

IBM Marketing Cloud

Diese Servicebeschreibung bezieht sich auf den Cloud-Service, den IBM für den Kunden bereitstellt. Als Kunde werden das Unternehmen und seine berechtigten Benutzer sowie 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 Essentials – Ermöglicht Marketing-Fachleuten mit geringerem Kapazitätsbedarf die Bereitstellung personalisierter digitaler Interaktionen mit höheren Konversionsraten.
- IBM Marketing Cloud B2B Essentials – Ermöglicht Marketing-Fachleuten mit kleineren Datenbanken die Erfassung, Qualifizierung und Pflege ihrer Leads.
- 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.
- IBM Marketing Cloud Enterprise – Baut auf Features von IBM Marketing Cloud Standard mit erweiterten Subscription-Kontingenten auf.
- IBM Marketing Cloud B2B Enterprise – Baut auf Features von IBM Marketing Cloud B2B mit erweiterten Subscription-Kontingenten auf.
- IBM Marketing Cloud Social Audiences – Versetzt Marketing-Fachleute in die Lage, ihre Kunden über bezahlte Social Media anzusprechen.

1.1 IBM Marketing Cloud Essentials

Eine IBM Marketing Cloud Essentials-Subscription bietet folgende Funktionen:

- Marketing-Datenbank: Erfassung umfangreicher Kundendaten in einer einzelnen 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.
- 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 mithilfe von Zählern, Live-Chats, Social Buttons und weiteren Möglichkeiten. Anhand der aufgezeichneten Verhaltensweisen werden die Kontakte anschließend in ein Marketing-Programm oder in ein verhaltensbasiertes Scoring-Modell eingestuft.
- 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 unterschiedliche E-Mail-Clients sowie die Überwachung der verwendeten E-Mail-Clients durch Mailing-Listen, um die E-Mail-Programme abhängig von den spezifischen Geräten und E-Mail-Clients, die von den Kunden verwendet werden, zu optimieren. Email Insights enthält von Litmus bereitgestellte IT-Komponenten.
- Journey Designer: Ein visuelles Design-Tool, mit dessen Hilfe Marketing-Fachleute gemeinsam eine Customer Journey entwerfen und im Team teilen können.
- Universal Behavior Exchange: Basistechnologie, die den Kunden die Veröffentlichung von Daten innerhalb von IBM Marketing Cloud und die Subscription von Daten der integrierten Anwendungen anderer Anbieter ermöglicht.
- IBM Marketing Cloud Orientation ist ein grundlegendes Schulungspaket für IBM Marketing Cloud. Es bietet eine umfassende Beschreibung der Features und Funktionen von Marketing Cloud sowie eine Einführung in das Customer Engagement Model. Das Orientierungspaket gehört zum Lieferumfang der erstmaligen Subscription für Marketing Cloud und sollte vor dem Beginn des verbindlichen 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. 50.000 Marketing-Interaktionen pro Monat bei insgesamt 600.000 Marketing-Interaktionen, die jährlich verarbeitet werden können
- d. Unbegrenzte Zahl an Datenbanksätzen
- e. Eine (1) Organisation
- f. 10.000 Email Insights Opens monatlich
- g. Unbegrenzte Zahl an E-Mail-Previews. Ein 'E-Mail-Preview' (E-Mail-Vorschau) wird jedes Mal registriert, wenn der Kunde eine E-Mail-Vorlage zur Vorschau an dieses Feature übergibt

Die Kunden können zusätzliche Kontingente an Benutzern, Marketing-Interaktionen und Email Insights Opens erwerben.

1.2 IBM Marketing Cloud B2B Essentials

IBM Marketing Cloud B2B Essentials ermöglicht Marketing-Fachleuten mit kleineren Datenbanken die Erfassung, Qualifizierung und Pflege ihrer Leads. Dieses Angebot ist auf Subscription- und auf Pay-per-Use-Basis erhältlich. Dieses Cloud-Service-Angebot verfügt über folgende Features:

- Alle Features, die Bestandteil des Angebots IBM Marketing Cloud Essentials 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.
- Customer Relationship Management (CRM) Integration: Integration mit CRM-Systemen anderer Anbieter, wie beispielsweise Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM 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. Unbegrenzte Zahl an Marketing-Interaktionen
- e. 10.000 Datenbanksätze
- f. Eine (1) Organisation
- g. 10.000 Email Insights Opens monatlich
- h. Unbegrenzte Zahl an E-Mail-Previews. Ein 'E-Mail-Preview' (E-Mail-Vorschau) wird jedes Mal registriert, wenn der Kunde eine E-Mail-Vorlage zur Vorschau an dieses Feature übergibt

Die Kunden können zusätzliche Kontingente an Benutzern, Datenbanksätzen und Email Insights Opens erwerben.

