

# Leistungsverzeichnis

## des Digital Media Institute

Stand: 04.08.2020

Das Digital Media Institute hat es sich zum Ziel gesetzt, die Branche mit fundierten Forschungsarbeiten und unabhängiger Prüfkompetenz zu allen Belangen rund um das Medium „Digital Out of Home“ zu unterstützen. Dazu erarbeitet das Institut gemeinsam mit allen Branchenvertretern Vorschläge für Branchenstandards in den Bereichen Marktforschung sowie Kaufmännische und Technische Qualitätskennzahlen. In Zusammenarbeit mit den Branchenverbänden überprüft das Institut die Einhaltung von Branchenstandards im Rahmen von Audits und erstellt Audit-Reports. Mit der Etablierung von Wissensnetzwerken setzt sich das Institut für ein hohes Maß an Know How und Professionalität bei allen Branchenvertretern ein. In enger Kooperation mit Forschung, Praxis und Lehre entwickelt das Institut Schulungen und berufsbegleitende Lehrgänge und sorgt damit für die fachliche Exzellenz des Personals auf allen Führungsebenen. Die Zahlung der jährlichen Teilnahmegebühr des Digital Media Institute berechtigt Unternehmen, Personenvereinigungen und natürliche Personen zur aktiven Teilnahme an den o.g. Aktivitäten. Dies betrifft insbesondere:

- den Bezug der aktuellen Forschungsergebnisse und Studien des Instituts.
- die regelmäßige Information über aktuelle und geplante Initiativen.
- die regelmäßige und rechtzeitige Vorab-Information über die Termine aller vom Institut durchgeführten Veranstaltungen.
- die Einladung zu den vom Institut durchgeführten allgemeinen Workshops und Branchenveranstaltungen. \*)
- die Teilnahme an den vom Institut durchgeführten allgemeinen Workshops und Branchenveranstaltungen mit bis zu 2 Personen. \*) \*\*)
- den Bezug der Protokolle aller vom Institut durchgeführten Workshops und Branchenveranstaltungen.

Die jährliche Teilnahmegebühr beträgt:

- € 5.500 für Unternehmen mit mehr als € 1 Mio. Jahresumsatz (€ 8.000 bei Teilnahme von bis zu 4 Personen; € 9.900 bis zu 6 Personen)
- € 3.000 für Unternehmen mit weniger als € 1 Mio. Jahresumsatz (€ 5.500 bei Teilnahme von bis zu 4 Personen; € 8.000 bis zu 6 Personen)
- € 1.000 für Unternehmen mit weniger als € 100.000 Jahresumsatz
- € 1.000 für Verbände und Vereine
- € 200 für natürliche Personen

\*) Hiervon ausgenommen sind kostenpflichtige Schulungsveranstaltungen und Lehrgänge.

\*\*) Auf den Veranstaltungen ist für Getränke und Snacks gesorgt.

Zusätzlich zur Teilnahmegebühr wird ab dem 01.01.2020 eine verpflichtende jährliche Umlage für das Gattungsmarketing erhoben und mit dem Teilnahmebeitrag am Beginn eines jeden Jahres in Rechnung gestellt. Die Umlage für das Gattungsmarketing beträgt:

- € 2.750 für Unternehmen mit mehr als € 1 Mio. Jahresumsatz
- € 1.500 für Unternehmen mit weniger als € 1 Mio. Jahresumsatz
- € 500 für Unternehmen mit weniger als € 100.000 Jahresumsatz
- € 500 für Verbände und Vereine
- € 100 für natürliche Personen

## Teilnahme an einzelnen Veranstaltungen

Nichtteilnehmer des Digital Media Institute - das sind Unternehmen und Personen, die keine jährliche Teilnahmegebühr entrichten - können an Veranstaltungen des Digital Media Institute bei Entrichtung einer einmaligen Teilnahmegebühr pro Veranstaltung (dies können die dreimal jährlich stattfindenden Netzwerkveranstaltungen oder die unregelmäßig stattfindenden Workshops zu aktuellen Themen wie Marktforschung und Standardisierung sein) teilnehmen. Diese einmalige Teilnahmegebühr beträgt:

### **DMI Konferenzen & Netzwerkveranstaltungen (zweimal pro Jahr):**

- € 750 für den ersten Teilnehmer pro Unternehmen
- € 600 für jeden weiteren Teilnehmer pro Unternehmen
- € 500 für Unternehmen mit weniger als € 100.000 Jahresumsatz
- € 500 für Verbände und Vereine

### **DMI Arbeitsgruppentreffen (viermal pro Jahr):**

- € 350 für den ersten Teilnehmer pro Unternehmen pro Arbeitsgruppe
- € 300 für jeden weiteren Teilnehmer pro Unternehmen pro Arbeitsgruppe
- € 200 für Unternehmen mit weniger als € 100.000 Jahresumsatz
- € 200 für Verbände und Vereine

## Zusätzliche Leistungen des DMI

Die folgenden Leistungen sind nicht in der Teilnahmegebühr für DMI-Teilnehmer enthalten. DMI-Teilnehmer erhalten jedoch einen Teilnehmerrabatt:

## Rabattierte Teilnahme an Marketing-Specials

Teilnehmer des Digital Media Institute erhalten einen Rabatt von bis zu 20% auf zusätzliche sponsorenfinanzierte Gattungsmarketingmaßnahmen mit bevorzugter Nennung der Sponsoren wie z.B. die Veröffentlichung von DOOH-Guides oder DOOH-Specials in Zusammenarbeit mit den großen Branchenpublikationen (wie Horizont und W&V) oder DOOH Roadshows.

