

IBM Nutzungsbedingungen – SaaS-spezifische Angebotsbedingungen

IBM Marketing Cloud

Die Nutzungsbedingungen bestehen aus diesen IBM Nutzungsbedingungen – SaaS-spezifische Angebotsbedingungen (nachfolgend „SaaS-spezifische Angebotsbedingungen“ genannt) und einem Dokument mit dem Titel IBM Nutzungsbedingungen – Allgemeine Bedingungen (nachfolgend „Allgemeine Bedingungen“ genannt), das unter der folgende Adresse zu finden ist: <http://www.ibm.com/software/sla/sladb.nsf/sla/tou-terms/>.

Im Falle eines Widerspruchs haben die SaaS-spezifischen Angebotsbedingungen Vorrang vor den Allgemeinen Bedingungen. Durch die Bestellung von IBM SaaS, den Zugriff darauf oder die Nutzung von IBM SaaS erklärt der Kunde sein Einverständnis mit diesen Nutzungsbedingungen.

Die Nutzungsbedingungen unterliegen dem IBM International Passport Advantage Vertrag, dem IBM International Passport Advantage Express Vertrag oder dem IBM Internationalen Vertrag über ausgewählte IBM SaaS-Angebote (nachfolgend „Vertrag“ genannt) und bilden zusammen mit dem jeweils anwendbaren Vertrag die vollständige Vereinbarung.

1. IBM SaaS

Diese SaaS-spezifischen Angebotsbedingungen gelten für die folgenden IBM SaaS-Angebote:

- IBM Marketing Cloud Standard
- IBM Marketing Cloud Standard – Additional Marketing Interactions
- IBM Marketing Cloud B2B Standard
- IBM Marketing Cloud B2B Standard – Additional Records
- IBM Marketing Cloud – Additional User
- IBM Marketing Cloud – Additional Email Insight Opens
- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Extension
- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Additional Users
- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Additional Connector

2. Gebührenmetriken

Die IBM SaaS-Angebote werden unter einer der folgenden Gebührenmetriken entsprechend der Angabe im Auftragsdokument verkauft:

- Zugriff** ist eine Maßeinheit für den Erwerb von IBM SaaS. Unter „Zugriff“ versteht man die Rechte zur Nutzung von IBM SaaS. Der Kunde muss eine einzige Zugriffsberechtigung erwerben, um IBM SaaS während des Messzeitraums nutzen zu können, der im Berechtigungsnachweis (Proof of Entitlement = PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist.
- Ereignis** ist eine Maßeinheit für den Erwerb von IBM SaaS. Ereignisberechtigungen basieren auf der Häufigkeit eines bestimmten Ereignisses im Zusammenhang mit der IBM SaaS-Nutzung. Ereignisberechtigungen sind IBM SaaS-spezifisch und der Ereignistyp darf nicht gegen die Ereignisberechtigungen für ein anderes IBM SaaS-Angebot oder einen anderen Ereignistyp ausgetauscht, umgetauscht oder mit diesen zusammengefasst werden. Der Kunde muss ausreichende Berechtigungen erwerben, um jedes Ereignis abzudecken, das während des Messzeitraums auftritt, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist.
- Berechtigter Benutzer** ist eine Maßeinheit für den Erwerb von IBM SaaS. 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 IBM SaaS 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 angegeben ist, Zugriff auf IBM SaaS erteilt wird.

- d. **Kundenprojekt** ist eine Maßeinheit für den Erwerb der Services. Ein Kundenprojekt besteht aus Professional Services und/oder Schulungsservices im Zusammenhang mit IBM SaaS. Der Kunde muss ausreichende Berechtigungen zur Abdeckung aller Kundenprojekte erwerben.
- e. **Verbindung** ist eine Maßeinheit für den Erwerb von IBM SaaS. Eine Verbindung ist die Anbindung an oder die Zuordnung einer Datenbank, einer Anwendung, eines Servers oder einer anderen Art von Einheit zu IBM SaaS. Der Kunde muss ausreichende Berechtigungen erwerben, um die Gesamtzahl der Verbindungen abzudecken, die während des Messzeitraums, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist, zu IBM SaaS hergestellt wurden oder hergestellt werden.
- f. **Datenbanksatz** ist eine Maßeinheit für den Erwerb von IBM SaaS. 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 Messzeitraums, der im Berechtigungsnachweis (PoE) oder Auftragsdokument angegeben ist, zur Verarbeitung durch IBM SaaS verfügbar sind.

