

**Vereinbarung
einer Verarbeitung in gemeinsamer Verantwortlichkeit
(Art. 26 DS-GVO)
("Joint Controller Agreement" oder "JCA")**

zwischen

**Ströer Digital Media GmbH
Kehrwieder 8-9
20457 Hamburg**

(nachfolgend „**Vermarkter**“)

und

zwischen in Anlagen 2 genannten
Publishern

(nachfolgend „**Publisher**“)

und

den „**TCF 2.0 Vendoren**“
(gemäß Anlage 2)

und

den „**Werbetreibenden**“
(gemäß Anlage 2)

-gemeinsam nachfolgend „**Parteien**“ genannt-

I. Präambel

1. Diese Vereinbarung dokumentiert und regelt die Rechte und Pflichten der Parteien hinsichtlich einer gemeinsamen Verarbeitung von personenbezogenen Daten im Sinne des Art. 26 DSGVO. Diese gemeinsame Datenverarbeitung findet ausschließlich im Rahmen des nachfolgend näher definierten Vertragsgegenstandes statt. Für diesen Vertragsgegenstand legt diese Vereinbarung die sich aus der gemeinsamen Verantwortung ergebenden Rechte und Pflichten der Parteien fest.
2. Der Publisher betreibt digitale Angebote (Webseiten, Mobile Apps usw.) (im Folgenden: die „Digitalen Angebote“). Publisher verkauft Werbeflächen zur Auspielung von Werbeanzeigen auf den Digitalen Angeboten in Echtzeit. Publisher verkauft die Werbeflächen nicht selbst bzw. nicht alle Werbeflächen selbst. Die vertragsgegenständlichen Digitalen Angebote sind in der Anlage 1 definiert.
3. Der Vermarkter ist als Vermarkter für jegliche Formen von Werbung in digitalen Medien tätig. Der Vermarkter vermarktet auch Werbeflächen von Publisher oder er hat die Vermarktungsrechte des Publishers für bestimmte Werbeflächen für einen festen Zeitraum gekauft und vermarktet diese dann selbst. Vermarkten bedeutet insofern, dass der Vermarkter den Publisher sowohl beim Verkaufsprozess bezüglich der Werbeflächen als auch bei der Auftragsabwicklung unterstützt bzw. diesen Prozess selbst durchführt. Beim „Verkaufsprozess“ werden „Käufer“ für die Werbeflächen gesucht. Dies sind Werbeagenturen, die Online-Werbeflächen für verschiedene Werbetreibende beschaffen oder im Einzelfall Werbetreibende selbst. Die „Auftragsabwicklung“ findet entweder in Form des auftragsbasierten Geschäfts mit festen Buchungen (im Folgenden: „**Insertion Order**“ oder „**IO-Prozess**“ genannt, umfassend beschrieben in der Ziffer III.3.) statt oder innerhalb des Programmatic Advertising (umfassend beschrieben in der Ziffer III.2).
4. Sowohl beim Programmatic Advertising-Prozess als auch beim IO - Prozess, sind neben dem Vermarkter weitere Unternehmen am Vermarktungsprozess beteiligt. Einige Unternehmen haben ein direktes Vertragsverhältnis mit dem Vermarkter (im Folgenden: „**Vertragspartner Vermarkter**“). Andere Unternehmen haben Verträge mit den Vertragspartnern von Vermarkter abgeschlossen (im Folgenden: „**Drittvertragspartner**“). Die Vertragspartner Vermarkter und die Drittvertragspartner, die an der gemeinsamen Datenverarbeitung dieses Vertrages beteiligt sind, haben sich als sogenannte „Vendoren“ im TCF 2.0. Framework registriert (Im Folgenden: „**TCF 2.0 Vendoren**“). Alle TCF 2.0 Vendoren, die an der Datenverarbeitung auf den vertragsgegenständlichen Seiten von Publisher (Anlage 1) im Rahmen der gemeinsamen Datenverarbeitung dieses Vertrages beteiligt sind, sind Partei dieses Vertrages und in der Anlage 2 b aufgeführt. Diese Anlage 2 b wird von den Parteien immer auf dem aktuellen Stand gehalten, sodass TCF 2.0 Vendoren, die als neue Vertragspartner diesem Vertrag beitreten, in der Anlage 2 b ergänzt werden. TCF 2.0 Vendoren, die nicht mehr an der gemeinsamen Datenverarbeitung teilnehmen und daher nicht mehr Partei dieses Vertrages sind, werden aus der Liste entfernt.

5. Es wird klargestellt, dass sich die Parteien einig sind, dass einzelne Unternehmen, die begrifflich unter den Begriff der TCF 2.0 Vendoren, dieses Vertrages gefasst werden können, nicht an der gemeinsamen Datenverarbeitung dieses Vertrages teilnehmen und sich nicht beim TCF 2.0 Framework registrieren (im Folgenden: „**Nicht-TCF 2.0 Vendoren**“). Es wird weiter klargestellt, dass Publisher, Vermarkter und diese Nicht-TCF 2.0 - Vendoren“ eine gesonderte Vereinbarung zur gemeinsamen Datenverarbeitung abschließen, bei der die TCF 2.0 Vendoren nicht Vertragspartei werden, da sie an dieser gemeinsamen Datenverarbeitung nicht beteiligt sind.
6. Die Online Vermarktung hat die Besonderheit, dass sehr viele TCF 2.0 Vendoren am Programmatic Advertising-Prozess und am IO-Prozess beteiligt sind. Dieser Vertrag wird daher zunächst zwischen dem Vermarkter und dem Publisher abgeschlossen. Die weiteren TCF 2.0. Vendoren, die an der Datenverarbeitung teilnehmen, treten diesem Vertrag anschließend mittels Beitrittserklärung wie nachfolgend in der Ziffer IV. 1-5 geregelt bei.
7. Im Vertrag zwischen Publisher und Vermarkter ist geregelt, ob der Vermarkter exklusiv mit der Vermarktung der Online-Werbeflächen beauftragt ist. Sofern keine Exklusivität vereinbart ist, sind auch sogenannte „**Drittvermarkter**“ mit der Vermarktung der Online Werbeflächen des Publishers beauftragt, sodass auf Seiten der Plattform gleichzeitig Online-Werbeflächen von Drittvermarktern und solche, die von Vermarkter weiter vermarktet wurden, angezeigt werden. Diese Drittvermarkter sind klarstellend nicht Partei dieses Vertrages. Es wird klargestellt, dass die Regelungen zu einer bestehenden Exklusivität entsprechende Anwendung finden, sofern Werbeflächen für einen festen Zeitraum durch den Vermarkter vom Publisher gekauft wurden.
8. Der Programmatic Advertising Prozess (definiert in Ziffer III.2) und der IO-Prozess definiert in Ziffer III. 3 können mit einer Verarbeitung personenbezogener Daten (in der Form pseudonymer Daten) einhergehen (nachfolgend: „**vertragsgegenständliche pD**“). Die diesbezügliche gemeinsame Datenverarbeitung mit den TCF 2.0 Vendoren auf den Digitalen Angeboten durch die Vertragsparteien bildet den Gegenstand dieser Vereinbarung. Die Parteien vereinbaren hierzu das Folgende:

II. Definitionen/Funktionalitäten der Vertragsparteien

1. „**Interactive Advertising Bureau**“ (im Folgenden: „**IAB Europe**“) ist ein internationaler Wirtschaftsverband der Onlinewerbebranche. Die Organisation vertritt die Interessen von Unternehmen der digitalen Werbe- und Medienindustrie, sorgt für Vereinheitlichungen und Standardisierungen und dient damit der Verbesserung der Nutzung digitaler Werbekanäle für Werbekunden. Zum Beispiel stellt sie das „**Transparency and Consent Framework**“ (definiert unter Ziffer II.2.) für „**Consent Management Plattform**“ (definiert unter II.7.) zur Verfügung.
2. „**Transparency and Consent Framework**“ (im Folgenden: „**TCF 2.0 Framework**“) ist eine technische Spezifikation. Diese technische Spezifikation

kann von Unternehmen genutzt werden, die dem Framework beitreten. Ein solcher Beitritt erfolgt, indem man sich beim IAB registriert, den Mitgliedsbeitrag zahlt und der Geltung der „**TCF 2.0 Policies**“ (definiert in Ziffer II.3.) zustimmt.

Das TCF 2.0 Framework gibt den Unternehmen dann vor, wie die entsprechenden Codes und Programmierungen zu gestalten sind, um den „**TCF 2.0 Consentstring**“ (definiert unter Ziffer II.4.) einzuholen und weiterzugeben. Die TCF 2.0. Policies schreiben wiederum vor, wie das TCF 2.0 Framework zu verwenden ist.

Die Parteien sind sich einig, dass mit dem TCF 2.0. Framework der derzeitige technische Mindeststandard gemeint ist. Sofern dieser Vertrag daher von TCF 2.0 Framework spricht, meint er immer das TCF 2.0 Framework mit dem Mindeststandard der TCF 2.0 Version. Die Parteien können sich einvernehmlich auf einen neuen Standard einigen und werden dies dann schriftlich als Ergänzungsvereinbarung zu diesem Vertrag festhalten.

3. **Die TCF 2.0 Framework Policies** (im Folgenden: „**TCF Policies**“) sind die offiziellen Nutzungsbedingungen, die das IAB Europe auf seiner Webseite veröffentlicht und mit deren Geltung sich die Unternehmen einverstanden erklären, die das TCF 2.0 Framework nutzen. Es handelt sich daher um einen AGB Vertrag, der zwischen allen Unternehmen gilt, die der Nutzung des TCF 2.0 Frameworks offiziell beigetreten sind. Alle Unternehmen, die dem Framework beitreten, werden in der „**Global Vendor List**“ (definiert unter Ziffer II.6.) des IAB Europe aufgeführt. Dies sind die „**TCF 2.0 Vendoren**“ (definiert unter: II.5.) und die **Consent Management Plattform** (Nachfolgend „**CMP**“ genannt, unter Ziffer II.7 definiert). Das TCF 2.0 Framework nebst den dazugehörigen TCF 2.0 Policies wurde als Branchenstandard eingeführt, um alle Parteien in der Kette des Programmatic Advertisings und der IO Vermarktung im Rahmen der hierfür erforderlichen gemeinsamen Verarbeitung von personenbezogenen Daten in Form der pseudonymen Daten darin zu unterstützen, die Vorgaben der DSGVO und anderer rechtlicher Regularien einzuhalten.

Die Parteien sind sich einig, dass mit TCF 2.0. Policies die jeweils aktuellste Fassung der TCF Policies gemeint ist, die offiziell vom IAB Europe veröffentlicht wird. Sollte für die Anwendung der Änderungsversion der Policies zum Stand 2.0 im Rahmen eines TCF 2.0 Frameworks jedoch die Implementierung eines neuen technischen Standards notwendig werden, gilt die Version 2.0 zwischen den Parteien fort, bis gemäß der vorstehenden Ziffer 3. 2. Absatz eine Regelung über einen neuen Standard zwischen den Parteien getroffen wurde.