## Rabattierte Zählungen & Beratungsleistungen

Teilnehmer des Digital Media Institute erhalten individuelle Zählungen & Analysen aus der „Public & Private Screens 2019/2020“ Studie und allgemeine Beratungsleistungen zu Marktforschungsthemen zu rabattierten Stundensätzen:

	Individuelle Zählungen & Analysen Public & Private Screens 2019/2020 (je angefangene Stunde)	Allgemeine Beratungsleistungen zu Marktforschungsthemen (je angefangene Stunde)
Stundensatz	€ 120,00	€ 187,50
Rabattierter Stundensatz DMI Teilnehmer	€ 100,00	€ 150,00

## Rabattierte MDS Lizenzen

Teilnehmer des Digital Media Institute erhalten rabattierte Lizenzen zur Nutzung Public & Private Screens Studie in der Onlineversion des [Planungstools MDS](#):

	Lizenzpreise MDS Online			
	DMI Teilnehmer		Nicht-Teilnehmer	
	Lizenzpreis (zur Parallelnutzung <sup>*)</sup> )	zusätzlicher Account (keine Parallelnutzung <sup>*)</sup> )	Lizenzpreis (zur Parallelnutzung <sup>*)</sup> )	zusätzlicher Account (keine Parallelnutzung <sup>*)</sup> )
1. Arbeitsplatz	550,00 €		635,00 €	
2. und 3. Arbeitsplatz (jeweils)	290,00 €	230,00 €	335,00 €	265,00 €
4. bis 10. Arbeitsplatz (jeweils)	190,00 €	170,00 €	220,00 €	200,00 €
ab 11. Arbeitsplatz (jeweils)	160,00 €	130,00 €	180,00 €	160,00 €

\*) Lizenzen zur Parallelnutzung: Beim Kauf von mehr als einer Lizenz können diese gleichzeitig genutzt werden

\*\*\*) Zusätzliche Accounts: Ermöglichen zusätzlichen Usern (namensgebunden) die vorhandenen Lizenzen zu nutzen. Gleichzeitige Nutzung nur im Rahmen der vorhandenen Lizenzen.

## Rabattierte Lizenzen Datenbank DOOHRY

Teilnehmer des Digital Media Institute erhalten rabattierte Zugangslizenzen für die Nutzung der Standortdatenbank DOOHRY des Digital Media Institute:

	Zugang zur Pflege von Stammdaten	
	Basispreis (monatlich)	Preis pro DOOH Netz (monatlich)
DOOHRY Self Service <sup>1)</sup> Nichtteilnehmer	€ 300,00	€ 50,00
DOOHRY Self Service <sup>1)</sup> DMI Teilnehmer	€ 200,00	€ 25,00
DOOHRY Managed Service <sup>2)</sup> Nichtteilnehmer	€ 400,00	€ 100,00
DOOHRY Managed Service <sup>2)</sup> DMI Teilnehmer	€ 300,00	€ 75,00
	Basispreis (monatlich)	Preis pro DOOH Standort (monatlich)
DOOHRY Mini <sup>2) 3)</sup> Nichtteilnehmer	€ 100,00	€ 10,00
DOOHRY Mini <sup>2) 3)</sup> DMI Teilnehmer	€ 100,00	€ 10,00

<sup>1)</sup> Datenpflege durch den Doohry Lizenznehmer. Lizenznehmer erhält dazu einen Online Zugang zur Doohry Standortdatenbank.

<sup>2)</sup> Datenpflege durch das DMI. Lizenznehmer stellt dem DMI Daten in einem Standardformat (Excel, CSV, XML) zur Verfügung.

<sup>3)</sup> Netze mit weniger als 25 Standorten.

## Rabattierte Zertifizierung für DOOH Anbieter

Teilnehmer des Digital Media Institute erhalten für eine stark rabattierte Zertifizierungsgebühr die Auditierung ihrer DOOH-Angebote und - bei Erfüllung der [Zertifizierungsbedingungen](#) - die Auszeichnung mit einem Gütesiegel:

	Vorprüfung	Zertifizierung	Nachprüfung <sup>1)</sup>	Re-Zertifizierung <sup>2)</sup>
Reguläre Gebühr	€ 500,00	€ 7.000,00	€ 900,00	€ 6.000,00
Rabattierte Gebühr DMI Teilnehmer	€ 200,00	€ 3.600,00	€ 300,00	€ 3.000,00
Gebühr mit VAST-kompatiblem Playout-Reporting <sup>3)</sup>	€ 500,00	€ 4.000,00	€ 900,00	€ 3.500,00
Rabattierte Gebühr (VAST) <sup>3)</sup> DMI Teilnehmer	€ 200,00	€ 600,00	€ 300,00	€ 500,00

<sup>1)</sup> Erneute Prüfung nach dem Beheben von Beanstandungen

<sup>2)</sup> Kosten jeweils im 2. und 3. Jahr; danach nochmalige Zertifizierung erforderlich

