaber werden nachfolgend insgesamt als "Nutzer" bezeichnet. Dabei gelten die Allgemeinen Bestimmungen (siehe Abschnitt A.) für alle Nutzer, die Besonderen Bestimmungen für Website-Betreiber (Publisher) (siehe Abschnitt B.) und die Besonderen Bestimmungen für Werbekunden (Advertiser) (siehe Abschnitt C.) nur für Publisher bzw. Advertiser. Die besonderen Bestimmungen für Real-Time-Bidding (RTB) (siehe Abschnitt D.) gelten für Publisher und Advertiser, die am RTB-Verfahren teilnehmen

1.2 Die Ströer SSP behält sich das Recht vor, diese Nutzungsbedingungen sowie alle anderen vertragsrelevanten Dokumente, mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. In diesem Fall wird die Ströer SSP allen registrierten Nutzern vorher die Änderungen mitteilen. Die Änderungen gelten als angenommen, wenn der Nutzer nicht binnen vier Wochen nach Änderungsmitteilung widerspricht oder Dienstleistungen zuvor ohne Widerspruch weiter in Anspruch nimmt. Widerspricht der Nutzer einer Änderung, hat die Ströer SSP das Recht, das Nutzungsverhältnis zu kündigen.

1.3 Anderslautende Geschäftsbedingungen der Nutzer haben keine Gültigkeit, auch wenn die Ströer SSP im Einzelfall nicht widerspricht. Von den auf der Plattform und den dort angebotenen Dialogen bzw. Eingabemöglichkeiten abweichende oder diese ergänzende Erklärungen eines Nutzers haben keine Gültigkeit, auch wenn die Ströer SSP im Einzelfall nicht widerspricht. Wirksam vereinbarte Individualabreden bleiben in jedem Fall unberührt.

2. Vertragsschluss; Nutzerkonto

2.1 Nutzungsberechtigt sind nur Unternehmer im Sinne des § 14 BGB, die voll geschäftsfähig sind.

2.2 Der Nutzer ist verpflichtet, bei der Registrierung wahrheitsgemäße, genaue, aktuelle und vollständige Angaben nach den Vorgaben des Registrierungsformulars zu machen. Insbesondere ist der Nutzer verpflichtet, seine Steuernummer und (soweit vorhanden) seine USt-ID anzugeben. Er ist darüber hinaus verpflichtet, seine Daten im Mitgliedskonto stets aktuell und richtig zu halten.

2.3 Der Nutzungsvertrag zwischen dem Nutzer und der Ströer SSP über die Nutzung der Plattform kommt erst mit Bestätigung der Registrierung durch die Ströer SSP zustande. Ein Anspruch auf Teilnahme besteht für den Nutzer nicht, die Ströer SSP kann die Registrierung ohne Nennung von Gründen ablehnen. Für die Teilnahme am Video-Marktplatz ist eine gesonderte Zulassung durch die Ströer SSP erforderlich.

2.4 Dem Nutzer ist bekannt, dass ihm rechtsgeschäftliche Erklärungen (z. B. Bestätigungs-E-Mails, Änderungen der AGB oder andere Mitteilungen) per E-Mail zugehen können. Diese gelten als zugegangen, wenn sie unter normalen Umständen im Postfach des Nutzers auf der Plattform oder im E-Mail-Postfach abrufbar sind, das der Nutzer bei der Registrierung angegebenen hat.

2.5 Nach der Registrierung erhält jeder Nutzer auf der Plattform ein Nutzerkonto. Dieses umfasst die Angaben des Nutzers aus dem Registrierungsprozess sowie die für die Nutzung der Plattform und die Abwicklung des Zahlungsverkehrs erforderlichen Angaben. Das Nutzerkonto ist weder übertragbar noch vererbbar.

3. Rechtsbeziehungen; Leistungen der Ströer SSP; Auktionen; Volumenvereinbarungen

3.1 Die Ströer SSP betreibt einen Marktplatz für digitale Werbung, auf dem Websitebetreiber (Publisher) Angebote für die Schaltung von Werbung und Werbekunden (Advertiser) Angebote für die Buchung von Werbung in die Datenbank der Ströer SSP einstellen können. Die Ströer SSP übernimmt auch die Platzierung der digitalen Werbung und die Abwicklung der Werbeschaltung sowie das Adserving für die Nutzer.

Als "Angebot" gilt jede vom Publisher zur Teilnahme an der Ströer SSP auf der Plattform angemeldete Internetseite. Als "Werbeplatz" gilt jeder, auf einer vom Publisher angemeldeten Internetseite, enthaltene und zur Vermittlung für digitale Werbung stehender Seitenbereich. Publisher und Advertiser hinterlegen im System bestimmte Angaben zu ihren Werbeplätzen bzw. Buchungswünschen (seitens Publisher z.B.: Werbeflächeninformationen, Vorschlag zum Listen- bzw. Katalogpreis, Publisher-Minimumpreis / Netto-TKP / CPC; seitens Advertiser z.B. gewünschte Werbefläche bzw. Werbeflächenkategorie, Werbemittel, Schaltungszeitraum, Budget, Advertiser-Maximal-TKP / CPC).

Die Ströer SSP kalkuliert im Rahmen eines Echtzeit-Modells auf der Basis der von den Nutzern im Dienst hinterlegten Angaben für Werbeplätze bzw. Werbebuchungen sowie weiterer Parameter (z. B. aktuell verfügbares Angebot und Nachfrage, technische Kosten, Payment-Kosten, Ströer SSP Marge) automatisch laufend die Ein- und Verkaufspreise der Ströer SSP für bestimmte Werbeflächen im System.

Dabei ist die Ströer SSP im eigenen Namen und auf eigene Rechnung Vertragspartner der Publisher bzw. Advertiser. Direkte Vertragsbeziehungen zwischen Advertiser und Publisher bestehen nicht und werden auch nicht von der Ströer SSP vermittelt, die Ströer SSP tritt für Publisher und / oder Advertiser nicht als Berater, Agentur, Treuhänder, Geschäftsbesorger oder dergleichen auf. Rechtlich handelt es sich bei den Verträgen zwischen der Ströer SSP und Publishern sowie zwischen der Ströer SSP und Advertisern um Verträge eigener Art, deren Inhalt sich nach diesen AGB richtet. Soweit Begriffe wie z.B. Einkaufs- oder Verkaufspreise verwendet werden, dient dies nur der Veranschaulichung und meint keine Bezugnahme auf die gesetzlichen Vorschriften des Kaufrechts.

3.2 Die Werbevermarktung richtet sich entweder nach dem Auktionsverfahren oder nach festen Volumenvereinbarungen auf Basis von Ad Impressions (Als) oder Cost-per-Click (CPC).

3.2.1 Im Auktionsverfahren bestimmt der Advertiser für die Werbeschaltungen auf den von der Ströer SSP vermittelten Angeboten neben weiteren Vorgaben für seine Kampagne z. B. sein maximales Tageswerbebudget (Tageslimit) oder andere vorgesehene Limits sowie entweder den Maximalpreis pro 1000 Impressions (TKP) oder den Maximalpreis pro Click (CPC) (jeweils das "Maximalgebot").

