

Bestellformular

für die Studiendateien zur Studie „Public & Private Screens 2016/2017“

Wir bestellen eine Lizenz zur Nutzung der Ergebnisdaten der „Public & Private Screens 2016/2017“ Studie (Repräsentativbefragung, n=11.339 Fälle):

- Level I: Leistungswerte & Demografie
- Level II: plus Interessen & Mediennutzung (Basispaket)
- Level III: plus Mediennutzung (Komplettpaket)
- Level IV: plus Trackingdaten (Netto)
- Level V: plus Trackingdaten (Brutto)
- Level III Datensatz für Testzwecke

Wir bestellen eine Lizenz zur Nutzung der Ergebnisdaten der „Public & Private Screens 2016/2017“ Studie (Trackingdaten & Befragung, n=1.500 Fälle):

- Basismodul I: Geotracking
- Basismodul II: Smartphone Nutzung
- Basismodul I & II

Firma _____

Straße _____

PLZ _____ Ort _____

Land _____

Ansprechpartner

Name _____ Vorname _____

Abteilung/Funktion _____

E-Mail _____ Telefon _____

Ort, Datum

Unterschrift, Stempel

Preisliste

für die Studiendateien zur Studie „Public & Private Screens 2016/2017“

Stand: 27.10.2017

	Lizenzpreis * pro Jahr	Rabattierter Lizenzpreis * für DMI Teilnehmer pro Jahr
Basislevel Public & Private Screens 2016/2017 auf MDS	kostenfrei	kostenfrei
Level I Repräsentativbefragung Leistungswerte & Demografie	€ 1.800,00	€ 1.600,00
Level II Repräsentativbefragung plus: Interessen & Mediennutzung (Basispaket)	€ 2.500,00	€ 2.250,00
Level III Repräsentativbefragung plus: Mediennutzung (Komplettpaket)	€ 3.900,00	€ 3.500,00
Level IV Repräsentativbefragung plus: Trackingdaten (Netto)	€ 4.500,00	€ 4.050,00
Level V Repräsentativbefragung plus: Trackingdaten (Brutto)	€ 5.500,00	€ 5.000,00
Basismodul I Tracking Geotracking	€ 2.000,00	€ 1.800,00
Basismodul II Tracking Smartphone Nutzung	€ 2.000,00	€ 1.800,00
Basismodul I & II	€ 3.500,00	€ 3.150,00
Level III Datensatz für Testzwecke	kostenfrei	kostenfrei

* Alle in dieser Preisliste angegebenen Preise gelten zzgl. der gesetzl. MwSt.

Nutzungsbedingungen

für die Studiendateien zur Studie „Public & Private Screens 2016/2017“

Stand: 27.10.2017

Diese Nutzungsbedingungen gelten für die Nutzung der vom Digital Media Institute (im Folgenden: „DMI“) und seinen Erfüllungsgehilfen (insbesondere durchführendes Marktforschungsinstitut: GfK Media and Communication Research GmbH & Co. KG, Am Prime Parc 9, 65479 Raunheim bei Frankfurt) bereitgestellten Studiendateien und Datensätze zur Studie „Public & Private Screens 2016/2017“ (im Folgenden: „Datensätze“). Diese Nutzungsbedingungen gelten ausschließlich, d.h. es wird vorsorglich etwaigen Nutzungsbedingungen / AGB des Nutzers und/oder Gegenbestätigungen ausdrücklich widersprochen.

Die Datensätze enthalten Leistungswerte zu Digital Out of Home (im Folgenden: „DOOH“) Angeboten von Anbietern von Digital Out of Home Werbeflächen (Eigentümer von Medien und Vermarkter, im Folgenden: „Anbieter“) in Deutschland. Die Datensätze enthalten Daten ausschließlich zu DOOH-Angeboten, die von Ihren jeweiligen Anbietern zur Veröffentlichung, speziell zu Zwecken der Mediaplanung freigegeben wurden. Anbieter bzw. DOOH Angebote, die von den Anbietern nicht zur Veröffentlichung freigegeben wurden, sind in den Datensätzen nicht enthalten. Das DMI übernimmt insofern keine Gewährleistung für die vollständige Abbildung aller im Markt aktiven DOOH Werbeträger in den Datensätzen.