<sup>3)</sup> Einbindung eines vom DMI zertifizierten Reporting Containers in das Digital Signage Programm: Real-time Reporting an DMI-Server  
Kosten € 0,50 - € 1,00 pro Playout-System pro Monat; alternativ: € 0,00001 pro EBL

# Teilnahmebedingungen

## für die DMI Netzwerkveranstaltungen und Arbeitsgruppentreffen

Stand: 20.06.2018

### **Geltungsbereich**

Die folgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen regeln das Vertragsverhältnis zwischen dem Teilnehmer an DMI Netzwerkveranstaltungen und DMI Arbeitsgruppentreffen (im Folgenden „Veranstaltung“) und der DMI Digital Media Institute GmbH (DMI). Abweichende Allgemeine Geschäftsbedingungen des Teilnehmers haben keine Gültigkeit.

### **Anmeldung/Anmeldebestätigung**

Die Anmeldung zur Teilnahme erfolgt über das Teilnahmeformular auf Seite 1 dieses Dokuments. Die Anmeldung wird durch Bestätigung und/oder Rechnungsstellung durch das DMI per Post oder E-Mail rechtsverbindlich.

### **Leistung**

Der Teilnahmebetrag versteht sich für jeweils 2 Teilnehmer pro Unternehmen für jeweils 18 Veranstaltungstermine pro Jahr (2 Netzwerkveranstaltungen und jeweils 4 Arbeitsgruppensitzungen pro Quartal) zzgl. gesetzlicher Umsatzsteuer. Er beinhaltet Dokumentationsunterlagen, Mittag- bzw. Abendessen und Getränke. Das DMI behält sich vor, angekündigte Referenten durch andere zu ersetzen und notwendige Änderungen des Veranstaltungsprogramms unter Wahrung des Gesamtcharakters der Veranstaltung vorzunehmen. Ist die Durchführung der Veranstaltung aufgrund höherer Gewalt oder aus wichtigem Grund (z.B. wegen Erkrankung des Referenten oder aufgrund zu geringer Teilnehmerzahl) nicht möglich, werden die Teilnehmer umgehend informiert und ein neuer Termin festgelegt. Ein Anspruch auf Ersatz von Reise- und Übernachtungskosten sowie Arbeitsausfall ist ausgeschlossen, es sei denn, solche Kosten entstehen aufgrund grob fahrlässigen Verhaltens seitens des DMI. Das DMI verpflichtet sich, bei eventuell auftretenden Leistungsstörungen alles Zumutbare zu unternehmen, um zu einer Behebung oder Begrenzung der Störung beizutragen.

### **Fälligkeit und Zahlung, Verzug, Aufrechnung**

Der Teilnahmebetrag ist bei Erhalt der Rechnung fällig. Kommt der Teilnehmer in Zahlungsverzug, ist das DMI berechtigt, Verzugszinsen i.H.v. 5 % über dem Basiszinssatz (§ 247 Abs. 1 BGB) p.a. zu fordern. Wenn das DMI einen höheren Verzugsschaden nachweist, kann dieser geltend gemacht werden. In gleicher Weise ist der Teilnehmer berechtigt, den Nachweis zu führen, dass ein Schaden überhaupt nicht entstanden oder wesentlich niedriger ist, als vom DMI geltend gemacht. Die Bezahlung erfolgt auf Rechnung. Die Bezahlung durch Übersendung von Bargeld oder Schecks ist nicht möglich; bei Verlust übernimmt das DMI keine Haftung. Der Teilnehmer kann nur mit rechtskräftig festgestellten oder vom DMI schriftlich anerkannten Ansprüchen aufrechnen. Zur Ausübung eines Zurückbehaltungsrechts ist der Teilnehmer nur insoweit befugt, als sein Gegenanspruch auf demselben Vertragsverhältnis beruht.

### **Verlängerung/Kündigung**

Die Teilnahme an den Veranstaltungen des DMI verlängert sich automatisch um jeweils ein weiteres Jahr, wenn sie nicht rechtzeitig mit einer Frist von 3 Monaten zum Jahresende vom Teilnehmer

gekündigt wird. Eine Kündigung muss schriftlich erfolgen an: DMI Digital Media Institute GmbH, Maximilianstr. 13, 80539 München. Bei Kündigung zu einem späteren Zeitpunkt oder bei Nichterscheinen zu einzelnen Veranstaltungen berechnet das DMI die gesamte Teilnahmegebühr für das nachfolgende Jahr.

Nichterscheinen zu einzelnen Veranstaltungen berechtigt nicht zu einer Erstattung oder teilweisen Erstattung der Teilnahmegebühr. Gerne akzeptiert das DMI ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer.

### **Gruppenrabatte\***

Wir gewähren Rabatte für Sammelanmeldungen eines Unternehmens:

Bis zu 2 Personen pro Unternehmen: Regulärer Teilnahmebeitrag von € 3.000 / Jahr

Bis zu 4 Personen pro Unternehmen: Rabattierter Teilnahmebeitrag von € 5.500 / Jahr

Bis zu 6 Personen pro Unternehmen: Rabattierter Teilnahmebeitrag von € 8.000 / Jahr

\* Eine Gewährung von mehreren Rabatten ist nicht möglich.