4. Der „**TCF 2.0 Consentstring**“ ist ein technisches Signal, dass im Endgerät des Nutzers und/oder auf Servern der CMP und oder dem Onlinewerbesystems des Vermarkters durch die CMP gespeichert wird und mittels des Onlinewerbesystems des Vermarkters oder des Publishers ausgelesen und an die TCF 2.0 Vendoren weitergegeben wird. Das Signal enthält verschiedene Informationen, die dazu dienen, dass sichergestellt wird, dass im gesamten Programmatic Advertising-Prozess und im IO-Prozess personenbezogene Daten des Nutzers rechtskonform entsprechend der jeweiligen Rechtsgrundlage verarbeitet werden. Die CMP fragt daher beim Endnutzer ab, zu welchen Zwecken der Datenverarbeitung durch welche TCF 2.0 Vendoren, er seine

Einwilligung nach Art. 6 Abs. 1 lit. a) DSGVO erteilen möchte. Ferner besteht in der CMP die Möglichkeit der Verarbeitung personenbezogener Daten gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. f) DSGVO zu widersprechen, sofern die Verarbeitung auf der Rechtsgrundlage des berechtigten Interesses erfolgt. Diese durch die CMP abgefragten Informationen werden dann in Echtzeit mittels des TCF 2.0 Consentstrings an die TCF 2.0 Vendoren weitergegeben oder durch diese ausgelesen.

5. **“TCF 2.0 Vendor”** ist ein Unternehmen, dass an der Ausspielung von Online-Werbung auf den Webseiten oder den Apps eines Publishers beteiligt ist. Beteiligt bedeutet insofern, dass das Unternehmen an der für die Ausspielung der Online- Werbung notwendigen Verarbeitung der vertragsgegenständlichen pbD mitwirkt. Diese Mitwirkung besteht im Setzen eines Cookies im Browser des Nutzers und/oder im „Cookie-Matching-Prozess“ und/oder im Auslesen einer Endgerätebezogenen-ID (z.B. Mobile Advertising ID) und/oder in der nachgelagerten Verarbeitung der pseudonymen Daten zwecks Zielgruppensegmentbildung. Die Zielgruppensegmentbildung ist klarstellend nicht Gegenstand dieses Vertrages.

Ferner sind alle Datenverarbeitungsprozesse der TCF 2.0 Vendoren, die mittels des TCF 2.0 Frameworks unter Einhaltung der TCF 2.0 Policies vorgenommen werden und die nicht explizit unter Ziffer III.1.,2.,3. – Vertragsgegenstand dieses Vertrages aufgeführt sind, nicht Gegenstand der vertragsgegenständlichen gemeinsamen Datenverarbeitung.

Alle TCF 2.0 Vendoren nutzen das TCF 2.0 Framework und haben der Geltung der TCF 2.0 Policies zugestimmt.

Ein TCF 2.0 Vendor unter diesem Vertrag meint ein Unternehmen, das als Dienstleister eine oder mehrere der folgenden Services bereitstellt und entsprechende Datenvereinbarungen vornimmt: eine SSP (definiert unter: II.11.), eine DMP (definiert unter II.13.), eine DSP (definiert unter II.12.), einen Adserver (definiert unter Ziffer II.15), ein Verifikation Tool (definiert unter Ziffer II.14.), einen Header Bidding Provider (definiert unter Ziffer II.16.) oder einen Advertising Identity Provider (definiert unter Ziffer II.17).

6. In der **Global Vendor List** (nachfolgend: **„GVL“**) sind alle Unternehmen aufgeführt, die dem TCF 2.0 Framework beim IAB Europe beigetreten sind. Die GVL enthält die Zwecke der geplanten Datenverarbeitungen nebst den von den TCF Vendoren akzeptierten Rechtsgrundlagen der Datenverarbeitung. Ferner sind dort die Verlinkungen zu den Datenschutzhinweisen der jeweiligen TCF 2.0 Vendoren hinterlegt.
7. Die **Consent Management Plattform** (Nachfolgend **„CMP“** genannt) ist eine Technologie, die die Signalweitergabe des TCF 2.0 Consentstrings ermöglicht. Der Nutzer kann mittels einer Nutzeroberfläche auf dem Digitaldienst des jeweiligen Publishers seine Einwilligungen zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten wie hier der pseudonymen Daten erteilen. Ferner kann der Nutzer dort der Datenverarbeitung widersprechen, sofern die Verarbeitung auf der Grundlage des berechtigten Interesses erfolgt. Alle verarbeitenden Unternehmen werden für den Nutzer transparent dargestellt,

ferner werden dem Nutzer die Zwecke und die Rechtsgrundlagen der Verarbeitung -ebenfalls in transparenter Art und Weise- dargestellt. Die TCF Policies enthalten hierzu umfassende Regelungen, die der Vereinheitlichung des Branchenstandards und der Transparenz für den Endnutzer dienen. Die CMP ist in der Lage aus einer vom IAB bereitgestellten Technischen Schnittstelle (API) jederzeit eine aktuelle Version der GVL abzurufen. Diese Schnittstellen ermöglicht der CMP jederzeit die am TCF 2.0 Framework teilnehmenden Unternehmen (TCF 2.0 Vendoren) zu identifizieren, sowie die zu den jeweiligen TCF 2.0 Vendoren hinterlegten Rechtsgrundlagen auszulesen und die Informationen entsprechend den TCF 2.0 Policies zu verarbeiten. Die CMP ist als Vermittler zwischen Publisher, Vermarkter, dem Endnutzer und den TCF 2.0 Vendoren tätig.

Die CMP erstellt entsprechend der Auswahl, die der Nutzer im CMP Frontend vorgenommen hat, einen TCF 2.0 Consentstring, welcher für jeden TCF 2.0 Vendor die jeweiligen Einwilligungen zur Datenverarbeitung bzw. Widersprüche gegen Datenverarbeitungen, die auf der Grundlage des berechtigten Interesses erfolgen, enthält. Darüber hinaus stellt die CMP den TCF 2.0 Consentstring auf dem Digitaldienst des Publishers bereit, sodass dieser vom Online Werbesystem des Publishers/Vermarkters ausgelesen werden kann, sodass diese den Consentstring an die TCF 2.0 Vendoren in Echtzeit weiterleiten, sofern die TCF 2.0 Vendoren den TCF 2.0 Consentstring nicht selbst von der CMP in Echtzeit auslesen können.

8. Der „**Publisher**“ betreibt digitale Mediendienste in Form von Webseiten und / oder Apps welche teilweise oder vollständig durch Online-Werbung finanziert werden. Der Publisher bindet die Online-Werbe-Technologien von Vermarkter in seine digitalen Angebote ein. Ferner bindet er eine CMP in seine Digitaldienste ein. Mittels dieser CMP wird der TCF 2.0 Consentstring in die digitalen Angebote des Publishers eingebunden und dort entsprechend den technischen Vorgaben des TCF 2.0 Frameworks zum Auslesen bereitgestellt. Der Publisher ermöglicht durch die Einbindung der Online-Werbe-Technologien des Vermarkters die darauf basierende Einbindung von Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der TCF 2.0 Vendoren. Hierdurch ermöglicht er die Verarbeitung von TCF 2.0 Signalen des TCF 2.0 Frameworks sowie dem darauf basierenden User-ID-Matching (definiert unter Ziffer: II.18) und dem hierfür wiederum notwendigen Auslesen von gerätebezogenen IDs aus dem Endgerät des Users.
9. Der „**Vermarkter**“ bindet über seine Vermarktungstechnologien seine Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) und die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) seiner Vertragspartner (nachfolgend: „Online-Werbe-Technologien“) auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein.

Der Vermarkter ist durch die Einbindung der Online-Werbe-Technologien und der dadurch folgenden Einbindung von Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der TCF 2.0 Vendoren an der Verarbeitung von TCF 2.0 Signalen des TCF 2.0 Frameworks sowie dem User-ID-Matching als auch dem Auslesen von gerätebezogenen IDs aus dem Endgerät des Users beteiligt.

10. „**Werbetreibende**“ oder „**Werbeagenturen**“ möchten Werbeanzeigen Ihrer Produkte oder die Ihrer Werbepartner auf den von Publisher angebotenen

Werbeplätzen ausspielen lassen (im Folgenden: gemeinsam als „**Werbetreibende**“ bezeichnet). Der Vermarkter bindet für den Werbetreibenden die Werbemittel inklusive dort enthaltener Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs z.B. Messskripte) der durch den Werbetreibenden eingesetzten TCF 2.0 Vendoren mittels seiner Online-Werbe-Technologien in die Webseiten des Publishers ein.

Der Werbetreibende ist durch die Einbindung seiner Werbemittel und der dort enthaltenen und der dadurch folgenden Einbindung von Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der TCF 2.0 Vendoren an der Verarbeitung von TCF 2.0 Signalen des TCF 2.0 Frameworks sowie dem User-ID-Matching als auch dem Auslesen von gerätebezogenen IDs aus dem Endgerät des Users beteiligt.

11. „**Supply-Side Plattformen**“ bzw. „**SSP**“ sind digitale Verkaufsplattformen. Die SSPs ermöglichen dem Vermarkter und/oder dem Publisher ihre Werbeflächen am Markt anzubieten. Die Werbeinventare des Publishers/ Vermarkters werden durch die SSPs im automatisierten digitalen Verfahren zum Verkauf angeboten und von Werbetreibenden erworben. Der „Vermarkter“ bindet über seine Online-Werbe-Technologie die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der SSPs auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein.

Die SSPs binden über Ihre Technologien Ihre Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) und die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) ihrer Vertragspartner (andere TCF 2.0 Vendoren) auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein.

Die SSPs sind durch die Einbindung der SSP-Technologien und der dadurch folgenden Einbindung von Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der TCF 2.0 Vendoren an der Verarbeitung von TCF 2.0 Signalen des TCF 2.0 Frameworks sowie dem User-ID Matching als auch dem Auslesen von gerätebezogenen IDs aus dem Endgerät des Users beteiligt.

12. „**Demand-Side-Plattformen**“ bzw. „**DSP**“ sind Einkaufsplattformen, die es Werbetreibenden ermöglichen, die durch die SSPs angebotenen Werbeplätze einzukaufen. Eine DSP ist eine Technologie, die für einen Werbetreibenden Werbeflächen automatisiert einkauft. Dies geschieht in der Form, dass sie für eine angebotene Anzeigenfläche eine geeignete Kampagne auswählt und ein Kaufgebot abgibt. Sofern die DSP den Zuschlag erhält, wird deren Technologie sowie dort enthaltener Werbemittel der Werbetreibenden inklusive dort enthaltener Programmiercodes (Skripte/SDKs, z.B. Messskripte) in die Webseiten des Publishers eingebunden. DSPs binden über Ihre Technologien Ihre Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) und die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) ihrer Vertragspartner (Werbetreibende und/oder TCF 2.0 Vendoren) auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein. Die DSPs sind durch die Einbindung der DSP-Technologien und der dadurch folgenden Einbindung von Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der TCF 2.0 Vendoren, an der Verarbeitung von TCF 2.0 Signalen des TCF 2.0 Frameworks sowie dem User-ID-Matching als auch dem Auslesen von gerätebezogenen IDs aus dem Endgerät des Users beteiligt.

