

Businesspaper Onsite Ads für Migros Retail Media

1. Anwendbarkeit und Gegenstand

- 1.1. Dieses Businesspaper Onsite Ads regelt die spezifischen Bedingungen für Onsite-Werbeleistungen im Rahmen von Retail Media.
- 1.2. Gegenstand sind insbesondere die Ausspielung von Sponsored Product Ads und Sponsored Display Ads auf digitalen Kanälen von Migros Retail Media.

2. Einzelvereinbarung

- 2.1. Die Einzelvereinbarung kommt durch ein Angebot des Werbekunden (z.B. mittels Purchase Order) und anschliessende schriftliche Auftragsbestätigung durch den Anbieter zustande (E-Mail genügt).
- 2.2. Die Auftragsbestätigung verweist auf die aktuell gültigen Konditionen und Spezifikationen und beinhaltet allfällige Rabatte.
- 2.3. Der Aufschaltungszeitraum von Onsite Ads ist in der Auftragsbestätigung festgelegt.
- 2.4. Sämtliche Daten bezüglich Ausstrahlungstermine, Vertragslaufzeiten und Werbeleistungen werden von Migros Retail Media separat kommuniziert.
- 2.5. Ist der Beginn der Aufschaltung mit einer Kalenderwoche vorgegeben, erfolgt diese in der Regel ab Montag, ansonsten nach Absprache mit dem Werbekunden gemäss den Verkaufspapieren.
- 2.6. Ausnahmeregelungen aufgrund von Feiertagen bleiben vorbehalten.

3. Rücktritt, Änderung und Sistierung durch Werbekunden

- 3.1. Änderungen, Sistierungen oder Rücktritte sind schriftlich vorzunehmen (E-Mail genügt).
- 3.2. Änderungen, Sistierungen oder Rücktritte sind bis zum jeweiligen Annahmeschluss grundsätzlich ohne Kostenfolge möglich. Bereits angefallene Produktionskosten werden in Rechnung gestellt.
- 3.3. Nach Annahmeschluss sind Änderungen, Sistierungen oder Rücktritte nur nach Absprache und mit Kostenfolge möglich.

4. Datenanlieferung und technische Anforderungen

- 4.1. Werbemittel sind fristgerecht und gemäss den vorgegebenen technischen Anforderungen vom Werbekunden auf eigene Kosten zu produzieren und bereitzustellen, insbesondere gemäss Spezifikationen von Migros Retail Media.
- 4.2. Die Anlieferung erfolgt grundsätzlich über die vorgesehenen Systeme des Anbieters.
- 4.3. Werbemittel für Onsite Ads sind spätestens 14 Tage vor Aufschaltung zu liefern, sofern in der Einzelvereinbarung oder den Spezifikationen nichts Abweichendes vorgesehen ist.
- 4.4. Der Anbieter ist berechtigt, zu spät angelieferte oder nicht den technischen Anforderungen, den Qualitätskriterien oder den Produktionsvorgaben entsprechende Werbemittel nicht aufzuschalten.
- 4.5. Eine Bearbeitung von Werbemitteln durch den Anbieter erfolgt grundsätzlich nicht.
- 4.6. In Ausnahmefällen können aus technischen Gründen Anpassungen vorgenommen werden; der Werbekunde wird darüber informiert.
- 4.7. Eine nicht oder nicht gehörige Lieferung der digitalen Werbemittel führt zu keiner Abänderung der Ausstrahlungszeit.
- 4.8. Einen allfälligen Schaden aus verspäteter, unterbliebener oder mangelhafter Lieferung trägt ausschliesslich der Werbekunde.

- 4.9. Der Ausstrahlungspreis und allfällige Gebühren bleiben vollumfänglich geschuldet, selbst wenn die Ausstrahlung aus vorgenannten Gründen nicht mehr oder nur noch teilweise erfolgt.