Hat nur ein einziger Advertiser einen Schaltungswunsch für eine bestimmte Werbefläche eingegeben und deren Publisher die Kampagne freigeschaltet, erhält er den Werbeplatz. Sind für eine Werbefläche Schaltungswünsche mehrerer Advertiser vorhanden, wird die Werbefläche grundsätzlich mit der Werbung des höchstbietenden Advertisers belegt. Die Ströer SSP behält sich allerdings vor, den Werbeplatz auch nach anderen Kriterien als dem gebotenen Preis zu vergeben, insbesondere nach dem Gesichtspunkt der Performance für den Publisher (z.B. click ratio).

Der Advertiser erhält den Werbeplatz solange wie dieser vom Publisher der Ströer SSP zur Verfügung gestellt wird und bis ein höheres Gebot eines anderen Advertisers vorliegt oder sein Tageslimit bzw. ein anderes vorgesehenes Limit (z. B. ggf. Limits für andere Zeiträume oder das Kampagnenbudget) erreicht wird. Dann folgt unter den gleichen Bedingungen der nächsthöchstbietende Advertiser, usw. Dieses Verfahren gilt entsprechend bei der Anwendung anderer Vergabekriterien statt des gebotenen Preise, sobald ein anderer Advertiser diese Kriterien besser erfüllt.

3.2.2 Bei Volumenvereinbarungen gelten die jeweils zwischen dem Publisher bzw. dem Advertiser und der Ströer SSP vereinbarten Festpreis-Konditionen (z. B. Impressions, Laufzeit, Format und Preis).

4. Allgemeine Pflichten der Nutzer

4.1 Nutzer haben dafür Sorge zu tragen, dass das Nutzerkonto nur von ihnen selbst genutzt wird und müssen zu diesem Zweck insbesondere ihr Passwort geheim halten. Der Inhaber eines Nutzerkontos ist in vollem Umfang für alle von ihm zu vertretenden Aktivitäten, die über sein Mitgliedskonto ausgeübt werden, verantwortlich.

4.2 Nutzer haben bei der Teilnahme die technischen Anforderungen und Vorgaben der Ströer SSP für Werbeinhalte und Werbepplatzierung (nachfolgend "technische Vorgaben") zu beachten.

4.3 Der Nutzer ist verpflichtet, seine Systeme und Programme so einzurichten, dass weder die Sicherheit, die Integrität noch die Verfügbarkeit der Systeme, die die Ströer SSP zur Erbringung ihrer Dienste einsetzt, beeinträchtigt wird. Die Ströer SSP ist berechtigt, notwendige Maßnahmen (z. B. Zugangssperrungen) vorzunehmen, die erforderlich sind, um die Systemintegrität der Systeme der Ströer SSP oder Dritten zu sichern.

5. Verfügbarkeit der Ströer SSP

5.1 Die Ströer SSP gewährleistet eine Verfügbarkeit des Angebots von 97% bezogen auf das Jahr. Verfügbarkeit versteht sich als das Verhältnis von Ist-Zeit (IZ) zu Soll-Zeit (SZ): $VF(\%) = (IZ / SZ) * 100$. Ist-Zeit (IZ) ist der Zeitraum, in dem das System am Router-Ausgang des Rechenzentrums tatsächlich verfügbar ist.

5.2 Nicht in die Sollzeit eingerechnet werden für die Wartung des Systems erforderliche Wartungszeiten und Unterbrechungen für Offline-Sicherungen jeweils im angemessenen Rahmen sowie Unterbrechungen aufgrund höherer Gewalt oder anderen von der Ströer SSP nicht abwendbaren Ursachen, z. B. Notfallmaßnahmen, um einen massiven Virenausbruch zu unterbinden.

5.3 Die Ströer SSP übernimmt keine Gewährleistung für die Leistung von AdServern Dritter, wenn der Advertiser das Werbemittel dort und nicht auf einem AdServer der Ströer SSP hinterlegt.

6. Abrechnungs- und Zahlungsmodalitäten

6.1 Die Rechnungsstellung der Ströer SSP gegenüber den Nutzern erfolgt ausschließlich elektronisch. Beträge verstehen sich, soweit nicht anders angegeben oder gesetzlich keine Umsatzsteuer anfällt, zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer.

6.2 Die Ströer SSP hinterlegt die Rechnungen bzw. Abrechnungen jeweils im Nutzerkonto. Das der Abrechnung zugrundeliegende Reporting erfolgt ausschließlich in dem Statistikbereich des Nutzerkontos.

6.3 Kommt es im Rahmen der Zahlungsabwicklung zu einer vom Nutzer zu vertretenden Rücklastschrift oder Fehlüberweisung, hat der Nutzer die hierbei entstehenden zusätzlichen Kosten in Höhe von EUR 10 zu ersetzen, es sei denn der Nutzer weist einen geringeren Schaden nach.

7. Beendigung des Nutzungsverhältnisses; Beendigung der Werbevertragsverhältnisse

7.1 Jeder Nutzer ist berechtigt, das Nutzungsverhältnis mit der Ströer SSP jederzeit ohne Angabe von Gründen durch Löschung seines Nutzerkontos oder durch Kündigung in Schriftform zu beenden. Die Ströer SSP kann das Nutzungsverhältnis mit einer Frist von zwei Wochen ohne Angabe von Gründen beenden.

7.2 Die Ströer SSP kann ein Nutzungsverhältnis fristlos kündigen, wenn

- der Advertiser mit der Bezahlung einer von ihm bei der Ströer SSP in Anspruch genommenen Werbeleistungen in Verzug gerät und trotz Mahnung und Setzung einer angemessenen Nachfrist nicht leistet oder
- gegen den Nutzer ein Verfahren zur Abgabe einer eidesstattlichen Versicherung eingeleitet oder ein Insolvenzverfahren über sein Vermögen eröffnet wird, es sei denn der Nutzer leistet angemessene Sicherheit oder
- der Nutzer gegen seine Pflichten aus diesem Nutzungsvertrag verstößt und trotz Mahnung mit angemessener Fristsetzung keine fristgemäße Abhilfe schafft. Einer Mahnung bedarf es dann nicht, wenn diese keinen Erfolg verspricht oder der Verstoß so schwerwiegend ist, dass der Ströer SSP ein Festhalten am Vertrag nicht zumutbar ist. Die Schwere des Verstoßes kann sich auch daraus ergeben, dass der Nutzer wegen eines vergleichbaren Verstoßes bereits mehrfach abgemahnt wurde.

7.3 Das Recht beider Parteien zur Kündigung aus wichtigem Grund bleibt unberührt.

7.4 Bereits vermittelte und durchgeführte Werbepplatzierungen bleiben von einer Beendigung eines Nutzungsverhältnisses unberührt. Eine Beendigung des Nutzungsverhältnisses ist zugleich die Beendigung aller laufenden Werbevertragsbeziehungen. Volumen-Werbevertragsbeziehungen enden bei ordentlichen Kündigungen erst mit Ablauf der vereinbarten Laufzeit; ist dann noch nicht vollständig ausgeliefert, verlängern sie sich unbeschadet Ziff. 7.3 bis zur vollständigen Auslieferung. Die Verpflichtung zur Zahlung bereits entstandener Verbindlichkeiten eines Nutzers gegenüber der Ströer SSP bleibt von einer Vertragsbeendigung unberührt.