13. **Data Management Plattformen**“ im Folgenden auch „DMP“ sammelt nutzerbezogene Daten und „Events“ (z.B. Besuch einer Webseite, Klick auf ein Werbemittel) und aggregiert diese zu pseudonymen Zielgruppensegmenten. Die Parteien sind sich einig, dass die Erstellung dieser Zielgruppensegmente im alleinigen Verantwortungsbereich der DMP liegt und stellen daher klar, dass dieser Vorgang nicht Gegenstand der gemeinsamen Datenverarbeitung sein soll, die dieser Vereinbarung zugrunde liegt.

Werbetreibende und/oder DSPs und/oder SSPs und/oder Vermarkter und/oder TCF 2.0 Vendoren (im folgenden **DMP-Technologie Nutzer**) binden DMPs in ihre jeweiligen Technologien für das Cookie Matching ein bzw. um auf die Mobile AD ID (im Folgenden „**MAID**“) zuzugreifen und aus dem Endgerät des Nutzers auszulesen.

DMP-Technologie-Nutzer binden über Ihre Technologien die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der DMPs auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein. DMPs binden über Ihre Technologien Ihre Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) und die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) ihrer Vertragspartner (TCF 2.0 Vendoren) auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein.

Die DMPs sind durch die Einbindung der DMP-Technologien und der dadurch folgenden Einbindung von Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der TCF 2.0 Vendoren an der Verarbeitung von TCF 2.0 Signalen des TCF 2.0 Frameworks sowie dem User-ID-Matching als auch dem Auslesen von gerätebezogenen IDs aus dem Endgerät des Users beteiligt.

14. „**Verification Tools**“ werden genutzt, um zu verifizieren, ob eine Werbeeinblendung spezifische Vorgaben erfüllt. Dazu werden bestimmte Kriterien im Vorfeld oder während der Werbeauslieferung überprüft, darunter die Dauer der Einblendung oder die Identifikation von "Non-Human-Traffic", also Seitenaufrufen die von sogenannten „Bots“ und nicht von echten Nutzern erzeugt wurden.

Sowohl Werbetreibende und/oder DSPs und/oder SSPs und/oder Vermarkter und/oder weitere TCF 2.0 Vendoren (im Folgenden Verification-Tool-Nutzer) binden Verification Tools in ihre jeweiligen Technologien ein. Verification-Tool-Nutzer binden über diese Technologien die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der Verification Tools auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein.

Verification Tools binden über Ihre Technologien Ihre Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) und die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) ihrer Vertragspartner (TCF 2.0 Vendoren) auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein. Die Verification Tools sind durch die Einbindung der Verification-Tool-Technologien und der dadurch folgenden Einbindung von Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der TCF 2.0 Vendoren an der Verarbeitung von TCF 2.0 Signalen des TCF 2.0 Frameworks sowie dem User-ID-Matching als auch dem Auslesen von gerätebezogenen IDs aus dem Endgerät des Users beteiligt.

15. Ein **AdServer** liefert Werbemittel und stellt für relevante Auslieferungsdaten Reportings zur Verfügung. Im IO-Prozess ermöglicht er dem Publisher oder Vermarkter Rahmenbedingungen für jede Kampagne einzustellen. Dazu gehören auch Auslieferungsfrequenzen oder Targetings, die Zielgruppensegmente beinhalten können.

Werbeteibende und/oder DSPs nutzen AdServer um ihre Werbemittel auszuliefern und die Auslieferung zu optimieren. Dazu gehören auch Auslieferungsfrequenzen oder die Individualisierung von Anzeigenmotiven. Publisher, Vermarkter, Werbetreibende und DSPs (im Folgenden: „**AdServer-Nutzer**“) binden über Ihre Technologien die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der AdServer auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein. AdServer binden über Ihre Technologien Ihre Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) und die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) ihrer Vertragspartner (TCF 2.0 Vendoren) auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein.

Die AdServer sind durch die Einbindung der AdServer-Technologien und der dadurch folgenden Einbindung von Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der TCF 2.0 Vendoren an der Verarbeitung von TCF 2.0 Signalen des TCF 2.0 Frameworks sowie dem User-ID-Matching als auch dem Auslesen von gerätebezogenen IDs aus dem Endgerät des Users beteiligt.

16. Ein „**Header Bidding Provider**“, ermöglicht es dem Vermarkter und/oder dem Publisher Werbeflächen am Markt mehrerer SSPs gleichzeitig anzubieten. Die Werbeinventare des Publishers/Vermarkters werden durch Header Bidding Provider und SSPs im automatisierten digitalen Verfahren zum Verkauf angeboten und von Werbetreibenden erworben.

Der „Vermarkter“ bindet über seine Online-Werbe-Technologie die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der Header Bidding Provider auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein. Header Bidding Provider binden über Ihre Technologien Ihre Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) und die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) ihrer Vertragspartner (TCF 2.0 Vendoren) auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein.

Die Header Bidding Provider sind durch die Einbindung der Header Bidding Provider-Technologien und der dadurch folgenden Einbindung von Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der Header Bidding Provider-Vendoren (z.B. SSPs) an der Verarbeitung von TCF 2.0 Signalen des TCF 2.0 Frameworks sowie dem User-ID-Matching als auch dem Auslesen von gerätebezogenen IDs aus dem Endgerät des Users beteiligt.

17. „**Advertising Identity Provider**“ stellen pseudonyme nutzerbezogene IDs bereit, um Nutzer und/oder Endgeräte zu identifizieren. Die Parteien sind sich einig, dass die Erstellung dieser Advertising Identitäts im alleinigen Verantwortungsbereich der Advertising Identity Provider liegt und stellen daher klar, dass dieser Vorgang nicht Gegenstand der gemeinsamen Datenverarbeitung sein soll, die dieser Vereinbarung zugrunde liegt.

Werbetreibende und/oder DSPs und/oder SSPs und/oder Vermarkter und/oder TCF 2.0 Vendoren (im folgenden **Advertising Identity Nutzer**) binden Advertising Identity Provider in ihre jeweiligen Technologien für das Cookie Matching ein bzw. um auf die MAID zuzugreifen und aus dem Endgerät des Nutzers auszulesen.

Advertising Identity-Nutzer binden über Ihre Technologien die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der Advertising Identity Provider auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein.

Advertising Identity Provider binden über Ihre Technologien Ihre Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) und die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) ihrer Vertragspartner (TCF 2.0 Vendoren) auf den Digitalen Angeboten von Publisher ein. Die Advertising Identity Provider sind durch die Einbindung der Advertising Identity Provider-Technologien und der dadurch folgenden Einbindung von Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) der TCF 2.0 Vendoren an der Verarbeitung von TCF 2.0 Signalen des TCF 2.0 Frameworks sowie dem User-ID-Matching als auch dem Auslesen von gerätebezogenen IDs aus dem Endgerät des Users beteiligt.

18. Beim „**Cookie Matching**“ oder auch „**User-ID Matching**“ kann die von den jeweiligen Beteiligten am Programmatic Advertising Prozess im Rahmen der Speicherung eines Third Party Cookies auf dem Endgerät eines Nutzers vergebene Identifikationsnummer nur von diesen Beteiligten selbst wiedererkannt werden. Es kommt insoweit vor, dass auf einem Endgerät mehrere Cookies von unterschiedlichen Beteiligten gespeichert werden, die jeweils ihre eigene Identifikationsnummer vergeben haben.

Das Endgerät, das bei einem der Beteiligten mit der Identifikationsnummer „XYZ“ bezeichnet wird, kann dementsprechend bei einem anderen Beteiligten unter der Identifikationsnummer „123“ bekannt sein. Um im Rahmen des Einkaufs von Werbeplätzen das Endgerät bei einem Seitenaufwurf wiedererkennen zu können, ist es daher notwendig, dass die Verkaufs- und Einkaufsplattformen ihre jeweiligen Identifikationsnummern einmalig austauschen.

Um dies zu ermöglichen finden der Cookie Matching (User-ID-Matching) Prozess statt oder es werden die Identifikationsnummern von Advertising Identity Providern genutzt. Das Cookie Matching wird in einer abgeschlossenen und anonymen Umgebung durchgeführt (anonym insofern, als der Austausch so durchgeführt wird, dass dabei bewusst nicht offenbart wird, welche Website der Nutzer besucht hat).

Die SSPs ordnen dabei lediglich ihre eigene Identifikationsnummer der jeweiligen Identifikationsnummer einer DSP zu bzw. nutzen die Identifikationsnummer eines Advertising Identity Providers und können im Rahmen eines Bidrequest dann die Identifikationsnummern der SSP, DSP und Advertising Identity Provider an die DSP übermitteln. Die Identifikationsnummer der SSP wird dabei durch eine spezifische Kennzeichnung ergänzt, die sich auf die konkrete DSP bezieht. Jede DSP, mit der eine SSP zusammenarbeitet, erhält also eine unterschiedliche Identifikationsnummer. Den DSPs ist es daher nicht möglich, anhand der von der SSP übermittelten Identifikationsnummer

untereinander Informationen über ein bestimmtes Endgerät einer Person oder ein bestimmtes Zielgruppensegment auszutauschen (Privacy by Design).

Sofern der Digitaldienst des Publishers auf einem Endgerät erfolgt, das keine Cookies unterstützt (z.B. Apps auf mobilen Endgeräten oder auf Smart TVs) werden in der Regel durch das Endgerät sogenannte „**Advertising IDs**“ bereit gestellt. In diesem Fall erfolgt lediglich ein Auslesen der Advertising IDs aus dem Endgerät des Users, sofern dieser zugestimmt hat.

19. Die „**Advertising ID**“ ist eine rein technische erzeugte Identifikationsnummer des Nutzers eines digitalen Angebotes oder seines Endgerätes. Die Advertising ID identifiziert dabei lediglich den Client (Browser) des Nutzers oder seines Endgerätes, jedoch ausdrücklich nicht eine natürliche Person. Die Advertising-IDs werden von den TCF 2.0 Vendoren im Falle der Browser-Nutzung entweder im Cookie oder im Local Storage gespeichert (hier auch Cookie-ID, User-ID oder Identifikationsnummer genannt), Jeder TCF 2.0 Vendor erzeugt eine andere, nur ihm bekannte Advertising-ID auf dem Endgerät des Nutzers. Im Rahmen des Cookie-Matching-Prozesses können diese Advertising-IDs wie in Ziffer II.18. beschrieben gematcht werden. Im Falle des Aufrufs eines digitalen Angebotes in einer der nativen App wird die Advertising-IDs systemisch vom Endgerät als Mobile Advertising ID (im Folgenden auch: „MAID“) bereitgestellt..
20. Beim „**Bidrequest**“ handelt es sich um einen Programmiercode, der von einer SSP an eine DSP als Aufforderung für den Kauf eines Werbeplatzes übermittelt wird. Der Bidrequest enthält dabei für den Verkauf des Werbeplatzes notwendige Informationen. Dazu zählen Informationen zum Werbeplatz (Webseite, Format), die Advertising-ID der SSP und der DSP, technische Informationen über den Browser des Nutzers (den “User Agent” mit Informationen zur eingestellten Browsersprache, Browsertyp, Betriebssystem), die IP-Adresse des Nutzers und TCF 2.0 Consentstring.

