

# 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 Essentials
- IBM Marketing Cloud B2B Essentials
- IBM Marketing Cloud Standard
- IBM Marketing Cloud – Additional Marketing Interactions
- IBM Marketing Cloud B2B Standard
- IBM Marketing Cloud B2B – 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
- IBM Marketing Cloud Enterprise
- IBM Marketing Cloud B2B Enterprise
- IBM Marketing Cloud Social Audiences
- IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send
- IBM Marketing Cloud Unlimited Scoring
- IBM Marketing Cloud Unlimited Programs
- IBM Marketing Cloud Additional IP Address
- IBM Marketing Cloud Citrix Integration
- IBM Marketing Cloud CRM Integration
- IBM Marketing Cloud CRM Integration with Scribe
- IBM Marketing Cloud Inbox Monitoring
- IBM Marketing Cloud Multi-Factor Authentication
- IBM Marketing Cloud Transact Magento Integration
- IBM Marketing Cloud Web Analytics Integrations
- IBM Marketing Cloud WebEx Integration

- IBM Marketing Cloud Transact – Instance
- IBM Marketing Cloud Transact – Message

## 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 einzelne Zugriffsberechtigung erwerben, um IBM SaaS während des Messzeitraums nutzen zu können, der im Berechtigungsnachweis (Proof of Entitlement = 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.
- 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.
- Datenbanksatz** ist eine Maßeinheit für den Erwerb von IBM SaaS. 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, von IBM SaaS verarbeitet werden.
- Digitale Nachricht** ist eine Maßeinheit für den Erwerb von IBM SaaS. Eine digitale Nachricht ist eine elektronische Mitteilung, die von IBM SaaS 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, von IBM SaaS verwaltet oder verarbeitet werden.
- Kundenprojekt (Engagement)** 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.
- 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.

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 Open (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.

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

### 3. Gebühren und Abrechnung

Der für IBM SaaS zu bezahlende Betrag ist in einem Auftragsdokument angegeben.

#### 3.1 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 IBM SaaS-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 IBM SaaS freigeschaltet ist, unabhängig davon, ob das Stundenkontingent ausgeschöpft wurde.

#### 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 durch den 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, 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.

### 3.4 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.

## 4. Verlängerungsoptionen für die IBM SaaS-Subscription-Laufzeit

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

Bei automatischer Verlängerung wird IBM SaaS 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 IBM SaaS auf monatlicher Basis ununterbrochen zur Verfügung, bis der Kunde unter Einhaltung einer Frist von 90 Tagen schriftlich kündigt. IBM SaaS bleibt nach Ablauf der 90-Tage-Frist bis zum Ende des Kalendermonats verfügbar.

## 5. Technische Unterstützung

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

Fehlerklasse	Definition der Fehlerklasse	Angestrebte Reaktionszeiten	Deckungszeiten
1	<b>Kritische Auswirkung auf den Geschäftsbetrieb/Serviceausfall:</b> 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	24x7

Fehlerklasse	Definition der Fehlerklasse	Angestrebte Reaktionszeiten	Deckungszeiten
2	<b>Erhebliche Auswirkung auf den Geschäftsbetrieb:</b> Die Nutzung eines geschäftsrelevanten 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	Mo-Fr zu den Geschäftszeiten
3	<b>Geringe Auswirkung auf den Geschäftsbetrieb:</b> 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	Mo-Fr zu den Geschäftszeiten
4	<b>Minimale Auswirkung auf den Geschäftsbetrieb:</b> Eine Anfrage oder eine Frage nicht technischer Art.	Innerhalb 1 Arbeitstages	Mo-Fr zu den Geschäftszeiten

## 6. Zusätzliche Bedingungen für die IBM SaaS-Angebote

### 6.1 Sicherheitsbeschreibung

Diese IBM SaaS-Angebote orientieren sich an den unter <http://www.ibm.com/software/sla/sladb.nsf/sla/dsp> verfügbaren IBM Datensicherheits- und Datenschutzrichtlinien für IBM SaaS sowie etwaigen weiteren Bedingungen in diesem Abschnitt. Eventuelle Änderungen der IBM Datensicherheits- und Datenschutzrichtlinien führen nicht zu einer Beeinträchtigung der Sicherheit von IBM SaaS.

### 6.2 Aktivierungssoftware

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. Ist für die Aktivierungssoftware keine separate Lizenzvereinbarung vorhanden, so kommen diese Nutzungsbedingungen zur Anwendung.