8. Haftung der Ströer SSP

8.1 Die Ströer SSP haftet für Schäden des Nutzers, die die Ströer SSP, ihre gesetzlichen Vertreter, leitende Angestellte oder Erfüllungsgehilfen vorsätzlich oder grob fahrlässig herbeigeführt haben.

8.2 Unabhängig vom Verschuldensgrad haftet die Ströer SSP für Schäden, die dadurch entstanden sind, dass die in Ziffer 8.1 Genannten eine Pflicht verletzt haben, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt ermöglicht und auf deren Einhaltung der Nutzer regelmäßig vertraut und vertrauen darf (Kardinalpflicht) sowie im Falle einer arglistigen Täuschung. In gleicher Weise haftet die Ströer SSP unabhängig vom Verschuldensgrad, sofern der Schaden auf einer Verletzung einer von der Ströer SSP übernommenen Garantie oder auf einem leicht fahrlässigen Organisationsverschulden oder auf dem Produkthaftungsgesetz beruht.

8.3 Unberührt bleiben auch Schadensersatzansprüche des Nutzers aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, die auf einer Pflichtverletzung der Ströer SSP oder des in Ziffer 8.1 genannten Personenkreises beruhen.

8.4 In anderen als den in Ziffer 8.1 bis 8.3 genannten Fällen ist die Haftung der Ströer SSP – unabhängig vom Rechtsgrund – ausgeschlossen. Schadensersatzansprüche gegen die Ströer SSP verjähren nach Ablauf von 12 Monaten seit ihrer Entstehung, es sei denn, sie basieren auf einer unerlaubten oder vorsätzlichen Handlung.

8.5 Nicht ausgeschlossene Schadensersatzansprüche sind, außer in den in Ziffern 8.1 und 8.3 genannten Fällen, auf den vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt. Sie betragen im Falle des Verzugs höchstens 5% des Auftragswertes.

9. Verantwortlichkeit für Inhalte; Haftungsfreistellung durch Nutzer

9.1 Die Ströer SSP stellt lediglich die technische Infrastruktur zur Vermittlung von Onlinewerbung zur Verfügung und ist nicht für Werbeeinhalte der teilnehmenden Advertiser oder Inhalte der Publisher im Umfeld der Werbeflächen, insbesondere nicht für die zur Teilnahme an Ströer SSP gemeldeten Internetseiten, verantwortlich.

9.2 Die Ströer SSP überprüft die in 9.1 genannten Inhalte grundsätzlich nicht und ist hierzu auch nicht verpflichtet, jedoch nach eigenem Ermessen berechtigt.

9.3 Der Nutzer wird die Ströer SSP, mit der Ströer SSP verbundene Unternehmen sowie Angestellte, Arbeitnehmer, Mitarbeiter, Vertreter, Gesellschafter und Erfüllungsgehilfen der Ströer SSP und / oder mit der Ströer SSP verbundenen Unternehmen in Bezug auf Forderungen oder Ansprüche gleich welcher Art auf erstes Anfordern freistellen und schadlos halten, die von Dritten aufgrund von oder im Zusammenhang mit Inhalten und / oder Angaben, die der Nutzer speichert, veröffentlicht und / oder übermittelt oder die aufgrund der Nutzung oder aufgrund von Verletzungen dieser AGB oder von Rechten Dritter durch den Nutzer erhoben werden. Dies schließt jeweils auch angemessene Anwalts- und Gerichtskosten ein und gilt insbesondere für Inhalte in den vermarkteten Werbeformen und Inhalte auf den vermarkteten Angeboten.

10. Anwendbares Recht; Gerichtsstand; salvatorische Klausel; Schriftform

10.1 Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

10.2 Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand ist München, wenn die Vertragsparteien Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen sind.

10.3 Mündliche oder schriftliche Nebenabreden bestehen nicht. Änderungen der Vertragsbedingungen bedürfen der Schriftform. Dies gilt auch für die Aufhebung oder Änderung dieser Schriftformklausel.

10.4 Sollten einzelne Bestimmungen dieser Vereinbarung ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, so bleibt der Vertrag im Übrigen wirksam. Im Falle einer solchen Unwirksamkeit werden die Vertragspartner eine der unwirksamen Regelung wirtschaftlich möglichst nahekommende rechtswirksame Ersatzregelung treffen. Das gleiche gilt im Falle einer Regelungslücke.

10.5 Soweit im Rahmen dieser AGB von Schriftform die Rede ist, meint dies Textform im Sinne des § 126 b BGB.

B. Besondere Bestimmungen für Website-Betreiber (Publisher)

11. Rechtliche Stellung

Der Publisher bietet der Ströer SSP durch das Anmelden von Internetseiten auf der Plattform den auf der Plattform bestimmten Werbeplatz an. Die Ströer SSP kann dieses Angebot durch entsprechende Bestätigung oder die Schaltung von Werbung auf dem Werbeplatz annehmen, soweit Publisher bestimmte Werbungen von Advertisern und die hierfür von der Ströer SSP kalkulierten und dem Publisher zur Bestätigung angezeigten Konditionen (z. B. den Publisher-Minimumpreis/ Netto-TKP) für seine Werbefläche freigeschalten hat.

Verbindliche Preise sind im Verhältnis zwischen Publisher und der Ströer SSP nur der vom Publisher bestätigte Publisher-Minimumpreis / Netto-TKP / CPC bzw. die in einer Volumenvereinbarung vereinbarten Preise (vgl. Ziff. 14.3 bzw. 14.4 und 16). Andere Angaben (wie z. B. der Vorschlag des Publishers für den Listenpreis für die Werbefläche) die der Publisher hinterlegt oder die ihm im System angezeigt werden, sind nicht verbindlich, sondern dienen z.B. nur der Auswahl von Werbeschaltungen, die dem Publisher bzw. dem Advertiser von der Ströer SSP vorgeschlagen werden.

Als Schaltung von Werbung auf dem Werbeplatz gilt auch die Auslieferung von Video-Inhalten der Ströer SSP bzw. Rechteinhabern mit einem Werbemittel sowie die Integration von Videowerbung in eigene Video-Inhalte des Publishers, soweit sich aus diesen AGB nichts anderes ergibt. Zusätzliche Voraussetzung für die Auslieferung von Video-Inhalten und ggf. die Schaltung von mit ihnen verbundener Werbung ist neben der Zulassung der jeweiligen Nutzer für die Teilnahme am Video-Marktplatz die Auswahl der jeweiligen Video-Inhalte durch den Publisher und deren Freischaltung durch den Rechteinhaber für den Werbeplatz des Publishers.

