



Thema: Implementation Guidelines
Ersteller: Jannis Skipis, 20.Januar 2014

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 1 von 35

Inhalt

1.	Einleitung	4
1.1	Zielsetzung.....	6
1.2	Zielgruppe.....	6
1.3	Produktübersicht	6
2.	connect kit/connect center	7
2.1	Woraus besteht connect?.....	7
2.1.1	connect center.....	8
2.1.2	connect kit.....	8
2.1.3	connect center portal	9
2.1.4	connect center lokal	9
2.2	Was leistet connect?	9
2.2.1	Benutzer	9
2.2.2	Adressbuch.....	10
2.2.3	Übermittlung	10
2.2.4	Anbindung an das Filesystem.....	16
2.2.5	Verschlüsselung	19
2.2.6	Protokollierung & Archivierung	20
2.3	Was muss das verarbeitende System leisten?.....	21
2.3.1	Generieren und Interpretieren von XML	22
2.3.2	Zuordnung der Ansprechpartner	22
2.3.3	Protokolle und Archivierung	22
2.3.4	Anbindung an das connect kit	22
3.	Datenstrukturen	22
3.1	Angebote	23
4.	Prozesse	24
4.1	Angebote	24
4.1.1	Direkte Ablehnung durch den Vermarkter	26
4.1.2	Komplette Annahme	26
4.1.3	Alternatives Angebot & direkte Annahme des Angebots	27
4.1.4	Alternatives Angebot & Ablehnung durch die Agentur.....	29
4.1.5	Ablehnung durch die Agentur	30
4.1.6	Teilauftrag	30
4.1.7	Initiierung des Prozesses durch den Vermarkter	33
4.1.8	Annahme ohne Angebot	33

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 2 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

4.1.9 Wiederaufnahme eines abgelehnten Angebotes 34

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 3 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

1. Einleitung

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. ist ein Zusammenschluss der führenden Online-Vermarkter in Deutschland. Oberstes Ziel des Vereins, der Ende 2002 gegründet wurde, ist es, das Internet zu einem transparenten und planbaren Werbeträger zu machen. Dazu hat die AGOF im Konsens mit allen Beteiligten des digitalen Werbemarkts eine einheitliche, valide und standardisierte Reichweitenwährung etabliert: Den „Unique User“.

Mittels eines ausgefeilten und medienspezifischen Drei-Säulen-Modells ermittelt die AGOF in ihren Markt-Media-Studien Netto-Reichweiten und Strukturdaten für das stationäre und mobile Internet. Leistungswerte, die seit Jahren die Basis für die Planung und Bewertung von Werbung im Internet bilden.

Darüber hinaus betreibt die AGOF Grundlagenforschung, um das Medium Online weiter voranzubringen – national wie international. So engagiert sich die AGOF u.a. im IAB Europe, dem „Interactive Advertising Bureau“ der europäischen Mitgliedsstaaten, für einheitliche Rahmenbedingungen und länderübergreifende Standards in der Reichweitenforschung und dem Datenschutz.

Der Online-Vermarkterkreis (OVK) ist das zentrale Gremium der deutschen Online-Vermarkter im Online Werbemarkt. Hier haben sich unter dem Dach des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V. 19 der größten deutschen Online-Vermarkter zusammengeschlossen, um der Bedeutung der Online-Werbung kontinuierlich mehr Gewicht zu verleihen. Oberste Ziele sind die Erhöhung von Markttransparenz und Planungssicherheit sowie Standardisierung und qualitätssichernde Maßnahmen für die gesamte Online Marketing Branche.

Zu diesem Zweck arbeitet der OVK kontinuierlich an der Standardisierung und Vereinheitlichung von Werbeformaten und Prozessen, mit deren Hilfe die Produktion sowie die Anlieferung und das Monitoring von Online-Kampagnen erleichtert werden. Diese Standards unterliegen der ständigen Erweiterung unter Berücksichtigung sich verändernder Marktbedürfnisse.

Darüber hinaus realisiert der OVK wichtige Projekte wie Kongresse, Studien und Fördermaßnahmen und engagiert sich in nationalen und internationalen Gremien für die Weiterentwicklung der Branche. Im OVK sind die Units AdTechnology Standards, Marktzahlen, Marktforschung und Targeting aktiv.

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 4 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Die Maxime der AGOF: Ob Forschung, begleitender Service oder Weiterbildung – sämtliche Angebote orientieren sich stets an den Markt-Realitäten. Der Webservice „connect“ wurde deshalb in engster Abstimmung mit den Protagonisten des digitalen Werbemarkts entwickelt. Eine Aufgabe, die übrigens längst nicht abgeschlossen ist, da die AGOF das Projekt, dessen Federführung sie Ende 2012 vom Online-Vermarkter-Kreis (OVK) übernahm, als fortlaufenden Prozess begreift. Technologische Weiterentwicklungen oder sich verändernde Anforderungen von Agenturen wie Vermarktern sollen und müssen nahtlos in „connect“ integriert werden, damit sich der Webservice auch langfristig als Branchen-Standard etablieren kann.

An der Entstehung von „connect“ waren und sind aktiv beteiligt: Der OVK mit seinen Fachkreisen „Unit Ad Technology Standards“ und „Lab Standardschnittstelle“.

Die Anforderungen der Agenturen werden von Mitgliedern der Fachgruppe Online-Mediaagenturen (FOMA) eingebracht, die den Webservice u.a. auf Alltagstauglichkeit und Praktikabilität testeten. Synergieeffekte sollen bestmöglich genutzt werden, ebenso wie die Erfahrungswerte aller Marktteilnehmer. Das gilt auch für Dienstleistern, die von den Projektbeteiligten gemeinsam bestimmt wurden.

Seitens der AGOF liegt die Projektsteuerung bei den mit IT-Service- und Planungsthemen vertrauten Experten Claudia Solf und Jannis Skipis. Beide sind für die AGOF Services GmbH tätig, eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V.. Die AGOF Services GmbH verantwortet den operativen Betrieb der AGOF Studien sowie sämtlicher AGOF Services und ist daher prädestiniert für die Koordination komplexer Projekte sowie die Kontrolle unterschiedlichster Dienstleister.

Die Implementation Guidelines für connect haben den Zweck einer ausführlichen Dokumentation und einer allgemeingültigen Definition und Erläuterung von bestimmten Prozessen und Use Cases. Dadurch soll die Kommunikation einheitlich gestaltet werden und immer nach den gleichen Parameter ablaufen, unabhängig davon wer mit wem kommuniziert. Weiterhin werden in den Implementation Guidelines die Voraussetzung in den einzelnen Häusern erläutert, die es beim Einstieg in connect zu berücksichtigen gilt.

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 5 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

1.1 Zielsetzung

connect -

Die Standardschnittstelle für die direkte Kommunikation zwischen den Marktteilnehmern. Dies umfasst im Kern den Austausch von Anfragen, Angeboten, Aufträgen und Auftragsbestätigungen sowie Vermarkter-informationen, wie z.B. Preisinformationen, Belegungseinheiten.

1.2 Zielgruppe

Das Angebot von connect richtet sich an alle Teilnehmer des Marktes der Online-Werbung, also Agenturen und Vermarkter. connect ist ein offenes System und steht jedem zur Verfügung.

1.3 Produktübersicht

Mit connect soll eine Standardisierung geschaffen werden, die nicht nur den Kommunikationsweg umfasst, sondern auch die Kommunikation selbst soll standardisiert werden.

Dazu hat der OVK eine XSD Definition geschaffen, anhand dieser Struktur werden maschinenlesbare Dokumente erzeugt, die auch von den verarbeitenden Systemen interpretierbar sind. In dieser Struktur ist fest vorgegeben welche Information an welcher Stelle stehen muss, die XSD Definition ist die Sprache von connect. Die einheitliche Struktur und deren Allgemeingültigkeit ist die Grundlage für die Kommunikation via connect.