### 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 Einhaltung des Safe-Harbor-Abkommens

IBM hält die vom United States Department of Commerce verabschiedeten und die Zusammenarbeit zwischen den USA und der Europäischen Union regelnden Safe-Harbor-Grundsätze ein, welche für das Erheben, Verwenden und Speichern von Informationen gelten, die in der Europäischen Union erhoben wurden. Weitere Informationen über das Safe-Harbor-Abkommen oder das IBM Zertifizierungsdokument sind unter <http://www.export.gov/safeharbor/> zu finden.

### 6.5 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.

### 6.6 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.

## 6.7 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, Rich Notifications und Inbox-Benachrichtigungen. Einfache Push-Benachrichtigungen, In-App-Benachrichtigungen und Rich Notifications 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, die Anzahl der benötigten Ereignisberechtigungen für Marketing-Interaktionen, einschließlich Push-Benachrichtigungen, zu ermitteln.

## 6.8 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.

## 6.9 Datenaufbewahrung

Bestimmte IBM SaaS-Datenelemente stehen innerhalb von IBM SaaS 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 Verfolgungsdaten 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 wird Sicherungskopien sämtlicher Inhalte aufbewahren, die zur Nutzung in Verbindung mit IBM SaaS bereitgestellt wurden.

## 6.10 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.

## 6.11 Nicht englischsprachige Versionen

Der Kunde nimmt zur Kenntnis und willigt ein, dass der Zugriff und die Nutzung einer nicht in englischer Sprache bereitgestellten IBM SaaS-Version bezüglich der Übersetzung der Benutzerschnittstelle auf der Technologie eines Drittanbieters, translations.com, beruhen können. Bei Verwendung einer nicht in englischer Sprache bereitgestellten IBM SaaS-Version werden Kundendaten und Inhalte, auf die über die IBM SaaS-Benutzerschnittstelle zugegriffen werden kann, unter Umständen unverschlüsselt über die Systeme von translations.com übertragen, die IBM SaaS zum Zwecke der Übersetzung der Benutzerschnittstelle auf Anforderung des Kunden zugeordnet werden.

## 6.12 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.

#### **6.12.1 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.

## 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 Essentials

IBM Marketing Cloud Essentials ermöglicht Marketing-Fachleuten mit geringerem Kapazitätsbedarf die Bereitstellung personalisierter digitaler Interaktionen mit höheren Konversionsraten. Dieses Angebot ist auf Subscription- und auf Pay-per-Use-Basis erhältlich.

- 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. Kundenspezifische Domänen für Landing-Pages müssen separat erworben werden.



- 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.

Folgendes ist Bestandteil der Subscription-Gebühren für dieses IBM SaaS-Angebot:

- Fünf (5) berechnete Benutzer
- Zehn (10) aktive Programme
- 50.000 Marketing-Interaktionen pro Monat bei insgesamt 600.000 Marketing-Interaktionen, die jährlich verarbeitet werden können
- Unbegrenzte Zahl an Datenbanksätzen
- Eine (1) Organisation
- 10.000 Email Insights Opens monatlich
- 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
- Fünf (5) Sendedomänen
- Eine (1) kundenspezifische Hostdomäne
- Eine (1) IP-Adresse zum Senden von Nachrichten
- Kunden, die mehr als drei (3) Millionen E-Mail-Nachrichten im Jahr versenden, sind zum Erhalt einer dedizierten IP-Adresse berechtigt; anderenfalls wird eine gemeinsam genutzte IP-Adresse zugeordnet.
- Technische Unterstützung
- Online-Trainingsmodule

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

## 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 IBM SaaS-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.

Folgendes ist Bestandteil der Subscription-Gebühren für dieses IBM SaaS-Angebot:

- Fünf (5) berechnete Benutzer
- Zehn (10) aktive Programme
- Ein (1) Scoring-Modell
- Unbegrenzte Zahl an Marketing-Interaktionen
- 10.000 Datenbanksätze
- Eine (1) Organisation
- 10.000 Email Insights Opens monatlich
- 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
- Fünf (5) Sendedomänen
- Eine (1) kundenspezifische Hostdomäne
- Eine (1) IP-Adresse zum Senden von Nachrichten
- Technische Unterstützung
- Online-Trainingsmodule