1.3 IBM Marketing Cloud Standard

Eine IBM Marketing Cloud Standard-Subscription bietet folgende Funktionen:

- Marketing-Datenbank: Erfassung umfangreicher Kundendaten in einer einzelnen 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.
- 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 mithilfe von Zählern, Live-Chats, Social Buttons und weiteren Möglichkeiten. Anhand der aufgezeichneten Verhaltensweisen werden die Kontakte anschließend in ein Marketing-Programm oder in ein verhaltensbasiertes Scoring-Modell eingestuft.
- 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 unterschiedliche E-Mail-Clients sowie die Überwachung der verwendeten E-Mail-Clients durch Mailing-Listen, um die E-Mail-Programme abhängig von den spezifischen Geräten und E-Mail-Clients, die von den Kunden verwendet werden, zu optimieren. Email Insights enthält von Litmus bereitgestellte IT-Komponenten.
- Journey Designer: Ein visuelles Design-Tool, mit dessen Hilfe Marketing-Fachleute gemeinsam eine Customer Journey entwerfen und im Team teilen können.
- Universal Behavior Exchange: Basistechnologie, die den Kunden die Veröffentlichung von Daten innerhalb von IBM Marketing Cloud und die Subscription von Daten der integrierten Anwendungen anderer Anbieter ermöglicht.
- Social Audiences: Eine Social-Media-Marketing-Anwendung, die es den Kunden ermöglicht, bestimmte Zielgruppen und zugehörige Anzeigen an Social-Media-Netzwerke zur Vermarktung an diese bestimmte Zielgruppe oder an ähnliche Zielgruppen zu senden.
- IBM Marketing Cloud Orientation: ein grundlegendes Schulungspaket für die IBM Marketing Cloud. Es bietet eine umfassende Beschreibung der Features und Funktionen von Marketing Cloud sowie eine Einführung in das Customer Engagement Model. Das Orientierungspaket gehört zum Lieferumfang der erstmaligen Subscription für Marketing Cloud und sollte vor dem Beginn des verbindlichen Onboarding-Service durchgearbeitet werden. Bei dem Paket handelt es sich um ein Self-Service-Angebot, das Videos und webbasierte Aufzeichnungen enthält.

Folgendes ist Bestandteil der Subscription-Gebühren für diesen Cloud-Service:

- a. Zehn (10) berechnete Benutzer pro Organisation
- b. Fünf (5) Organisationen
- c. Zwanzig (20) aktive Programme
- d. Ein (1) Scoring-Modell
- e. 250.000 Marketing-Interaktionen pro Monat bei insgesamt 3 Millionen Marketing-Interaktionen, die jährlich verarbeitet werden können
- f. Unbegrenzte Zahl an Datenbanksätzen
- g. 5.000 Social Audiences-Kontakt ereignisse monatlich
- h. 200.000 Email Insights Opens monatlich
- i. Unbegrenzte Zahl an E-Mail-Previews. Ein 'E-Mail-Preview' (E-Mail-Vorschau) wird jedes Mal registriert, wenn der Kunde eine E-Mail-Vorlage zur Vorschau an dieses Feature übergibt

Die Kunden können zusätzliche Kontingente an Benutzern, Marketing-Interaktionen und Email Insights Opens erwerben.

1.4 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.
- Customer Relationship Management (CRM) Integration: Integration mit CRM-Systemen anderer Anbieter, wie beispielsweise Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM und Sugar CRM.

Folgendes ist Bestandteil der Subscription-Gebühren für diesen Cloud-Service:

- a. Zehn (10) berechnete Benutzer pro Organisation
- b. Fünf (5) Organisationen
- c. Zwanzig (20) aktive Programme
- d. Fünf (5) Scoring-Modelle
- e. Unbegrenzte Zahl an Marketing-Interaktionen
- f. 50.000 Datenbanksätze
- g. 5.000 Social Audiences-Kontakt ereignisse monatlich
- h. 200.000 Email Insights Opens monatlich
- i. Unbegrenzte Zahl an E-Mail-Previews. Ein 'E-Mail-Preview' (E-Mail-Vorschau) wird jedes Mal registriert, wenn der Kunde eine E-Mail-Vorlage zur Vorschau an dieses Feature übergibt

Die Kunden können zusätzliche Kontingente an Benutzern, Datenbanksätzen und Email Insights Opens erwerben.

1.5 IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning

IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning, das von Allocadia, einem externen Partner von IBM, unterstützt wird, kann als Standalone-Produkt oder für den Einsatz mit Marketing Cloud Standard, Marketing B2B Standard, Marketing Cloud Enterprise, Marketing Cloud B2B Enterprise, IBM Silverpop Engage oder IBM Campaign erworben werden. Zu den Features gehören:

- 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.