5. Kennzeichnung von Werbemitteln

- 5.1. Migros Retail Media ist berechtigt, Onsite Ads als bezahlte Werbung zu kennzeichnen, insbesondere durch den Zusatz „Gesponsert“, „Anzeige“ oder ähnliche Hinweise.
- 5.2. Migros Retail Media ist ferner berechtigt, Onsite Ads von redaktionellen Inhalten abzugrenzen sowie denjenigen zu benennen, in dessen Namen und auf dessen Rechnung die Werbung angezeigt wird.

Abschnitt A – Sponsored Product Ads (SPA)

6. Vertragsgegenstand

- 6.1. Gegenstand der Buchung von SPA ist die bevorzugte Platzierung von Produkten des Werbekunden im Rahmen von Produktsuchen und Produktlistings auf Migros.ch sowie in der Migros App, unabhängig von den sonst massgeblichen Kriterien zur Bestimmung der Reihenfolge von Produktanzeigen.
- 6.2. Die Ausspielung der SPA ist direkt mit der Navigation (Browsing), mit Suchbegriffen (Keywords) oder über das angesehene Produkt des Kunden verbunden.
- 6.3. Je nach Suchbegriff und den daraus resultierenden organischen Suchergebnissen bzw. dem angesehenen Produkt wird eine Anzeige inhaltlich passender Produkte als SPA ausgespielt.

7. Voraussetzungen der Buchung

- 7.1. Die Buchung von SPA steht nur Werbekunden zur Verfügung, die gleichzeitig als Lieferant in Geschäftsbeziehungen mit dem Migros-Konzern stehen.
- 7.2. Migros Retail Media ist berechtigt, die Ausspielung von SPA ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist zu stoppen, wenn der Werbekunde gegen ihm obliegende Verpflichtungen aus dem Lieferantenvertrag verstösst.

8. Abrechnungsmodalitäten

- 8.1. Die Abrechnung des Werbebudgets erfolgt nach dem vereinbarten CPC-Modell.
- 8.2. Der Werbekunde legt im Rahmen der Auftragserteilung ein festes Werbebudget fest, von welchem die Kosten für die Ausspielung der einzelnen SPA abgezogen werden.
- 8.3. Ist das Werbebudget aufgebraucht, werden keine weiteren SPA des Werbekunden mehr ausgespielt.

Abschnitt B – Sponsored Display Ads (SDA)

9. Vertragsgegenstand

- 9.1. SDA sind digitale Werbeplatzierungen auf Online-Kanälen von Unternehmen der Migros-Gruppe, insbesondere im Webshop und in mobilen Anwendungen.
- 9.2. Die Werbemittel werden in definierten Werbeflächen innerhalb dieser Kanäle ausgespielt und dienen der Bewerbung von Produkten, Marken oder Sortimenten des Auftraggebers.

10. Einsatz, Funktionsweise und Formate

- 10.1. Die SDA-Kampagnen werden durch Migros Retail Media oder dessen technische Dienstleister auf den vereinbarten Werbeflächen ausgeliefert.
- 10.2. Die Platzierung kann auf Kategorien-, Suchergebnis-, Produktdetail-, Startseiten sowie weiteren von Migros Retail Media definierten Seitenbereichen erfolgen. Ein Anspruch auf eine bestimmte Platzierung besteht nur, sofern diese ausdrücklich vertraglich vereinbart wurde.
- 10.3. Die Ausspielung der Werbemittel erfolgt auf Basis automatisierter Targeting- und Optimierungsmechanismen unter Verwendung von durch Migros Retail Media verfügbaren Nutzungs-, Such-, Browsing-, Transaktions- und Kontextdaten.
- 10.4. Migros Retail Media bestimmt die konkrete Aussteuerung der Kampagne innerhalb der vereinbarten Kampagnenparameter.

11. Abrechnungsmodalitäten

- 11.1. Die Vergütung erfolgt, sofern nichts Abweichendes vereinbart wurde, auf Basis der tatsächlich ausgelieferten Werbeeinblendungen (Impressions) nach dem vereinbarten Cost-per-Mille-Prinzip (CPM).
- 11.2. Massgeblich für die Abrechnung sind die durch die Systeme Migros Retail Media gemessenen und ausgewiesenen Leistungsdaten.