Durch die solide Grundlage, der vom OVK determinierten XSD Strukturen, ermöglicht die Kommunikation nach folgendem Schema: Das zentrale Herzstück ist das connect center, ein Webservice, der die Kommunikation zwischen den Teilnehmern abwickelt. Um eine möglichst geringe Einstiegshürde zu schaffen und einige Funktionen obligatorisch zu machen, wird der Webservice durch eine lokale Applikation angesteuert, dem connect kit. Das connect kit wird bei jedem teilnehmenden Akteur (Vermarkter und Agentur) installiert und steuert den genannten Webservice an. Um den Aspekt einer niedrigen Einstiegshürde gerecht zu werden, gibt es ferner das connect center portal, eine Sichtoberfläche für das connect kit, konzipiert für die Teilnehmer, die eine Integration in die eigenen Systeme nicht anstrebt. Diese Sichtoberfläche ist für die Teilnehmer eine komfortable Möglichkeit ihre Kommunikation zu administrieren.

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 6 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Das connect center ist neutral, durch die Verschlüsselung ist es nicht möglich, die Dokumente direkt beim connect center einzusehen. Weiterhin werden die Angebotsdaten nur durchgeleitet und nicht gespeichert, das connect center vermittelt also nur die private, verschlüsselte Kommunikation zwischen den Teilnehmer. Allgemeine Stammdaten, wie z.B. eine öffentliche Preisliste werden allerdings zentral vorgehalten.

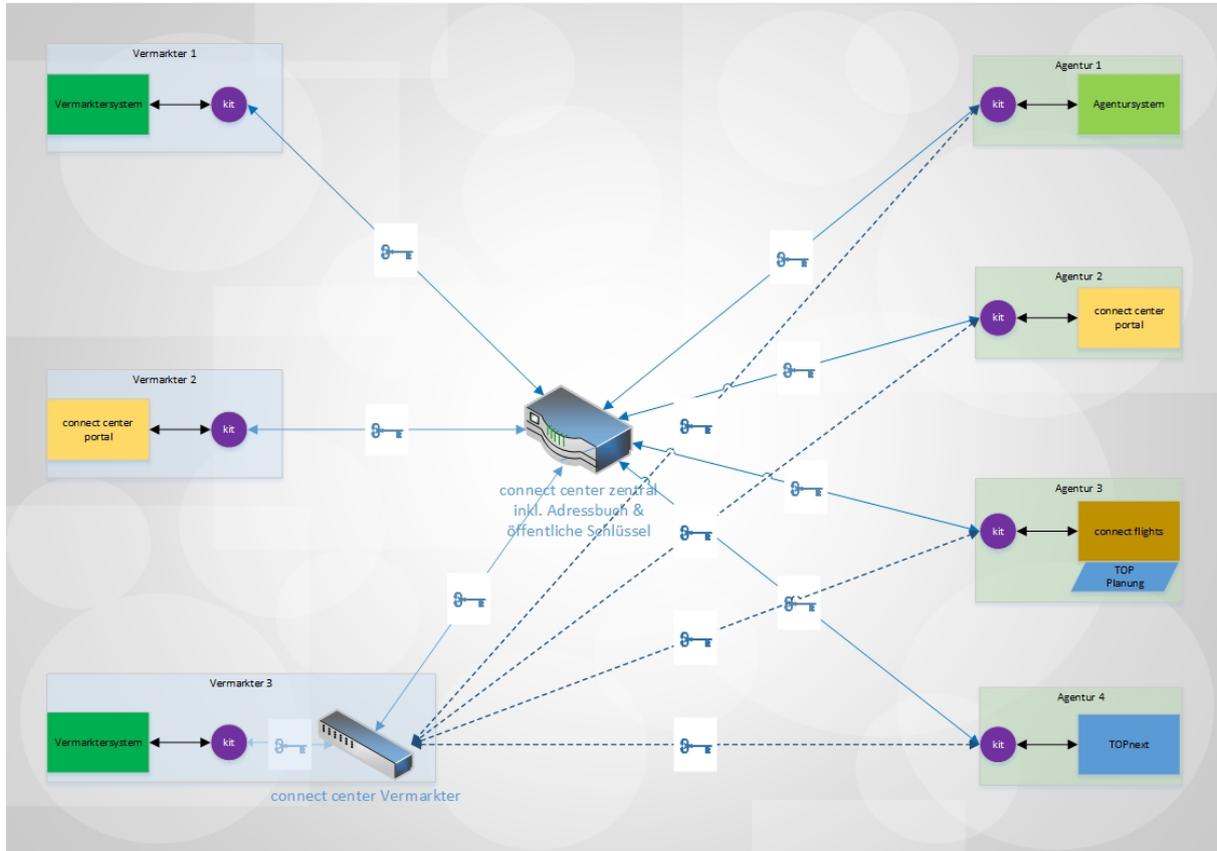
2. connect kit/connect center

Dieser Abschnitt soll im Detail erläutern, aus welchen Komponenten connect besteht, welche Aufgaben von connect übernommen werden und welche Aufgabe im Bereich der verarbeitenden Systeme bei den Vermarktern bzw. Agenturen liegen.

2.1 Woraus besteht connect?

Nachfolgend werden die verfügbaren Module von connect vorgestellt. connect besteht aus dem connect center, connect kit und dem connect center portal. Das Zusammenspiel der einzelnen Komponenten ermöglicht den möglichst flexiblen Einsatz von connect, maßgeschneidert für die Bedürfnisse der Teilnehmer. Die folgende Grafik bietet eine Übersicht, welche Architekturen mit connect möglich sind:

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 7 von 35



2.1.1 connect center

Das connect center ist der zentrale Webservice. Das Herzstück der Kommunikation zwischen den einzelnen Teilnehmern. Das connect center wird über einen Webservice vom lokalen connect kit angesteuert. Hier werden die kommunizierten Dokumente solange verschlüsselt vorgehalten, bis sich durch den Empfänger abgeholt werden (Pull Verfahren).

2.1.2 connect kit

Das connect kit ist die obligatorische lokale Applikation, die von jedem Teilnehmer installiert wird. Das connect kit übernimmt standardmäßig die obligatorischen Funktionen, wie die Adressierung, Verschlüsselung und Synchronisierung der jeweiligen Kommunikation. Das connect kit übernimmt auch die Authentifizierung am connect center. Durch den Benutzernamen und das Passwort, die im connect kit angegeben werden, wird bei jeder Anfrage an das connect center ein spezieller

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 8 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Token angefragt und mitgeführt. Der Token ist eine 64 Zeichen lange hexadezimale Zeichenkette (SH256 Hashkey). Der Token ist bis zu einer Stunde nach der letzten Kommunikation mit dem Center über dieses Token gültig. Bei jedem Aufruf einer Funktion des Connect Centers muss dieser Token mitgeführt werden (Parameter "token"), der Aufruf wird gekoppelt mit dem gültigen Token. Ein User kann mehrere Verbindungen mit unterschiedlichen Tokens zur gleichen Zeit mit dem connect center haben (Unterstützung mehrerer simultaner Clienten pro User).

2.1.3 connect center portal

Das connect center portal greift über einen Webserver des connect kits, auf das connect kit zu. Durch diese Technik dient das connect center portal als Oberfläche zur Verwaltung der Kommunikation. Die einzelnen Dokumente werden eines E-Mail Clients entsprechenden Funktionen angezeigt, und stehen dann zum Download zur Verfügung.

2.1.4 connect center lokal

Parallel zum zentralen connect center wurde eine spezielle Lösung für Vermarkter konzipiert, das connect center lokal. Den Vermarktern steht alternativ zum zentralen connect center die Option offen, eine eigene Instanz des connect center zu betreiben. Diese Instanz ist baugleich zum zentralen connect center. Die Administration und der Support der lokalen Alternative liegen in der Verantwortung des betreibenden Vermarkters. Grundlage für die Option ist das Adressbuch des zentralen connect centers. Dieses wird auch in die lokalen connect center synchronisiert. Auch im Adressbuch vermerkt ist, wie jeder Teilnehmer zu erreichen ist, zentral oder lokale.