### **Haftung**

Die Veranstaltungen werden vom DMI und von qualifizierten Referenten sorgfältig vorbereitet und durchgeführt. Das DMI übernimmt keine Haftung für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit in Bezug auf die Dokumentationsunterlagen und die Durchführung der Veranstaltung.

### **Urheberrechte**

Die Dokumentationsunterlagen sind urheberrechtlich geschützt. Die Vervielfältigung, Weitergabe oder anderweitige Nutzung der Dokumentationsunterlagen ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des DMI gestattet.

### **Datenschutz**

Das DMI schützt alle personenbezogenen Daten. Das DMI wird die vom Teilnehmer überlassenen Daten vertraulich behandeln und nur im Einklang mit den datenschutzrechtlichen Bestimmungen nutzen. Personenbezogene Daten sind alle Daten, die im Zusammenhang mit dem Namen des Teilnehmers gespeichert sind. Die vom Teilnehmer übermittelten Bestandsdaten (Vorname, Nachname, Liefer- und Rechnungsanschrift, E-Mail-Adresse, je nach Zahlungsart auch Kontoverbindung, Kreditkartennummer, Ablaufdatum der Kreditkarte) werden durch das DMI in der Abonnenten- bzw. Kundenkartei gespeichert und zum Zwecke der Erbringung der Leistung und zur Abrechnung verarbeitet, genutzt und - soweit notwendig - an dafür beauftragte Dienstleister weitergegeben. Personenbezogenen Daten werden grundsätzlich nicht an Dritte weitergegeben. Sponsoren, Partner und Aussteller gelten nicht als Dritte. Soweit nicht anders angegeben, werden Teilnehmer zukünftig über Produkte und Veranstaltungen des DMI informiert bzw. auch per Telefax, E-Mail oder Telefon kontaktiert. Die entsprechende Einwilligung kann der Teilnehmer jederzeit widerrufen.

### **Anwendbares Recht, Gerichtsstand und Erfüllungsort**

Es gilt deutsches Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Soweit gesetzlich zulässig, wird als Erfüllungsort und Gerichtsstand München vereinbart.

# Nutzungsbedingungen

## für die Studiendateien zur Studie „Public & Private Screens 2019/2020“

Stand: 30.07.2019

Diese Nutzungsbedingungen gelten für die Nutzung der vom Digital Media Institute (im Folgenden: „DMI“) und seinen Erfüllungsgehilfen (insbesondere durchführendes Marktforschungsinstitut: GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung mbH, Mainzer Straße 7, 65189 Wiesbaden) bereitgestellten Daten zur Studie „Public & Private Screens 2019/2020“ (im Folgenden: „Datensätze“). Diese Nutzungsbedingungen gelten ausschließlich, d.h. es wird vorsorglich etwaigen Nutzungsbedingungen / AGB des Nutzers und/oder Gegenbestätigungen ausdrücklich widersprochen.

Die Daten 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. Es sind ausschließlich Daten zu DOOH-Angeboten, die von Ihren jeweiligen Anbietern zur Veröffentlichung, speziell zu Zwecken der Mediaplanung freigegeben wurden, enthalten. Anbieter bzw. DOOH Angebote, die von den Anbietern nicht zur Veröffentlichung freigegeben wurden, werden in den Daten nicht ausgewiesen. Das DMI übernimmt insofern keine Gewährleistung für die vollständige Abbildung aller im Markt aktiven DOOH Werbeträger in den Daten.

Die zur Verfügung gestellten Daten unterteilen sich in allgemeine Daten zu den DOOH-Angeboten (nachfolgend „Studiendaten“) und Datensätzen mit detaillierten Studienergebnissen (nachfolgend „Datensätze“). Bei den „Studiendaten“ handelt es sich um Ergebnispräsentationen z.B. im Powerpoint Format und Tabellen mit nach Medien, Zeitschienen und Zielgruppen zusammengefassten Leistungswerten (Werbeträger- und ggfs. Werbemittelkontakte) im Excel-Format. Bei den „Datensätzen“ handelt es sich um die Zusammenstellung der Ergebnisse aller Befragungsfälle in Form von SPSS-kompatiblen Dateien.

Die Studiendaten und Datensätze können von Anbietern und Käufern (Agenturen und Werbetreibende) von Werbeflächen oder Werbezeiten sowie deren Vermarktern oder Beratern (im Folgenden „Nutzer“) im Rahmen einer Nutzungslizenz erworben werden.

Die Studiendaten sind für die allgemeine Veröffentlichung, 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 Studiendaten und Datensätze mit den Ergebnissen der vom DMI beauftragten Reichweitenstudie „Public & Private Screens 2019/2020“ im Rahmen einer Nutzungslizenz zur Verfügung.

(2) Das DMI wird diese Studiendaten und Datensätze in unregelmäßigen Abständen aktualisieren und die aktualisierten Studiendaten und Datensätze dem Nutzer zur Verfügung stellen. Mit Zugang von aktualisierten Studiendaten und Datensätzen erlischt das Nutzungsrecht an den zuvor zur Verfügung gestellten Studiendaten und 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 Studiendaten & Datensätzen

Die Studiendaten und 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 Studiendaten und Datensätze erfolgt durch Einräumung einer Nutzungslizenz für den Nutzer gegen Zahlung einer Lizenzgebühr. Während der Laufzeit des Vertrags darf der Nutzer die Studiendaten und Datensätze im Rahmen der in diesem Vertrag spezifizierten Bedingungen nutzen.