Die Ströer SSP gestattet dem Publisher die Nutzung der für seine Werbeplätze freigeschalteten Video-Inhalte durch Einbindung des von der Ströer SSP zur Verfügung gestellten HTML-Codes in die jeweilige Internetseite des Publishers, im für die Durchführung des Vertragsverhältnisses erforderlichen Umfang und für die Dauer der Zurverfügungstellung des jeweiligen Video-Inhalts nach den Bestimmungen dieser AGB. Der Publisher darf die Video-Inhalte in jedem Fall nur entsprechend den gesetzlichen und vertraglichen Vorgaben benutzen.

Es ist dem Publisher insbesondere ausdrücklich untersagt, Video-Inhalte zum Download bzw. Mitschnitt zur Verfügung zu stellen bzw. abrufbar zu machen oder dies zu unterstützen. Der Publisher darf ferner Video-Inhalte weder an Dritte lizenzieren noch andere Vereinbarungen über Video-Inhalte mit Dritten treffen (z.B. über Verlinkung, Einbetten). Er darf Video-Inhalte oder ihre Wahrnehmung durch den Internetuser nicht verändern oder umgestalten.

12. Keine Gewähr für Werbeinhalte durch die Ströer SSP

Die Ströer SSP übernimmt keine Gewähr für die Funktionsfähigkeit oder die werblichen Inhalte, der von dem Advertiser gelieferten Werbemittel bzw. der vom Rechteinhaber gelieferten Video-Inhalte, die mit der teilnehmenden Internetseite des Publisher verknüpft werden. Die Ströer SSP übernimmt auch keine Gewähr dafür, dass die angezeigten Werbelinks in thematischen oder sonstigen Zusammenhang mit der teilnehmenden Internetseite des Publisher stehen.

13. Verantwortlichkeit des Publisher; Unterstützung von Tracking / Targeting

13.1 Der Publisher ist für den Inhalt sowie für die Verfügbarkeit seiner Website verantwortlich und hat seine Internetseiten regelmäßig zu überprüfen. Er garantiert eine Verfügbarkeit seiner teilnehmenden Internetseiten entsprechend Ziffer 5 dieser AGB.

13.2 Der Publisher hat sicherzustellen, dass der von ihm angebotene Werbeplatz den Werbemittelspezifikationen der jeweiligen Kampagne und den Publisher-Kriterien der Ströer SSP gemäß Ziffer 17.2 entspricht und die Ströer SSP damit in der Lage ist, den angemeldeten Werbeplatz mit Werbung zu belegen und die für die Abwicklung und Abrechnung des Werbeverhältnisses erforderlichen Zugriffszahlen (sog. "Tracking") zu erheben.

13.3 Publisher, die zur Teilnahme am Video-Marktplatz zugelassen sind, dürfen den Player und die Video-Inhalte stets nur auf der vereinbarten Werbeplatz auf der vereinbarten Website bzw. Domain einsetzen.

14. Freischaltung der Werbung durch Publisher; Werbeschaltspflicht; Ausnahmen

14.1 Die Ströer SSP wird nur Werbung von Advertisern auf einem Werbeplatz eines Publisher schalten, die dieser für diesen Werbeplatz freigegeben hat. Soweit keine Anfragen für den von Publisher gemeldeten Werbeplatz existieren kann die Ströer SSP den vakanten Werbeplatz unentgeltlich mit Eigenwerbung belegen, es sei denn der Publisher widerspricht dem in Schriftform.

14.2 Der Publisher ist zur Veröffentlichung der von ihm freigegebenen Werbung ggf. einschließlich eines Ströer SSP-Logos auf dem von ihm zur Teilnahme an dem Ströer SSP gemeldeten Werbeplatz zu den von der Ströer SSP vorgegebenen Konditionen verpflichtet, soweit nicht nachfolgend etwas anderes geregelt ist.

14.3 Im Auktionsverfahren ist der Publisher zur Platzierung der von der Ströer SSP angebotenen Werbung nur verpflichtet, wenn die Ströer SSP mindestens den ggf. für den betreffenden Werbeplatz vom Publisher hinterlegten Publisher-Minimumpreis / Netto-TKP/CPC anbietet.

14.4 Sofern der Publisher einer festen Volumenvereinbarung zustimmt, verpflichtet sich dieser zur Bereitstellung der entsprechenden Ad Impressions auf den vereinbarten Werbeplätzen/ Formaten. Sollte das Volumen in dem vereinbarten Zeitraum nicht vollständig ausgeliefert werden können, so verlängert sich der Zeitraum, bis die Auslieferung vollständig erfolgt ist.

14.5 Soweit für einen Werbeplatz, für den der Publisher einen Video-Inhalt ausgewählt hat, keine Werbeschaltung vermarktet ist, ist die Ströer SSP nicht zur Auslieferung der vom Publisher ausgewählten Video-Inhalte verpflichtet und der Publisher erhält keine Werbevergütung; Die Ströer SSP kann in diesen Fällen den Werbeplatz unentgeltlich mit Eigenwerbung belegen, wenn der Publisher die Schaltung von Eigenwerbung als alternative Auslieferungsoption ausgewählt hat.

14.6 Publisher haben keinen Rechtsanspruch auf bestimmte Video-Inhalte oder Video-Inhalte überhaupt. Deshalb können Video-Inhalte jederzeit geändert, ausgetauscht oder zurückgerufen werden, z.B. wenn ein Rechteinhaber bestimmte Video-Inhalte nicht mehr zur Verfügung stellt. Die Ströer SSP ist insbesondere berechtigt, die Auslieferung von Video-Inhalten zur Einhaltung territorialer Beschränkungen bei bestimmten Video-Inhalten durch Geo-Blocking einzuschränken. Werden Video-Inhalte vertragsgemäß zurückgerufen, wird die Ströer SSP die Auslieferung i.d.R. nach spätestens 24 Stunden beenden; der Publisher kann hieraus keine Ansprüche, z.B. auf entgangenen Gewinn, geltend machen

15. Garantie der Verfügungsberechtigung; Tests und Optimierung

15.1 Der Publisher garantiert, dass er zur Vermarktung der von ihm auf der Plattform angemeldeten Werbeplätze berechtigt ist und über die Werbeplätze frei verfügen kann.

15.2 Zur Überprüfung und Optimierung der Performance und der Erträge darf die Ströer SSP die hierfür erforderliche, angemessene Anzahl von Ad Impressions auf den angemeldeten Werbeplätzen unentgeltlich ausschließlich für diese Zwecke nutzen.

16. Vergütung von Publishern

16.1 Der Publisher erhält die jeweils vereinbarte (vgl. Ziff. 3 und Ziff. 11) Werbevergütung. Im Auktionsverfahren beträgt diese für jede Werbeschaltung mindestens den jeweils gültigen Publisher-Minimumpreis / Netto-TKP / CPC. Falls sich Advertiser für einen Werbeplatz des Publishers überbieten, können sich abhängig von den im System kalkulierten Preisen (vgl. Ziff. 3.1) höhere Vergütungen für den Publisher ergeben, die ihm zeitnah im Reporting für seine Werbeplätze angezeigt werden.