2.2 Was leistet connect?

connect bietet mit dem connect kit, connect center und dem connect center portal die Plattform für die Kommunikation zwischen den Teilnehmer. Die einzelnen Funktionen werden in den folgenden Abschnitten vorgestellt.

2.2.1 Benutzer

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 9 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Für jeden Teilnehmer wird durch die AGOF zentral im Adressbuch des connect centers ein Account angelegt. Dieser ist nicht Personengebunden, sondern bezieht sich nur auf das jeweils teilnehmende Unternehmen. Das connect kit (die lokale Applikation zur Steuerung der Kommunikation) wird auch pro Betriebsstätte installiert. Die AGOF vergibt die Accounts im Rahmen der Lizenzierung von connect.

2.2.2 Adressbuch

Die einzelnen Accounts werden im zentralen Adressbuch gespeichert. Die connect kits erhalten durch eine Synchronisierung mit dem zentralen Adressbuch eine lokale Kopie, dadurch ist immer der aktuelle Stand der möglichen Empfänger verfügbar. Das Adressbuch ermöglicht auch die Verschlüsselung, der hier wird der öffentliche Schlüssel im Rahmen eines PGP Verfahrens abgelegt.

Das Intervall, in dem die Synchronisierung des lokalen Adressbuches mit dem zentralen Adressbuches stattfinden soll, kann in den Einstellungen des lokalen connect kits festgelegt werden. Die Mindestgröße des Intervalls beträgt 10 Minuten.

2.2.3 Übermittlung

Das connect kit übernimmt die Kommunikation mit dem connect center Webservice. Das connect kit steuert den korrekten Adressaten an, bzw. verweist durch Metadaten in der verschlüsselten Datei darauf, an wen das Dokument adressiert ist. Daher richten sich die folgenden Aufrufe an das connect kit, und dienen der Verbindung zwischen dem lokalen System und dem connect kit.

Allgemeine Aufrufe:

Name	getConnectionUsers
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/getConnectUsers/
Beschreibung	Für die Kommunikation mit einem Connect User, wird dessen ID im <i>connect center</i> benötigt. Eine Liste der vorhandenen User kann über den entsprechenden Befehl aufgerufen werden. Die ID des Users steht im ID Tag. Sie verändert sich für einen User nicht
Information	

Name	getProtocols
------	--------------

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 10 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/getProtocols/
Beschreibung	Ruft ab, welche Aktionen im Konto des Users in einem gegebenen Zeitraum ausgeführt wurden. Die Übergabe kann mit den Parametern übergeben werden: fromDate: Datum, ab dem das Protokoll beginnen soll, optional, Format: "DD.MM.JJJJ" bzw. "DD.MM.JJJ HH:MM" (z.B. 01.01.2013 13:00). Uhrzeit ist im 24h Format und optional. toDate: Datum, bei dem das Protokoll enden soll, optional, Format wie from Date
Information	

Name	getTransactionsList
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/getTransactionsList/
Beschreibung	Gibt eine Liste der vom Teilnehmer eingestellten Dokumente und deren Status aus. Dokumente können drei verschiedene Status haben: 1. Eingestellt = das Dokument wurde eingestellt, aber noch nicht abgerufen 2. Abgerufen = Das Dokument wurde abgerufen, aber der Abruf wurde noch nicht mit fetch bestätigt 3. Bestätigt = Das Dokument wurde abgerufen und der Empfang per fetch bestätigt
Information	

Name	getTransactionStatus
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/getTransactionStatus/
Beschreibung	Gibt den Status eines einzelnen Dokuments wieder. Dokumente können drei verschiedene Status haben: 1. Eingestellt = das Dokument wurde eingestellt, aber noch nicht abgerufen 2. Abgerufen = Das Dokument wurde abgerufen, aber der Abruf wurde noch nicht mit fetch bestätigt 3. Bestätigt = Das Dokument wurde abgerufen und der Empfang per fetch bestätigt
Information	

Angebotsdaten und privat adressierte Dokumente:

Name	sendOffer		
Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 11 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/sendOffer/
Beschreibung	Ist der Aufruf um ein privat adressiertes Angebot, Anfrage, Auftrag oder Auftragsbestätigung zu verschicken, bzw. an das connect center zu übergeben.
Information	Das Dokument wird verschlüsselt übergeben

Name	sendInventory
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/sendInventory/
Beschreibung	Ist der Aufruf um ein privat adressiertes Inventar an eine Agentur zu versenden
Information	Das Dokument wird verschlüsselt übergeben

Name	sendPriceList
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/sendPriceList/
Beschreibung	Ist der Aufruf um eine privat adressierte Preisliste an eine Agentur zu versenden
Information	Das Dokument wird verschlüsselt übergeben

Name	sendAdvertisements
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/sendAdvertisements/
Beschreibung	Ist der Aufruf um eine privat adressierte Liste der Werbeformen an eine Agentur zu versenden
Information	Das Dokument wird verschlüsselt übergeben

Name	getDocumentsList
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/getDocumentsList/
Beschreibung	Der Empfänger hat die Möglichkeit, beim connect center anzufragen, ob für ihn relevante Dokumente verfügbar sind. Durch diesen Aufruf wird eine Liste der verfügbaren Dokumente an das anfragende connect kit gesendet.
Information	

Name	getOffers
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/getOffers/
Beschreibung	Das angeforderte Dokument wird zum anfragende connect kit

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 12 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

	übertragen. Sobald das connect kit den Download komplett und erfolgreich abgeschlossen (In diesem Schritt wird das Dokument entschlüsselt!) hat, kann eine Bestätigung angefordert werden
Information	In diesem Schritt wird das Dokument entschlüsselt!

Name	getInventory
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/getInventory/
Beschreibung	Das angeforderte agenturspezifische Inventar wird zum anfragende connect kit übertragen. Sobald das connect kit den Download komplett und erfolgreich abgeschlossen hat, kann eine Bestätigung angefordert werden
Information	In diesem Schritt wird das Dokument entschlüsselt!

Name	getPriceLists
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/getPriceList/
Beschreibung	Die angeforderte agenturspezifische Preisliste wird zum anfragende connect kit übertragen. Sobald das connect kit den Download komplett und erfolgreich abgeschlossen hat, kann eine Bestätigung angefordert werden
Information	In diesem Schritt wird das Dokument entschlüsselt!

Name	getAdvertisements
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/getAdvertisements/
Beschreibung	Die angeforderte agenturspezifische Liste der Werbeformen wird zum anfragende connect kit übertragen. Sobald das connect kit den Download komplett und erfolgreich abgeschlossen hat, kann eine Bestätigung angefordert werden
Information	In diesem Schritt wird das Dokument entschlüsselt!

Name	confirmFetch
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/confirmFetch/
Beschreibung	Das connect center kann über diesen Aufruf eine Bestätigung über bereits ausgelieferte Dokumente senden. Nach der Bestätigung wird das jeweilige Dokument aus dem connect center entfernt
Information	

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 13 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Name	undoFetch
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/undoFetch/
Beschreibung	Wenn beim Abruf von Angebote aus den connect center Fehler auftreten, dann kann man mit diesen Befehl die Abrufung des Angebotes rückgängig machen. Erst dann kann man das Angebot erneut abrufen.
Information	

Stammdaten:

Der Vermarkter kann die Stammdaten auch allen Teilnehmern allgemein zur Verfügung stellen:

Name	setInventory
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/setInventory /
Beschreibung	Dieser Aufruf dient zur Ablage des Inventars eines Vermarkters für den allgemeinen Zugriff. Ein evtl. bereits vorhandenes Inventars des Vermarkters wird überschrieben.
Information	Das Inventar wird unverschlüsselt allen Teilnehmern zur Verfügung gestellt

Name	setPriceLists
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/setPriceLists /
Beschreibung	Dieser Aufruf dient zur Ablage der Preislisten eines Vermarkters für den allgemeinen Zugriff. Ein evtl. bereits vorhandene Preisliste des Vermarkters wird überschrieben.
Information	Das Inventar wird unverschlüsselt allen Teilnehmern zur Verfügung gestellt

Name	setAdvertisements
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/setAdvertisements/
Beschreibung	Dieser Aufruf dient zur Ablage der Werbeformen eines Vermarkters für den allgemeinen Zugriff. Eine evtl. bereits vorhandene Liste der Werbeformen des Vermarkters wird überschrieben.
Information	Das Inventar wird unverschlüsselt allen Teilnehmern zur Verfügung gestellt

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 14 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Die Aufrufe für Vermarkter werden gekoppelt mit der entsprechenden Information über die hochzuladende Datei, und der Angabe, das die Datei allen teilnehmenden Agenturen zur Verfügung gestellt werden.