III. Vertragsgegenstand

1. Umfang der gemeinsamen Verantwortlichkeit; Rechtsgrundlage

- 1.1. Die Parteien haben die Entscheidung über die Zwecke und Mittel für Verarbeitungen unter Berücksichtigung der gesetzlichen, aufsichtsbehördlichen und gerichtlichen Quellen analysiert und sind zu folgendem Ergebnis gekommen: Die Parteien legen die Zwecke und/oder die Mittel für eine Gemeinsame Datenverarbeitung wie unter Ziffer III.2. im Rahmen des Programmatic Advertising bzw. gemäß Ziffer III.3. des IO Prozesses als gemeinsam Verantwortliche (Art. 26 DSGVO) fest. Die Verarbeitung dieser Daten erfolgt hinsichtlich Gegenstands, Dauer, Art und Umfang ausschließlich in den Grenzen dieser Vereinbarung.

- 1.2. Damit ersichtlich wird, welche Vertragspartei, welchen Teil der gemeinsamen Datenverarbeitung erbringt, wird der Programmatic Advertising Prozess in der Ziffer III.2. und der IO-Prozess in der Ziffer III.3. beschrieben, damit definiert ist, für welche genauen Vorgänge der Datenverarbeitung eine gemeinsame Datenverarbeitung der Parteien im Sinne des Art. 26 DSGVO vorliegt und welche Partei welchen Anteil an der gemeinsamen Datenverarbeitung erbringt.
- 1.3. Sonstige Verarbeitungen personenbezogener Daten durch die Parteien sind klarstellend nicht Gegenstand dieser Vereinbarung und nicht Gegenstand der gemeinsamen Verantwortung i.S.d. Art. 26 DSGVO. Dies gilt beispielsweise, sofern der Publisher selbst Daten auf den vertragsgegenständlichen Websites erhebt oder es Dritten ermöglicht, Daten auf seinen Digitalen Angeboten zu erheben („**eigene Publisher Daten**“). Hierfür trägt klarstellend der Publisher die alleinige Verantwortung. Ferner gilt dies zum Beispiel für Verarbeitungen der TCF 2.0 Vendoren, die nicht Gegenstand des nachfolgend beschriebenen Programmatic Advertising- Prozesses bzw. des IO- Prozesses sind, wie insbesondere das weitere Verarbeiten der gemeinsamen im Rahmen des Programmatic-Advertising-Prozesses und des IO-Prozesses erhobenen pbD, beispielsweise zwecks der Bildung von Zielgruppensegmenten.

2. Programmatic Advertising Prozess-Beschreibung

- 2.1. Der Publisher bindet eine CMP auf den zu vermarktenden Digitalen Angeboten ein. Der Nutzer kann mittels einer Nutzeroberfläche der CMP seine Einwilligungen zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten erteilen. Ferner kann der Nutzer dort der Datenverarbeitung widersprechen, sofern die Verarbeitung auf der Grundlage des berechtigten Interesses erfolgt. Die CMP erstellt entsprechend der Auswahl, die der Nutzer im CMP Frontend vorgenommen hat, einen TCF 2.0 Consentstring, welcher für jeden TCF 2.0 Vendor die jeweiligen Einwilligungen zur Datenverarbeitung bzw. Widersprüche gegen Datenverarbeitungen, die auf der Grundlage des berechtigten Interesses erfolgen, enthält. Darüber hinaus stellt die CMP den TCF 2.0 Consentstring auf den Digitalen Angeboten des Publishers bereit, sodass dieser von den TCF 2.0 Vendoren in Echtzeit ausgelesen und verarbeitet werden kann bzw. den TCF 2.0 Vendoren ein Auslesen ermöglicht wird, sofern sie nicht in der Lage sind, diesen selbst auszulesen.
- 2.2. Der Publisher und oder der Vermarkter, der Werbung auf den zu vermarktenden Werbeflächen ausspielen möchte, wählt hierfür eine oder mehrere SSPs. Diese SSPs wählt er direkt oder durch einen Header Bidding Provider aus bzw. lässt diese Auswahl vom Vermarkter vornehmen. Diese SSPs stellen dem Publisher/Vermarkter direkt oder durch den Header Bidding Provider sodann bestimmte Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) zur Verfügung, die er in seine Online-Werbe-Technologie einbindet.

- 2.3.** Die Einbindung erfolgt durch den Publisher/Vermarkter über einen AdServer und/oder eine Header Bidding Technologie und/oder durch direkte Implementierung in den Programmiercode der Digitaldienste des Publishers.
- 2.4.** Parallel werden die Programmiercodes von Advertising Identity Providern über die Online-Werbe-Technologien in die Digitalen Angebote des Publishers eingebunden. Die Einbindung erfolgt durch den Publisher/Vermarkter über einen AdServer und/oder eine Header Bidding Technologie und/oder durch direkte Implementierung in den Programmiercode der Digitalen Angebote des Publishers. Diese Programmiercodes ermöglichen es, dass das Endgerät eines Users, der die Digitalen Angebote des Publishers besucht, parallel auch die Server der Advertising Identity Provider und/oder der SSPs kontaktiert und an diese bestimmte Informationen sendet. Die Advertising Identity Provider und/oder SSPs setzen dann sofern technisch möglich und vom Nutzer gestattet einen Cookie auf dem Endgerät des Nutzers und hinterlassen dort eine Advertising-ID, welche es ermöglicht, das Endgerät wiederzuerkennen. Ein solcher sog. „Third Party Cookie“ wird nur dann gesetzt, wenn auf dem Endgerät bisher kein Cookie der Advertising Identity Provider und/oder SSP gespeichert ist und der Nutzer dem zugestimmt hat.
- 2.5.** Durch das Skript der SSP, das beim Publisher eingebunden ist, wird das Endgerät des Nutzers auf die Server der DSPs und weiterer TCF 2.0 Vendors weitergeleitet. Die SSPs starten auf dieser Basis das Cookie Matching (User-ID Matching) zwischen SSPs, DSPs, DMPs.
- 2.6.** Sofern die Digitalen Angebote auf einem Endgerät erfolgen, das keine Cookies unterstützt (z.B. Apps auf mobilen Endgeräten oder auf Smart TVs) werden in der Regel durch das Endgerät oder durch Advertising Identity Provider Advertising IDs bereit gestellt. In diesem Fall erfolgt lediglich ein Auslesen der Advertising IDs aus dem Endgerät des Users, sofern dieser zugestimmt hat.
- 2.7.** Im Rahmen eines Auktionsprozesses erfolgt nun eine Gebotsanfrage durch alle teilnehmenden Verkaufsplattformen (SSPs) an alle teilnehmenden Einkaufsplattformen (DSPs). Hierfür werden von den SSPs an die DSPs die gematchten Cookie IDs und IP-Adressen (gekürzt oder ungekürzt) nebst dem dazugehörigen TCF 2.0 Consentstring übermittelt.
- 2.8.** Der Werbetreibende wiederum versucht die angebotenen Werbeplätze einzukaufen, in dem er ein geeignetes Gebot abgibt. Hierfür schickt die SSP ein sogenanntes Bidrequest an die DSP. In diesem Bidrequest werden die Cookie ID, die IP- Adresse und der Consentstring übermittelt. Diese Informationen nutzt die DSP um die Gebotshöhe zu ermitteln. Die diesbezügliche Datenverarbeitung ist klarstellend nicht Teil der gemeinsamen Datenverarbeitung im Sinne dieses Vertrages. Die DSP gibt daraufhin ihr Gebot ab.

- 2.9. Das Zusammenspielen der Akteure mündet in der Ausspielung von Online-Werbung an den Nutzer.

3. IO Prozess Beschreibung

- 3.1. Der Publisher bindet eine Consent Management Plattform (CMP) auf den zu vermarktenden Digitalen Angeboten entsprechend der Definition der Ziffer III.2.2.1 zum Programmatic Advertising Prozess ein.
- 3.2. Der Vermarkter bindet über sein Onlinewerbesystem den Programmiercode (Skripte und/oder SDKs) des Adservers auf den digitalen Angeboten des Publishers ein. Der Publisher kann auch über ein eigens Onlinewerbesystem den Programmiercode (Skripte und/oder SDKs) des Adservers auf seinen digitalen Medienangeboten einbinden.
- 3.3. Der Adserver setzt mittels des Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) einen eigenen Cookie im Endgerät des Nutzers sofern die Zustimmung des Nutzers gemäß des TCF 2.0 Consentstrings hierzu vorliegt und verarbeitet die IP-Adresse des Nutzers für die technische Auslieferung von Werbung.
- 3.4. Zur Ausspielung der Werbung an den Nutzer erhält der Vermarkter oder der Publisher vom Werbetreibenden dazu einen Programmiercode („**Werbemittelcode**“), den er in den Adserver einbindet. Der Werbemittelcode ist ein Programmiercode, den ein weiterer Adserver zur Verfügung stellt.
- 3.5. Der Werbemittelcode ermöglicht es den Adservern jeweils einen eigenen Cookie im Endgerät des Nutzers zu setzen.
- 3.6. Der Werbemittelcode ermöglicht es, den Adservern Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) weiterer TCF 2.0 Vendoren wie DSPs und/oder DMPs und/oder Verification Tools in den Digitaldienst des Publishers zu integrieren und jeweils eigene Cookies zu setzen.

IV. Beitritt

1. Die TCF 2.0 Vendoren und Werbetreibenden treten mittels Beitrittsformular gemäß Anlage 3 diesem JCA bei (im Folgenden: „**Beitritt**“). Da dieser JCA zwischen dem Vermarkter und einer Vielzahl von Publishern gleichlautend abgeschlossen wird, sind alle Publisher mit denen der Vermarkter diesen JCA abgeschlossen hat, in einer Excelliste (Anlage 2a) aufgelistet, die allen Vertragsparteien über den SharePoint Link:
https://stroeerse.sharepoint.com/:f/t/Joint-Controller-Agreement/EnGDra2e81FNrd6q_imnjcUBIf>IfY-Ch39wqCy13bTzZQ
zugänglich gemacht wird. Der Vermarkter koordiniert die Erstellung und Pflege dieser Liste. Der Beitritt bezieht sich auf alle JCAs, die in der Anlage 2 a aufgeführt sind.

