PSLT – Mix Modeler (2023v1)

1. **Pflichten des Kunden.** Der Kunde ist allein verantwortlich für:
   1.1 sämtliche Tests von Kundenanpassungen, einschließlich Sicherheitstests;
   1.2 sicherzustellen, dass alle in Mix Modeler aufgenommenen Daten den XDM-Standards entsprechen;
   1.3 die Zusammenarbeit mit Adobe-Mitarbeitern oder anderen (Beratungs-)Dienstleistern bei der Konfiguration des/der Mix Modeler-Modells/e, falls bzw. wenn diese vertraglich beauftragt wurden;
   1.4 sicherzustellen, dass allen in Mix Modeler aufgenommenen Daten die entsprechenden DULE-Etiketten zugewiesen wurden und
   1.5 sicherzustellen, dass angemessene Richtlinien zur Datennutzung (z. B. basierend auf den Datenschutzhinweisen des Kunden, vertraglichen Rechten und einwilligungsbasierten Rechten) innerhalb von Mix Modeler implementiert und ausgeführt wurden.

   Adobe haftet nicht für Störungen des Betriebs oder der Sicherheit von Mix Modeler, die durch Kundenanpassungen bzw. die Nichterfüllung der in den vorstehenden Abschnitten 1.1 bis 1.5 genannten Verpflichtungen durch den Kunden verursacht werden.
2. **Aufbewahrung von Daten.** Im Data Lake gespeicherte Kundendaten werden während der Lizenzlaufzeit vorbehaltlich der Speichergrenzen aufbewahrt, bis sie vom Kunden gelöscht werden.
3. **Zusätzliche Definitionen**
   3.1 „**Kundenanpassungen**“ bezeichnet die Anpassungen, die vom Kunden oder auf Anweisung des Kunden an Mix Modeler vorgenommen wurden. Dem Kunden gehören die Kundenanpassungen (oder er muss gegebenenfalls sicherstellen, dass er über eine gültige Lizenz für diese verfügt) nach Maßgabe von Adobes zugrundeliegendem geistigen Eigentum an der Adobe-Technologie. Der Kunde bestätigt und erkennt an, dass Adobes Zugang zu Kundenanpassungen nicht ausschließt, dass Adobe unabhängig (ohne Verwendung von Kundenanpassungen) ähnliche Technologien ohne Verpflichtungen gegenüber dem Kunden entwickelt oder erwirbt.
   3.2 „**DULE**“ bezeichnet Adobes Governance-Framework für Datennutzung, Kennzeichnung und Durchsetzung.
   3.3 **„Daten auf Übersichtsebene“** sind high-level Daten, die beschreiben, wie eine Gruppe oder ein Objekt (z. B. Verbraucher, Kampagnen, Regionen usw.) mit dem Unternehmen eines Kunden interagiert oder sich in Verbindung damit verhält, und die durch Kombination von Daten auf Ereignisebene berechnet werden können.
   3.4 **„Marketing-Touchpoint“** ist eine Auswahl von Daten auf der Ereignisebene (*Event-level Data*), die vom Benutzer als Benchmark zum Vergleich gegen einen ausgewählten Leistungsindikator für einen Kunden herangezogen werden (z. B. Konversionsziel(e)).
   3.5 **„Daten auf Ereignisebene“** bezeichnet Marketing-Touchpoint oder Konversionsdaten (z. B. Konversionen, Anmeldungen) auf Ereignisebene, die Ereigniszeitstempel, Ereignis-IDs und/oder Personen-IDs umfassen.
   3.6 **„Mix-Modeler-Modell“** bezeichnet ein maschinelles Lernmodell, das eingesetzt wird, um ein spezifiziertes Ergebnis basierend auf den Investitionen des Kunden zu messen und/oder vorherzusagen. Marketing-Touchpoints und/oder Daten auf Ereignisebene können als Eingabe verwendet und Varianten von Mix-Modeler-Modellen können für verschiedene Gruppen von Variablen, Dimensionen und Ergebnissen (z. B. Umsatz, verkaufte Einheiten, Verkaufsanbahnungen usw.) erstellt werden.
   3.7 „**XDM**“ bezeichnet das unter https://**github**.com/adobe/xdm dokumentierte Experience Data Model.