Folgendes ist Bestandteil der Subscription-Gebühr für diesen Cloud-Service:

- Fünf (5) berechnete Benutzer
- 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.

1.6 IBM Marketing Cloud Enterprise

Dieses Paket baut auf den Funktionen auf, die im Standard-Paket angeboten werden. Das Enterprise-Paket enthält eine Berechtigung für die von Allocadia unterstützten Planungs- und Budgetierungsfunktionen. Des Weiteren werden Customer-Relationship-Management-Funktionen (CRM) unterstützt. Kunden mit einer Subscription für das Enterprise-Paket erhalten zusätzliche berechtigte Benutzer sowie größere Nutzungskontingente für die Programmautomatisierung, für Scoring und für Email Insights. Bestandteil des Enterprise-Pakets ist außerdem eine größere Anzahl an Marketing-Interaktionen.

Folgendes ist Bestandteil der Subscription-Gebühr für diesen Cloud-Service:

- a. Zwanzig (20) berechtigte Benutzer pro Organisation
- b. Zehn (10) Organisationen
- c. Unbegrenzte Zahl aktiver Programme
- d. Unbegrenzte Zahl an Datenbanksätzen
- e. 750.000 Marketing-Interaktionen pro Monat bei insgesamt 9 Millionen Marketing-Interaktionen, die jährlich verarbeitet werden können
- f. 25.000 Social Audiences-Kontakttereignisse monatlich
- g. Unbegrenzte Zahl an Scoring-Modellen
- h. 400.000 Email Insights Opens monatlich
- i. Unbegrenzte Zahl an E-Mail-Previews. Ein 'E-Mail-Preview' (E-Mail-Vorschau) wird jedes Mal registriert, wenn der Kunde eine E-Mail-Vorlage zur Vorschau an dieses Feature übergibt

Die Kunden können zusätzliche Kontingente an Benutzern, Marketing-Interaktionen und Email Insights Opens erwerben.

1.7 IBM Marketing Cloud B2B Enterprise

Dieses Paket baut auf den Features auf, die im B2B Standard-Paket angeboten werden. Das B2B Enterprise-Paket enthält eine Berechtigung für die von Allocadia unterstützten Planungs- und Budgetierungsfunktionen. Kunden mit einer Subscription für das B2B Enterprise-Paket erhalten zusätzliche berechtigte Benutzer sowie größere Nutzungskontingente für die Programmautomatisierung, für Scoring und für Email Insights. Bestandteil des B2B Enterprise-Pakets ist außerdem eine größere Anzahl an Datenbanksätzen.

Folgendes ist Bestandteil der Subscription-Gebühr für diesen Cloud-Service:

- a. Zwanzig (20) berechtigte Benutzer
- b. Zehn (10) Organisationen
- c. Unbegrenzte Zahl aktiver Programme
- d. Unbegrenzte Zahl an Marketing-Interaktionen
- e. 100.000 Datenbanksätze
- f. 25.000 Social Audiences-Kontakttereignisse monatlich
- g. Unbegrenzte Zahl an Scoring-Modellen
- h. 400.000 Email Insights Opens monatlich
- i. Unbegrenzte Zahl an E-Mail-Previews. Ein 'E-Mail-Preview' (E-Mail-Vorschau) wird jedes Mal registriert, wenn der Kunde eine E-Mail-Vorlage zur Vorschau an dieses Feature übergibt

Die Kunden können zusätzliche Kontingente an Datenbanksätzen und Email Insights Opens erwerben.

1.8 IBM Marketing Cloud Social Audiences

IBM Marketing Cloud Social Audiences versetzt Marketing-Fachleute in die Lage, ihre Kunden über bezahlte Social Media anzusprechen. Kunden, die die Marketing Cloud-Pakete – Standard, B2B Standard, Enterprise oder B2B Enterprise erwerben, haben einen Anspruch auf bestimmte Nutzungskontingente für Social Audiences. Social Audiences kann auch als eigenständiges Produkt erworben werden.

Folgendes ist Bestandteil der Subscription-Gebühr für diesen Cloud-Service:

- Für Kunden, die eines der IBM Marketing Cloud Standard-Pakete erworben haben: 5.000 Kontaktereignisse pro Monat.
- Für Kunden, die eines der IBM Marketing Cloud Enterprise-Pakete erworben haben: 25.000 Kontaktereignisse pro Monat.
- Kunden, die das Social Audiences-Angebot unabhängig von den IBM Marketing Cloud-Subscription-Angeboten erwerben, haben die Option, Nutzungskontingente mit 5.000, 25.000, 100.000, 250.000, 500.000, einer (1) Million, zwei (2) Millionen oder fünf (5) Millionen Kontaktereignissen zu erwerben.