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

### 3. IBM Marketing Cloud Standard

Die Subscription für IBM Marketing Cloud Standard baut auf den Funktionen auf, die im Essentials-Paket angeboten werden. Kunden mit einer Subscription erhalten zusätzliche berechnete Benutzer sowie größere Nutzungskontingente für die Programmautomatisierung, für Scoring und für Email Insights. Im Standard-Paket ist außerdem eine größere Anzahl an Marketing-Interaktionen eingeschlossen. Das Standard-Paket beinhaltet das gesamte Leistungsspektrum des Essentials-Pakets zuzüglich der folgenden Funktionen:

- 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.
- 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 dieses IBM SaaS-Angebot:

- Zehn (10) berechnete Benutzer pro Organisation
- Fünf (5) Organisationen
- Zwanzig (20) aktive Programme
- Ein (1) Scoring-Modell
- 250.000 Marketing-Interaktionen pro Monat bei insgesamt 3 Millionen Marketing-Interaktionen, die jährlich verarbeitet werden können
- Unbegrenzte Zahl an Datenbanksätzen
- 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
- j. Fünf (5) Sendedomänen
- k. Eine (1) kundenspezifische Hostdomäne
- l. Eine (1) IP-Adresse zum Senden von Nachrichten
- m. Kunden, die mehr als drei (3) Millionen E-Mail-Nachrichten im Jahr versenden, sind zum Erhalt einer dedizierten IP-Adresse berechtigt; anderenfalls wird eine gemeinsam genutzte IP-Adresse zugeordnet.
- n. Technische Unterstützung
- o. Online-Trainingsmodule

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

#### **4. IBM Marketing Cloud B2B Standard**

Dieses Paket baut auf den Features auf, die im B2B Essentials-Paket angeboten werden. Kunden mit einer Subscription für das B2B Standard-Paket erhalten zusätzliche berechnete Benutzer sowie größere Nutzungskontingente für die Programmautomatisierung, für Scoring und für Email Insights. Bestandteil des B2B Standard-Pakets ist außerdem eine größere Anzahl an Datenbanksätzen. Das B2B Standard-Paket beinhaltet alle Features des B2B Essentials-Pakets und des IBM Marketing Cloud Standard-Pakets.

Folgendes ist Bestandteil der Subscription-Gebühren für dieses IBM SaaS-Angebot:

- 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
- j. Fünf (5) Sendedomänen
- k. Eine (1) kundenspezifische Hostdomäne
- l. Eine (1) IP-Adresse zum Senden von Nachrichten
- m. Technische Unterstützung
- n. Online-Trainingsmodule

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

#### **5. 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, 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. Dieses Angebot ist auf Subscription- und auf Pay-per-Use-Basis erhältlich. 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 dieses IBM SaaS-Angebot:

- Fünf (5) berechnigte Benutzer
- Ein (1) Connector

IBM Marketing Cloud Budget and Expense Planning Additional Users kann erworben werden, wenn der Kunde mehr berechnigte 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.

## 6. IBM Marketing Cloud Enterprise

Dieses Paket baut auf den Funktionen auf, die im Standard-Paket angeboten werden. Das Enterprise-Paket enthält eine Berechnigung 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 berechnigte 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. Dieses Angebot ist auf Subscription- und auf Pay-per-Use-Basis erhältlich.

Folgendes ist Bestandteil der Subscription-Gebühr für dieses IBM SaaS-Angebot:

- Zwanzig (20) berechnigte Benutzer pro Organisation
- Zehn (10) Organisationen
- Unbegrenzte Zahl aktiver Programme
- Unbegrenzte Zahl an Datenbanksätzen
- 750.000 Marketing-Interaktionen pro Monat bei insgesamt 9 Millionen Marketing-Interaktionen, die jährlich verarbeitet werden können
- 25.000 Social Audiences-Kontakt ereignisse monatlich
- Unbegrenzte Zahl an Scoring-Modellen
- 400.000 Email Insights Opens monatlich
- 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
- Fünf (5) Sendedomänen
- Eine (1) kundenspezifische Hostdomäne
- Eine (1) IP-Adresse zum Senden von Nachrichten
- Kunden, die mehr als drei (3) Millionen E-Mail-Nachrichten im Jahr versenden, sind zum Erhalt einer dedizierten IP-Adresse berechnigt; anderenfalls wird eine gemeinsam genutzte IP-Adresse zugeordnet.
- Technische Unterstützung
- Online-Trainingsmodule

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

## 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 Berechnigung für die von Allocadia unterstützten Planungs- und Budgetierungsfunktionen. Kunden mit einer Subscription für das B2B Enterprise-Paket erhalten zusätzliche berechnigte 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. Dieses Angebot ist auf Subscription- und auf Pay-per-Use-Basis erhältlich.