16.2 Der Vergütungsanspruch des Publishers entsteht, wenn (i) im Falle einer TKP-Werbeschaltung die TKP-Werbung auf dem vom Publisher auf der Plattform angemeldeten und den Publisher-Kriterien entsprechenden Werbeplatz angezeigt wird bzw. im Falle einer CPC-Werbeschaltung die CPC-Werbung auf dem vom Publisher auf der Plattform angemeldeten Werbeplatz entsprechend den Publisher-Kriterien geklickt wird und (ii) die Werbeschaltung vom Advertiser gegenüber der Ströer SSP vollständig bezahlt ist.

16.3 Das jeweils zum Ende eines Kalendermonats vorhandene Werbevergütungsguthaben des Publisher wird jeweils 40 Tage nach Monatsende an die im Nutzerkonto hinterlegte Bankverbindung des Publisher ausgezahlt. Wenn das Werbevergütungsguthaben den Betrag von 100 Euro nicht erreicht, ist die Ströer SSP berechtigt es nicht sogleich auszuzahlen, sondern auf den nächsten Abrechnungstermin vorzutragen. Beträgt ein auszuzahlendes Werbevergütungsguthaben weniger als 20 Euro, kann die Ströer SSP eine Bearbeitungspauschale von 5 Euro abziehen, soweit der Publisher keine geringeren Kosten nachweist.

16.4 Die Ströer SSP überweist die an den Publisher auskehrenden Beträge ausschließlich auf die im Nutzerkonto hinterlegte Bankverbindung. Die Ströer SSP kann die Auszahlung verweigern, solange die erforderlichen Pflichtangaben nach Ziffer 2.2 unrichtig oder unvollständig sind.

17. Unzulässige Praktiken; Publisher-Kriterien

17.1 Verstößt der Publisher schuldhaft gegen Publisher-Kriterien und/oder gegen technische Vorgaben, so wird die Ströer SSP ihn auf diesen Verstoß hinweisen und ihm eine angemessene Frist zur Beseitigung des Verstoßes setzen. Nach Ablauf der Frist, ist die Ströer SSP zur fristlosen Kündigung berechtigt. Die Fristsetzung ist entbehrlich, wenn besondere Umstände vorliegen, die unter Abwägung der beiderseitigen Interessen die sofortige fristlose Kündigung rechtfertigen. Wenn die Ströer SSP zu einer fristlosen Kündigung berechtigt ist, kann die Ströer SSP zusätzlich ein virtuelles Hausverbot aussprechen.

17.2 Publisher-Kriterien

17.2.1 Verbot von Doppel-/Neuanmeldungen Es ist verboten, eine Website auf der Plattform anzumelden, die schon einmal im Rahmen eines anderen durch die Ströer SSP gekündigten Accounts auf der Plattform angemeldet war. Nutzer, die von einer Kündigung durch die Ströer SSP betroffen waren, dürfen keinen neuen Account anlegen.

17.2.2 Traffic/Klicks/Autoplay Die auf der Plattform angemeldete Website muss im Moment der Anmeldung durchschnittlich mehr als 200 Page Impressions pro Tag und Werbeplatz aufweisen. Der Traffic auf der Website bzw. der Klick auf eine Werbung muss durch echte Besucher erfolgen. Es ist ausschließlich durch deutschsprachige Nutzer generierter Traffic zugelassen. Eine Unterscheidung der Besucher nach Herkunftsland per IP-Adresse und eine davon abhängige Werbeeinblendung ist nicht zulässig. Automatische Systeme (Robots), die Seitenaufrufe oder Klicks erzeugen, sind nicht zulässig. Der Publisher darf nicht selbst auf Werbung klicken und/oder Dritte dazu auffordern. Ungewöhnlich hohe Click-Through-Rates in Kombination mit vorwiegendem Akzeptieren von CPC-Kampagnen sprechen nach erstem Anschein für unzulässige Klicks. Automatische Reloads einer Webseite sind unzulässig. Webseitenaufrufe über eine Pop-Under/Pop-Up oder Layer-Kampagnen sind unzulässig. Websites, die User für das Anklicken von Bannern etc. vergüten (paid4, forced clicks), sind unzulässig. Am Video-Marktplatz teilnehmende Publisher dürfen kein Autoplay der Videos erzwingen.

17.2.3 Layout Pro angezeigter Seite dürfen maximal vier Werbeplätze eingebunden werden, die im sofort sichtbaren Bereich der Seite platziert sind (bei Standardauflösung 1280x1024). Horizontales Scrollen darf bei Standardauflösung von 1028x1024 nicht nötig sein, vor allem darf keine Werbung rechts außerhalb des sichtbaren Bereichs liegen. Mittig platzierte Werbungen müssen zu 75 Prozent im sofort sichtbaren Bereich platziert sein. Werbungen dürfen nicht durch andere Inhalte der Webseite verdeckt platziert werden. Gleichzeitig im Bildschirmbereich sichtbare Werbungen müssen unterschiedliche Formate aufweisen. Werbungen dürfen nicht direkt neben- oder übereinander platziert werden. Für jeden Werbeplatz müssen korrekte Angaben zur Platzierung gemacht werden. (Hinweis: Für die Platzierung von Werbungen gibt es im Buchungsprozess und beim Anlegen von Werbeplätzen eine graphische Darstellung.) Jeder Werbeflächencode darf nur einmal je HTML-Seite aufgerufen werden. Werbungen und Inhalte müssen in einem gesunden Verhältnis zueinander stehen. Layout und Funktionalität der Webseite müssen auf den gängigsten Browsern sichergestellt sein.

17.2.4 Inhalt Unvollständige, in Konstruktion befindliche Webseiten sind unzulässig. Websites müssen echten eigenen Inhalt und eine Navigation aufweisen. Website-Inhalte müssen auf Deutsch sein. Websites müssen ein ordnungsgemäßes Impressum haben. Websites müssen die Werbung den gesetzlichen Bestimmungen entsprechend platzieren. Der Inhalt jeder Webseite muss regelmäßig redaktionell bearbeitet und ständig aktualisiert werden. Websites, auf denen Werbemittel platziert werden sowie die Art und Weise der Platzierung der Werbemittel dürfen ferner nicht den Ruf oder die Wertschätzung der Marke oder den Geschäftsbetrieb des Werbekunden beeinträchtigen. Bannerfarmen, d.h. Websites, die ausschließlich oder überwiegend aus Werbebannern bestehen, sind unzulässig. Websites, die Filesharing, und/oder Webhosting anbieten, sind unzulässig. Websites, die rechtswidrige, erotische oder rassistische Inhalte anbieten, sind unzulässig. Insbesondere sind unzulässig:

- gewaltverherrlichende, kriegsverherrlichende, erotische, pornografische, volksverhetzende oder menschenverachtende Inhalte oder
- Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen
- Webseiten, die sonst rechtswidrige Inhalte unmittelbar enthalten oder durch einen Hyperlink auf Seiten solchen Inhalts verweist.