1.9 Optionale Features

1.9.1 IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send

Bietet Subskribenten von IBM Marketing Cloud Essentials, IBM Marketing Cloud B2B Essentials, IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Enterprise, und IBM Marketing Cloud B2B Enterprise die folgenden Funktionen. Duplicate Message Send ermöglicht es einem Kunden von IBM Marketing Cloud, exakte Kopien der an seine Endkunden gesendeten personalisierten Nachricht für regulatorische, Compliance-, Audit- oder sonstige Aufzeichnungszwecke an sich selbst zu senden. Duplicate Message Send kann derzeit nur für E-Mails angewendet werden. Dieses Angebot ist als Subscription verfügbar und ermöglicht das Senden einer unbegrenzten Zahl doppelter Nachrichten.

1.9.2 IBM Marketing Cloud Unlimited Scoring

Bietet Subskribenten von IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Essentials und IBM Marketing Cloud B2B Essentials die folgenden Funktionen. Unlimited Scoring ermöglicht das Hinzufügen zusätzlicher Scoring-Modelle über die im IBM Marketing Cloud-Paket des Kunden enthaltene Anzahl hinaus. Bei Bedarf können weitere Scoring-Modelle über das IBM Marketing Cloud-Bereitstellungsteam angefordert werden. Die Anzahl der zusätzlich bereitgestellten Modelle orientiert sich an einer möglichst effizienten Nutzung des Scoring-Features und am Bedarf des Kunden.

1.9.3 IBM Marketing Cloud Unlimited Programs

Bietet Subskribenten von IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Essentials und IBM Marketing Cloud B2B Essentials die folgenden Funktionen. Unlimited Programs ermöglicht das Hinzufügen zusätzlicher aktiver Programme über die im IBM Marketing Cloud-Paket des Kunden enthaltene Anzahl hinaus. Bei Bedarf können weitere aktive Programme über das IBM Marketing Cloud-Bereitstellungsteam angefordert werden. Die Anzahl der zusätzlich bereitgestellten Programme orientiert sich an einer möglichst effizienten Nutzung der Programmfeatures und am Bedarf des Kunden.

1.9.4 IBM Marketing Cloud Additional IP Address

Dies ist die jährliche Gebühr für eine zusätzliche IP-Adresse.

1.9.5 IBM Marketing Cloud Citrix Integration

Bietet IBM Marketing Cloud-Produktfunktionalität für die Verwendung mit einer einzigen Instanz der Citrix-Produkte GoToWebinar, GoToMeeting und GoToTraining. Mit dieser Integration werden Teilnehmersitzungs- und Profildaten auf Tagesbasis in eine relationale Engage-Tabelle importiert. Die Citrix-Lizenz muss separat vom Kunden erworben werden.

1.9.6 IBM Marketing Cloud CRM Integration

Ermöglicht dem Kunden die Einrichtung der Datensynchronisation zwischen bestimmten kommerziell verfügbaren Customer-Relationship-Management-Systemen (CRM), wie beispielsweise Salesforce.com, Microsoft Dynamics CRM und IBM Marketing Cloud. Die Integration ist auf eine CRM-Systeminstanz und eine IBM Marketing Cloud-Datenbank begrenzt. Bei diesem Angebot ist die Integration mit Scribe nicht eingeschlossen. Falls diese Art der Integration erforderlich ist, sollte auf das Angebot IBM Marketing Cloud CRM Integration with Scribe zurückgegriffen werden.

1.9.7 IBM Marketing Cloud CRM Integration with Scribe

Ermöglicht dem Kunden die Einrichtung der Datensynchronisation zwischen bestimmten kommerziell verfügbaren Customer-Relationship-Management-Systemen (CRM) und IBM Marketing Cloud. Die Integration ist auf eine CRM-Systeminstanz und eine IBM Marketing Cloud-Datenbank begrenzt. IBM

Marketing Cloud CRM Integration with Scribe beruht auf oder integriert Fremdtechnologie, die von Scribe bereitgestellt wird.

1.9.8 IBM Marketing Cloud Inbox Monitoring

Ermöglicht Kunden, die allgemeine Inbox-Zustellung an große Internet-Service-Provider (ISPs) und Inbox-Provider über mehrere Regionen zu messen.

1.9.9 IBM Marketing Cloud Multi-Factor Authentication

Bietet die Funktionalität zur Unterstützung eines Authentifizierungscodes, der bei der Anmeldung zusätzlich zur Kombination aus Benutzername und Kennwort von einem Benutzer eingegeben werden muss, um Zugriff auf ein IBM Marketing Cloud-Konto über einen Web-Browser zu erhalten.