Die Agenturen können die ihnen zur Verfügung gestellten Stammdaten über das connect center beziehen. Dazu gibt es die entsprechenden Aufrufe:

Name	getInventory
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/getInventory/
Beschreibung	Der Aufruf Dient zum Abruf der Inventare der Vermarkter. Der Aufruf kann auf einen Vermarkter eingeschränkt werden.
Information	Das Inventar wird unverschlüsselt allen Teilnehmern zur Verfügung gestellt

Name	getPriceLists
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/getPriceLists/
Beschreibung	Der Aufruf Dient zum Abruf der Preislisten der Vermarkter. Der Aufruf kann auf einen Vermarkter eingeschränkt werden.
Information	Die Preisliste wird unverschlüsselt allen Teilnehmern zur Verfügung gestellt

Name	getAdvertisements
Aufruf	https://connectkit.beispiel.de/getAdvertisements/
Beschreibung	Der Aufruf Dient zum Abruf der Werbeformen der Vermarkter. Der Aufruf kann auf einen Vermarkter eingeschränkt werden.
Information	Die Werbeformen werden unverschlüsselt allen Teilnehmern zur Verfügung gestellt

Die Agenturspezifischen Aufrufe können durch die spezifische Vermarkter ID eingeschränkt werden. Dadurch werden nicht alle Dokumente eines Typ (z.B. Preislisten) gezogen, sondern nur die Preisliste des angefragten Vermarkters

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 15 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Im Falle eines Fehlers werden die Aufrufe mit HTTP Error-Codes beantwortet. Die möglichen Fehlercodes sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

Error Code	Infotext	Beschreibung
400	missing params	Parameter file wurde nicht übergeben
401	missing param token	In der Anfrage wurde kein Token mitgeschickt.
401	token is unknown	Die Token-ID ist dem connect center nicht bekannt.
401	token timeout	Die Seesion des Tokens ist abgelaufen, ein neuer Token muss angefordert werden
403	password wrong	User konnte nicht authentifiziert werden.
404	Not found	Die gewünschte Ressource ist nicht vorhanden
409	unknown user	User mit entsprechender ID ist nicht bekannt.

2.2.4 Anbindung an das Filesystem

Für das interne Ansprechen des connect kits, z.B. durch ein Agentur- oder Vermarktersystem gibt es zwei Möglichkeiten. Das connect kit kann, wie im vorangehenden Abschnitt beschrieben, durch einen internen Webservice mit den entsprechenden Aufrufen angesteuert werden. Das connect kit verfügt aber auch über die Option, direkt aus dem Filesystem heraus angesprochen zu werden. Dabei werden Dateien, die in ein bestimmtes Verzeichnis gelegt werden, automatisch vom connect kit verarbeitet. Wichtig ist, wenn ein der jeweilige Ordner z.B. durch ftp angesteuert wird, das die Namenskonvention erst nach vollständigem Hochladen im jeweiligen Verzeichnis erfüllt ist. Das connect kit pollt auf das Verzeichnis und reagiert erst auf den korrekten Namen. Daher sollte die Datei während des Uploads in das Verzeichnis einen anderen temporären Namen tragen.

Voraussetzung ist eine definierte Benennung der bereitgestellten Dateien. Im Arbeitsverzeichnis des connect kits, oder im vom Administrator festgelegten Verzeichnis, gibt es das Verzeichnis AutoFileTransfer mit folgender Unterverzeichnisstruktur:

Download => Ablage für automatisch vom connect center abgerufene Dateien.

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 16 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Error => Ablage für Dateien, die nicht versandt werden konnten.

In => Vom connect kit überwachter Ordner. Hier abgelegte Dateien werden an das connect center geschickt

Progress => Hier werden zu versendende Dateien so lange abgelegt, bis der Versandvorgang abgeschlossen ist.

Sent => Archivordner der versendeten Angebote.

Um eine Datei an einen bestimmten Empfänger zu verschicken, muss der Dateiname einem Benennungsschema entsprechen. Der Aufbau ist dabei wie folgt:

ID des Empfängers + "_" + Typ der Datei + "_" + Beliebige eigene Benennung + ".xml"

ID des Empfängers => Entspricht der UserID des Empfängers im connect center Adressbuch

Typ der Datei => Kennung für den Typ. Mögliche Typen sind:

offer => Angebot

inventory => Inventar

pricelist => Preisliste

advertisement => Werbeformen

Sobald eine Datei im Ordner AutoFileTransfer/In ablegt wird, versucht das connect kit Empfänger und Dateityp aus dem Dateinamen zu bestimmen. Sofern dies eindeutig gelingt, wird die Datei zunächst in den Ordner Progress verschoben und um eine UniqueID erweitert (hierdurch kann man identisch benannte Dateien parallel verarbeiten). Im Anschluss versucht das connect kit die Datei an das zuständige connect center zu verschicken. Wenn das gelingt, wird es im Ordner Sent archiviert.

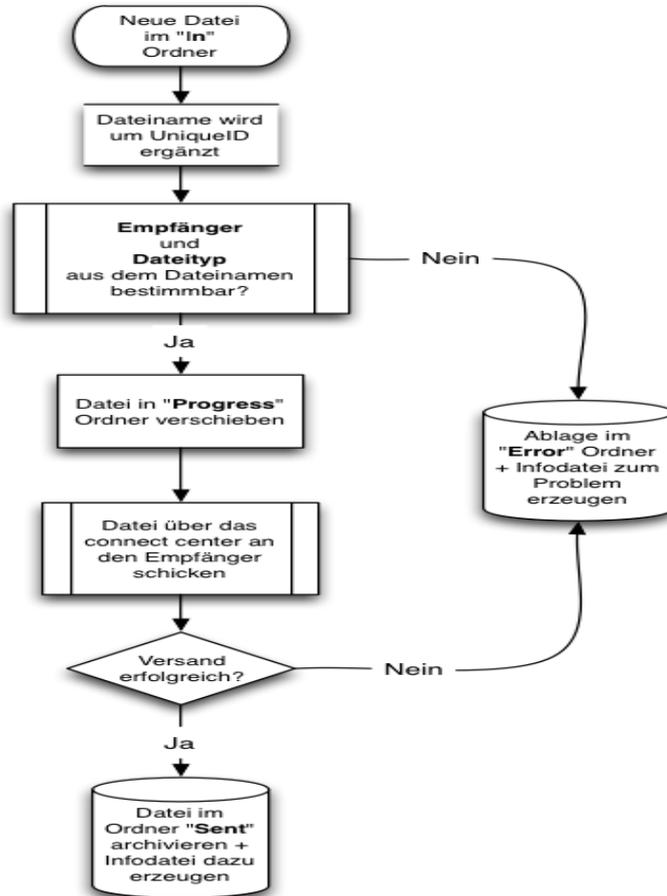
Wenn Empfänger und Dateityp nicht bestimmbar sind, oder die Datei aus anderen Gründen nicht versandt werden konnte, wird es in den Ordner Error verschoben.

Sowohl bei erfolgreicher als auch fehlerhafter Verarbeitung wird eine Logdatei im jeweiligen Zielordner angelegt (Benennung wie der Dateiname der Datei + Prefix "_log.txt"), die Informationen zur Verarbeitung der Datei enthält.