(2) Der Vertragsschluss über die Nutzung 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 Studiendaten und 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 Studiendaten und 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 beigefügt.

## § 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. Die Studiendaten können demgegenüber vervielfältigt, verbreitet, weitergegeben und öffentlich zugänglich gemacht werden. Eine Veränderung der Studiendaten durch den Nutzer ist jedoch unzulässig.

(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 sowie die Veröffentlichung in Form von Mediadaten oder Online-Kalkulatoren. Jede darüber hinaus gehende kommerzielle Nutzung der Datensätze, gleichgültig in welcher Form, ist vorbehaltlich ausdrücklicher abweichender schriftlicher Vereinbarung unzulässig. Unzulässig ist insbesondere der Verkauf der Datensätze oder die Zusammenstellung eines öffentlich zugänglichen kommerziellen Datenangebotes auf Basis der Datensätze, aus welchem die Datensätze rekonstruiert werden können. Unzulässig ist auch die Nutzung der Datensätze für jegliche Art automatisierter Aussteuerung von Werbemitteln („Ad-serving“) 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 2019/2020“ anzugeben.
- (4) Die Nutzer sind verpflichtet, die in den zur Verfügung gestellten Daten enthaltenen Daten der „Public & Private Screens 2019/2020“ 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 Datensätze 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 Studiendaten und Datensätze ergeben sich aus der jeweils aktuellen Preisliste bzw. dem Leistungsverzeichnis des DMI, die auch online zur Verfügung stehen bzw. aus individuell für den Nutzer erstellten Angeboten. Das DMI berechnet dem Nutzer die in diesen Preislisten bzw. Angeboten angegebene Lizenzgebühr 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 Einstehen für Pflichtverletzungen

- (1) Das DMI stellt Studiendaten und Datensätze auf Basis der Ergebnisse der vom DMI beauftragten Reichweitenstudie „Public & Private Screens 2019/2020“ 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 Studiendaten und 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 Studiendaten und Datensätze 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.

### **§ 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 Studiendaten und 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.

### **§ 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.

# Nutzungsbedingungen für die Online-Datenbank DOOHRY

Stand: 21.12.2016

Diese Nutzungsbedingungen gelten für die Nutzung der vom Digital Media Institute (im Folgenden: „DMI“) und seinen Erfüllungsgehilfen (insbesondere Entwickler der Datenbank: Fa. Select It, Von Werth Str. 6, Köln) bereitgestellten Datenbankdienste. Diese Nutzungsbedingungen gelten ausschließlich, d.h. es wird vorsorglich etwaigen Nutzungsbedingungen / AGB des Nutzers und/oder Gegenbestätigungen ausdrücklich widersprochen.

Die Datenbank wird von Anbietern von Digital Out of Home Werbeflächen (Eigentümer von Medien und Vermarkter, im Folgenden: „Anbieter“) wie auch von den Käufern von Digital Out of Home Werbeflächen (insbesondere: Mediaagenturen, Werbungtreibende, Webshops, Elektronische Marktplätze bzw. Handelsplattformen, im Folgenden: „Abnehmer“) genutzt.

Den Abnehmern werden die Datenbankdienste im Rahmen von drei unterschiedlichen Lizenzmodellen angeboten:

Im Lizenzmodell „Testzugang“ sind die angebotenen Datenbankdienste nur Testzwecke bestimmt. Die kommerzielle Nutzung - auch für interne Recherche und Kampagnenplanung für Digital Out of Home Werbeflächen sowie darauf basierender Angebotserstellung für die Kunden des Abnehmers - ist ausgeschlossen.

Im Lizenzmodell „Standard“ sind die angebotenen Datenbankdienste nur für den Eigenbedarf des Abnehmers, d.h. die interne Recherche und Kampagnenplanung für Digital Out of Home Werbeflächen sowie darauf basierender Angebotserstellung für die Kunden des Abnehmers bestimmt.

Im Lizenzmodell „Programmatic“ können die Datenbankdienste auch für die Zusammenstellung eines eigenen öffentlich zugänglichen Informationsangebotes genutzt werden, welches auf den Inhalten der Datenbank „DOOHRY DB“ basiert. Im Lizenzmodell „Programmatic“ können die Datenbankdienste auch für die automatisierte 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) genutzt werden.

## § 1 Vertragsgegenstand

(1) Das DMI stellt dem Nutzer den Zugriff auf seine öffentlich zugängliche Datenbank „DOOHRY DB“ über das Internet oder andere Netze zur Verfügung. Beschreibungen der Datenbank stellt das DMI online zum Abruf zur Verfügung. Änderungen im Datenbankangebot und bei den Suchmöglichkeiten innerhalb einer Datenbank bleiben vorbehalten. Die Nutzer werden darüber rechtzeitig informiert.