1.9.10 IBM Marketing Cloud Transact Magento Integration

Ermöglicht die Weiterleitung relevanter Transaktions-E-Mails, die von einer Magento-Instanz generiert werden, über den Transaktions-E-Mail-Service von IBM Marketing Cloud Transact. Für Magento wird ebenfalls eine Lizenz benötigt, die separat vom Kunden beim Anbieter erworben werden muss.

1.9.11 IBM Marketing Cloud Web Analytics Integrations

Ermöglicht die Integration zwischen IBM Marketing Cloud (eine Org) und einem der folgenden Webanalysesysteme: IBM Digital Analytics oder Adobe Omniture.

1.9.12 IBM Marketing Cloud WebEx Integration

Bietet IBM Marketing Cloud-Produktfunktionalität für die Verwendung mit einer einzigen Instanz von Cisco WebEx. Mit dieser Integration werden Teilnehmersitzungs- und Profildaten auf Tagesbasis in eine relationale IBM Marketing Cloud-Tabelle importiert. Die WebEx-Lizenz muss separat vom Kunden erworben werden.

1.9.13 IBM Marketing Cloud Transact – Database

Bietet die Möglichkeit, kundenspezifische Eins-zu-Eins-Transaktionsnachrichten in Echtzeit zu übermitteln, die durch Trigger in E-Mails, Webformularen, Landing-Pages oder Telesales generiert werden. IBM Marketing Cloud Transact ist eine dedizierte Sendearchitektur, die speziell für die besonderen Anforderungen von Transaktions- oder Triggernachrichten wie Belege, Mitteilungen, Benachrichtigungen, Wegbeschreibungen usw. konzipiert wurde. Sie kann mit einem Inhouse-System, mit dem aktuell Nachrichten ausgelöst werden, verbunden werden. Mit dem Produkt werden eine IP-Adresse und eine kundenspezifische Domäne, Link-Tracking und Zustellungsverfolgung von Nachrichten, Bounce- und Antwortmanagement, Tracking der Nachrichtenverteilung und der Aktivitäten sowie Zustellungsmetriken bereitgestellt.

1.10 Setup-Serviceangebote

- **IBM Marketing Cloud Basic Onboarding Services**

Besteht aus einer Kombination aus Bereitstellung und Schulung, um den Benutzern die Konfiguration und Nutzung der Angebote im Marketing Cloud Standard-Angebot zu ermöglichen. Dieser fern erbrachte Service beinhaltet bis zu 15 Stunden und ist bei der erstmaligen Subscription für Marketing Cloud erforderlich. Den Kunden wird ein Onboarding-Berater zur Seite gestellt, 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 – Budget and Expense Planning Services**

Ist ein Schulungsservice mit dem Ziel, den Benutzern die Konfiguration und Nutzung der Angebote im IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning-Angebot zu ermöglichen. Dieser fern erbrachte Service ist beim Erwerb des Angebots IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Additional Users erforderlich. Den Unternehmen wird ein Schulungsberater zur Seite gestellt, 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.

- **IBM Marketing Cloud Onboarding Services**
Besteht aus einer Kombination aus Bereitstellung und Schulung, um den Benutzern die Konfiguration und Nutzung der Angebote im Marketing Cloud Enterprise-Paket zu ermöglichen. Dieses fern erbrachte Servicepaket beinhaltet bis zu 30 Stunden und ist bei der erstmaligen Subscription für Marketing Cloud Enterprise erforderlich. Den Kunden wird ein Onboarding-Berater zur Seite gestellt, 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 Mobile Onboarding Services**
Ist ein optionales Angebot für Kunden mit einer Subscription für IBM Marketing Cloud, die die Vorteile des Mobile Push-Features nutzen möchten. Dieses Angebot beinhaltet bis zu 35 Stunden an Remote Services, die Aktivitäten wie Setup, Beratung und erstmalige Implementierung von Push-Benachrichtigungen sowie Abnahmetests einschließen. Dieser Onboarding-Service steht Kunden mit einer Subscription für das Standard- oder das B2B Standard-Angebot ebenfalls zur Verfügung.
- **IBM Marketing Cloud Instructor Led Training (Webinar / IBM Facility)**
Beinhaltet eine eintägige IBM Marketing Cloud-Schulung. Der Schultag umfasst bis zu acht Unterrichtsstunden mit praktischen Anwendungen (einschließlich mehrerer kurzer Pausen und einer einstündigen Mittagspause). Die Agenda kann an die Themen angepasst werden, die für den Kunden von besonderem Interesse sind. Die Schulung erfolgt im Rahmen eines Webseminars oder findet in einer anerkannten IBM Einrichtung statt.
- **IBM Marketing Cloud Instructor Led Training (On Site) Setup**
Beinhaltet eine eintägige IBM Marketing Cloud-Schulung vor Ort beim Kunden. Der Schultag umfasst bis zu acht Unterrichtsstunden mit praktischen Anwendungen (einschließlich mehrerer kurzer Pausen und einer einstündigen Mittagspause). Die Agenda kann an die Themen angepasst werden, die für den Kunden von besonderem Interesse sind. Reisekosten sind nicht eingeschlossen und werden gemäß einer Leistungsbeschreibung gesondert in Rechnung gestellt.
- **IBM Marketing Cloud Additional Domain Service**
Aktualisiert die Cloud-Service-Umgebung für die Verwendung einer weiteren Reputationsidentität zusätzlich zu den mit IBM Marketing Cloud bereitgestellten Reputationsidentitäten.