Der Ablauf des Versands im Überblick:

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 17 von 35

IMPLEMENTATION GUIDELINES



Neben dem Versand von Dateien, können auch alle im connect center anliegenden Dateien für den connect kit User abgerufen werden. Um diese Aktion zu initiieren, muss man eine Datei im "In" Ordner erstellen (oder einfach hineinkopieren), die "fetchAll" heißt. Die Datei selbst kann leer sein, es kommt nur auf den Dateinamen an. Sobald sich diese Datei im "In" Ordner befindet, wird sie wieder gelöscht und alle im connect center vorliegenden Dateien des connect kit Users werden heruntergeladen und im Ordner "Download" abgelegt. Die Dateibenennung erfolgt dabei nach folgendem Schema:

ID des Absenders + "_" + Typ der Datei + "_" + Datum der Datei + "__" + Dateiname + ".xml"

Der Bereich Dateiname ist nur vorhanden, wenn die Datei über den automatischen Versand an das connect center verschickt wurde oder

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 18 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

beim Einstellen der Datei über den Webservice das Attribut `attr_filename` entsprechend gesetzt wurde.

Beide Optionen, der interne Webservice und die Anbindung an das Filesystem können genutzt werden. Nur wenn ein `fetchAll` auf dem File-Dienst gemacht wird, dann werden alle offenen Angebote heruntergeladen und anschließend mit `confirmFetch` bestätigt. Das führt dazu, dass anschließend die Angebote nicht mehr über das `connect kit` im center eingesehen werden können, da diese bereits abgeholt wurden.

Der Verlauf des Transfers wird protokolliert, im entsprechend log sind die Informationen zu finden, siehe Abschnitt Protokollierung.

Bei einer automatischen Integration der Ordnerstruktur für den Autofiletransfer gilt es zu berücksichtigen, dass das `connect kit`, alle 10 Sekunden prüft, ob eine neue Datei vorhanden ist, und ob die Größe innerhalb dieser 10 Sekunden konstant geblieben ist. Wenn die Größe variiert, wartet das `connect kit` erneute 10 Sekunden. D.h. wenn z.B. ftp genutzt wird, muss die neue Datei mit einer geringen Anfangsgröße starten und erst nach Abschluss des Kopiervorgangs die volle Größe erreichen. Wenn über die Namenskonvention gearbeitet wird, besteht die Gefahr, dass die Datei mit einem anderen Namen nicht verarbeitet werden kann, und deshalb in den Error Ordner verschoben wird.

2.2.5 Verschlüsselung

Das Austauschen von Dokumenten zwischen zwei Teilnehmern erfolgt über ein asymmetrisches Verschlüsselungsverfahren (RSA Verschlüsselung mit 1024 Bit Schlüssellänge). Hierbei wird ein Dokument an einen Empfänger mit dessen öffentlichen Schlüssel verschlüsselt und im `connect center` abgelegt. Beim Empfang durch das `connect kit` wird das Dokument mit dem privaten Schlüssel entschlüsselt. Die Ver- und Entschlüsselung findet vollständig im `connect kit` statt. Die Verschlüsselung betrifft nur Bewegungsdaten (alle API-Aufrufe, die mit `send` und `fetch` beginnen).

Damit die Kommunikation mit einem Empfänger verschlüsselt erfolgen kann, muss dieser ein gültiges Schlüsselpaar haben. Der öffentliche Schlüssel wird im `connect center` abgelegt und kommt über die Adressbuchsynchronisation zu allen beteiligten `connect kits`. Die Schlüssel sind historienfähig, das bedeutet, falls ein neuer Schlüssel generiert wurde, können Dokumente, die mit dem älteren Schlüssel verschlüsselt wurden, noch entschlüsselt werden. Dazu wird bei der Anlage eines Schlüsselpaares eine ID zugeordnet. Bei einer Neuanlage, werden ältere Schlüssel nicht gelöscht. Die ID wird mit der

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 19 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

verschlüsselten Datei mitgeschickt, das empfangende System weiß daher, mit welchem privaten Schlüssel es entschlüsseln muss

Individuelle Preislisten, Werbeformen und Inventare werden ebenfalls über dieses Verfahren verschlüsselt. In der Dokumentation sind die entsprechenden Aufrufe kommentiert, die die Verschlüsselung unterstützen.

2.2.6 Protokollierung & Archivierung

Bei jedem Start des connect kits wird im Unterordner logs eine Protokollierungsdatei angelegt, in der alle Aktivitäten des *connect kits* protokolliert werden. Die Dateibenennung erfolgt nach dem Schema "JJJ-MM-DD__HH-MM-SS.txt" (z.B. 2013-09-30__12-00-00.txt). Die archivierten Daten werden im Ordner Archive abgelegt. Der Dateiname der Dokumente entspricht folgendem Benennungsschema: ID des Empfängers/Senders + "_" + Typ der Datei + "_" + Zeit/Datum der Archivierung im Format 2013-09-30_13-00-00 + "_" + Unique ID Bei verschlüsselt abgelegten Dateien wird die ID des Schlüsselpaars mit "_" + ID noch ergänzt, damit eine spätere Entschlüsselung einfach möglich ist.

In den Einstellungen des connect kits kann festgelegt werden, ob die archivierten Dateien verschlüsselt oder unverschlüsselt abgelegt werden sollen.

Als erfolgreich gilt eine Übertragung, wenn das sendende connect kit eine Bestätigung des connect centers bekommt, das das Dokument angekommen ist. Das connect kit bekommt eine Rückmeldung inkl. der TransaktionsID vom connect center, dass die Datei eingegangen ist. Das connect kit meldet nun an das verarbeitende System zurück, dass die Datei übermittelt wurde.

Alle Vorgänge werden protokolliert und können von den Nutzern eingesehen werden. Die Log Datei ist entsprechend formatiert, und beinhaltet die TransaktionsID des jeweiligen Vorgangs.

Die TransaktionsID wird vom connect center bei jeder Aktivität mitgegeben, und dient daher dem „Tracking“ der durchgeführten Aktionen des connect centers, bzw. connect kits.

Die Aktionen werden zeilenweise geloggt. Die Zeilen sind spaltenweise formatiert (per Tabulator getrennt). Damit lässt sich die Datei einfach

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 20 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

mit z.B. Excel öffnen und filtern. Die Formatierung der Log Dateien hat folgenden Spaltendefinition:

Name	Erläuterung	Beispiel	Typ
Date	Datum im Format "DD:MM:JJ" (Tag:Monat:Jahr)	09.01.14	Text
Time	Zeitpunkt im 24h Format "HH:MM:SS" (Stunde:Minute:Sekunde)	14:30:20	Text
Runmode	Wenn vorhanden die Namen der im connect center aufgerufenen Funktionen, ansonsten sprechende Erläuterung der Aktion	sendOffer	Text
Sender ID	Bei Kommunikation zwischen zwei Parteien die ID des Senders im <i>connect center</i> (siehe id User).	4	Zahl
Receiver ID	Bei Kommunikation zwischen zwei Parteien die ID des Empfängers im <i>connect center</i> .	2	Zahl
Receiver name	Der Name des Empfängers.	Agentur 1	Text
Typ	Typ des Dokuments beim Versand (mögliche Typen siehe Beschreibung getDocumentsList).	offer	Text
Transaction ID	Eindeutige TransaktionsID eines Dokuments (siehe Rückgabe von z.B. sendOffer)	618	Zahl
Response Code	HTTP Statuscode bei einer Webanfrage (siehe HTTP-Statuscode). Alle Rückgaben außer 200 deuten auf ein Problem oder einen Fehler hin. Die Bedeutung der jeweiligen Codes stehen bei den Funktionen in der Dokumentation.	200	Zahl
Response Content	Der Inhalt einer Webanfrage. Dies ist häufig nicht die vollständige Rückgabe, sondern nur eine Zusammenfassung. Wenn z.B. eine Angebotsliste in XML empfangen wurde, steht hier nur "XML".	XML	Text
is Testuser	Gibt an, ob der Empfänger einer Kommunikationsaktion ein Testuser ist. Dies macht nur für den Testbetrieb beim Betrieb eines lokalen <i>connect centers</i> Sinn. Mögliche Werte: leer oder "1"	1	Zahl
URL	Bei einer Webanfrage die aufgerufene URL inkl. GET-Parameter (beim Login wird aus Sicherheitsgründen das Passwort entfernt). POST-Parameter werden nicht geloggt.	https://connectcenter.dev.consulting.net/sendOffer	Text

2.3 Was muss das verarbeitende System leisten?

Dieser Abschnitt beschreibt, was die verarbeitenden Systeme leisten müssen, damit sie connect nutzen können.

