

Bestellformular

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

- Wir bestellen eine Lizenz zur Nutzung der „Public & Private Screens 2019/2020“ Studie im Rahmen des Lizenzmodells „Standard“:
- Level I: Leistungswerte & Demografie / Basispaket ²⁾
 - Level II: Leistungswerte & Demografie / Komplettpaket ³⁾
 - Level III: wie Level II plus Entscheiderpaket ⁴⁾
 - Level IV: wie Level II plus Mediennutzung & Interessen ⁵⁾
 - Level V: Komplettpaket (Level II, III, IV)
- Wir bestellen eine Lizenz zur Nutzung der „Public & Private Screens 2019/2020“ Studie im Rahmen des Lizenzmodells „Programmatic“:
- Lizenzmodell „Testzugang“ (14 Tage kostenfreier Testzugang)
 - Level I: Leistungswerte & Demografie / Basispaket ²⁾
 - Level II: Leistungswerte & Demografie / Komplettpaket ³⁾
 - Level III: wie Level II plus Entscheiderpaket ⁴⁾
 - Level IV: wie Level II plus Mediennutzung & Interessen ⁵⁾
 - Level V: Komplettpaket (Level II, III, IV)

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 2019/2020“

Stand: 23.06.2019

	Lizenzpreis Studiendateien ¹⁾ pro Jahr im Lizenzmodell "Standard"	Rabattierter Lizenzpreis Studiendateien ¹⁾ für DMI Teilnehmer pro Jahr im Lizenzmodell "Standard"	Daten-TKP ⁶⁾ im Lizenzmodell "Programmatic"
Basislevel Public & Private Screens 2019/2020 auf MDS	kostenfrei	kostenfrei	
Level I Repräsentativbefragung Leistungswerte & Demografie / Basispaket ²⁾	€ 2.800,00	€ 2.400,00	€ 0,05
Level II Repräsentativbefragung Leistungswerte & Demografie / Komplettpaket ³⁾	€ 3.500,00	€ 3.250,00	€ 0,08
Level III Repräsentativbefragung wie Level II plus: Entscheiderpaket ⁴⁾	€ 6.800,00	€ 6.000,00	€ 0,12
Level IV Repräsentativbefragung wie Level II plus: Mediennutzung & Interessen ⁵⁾	€ 6.000,00	€ 5.600,00	€ 0,10
Level V Repräsentativbefragung Komplettpaket (Level II, III, IV)	€ 7.500,00	€ 7.200,00	€ 0,15

¹⁾ Alle angegebenen Preise gelten zzgl. der gesetzl. MwSt.

²⁾ Werbeträgerkontakte, Werbemittelkontakte (wo vorhanden), Alter, Geschlecht

³⁾ wie Basispaket, plus Schulbildung, Berufstätigkeit, Stellung im Beruf, haushaltsführend, Personen im Haushalt, Kinder im Haushalt, Alter der Kinder, Haushaltsnettoeinkommen

⁴⁾ wie Komplettpaket, plus Leitungsfunktion im Unternehmen, Entscheidung über Etat & Budget / Finanzierung / Einkauf / Personal, Anzahl Mitarbeiter im Unternehmen

⁵⁾ Häufigkeit TV-Nutzung, Häufigkeit Nutzung mobiles Internet, Nutzungsorte mobiles Internet, Nutzungsarten/Anwendungen mobiles Internet, aktivierte Funktionen auf dem Smartphone, Themeninteressen

⁶⁾ Preis pro 1.000 Zugriffe auf die Datenbank im Lizenzmodell "Programmatic" mit jeweils einer Screen-ID je Zugriff

Nutzungsbedingungen

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

Stand: 23.06.2019

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) und Technologieanbieter (DMP1 GmbH, Wallstraße 10, 40213 Düsseldorf) - bereitgestellten Studiendateien, Datensätze bzw. Datenbankdienste 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 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: „DOOH-Anbieter“ oder „Anbieter“) in Deutschland. Die Datensätze enthalten Daten ausschließlich zu DOOH-Angeboten, die von Ihren jeweiligen DOOH-Anbietern zur Veröffentlichung, speziell zu Zwecken der Mediaplanung oder des Programmatic Advertising freigegeben wurden. DOOH-Anbieter bzw. DOOH Angebote, die von den DOOH-Anbietern nicht zur Veröffentlichung freigegeben wurden, werden in den Datensätzen nicht ausgewiesen. Das DMI übernimmt insofern keine Gewährleistung für die vollständige Abbildung aller im Markt vorhandenen DOOH Werbeträger in den Datensätzen.

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

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

Im Lizenzmodell „Programmatic“ können die Datensätze im Rahmen von Datenbankdiensten auch für die Zusammenstellung eines eigenen öffentlich zugänglichen Informationsangebotes genutzt werden. Im Lizenzmodell „Programmatic“ können die Datenbankdienste auch für die automatisierte Aussteuerung von Werbemitteln („Adserving“) oder den automatisierten Einkauf oder Verkauf von Werbeflächen („Programmatic Buying“) sowie für öffentlich zugängliche Einkaufs- oder Verkaufsplattformen (Websites, Webshops, elektronische Marktplätze oder Buchungstools) genutzt werden.