2. Sicherheitsbeschreibung

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

3. Service-Level-Agreement

Das folgende Verfügbarkeits-Service-Level-Agreement („SLA“) wird von IBM, so wie im Berechtigungsnachweis angegeben, für den Cloud-Service bereitgestellt. 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 <hr style="width: 50%; margin: 10px auto;"/> 43.200 Minuten insgesamt	= Gutschrift für Ausfallzeiten in Höhe von 2 % bei einer Verfügbarkeit von 99,884 % in einem Vertragsmonat
--	---

4. Technische Unterstützung

Technische Unterstützung für den Cloud-Service wird per E-Mail, über ein Onlineunterstützungssystem, im Live-Chat oder telefonisch bereitgestellt. Die technische Unterstützung 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

Fehlerklasse	Definition der Fehlerklasse	Angestrebte Reaktionszeiten während der Unterstützungszeiten
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 zu Berechtigungen 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 einzelne Zugriffsberechtigung erwerben, um den Cloud-Service während des Messzeitraums nutzen zu können, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist.
- b. **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 Messzeitraums, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument des Kunden angegeben ist, Zugriff auf den Cloud-Service erteilt wird.
- c. **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 Messzeitraums, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist, zum Cloud-Service hergestellt wurden oder hergestellt werden.
- d. **Datenbanksatz** ist eine Maßeinheit für den Erwerb des Cloud-Service. Ein Datenbanksatz besteht aus einer Reihe von Feldern in einer Datenbank, die sich auf eine einzelne Entität beziehen 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 verfügbaren Datenbanksätze abzudecken, die während des Messzeitraums, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist, vom Cloud-Service verarbeitet werden.
- e. **Digitale Nachricht** ist eine Maßeinheit für den Erwerb des Cloud-Service. Eine digitale Nachricht ist eine elektronische Mitteilung, die vom Cloud-Service verwaltet oder verarbeitet wird. Der Kunde muss ausreichende Berechtigungen erwerben, um die Gesamtzahl der digitalen Nachrichten abzudecken, die während des Messzeitraums, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist, vom Cloud-Service verwaltet oder verarbeitet werden.
- f. **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.
- g. **Ereignis** (Event) ist eine Maßeinheit für den Erwerb des Cloud-Service. 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 Messzeitraums eintritt, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist.

Beim Erwerb von Ereignisberechtigungen müssen folgende Aktionen als Ereignisse gezählt werden:

(1) Marketing Interaction:

Eine Marketing Interaction (Marketing-Interaktion) ist ein Inbound oder Outbound Touchpoint bzw. eine eingehende oder ausgehende Mitteilung. Beispiele für diese Art von Mitteilungen sind E-Mail-Nachrichten, mobile Push-Benachrichtigungen, Nachrichten für Geräteanwendungen, in Browsern angezeigte Inhalte, Social Impressions und zielgerichtete Werbung. Sie können mit anonymen oder bekannten Besuchern oder Kunden in Zusammenhang stehen.

(2) Email Insights Opens:

Ein Email Insights Opens (Email Insights-Aufruf) wird jedes Mal registriert, wenn ein E-Mail-Empfänger eine E-Mail vom Kunden erhält und diese öffnet.

(3) Kontakt:

Ein Kontakt ist ein Ereignis, das dem Senden einer Kontakt-ID über das Feature 'Social Audiences' an eine soziale Plattform entspricht.

- g. **Instanz** ist eine Maßeinheit für den Erwerb des Cloud-Service. Eine Instanz ermöglicht den Zugriff auf eine bestimmte Konfiguration des Cloud-Service. Der Kunde muss ausreichende Berechtigungen für alle Instanzen des Cloud-Service erwerben, die während des Messzeitraums, der im Berechtigungsnachweis oder Auftragsdokument angegeben ist, zum Zugriff und zur Nutzung bereitgestellt werden.

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 Basic Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud Mobile Onboarding Services

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 Services

Alle Setup-Services enden 90 Tage nach dem Datum, an dem IBM dem Kunden mitteilt, dass sein Zugriff auf den Cloud-Service freigeschaltet ist, unabhängig davon, ob das Stundenkontingent ausgeschöpft wurde.