Des Weiteren sind folgende Websites aus folgenden Umfeldern unzulässig:

- PaidMailer, d. h. Werbemailer, die die Empfänger bezahlen
- Dialer, Ad- oder Spyware
- Software-Tauschbörsen
- Linksammlungen
- Pic-Pools (Websites, die keinen redaktionellen Inhalt sondern nur Bilder aufweisen)

17.2.5 Einbindung des Codes. Der von der Ströer SSP zur Verfügung gestellte Code muss unverändert übernommen werden. Dies gilt für Publisher, die am Video-Marktplatz teilnehmen, insbesondere auch für den Ströer SSP-Videoplayer. Die Bannereinbindung ist nur direkt auf der bei der Ströer SSP angemeldeten Webseite zulässig, eine Weitergabe des Codes bzw. Verwendung auf anderen Webseiten ist unzulässig.

Es ist verboten,

- die von der Ströer SSP übermittelten Informationen zu filtern und/oder zu verändern oder
- die von der Ströer SSP übermittelten Informationen zu minimieren oder anders die vollständige Wiedergabe der Werbeanzeigen einzuschränken oder zu behindern.

Der Publisher hat sicherzustellen, dass nach Klicken der Werbemittel die URL des Werbekunden in der Adresszeile sichtbar ist. Das Framing der Ziel-Sites innerhalb Partner-Websites ist unzulässig. Zudem ist die Einbindung des Auslieferungscodes in einem iFrame oder Frameset nicht zulässig.

17.3 Bei begründetem Verdacht auf schuldhafte Verstöße gegen die Publisher-Kriterien durch den Publisher hat die Ströer SSP das Recht, die entsprechende Werbeerstattung bis zur Klärung des Sachverhalts zurückzuhalten, es sei denn der Publisher leistet Sicherheit in gleicher Höhe.

17.4 Zudem verpflichtet sich der Publisher innerhalb von max. 24 Stunden zum Entfernen der Werbemittel, nämlich dem Ausbau der HTML-Codes aus seiner Website, sofern er wegen seines schuldhaften Verhaltens von der Ströer SSP dazu aufgefordert wird.

17.5 Ziffer 17.2 findet auch bei Umgehung der Publisher-Kriterien und/oder der technischen Vorgaben entsprechend Anwendung.

18. Datenschutz und Targeting

18.1 Der Publisher hat seine Webseite in einer Weise zu betreiben, dass die von Advertisern in zulässiger Weise eingesetzte Targeting-Technologie nicht behindert wird, insbesondere nicht das Setzen und Auslesen der verwendeten Cookies.

18.2 Der Publisher hat die Nutzer seines Angebots entsprechend den gesetzlichen Vorschriften über die Verwendung von Cookies hinzuweisen und ggf. erforderliche Einwilligungen einzuholen.

18.3 Der Publisher darf die von der Targeting-Technologie eingesetzten Cookies nicht mit personenbezogenen Angaben über die Nutzer der Publisher-Webseite bzw. den Träger des Pseudonyms zusammenführen.

18.4 Die im Rahmen der Targeting-Technologie des Advertisers gewonnenen und gespeicherten, anonymen Informationen stehen ausschließlich dem Advertiser zu.

C. Besondere Bestimmungen für Werbekunden (Advertiser)

19. Rechtliche Stellung; keine Zusicherungen

Der Advertiser und die Ströer SSP vereinbaren durch das Eingeben der Werbung auf der Plattform und die Hinterlegung der vorgesehenen Angaben, z. B. der Maximalgebote und Limits sowie der Festlegung der Werbeflächen bzw. Werbeflächenkategorien (vgl. Ziff. 3) im System die Veröffentlichung dieser Werbeeinhalte durch die Ströer SSP auf bestimmten Werbeflächen, die der Ströer SSP auf der Plattform von den Publishern zur Vermarktung angeboten werden und soweit diese Werbeflächen für den Werbeeinhalte des Advertisers vom jeweiligen Publisher freigegebenen wurden. Als Gegenleistung erhält die Ströer SSP die zwischen der Ströer SSP und dem Advertiser vereinbarte Vergütung, deren Höhe sich unter Berücksichtigung der vom Advertiser über die Plattform vorgegebenen Parameter aus dem Auktionsverfahren bzw. einer festen Volumenvereinbarung ergibt. Die Werbeschaltungspflicht der Ströer SSP endet durch Zeitauflauf mit Ende des vereinbarten Kampagnenzeitraums, ggf. schon vorher, sobald das festgelegte Budget verbraucht ist.

Über ausdrücklich getroffene Festlegungen hinaus macht die Ströer SSP gegenüber Advertisern keine qualitativen oder quantitativen Zusicherungen oder Angaben über die angebotenen Werbeflächen, ihren Werbewert oder darüber in welcher Höhe ein Publisher für eine bestimmte Werbefläche vergütet wird. Der Advertiser entscheidet durch seine Eingaben eigenverantwortlich, auf welchen Werbeflächen er die Werbung bucht.

Zusätzliche Voraussetzung für die Schaltung von mit von der Ströer SSP zur ausgespielten Video-Inhalten verbundener Werbung ist die Freischaltung der Werbung auch durch den Rechteinhaber. Die Ströer SSP übernimmt keine Verpflichtung zur Auslieferung der Werbung mit bestimmten, einzelnen Video-Inhalten; wenn der Rechteinhaber seine Rechte an Video-Inhalten verliert oder eine vergleichbare Interessenlage den Rückruf durch den Rechteinhaber erfordert und der Rechteinhaber von ihm freigegebene Video-Inhalte zurückruft, begründet dieser Rückruf keine Ansprüche des Advertisers gegen die Ströer SSP.

20. Verantwortlichkeit des Advertiser; Rechtgarantie

20.1 Der Advertiser ist für seine von ihm bei der Ströer SSP bzw. auf den von der Ströer SSP vermittelten Werbeplätzen verwendeten Werben technisch und inhaltlich vollumfänglich verantwortlich.

20.2 Durch das Hochladen, Verlinken oder Eingeben der Werbung auf die Plattform garantiert der Advertiser, dass die Werbeeinhalte nicht gegen geltendes Recht im Verbreitungsgebiet der Plattform, insbesondere Deutschland und der Europäischen Gemeinschaft, verstoßen, und dass er im zur Erfüllung dieses Vertrags erforderlichen Umfang über sämtliche Rechte an der Werbung, insbesondere Leistungsschutz-, Marken-, Urheber- und / oder Persönlichkeitsrechte, frei verfügen kann und dem entgegenstehende Rechte Dritter nicht bestehen.

21. Unzulässige Werbeinhalte

21.1 Der Advertiser darf keine Daten zu Angeboten übermitteln, deren Bewerbung, Angebot, Verkauf oder Erwerb gegen gesetzliche Vorschriften, Rechte Dritter oder gegen die guten Sitten verstoßen. Der Advertiser darf auch keine Daten zu Angeboten übermitteln, die nicht zu jeder Zeit und/oder nicht gegenüber bestimmten Zielgruppen dargestellt und/oder beworben werden dürfen, insbesondere aufgrund von Vorschriften zum Schutze der Jugend.

21.2 Insbesondere darf der Advertiser bei der Ströer SSP keine Werbung hochladen, verlinken oder eingeben, die

- nicht eindeutig den werblichen Charakter erkennen lässt (z. B. durch Kennzeichnung als "Anzeige" oder "Werbung") oder
- gewaltverherrlichende, kriegsverherrlichende, pornografische, volksverhetzende, menschenverachtende Inhalte oder
- Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen
- Trojaner, Malware, Viren und ähnliches
- oder sonst rechtswidrige Inhalte

unmittelbar enthält oder durch einen Hyperlink auf Seiten solchen Inhalts oder auf eine Seite ohne rechtmäßiges Impressum verweist.