3. **Gebühren und Abrechnung**

Der für IBM SaaS zu bezahlende Betrag ist im Auftragsdokument angegeben.

3.1 **Einrichtungsgebühren**

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

- IBM Marketing Cloud Standard – Onboarding Services
- IBM Marketing Cloud B2B Standard – 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 Messzeitraum berechnet, die im Auftragsdokument angegeben sind:

- IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Onboarding Services

3.2 **Anteilige Monatsgebühren**

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

3.3 **Zusatzgebühren**

Wenn die tatsächliche IBM SaaS-Nutzung des Kunden während des Messzeitraums die im Berechtigungsnachweis festgelegte 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 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 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 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 der ersten 12-monatigen Abrechnungsperiode 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 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) 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 oder das Ende der Subscription-Laufzeit erreicht wird.

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

Der Kunde 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.

4. Verlängerungsoptionen für die IBM SaaS-Subscription-Laufzeit

Im Berechtigungsnachweis des Kunden ist durch folgende Optionen geregelt, ob sich das IBM SaaS-Angebot am Ende der Subscription-Laufzeit verlängert:

4.1 Automatische Verlängerung

Ist im Berechtigungsnachweis angegeben, dass sich die IBM SaaS-Subscription-Laufzeit automatisch verlängert, kann der Kunde die ablaufende IBM SaaS-Subscription-Laufzeit kündigen, indem er den zuständigen IBM Vertriebsbeauftragten oder IBM Business Partner mindestens neunzig (90) Tage vor dem im Berechtigungsnachweis genannten Ablaufdatum durch schriftliche Mitteilung davon in Kenntnis setzt. Wenn IBM oder der IBM Business Partner kein solches Kündigungsschreiben vor dem Ablaufdatum erhält, wird die ablaufende Subscription-Laufzeit automatisch entweder um ein (1) Jahr oder um die im Berechtigungsnachweis genannte ursprüngliche Subscription-Laufzeit verlängert.

4.2 Verlängerung erforderlich

Ist im Berechtigungsnachweis des Kunden eine befristete Laufzeit angegeben, wird IBM SaaS zum Ende der Subscription-Laufzeit abgeschaltet und der Zugriff des Kunden auf IBM SaaS entfernt. Um IBM SaaS über das Enddatum hinaus nutzen zu können, muss der Kunde eine neue Subscription-Laufzeit erwerben, indem er beim zuständigen IBM Vertriebsbeauftragten oder IBM Business Partner eine entsprechende Bestellung aufgibt.

5. Technische Unterstützung

Während der Subscription-Laufzeit wird technische Unterstützung für das IBM SaaS-Angebot und die Aktivierungssoftware erbracht. Die technische Unterstützung ist Bestandteil von IBM SaaS und nicht als separates Angebot erhältlich.

6. Zusätzliche Bedingungen für die IBM SaaS-Angebote

6.1 Aktivierungssoftware

Dieses IBM SaaS-Angebot kann Aktivierungssoftware enthalten, die von IBM oder einem Drittanbieter bereitgestellt wird. Durch Herunterladen oder Installieren der Aktivierungssoftware erklärt der Kunde sich damit einverstanden, die Aktivierungssoftware nicht für andere Zwecke außer zur Aktivierung oder

Vereinfachung seines Zugriffs auf IBM SaaS und dessen Nutzung zu verwenden. Wird beim Installieren oder Herunterladen der Aktivierungssoftware eine separate Lizenzvereinbarung (z. B. die Internationalen Nutzungsbedingungen für Programme ohne Gewährleistung von IBM („ILAN“) bzw. eine andere Lizenzvereinbarung von IBM oder die eines Drittanbieters) angezeigt, unterliegt die Nutzung der betreffenden Aktivierungssoftware dieser separaten Vereinbarung. Der Kunde erklärt sich damit einverstanden, dass er mit der Zustimmung zu den vorliegenden Nutzungsbedingungen oder durch Herunterladen, Installation oder Nutzung der Aktivierungssoftware auch die Bedingungen der separaten Vereinbarung akzeptiert.