2. Sollte nach erfolgtem Beitritt ein weiterer Publisher, der zum Zeitpunkt des Beitritts noch nicht in der Liste der Anlage 2 a aufgeführt war (im Folgenden: „**neuer Publisher**“), mit dem Vermarkter diesen JCA abschließen, wird der TCF 2.0 Vendor/Werbetreibende hierüber informiert (per E-Mail). Gleiches gilt, wenn die gemeinsame Datenverarbeitung mit einem Publisher endet. Der TCF 2.0 Vendor/Werbetreibende hat nach Erhalt der Änderungsinformation die Möglichkeit, innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Information dem Beitritt zu dem JCA mit dem neuen Publisher zu widersprechen. Sofern er dem Beitritt nicht widerspricht, nimmt er an der gemeinsamen Datenverarbeitung auch mit diesem neuen Publisher teil. Sein Beitritt zu diesem neuen JCA wird in diesem Fall fingiert.
3. Im Fall des Widerspruchs eines TCF 2.0 Vendors/Werbetreibenden in Bezug auf den JCA mit dem neuen Publisher kommt dieser JCA nicht mit dem widersprechenden Vendor zustande.
4. In dem Beitrittsformular wird festgehalten, in welcher Funktionalität gemäß der Ziffer II.8-17. der jeweilige TCF 2.0 Vendor beitrifft bzw. ob ein Beitritt als Werbetreibender erfolgt. Die jeweiligen Funktionalitäten sind ergänzend im Rahmen der Prozessbeschreibung des Programmatic Advertisings in Ziffer III.2. und im Rahmen der Prozessbeschreibung des IO- Prozesses gemäß Ziffer III.3. beschrieben. Die Rechte und Pflichten der TCF 2.0 Vendors ergeben sich aus der Ziffer V.1., 2.1.2 und 1.5. -Rechte und Pflichten der TCF 2.0 Vendors- und aus der Ziffer V.1.2. -Rechte und Pflichten aller Parteien- und ergänzend aus den übrigen vertraglichen Bestimmungen. Die Werbetreibenden treten ebenfalls mittels Beitrittsformulars diesem Vertrag bei. Die Rechte und Pflichten der Werbetreibenden ergeben sich aus Ziffer V.2.1.3 und ergänzend aus den übrigen vertraglichen Bestimmungen.
5. Es ist möglich, im Rahmen einer Funktion beizutreten oder im Rahmen mehrerer Funktionen kumulativ beizutreten. Der TCF 2.0 Vendor übernimmt mit erfolgtem Beitritt alle Rechte und Pflichten, die der Funktion, in der er beitrifft, im Rahmen dieses Vertrages zugeordnet sind.
6. Die beitretenden Parteien erhalten vor Erklärung des Beitritts eine Kopie dieser Vereinbarung. Alle Parteien erklären sich mit der Offenlegung dieser Vereinbarung zu diesem Zweck einverstanden.
7. Der Publisher und der Vermarkter stimmen dem Beitritt weiterer Vertragsparteien wie vorstehend in den Ziffern IV. 1-6 beschrieben mit Ihrer Unterschrift unter diese Vereinbarung ausdrücklich zu.
8. Alle beigetretenen TCF 2.0 Vendors sind in der Anlage 2 b dieses Vertrages aufgeführt. Diese Liste ist allen Vertragsparteien zugänglich. Hierzu wird eine Excelliste allen Vertragsparteien über den SharePoint Link: <https://stroerse.sharepoint.com/:f/t/Joint-Controller-Agreement/Er0jAAMfOQtBkVJnSyF4nMEBAgEcAEKYnNrJ2ewYqq1pDA>

zugänglich gemacht. Der jeweilige beigetretene TCF 2.0 Vendor hat das unterzeichnete Beitrittsformular dort zu hinterlegen. Der Vermarkter koordiniert den Prozess des Beitritts.

V. Rechte und Pflichten der Parteien

1. Außenverhältnis – datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit

- 1.1.** Die betroffene Person kann ihre Rechte aus der DSGVO bezüglich der Gemeinsamen Datenverarbeitung im Rahmen des Programmatic Advertising Prozesses gemäß Ziffer III.2. und im Rahmen des IO-Prozesses gemäß Ziffer III.3. bei und gegenüber jeder Partei geltend machen (Art. 26 Abs. 3 DSGVO).
- 1.2.** Deklaratorisch halten die Parteien fest, dass hiernach jede Partei Dritten für den gesamten Schaden haftet, der durch eine nicht der DSGVO entsprechende Gemeinsame Datenverarbeitung im Rahmen des Programmatic Advertising Prozesses gemäß Ziffer III.2. und im Rahmen des IO-Prozesses gemäß Ziffer III.3. verursacht wurde. Eine Partei ist von der Haftung befreit, wenn sie nachweist, dass sie in keinerlei Hinsicht den Umstand, durch den der Schaden eingetreten ist, zu vertreten hat (Art. 82 DSGVO).
- 1.3.** Die vorstehenden Ziffern V. 1. 1.1. und 1.2. gelten entsprechend bei Bußgeldern, die von Behörden aufgrund von Verstößen gegen die DSGVO oder andere Gesetze im Rahmen des Programmatic Advertising Prozesses gemäß Ziffer III.2. und im Rahmen des IO-Prozesses gemäß Ziffer III.3. verhängt werden.

2. Innenverhältnis – vertragliche Verantwortlichkeit

1.1. Verantwortlichkeit der verletzenden Partei

- a) Im Innenverhältnis verantwortet jede Partei ihren Anteil der gemeinsamen Datenverarbeitung. Die Verantwortung der jeweiligen Vertragspartei ergibt sich aus den nachfolgend für jede Partei aufgeführten Rechten und Pflichten. Sofern ein Verstoß einer Partei klar zugeordnet werden kann, haftet diese Partei im Innenverhältnis vollumfänglich.
- b) Die im Außenverhältnis in Anspruch genommene Partei wird von der verletzenden Partei auf erstes Anfordern von den diesbezüglichen Ansprüchen unverzüglich freigestellt. Diese Ansprüche beinhalten klarstellend auch etwaige Bußgelder. Die Freistellung beinhaltet auch alle Rechtskosten einer angemessenen Rechtsverteidigung und Zahlungen an Dritte aufgrund eines rechtskräftigen Urteils und Geldbußen, soweit die Rechtsmittel gegen den Bescheid ausgeschöpft worden sind.

- c) Sollten mehrere Parteien für einen Verstoß nach Ziffer V.1., 1.1. und 1.2. gemeinsam verantwortlich sein, so haften sie anteilig im Innenverhältnis der in Anspruch genommenen Partei gegenüber prozentual in Höhe ihres schadensverursachenden Beitrags. Die Regelung zur Freistellung der vorstehenden Ziffer 2.1.1 b) gilt entsprechend hinsichtlich des jeweiligen schadensverursachenden Beitrags.

1.2. Rechte und Pflichten aller TCF 2.0 Vendoren

- a) Die TCF 2.0. Vendoren haben dem TCF 2.0 Framework beizutreten und somit den TCF 2.0 Policies zuzustimmen.
- b) Die Parteien sind sich einig, dass Verstöße gegen die jeweils aktuellen TCF 2.0 Policies einen Verstoß gegen diese Vereinbarung darstellen.
- c) Die TCF 2.0 Vendoren verpflichten sich, ihre Datenschutzhinweise und alle rechtlich erforderlichen Angaben auf Ihren Webseiten so zu platzieren, dass sie in transparenter Weise vom Nutzer eingesehen werden können.
- d) Die TCF 2.0 Vendoren verpflichten sich ferner, ebenfalls an deutlich sichtbarer Stelle und für den Nutzer in transparenter Weise wie beispielsweise in den Datenschutzhinweisen darzulegen, dass sie dem TCF 2.0 Framework beigetreten sind und die diesbezüglichen TCF 2.0 Policies verbindlich für den jeweiligen TCF 2.0 Vendor gelten. Ferner, dass die TCF 2.0 Framework Spezifikationen genutzt werden. Außerdem ist durch den TCF 2.0 Vendor offenzulegen, welche „**Vendoren-ID**“ (die Vendoren ID ist die ID, dem jeweiligen TCF 2.0 Vendor durch das IAB Europe zugeteilt wird) von ihm genutzt wird.
- e) Die TCF 2.0 Vendoren sind verantwortlich dafür, dass die von ihnen eingesetzten Technologien die vertragsgegenständlichen personenbezogenen Daten entweder ausschließlich in einem Mitgliedstaat der Europäischen Union („EU“) oder in einem anderen Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum („EWR“) verarbeiten. Jede Verarbeitung von den vertragsgegenständlichen pbD in sonstigen Ländern (nachfolgend „Drittland“) setzt voraus, dass die gesetzlichen Voraussetzungen für Datenexporte in Drittländer nach geltendem Recht erfüllt sind. Dies gilt entsprechend, soweit die TCF 2.0 Vendoren Auftragsverarbeiter in Drittländern mit der Verarbeitung der vertragsgegenständlichen pbD beauftragen oder diese vertragsgegenständlichen pbD an Kooperationspartner in Drittländern übermitteln, die diese als Verantwortliche weiterverarbeiten.
- f) Sofern vertragsgegenständliche pbD durch die TCF 2.0 Vendoren an ein Drittland übermittelt werden, hat der jeweilige TCF 2.0 Vendor insbesondere nach Art 46 DSGVO geeignete Garantien vorzuweisen

und der betroffenen Person durchsetzbare Rechte und wirksame Rechtsbehelfe zur Verfügung zu stellen.