22. Rechteübertragung

Der Advertiser räumt mit dem Hochladen, Verlinken oder Eingeben der Werbung auf der Plattform Ströer SSP und dem Publisher für die Zeit der vereinbarten Werbeschaltung das nichtausschließliche und räumlich unbeschränkte Nutzungsrecht an dem Werbeinhalt ein.

23. Vergütungspflicht; Fälligkeit

23.1 Der Advertiser hat die für die von ihm in Anspruch genommene Werbeleistung anfallende Werbevergütung an die Ströer SSP zu bezahlen. Diese ergibt sich je nach vereinbartem Buchungsmodell (vgl. Ziff. 3.2) entweder direkt aus der getroffenen Volumenvereinbarung oder wie folgt nach dem Auktionsmodell:

- Hat nur ein einziger Advertiser einen Schaltungswunsch für eine bestimmte Werbefläche eingegeben, erhält er den Werbeplatz zum im System für diesen Werbeplatz ausgewiesenen Ströer SSP-Minimumpreis/Netto-TKP/CPC plus EUR 0,01, wenn sein Maximalgebot den Listenpreis plus EUR 0,01 erreicht oder übersteigt.
- Sind für eine Werbefläche Schaltungswünsche mehrerer Advertiser vorhanden, deren Maximalgebot jeweils den Ströer SSP-Minimumpreis/Netto-TKP/CPC plus EUR 0,01 erreicht oder übersteigt, wird demjenigen von ihnen, der den Werbeplatz erhält (vgl. Ziff. 3.2.1) für die Werbeschaltung der Maximalpreis des nächsten, von ihm überbotenen Advertisers plus EUR 0,01 berechnet.
- Liegt das Maximalgebot eines Advertisers unter dem Ströer SSP-Minimumpreis/Netto-TKP/CPC, so erhält er den Werbeplatz dann gleichwohl und zu seinem Maximalgebot, wenn die Ströer SSP im System einen unter dem Ströer SSP-Minimumpreis / Netto-TKP /CPC liegenden Preis dieses Werbeplatzes für den Advertiser und seine Werbung kalkuliert (z. B. weil der Publisher dieses Werbeplatzes für diese Werbung seinen Publisher-Minimumpreis / Netto-TKP/CPC reduziert).

In jedem Fall wird dem Advertiser höchstens sein Maximalgebot für den belegten Werbeplatz berechnet und in keinem Fall erfolgt eine weitere Berechnung, wenn hinterlegte Limits des Advertisers erreicht sind.

Der Advertiser kann die weitere Schaltung seiner Werbung durch eine Änderung der von ihm hinterlegten Parameter (z. B. belegte Werbeplätze, Maximalgebote) ändern, um seine Kampagne zu optimieren.

23.2 Die Werbevergütung für Auktionsangebote gemäß Ziffer 3.2.1 wird dem Advertiser bei Eintreten eines der folgenden Ereignisse in Rechnung gestellt und zur Zahlung fällig:

- noch nicht abgerechnete Vergütungen betragen mindestens 50 EUR oder
- das Ende eines Kalendermonats.

23.3 Die Werbevergütung für Volumenvereinbarungen gemäß Ziffer 3.2.2 werden sofort mit Schaltung in Rechnung gestellt und zur Zahlung fällig.

23.4 Die Ströer SSP darf die vom Advertiser zu entrichtenden Entgelte von dem im Nutzerkonto hinterlegten Konto einziehen oder der im Nutzerkonto hinterlegten Kreditkartenverbindung belasten.

23.5 Um die ordnungsgemäße Bezahlung sicherzustellen, behält sich die Ströer SSP das Recht einer Bonitätsprüfung des Advertisers vor.

24. Agenturbuchungen; Schieberecht

24.1 Soweit vereinbart, wird bei Agenturbuchungen für nachgewiesene Agenturtätigkeit und Fakturierung an die Agentur eine AE-Provision in der vereinbarten Höhe gewährt.

24.2 Sind Schaltzeiträume vereinbart, so hat die Ströer SSP ein Schieberecht, wenn die Medialeistung zu dem vereinbarten Zeitraum auf den gebuchten Werbeplätzen der jeweiligen Publisher nicht erbracht wurde. Die Dauer des Schieberechts entspricht dem gebuchten Schaltzeitraum, d. h. beispielsweise bei einem Schaltzeitraum von 14 Tagen kann die Ströer SSP in diesen Fällen die Leistung auch noch während der auf den Schaltungszeitraum folgenden 14 Tage erbringen.

25. Datenschutz

Falls der Advertiser im Rahmen der angebotenen Dienstleistungen personenbezogene Daten erhebt, verarbeitet oder nutzt ("verwendet"), muss dies im Rahmen der einschlägigen deutschen und europäischen Datenschutzrechts erfolgen. Der Advertiser ist darüber hinaus verpflichtet, dies auch für eventuelle Drittverwerter oder Dienstleister seinerseits sicherzustellen.

D. Besondere Bestimmungen für Real-Time-Bidding (RTB)

26. Anwendungsbereich, Vorrang

26.1 Für die Vermarktung von Online-Werbeplatzierungen im Verfahren des Real-Time-Bidding ("RTB") gelten ergänzend die Regelungen dieses Abschnitts D. Im Falle eines Widerspruchs zwischen diesen Regelungen und den Allgemeinen Bestimmungen (Abschnitt A.) oder den Besonderen Bestimmungen für Publisher (Abschnitt B.) bzw. Advertiser (Abschnitt C.) gehen die Regelungen dieses Abschnitts D. vor.

26.2 Im RTB-Verfahren erfolgt die Vermarktung eines Werbeplatzes eines Publishers, einschließlich der Vereinbarung der Preise bzw. Vergütungen hierfür, in einem speziellen Auktionsverfahren mittels einer für Advertiser, die von der Ströer SSP zum RTB-Verfahren zugelassen sind, eingerichteten Echtzeit-Software-Schnittstelle auf Basis einzelner Ad Impressions.

27. Besondere RTB-Regelungen für Publisher

27.1 Der Publisher kann einen Werbeplatz mittels der Einstellungen in seinem Nutzerkonto auch für die Vermarktung im RTB-Verfahren anbieten. Die Ströer SSP ist dann berechtigt, aber nicht verpflichtet, den Werbeplatz auch im RTB-Verfahren zu vermarkten.

27.2 Bei der Vermarktung eines Werbeplatzes im RTB-Verfahren erfolgt die Werbeschaltung abweichend von Ziffer 14.1 ohne vorherige Freischaltung der Werbung durch den Publisher.

27.3 Im Übrigen gelten die Regelungen für die Vermarktung im Auktionsverfahren. Insbesondere gilt auch im RTB-Verfahren der vom Publisher hinterlegte Minimumpreis/Netto-TKP/CPC (umgerechnet auf eine einzelne Ad Impression).