6.2 EU-Datenschutz

Wenn der Kunde personenbezogene Daten in IBM SaaS und damit auch IBM verfügbar macht, ist der Kunde der alleinige Verantwortliche für die personenbezogenen Daten und beauftragt IBM als Auftragsverarbeiter mit der Verarbeitung dieser personenbezogenen Daten (gemäß der Definition dieser Begriffe in der EU-Richtlinie 95/46/EG). IBM wird personenbezogene Daten nur in dem Umfang verarbeiten, der zur Bereitstellung des IBM SaaS-Angebots gemäß diesen Nutzungsbedingungen erforderlich ist. IBM verpflichtet sich, mit dem Kunden bei seiner Erfüllung gesetzlicher Anforderungen in angemessener Weise zusammenzuarbeiten und insbesondere den Zugriff auf die personenbezogenen Daten für den Kunden zu ermöglichen. Der Kunde willigt ein, dass IBM Inhalte, einschließlich personenbezogener Daten, die in IBM SaaS zur Verfügung gestellt werden, grenzüberschreitend von IBM in den USA verarbeiten lassen kann. Wenn IBM die Art und Weise, in der personenbezogene Daten verarbeitet oder geschützt werden, ändert und die Änderung dazu führt, dass geltende Datenschutzgesetze vom Kunden nicht mehr eingehalten werden, kann der Kunde den betroffenen IBM SaaS innerhalb von 30 Tagen nach Erhalt der Benachrichtigung von IBM über die Änderung kündigen.

6.3 Bevorzugte Standorte

Soweit möglich, orientieren sich die Steuern an dem Standort/den Standorten, für den/die IBM SaaS erbracht wird. IBM weist die Steuern gemäß der Geschäftsadresse aus, die bei der Bestellung von IBM SaaS als primärer Standort angegeben wird, es sei denn, der Kunde stellt IBM zusätzliche Informationen bereit. Der Kunde ist dafür verantwortlich, diese Informationen auf dem aktuellen Stand zu halten und IBM über Änderungen zu informieren.

6.4 Verteilerlisten

Der Kunde wird keine Verteilerlisten mit IBM SaaS verwenden, in denen Personen aufgeführt sind, die der Aufnahme in eine solche Liste zum Erhalt von E-Mail-Mitteilungen des Kunden nicht 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.

6.5 Kein Weiterverkauf

Das Recht zur Nutzung von IBM SaaS steht nur dem Kunden persönlich zu. Es ist dem Kunden nicht gestattet, IBM SaaS ohne die vorherige schriftliche Zustimmung von IBM weiterzuverkaufen oder Dritten (außer Mitarbeitern oder Auftragnehmern, die in seinem Namen tätig sind) Zugriff auf IBM SaaS zu erteilen.

6.6 Datenaufbewahrung

Bestimmte IBM SaaS-Datenelemente stehen innerhalb von IBM SaaS 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 Subscription-Laufzeit zu löschen. Der Kunde kann Sicherungskopien sämtlicher Inhalte aufbewahren, die zur Nutzung in Verbindung mit IBM SaaS bereitgestellt wurden.

6.7 Hinweise zum Code von Drittanbietern

Das IBM SaaS-Angebot 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.

Anhang A

IBM Marketing Cloud, eine cloudbasierte digitale Marketing-Plattform, ermöglicht Marketing-Fachleuten die Erzielung von Return-on-Investment (ROI) über die folgenden Hauptfunktionen:

- Design und Automatisierung konsistenter, kanalübergreifender Erfahrungen durch E-Mail, mobile Geräte, das Web und soziale Netzwerke
- Einsatz von Analysefunktionen zur Beschleunigung der Marketing-Entscheidungen und zur Verbesserung der Kundenbeziehungen
- Steigerung des ROI durch eine cloudbasierte digitale Marketing-Plattform, die mit anderen Datenquellen und Anwendungen des Kunden integrierbar ist

IBM Marketing Cloud enthält die folgenden neuen, lösungsbasierten Pakete und Services, die auf die Bedürfnisse der Marketing-Fachleute zugeschnitten sind, um den Einkaufsprozess zu vereinfachen.