Die Datensätze können von Werbungtreibenden und Agenturen (im Folgenden: „Nutzer“) im Rahmen einer jährlichen Nutzungslizenz erworben werden. Die vorliegenden Nutzungsbedingungen gelten nicht für die Anbieter von Werbeflächen oder Werbezeiten sowie deren Vermarkter oder Berater. Diese unterliegen gesonderten Bedingungen.

Die Datensätze sind ausschließlich für den Eigenbedarf des Nutzers bestimmt, d.h. nur für die Tätigkeiten und Aktivitäten, die üblicherweise im Rahmen einer Kampagnen- und Mediaplanung für seine Kunden bzw. potenziellen Kunden anfallen.

§ 1 Vertragsgegenstand

- (1) Das DMI stellt dem Nutzer Datensätze mit den Ergebnissen der vom DMI beauftragten Reichweitenstudie „Public & Private Screens 2016/2017“ im Rahmen einer jährlichen Nutzungslizenz zur Verfügung. Der Datensatz „Level III Datensatz für Testzwecke“ wird für einen vierwöchigen Zeitraum kostenfrei zur Verfügung gestellt und ist danach durch den Nutzer zu löschen.
- (2) Das DMI wird diese Datensätze in unregelmäßigen Abständen aktualisieren und die aktualisierten Datensätze dem Nutzer zur Verfügung stellen. Mit Zugang eines aktualisierten Datensatzes erlischt das Nutzungsrecht an den zuvor zur Verfügung gestellten Datensätzen.
- (3) Erlischt das Nutzungsrecht an einem Datensatz, so ist der Nutzer verpflichtet, diesen sowie eventuell vorhandene temporäre Kopien der Daten im Sinne von § 4 Abs. 7 unverzüglich zu löschen und die Nutzung dieser Datensätze unverzüglich einzustellen.

§ 2 Rechte an den Datensätzen

Die Datensätze, auf die das DMI dem Nutzer Zugriff gewährt, sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte bleiben dem DMI vorbehalten. Der Nutzer erwirbt eine Nutzungsberechtigung nur in dem in § 4 bestimmten Umfang.

§ 3 Vertragsschluss

- (1) Die kostenpflichtige Nutzung der Datensätze erfolgt durch Einräumung einer Nutzungslizenz für den Nutzer gegen Zahlung einer jährlichen Lizenzgebühr. Die kostenfreie Nutzung des „Level III Datensatz für Testzwecke“ ist zeitlich begrenzt auf 4 Wochen. Während der Laufzeit der Lizenz darf der Nutzer die Datensätze im Rahmen des jeweils vereinbarten Lizenzmodells nutzen.
- (2) Der Vertragsschluss über die Nutzung im Rahmen der einzelnen Lizenzmodelle erfolgt über wechselseitige Erklärungen in Textform (z.B. Brief, Fax, E-Mail) oder über die entsprechende Online-Maske auf der Internetseite des DMI.
- (3) Bestellt der Nutzer die Nutzung der Datensätze, d.h. die Lizenz, über die Internetseite oder mittels des Antragsformulars des DMI, erfolgt der Vertragsschluss, sobald dem Nutzer die Bestätigung über die Einräumung der Nutzungslizenz vom DMI und/oder die Datensätze vom DMI oder seinen Erfüllungsgehilfen übermittelt werden. Die Übermittlung erfolgt spätestens binnen 10 Werktagen nach Abgabe der Bestellung in Textform (z.B. Brief, Fax, E-Mail). Die elektronische Bestätigung, die der Lizenznehmer ggfs. nach Abgabe einer Online-Bestellung automatisiert durch Anzeige auf dem Bildschirm oder per E-Mail erhält, stellt lediglich eine Empfangsbestätigung, nicht jedoch die Annahme der Bestellung dar.
- (4) Bei formlosen Bestellungen des Nutzers per Telefon, Brief, Fax oder E-Mail, erfolgt der Vertragsschluss mit Zugang einer Bestellbestätigung in Textform (z.B. Brief, Fax, E-Mail). Die Nutzungsbedingungen werden dieser Bestellbestätigung nochmals beigelegt.