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 21 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

2.3.1 Generieren und Interpretieren von XML

Die verarbeitenden Systeme müssen die XMLs verstehen. Das heißt die Daten müssen durch die verarbeitenden Systeme geöffnet und interpretiert werden. Dazu müssen die XSD Definitionen vorliegen. Grundlegend ist, dass das System weiß, an welcher Stelle welche Information im XML stehen muss. Gemäß dieser Logik müssen die XMLs auch verändert werden können, bzw. zum Initialisieren des Prozesses auch generiert werden können.

2.3.2 Zuordnung der Ansprechpartner

Die XML werden via connect bereitgestellt, d.h. durch eine Abfrage werden alle verfügbaren Dokumente angezeigt. Dann können die gewünschten Dokumente heruntergeladen werden. Connect kann nicht bestimmen, wer wann welches Dokument herunterlädt. Das muss durch das verarbeitenden System geregelt werden, inklusive einer Zuordnung zum jeweilig verantwortlichen Sales Mitarbeiter.

2.3.3 Protokolle und Archivierung

Die verarbeitenden Systeme müssen die von connect zur Verfügung gestellten Protokolle verarbeiten und interpretieren können. Analog dazu, muss auch die von connect durchgeführte Archivierung in den verarbeitenden Systemen eingebunden und Visualisiert werden.

2.3.4 Anbindung an das connect kit

Die Kopplung des verarbeitenden Systems an das connect kit, das die Kommunikation übernimmt, muss auch durch das verarbeitende System geleistet werden. Dazu wurden zwei Optionen geschaffen. Das connect kit kann durch einen Webservice angesteuert werden, mit den bekannten Aufrufen, und dient dann dazu, die Aufrufe, ergänzt durch den notwendigen Token, an das connect center weiterzuleiten. Oder das connect kit kann durch die Ablage in einen definierten Ordner im Filesystem angesprochen werden, der In-Ordner.

3. Datenstrukturen

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 22 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Als Grundlage für die Kommunikation in connect wurde eine einheitliche Sprache geschaffen, die sich manifestiert in einer XSD Definition. In den einzelnen Strukturen sind alle relevanten Felder für die Abbildung der Online Werbung vorhanden. Für die Kommunikation der Bewegungsdaten ist die Offer.xsd das zentrale relevante Objekt.

3.1 Angebote

Die Angebote werden in der Offer.xsd dargestellt. Für die Umsetzung gibt es hier einige zentrale Elemente, die in diesem Abschnitt vorgestellt werden:

VID und EID

Einige Elemente der Offer.xsd können eine VID und eine EID haben. Die VID ist die ID des jeweiligen Elementes beim Vermarkter und die EID ist die ID bei der Agentur. Die Vermarkter haben die alleinige Hoheit über die Nennung der VID, umgekehrt gilt das gleiche für die Agenturen bei der Nennung der EID. So kann in den verarbeitenden Systemen eine eindeutige, gegenseitige Zuordnung stattfinden. Dieses Konstrukt wurde bewusst gewählt um eine zentrale ID Vergabe zu vermeiden.

Angebotsnummer <offerid>

Die Angebotsnummer kann genau in diesen beiden Ausprägungen, also eine Angebotsnummer des Vermarkters (VID) und der Agentur (EID) identifiziert werden.

Versionsnummer <version>

Die Versionsnummer wird ausschließlich durch den Vermarkter hochgezählt und bietet eine Option für den Angebotsprozess ein neues korrigiertes Angebot ohne Änderung der Angebotsnummer zu versenden.

Referenz ID <referenceid>

Die Referenz ID dient dazu, einen Bezug zu einem früheren Angebotsprozess herzustellen. So kommt die Referenz ID zum Beispiel zum Einsatz, wenn ein von der Agentur abgelehntes Angebot durch den Vermarkter wiederaufgenommen wird.

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 23 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Status <status>

Der Status dokumentiert, in welcher Phase des Angebotsprozesses das generierte Dokument erstellt wurde. Die Phasen sind wie folgt definiert:

- enquired: Von der Agentur an den Vermarkter angefragt
- offered: Angebot des Vermarkters an die Agentur
- accepted: Agentur akzeptiert das Angebot des Vermarkters (Auftrag)
- declined: Agentur lehnt das Angebot des Vermarkters ab
- assigned: Auftragsbestätigung des Vermarkters
- discarded: Vermarkter verwirft das Angebot