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 Messzeitraums 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, zu dem die kumulierte Gesamtzahl erreicht wird. Anfallende Zusatzgebühren sind zusätzlich zur monatlichen Basisgebühr für die Berechtigungen zu entrichten.

Bei einer Subscription-Laufzeit von mehr als 12 Monaten basiert die kumulierte Gesamtzahl der Berechtigungen auf 12 monatlichen Messzeiträumen. Nach dem zwölften monatlichen Messzeitraum wird die kumulierte Gesamtzahl auf null zurückgesetzt. Für die nächsten 12 monatlichen Messzeiträume 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 Messzeiträume während einer Subscription-Laufzeit verbleiben, wird die restliche Anzahl der monatlichen Berechtigungen in der Subscription 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 berechnete Benutzer erworben. Wenn der Kunde vor Ablauf der 12-monatigen Subscription-Laufzeit mehr als zehn (10) berechnete Benutzer aktiviert, wird ihm im darauffolgenden Monat die Anzahl der über zehn (10) hinausgehenden berechneten 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 berechnete Benutzer erworben. Wenn der Kunde vor Ablauf des ersten 12-monatigen Messzeitraums mehr als zehn (10) berechnete Benutzer aktiviert, wird ihm im darauffolgenden Monat die Anzahl der über zehn (10) hinausgehenden berechneten Benutzer sowie die gesamte Nutzung bis zum Ende des 12-monatigen Messzeitraums 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) berechnete Benutzer aktiviert, wird ihm im darauffolgenden Monat die Anzahl der über zehn (10) hinausgehenden berechneten Benutzer in Rechnung gestellt, und die gesamte Nutzung in den Folgemonaten wird rückwirkend berechnet, bis entweder das Nutzungsvolumen zurückgesetzt wird oder das Ende der Subscription-Laufzeit erreicht ist.

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

Der Kunde kann IBM Marketing Cloud Essentials, IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud Social Audiences und IBM Marketing Cloud Enterprise (gemessen in 1.000 Ereignissen), IBM Marketing Cloud B2B Essentials, IBM Marketing Cloud B2B Standard und IBM Marketing Cloud B2B Enterprise (gemessen in Einheiten von 10.000 Datenbanksätzen) sowie IBM Marketing Cloud Additional Email Insights Opens (gemessen in Einheiten von 100.000 Ereignissen) auf der Basis nutzungsabhängiger Gebühren verwenden. 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.

Bei fortlaufender Nutzung steht der Cloud-Service auf monatlicher Basis ununterbrochen zur Verfügung, bis der Kunde unter Einhaltung einer Frist von 90 Tagen schriftlich kündigt. Der Cloud-Service bleibt nach Ablauf der 90-Tage-Frist bis zum Ende des Kalendermonats verfügbar.

7. Aktivierungssoftware

Dieser Cloud-Service enthält Aktivierungssoftware, die nur in Verbindung mit dem Cloud-Service während seiner 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 Mobile Push-Benachrichtigungen

Zu den mobilen Push-Benachrichtigungen, die als Ereignisse in Form von Marketing-Interaktionen definiert sind, gehören einfache Push-Benachrichtigungen, einfache Push-In-App-Benachrichtigungen, einfache Push-Data-Only-Benachrichtigungen und Inbox-Benachrichtigungen. Einfache Push-Benachrichtigungen, einfache Push-In-App-Benachrichtigungen und einfache Push-Only-Benachrichtigungen zählen zum Zeitpunkt des Sendens als eine (1) Marketing-Interaktion pro Gerät. Inbox-Benachrichtigungen zählen für jeden Appkey, an den sie gesendet werden, als eine (1) Marketing-Interaktion.

Bei der Berechnung der Marketing-Interaktionen, bei denen es sich um mobile Push-Benachrichtigungen handelt, wird sowohl die Anzahl der mobilen Push-Benachrichtigungen, die an Geräte gesendet werden, bei denen mobile Push-Benachrichtigungen unterdrückt werden, als auch die Anzahl der mobilen Push-Benachrichtigungen, die an Geräte gesendet werden, nachdem die Anwendung deinstalliert wurde, berücksichtigt. IBM nutzt regelmäßig die Feedback-Services von Apple und Google und wird auf der Basis der Deinstallationen das Senden von Push-Benachrichtigungen aktualisieren. Der Kunde ist dafür verantwortlich, das Subscription-Kontingent für Marketing-Interaktionen, einschließlich Push-Benachrichtigungen, zu ermitteln.