§ 4 Einräumung von Nutzungsrechten

- (1) Dem Nutzer wird für die Dauer des Vertrags ein einfaches Nutzungsrecht in dem hier ausdrücklich genannten Umfang eingeräumt. Jede über den Umfang dieser Nutzungsrechtseinräumung hinausgehende Nutzung der Datensätze oder von Teilen davon, insbesondere die Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung, öffentliche Zugänglichmachung oder sonstige Weitergabe ist unzulässig, es sei denn, sie ist gesetzlich oder durch gesonderte schriftliche Vereinbarung zwischen dem DMI und dem Nutzer gestattet. Die Weitergabe der Datensätze ist insbesondere auch an im Konzern des Nutzers verbundene Unternehmen unzulässig. Der Nutzer wird sicherstellen, dass weder Dritte, noch Mitarbeiter oder Vertragspartner des Nutzers gegen dieses Verbot verstoßen.
- (2) Die Datensätze sind ausschließlich für den Eigenbedarf des Nutzers bestimmt, d.h. nur für die Tätigkeiten und Aktivitäten, die üblicherweise im Rahmen einer Kampagnen- und Mediaplanung für seine Kunden bzw. potenziellen Kunden anfallen. Jede darüber hinaus gehende kommerzielle Nutzung der Dienste, gleichgültig in welcher Form, ist vorbehaltlich ausdrücklicher abweichender schriftlicher Vereinbarung unzulässig. Unzulässig ist insbesondere der Verkauf der Daten oder die Zusammenstellung eines eigenen öffentlich zugänglichen Informationsangebotes, welches auf den Inhalten der Datensätze basiert. Unzulässig ist auch die Nutzung der Datensätze für jegliche Art automatisierter Aussteuerung von Werbemitteln („Adserving“) oder den automatisierten Einkauf oder Verkauf von Werbeflächen („Programmatic Advertising“) sowie für öffentlich zugängliche Einkaufs- oder Verkaufsplattformen (Websites, Webshops, elektronische Marktplätze oder Buchungstools). Unzulässig ist weiterhin eine Fusionierung, Verrechnung oder andere Form von Zusammenführung oder Kombination mit anderen Datensätzen, insbesondere mit Datensätzen anderer Studien zur Erhebung von Media-Leistungswerten oder Werbewirkung.
- (3) Die Nutzer sind verpflichtet, bei allen auf den zur Verfügung gestellten Daten basierenden Auswertungen als Quelle „Public & Private Screens 2016/2017“ anzugeben.
- (4) Die Nutzer sind verpflichtet, die in den zur Verfügung gestellten Datensätzen enthaltenen Daten der „Public & Private Screens 2016/2017“ Studie nicht zu verändern und keine Änderungen an den Bezeichnungen für die Daten vorzunehmen. Diese Regelung stellt sicher, dass gleiche Zählvorgaben stets zu gleichen Resultaten führen.
- (5) Um Zählwünschen mit zu kleinen Zielgruppen entgegenzuwirken, sind alle Zählungen für national verbreitete Medien, deren Basis 300 Fälle unterschreitet, deutlich sichtbar mit dem Vermerk „Achtung: Fallzahl unter 300!“ zu versehen. Für Zielgruppen gilt eine Fallzahl von 80 Fällen.