4. Prozesse

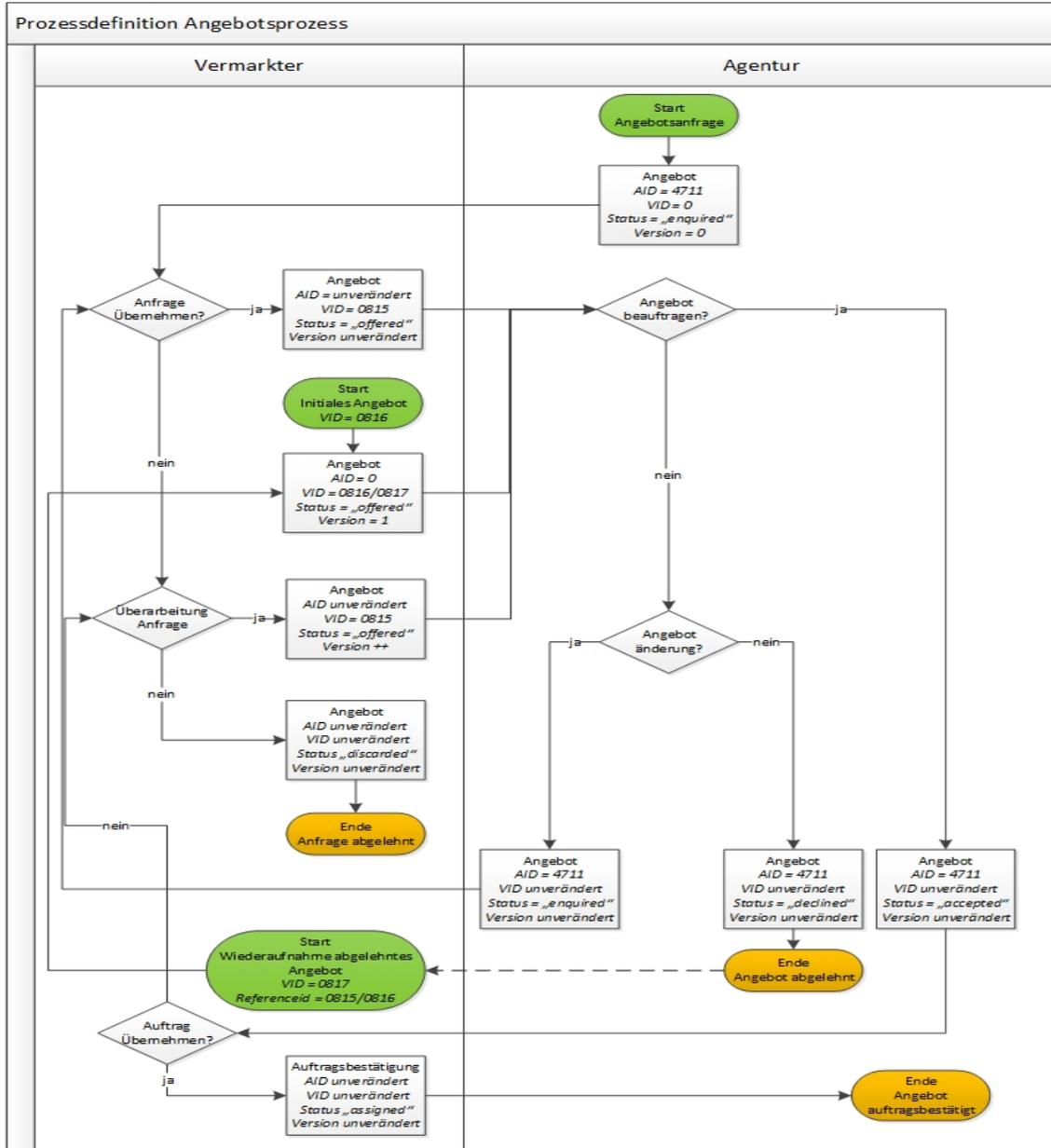
4.1 Angebote

Der Angebots- bzw. Buchungsprozess wird mit der Offer.xsd abgewickelt. Hier sind alle relevanten Informationen enthalten. Das folgende Chart visualisiert den Prozess, der in den folgenden Unterkapiteln detailliert beschrieben wird.

Allgemeine Hinweise:

Die Versionsnummer wird durch den Vermarkter hochgezählt

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 24 von 35



Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 25 von 35

4.1.1 Direkte Ablehnung durch den Vermarkter

Anwendungsfall	Ablehnung einer Anfrage durch den Vermarkter
Kurzbeschreibung	Angebotsanfrage durch eine Agentur und deren Ablehnung durch den Vermarkter
Akteure	Agentur, Vermarkter
Auslösendes Ereignis	Agentur möchte eine oder mehrere Kamapagnen bei einem Vermarkter stellen
Vorbedingungen	Agentur kennt die Inventar und Werbemittel aus den Vermarkterstammdaten und weiß diese entsprechend zu referenzieren
Beschreibung	Das direkte Ablehnen einer Anfrage durch den Vermarkter ist der einfachste Workflow eines Use Cases. Die Agentur stellt ihre Anfrage, diese wird direkt vom Vermarkter abgelehnt.
Beispiel	<p>1. Anfrage der Agentur mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0 Status =enquired Version = 0.</p> <p>2. Ablehnung des Vermarkters mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0 Status =discarded Version = 0</p>
Ausnahmen	<p>1.a Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt Version = 1</p> <p>1.b Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt VID mit einer gültigen VID</p>
Nachbedingungen	

4.1.2 Komplette Annahme

Anwendungsfall	Komplette Annahme einer Anfrage
Kurzbeschreibung	Angebotsanfrage durch eine Agentur gefolgt von einem Angebot des Vermarkter, die Auftragserteilung durch die Agentur und die Auftragsbestätigung durch den Vermarkter
Akteure	Agentur, Vermarkter
Auslösendes Ereignis	Agentur möchte eine oder mehrere Kamapagnen bei einem Vermarkter stellen
Vorbedingungen	Agentur kennt die Inventar und Werbemittel aus den Vermarkterstammdaten und weiß diese entsprechend zu referenzieren

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 26 von 35

IMPLEMENTATION GUIDELINES

Beschreibung	Bei der kompletten Annahme nimmt die Agentur das komplette Angebot des Vermarkters an.
Beispiel	<p>1. Anfrage der Agentur mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0 Status =enquired Version = 0.</p> <p>2. Prüfung und Angebotserstellung durch den Vermarkters mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0815 Status =offered Version = 0</p> <p>3. Auftrag durch die Agentur AID = 4711 VID = 0815 Status =accepted Version = 0</p> <p>4. Auftragsbestätigung durch den Vermarkter AID = 4711 VID = 0815 Status =assigned Version = 0</p> <p>Mit der erfolgreichen Übermittlung der Auftragsbestätigung ist der Buchungsprozess abgeschlossen</p>
Ausnahmen	<p>1.a Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt Version = 1</p> <p>1.b Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt VID mit einer gültigen VID</p>
Nachbedingungen	

4.1.3 Alternatives Angebot & direkte Annahme des Angebots

Beschreibung:

In diesem Use Case wird vom Vermarkter ein alternatives Angebot erstellt, weil die angefragten Positionen nicht so gebucht werden können. Die Agentur nimmt das neue, alternative Angebot komplett an.

Anwendungsfall	Alternatives Angebot & Annahme der Alternative
-----------------------	--

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 27 von 35

Kurzbeschreibung	Der Vermarkter stellt auf eine Anfrage ein alternatives Angebot, die Agentur beauftragt dieses
Akteure	Agentur, Vermarkter
Auslösendes Ereignis	Agentur möchte eine oder mehrere Kamapagnen bei einem Vermarkter stellen
Vorbedingungen	Agentur kennt die Inventar und Werbemittel aus den Vermarkterstammdaten und weiß diese entsprechend zu referenzieren
Beschreibung	Angebotsanfrage durch eine Agentur gefolgt von einem alternativen Angebot des Vermarkter. Das alternative Angebot wird durch einen Auftrag von die Agentur bestätigt, der Vermarkter schickt daraufhin die Auftragsbestätigung
Beispiel	<p>1. Anfrage der Agentur mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0 Status =enquired Version = 0.</p> <p>2. Prüfung und alternative Angebotserstellung durch den Vermarkters mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0815 Status =offered Version = 1</p> <p>3. Auftrag durch die Agentur AID = 4711 VID = 0815 Status =accepted Version = 1</p> <p>4. Auftragsbestätigung durch den Vermarkter AID = 4711 VID = 0815 Status =assigned Version = 1</p> <p>Mit der erfolgreichen Übermittlung der Auftragsbestätigung ist der Buchungsprozess abgeschlossen</p>
Ausnahmen	<p>1.a Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt Version = 1</p> <p>1.b Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt VID mit einer gültigen VID</p>
Nachbedingungen	

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 28 von 35

4.1.4 Alternatives Angebot & Ablehnung durch die Agentur

Anwendungsfall	Alternatives Angebot & Ablehnung der Alternative durch die Agentur
Kurzbeschreibung	Der Vermarkter stellt auf eine Anfrage ein alternatives Angebot, die Agenturlehnt dieses ab
Akteure	Agentur, Vermarkter
Auslösendes Ereignis	Agentur möchte eine oder mehrere Kamapagnen bei einem Vermarkter stellen
Vorbedingungen	Agentur kennt die Inventar und Werbemittel aus den Vermarkterstammdaten und weiß diese entsprechend zu referenzieren
Beschreibung	Angebotsanfrage durch eine Agentur gefolgt von einem alternativen Angebot des Vermarkter. Das alternative Angebot wird von der Agentur abgelehnt
Beispiel	<p>1. Anfrage der Agentur mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0 Status =enquired Version = 0.</p> <p>2. Prüfung und alternative Angebotserstellung durch den Vermarkters mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0815 Status =offered Version = 1</p> <p>3. Ablehnung durch die Agentur AID = 4711 VID = 0815 Status =declined Version = 1</p>
Ausnahmen	<p>1.a Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt Version = 1</p> <p>1.b Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt VID mit einer gültigen VID</p>
Nachbedingungen	

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 29 von 35

4.1.5 Ablehnung durch die Agentur

Anwendungsfall	Ablehnung des Angebots durch die Agentur
Kurzbeschreibung	Der Vermarkter stellt auf eine Anfrage ein Angebot, die Agentur lehnt dieses ab
Akteure	Agentur, Vermarkter
Auslösendes Ereignis	Agentur möchte eine oder mehrere Kampagnen bei einem Vermarkter stellen
Vorbedingungen	Agentur kennt die Inventar und Werbemittel aus den Vermarkterstammdaten und weiß diese entsprechend zu referenzieren
Beschreibung	Angebotsanfrage durch eine Agentur gefolgt von einem Angebot des Vermarkter. Das Angebot wird von der Agentur abgelehnt
Beispiel	<p>1. Anfrage der Agentur mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0 Status =enquired Version = 0.</p> <p>2. Prüfung und Angebotserstellung durch den Vermarkters mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0815 Status =offered Version = 0</p> <p>3. Ablehnung durch die Agentur AID = 4711 VID = 0815 Status =declined Version = 0</p>
Ausnahmen	<p>1.a Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt Version = 1</p> <p>1.b Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt VID mit einer gültigen VID</p>
Nachbedingungen	

