

Nutzungsbedingungen

für die Studiendateien zur Studie „Public & Private Screens“

Stand: 29.07.2020

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 Auslieferung über DMP1 GmbH, Wallstr. 10, 40213 Düsseldorf) bereitgestellten Daten zur Studie „Public & Private Screens“ (im Folgenden: „**Studiendaten**“ bzw. „**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. Bei den „Datensätzen“ handelt es sich um detaillierte Tabellen mit nach Medien, Zeitschienen und Zielgruppen zusammengefassten Leistungswerten (Werbeträger- und ggfs. Werbemittelkontakte) z.B. im Excel- oder CSV-Format und/oder um über eine Data Management Plattform („**DMP**“) über entsprechende Schnittstellen ausgelieferte, regelmäßig aktualisierte Leistungswerte und Zielgruppenstrukturen.

Die Studiendaten und Datensätze können von Anbietern (DOOH Anbietern bzw. Publishern) 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 sowie Kampagnenabwicklung 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“ im Rahmen einer Nutzungslizenz zur Verfügung.

(2) Das DMI wird diese Studiendaten und Datensätze in - mit den Nutzern abgestimmten - regelmäßigen Abständen aktualisieren und die aktualisierten Studiendaten und Datensätze dem Nutzer über eine DMP zur Verfügung stellen. Die aktualisierten Studiendaten und Datensätze enthalten sowohl aktuelle neue Daten als auch historische Daten zu DOOH Werbeflächen. Mit Auslieferung von aktualisierten Studiendaten und Datensätzen erlischt das Nutzungsrecht an den zuvor zur Verfügung gestellten Studiendaten und Datensätzen. Dies gilt nicht für nur inkrementelle Aktualisierungen.

(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 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. 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 kommerzielle Nutzung der Datensätze, d.h. z.B. der Verkauf der Daten. Unzulässig ist weiterhin die Nutzung der Daten 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). Sollen die Datensätze für die vorgenannten Zwecke genutzt werden, so ist für die Auslieferung der Daten die DMP1 (siehe oben: Einleitung) zu nutzen und Möglichkeiten der Qualitätssicherung für das DMI vorzusehen (diese sind mit dem DMI und der DMP1 GmbH abzustimmen). Dieses Vorgehen dient der Qualitätssicherung der ausgelieferten Daten durch das DMI und damit der Qualitätssicherung des gesamten Studien- und Datenkonzeptes.

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) oder Echtzeitdaten (z.B. aus Trackingtechnologien).

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

(4) Die Nutzer sind verpflichtet, die zur Verfügung gestellten Daten der „Public & Private Screens“ Studie und die Bezeichnungen für die Daten nicht zu verändern. Diese Regelung stellt sicher, dass gleiche Zähl- bzw. Planungsvorgaben stets zu gleichen Resultaten führen.

(5) Um Zählwünschen (z.B. mit Hilfe von Mediaplanungstools wie MDS) 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 in - mit den Nutzern abgestimmten - regelmäßigen Abständen 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. Diese Regelung gilt nicht für nur inkrementelle Aktualisierungen (z.B. Auslieferung aktueller Monatsdaten).

§ 5 Abrechnung

(1) Die Tarife/Preise für die Nutzung der Studiendaten und Datensätze ergeben sich entweder aus der jeweils aktuellen Preisliste oder dem Leistungsverzeichnis des DMI oder aus kunden- bzw. nutzerindividuellen Angeboten und Aufträgen. Das DMI berechnet dem Nutzer die in diesen Preislisten bzw. Angeboten angegebene Lizenzgebühr zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

(2) Die Lizenzkosten werden vom DMI jeweils monatlich am Ende eines Monats in Rechnung gestellt. 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 Studiendaten und Datensätze auf Basis der Ergebnisse der vom DMI beauftragten Reichweitenstudie „Public & Private Screens“ zur Verfügung. Diese Studie wird von externen Dienstleistern angefertigt und ausgeliefert 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 Vertrag kann erstmalig ab dem dritten Vertragsjahr 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 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.