- g) Alle TCF 2.0 Vendoren haben sicherzustellen, dass sie auf der Global Vendor List (die „GVL“) mit einer gültigen Vendor-ID verzeichnet sind. Ferner haben alle TCF 2.0 Vendoren sicher zu stellen, dass sie auf der GVL ihre jeweils aktuellen Datenschutzbestimmungen mittels Verlinkung hinterlegt haben.
- h) Alle TCF 2.0 Vendoren haben eine Liste der durch sie verwendeten Cookie-Domains vorzuhalten und den Vertragsparteien auf Nachfrage zur Verfügung zu stellen.
- i) Die TCF 2.0 Vendoren verpflichten sich, den jeweiligen TCF 2.0 Consentstring zu beachten. Dieser wird von der jeweiligen CMP auf dem Digitaldienst des Publishers bereitgestellt, sodass dieser von den TCF 2.0 Vendoren in Echtzeit ausgelesen und verarbeitet werden kann. Vendoren erheben Daten der Nutzer nur auf den Digitalen Angeboten, wenn sie die erforderlichen Einwilligungen und keine Widersprüche der Nutzer durch den TCF 2.0 Consentstring signalisiert bekommen haben.
- j) Die Verpflichtung der vorstehenden Ziffer beinhaltet insbesondere, dass Cookies im Endgerät des Nutzers gemäß Ziffer III.2., 2.4. nur gesetzt werden, wenn der Consentstring eine diesbezügliche Einwilligung des Nutzers enthält bzw. sofern die Verarbeitung auf der Grundlage des berechtigten Interesses erfolgt, der Nutzer diese Verarbeitung nicht widersprochen hat und eine solche Information im Consentstring gespeichert ist. Gleiches gilt für die Verarbeitung nach Ziffer III. 2., 2.4., 2.5., 2.7., 2.8.. Zu beachten, ist das der TCF 2.0 Vendor, der den Cookie Matching Prozess initiiert, dafür verantwortlich ist, den Cookie Matching Prozess nur durchzuführen, wenn der jeweilige Consentstring hierfür die Berechtigung enthält (Einwilligung des Nutzers bzw. kein Widerspruch).
- k) Die vorstehenden Ziffer V.2.2.,3, h) gilt entsprechend für Digitaldienste gemäß Ziffer III.,2., 2.6.
- l) Die TCF 2.0 Vendoren verpflichten sich, den TCF 2.0 Consentstring unverändert und fehlerfrei im Rahmen des unter Ziffer III.2. beschriebenen Programmatic Advertising Prozesses zu übergeben.
- m) Der TCF 2.0. Vendor verpflichtet sich, TCF 2.0 Vendoren, deren Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) er auf den digitalen Angeboten von Publisher einbindet, alle Verpflichtungen aus dieser Vereinbarung unverändert weiter zu geben. Diese TCF 2.0 Vendoren, die von den TCF 2.0 Vendoren selbst eingebunden werden und keinen direkten Vertrag mit dem Vermarkter haben, müssen ebenfalls vor der Teilnahme an der gemeinsamen pbD-Verarbeitung der vertragsgegenständlichen pbD gemäß der Ziffer IV dieses Vertrages

diesem Vertrag beigetreten sein. Im Übrigen und ergänzend gelten diesbezüglich die Regelungen der Ziffer V. 2. 1.5 h).

- n) Sofern ein TCF 2.0 Vendor einen TCF 2.0 Vendor einbindet, dessen Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) nicht in der Lage sind, den TCF 2.0 -Consentstring eigenständig in Echtzeit auszulesen (z.B. bei Serverseitigen Anbindungen oder einfachen Redirects) wird er sicherstellen, dass die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) solcher TCF 2.0 Vendors durch die Partei und deren Anwender so eingebunden werden, dass der TCF-2.0-Consentstring an den Programmiercode (Skripte und/oder SDKs) des durch ihn eingebundenen TCF 2.0 Vendors übergeben wird.
- o) Die TCF 2.0 Vendors sichern zu, dass vertragsgegenständliche pBd, die außerhalb der gemeinsamen Datenverarbeitung erhoben und/oder verarbeitet wurden und den Vertragsparteien für die vertragsgegenständliche gemeinsame Datenverarbeitung übermittelt werden, rechtskonform erhoben und verarbeitet wurden.
- p) In den gesetzlich vorgeschriebenen Fällen berichtigt, löscht oder sperrt der TCF 2.0 Vendor die von ihm als Verantwortlichem gespeicherten personenbezogenen Daten. Im Falle der Löschung trägt er dafür Sorge, dass die personenbezogenen Daten nicht wiederhergestellt werden können und erstellt ein Protokoll über die Löschung bzw. Vernichtung von Daten.
- q) Die TCF 2.0 Vendors, die das jeweilige Cookie-Matching initiieren, verpflichten sich, durch geeignete technische und organisatorische Maßnahmen sicher zu stellen, dass andere am Cookie Matching Prozess beteiligte TCF 2.0 Vendors, ihre jeweiligen User IDs nicht untereinander abgleichen können (Privacy by design).

1.3. Rechte und Pflichten der Werbetreibenden

Die Werbetreibenden treten selbst nicht dem TCF 2.0 Framework bei. Die Parteien vereinbaren daher, dass die Werbetreibenden verpflichtet sind, ihre Programmiercodes entsprechend der technischen Vorgaben des TCF 2.0 Frameworks bereit zu stellen und die TCF 2.0 Policies einzuhalten. Insbesondere ist der Werbetreibende verpflichtet, sicher zu stellen, dass der Programmiercode so bereitgestellt wird, dass der TCF 2.0 Consentstring fehlerfrei verarbeitet und weitergeleitet werden kann.

1.4. Rechte und Pflichten des Publishers

- a) Der Publisher stellt auf sämtlichen digitalen Angeboten eine vom IAB Europe anerkannte CMP mit einer gültigen CMP-ID gemäß Ziffer III., 2.,2.1 zur Verfügung.

- b) Der Publisher kann über diese CMP jederzeit einsehen, welche TCF 2.0 Vendoren zu welchen Zwecken und welchen Rechtsgrundlagen durch die Einbindung von Programmierungscodes Daten auf seinen digitalen Angeboten erheben und verarbeiten können. Ein entsprechender Auszug der CMP, der vom Publisher bei seiner CMP angefordert werden kann, ist exemplarisch in der Anlage 4 dargestellt.
- c) Ferner verpflichtet sich der Publisher, täglich Versionen der gemeinsamen Datenverarbeitung gemäß dem Muster der Anlage 4 abzuspeichern (oder in seiner CMP als historische Version vorzuhalten). Diese Daten müssen für den Zeitraum von jeweils 6 Monaten gespeichert werden.
- d) Der Publisher verpflichtet sich, dem Vermarkter oder einem TCF 2.0 Vendor, der Vertragspartei ist, auf Anfrage eine aktuelle Liste der gemeinsamen Datenerhebung mit Hilfe seiner CMP zur Verfügung zu stellen.
- e) Der Publisher hat beim Betrieb der CMP die Vorgaben der TCF 2.0 Policies zu beachten. Dies beinhaltet insbesondere, dass der TCF 2.0 Consentstring so wie in den TCF 2.0 Policies vorgegeben, verarbeitet und bereitgestellt wird.
- f) Auf seiner CMP zeigt der Publisher jedem Nutzer, dessen Daten für die Ausführung der Produkte verarbeitet werden sollen, folgendes an:
 - g) die Produkte bzw. TCF 2.0 Vendoren für welche eine Datenverarbeitung zugelassen werden soll.
 - h) die Verarbeitungszwecke (Die Definitionen der Verarbeitungszwecke orientieren sich am TCF 2.0 Framework und den TCF 2.0 Policies).
 - i) für jeden Verarbeitungszweck die Rechtsgrundlage.
- j) Der Publisher signalisiert den TCF 2.0 Vendoren die Einwilligungen und/oder Widersprüche der Nutzer mittels des TCF 2.0 Consentstrings.
- k) Der Publisher wählt eine CMP. Publisher und Vermarkter entscheiden gemeinsam, welche TCF 2.0 Vendoren in die CMP aufgenommen werden sollen und unter welchen Rechtsgrundlagen verarbeitet werden soll.
- l) Der Publisher registriert sich selbst nicht beim IAB Europe zwecks Nutzung des TCF 2.0 Frameworks. Die Parteien erklären daher, dass die Regularien der TCF 2.0 Policies im Rahmen der gemeinsamen Datenverarbeitung der vertragsgegenständlichen pbD zwischen den Parteien verbindlich für den Publisher gelten sollen.
- m) Der Publisher erfüllt die Informations- und Mitteilungspflichten sowie Betroffenenrechte gemäß Art. 13, 14 DSGVO im Hinblick auf die

vertragsgegenständliche gemeinsame Datenverarbeitung und trifft die hierfür erforderlichen Maßnahmen. Insbesondere wird er die Nutzer über seine Datenschutzhinweise und die aller Vertragsparteien informieren. Damit diese Informationen sich immer auf dem neusten Stand befinden, wird der Publisher eine Verlinkung/Verknüpfung im Hinblick auf die Datenschutzhinweise der TCF 2.0 Vendoren zu der GVL vornehmen. Der Vermarkter wird dem Publisher für seinen Teil der gemeinsamen Datenverarbeitung dieses Vertrages seine Datenschutzhinweise zur Verfügung stellen.

- n) Für die vertragsgegenständliche gemeinsame Datenerhebung benennt sich der Publisher auf den Digitalen Angeboten (z.B. in den Publisher-Datenschutzbestimmungen) als zentrale Anlaufstelle für die betroffenen Personen.
- o) Anfragen der betroffenen Personen zur Gemeinsamen vertragsgegenständlichen Datenerhebung nach Art. 15-20 DSGVO (die „Betroffenenfragen“), die beim Publisher eingehen, beantwortet der Publisher unverzüglich nach Abstimmung mit dem Vermarkter. Dasselbe gilt für Beschwerden.
- p) Der Publisher und der Vermarkter können die standardisierte Beantwortung wiederkehrender Betroffenenanfragen durch den Publisher einvernehmlich vereinbaren.
- q) Erhält der Publisher von einer Aufsichtsbehörde eine Beschwerde, Mitteilung oder Erklärung, die sich direkt oder indirekt auf die gemeinsame Verarbeitung der Daten im Rahmen dieses Vertrages bezieht; oder auf eine mögliche Nichteinhaltung der Datenschutzvorschriften, so wird der Publisher -soweit gesetzlich zulässig- die Beschwerde, Mitteilung oder Erklärung unverzüglich an den Vermarkter weiterleiten. Diesbezügliche Antworten an die Behörde sind mit dem Vermarkter -soweit gesetzlich zulässig- abzustimmen.
- r) Der Publisher gibt dem Vermarkter auf Verlangen -soweit gesetzlich zulässig- unverzüglich Auskunft über die Beantwortung einer Betroffenenanfrage.
- s) In den gesetzlich vorgeschriebenen Fällen berichtigt, löscht oder sperrt der Publisher die von ihm als Verantwortlichem gespeicherten vertragsgegenständlichen pbD bzw. benachrichtigt die entsprechenden Vertragsparteien. Im Falle der Löschung trägt er dafür Sorge, dass die vertragsgegenständlichen pbD nicht wiederhergestellt werden können und erstellt ein Protokoll über die Löschung bzw. Vernichtung von Daten.
- t) Sofern im Rahmen der Vermarktung der digitalen Mediendienste des Publishers Vendoren eingesetzt werden, deren Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) nicht in der Lage sind, den TCF 2.0 Consentstring eigenständig in Echtzeit auszulesen, wird der Publisher

sicherstellen, dass die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) solcher TCF 2.0 Vendoren so eingebunden werden, dass der TCF-Consentstring an den Programmiercode (Skripte und/oder SDKs) dieser TCF 2.0 Vendoren übergeben wird, so dass sie ihn auslesen können.