(6) Eine vorübergehende Speicherung oder die vorübergehende Überführung der Datensätze in eine eigene Datenbank des Nutzers ist zulässig. Vervielfältigungen von kleinen Teilen der Datenbestände zum eigenen Gebrauch, soweit die Vervielfältigung zu diesem Zweck geboten ist, sind zulässig. Dies kann z.B. auch die Anfertigung von Kundenpräsentation betreffen; die Quelle ist in diesem Fall deutlich anzugeben. Ferner ist eine Vervielfältigung zum eigenen Gebrauch in Schulungen und für die nicht-gewerbliche Aus- und Weiterbildung erlaubt; die Quelle ist in diesem Fall deutlich anzugeben. Die Nutzung der Studie für Artikel, Fachaufsätze in Publikums- und/ oder Fachmedien müssen vom DMI genehmigt werden.

(7) Das DMI wird die zur Verfügung gestellten Datensätze unregelmäßig aktualisieren. Aktualisierte Datensätze ersetzen die zuvor zur Verfügung gestellten Datensätze. Das Nutzungsrecht an einem zuvor zur Verfügung gestellten Datensatz erlischt mit der Übermittlung eines aktualisierten Datensatzes. Der Nutzer verpflichtet sich, die Nutzung des zuvor zur Verfügung gestellten Datensatzes in diesem Fall unverzüglich einzustellen und eventuell vorübergehend gespeicherte Daten unverzüglich zu löschen. Dazu trifft der Nutzer technische Vorkehrungen, die es ihm erlauben, die Daten aus den zuvor zur Verfügung gestellten Datensätzen in dem von ihm vorübergehend gespeicherten Datenbestand zu identifizieren und daraus zu entfernen. Dies kann z.B. ein Überschreiben des zuvor zur Verfügung gestellten Datensatz mit dem aktualisierten Datensatz sein.

§ 5 Abrechnung

(1) Die Tarife/Preise für die Nutzung der Datensätze ergeben sich aus der jeweils aktuellen Preisliste bzw. dem Leistungsverzeichnis des DMI, die auch online zur Verfügung stehen. Das DMI berechnet dem Nutzer jährlich die in diesen Preislisten angegebene Lizenzgebühr im Rahmen des vom Nutzer gewählten Lizenzmodelles zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

(2) Der Rechnungsbetrag ist sofort nach Erhalt der Rechnung fällig. Ist die Zahlung beim DMI innerhalb von 30 Tagen nach dem Rechnungsdatum nicht eingegangen, so ist das DMI berechtigt, ab diesem Zeitpunkt Verzugszinsen in Höhe von 5 % über dem Basiszinssatz zu berechnen.

(3) Ist die Zahlung beim DMI innerhalb von 60 Tagen nach dem Rechnungsdatum nicht eingegangen, ist das DMI berechtigt, die Nutzungslizenz bis zum vollständigen Ausgleich der Rechnungen zu widerrufen.

§ 6 Entstehen für Pflichtverletzungen

(1) Das DMI stellt Datensätze auf Basis der Ergebnisse der vom DMI beauftragten Reichweitenstudie „Public & Private Screens 2016/2017“ zur Verfügung. Diese Studie wurde von externen Dienstleistern angefertigt und basiert zum Teil auf Angaben der in der Studie erfassten Anbieter von DOOH Werbeflächen. Das DMI nimmt regelmäßige stichprobenartige Überprüfungen der Datensätze vor, übernimmt jedoch keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität der zur Verfügung gestellten Daten. Eine diesbezügliche Haftung des DMI gegenüber den Nutzern ist insofern ausgeschlossen.

(2) Das DMI übernimmt keine Gewähr dafür, dass die angebotenen Dienste und Informationen für die vom Nutzer beabsichtigten Zwecke geeignet sind.

(3) Im Übrigen haftet das DMI nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit begrenzt auf den vorhersehbaren Schaden. Weitere Schadensersatzansprüche sind ausgeschlossen.