Folgendes ist Bestandteil der Subscription-Gebühr für dieses IBM SaaS-Angebot:

- a. Zwanzig (20) berechnete 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
- j. Fünf (5) Sendedomänen
- k. Eine (1) kundenspezifische Hostdomäne
- l. Eine (1) IP-Adresse zum Senden von Nachrichten
- m. Technische Unterstützung
- n. Online-Trainingsmodule

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

## 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. Dieses Angebot ist auf Subscription- und auf Pay-per-Use-Basis erhältlich.

Folgendes ist Bestandteil der Subscription-Gebühr für dieses IBM SaaS-Angebot:

- Für Kunden, die eines der IBM Marketing Cloud Standard-Pakete erworben haben: 5.000 Kontakttereignisse pro Monat.
- Für Kunden, die eines der IBM Marketing Cloud Enterprise-Pakete erworben haben: 25.000 Kontakttereignisse 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 Kontakttereignissen zu erwerben.

Im Falle der Integration von Social Audiences mit Social-Plattform-Software anderer Anbieter benötigt IBM SaaS die Anbindung an Universal Behavior Exchange (UBX), um Inhalte und Daten an und von Software anderer Anbieter zu übertragen. Neue Benutzer können sich über das Onlineregistrierungsformular unter <https://www-01.ibm.com/marketing/iwm/iwm/web/signup.do?source=ibm-ubxprovision> für den Zugriff registrieren.

## 9. Optionale Features

Optionale Features sind gegen Aufpreis erhältlich:

- IBM Marketing Cloud Duplicate Message Send  
Bietet Kunden mit einer Subscription für 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.

- IBM Marketing Cloud Additional Scoring
 

Bietet Kunden mit einer Subscription für IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Essentials und IBM Marketing Cloud B2B Essentials die folgenden Funktionen. Additional 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.
- IBM Marketing Cloud Additional Programs
 

Bietet Kunden mit einer Subscription für IBM Marketing Cloud Standard, IBM Marketing Cloud B2B Standard, IBM Marketing Cloud Essentials und IBM Marketing Cloud B2B Essentials die folgenden Funktionen. Additional 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.
- IBM Marketing Cloud Additional IP Address
 

Dies ist die jährliche Gebühr für eine zusätzliche IP-Adresse.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- IBM Marketing Cloud Web Analytics Integrations
 

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

- 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.
- IBM Marketing Cloud Transact  
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.
  - Kunden, die Marketing Cloud B2B Essentials-, B2B Standard- oder B2B Enterprise-Pakete als Subscription erwerben, müssen außerdem IBM Marketing Cloud mit Berechtigungen für 1.000 digitale Nachrichten erwerben.

## 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- und Essentials-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.
- 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 Schulungstag 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)  
Beinhaltet eine eintägige IBM Marketing Cloud-Schulung vor Ort beim Kunden. Der Schulungstag 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 Setup  
Aktualisiert die IBM SaaS-Umgebung für die Verwendung einer weiteren Reputationsidentität zusätzlich zu den mit IBM Marketing Cloud bereitgestellten Reputationsidentitäten.
- IBM Marketing Cloud Deliverability Consultation  
Unterstützt Kunden dabei, Best Practices im Bereich des E-Mail-Marketing und der E-Mail-Zustellbarkeit mit IBM Marketing Cloud zu erkennen und zu implementieren. Dieser fern erbrachte Service beinhaltet bis zu 22 Stunden an Beratungszeit. Ein Deliverability Consultant unterstützt die Kunden und stellt spezifische Strategien bereit, die direkt auf aktive Sendemuster angewendet werden können.
- IBM Marketing Cloud ISP Delivery Investigation  
Bietet Empfehlungen für bewährte Verfahren, die auf die Kundenanforderungen abgestimmt sind und für den vom Kunden angegebenen ISP angepasst werden können. Dieser fern erbrachte Service umfasst bis zu fünf (5) Stunden und ist auf die Untersuchung von maximal zwei dedizierten IPs und einen ISP beschränkt.



## Anhang B

IBM stellt das folgende Verfügbarkeits-Service-Level-Agreement („SLA“) für IBM SaaS 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 angemessen 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 style="width: 30%; margin: 10px auto;"/> 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 zugelassenen eingeladenen Personen, 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.