



PSLT - Real-Time Customer Data Platform Collaboration (2025v2)

1. Pflichten des Kunden. Der Kunde ist allein verantwortlich für:

- 1.1 Sicherstellen, dass anwendbare Collaboration Data in gehashte Identifikatoren formatiert werden, damit Adobe Overlap Analysis in Real-Time CDP Collaboration durchführen kann;
- 1.2 Adobe angemessenen Lese- oder Schreibzugriff auf Collaboration Data gewähren, soweit anwendbar, und sicherstellen, dass angemessener Zugriff und Beschränkungen für Collaboration Data in Collaboration Datastores implementiert wurden;
- 1.3 Sicherstellen, dass angemessener Verbindungszugriff zu Publisher(n) und Advertiser(n), soweit anwendbar, in Real-Time CDP Collaboration implementiert wurde; und
- 1.4 Sicherstellen, dass angemessene Verträge mit Collaboration Datastores bestehen.

Adobe ist nicht verantwortlich für (a) Ausfälle im Betrieb von Real-Time CDP Collaboration oder (b) Beeinträchtigungen der Sicherheit von Real-Time CDP Collaboration, die durch das Versäumnis des Kunden verursacht werden, die in den Abschnitten 1.1 bis 1.4 oben beschriebenen Verpflichtungen zu erfüllen.

2. Datenspeicherung. Collaboration Data werden innerhalb von sieben Tagen gelöscht, nachdem der Kunde Collaboration Data für Real-Time CDP Collaboration verfügbar gemacht hat, es sei denn, diese Daten werden innerhalb dieser sieben Tage aktualisiert.

3. Overlap Analysis, Audience Insights und Measurement Reports. Durch die Bereitstellung von Collaboration Data in Real-Time CDP Collaboration bestätigt der Kunde, dass er Adobe anweist, Overlap Analysis und Measurement durchzuführen und entsprechende Audience Insights und Measurement Reports zu generieren.

4. Collaboration Data. Der Kunde kann Real-Time CDP Collaboration verwenden, um Adobe Zugriff auf Collaboration Data in Collaboration Datastores zu gewähren. Der Kunde gewährleistet, dass jede Nutzung oder Kombination von Collaboration Data durch den Kunden, Advertiser, Publisher oder Collaboration Datastores (soweit anwendbar) allen anwendbaren Gesetzen, Richtlinien, Vorschriften, Kodizes, Regeln und etablierten branchenüblichen Best Practices für Datennutzung und Datenschutz entspricht (wie den Digital Advertising Alliance Self-Regulatory Principles und dem National Advertising Initiative Self-Regulatory Framework, soweit anwendbar). Der Kunde bestätigt, dass jede Streitigkeit bezüglich Collaboration Data in Real-Time CDP Collaboration ausschließlich zwischen dem Kunden und dem Advertiser, Publisher oder Collaboration Datastore besteht, soweit anwendbar.

5. Nutzung eines Collaboration Datastore. Die Übertragung oder der Empfang von Collaboration Data an einen Collaboration Datastore gewährt diesem Collaboration Datastore nicht das Recht, (i) auf Adobes Online-Reporting-Schnittstelle oder -Tools zuzugreifen oder (ii) Reports zu erhalten. Adobe kontrolliert weder die Nutzung der Collaboration Data durch den Kunden über den Collaboration Datastore noch ist Adobe dafür verantwortlich, dass der Kunde die Collaboration Data mit anderen Daten über die Technologie oder Services des Collaboration Datastore kombiniert.

6. Identity Vendors. Auf Anweisung des Kunden kann Adobe Collaboration Data, einschließlich der dem Kunden von einem Drittanbieter-Identity-Vendor zugewiesenen eindeutigen Identifikatoren, mit diesem Drittanbieter-Identity-Vendor teilen. Der Kunde bestätigt, dass (i) dieser Drittanbieter-Identity-Vendor die eindeutige Kennung des Kunden in eine andere Kennung umkodieren kann, um sie mit einem Publisher für die Durchführung der Overlap Analysis abzustimmen, und (ii) der Kunde diesem Drittanbieter-Identity-Vendor ausdrückliche schriftliche Genehmigung zur Durchführung dieser Umkodierung erteilen muss. Der Kunde verpflichtet sich, die anwendbaren Anforderungen dieses Drittanbieter-Identity-Vendors zu erfüllen, damit Adobe die Overlap Analysis durchführen kann.

7. **Customer Matchmaking.** Adobe kann den Namen des Kunden, seine Rolle in Real-Time CDP Collaboration (als Publisher oder Advertiser), und (mit schriftlicher Zustimmung des Kunden) Kontaktinformationen mit anderen bestehenden und potenziellen Real-Time CDP Collaboration-Kunden teilen, um Matchmaking innerhalb von Real-Time CDP Collaboration zu erleichtern.
8. **Publisher Catalog.** Wenn sich der Kunde als Publisher bezeichnet, kann Adobe den Firmennamen und das Logo des Kunden im Real-Time CDP Collaboration Publisher Catalog auflisten. Adobe kann nach eigenem Ermessen den Kunden von der Veröffentlichung im Publisher Catalog ausschließen.
9. **Produktbeschreibung.** Die Beschreibung von Real-Time CDP Collaboration, einschließlich Berechtigungen, Umfangsparametern und Limits, ist in der anwendbaren Produktbeschreibung hier detailliert beschrieben: <https://helpx.adobe.com/legal/product-descriptions.html>.

10. Definitionen

- 10.1 „**Advertiser**“ bezeichnet einen Adobe-Kunden, der seine Rolle als „Advertiser“ in Real-Time CDP Collaboration festgelegt hat. Der Kunde kann ein Advertiser sein.
- 10.2 „**Audience Insights**“ bezeichnet den Bericht mit den Erkenntnissen aus der Overlap Analysis, den Real-Time CDP Collaboration dem Kunden zur Verfügung stellt.
- 10.3 „**Collaboration Data**“ bezeichnet Daten, die der Kunde zur Nutzung in Real-Time CDP Collaboration zur Verfügung stellt. Collaboration Data sind eine Teilmenge der Kundendaten.
- 10.4 „**Collaboration Datastore**“ bezeichnet jede cloudbasierte Speicher-, Datenbank- oder andere externe Plattform eines Drittanbieters, für die der Kunde Adobe autorisiert hat, Collaboration Data daraus zu lesen oder Collaboration Data darauf zu schreiben.
- 10.5 „**Data Sharing Agreement**“ bezeichnet einen Vertrag zwischen einem Advertiser und einem Publisher, der definiert, welche Daten zwischen den Parteien geteilt werden und wie sie in Real-Time CDP Collaboration verwendet werden können.
- 10.6 „**Measurement**“ bezeichnet die Ausführung von Collaboration Activities in Real-Time CDP Collaboration zur Generierung von campaign Leistungsberichten und Insights.
- 10.7 „**Messberichte**“ bezeichnet die campaign-Leistungsberichte und Insights, die aus Collaboration-Daten in real-time cdp Collaboration abgeleitet werden.
- 10.8 „**Überschneidungsanalyse**“ bezeichnet die Analyse, die Adobe durchführt, um die Schnittmenge zwischen den Collaboration-Daten von Adobe-Kunden zu identifizieren.
- 10.9 „**Publisher**“ bezeichnet einen Adobe-Kunden, der seine Rolle als „Publisher“ in Real-Time CDP Collaboration festgelegt hat. Der Kunde kann ein Publisher sein.