1. IBM Marketing Cloud Standard

IBM Marketing Cloud Standard hilft Marketing-Fachleuten, das Kundenverhalten besser zu verstehen und personalisierte Interaktionen mit höhere Konversionsraten zu erzielen.

- 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 ist 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 IBM SaaS-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 1.000 auf Ereignisbasis erwerben; und
- d. 200.000 Email Insights-Aufrufe.

2. IBM Marketing Cloud B2B Standard

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. Dieses IBM SaaS-Angebot verfügt über folgende Features:

- 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 IBM SaaS-Angebot sind:

- a. fünf (5) berechnete Benutzer;
- b. zehn (10) aktive Programme;
- c. ein (1) Scoring-Modell;
- d. 50.000 Datenbanksätze. Wenn zusätzliche Datenbanksätze benötigt werden, muss der Kunde IBM Marketing Cloud B2B Standard Additional Records in Einheiten von 10.000 Datenbanksätzen erwerben; und

e. 200.000 Email Insights-Aufrufe.

3. IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning Extension

IBM Marketing Cloud – Budget and Expense Planning, das von Allocadia, einem externen Partner von IBM, unterstützt wird, bietet die folgenden Funktionen und kann für den Einsatz mit Marketing Cloud Standard, Marketing B2B Standard, 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-, Finanz- und Marketing-Daten

Bestandteile der Subscription-Gebühr für dieses IBM SaaS-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.

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.

Anhang B

IBM stellt das folgende Service-Level-Agreement („SLA“) für das IBM SaaS-Angebot zur Verfügung. Der Kunde nimmt zur Kenntnis, dass das SLA keine Gewährleistung darstellt.

1. Begriffsbestimmungen

- a. **Anwendungsausfallzeit** ist ein Zeitraum, in dem die Benutzer der von IBM gehosteten Teile der Anwendungsschnittstelle nicht in der Lage sind, alle Aspekte des Service zu nutzen, für die sie berechtigt sind. Eine „Ausfallzeit“ liegt demzufolge nicht vor, wenn jeder Benutzer die Aspekte des Service nutzen kann, für die er über entsprechende Berechtigungen verfügt.
- b. **Gutschrift für Ausfallzeiten** ist der Schadensersatz, den IBM für einen bestätigten Anspruch leistet. Die Gutschrift für Ausfallzeiten wird in Form einer Gutschrift oder eines Nachlasses gewährt und mit einer zukünftigen Rechnung über Subscription-Gebühren für den Service verrechnet.
- c. **Anspruch** ist ein vom Kunden gemäß diesem SLA bei IBM eingereichter Anspruch, der besagt, dass ein Service-Level während eines Vertragsmonats nicht erfüllt wurde.
- d. **Vertragsmonat** ist jeder volle Monat während der Laufzeit, der um 00:00 Uhr MEZ am ersten Kalendertag des Monats beginnt und um 23:59 MEZ am letzten Kalendertag des Monats endet.
- e. **Ausfallzeit bei der Datenverarbeitung** ist ein Zeitraum, in dem der Service nicht zur Verfügung steht, um Daten über die Datenverarbeitungselemente des Service zu erfassen.
- f. **Ausfallzeit** ist die Anwendungsausfallzeit und/oder die Ausfallzeit bei der Datenverarbeitung. Zur Ausfallzeit zählt auch der Zeitraum, in dem IBM SaaS nicht in der Lage ist, Daten über die Datenverarbeitungselemente von IBM SaaS zu senden oder zu empfangen. Ausfallzeiten umfassen nicht den Zeitraum, in dem IBM SaaS aus einem der folgenden Gründe nicht verfügbar ist:
 - (1) Vorab geplante oder angekündigte Unterbrechungen zur Durchführung von Wartungsarbeiten
 - (2) Ereignisse oder Gründe, die IBM nicht zu vertreten hat (z. B. Naturkatastrophen, Internetausfälle, Notfallwartung, Handlungen oder Unterlassungen durch Internet-Service-Provider oder Telekommunikationsanbieter usw.)
 - (3) Probleme mit Anwendungen, Geräten oder Daten des Kunden oder Dritter
 - (4) Nichtbeachtung erforderlicher Systemkonfigurationen und unterstützter Plattformen durch den Kunden für den Zugriff auf den Service
 - (5) Unterbrechungen, die dadurch verursacht werden, dass IBM Entwürfe, Spezifikationen oder Anweisungen des Kunden oder eines in seinem Auftrag handelnden Dritten zu beachten hat
- g. **Vorfall** ist ein Umstand oder eine Reihe von Umständen, die zur Nichteinhaltung eines Service-Levels geführt haben.
- h. **Service** bezeichnet das IBM SaaS-Angebot, auf das sich dieses SLA bezieht.
- i. **Service-Level** ist der nachstehend erläuterte Standard, nach dem IBM den Level des Service misst, den sie in diesem SLA bereitstellt.

