

IBM Marketing Cloud

Diese Servicebeschreibung bezieht sich auf den Cloud-Service, den IBM für den Kunden bereitstellt. Als Kunde werden das Unternehmen, seine berechtigten Benutzer und die Empfänger des Cloud-Service bezeichnet. Das maßgebliche Angebot und der Berechtigungsnachweis ((Proof of Entitlement = PoE) werden als separate Auftragsdokumente zur Verfügung gestellt.

1. Cloud-Service

IBM Marketing Cloud ist eine cloudbasierte digitale Marketing-Plattform, die Kundendaten, analytische Erkenntnisse und die Automatisierung relevanter kanalübergreifender Interaktionen integriert. IBM Marketing Cloud enthält die folgenden lösungsbasierten Pakete und Services, die auf die Bedürfnisse der Marketing-Fachleute zugeschnitten sind, um den Einkaufsprozess zu vereinfachen:

- IBM Marketing Cloud Standard – Hilft Marketing-Fachleuten, das Kundenverhalten besser zu verstehen und personalisierte Interaktionen mit höhere Konversionsraten zu erzielen.
- IBM Marketing Cloud B2B Standard – Unterstützt Marketing-Fachleute bei der Erfassung, Qualifizierung und Pflege ihrer Leads, um Marketing und Vertrieb besser abzustimmen und auf diese Weise Umsatzsteigerungen zu erzielen.
- IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning – Unterstützt Marketing-Fachleute bei der Budgetierung und Planung unter Verwendung einer Anwendung, die Marketing-, Customer-Relationship-Management- und Finanzdaten miteinander verknüpft.

1.1 IBM Marketing Cloud Standard

Eine IBM Marketing Cloud Standard-Subscription bietet folgende Funktionen:

- Marketing-Datenbank: Erfassung umfangreicher Kundendaten in einer einzigen Quelle und Nutzung dieser Daten für automatisierte Werbekampagnen und individuell gestaltete Kommunikation.
- Segmentierung: Verwendung von Verhaltens-, Profil- und Präferenzdaten sowie weiterer Angaben zur Ermittlung und Eingrenzung der Zielgruppe. Optional können diese Segmentierungsabfragen in eigene Marketing-Strategien integriert werden, um hoch attraktive, personalisierte Inhalte für die Zielgruppe bereitzustellen.
- Content-Builder: Ein intuitiver, webbasierter Editor für die Erstellung und Bearbeitung von Inhalten in der Anwendung mit Point-and-click-Zugriff auf Funktionen, wie Link-Tracking, kundenspezifische Gestaltung, dynamische Inhalte und vieles mehr.
- Dynamische Inhalte: Erstellung relevanter und kundenspezifischer Botschaften über eine intuitive Point-and-click-Schnittstelle direkt im Hauptteil der Botschaft.
- A/B-Tests: Senden von Test-E-Mails zum Testen der Betreffzeile, des Sendernamens oder der Inhaltselemente; Herausfinden, welches Element die besten Reaktionen hervorruft, und Senden der E-Mails, mit denen die besten Ergebnisse erzielt werden, an die Kontakte.
- E-Mail: Erstellen und Senden von E-Mails mit relevanten und ansprechenden Inhalten.
- Mobile Push: Zustellung personalisierter Nachrichten durch Kombinieren von Mobile-App-Daten mit informativen Kundenprofilen.
- Social Share: Das Teilen von E-Mail-Marketing-Botschaften über die Sites sozialer Netzwerke und die Erstellung detaillierter Berichtsergebnisse.
- Landing-Page: Point-and-click-Zugriff für die Erstellung kampagnenspezifischer Seiten und kundenspezifischer Webformulare.
- Verhaltensanalysen: Bearbeitung von Mailing-Ergebnissen zur Ermittlung von Trends und Zielkundensegmenten; Definieren von Kundensegmenten und Auswahl von Metriken zur Erstellung von Kreuztabellen- und Tabellenberichten; anschließende Bearbeitung der Berichte durch Hinzufügen oder Entfernen von Feldern, Ändern der Metriken sowie Sortieren und Anordnen von Spalten.
- Kampagnenberichte: Erstellung aggregierter und detaillierter Berichtsinformationen über die an die Kunden gesendeten E-Mails. Zu den Berichtsmetriken gehören das Öffnen von Mails, Konversionen, Rich Media, Weiterleitungen und Clickstream-Datenzugriff.