1.5. Rechte und Pflichten des Vermarkters

- a) Der Vermarkter registriert sich nicht selbst beim TCF 2.0 Framework. Er bindet über sein Onlinewerbesystem Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) von TCF 2.0 Vendoren in die Digitalen Angebote des Publishers ein. Da sich die TCF 2.0 Vendoren verpflichtet haben, die TCF 2.0 Policies einzuhalten, verpflichtet sich auch der Vermarkter im Rahmen der gemeinsamen Datenverarbeitung, der vertragsgegenständlichen pbD mit den TCF 2.0 Vendoren, die TCF 2.0 Policies zu beachten.
- b) Sofern im Rahmen der Vermarktung der digitalen Angebote des Publishers TCF 2.0 Vendoren eingesetzt werden, deren Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) nicht in der Lage sind den Consentstring eigenständig in Echtzeit auszulesen wird der Vermarkter sicherstellen, dass die Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) solcher TCF 2.0 Vendoren durch den Vermarkter so eingebunden werden, dass der Consentstring an den Programmiercode (Skripte und/oder SDKs) dieser TCF 2.0 Vendoren so übergeben wird, dass sie ihn auslesen können.
- c) In den gesetzlich vorgeschriebenen Fällen berichtigt, löscht oder sperrt der Vermarkter die von ihm als Verantwortlichem gespeicherten vertragsgegenständlichen pbD. Im Falle der Löschung trägt er dafür Sorge, dass die vertragsgegenständlichen pbD nicht wiederhergestellt werden können und erstellt ein Protokoll über die Löschung bzw. Vernichtung dieser Daten.

1.6. Rechte und Pflichten aller Vertragsparteien

- a) Alle Vertragsparteien verpflichten sich, die vertragsgegenständliche gemeinsame Datenverarbeitung nur unter Maßgabe der hierfür geltenden gesetzlichen Vorgaben vorzunehmen und die Vorgaben der TCF 2.0 Policies einzuhalten. Klarstellend bedeutet dies insbesondere, dass eingebundene Programmiercodes (Skripte und/oder SDKs) des jeweiligen Vertragspartners bzw. der etwaigen Drittvertragspartner Programmiercodes von sonstigen dritten Parteien nur dann einbinden und ausführen dürfen, wenn sichergestellt ist, dass diese keine Cookies setzen oder einen sonstigen Zugriff auf das Endgerät des Nutzers erfolgt, um pbD zu speichern oder auszulesen. Ferner dürfen auch im Übrigen keine Verarbeitungen vorgenommen werden, die den Purposes des TCF Frameworks zuwiderlaufen. Klarstellend ist die Nutzung der IP Adresse im Sinne des Special

Purpose 2 (Technically deliver ads or content) des TCF 2.0 Frameworks für den Zweck der Auslieferung von Inhalten (Content) oder Werbemitteln oder Teilen von Werbemitteln ausdrücklich gestattet, sofern keine weitergehende Verarbeitung oder Speicherung der IP Adresse erfolgt.

- b) Erhält eine Partei Kenntnis von einer Verletzung einer Regelung dieser Vereinbarung oder des Schutzes personenbezogener Daten in Bezug auf die gemeinsame Datenverarbeitung dieses Vertrages, so teilt sie dies unverzüglich den anderen Parteien mit.
- c) Im Falle eines Verstoßes gegen die datenschutzrechtlichen Bestimmungen in Bezug auf die vertragsgegenständlichen pbD der gemeinsamen Datenverarbeitung erfüllt die jeweils betroffene Partei die Meldepflichten gem. Art. 4 Nr. 12, 33 DSGVO. Die Parteien unterstützen sich bei der Erteilung dieser Informationen -soweit erforderlich- in angemessenem Umfang. Dies umfasst insbesondere die unverzügliche Bereitstellung sämtlicher in diesem Zusammenhang relevanter Informationen.
- d) Die Parteien führen eine Datenschutzfolgeabschätzung und gegebenenfalls eine Konsultation durch, soweit dies gemäß Art. 35 bzw. Art. 36 DSGVO erforderlich ist.
- e) Im Rahmen ihrer Verantwortlichkeit für die vertragsgegenständlichen pbD strukturieren die Parteien ihre interne Organisation so, dass sie den Anforderungen des anwendbaren Datenschutzrechts genügt. Die Parteien implementieren technische und organisatorische Maßnahmen und erhalten diese aufrecht, um einen angemessenen Schutz der vertragsgegenständlichen pbD zu gewährleisten, der zu jeder Zeit mindestens den Anforderungen des Art. 32 DSGVO entspricht und dokumentieren dies in geeigneter und übersichtlicher Form. Die Parteien legen der jeweils anderen Partei diese Dokumentation auf Verlangen vor.
- f) Die Parteien erfüllen die Pflichten nach Art. 37 bis 39 DSGVO in Verbindung mit dem BDSG-neu (BDSG 2018). Dies beinhaltet insbesondere die Pflicht, in den gesetzlich vorgeschriebenen Fällen einen fachkundigen und zuverlässigen Datenschutzbeauftragten zu bestellen. Die Kontaktdaten des bestellten Datenschutzbeauftragten und etwaige Wechsel des Datenschutzbeauftragten werden den anderen Parteien unverzüglich mitgeteilt. Eine Mitteilung erfolgt in der Form, als dass diese Änderungen in die Datenschutzhinweise aufgenommen werden, so dass die in der GVL verlinkten Informationen immer aktuell sind.
- g) Die Parteien werden die vertragsgegenständlichen personenbezogenen Daten nur im zwischen den Parteien vereinbarten Umfang an Dritte im datenschutzrechtlichen Sinne weitergeben, es sei denn, dies ist zur Erfüllung einer gesetzlichen Pflicht erforderlich.

- h) Die Parteien sind berechtigt, für die ausschließlich in ihren Verantwortungsbereich fallenden Technologien nach freiem Ermessen Kooperationspartner einzuschalten. Dies gilt nur, sofern diese für die geplante Kooperation geeignet und zuverlässig sind und die Kooperation in Übereinstimmung mit den anwendbaren datenschutzrechtlichen Bestimmungen durchgeführt wird. Die Auswahl hat sorgfältig und unter angemessener Berücksichtigung der jeweiligen Qualifikation des Kooperationspartners zu erfolgen.

Auf schriftliches Verlangen der anderen Partei wird die beauftragende Partei dieser umfassende Informationen über die datenschutzrechtlichen Pflichten des Kooperationspartners in Bezug auf die übermittelten vertragsgegenständlichen Daten zur Verfügung stellen. Dies umfasst im erforderlichen Umfang auch das Recht der anderen Parteien, die relevanten Vertragsdokumente zu prüfen.

Die Partei, die die Kooperation eingeht, stellt im Rahmen der Kooperation sicher, dass hinreichende Rechtsgrundlagen für die Übermittlung von Daten an Kooperationspartner vorliegen und sämtliche Pflichten gegenüber Betroffenen in diesem Zusammenhang erfüllt werden und dokumentiert dies. Soweit für die Erfüllung von Pflichten gegenüber den Betroffenen nach dieser Vereinbarung eine andere Partei verantwortlich ist, stellt die Partei, die diese Kooperation eingeht, der anderen Partei die hierfür benötigten Informationen so rechtzeitig zur Verfügung, dass die andere Partei in der Lage ist, diese Pflichten im Einklang mit den datenschutzrechtlichen Bestimmungen zu erfüllen.

Vertragsgegenständliche personenbezogene Daten dürfen erst dann an einen Kooperationspartner übermittelt werden, wenn die Anforderungen dieser Ziffer V.2, 1.5 h) erfüllt sind.

- i) Die Parteien sind berechtigt, für die Verarbeitung von Daten, die ausschließlich in ihren Verantwortungsbereich fallen, nach freiem Ermessen Auftragsverarbeiter zu beauftragen. Dies gilt nur, sofern diese für die beauftragten Verarbeitungsvorgänge geeignet und zuverlässig sind und die Beauftragung in Übereinstimmung mit den anwendbaren datenschutzrechtlichen Bestimmungen erfolgt. Die Auswahl hat sorgfältig und unter angemessener Berücksichtigung der jeweiligen Qualifikation des Auftragsverarbeiters zu erfolgen.
- j) Jede Partei nimmt die Datenverarbeitung nach dieser Vereinbarung in ihr Verarbeitungsverzeichnis auf und vermerkt für die Datenverarbeitung im Rahmen dieses Vertrages eine gemeinsame Verantwortung; dies kann auch im Rahmen eines anderen Verarbeitungsverzeichnisses erfolgen. Die Parteien stellen einander die für das Verzeichnis von Verarbeitungstätigkeiten nach Art. 30 Abs. 1 und 3 DSGVO notwendigen Angaben zur Verfügung und unterstützen sich gegenseitig bei der Erstellung. Die Pflicht zur Führung eines eigenen Verzeichnisses von Verarbeitungstätigkeiten

bleibt hiervon unberührt. Ferner stellen die Parteien einander für die Gemeinsame Datenerhebung einen betreffenden Auszug aus ihrem Verarbeitungsverzeichnis auf Verlangen kostenfrei zur Verfügung.

- k) Die Parteien erteilen einander unverzüglich Auskunft, soweit die anfragende Partei die Auskunft zur Erfüllung ihrer datenschutzrechtlichen Pflichten benötigt.
- l) Jede Partei unterstützt die andere Partei angemessen, die Anforderungen der DSGVO zu erfüllen.

VI. Inkrafttreten des Vertrages

1. Der Vermarkter wird durch Unterzeichnung Vertragspartei dieses Vertrages in der Funktion, die in Ziffer II.9 beschrieben ist. Ergänzend zu dieser Funktionsbeschreibung gelten die Ausführungen hinsichtlich der in Ziffer III.2. (Programmatic-Advertising-Prozessbeschreibung) und III.3. (IO-Prozessbeschreibung) beschriebenen Funktionalität des Vermarkters.
2. Der Publisher wird durch Unterzeichnung Vertragspartei dieses Vertrages in der Funktion, die in der Ziffer II.8. beschrieben ist. Ergänzend zu dieser Funktionsbeschreibung gelten die Ausführungen hinsichtlich der in Ziffer III.2. (Programmatic Advertising Prozessbeschreibung) und III.3. (IO-Prozessbeschreibung) beschriebenen Funktionalität des Publishers.
3. Dieser JCA tritt für die TCF 2.0 Vendoren/Werbetreibenden mit deren erfolgtem Beitritt für alle JCAs, die in der Excelliste der Anlage 2a aufgeführt sind, gemäß Ziffer IV. in Kraft.

VII. Laufzeit/Kündigung

1. Dieser JCA läuft auf unbestimmte Zeit.
2. Sofern der Vermarktungsvertrag/Kaufvertrag über Vermarktungsrechte zwischen dem Publisher und Vermarkter, der diesem JCA als Hauptvertrag zugrunde liegt, gekündigt wird oder ausläuft findet nach Beendigung dieses Hauptvertrages keine gemeinsame vertragsgegenständliche Datenverarbeitung der vertragsgegenständlichen pbD zwischen den Parteien mehr statt. Dieser JCA endet somit automatisch zwischen Publisher und Vermarkter zum Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Kündigung des Hauptvertrages bzw. an dem Datum an dem der Hauptvertrag endet. Gleiches gilt entsprechend, sofern der Publisher keinen eigenen Hauptvertrag mit dem Vermarkter abgeschlossen hat, sondern ein Drittvermarkter z.B. im Rahmen eines Geschäftsbesorgungsvertrages den Vertrag für den Publisher mit dem Vermarkter abgeschlossen hat.
3. In dem Fall des vorstehend (Ziffer VII.2) definierten automatischen Endes des JCAs zwischen dem Vermarkter und dem Publisher endet dieser JCA auch für alle diesem JCA beigetretenen TCF 2.0 Vendoren/Werbetreibenden automatisch.