(2) Die Datenbank „DOOHRY DB“ enthält Stammdaten zu Digital Out of Home Werbeträgern, welche von den Abnehmern z.B. für die Planung von Kampagnen genutzt werden. Die Daten werden von den Anbietern selbstständig in die Datenbank eingepflegt. Das DMI stellt mit der Datenbank „DOOHRY DB“ die technische Plattform für den Austausch der Daten zur Verfügung.

(3) Mit der Nutzung der Datenbank „DOOHRY DB“ verpflichtet sich der Anbieter, die Daten für seine Digital Out of Home Werbeträger korrekt in die Datenbank einzutragen und jegliche Falschangaben zu unterlassen. Der Anbieter wird nur solche Digital Out of Home Werbeträger in die Datenbank „DOOHRY DB“ eintragen und als aktiv markieren, welche installiert und in Betrieb und für Werbebuchungen verfügbar sind. Dies bedeutet, dass Werbeträger, welche (temporär) abgebaut oder noch nicht aufgebaut als inaktiv zu markieren sind; dies gilt nicht für Werbeträger, welche zeitweilig ausgebucht sind.

(4) Der Anbieter stellt Daten zu den von ihm angebotenen Digital Out of Home Werbeflächen in der Datenbank „DOOHRY DB“ zur Nutzung durch die Abnehmer zur Verfügung. Das DMI verwaltet diese Daten treuhänderisch für die teilnehmenden Anbieter. Das DMI darf die Nutzungsrechte an den Daten in dem Umfang weitergeben, wie sie ihm von den Anbietern eingeräumt werden. Dies kann bedeuten, dass einzelne Anbieter ihre jeweiligen Daten nur einem eingeschränkten Kreis von Abnehmern zur Verfügung stellen wollen. Der Anbieter überträgt dem DMI nur für diesen eingeschränkten Kreis von Abnehmern die Nutzungsrechte an den von ihm in die Standortdatenbank „DOOHRY DB“ eingestellten Daten. Wenn ein Anbieter einzelne Abnehmer für die von ihm zur Verfügung gestellten Daten nachträglich sperrt oder einzelne Daten aus der Datenbank „DOOHRY DB“ entfernt, so erlischt das Nutzungsrecht des DMI wie auch des jeweiligen Abnehmers an diesen Daten. Der durch den Anbieter freigegebene Abnehmerkreis lässt sich in der Datenbank „DOOHRY DB“ durch den Anbieter selbst festlegen. Der Anbieter trägt daher selbst die Verantwortung für die erstmalige Festlegung und die regelmäßige Überprüfung des für seine Daten freigegebenen Abnehmerkreises.

(5) Erlischt das Nutzungsrecht an einzelnen oder allen Daten, die zuvor in der Datenbank „DOOHRY DB“ zur Verfügung gestellt wurden, so sind sowohl das DMI als auch die Abnehmer verpflichtet, eventuell vorhandene temporäre Kopien dieser Daten im Sinne von § 5 Abs. 2 unverzüglich zu löschen und die Nutzung dieser Daten unverzüglich einzustellen.

(6) Voraussehbare Unterbrechungen seines Datenbankbetriebs gibt das DMI rechtzeitig bekannt.

## **§ 2 Zugriffsberechtigung**

Zum Nachweis seiner Zugriffsberechtigung erhält der Nutzer eine Nutzerkennung und ein geheimzuhaltendes, nicht selbst abänderbares Passwort. Für den Schutz seiner Zugriffsberechtigung trägt der Nutzer für seinen Systembereich selbst Sorge. Dies gilt auch für die von ihm genutzten Übertragungsleitungen Dritter.

## **§ 3 Rechte an der Datenbank**

Die Datenbank, auf die das DMI dem Nutzer Zugriff gewährt, ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte bleiben dem DMI vorbehalten. Der Nutzer erwirbt eine Nutzungsberechtigung nur in dem in § 5 bestimmten Umfang.

## **§ 4 Vertragsschluss**

(1) Die kostenpflichtige Nutzung der Datenbank erfolgt durch Einräumung einer Zugriffsberechtigung für den Nutzer gegen Zahlung einer regelmäßigen Lizenzgebühr. Während der Laufzeit der Lizenz ist dem Nutzer die Nutzung der Datenbankdienste im Rahmen des jeweils vereinbarten Lizenzmodells jederzeit möglich.

(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 Online-Maske auf der Internetseite des DMI oder über das erstmalige Login mittels Nutzerkennung.

(3) Bestellt der Nutzer die Nutzung der Datenbank, d.h. die Lizenz über die Internetseite oder mittels des Antragsformulars des DMI, erfolgt der Vertragsschluss, wenn dem Nutzer die Bestätigung über die Einrichtung der lizenzierten Dienstleistung(en) und/oder die Nutzerkennung zur Datenbank von DMI übermittelt wird. Die Übermittlung erfolgt spätestens binnen 5 Werktagen nach Abgabe der Bestellung in Textform (z.B. Brief, Fax, E-Mail). Die elektronische Bestätigung, die der Lizenznehmer 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 beigefügt.

## § 5 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 Datenbank 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 (z.B. im Rahmen des Lizenzmodells „Programmatic“) gestattet. Der Nutzer wird sicherstellen, dass weder Dritte, noch Mitarbeiter oder Vertragspartner des Nutzers gegen das Verbot verstoßen.