- Email Insights: Ermöglicht Benutzern die Vorschau des Look-and-feel von Mailings über mehrere verschiedene E-Mail-Clients sowie das Tracking der verwendeten E-Mail-Clients durch Mailing-Listen, um die E-Mail-Programme abhängig von den bestimmten Geräten und E-Mail-Clients, die von den Kunden genutzt werden, zu optimieren. Die Subscription beinhaltet 200.000 E-Mail-Aufrufe. Ein 'E-Mail-Aufruf' (email open) wird jedes Mal registriert, wenn ein E-Mail-Empfänger eine E-Mail vom Kunden erhält und diese öffnet. Die Subscription beinhaltet 50 E-Mail-Vorschauen. Eine 'E-Mail-Vorschau' (email preview) wird jedes Mal registriert, wenn der Kunde eine weitere E-Mail-Vorlage für dieses Feature für die Vorschau einreicht. Email Insights enthält von Litmus bereitgestellte IT-Komponenten. Falls der Bedarf des Kunden die Anzahl der mit dem gekauften Paket bereitgestellten E-Mail-Vorschauen oder E-Mail-Aufrufe überschreitet, kann er nachträglich die Anzahl, für die er berechtigt ist, durch den Erwerb von IBM Marketing Cloud Additional Email Insights Opens in Einheiten von 100.000 auf Ereignisbasis erweitern.
- IBM Marketing Cloud Orientation: ein grundlegendes Schulungspaket für die IBM Marketing Cloud. Es bietet eine umfassende Beschreibung der Features und Funktionen der Marketing Cloud sowie eine Einführung in das Customer Engagement Model. Das Orientierungspaket gehört zum Lieferumfang der erstmaligen Subscription für die Marketing Cloud und sollte vor dem Beginn des erforderlichen Onboarding-Service durchgearbeitet werden. Bei dem Paket handelt es sich um ein Self-Service-Angebot, das Videos und webbasierte Aufzeichnungen enthält.

Bestandteile der Subscription-Gebühren für dieses Cloud-Service-Angebot sind:

- a. fünf (5) berechnete Benutzer;
- b. zehn (10) aktive Programme;
- c. 250.000 Marketing-Interaktionen, inklusive E-Mail-Nachrichten und Mobile-Push-Nachrichten. Falls zusätzliche Marketing-Interaktionen erforderlich sind, muss der Kunde Berechtigungen für IBM Marketing Cloud Standard Additional Marketing Interactions in Einheiten von 1000 auf Ereignisbasis erwerben; und
- d. 200.000 Email Insights-Aufrufe.

1.2 IBM Marketing Cloud B2B Standard

Eine IBM Marketing Cloud B2B Standard-Subscription bietet folgende Funktionen:

- Alle Features, die Bestandteil des IBM Marketing Cloud Standard-Angebots sind.
- Marketing-Automatisierung.
- Lead-Nurturing: Erstellung von Marketing-Kampagnen mithilfe eines visuellen Kampagnen-Erstellungsprogramms; Senden automatisierter Nachrichten oder Zuweisung zu einem Nurturing-Programm, abhängig vom Verhalten eines Lead oder der von einem Lead ausgeführten bestimmten Aktion.
- Single-Scoring-Modell: Einstufung der Kunden und Interessenten anhand von Kaufkriterien, Demografie und Verhaltensmustern, wie Websitebesuche, Übermittlung von Formularen und Nachrichteninteraktionen, oder anhand von zeitbasierten Komponenten wie Aktualität und Häufigkeit. Abhängig von den Ergebnissen werden den Kunden und Interessenten von Marketing-Automatisierungsfunktionen geeignete Folgeaktionen zugeordnet.
- Progressive Formulare: Reduzierung von Abbruchraten bei Formularen und Erstellung des Kontaktprofils im Laufe der Zeit mithilfe progressiver Webformulare, die jedes Mal, wenn der Kontakt eine Website oder eine Landing-Page besucht, andere Fragen enthalten.
- Digitales Tracking des Benutzerverhaltens: Überwachung der Online-Interaktionen der Kontakte mit dem Kunden, beispielsweise mit Zählern, über Live-Chats, Social Buttons und weitere Möglichkeiten. Anhand der aufgezeichneten Verhaltensweisen werden die Kontakte anschließend in ein Marketing-Programm oder in ein verhaltensbasiertes Scoring-Modell eingestuft.
- Integration des Customer Relationship Management (CRM): Integration mit CRM-Systemen anderer Anbieter, wie beispielsweise Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM, NetSuite und Sugar CRM.

Bestandteile der Subscription-Gebühren für dieses Cloud-Service-Angebot sind:

- a. fünf (5) berechnete Benutzer;
- b. zehn (10) aktive Programme;

- c. ein (1) Scoring-Modell;
- d. 50.000 Datenbanksätze und
- e. 200.000 Email Insights-Aufrufe.

1.3 IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning

Marketing Cloud – Budget and Expense Planning, das von Allocadia, einem externen Partner von IBM, unterstützt wird, kann für den Einsatz mit Marketing Cloud Standard, Marketing B2B Standard, IBM Silverpop Engage oder IBM Campaign erworben werden. Eine IBM Marketing Cloud B2B Standard-Subscription bietet folgende Funktionen:

- Planung: Erstellung und gemeinsame Nutzung von Plänen zur Abstimmung einer Unternehmensstrategie sowie zur Vorhersage des Return-on-Investment und der Auswirkungen auf den Umsatz
- Budgetierung: Erstellung und Verwaltung von Budgets in einer beliebigen Währung, ohne umständliche, zusammenhanglose Spreadsheets, die global, regional oder produktspezifisch sein können
- Performance: Visualisierung, Analyse und Optimierung der Ausgaben; intelligentere Entscheidungen in Bezug auf die Verknüpfung von Plänen und Budgets mit CRM sowie Finanz- und Marketing-Daten

Bestandteile der Subscription-Gebühr für dieses Cloud-Service-Angebot sind:

- fünf (5) berechnete Benutzer und
- ein (1) Connector.

IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Additional Users kann erworben werden, wenn der Kunde mehr berechnete Benutzer benötigt, als im Basisservice enthalten sind. IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Additional Connector kann erworben werden, wenn der Kunde zusätzliche Connectors zur Verwendung mit dem Basisservice benötigt.

1.4 Setup-Serviceangebote

- IBM Marketing Cloud Standard Onboarding Services besteht aus einer Kombination aus Bereitstellung und Schulung, die den Benutzern die Konfiguration und den Einsatz der Angebote im Marketing Cloud Standard-Angebot ermöglichen soll. Dieser fern erbrachte Service ist bei der erstmaligen Subscription für die Marketing Cloud verpflichtend. Den Kunden wird ein Onboarding-Berater zugewiesen, der sie durch den Onboarding-Prozess führt, der eine Reihe fern abgehaltener Besprechungen und aufgezeichneter webbasierter Schulungssitzungen umfasst. Zu den Onboarding-Services gehören Bereitstellung, Konfiguration und Setup, Schulungen sowie Fragen und Antworten.
- IBM Marketing Cloud B2B Standard Onboarding Services besteht aus einer Kombination aus Bereitstellung und Schulung, die den Benutzern die Konfiguration und den Einsatz der Angebote im Marketing Cloud B2B Standard-Angebot ermöglichen soll. Dieser fern erbrachte Service ist bei der erstmaligen Subscription für die Marketing Cloud B2B Standard verpflichtend. Den Unternehmen wird ein Onboarding-Berater zugewiesen, der sie durch den Onboarding-Prozess führt, der eine Reihe fern abgehaltener Besprechungen und aufgezeichneter webbasierter Schulungssitzungen umfasst. Zu den Onboarding-Services gehören Bereitstellung, Konfiguration und Setup, Schulungen sowie Fragen und Antworten.
- Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Onboarding Services ist ein Schulungsservice, der den Benutzern die Konfiguration und den Einsatz der Angebote im IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning-Angebot ermöglichen soll. Dieser fern erbrachte Service ist beim Erwerb des Angebot IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Additional Users verpflichtend. Den Unternehmen wird ein Schulungsberater zugewiesen, der sie bei der individuellen Berichts- und Dashboardanpassung über eine Reihe fern erbrachter Besprechungen und aufgezeichneter webbasierter Schulungssitzungen unterstützt. Zu den Onboarding-Services gehören Bereitstellung, Konfiguration und Setup, Schulungen sowie Fragen und Antworten.