4. Im Fall der Beendigung eines JCAs gemäß vorstehender Ziffer VII.4 ist der Vermarkter verpflichtet, dafür Sorge zu tragen, dass der Publisher aus der Liste der Anlage 2a entfernt wird.
5. Es wird klargestellt, dass das automatische Ende eines JCAs, die Laufzeit der übrigen JCAs unberührt lässt.
6. Die Regelungen dieses JCAs gelten - soweit nach Beendigung der gemeinsamen Datenverarbeitung noch anwendbar - jedoch für alle Datenverarbeitungsvorgänge und alle Parteien, die bis zu diesem Zeitpunkt der Beendigung erfolgt sind, unverändert und auf unbestimmte Zeit fort. Gleiches gilt entsprechend sofern nach Beendigung des Vertrages die Zusammenarbeit für einen Übergangszeitraum fortgesetzt wird und der Hauptvertrag für diesen Zeitraum in Teilen faktisch fortgesetzt wird.
7. Sofern der Vertrag zwischen dem Vermarkter und einem TCF 2.0 Vendor, der dem Beitritt dieses TCF 2.0 Vendors zu den in der Anlage 2a aufgeführten JCAs als Hauptvertrag zugrunde liegt, gekündigt wird oder ausläuft, findet nach Beendigung dieses Hauptvertrages keine gemeinsame vertragsgegenständliche Datenverarbeitung der vertragsgegenständlichen pbD mit diesem TCF 2.0 Vendor mehr statt (im Folgenden: „**Alt TCF 2.0 Vendor**“). Für den Alt- TCF 2.0 Vendor, enden automatisch auch alle Vertragsbeziehungen der in der Anlage 2a aufgeführten JCAs. Es bedarf keiner Kündigung.
8. Zwischen dem Vermarkter und den Werbetreibenden werden für jede IO-Kampagne Einzelverträge geschlossen (Hauptvertrag). Damit nicht für jede Werbekampagne wieder ein neuer Beitritt des Werbetreibenden zu diesem JCA erforderlich ist, vereinbaren die Parteien, dass der jeweilige Werbetreibende nach erfolgtem Beitritt Partei der JCAs bleibt auch wenn eine IO-Kampagne abgeschlossen ist. Die Regelungen dieses JCAs gelten jedoch nur innerhalb des IO- Kampagnenzeitraums in dem der Werbetreibende an der gemeinsamen Datenverarbeitung teilnimmt für den Werbetreibenden. Der Werbetreibende und der Vermarkter haben die Möglichkeit, diese JCAs, zu denen der Werbetreibende beigetreten ist, mit einer Frist von 4 Wochen nach Beendigung einer IO-Kampagne schriftlich zu kündigen. Nach Kündigung dieser JCAs sind keine weiteren IO-Kampagnen möglich, denen eine gemeinsame Datenverarbeitung zugrunde liegt, bevor der Werbetreibende erneut zu den jeweiligen JCAs beigetreten ist.
9. Der Vermarkter kann Drittvertragspartnern (siehe Ziffer I.4.) mit denen er ausschließlich auf der Basis dieses JCAs eine Vertragsbeziehung eingegangen ist, jederzeit ordentlich mit einer Frist von 4 Wochen schriftlich kündigen, wenn er mit diesem Drittvertragspartner keine gemeinsame Datenverarbeitung mehr wünscht. Es bedarf hierfür keines Kündigungsgrundes. Dem Drittvertragspartner steht dasselbe Recht zu.
10. Der Vermarkter ist verpflichtet, dafür Sorge zu tragen, dass der Alt TCF 2.0 Vendor/Alt-Werbetreibende aus der Liste der Anlage 2a entfernt wird.

11. Es wird klargestellt, dass das Ende der Vertragsbeziehungen in Bezug auf die in der Liste der Anlage 2a aufgeführten JCAs zu einem Alt- TCF 2.0 Vendor/Alt-Werbetreibenden, die Vertragsbeziehungen der übrigen Parteien und somit die Wirksamkeit der JCAs (Anlage 2a) unberührt lässt.
12. Die Regelungen dieses JCAs gelten- soweit nach Beendigung der gemeinsamen Datenverarbeitung noch anwendbar- jedoch für alle Datenverarbeitungsvorgänge, die bis zu diesem Zeitpunkt der Beendigung erfolgt sind für die Alt-TCF 2.0 Vendors/Alt-Werbetreibenden unverändert und auf unbestimmte Zeit fort.

VIII. Vertraulichkeit

1. Die Parteien verpflichten sich, alle im Rahmen der Vertragsanbahnung und -durchführung erlangten Kenntnisse von als vertraulich gekennzeichneten oder ihrer Natur nach vertraulichen Informationen (nachfolgend „vertrauliche Informationen“) der jeweils anderen Parteien zeitlich unbegrenzt vertraulich zu behandeln und nur für Zwecke der Durchführung dieser Vereinbarung zu verwenden.
2. Die Parteien sind insoweit jedoch berechtigt, Beratern, die dem Berufsgeheimnis unterliegen, und Mitarbeitern, die diese für die Durchführung dieser Vereinbarung benötigen und denen zuvor Vertraulichkeitsverpflichtungen im Sinne dieser Regelung auferlegt worden sind, vertrauliche Informationen zugänglich zu machen.
3. Die Verpflichtungen zur Geheimhaltung nach vorstehenden Ziffern VII 1 und 2 gelten nicht für vertrauliche Informationen, die
 - a) zur Zeit ihrer Übermittlung durch den Vertragspartner bereits offenkundig oder der anderen Vertragspartei bekannt waren;
 - b) nach ihrer Übermittlung durch den Vertragspartner ohne Verschulden der anderen Vertragspartei offenkundig geworden sind;
 - c) nach ihrer Übermittlung durch den Vertragspartner der anderen Vertragspartei von dritter Seite auf nicht rechtswidrige Weise und ohne Einschränkung in Bezug auf Geheimhaltung oder Verwertung zugänglich gemacht worden sind; und/oder
 - d) die von einer Vertragspartei eigenständig, ohne Nutzung der Betriebsgeheimnisse des Vertragspartners, entwickelt worden sind.
 - e) Die Verpflichtungen gelten weiterhin nicht, soweit die vertraulichen Informationen gemäß Gesetz, und zwar insbesondere aufgrund behördlicher Verfügung oder gerichtlicher Entscheidung veröffentlicht werden müssen. Insoweit wird die veröffentlichende Partei die anderen Parteien hierüber unverzüglich informieren und sie in der Abwehr derartiger Verfügungen bzw. Entscheidungen unterstützen.

IX. Schlussbestimmungen

1. Diese Vereinbarung begründet keine gesellschaftsrechtliche Verbindung zwischen den Parteien. Keine Partei räumt der anderen Partei Vertretungsbefugnisse ein, für sie rechtsverbindliche Erklärungen abzugeben.
2. Änderungen dieser Vereinbarung bedürfen der Schriftform.
3. Sollten einzelne Teile dieser Vereinbarung unwirksam sein oder werden, so berührt dies die Wirksamkeit der Vereinbarung im Übrigen nicht. Die Parteien werden die unwirksame Bestimmung unverzüglich durch eine wirksame ersetzen, die dem wirtschaftlichen Zweck der unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt. Gleiches gilt für den Fall einer Regelungslücke in dieser Vereinbarung.
4. Die Rechte aus dieser Vereinbarung gelten auch für etwaige rechtsgeschäftliche Rechtsnachfolger der Parteien. Die Parteien verpflichten sich, die Verpflichtungen aus dieser Vereinbarung auch ihren jeweiligen Rechtsnachfolgern aufzuerlegen.
5. Dieser Vertrag unterliegt dem Recht der Bundesrepublik Deutschland.
6. Ausschließlicher Gerichtsstand ist -soweit rechtlich zulässig- Hamburg

X. Anlagen:

1. **Anlage 1:** Digitale Angebote von Publisher
2. **Anlage 2a:** Liste der Publisher, die mit dem Vermarkter diesen JCA abgeschlossen haben:
https://stroeerse.sharepoint.com/:f/t/Joint-Controller-Agreement/EnGDra2e81FNrd6q_imnjcUBIf_lfY-Ch39wqCy13bTzZQ
3. **Anlage 2b:** Liste der TCF 2.0 Vendoren und Werbetreibenden, die Vertragspartei dieses Vertrages sind:
<https://stroeerse.sharepoint.com/:f/t/Joint-Controller-Agreement/Er0jAAMfOQtBkVJnSyF4nMEBAgEcAEKYnNrJ2ewYqq1pDA>
4. **Anlage 3:** Beitrittsformulare
5. **Anlage 4:** Auszug aus der CMP des Publishers

Die in der Vereinbarung genannten Anlagen sind Bestandteil dieser Vereinbarung.

XI. Unterschriften:

Für den Publisher:

Ort, Datum:

Für den Vermarkter:

Ort, Datum:

Anlage 3

- Beitrittsformular für Werbetreibende -

zum JCA

zwischen im Hauptvertrag genannten

Vermarkter

und den unter Ziffer 1 dieser Anlage aufgeführten

Publishern

sowie den unter Ziffer 1 aufgeführten

Vendoren und Werbetreibenden

und

dem beitretenden „**Werbetreibenden**“

1. Der Werbetreibende erklärt mit Akzeptanz der AGB seinen Beitritt zu den JCAs [Microsoft Word - JCA Onlinevermarktung_final.docx \(stroeer.de\)](https://stroeer.de) zwischen dem Vermarkter und den in der Liste https://stroeerse.sharepoint.com/:f:/t/Joint-Controller-Agreement/EnGDra2e81FNrd6g_imnjcUBIf>IfY-Ch39wqCy13bTzZQ aufgeführten Publishern (Anlage 2a zum JCA) sowie auch den bereits beigetretenen TCF 2.0 Vendoren und Werbetreibenden (Anlage 2b zum JCA), die in der Liste <https://stroeerse.sharepoint.com/:f:/t/Joint-Controller-Agreement/Er0jAAMfOQtBkVJnSyF4nMEBAgEcAEKYnNrJ2ewYqq1pDA> aufgeführt sind.
2. Der Werbetreibende erklärt, eine Kopie des JCA erhalten zu haben bzw. die Möglichkeit erhalten zu haben, sich eine solche bei Abruf des JCAs selbst zu erstellen.
3. Mit dem Beitritt zum JCA erkennt der Werbetreibende alle Rechte und Pflichten des JCAs als verbindlich an.
4. Der Werbetreibende benennt gegenüber dem Vermarkter schriftlich (E-Mail genügt) und unverzüglich nach Abschluss des Hauptvertrages einen verantwortlichen Ansprechpartner für Rückfragen zum Thema „JCA“.