§ 1 Vertragsgegenstand

(1) Im Lizenzmodell „Standard“ stellt das DMI dem Nutzer Datensätze mit den Ergebnissen der vom DMI beauftragten Reichweitenstudie „Public & Private Screens 2019/2020“ im Rahmen einer Nutzungslizenz zur Verfügung.

(2) Im Lizenzmodell „Programmatic“ stellt das DMI dem Nutzer den Zugriff auf die Datensätze über Datenbanken über das Internet oder andere Netze zur Verfügung. Beschreibungen der Datenbanken 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.

(3) Das DMI wird die 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.

(4) Erlischt das Nutzungsrecht an einem Datensatz, so ist der Nutzer verpflichtet, diesen sowie eventuell vorhandene temporäre Kopien der Daten im Sinne von § 5 Abs. 12 unverzüglich zu löschen und die Nutzung dieser Datensätze unverzüglich einzustellen.

§ 2 Rechte an den Datensätzen bzw. Datenbanken

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 § 5 bestimmten Umfang.

§ 3 Vertragsschluss

(1) Die kostenpflichtige Nutzung der Datensätze erfolgt durch Einräumung einer Nutzungslizenz für den Nutzer gegen Zahlung einer regelmäßigen Lizenzgebühr. Während der Laufzeit des Vertrags darf der Nutzer die 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 oder über das erstmalige Login in einen Datenbankdienst zum Zugriff auf die Datensätze mittels Nutzerkennung.

(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 bzw. über die Einrichtung der lizenzierten Dienstleistung(en) und/oder die Nutzerkennung zum Datenbankdienst vom DMI oder seinen Erfüllungsgehilfen übermittelt werden. Die Übermittlung erfolgt i.d.R. binnen 5 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 Zugriffsberechtigung

Zum Nachweis seiner Zugriffsberechtigung im Rahmen des Lizenzmodells „Programmatic“ 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.

§ 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 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 (z.B. im Rahmen des Lizenzmodells „Programmatic“) 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 das Verbot verstoßen.

(2) Der Nutzer darf die Datensätze im Lizenzmodell „Standard“ 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 Nutzers ist im Lizenzmodell „Standard“ zulässig, im Lizenzmodell „Programmatic“ und „Testzugang“ unzulässig.

(3) Im Rahmen des Lizenzmodells „Testzugang“ sind die angebotenen Datenbankdienste ausschließlich für Testzwecke bestimmt. Eine Recherche und Kampagnenplanung für Digital Out of Home Werbeflächen für eigene Zwecke sowie darauf basierende Angebotserstellung für z.B. die Kunden des Nutzers 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 Datensätzen basiert. Unzulässig ist auch die Nutzung der zu Testzwecken freigeschalteten Datenbankdienste für jegliche Art automatisierter Aussteuerung von Werbemitteln („Adserving“) oder den automatisierten Einkauf oder Verkauf von Werbeflächen („Programmatic Buying“) sowie für öffentlich zugängliche Einkaufs- oder Verkaufsplattformen (Websites, Webshops, elektronische Marktplätze oder Buchungstools).

(4) Im Rahmen des Lizenzmodells „Standard“ sind die Datensätze 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 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 Buying“) 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.

(5) Im Rahmen des Lizenzmodells „Programmatic“ ist die Nutzung der Datensätze über dafür vorgesehene Datenbankdienste 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 Buying“) sowie für öffentlich zugängliche Einkaufs- oder Verkaufsplattformen (Websites, Webshops, elektronische Marktplätze oder Buchungstools) möglich.

(6) Im Rahmen des Lizenzmodells „Testzugang“ und „Programmatic“ darf der Nutzer keine Vervielfältigungen der Datenbestände vornehmen.

(7) Im Rahmen des Lizenzmodells „Standard“ darf der Nutzer 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.

(8) Die Nutzer sind verpflichtet, bei allen auf den zur Verfügung gestellten Daten basierenden Auswertungen als Quelle „Public & Private Screens 2019/2020“ anzugeben.

(9) Die Nutzer sind verpflichtet, die in den zur Verfügung gestellten Datensätzen 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.

(10) 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.

(11) 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.

(12) Der Nutzer verpflichtet sich, die Nutzung eines Datensatzes, für welchen das Nutzungsrecht erloschen ist, 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 einem aktualisierten Datensatz, für welchen ein Nutzungsrecht besteht, sein.

§ 6 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 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.

§ 7 Entstehen für Pflichtverletzungen

(1) Das DMI stellt 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 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) Das DMI haftet nicht für technische Störungen von Datenbankdiensten, die ihre Ursache nicht in seinem 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.

(4) Im Übrigen haftet das DMI 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, die eingeräumte Nutzungslizenz fristlos zu widerrufen. Gleiches gilt in Fällen des § 6 Absatz (3).

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

§ 9 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. § 5 geboten - weder schriftlich noch mündlich veröffentlichen. Diese Verpflichtung besteht auch für seine Erfüllungsgehilfen.

§ 10 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.

§ 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 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.