2. Sicherheitsbeschreibung

Dieser Cloud-Service orientiert sich an den unter <https://www.ibm.com/cloud/resourcecenter/content/80> verfügbaren IBM Datensicherheits- und Datenschutzrichtlinien für IBM SaaS sowie weiteren Bedingungen in diesem Abschnitt. Eventuelle Änderungen der IBM Data Security and Privacy Principles führen nicht zu einer Beeinträchtigung der Sicherheit des Cloud-Service.

3. Service-Level-Agreement

Das folgende Service-Level-Agreement („SLA“) von IBM, das im Berechtigungsnachweis angegeben ist, beinhaltet Angaben zur Verfügbarkeit des Cloud-Service. Das SLA stellt keine Gewährleistung dar. Es wird nur Kunden zur Verfügung gestellt und gilt ausschließlich für Produktionsumgebungen.

3.1 Gutschriften für Ausfallzeiten

Der Kunde muss innerhalb von 24 Stunden, nachdem er zum ersten Mal festgestellt hat, dass ein Vorfall die Verfügbarkeit des Cloud-Service beeinträchtigt, ein Support-Ticket der Fehlerklasse 1 beim IBM Help-Desk für technische Unterstützung öffnen. Der Kunde ist verpflichtet, IBM in angemessener Weise bei der Diagnose und Lösung des Problems zu unterstützen.

Der Anspruch aus einem Support-Ticket aufgrund der Nichteinhaltung eines SLA muss innerhalb von drei (3) Arbeitstagen nach Ablauf des Vertragsmonats geltend gemacht werden. Die Entschädigung für einen berechtigten Anspruch aus einem SLA wird als Gutschrift gewährt und mit einer künftigen Rechnung für den Cloud-Service verrechnet. Sie basiert auf dem Zeitraum, in dem das Produktionssystem nicht zur Verarbeitung des Cloud-Service zur Verfügung stand („Ausfallzeit“). Die Erfassung der Ausfallzeit beginnt mit der Meldung des Vorfalls durch den Kunden und endet, wenn der Cloud-Service wiederhergestellt ist. Als Ausfallzeit zählen nicht: Zeiten für vorab geplante oder angekündigte Unterbrechungen zur Durchführung von Wartungsarbeiten; Gründe, die IBM nicht zu vertreten hat; Probleme mit dem Inhalt, der Technologie, den Entwürfen oder den Anweisungen des Kunden oder Dritter; nicht unterstützte Systemkonfigurationen und Plattformen oder andere Fehler des Kunden; vom Kunden verursachte Sicherheitsvorfälle oder vom Kunden durchgeführte Sicherheitstests. IBM wird die höchstmögliche Entschädigung basierend auf der kumulierten Verfügbarkeit des Cloud-Service während jedes einzelnen Vertragsmonats anwenden (siehe die nachstehende Tabelle). Die Gesamtentschädigung für einen beliebigen Vertragsmonat wird 20 Prozent (%) von einem Zwölftel (1/12) der Jahresgebühr für den Cloud-Service nicht überschreiten.