§ 7 Vertragsverletzung

(1) Bei einem Verstoß des Nutzers gegen die Bestimmungen des § 4 dieser Nutzungsbedingungen oder gegen gesetzliche Urheberrechtsregelungen ist das DMI berechtigt, die eingeräumte Nutzungslizenz fristlos zu widerrufen. Gleiches gilt in Fällen des § 5 Absatz (3).

(2) Weitergehende Schadensersatzansprüche des DMI aus der Vertragsverletzung des Nutzers bleiben unberührt.

§ 8 Datenschutz und Vertraulichkeit

(1) Der Nutzer der Datensätze verpflichtet sich, alle in den Datensätzen zur Verfügung gestellten Informationen unbefristet streng vertraulich zu behandeln, nur im Rahmen der Vertragsbeziehung zu nutzen, und sie - soweit nicht zur Erreichung des Vertragszwecks geboten - weder aufzuzeichnen noch weiterzugeben noch zu verwerten. Insbesondere wird er Informationen über diese Daten - soweit nicht zur Erreichung des Vertragszwecks i.S.d. § 4 Absatz (2) geboten - weder schriftlich noch mündlich veröffentlichen. Diese Verpflichtung besteht auch für seine Erfüllungsgehilfen.

(2) Ohne vorherige schriftliche Zustimmung des DMI darf der Nutzer keine Informationen über die in den Datensätzen enthaltenen Informationen gegenüber Dritten offenlegen, es sei denn, dies ist aufgrund der rechtlichen Rahmenbedingungen notwendig, oder ein gerichtlicher oder behördlicher Beschluss sieht eine solche Offenlegung vor und der Nutzer hat - soweit dies möglich gewesen ist - das DMI sofort schriftlich über eine derartige Verpflichtung informiert.

§ 9 Vertragsdauer und Beendigung

(1) Dieser Vertrag wird auf unbestimmte Zeit geschlossen. Er tritt mit Erteilung der Nutzungslizenz durch das DMI und/oder durch die Übermittlung der Datensätze durch das DMI oder seine Erfüllungsgehilfen in Kraft.

(2) Der auf unbestimmte Zeit geschlossene Vertrag kann jeweils zum Ende eines Jahres mit einer Kündigungsfrist von drei Monaten schriftlich oder per E Mail gekündigt werden.

(3) Im Falle des „Level III Datensatz für Testzwecke“ enden der Vertrag und die damit verbundenen Nutzungsrechte 4 Wochen nach Unterzeichnung, ohne dass es einer Kündigung bedarf.

§ 10 Rechteübertragung

Der Nutzer ist nicht berechtigt, einzelne oder die gesamten Rechte aus dem Vertragsverhältnis mit dem DMI ohne vorherige schriftliche Zustimmung des DMI auf Dritte zu übertragen.

§ 11 Schriftform

Abschluss, Änderungen, Ergänzungen und die Aufhebung des Vertrags sowie des Schriftformerfordernisses bedürfen der Schriftform. Die Schriftform wird auch durch einfach signierte E-Mails gewahrt.

§ 12 Schlussbestimmungen

(1) Für das Rechtsverhältnis zwischen dem Nutzer und dem DMI gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

(2) Für alle Rechtsstreitigkeiten aus diesem Vertrag wird, soweit zulässig, als Gerichtsstand München vereinbart, sofern beide Vertragsparteien Kaufleute, juristische Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliche Sondervermögen sind.

(3) Falls einzelne Bestimmungen dieser Nutzungsbedingungen unwirksam sein sollten, oder diese Nutzungsbedingungen Lücken enthalten, wird dadurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Die Parteien verpflichten sich, anstelle dieser unwirksamen Bestimmungen auf die Aufnahme derjenigen wirksamen Bestimmungen in diesen Nutzungsbedingungen hinzuwirken, welche dem Sinn und Zweck der unwirksamen Bestimmungen am meisten entspricht.