28. Besondere RTB-Regelungen für Advertiser

28.1 Abweichend von Ziffern 3.2 und 22 gelten folgende Regelungen.

28.2 Im RTB-Verfahren kann die Ströer SSP über eine Echtzeit-Software-Schnittstelle automatisiert Advertiser für jede einzelne Ad Impression auf einem vermarkteten Werbeplatz zur automatisierten Abgabe eines Werbevergütungs-Gebots (RTB-Bid) für diese Ad Impression auffordern (RTB-Bid-Request). Eine Verpflichtung der Ströer SSP, RTB-Bid-Requests zu senden oder RTB-Bids anzunehmen, besteht nicht.

28.3 Der Advertiser hat die für die von ihm in Anspruch genommene Werbeleistung anfallende Werbevergütung an die Ströer SSP zu bezahlen. Diese ergibt sich im RTB-Verfahren wie folgt nach dem RTB-Auktionsmodell:

28.3.1 Hat während des RTB-Auktionszeitraums für die jeweilige Ad Impression nur ein einziger Advertiser ein RTB-Bid für die Ad Impression abgegeben und übersteigt dieses sowohl den im System für die jeweilige Ad Impression festgelegten Minimumpreis/Netto-TKP/CPC (umgerechnet auf eine einzelne Ad Impression) als auch den höchsten, zu Ende des RTB-Auktionszeitraums für den jeweiligen Werbeplatz im herkömmlichen Auktionsmodell (vgl. Ziffern 3.2.1 und 22.1) oder im Rahmen von Volumenbuchungen (vgl. Ziffer 3.2.2) von einem anderen Advertiser gebotenen Preis (umgerechnet auf eine einzelne Ad Impression), erhält er die Ad Impression.

28.3.2 Sind während des RTB-Auktionszeitraums für die jeweilige Ad Impression RTB-Bids mehrerer Advertiser vorhanden, die jeweils sowohl den im System für die jeweilige Ad Impression festgelegten Minimumpreis/Netto-TKP/CPC (umgerechnet auf eine einzelne Ad Impression) als auch den höchsten, zu Ende des RTB-Auktionszeitraums für den jeweiligen Werbeplatz im herkömmlichen Auktionsverfahren oder im Rahmen von Volumenbuchungen von einem anderen Advertiser gebotenen Preis (umgerechnet auf eine einzelne Ad Impression) übersteigen, erhält derjenige Bieter die Ad Impression der zu diesem Zeitpunkt das höchste RTB-Bid unterhält.

28.3.3 Sind weder die Voraussetzungen der Ziffer 26.3.1 noch der Ziffer 26.3.2 erfüllt, wird die jeweilige Ad Impression im RTB-Verfahren nicht vergeben und steht für die Vermarktung im herkömmlichen Auktionsverfahren oder für Volumenbuchungen zur Verfügung.

28.3.4 Die vom Advertiser an die Ströer SSP für eine im RTB-Verfahren nach Ziffer 26.3.1 oder 26.3.2 versteigerte Ad Impression zu zahlende Werbevergütung ist das zweithöchste Gebot (sei es als RTB-Bid oder, jeweils umgerechnet auf eine einzelne Ad Impression, im herkömmlichen Auktionsverfahren oder als Volumenbuchungen) zzgl. einem Aufschlag von EUR 0,00001 (d.h. EUR 0,01 TKP/CPC umgerechnet auf eine einzelne Ad Impression) bzw., wenn es kein anderes Gebot gibt, der im System für die jeweilige Ad Impression festgelegte Minimumpreis/Netto-TKP/CPC (umgerechnet auf eine einzelne Ad Impression) zzgl. einem Aufschlag von EUR 0,00001 (d.h. EUR 0,01 TKP/CPC umgerechnet auf eine einzelne Ad Impression).

28.4 Die Regelung in Ziffern 22.2, 22.4 und 22.5 gelten entsprechend. Für Abrechnung und Reporting bzw. Statistik nach Ziffer 6.2 werden die Ad Impressions pro Werbeplatz pro Tag zusammengefasst, eine Ausweisung pro einzelner Ad Impression erfolgt nicht.

29. Schnittstellen-Spezifikationen, Systemsicherheit und Datenschutz

29.1 Voraussetzung für die Teilnahme am RTB-Verfahren ist, dass der Advertiser eine Echtzeit-Software-Schnittstelle nach jeweils aktuellen, von der Ströer SSP mitgeteilten RTB-Schnittstellen-Spezifikationen von der Ströer SSP einrichtet und unterhält. Der Advertiser garantiert, dass sein Betrieb der Schnittstelle jederzeit die dort festgelegten Anforderungen einhält. Ziffer 4.3 gilt insbesondere auch in Bezug auf die dem Advertiser im Rahmen des RTB-Verfahrens gestattete Schnittstellennutzung.

29.2 Im Rahmen der Schnittstellennutzung dem Advertiser zugängliche Angaben über Publisher, Angebote und Werbeplätze, Inhalte, Kontext, Besucher und Besuchereingaben auf den Angeboten, clickstream-Daten sowie Performance-Daten (z.B. Zahl von Impressions und Clicks auf einem Werbeplatz) und alle anderen im Rahmen des RTB-Verfahrens an den Advertiser übermittelten oder von ihm abgerufenen Daten mit Ausnahme der Angaben in der dem Advertiser von der Ströer SSP gestellten Rechnung und den von der Ströer SSP im Nutzerkonto des Advertisers bereitgestellten Daten sind Geschäftsgeheimnisse der Ströer SSP, an denen der Advertiser keinerlei Rechte erwirbt.

29.3 Der Advertiser ist zur Geheimhaltung dieser Daten verpflichtet. Er darf diese Daten nicht an Dritte übermitteln und selbst nur verwenden, soweit dies zur Durchführung des RTB-Verfahrens erforderlich ist. Darüber hinaus darf der Advertiser die Daten nicht verwenden, insbesondere nicht analysieren, disassemblieren, dekompileieren oder decodieren, verändern, verkaufen oder verbreiten. Sobald die Daten nicht mehr für die Durchführung des RTB-Verfahrens erforderlich sind, muss der Advertiser sie löschen. Die Löschung ist der Ströer SSP auf Verlangen nachzuweisen.

29.4 Unter keinen Umständen darf der Advertiser die Daten zum Targeting von Besuchern der Angebote von Publishern, zur Erstellung von Nutzerprofilen oder zur Segmentierung (z.B. von Angeboten oder Werbeplätzen) verwenden. Advertiser ist es jedoch gestattet Publisher-URLs ausschließlich für das Targeting und die Performanceoptimierung zu verwenden.

29.5 Der Advertiser ist damit einverstanden, dass die Ströer SSP im Rahmen des RTB-Verfahrens Performance-Daten (z.B. Umsätze und Impressionzahlen) erhebt und verwendet.

29.6 Die Ströer SSP ist berechtigt, die Einhaltung der in Ziffer 27 geregelten Verpflichtungen des Advertisers jederzeit durch einen zur Berufsverschwiegenheit verpflichteten Sachverständigen nachprüfen zu lassen.

Stand: 1. Juli 2016