3.2 Service-Levels

Verfügbarkeit des Cloud-Service in einem Vertragsmonat

Verfügbarkeit in einem Vertragsmonat	Entschädigung (in Prozent (%) der monatlichen Subscription-Gebühr* für den Vertragsmonat, der Gegenstand des Anspruchs ist)
99 % – 99,949 %	2 %
98 % – 98,999 %	5 %
97 % – 97,999 %	10 %
Unter 97,000 %	20 %

* Wurde der Cloud-Service von einem IBM Business Partner erworben, so wird die monatliche Subscription-Gebühr auf der Basis des zum jeweiligen Zeitpunkt gültigen Listenpreises für den Cloud-Service berechnet, der in dem Vertragsmonat wirksam war, der Gegenstand des Anspruchs ist, mit einem Abschlag von 50 Prozent (%). Eine eventuelle Rückvergütung von IBM wird direkt an den Kunden geleistet.

Die Verfügbarkeit, ausgedrückt als Prozentsatz, wird wie folgt berechnet: Gesamtzahl der Minuten in einem Vertragsmonat, minus der Gesamtzahl der Ausfallminuten in einem Vertragsmonat, dividiert durch die Gesamtzahl der Minuten in einem Vertragsmonat.

Beispiel: 50 Minuten Gesamtausfallzeit in einem Vertragsmonat

43.200 Minuten insgesamt in einem Vertragsmonat mit 30 Tagen - 50 Minuten Ausfallzeit = 42.150 Minuten	= Gutschrift für Ausfallzeiten in Höhe von 2 % bei einer Verfügbarkeit von 99,884 % in einem Vertragsmonat
<hr/> 43.200 Minuten insgesamt	

4. Technische Unterstützung

Die technische Unterstützung für den Cloud-Service wird per E-Mail, über ein Onlineunterstützungssystem, im Live-Chat oder telefonisch erbracht. Sie ist Bestandteil des Cloud-Service und nicht als separates Angebot erhältlich.

Fehlerklasse	Definition der Fehlerklasse	Angestrebte Reaktionszeiten während der Unterstützungszeiten
1	Kritische Auswirkung auf den Geschäftsbetrieb/Serviceausfall: Geschäftskritische Funktionen sind nicht funktionsfähig oder eine kritische Schnittstelle ist ausgefallen. Dies betrifft normalerweise eine Produktionsumgebung und weist darauf hin, dass der Zugriff auf die Services nicht möglich ist, mit kritischen Auswirkungen auf betriebliche Abläufe. In diesem Fall ist eine sofortige Lösung erforderlich.	Innerhalb von 1 Stunde
2	Erhebliche Auswirkung auf den Geschäftsbetrieb: Die Nutzung eines Service-Features oder einer Servicefunktion ist stark eingeschränkt oder es besteht die Gefahr, dass der Kunde Abgabefristen nicht einhalten kann.	Innerhalb von 2 Stunden während der Geschäftszeiten
3	Geringe Auswirkung auf den Geschäftsbetrieb: Der Service oder die Funktionalität kann genutzt werden und das Problem hat keine kritische Auswirkung auf betriebliche Abläufe.	Innerhalb von 4 Stunden während der Geschäftszeiten
4	Minimale Auswirkung auf den Geschäftsbetrieb: Eine Anfrage oder eine Frage nicht technischer Art.	Innerhalb 1 Arbeitstages

5. Informationen zur Berechtigung und Abrechnung

5.1 Gebührenmetriken

Der Cloud-Service ist mit der im Auftragsdokument angegebenen Gebührenmetrik verfügbar:

- a. **Zugriff** ist eine Maßeinheit für den Erwerb des Cloud-Service. Unter „Zugriff“ versteht man die Rechte zur Nutzung des Cloud-Service. Der Kunde muss eine einzige Zugriffsberechtigung erwerben, um den Cloud-Service während des Abrechnungszeitraums nutzen zu können, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist.
- b. **Ereignis** ist eine Maßeinheit für den Erwerb von IBM SaaS. Ereignisberechtigungen basieren auf der Häufigkeit eines bestimmten Ereignisses im Zusammenhang mit der Nutzung des Cloud-Service. Ereignisberechtigungen sind spezifisch für den Cloud-Service und der Ereignistyp darf nicht gegen die Ereignisberechtigungen eines anderen Cloud-Service oder Ereignistyps ausgetauscht, umgetauscht oder mit diesen zusammengefasst werden. Der Kunde muss ausreichende Berechtigungen erwerben, um jedes Ereignis abzudecken, das während des Abrechnungszeitraums auftritt, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist.

- c. **Berechtigter Benutzer** ist eine Maßeinheit für den Erwerb des Cloud-Service. Der Kunde muss für jeden einzelnen berechtigten Benutzer, dem auf beliebige Weise direkt oder indirekt (z. B. über ein Multiplexing-Programm, eine Einheit oder einen Anwendungsserver) Zugriff auf den Cloud-Service erteilt wird, eine separate, dedizierte Berechtigung erwerben. Es müssen ausreichende Berechtigungen erworben werden, um die Anzahl der berechtigten Benutzer abzudecken, denen während des Abrechnungszeitraums, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist, Zugriff auf den Cloud-Service erteilt wird.
- d. **Kundenprojekt** ist eine Maßeinheit für den Erwerb der Services. Ein Kundenprojekt besteht aus Professional Services und/oder Schulungsservices im Zusammenhang mit dem Cloud-Service. Der Kunde muss ausreichende Berechtigungen zur Abdeckung aller Kundenprojekte erwerben.
- e. **Verbindung** ist eine Maßeinheit für den Erwerb des Cloud-Service. Eine Verbindung ist die Anbindung oder Zuordnung einer Datenbank, einer Anwendung, eines Servers oder einer anderen Art von Einheit zum Cloud-Service. Der Kunde muss ausreichende Berechtigungen erwerben, um die Gesamtzahl der Verbindungen abzudecken, die während des Abrechnungszeitraums, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist, zum Cloud-Service hergestellt wurden oder hergestellt werden.
- f. **Datenbanksatz** ist eine Maßeinheit für den Erwerb des Cloud-Service. Ein Datenbanksatz besteht aus einer Reihe von Feldern in einer Datenbank, die mit einer einzelnen Entität in Beziehung stehen und auf die als Einheit zugegriffen werden kann. Jede Berechtigung gilt für eintausend Datenbanksätze. Der Kunde muss ausreichende Berechtigungen für jeweils eintausend Datenbanksätze erwerben, um die Gesamtzahl der Datenbanksätze abzudecken, die während des Abrechnungszeitraums, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist, zur Verarbeitung durch den Cloud-Service verfügbar sind.

5.2 Einrichtungsgebühren

Für die erstmalige Einrichtung (Setup) kommt eine Einmalgebühr zur Anwendung, die mit dem Verrechnungssatz und für den Abrechnungszeitraum berechnet wird, die im Auftragsdokument angegeben sind. Die Bereitstellung erfolgt, abhängig vom gewählten Cloud-Service-Basisangebot, über einen verbindlichen, auf das Angebot abgestimmten Setup-Service. Die verfügbaren Setup-Services sind:

- IBM Marketing Cloud Standard Onboarding Services Engagement One-Time Set Up
- IBM Marketing Cloud B2B Standard Onboarding Services Engagement One-Time Set Up

Der folgende Setup-Service wird bei der Bestellung von Berechtigungen für berechtigte Benutzer für IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Additional Users mit dem Verrechnungssatz und für den Abrechnungszeitraum berechnet, die im Auftragsdokument angegeben sind:

- IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Onboarding Services Engagement Set Up

5.3 Anteilige Monatsgebühren

Die im Auftragsdokument angegebene anteilige Monatsgebühr wird anteilig basierend auf der Nutzung ermittelt.