(2) Der Abnehmer darf die aus den Datenbank abgerufenen Ergebnisse nur für Zwecke seiner aktuellen Recherchen, Kampagnenplanungen und Angebotserstellungen verwenden. Weitergehende Nutzungen sind ausschließlich im Rahmen des Lizenzmodells „Programmatic“ zulässig. Eine vorübergehende Speicherung oder die vorübergehende Überführung in eine eigene Datenbank des Abnehmers ist im Lizenzmodell „Standard“ zulässig, im Lizenzmodell „Programmatic“ und „Testzugang“ unzulässig.

(3) Für den Fall, dass das DMI oder ein Anbieter Daten aus der Datenbank „DOOHRY DB“ entfernen oder für die Nutzung durch einen oder alle Abnehmer sperren, so erlischt das Nutzungsrecht des betroffenen Abnehmerkreises an diesen Daten. Der Abnehmer verpflichtet sich, die Nutzung der aus der Datenbank „DOOHRY DB“ entfernten oder gesperrten Daten in diesem Fall unverzüglich einzustellen und eventuell vorübergehend gespeicherte Daten unverzüglich zu löschen. Dazu trifft der Abnehmer technische Vorkehrungen, die es ihm erlauben, die aus der Datenbank „DOOHRY DB“ entfernten Daten in dem von ihm vorübergehend gespeicherten Datenbestand zu identifizieren und daraus zu entfernen. Dies kann z.B. eine regelmäßige tägliche oder wöchentliche Synchronisierung des vorübergehend gespeicherten Datenbestandes mit der Datenbank „DOOHRY DB“ sein oder ein regelmäßiges tägliches oder wöchentliches Überschreiben des vorübergehend gespeicherten Datenbestandes mit den aktuellen Inhalten der Datenbank „DOOHRY DB“.

(4) Im Rahmen des Lizenzmodells „Testzugang“ sind die angebotenen Datenbankdienste ausschließlich für Testzwecke bestimmt. Eine Recherche für Kunden des Abnehmers und Kampagnenplanung für Digital Out of Home Werbeflächen sowie darauf basierende Angebotserstellung für die Kunden des Abnehmers sind ausgeschlossen. Ebenso ist jede darüber hinaus gehende kommerzielle Nutzung der Dienste, gleichgültig in welcher Form, unzulässig. Unzulässig ist insbesondere der Verkauf der Daten oder die Zusammenstellung eines eigenen öffentlich zugänglichen Informationsangebotes, welches auf den Inhalten der Datenbank „DOOHRY DB“ basiert. Unzulässig ist auch die Nutzung der Datenbank „DOOHRY DB“ 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).

(5) Im Rahmen des Lizenzmodells „Standard“ sind die angebotenen Datenbankdienste sind nur für den Eigenbedarf des Abnehmers, d.h. die interne Recherche und Kampagnenplanung für Digital Out of Home Werbeflächen sowie darauf basierende Angebotserstellung für die Kunden des Abnehmers bestimmt. 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 Datenbank „DOOHRY DB“ basiert. Unzulässig ist auch die Nutzung der Datenbank „DOOHRY DB“ 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).

(6) Im Rahmen des Lizenzmodells „Programmatic“ ist die Nutzung der Datenbank „DOOHRY DB“ für die Zusammenstellung eines eigenen öffentlich zugänglichen Informationsangebotes des Anbieters sowie die automatisierte 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) möglich.

(7) Im Rahmen des Lizenzmodells „Testzugang“ darf der Abnehmer keine Vervielfältigungen der Datenbestände vornehmen.

(8) Im Rahmen des Lizenzmodells „Standard“ darf der Abnehmer Vervielfältigungen von kleinen Teilen der Datenbestände vornehmen zum eigenen Gebrauch, soweit die Vervielfältigung zu diesem Zweck geboten ist. 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-gewerblicher Aus- und Weiterbildung erlaubt; die Quelle ist in diesem Fall deutlich anzugeben.

(9) Im Rahmen des Lizenzmodells „Programmatic“ darf der Abnehmer Vervielfältigungen der Datenbestände vornehmen, soweit die Vervielfältigung zu diesem Zweck geboten ist. Dies kann z.B. die Ausgestaltung eigener öffentlicher Informationsangebote, Webshops oder elektronischer Marktplätze betreffen; die Quelle ist in diesem Fall deutlich anzugeben. Ferner ist eine Vervielfältigung zum eigenen Gebrauch in Schulungen und für die nichtgewerblicher Aus- und Weiterbildung erlaubt; die Quelle ist in diesem Fall deutlich anzugeben.

## § 6 Abrechnung

(1) Die Tarife für die Nutzung der Datenbank ergeben sich aus der jeweils aktuellen Preisliste bzw. dem Leistungsverzeichnis des DMI, die auch online zur Verfügung steht. Das DMI berechnet dem Nutzer monatlich 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) Kommt der Nutzer mit dem Ausgleich zweier aufeinander folgenden Abrechnungsperioden in Verzug, ist das DMI berechtigt, den Zugriff des Nutzers auf die Datenbank bis zum vollständigen Ausgleich der Rechnungen zu sperren.