8.4 Duplicate Message Send

Duplicate Message Send ist ein zusätzliches Subscription-Feature, das auf Unternehmensebene aktiviert wird. Ein Kunde mit einer Subscription kann das Feature ein- und ausschalten. Die E-Mail-Adressen, die die doppelte Nachricht erhalten sollen, werden vom Kunden als BCC-Adressen (Blind Carbon Copy = Blindkopie) eingegeben und sind für die Empfänger der E-Mail nicht sichtbar. Die Empfänger der doppelten Nachricht können geändert werden.

Kann die doppelte E-Mail an die E-Mail-Adresse für die Blindkopie nicht zugestellt werden, ist IBM nicht in der Lage, die doppelte E-Mail erneut zu senden.

8.5 Datenaufbewahrung

Bestimmte Datenelemente des Cloud-Service stehen innerhalb des Cloud-Service wie folgt zur Verfügung: Datenbanken (Kontaktlisten) und Vorlagen – 450 Tage ab der letzten Verwendung (aktiv verwendete Datenbanken und Vorlagen werden unbegrenzt aufbewahrt, solange der Service aktiv ist); E-Mail-Nachrichten, Inhalte und Verfolgsdaten von E-Mail-Klicks, nicht verwendete oder inaktive Datenbanken und Vorlagen – 450 Tage ab dem Datum, an dem die Nachricht gesendet wurde; Web-Tracking für bekannte oder authentifizierte Besucher – 180 Tage; Web-Tracking für anonyme Besucher – 30 Tage (die Aufzeichnungen können in „bekannt oder authentifiziert“ umgewandelt werden, wenn die Identität des Benutzers innerhalb von 30 Tagen bekannt wird); 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 Subscription-Laufzeit zu löschen. Der Kunde kann Sicherungskopien sämtlicher Inhalte aufbewahren, die zur Nutzung in Verbindung mit dem Cloud-Service bereitgestellt wurden.

8.6 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.

8.7 Nicht englischsprachige Versionen

Der Kunde nimmt zur Kenntnis und willigt ein, dass der Zugriff und die Nutzung einer nicht in englischer Sprache bereitgestellten Version des Cloud-Service bezüglich der Übersetzung der Benutzerschnittstelle auf der Technologie eines Drittanbieters, translations.com, beruhen können. Bei Verwendung einer nicht

in englischer Sprache bereitgestellten Version des Cloud-Service werden Kundendaten und Inhalte, auf die über die Cloud-Service-Benutzerschnittstelle zugegriffen werden kann, unter Umständen unverschlüsselt über die Systeme von translations.com übertragen, die dem Cloud-Service zum Zwecke der Übersetzung der Benutzerschnittstelle auf Anforderung des Kunden zugeordnet werden.

8.8 Instructor Led Training Setup Services

Wenn der Instructor Led Training Setup Service vor Ort beim Kunden stattfinden soll, ist der Kunde dafür verantwortlich, einen geeigneten Schulungsraum für die Anzahl der Kursteilnehmer bereitzustellen, einschließlich einer entsprechenden Anzahl an Netzsteckdosen, eines Overheadprojektors, einer Pinnwand und/oder eines Flip-Charts sowie Anschlussmöglichkeiten an die benötigten Systeme und Umgebungen und bei Bedarf eine Verbindung zum Internet.

Wenn der Instructor Led Training Setup Service in einer IBM Einrichtung stattfindet, erklärt der Kunde sich damit einverstanden und bestätigt, dass IBM für die Erbringung des Training Setup Service globale Ressourcen (Personal mit befristeter Aufenthaltsgenehmigung vor Ort als auch Personal an Standorten weltweit) einsetzen kann.

8.8.1 Verantwortlichkeiten des Kunden

Die Erbringung der Leistungen durch IBM hängt von der Wahrnehmung und Erfüllung der nachstehend aufgeführten Verpflichtungen des Kunden ab. Der Kunde wird diese Verpflichtungen erfüllen, ohne dass IBM hieraus Kosten entstehen. Jegliche Verzögerungen bei der Erfüllung dieser Verpflichtungen können sich nachteilig auf die Ausführung der Training Setup Services durch IBM auswirken. Der Kunde wird:

- a. sofern die Schulung nicht in einer IBM Einrichtung stattfindet, IBM die Adresse und Einzelheiten über die Räumlichkeiten am Schulungsstandort mitteilen.
- b. bei Bedarf sicheren Zugang, geeignete Büroräume, Verbrauchsmaterial, Möbel, Hochgeschwindigkeitsverbindung zum Internet und weitere Einrichtungen für die IBM Mitarbeiter während ihrer Tätigkeit am Standort des Kunden bereitstellen.
- c. sofern die Schulung nicht in einer IBM Einrichtung stattfindet, für die sichere Verwahrung der gesamten in IBM Besitz befindlichen Hardware und Software sorgen, solange sich diese am Kundenstandort befindet, und sicherstellen, dass alle Schulungsräume jederzeit verschlossen gehalten werden.