5.4 Zusatzgebühren

Wenn die tatsächliche Nutzung des Cloud-Service während des Abrechnungszeitraums die im Berechtigungsnachweis angegebene Berechtigung überschreitet, wird dem Kunden die Nutzungsüberschreitung gemäß dem Auftragsdokument in Rechnung gestellt.

Die Zusatzgebühren werden dem Kunden monatlich rückwirkend zu dem im Berechtigungsnachweis angegebenen Gebührensatz für die Nutzungsüberschreitung ab dem Zeitpunkt berechnet, an dem die kumulierte Gesamtzahl erreicht wird. Anfallende Zusatzgebühren sind zusätzlich zur Basisgebühr für die monatlichen Berechtigungen zu entrichten.

Bei einer Subscription-Laufzeit von mehr als 12 Monaten basiert die kumulierte Gesamtzahl der Berechtigungen auf 12 monatlichen Abrechnungsperioden. Nach der zwölften monatlichen Abrechnungsperiode wird die kumulierte Gesamtzahl auf null zurückgesetzt. Für die nächsten 12 monatlichen Abrechnungsperioden werden erst dann Zusatzgebühren fällig, wenn die tatsächlichen Interaktionen die kumulierte Gesamtzahl der berechtigten Interaktionen für diesen 12-Monats-Zeitraum überschreiten.

Bei Kunden, die Anlaufphasen nutzen, wird jede Phase genauso behandelt wie die Subscription-Laufzeit, wobei die gleichen Regeln zur Anwendung kommen.

Bei einer Subscription-Laufzeit von weniger als 12 Monaten oder wenn weniger als 12 monatliche Abrechnungsperioden während einer Subscription-Laufzeit verbleiben, wird die Anzahl der in einer Subscription verbleibenden monatlichen Berechtigungen als kumulierte Gesamtzahl für die berechtigten Interaktionen herangezogen.

a. Beispiel 1:

Die Subscription-Laufzeit beträgt 12 Monate und der Kunde hat im Rahmen der Berechtigung für IBM Marketing Cloud Additional User zehn (10) zusätzliche berechtigte Benutzer erworben. Wenn der Kunde vor Ablauf der 12-monatigen Subscription-Laufzeit mehr als zehn (10) berechtigte Benutzer aktiviert, wird ihm im darauffolgenden Monat die Anzahl der über zehn (10) hinausgehenden berechtigten Benutzer in Rechnung gestellt, und die gesamte Nutzung in den Folgemonaten wird bis zum Ende der Subscription-Laufzeit rückwirkend berechnet.

b. Beispiel 2:

Die Subscription-Laufzeit beträgt drei (3) Jahre und der Kunde hat im Rahmen der Berechtigung für IBM Marketing Cloud Additional User zehn (10) zusätzliche berechtigte Benutzer erworben. Wenn der Kunde vor Ablauf der ersten 12-monatigen Abrechnungsperiode mehr als zehn (10) berechtigte Benutzer aktiviert, wird ihm im darauffolgenden Monat die Anzahl der über zehn (10) hinausgehenden berechtigten Benutzer sowie die gesamte Nutzung bis zum Ende der 12-monatigen Abrechnungsperiode in Rechnung gestellt. Am Ende jedes 12-Monats-Zeitraums wird das Nutzungsvolumen zurückgesetzt. Wenn der Kunde vor Ablauf des nächsten 12-Monats-Zeitraums mehr als zehn (10) berechtigte Benutzer aktiviert, wird ihm im darauffolgenden Monat die Anzahl der über zehn (10) hinausgehenden berechtigten Benutzer in Rechnung gestellt, und die gesamte Nutzung in den Folgemonaten wird rückwirkend berechnet, bis entweder das Nutzungsvolumen zurückgesetzt oder das Ende der Subscription-Laufzeit erreicht wird.