2. Gutschriften für Ausfallzeiten

- a. Damit der Kunde einen Anspruch geltend machen kann, muss er für jeden Vorfall innerhalb von 24 Stunden, nachdem er zum ersten Mal festgestellt hat, dass der Vorfall die Nutzung des Service beeinträchtigt, ein Support-Ticket der Fehlerklasse 1 (wie im Abschnitt „Technische Unterstützung“ definiert) beim IBM Help-Desk für technische Unterstützung öffnen. Der Kunde muss alle erforderlichen Informationen zu dem Vorfall zur Verfügung stellen und IBM bei der Diagnose des Vorfalls und der Problemlösung unterstützen.
- b. Der Anspruch auf eine Gutschrift für Ausfallzeiten muss spätestens drei (3) Arbeitstage nach Ablauf des Vertragsmonats geltend gemacht werden, in dem der Anspruch entstanden ist.
- c. Die Gutschriften für Ausfallzeiten richten sich nach der Dauer der Ausfallzeit, die ab dem Zeitpunkt gemessen wird, zu dem der Kunde zum ersten Mal eine Beeinträchtigung bedingt durch die Ausfallzeit gemeldet hat. Wenn der Kunde eine Anwendungsausfallzeit und eine Ausfallzeit bei der Datenverarbeitung meldet und beide Vorfälle gleichzeitig aufgetreten sind, behandelt IBM die sich

überschneidenden Ausfallzeiten als eine einzige Ausfallzeit, und nicht als zwei separate Ausfallzeiten. Für jeden berechtigten Anspruch wird IBM die höchstmögliche Gutschrift für Ausfallzeiten basierend auf dem während jedes einzelnen Vertragsmonats erreichten Service-Levels anwenden (siehe die nachstehende Tabelle). IBM gewährt keine Mehrfachgutschriften für Ausfallzeiten für den gleichen Vorfall in ein und demselben Vertragsmonat.

- d. Die Gesamtsumme der Gutschriften für Ausfallzeiten, die für einen beliebigen Vertragsmonat gewährt wird, wird unter keinen Umständen 20 Prozent (%) von einem Zwölftel (1/12) der Jahresgebühr überschreiten, die der Kunde IBM für den Service bezahlt hat.

3. Service-Levels

IBM SaaS-Verfügbarkeit in einem Vertragsmonat

Verfügbarkeit in einem Vertragsmonat	Gutschrift für Ausfallzeiten (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 %

Die Verfügbarkeit, ausgedrückt als Prozentsatz, wird wie folgt berechnet: (a) Gesamtzahl der Minuten in einem Vertragsmonat, minus (b) der Gesamtzahl der Ausfallminuten in einem Vertragsmonat, dividiert durch (c) 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 = 43.150 Minuten <hr/> 43.200 Minuten insgesamt in einem Vertragsmonat mit 30 Tagen	= Gutschrift für Ausfallzeiten in Höhe von 2 % bei einem erreichten Service-Level von 99,884 %
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Weitere Informationen zu diesem SLA

Dieses SLA wird nur IBM Kunden zur Verfügung gestellt und gilt nicht für Ansprüche, die von Benutzern, Gästen, Teilnehmern und eingeladenen Personen des Kunden, die den Service nutzen, oder in Bezug auf von IBM bereitgestellte Beta- oder Testservices geltend gemacht werden. Das SLA bezieht sich nur auf die Services im Produktionseinsatz und nicht auf Nicht-Produktionsumgebungen, einschließlich, aber nicht beschränkt auf Tests, Disaster-Recovery, Qualitätssicherung oder Entwicklung.