## § 7 Einstehen für Pflichtverletzungen

(1) Das DMI stellt dem Markt eine technische Plattform zur Verfügung, welche von den Anbietern mit Daten befüllt wird, welche wiederum von den Abnehmern für die in § 1 und § 5 beschriebenen Zwecke verwendet werden können. Für die Vollständigkeit und Richtigkeit der Daten hat der jeweilige Anbieter Sorge zu tragen. Das DMI wird regelmäßige stichprobenartige Überprüfungen der Datenbestände vornehmen und die Anbieter dazu anhalten, die Aktualität und Richtigkeit der Daten sicherzustellen, übernimmt jedoch keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität der von den Anbietern zur Verfügung gestellten Daten. Eine diesbezügliche Haftung des DMI gegenüber den Abnehmern ist insofern ausgeschlossen.

(2) Das DMI verpflichtet die Abnehmer, die von den Anbietern zur Verfügung gestellten Daten nur für die in §1 und § 5 beschriebenen vertragskonformen Zwecke zu verwenden. Weiterhin verpflichtet das DMI die Abnehmer, Datenbestände unverzüglich zu löschen, sobald das Nutzungsrecht für diese Datenbestände erlischt. Das DMI wird die Einhaltung dieser Verpflichtungen durch die Abnehmer - sofern dies technisch und rechtlich möglich ist - stichprobenartig überprüfen.

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

(4) Das DMI und seine Erfüllungsgehilfen haften nicht für technische Störungen, die ihre Ursache nicht in ihrem Verantwortungsbereich haben, ferner nicht für Schäden, die auf höherer Gewalt beruhen. Gleiches gilt für etwaige Schäden, die sich aus der fehlerhaften Weiterverarbeitung der abgerufenen Informationen durch den Nutzer oder die missbräuchliche Verwendung seiner

Nutzerkennung durch Dritte oder aus der Fehlfunktion der vom Nutzer genutzten Telekommunikationseinrichtung ergeben.

(5) Im Übrigen haften das DMI und seine Erfüllungsgehilfen nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit begrenzt auf den vorhersehbaren Schaden. Weitere Schadensersatzansprüche sind ausgeschlossen.

### **§ 8 Vertragsverletzung**

(1) Bei einem Verstoß des Nutzers gegen die Bestimmungen des § 5 dieser Nutzungsbedingungen oder gegen gesetzliche Urheberrechtsregelungen ist das DMI berechtigt, den Zugriff auf die Datenbank fristlos zu sperren. Gleiches gilt in Fällen des § 6 Absatz (3).

(2) Bei einem Verstoß des Anbieters gegen die Bestimmungen des § 1 Absatz (3) dieser Nutzungsbedingungen - insbesondere bei wiederholtem Eintragen offensichtlich falscher Standortdaten oder nicht existierender Werbeträger seitens des Anbieters - ist das DMI berechtigt, den Zugriff auf die Datenbank fristlos zu sperren.

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

### **§ 9 Datenschutz und Vertraulichkeit**

(1) Der Abnehmer der Daten verpflichtet sich, alle in der Datenbank zur Verfügung gestellten Daten und Funktionalitäten unbefristet streng vertraulich zu behandeln, nur im Rahmen der Vertragsbeziehung zu nutzen, und sie - soweit nicht zur Erreichung des Einzelvertragszwecks geboten - weder aufzuzeichnen noch weiterzugeben noch zu verwerten. Insbesondere wird er Informationen über diese Daten und Funktionalitäten weder schriftlich noch mündlich veröffentlichen. Diese Verpflichtung besteht auch für seine Erfüllungsgehilfen.

(2) Ohne vorherige schriftliche Zustimmung des DMI darf der Abnehmer keine Informationen über Daten und Funktionalitäten 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 Abnehmer hat - soweit dies möglich gewesen ist - das DMI sofort schriftlich über eine derartige Verpflichtung informiert.

(3) Der Nutzer der Datenbank wird gemäß § 33 Absatz 1 des Bundesdatenschutzgesetzes darauf hingewiesen, dass seine Daten im Rahmen der Zweckbestimmung dieses Vertrags gespeichert und verarbeitet werden.

(4) Rechercheaufträge und Nutzungsprofile des Nutzers werden vom DMI vertraulich behandelt.

### **§ 10 Vertragsdauer und Beendigung**

(1) Dieser Vertrag wird auf unbestimmte Zeit geschlossen. Er tritt mit Bestätigung des Online-Antrags und Erteilung der Zugriffsberechtigung durch Vergabe der Nutzerkennung in Kraft.

(2) Der auf unbestimmte Zeit geschlossene Vertrag kann jeweils zum Ende eines Kalenderquartals mit einer Kündigungsfrist von sechs Wochen schriftlich oder per E Mail gekündigt werden. Die Zugriffsberechtigung des Nutzers wird zum Kündigungszeitpunkt gelöscht.

(3) Wird eine Nutzerkennung ein Jahr nicht genutzt, so kann das DMI diese ohne weitere Nachricht sperren oder löschen.

### **§ 11 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.

## § 12 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.

## § 13 Schlussbestimmungen

(1) Für das Rechtsverhältnis zwischen dem Nutzer und dem DMI gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland.

(2) Für alle Rechtsstreitigkeiten aus diesem Vertrag wird 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.