5.5 Nutzungsabhängige Gebühren (Pay-per-Use-Prinzip)

Der Kund kann die Angebote IBM Marketing Cloud Standard (gemessen in 1.000 Ereignissen), IBM Marketing Cloud B2B Standard (gemessen in Einheiten von 10.000 Datenbanksätzen) und IBM Marketing Cloud Additional Email Insights Opens (gemessen in Einheiten von 100.000 Ereignissen) auf der Basis nutzungsabhängiger Gebühren erwerben. Dem Kunden wird die Anzahl der monatlich in Anspruch genommenen Ereignisse oder Datenbanksätze, je nach Anwendbarkeit, zu dem im Auftragsdokument angegebenen Verrechnungssatz in Rechnung gestellt.

6. Laufzeit und Verlängerungsoptionen

Die Laufzeit des Cloud-Service beginnt an dem Datum, an dem IBM dem Kunden mitteilt, dass sein Zugriff auf den Cloud-Service gemäß der Angabe im Berechtigungsnachweis freigeschaltet ist. Im Berechtigungsnachweis ist festgelegt, ob sich der Cloud-Service automatisch verlängert, auf fortlaufender Basis genutzt werden kann oder am Ende der Laufzeit abläuft.

Bei automatischer Verlängerung wird der Cloud-Service automatisch um die im Berechtigungsnachweis angegebene Laufzeit verlängert, es sei denn, der Kunde teilt IBM mindestens 90 Tage vor dem Ablaufdatum schriftlich mit, dass er keine Verlängerung wünscht.

7. Aktivierungssoftware

Dieser Cloud-Service enthält Aktivierungssoftware, die nur in Verbindung mit dem Cloud-Service während dessen Laufzeit verwendet werden darf.

8. Allgemeines

8.1 Verteilerlisten

Der Kunde wird keine Verteilerlisten mit dem Cloud-Service verwenden, in denen Personen aufgeführt sind, die der Aufnahme in eine solche Liste zum Erhalt von Mitteilungen des Kunden nicht ausdrücklich zugestimmt haben, es sei denn, der Kunde unterhält mit diesen Personen bereits eine geschäftliche oder persönliche Beziehung. Die Verwendung von Listen oder Daten, die durch Affiliate-Marketing-Praktiken generiert werden, ist in jedem Fall ausdrücklich untersagt. Jede Nachricht des Kunden muss eine gültige Rücktrittsoption (Opt-out) enthalten.

8.2 Kein Weiterverkauf

Es ist dem Kunden nicht gestattet, den Cloud-Service ohne die vorherige schriftliche Zustimmung von IBM weiterzuverkaufen oder Dritten (außer Mitarbeitern oder Auftragnehmern, die in seinem Namen tätig sind) Zugriff auf den Cloud-Service zu erteilen.

8.3 Datenaufbewahrung

Bestimmte Datenelemente der Cloud-Services stehen innerhalb der Cloud-Services wie folgt zur Verfügung: E-Mail-Nachrichten und Inhalte, nicht verwendete oder inaktive Datenbanken und Vorlagen - 450 Tage; Web-Tracking für bekannte Besucher - 180 Tage; Web-Tracking für anonyme Besucher - 30 Tage; und Universal Behaviors - 180 Tage (nachfolgend „Datenaufbewahrungsfrist“ genannt). Diese Datenelemente können nach Ablauf der Datenaufbewahrungsfrist aus den Netzen und Systemen von IBM entfernt werden. IBM ist in jedem Fall berechtigt, alle Kopien dieser Datenelemente sowie alle anderen zugehörigen Kundendaten 30 Tage nach Kündigung oder Ablauf der Laufzeit zu löschen. Der Kunde kann Sicherungskopien sämtlicher Inhalte aufbewahren, die zur Nutzung in Verbindung mit dem Cloud-Service bereitgestellt wurden.

8.4 Hinweise zum Code von Drittanbietern

Dieser Cloud-Service enthält die folgende Software, die nicht für unlautere Zwecke eingesetzt werden darf: janrain4j_1.1.0, JSON, JSON-lib-2.3, JDK15, flexjson und packtag.