4.1.6 Teilauftrag

Beschreibung:

Dieser Use Case beschreibt den Vorgang, wenn nur ein Teil der angebotenen Positionen gebucht werden soll. Die Prozess wird durch eine entsprechende Schleife dargestellt. Der Teilauftrag, kommt einer

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 30 von 35



IMPLEMENTATION GUIDELINES

Anfrage der Agentur gleich, enthält aber nur die neuen gewünschten Positionen. Die nicht mehr gewünschten Positionen werden hier nicht mehr berücksichtigt. Deshalb wird die Versionsnummer beim Vermarkter hochgezählt, weil der aufgrund der neuen Anfrage die nur einen Teil der ursprünglichen Anfrage beinhaltet ein neues individuelle Angebot erstellt.

Anwendungsfall	Teilauftrag
Kurzbeschreibung	Die Agentur möchte nur einen Teil eines Angebots beauftragen
Akteure	Agentur, Vermarkter
Auslösendes Ereignis	Agentur möchte eine oder mehrere Kamapagnen bei einem Vermarkter stellen
Vorbedingungen	Agentur kennt die Inventar und Werbemittel aus den Vermarkterstammdaten und weiß diese entsprechend zu referenzieren
Beschreibung	Angebotsanfrage durch eine Agentur gefolgt von einem Angebot des Vermarkter, die Agentur möchte aber nur einen Teil beauftragen, und fragt die gewünschten Positionen erneut an. Der Vermarkter stellt das Angebot gefolgt von der Auftragserteilung durch die Agentur und die Auftragsbestätigung durch den Vermarkter

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 31 von 35

Beispiel	<p>1. Anfrage der Agentur mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0 Status =enquired Version = 0.</p> <p>2. Prüfung und Angebotserstellung durch den Vermarkters mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0815 Status =offered Version = 0</p> <p>3. Die Agentur fragt nur einen Teil des Angebots erneut an AID = 4711 VID = 0815 Status =enquired Version = 0</p> <p>4. Prüfung und Angebotserstellung durch den Vermarkters mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0815 Status =offered Version = 1</p> <p>5. Auftragserstellung durch die Agentur mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0815 Status =accepted Version = 1</p> <p>6. Auftragsbestätigung durch den Vermarkter AID = 4711 VID = 0815 Status =assigned Version = 1</p> <p>Mit der erfolgreichen Übermittlung der Auftragsbestätigung ist der Buchungsprozess abgeschlossen</p>
Ausnahmen	<p>1.a Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt Version = 1 1.b Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt VID mit einer gültigen VID</p>

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 32 von 35

Nachbedingungen	
------------------------	--

4.1.7 Initiierung des Prozesses durch den Vermarkter

Beschreibung:

Anwendungsfall	Initiierung des Prozesses durch den Vermarkter
Kurzbeschreibung	Der Vermarkter initiiert den Angebotsprozess in connect
Akteure	Agentur, Vermarkter
Auslösendes Ereignis	Vermarkter stellt auf Anfrage via Telefon oder Fax ein Angebot
Vorbedingungen	Agentur kennt die Inventar und Werbemittel aus den Vermarkterstammdaten und weiß diese entsprechend zu referenzieren
Beschreibung	Die Prozesse, die in den vorhergehenden Punkten beschrieben wurden, können natürlich auch durch den Vermarkter initiiert werden. Z.B. wird die Anfrage der Agentur telefonisch gestellt, und der Vermarkter reagiert dann darauf via connect.
Beispiel	<p>1. Angebot des Vermarkters mit folgenden Eigenschaften: AID = 0 VID = 0815 Status = offered Version = 0.</p> <p>Auf dieses Angebot können die bisher beschriebenen Schritte folgen</p>
Ausnahmen	<p>1.a Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt Version = 1 1.b Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt VID mit einer gültigen VID</p>
Nachbedingungen	

4.1.8 Annahme ohne Angebot

Anwendungsfall	Annahmen ohne Angebot
Kurzbeschreibung	Die Agentur schickt einen Auftrag ohne vorheriges Angebot
Akteure	Agentur, Vermarkter
Auslösendes Ereignis	Agentur schickt einen Auftrag ohne Angebot
Vorbedingungen	Agentur kennt die Inventar und Werbemittel aus den Vermarkterstammdaten und weiß diese entsprechend zu referenzieren

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 33 von 35

Beschreibung	Manche Agenturen, für deren Kunden die Vermarkter z.T. eigene Produkte / Kombinationen entworfen hat, schicken einen Auftrag aus ihrem Agentursystem, obwohl vorher kein Angebot erstellt wurde (Preise / Rabatte, etc. sind allen Parteien bekannt). Die Agenturen gehen davon aus, dass „ihr“ Produkt im gewählten Zeitraum mit dem gewünschten Volumen zur Verfügung steht. Ist die Verfügbarkeit gegeben, wird auch kein Angebot mehr erstellt, sondern direkt ein Auftrag angelegt. Ist die Verfügbarkeit nicht gegeben, wird ein Alternativangebot erstellt.
Beispiel	1. Auftrag der Agentur mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0 Status = accepted Version = 0. Auf dieses Angebot können die bisher beschriebenen Schritte folgen
Ausnahmen	1.a Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt Version = 1 1.b Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt VID mit einer gültigen VID
Nachbedingungen	

Diese Variante unterscheidet sich nur durch die Initiierung. Der weitere Workflow ist identisch zu den bereits vorgestellten Use Cases. Der Vermarkter kann ein alternatives Angebot verschicken, falls die Verfügbarkeit nicht gegeben ist, oder den direkten Auftrag annehmen und dies durch die Auftragsbestätigung verifizieren.

4.1.9 Wiederaufnahme eines abgelehnten Angebotes

Die Wiederaufnahme eines abgelehnten Angebots wird durch die Anfrage der Agentur initiiert:

Anwendungsfall	Wiederaufnahme eines abgelehnten Angebots
Kurzbeschreibung	Die Agentur lehnt ein Angebot ab, der Vermarkter stellt ein neues Angebot
Akteure	Agentur, Vermarkter
Auslösendes Ereignis	Agentur möchte eine oder mehrere Kampagnen bei einem Vermarkter stellen
Vorbedingungen	Agentur kennt die Inventar und Werbemittel aus den Vermarkterstammdaten und weiß diese entsprechend zu referenzieren

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 34 von 35

IMPLEMENTATION GUIDELINES

Beschreibung	Die Agentur nimmt nicht das Angebot des Vermarkters an, der Vermarkter greift das abgelehnte Angebot wieder auf, und referenziert in einem neuen Angebot darauf.
Beispiel	<p>1. Anfrage der Agentur mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0 Status =enquired Version = 0.</p> <p>2. Prüfung und Angebotserstellung durch den Vermarkters mit folgenden Eigenschaften: AID = 4711 VID = 0815 Status =offered Version = 0</p> <p>3. Die Agentur lehnt das Angebot ab: AID = 4711 VID = 0815 Status =declined Version = 0</p> <p>4. Der Vermarkter greift das abgelehnte Angebot auf und referenziert in einem neuen Angebot darauf: AID = 0 VID = 0816 Status =offered Version = 1 ReferenceID=0815</p> <p>Auf dieses Angebot können die bisher beschriebenen Schritte folgen</p>
Ausnahmen	<p>1.a Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt Version = 1</p> <p>1.b Agentur hält sich nicht an Vorgaben und belegt VID mit einer gültigen VID</p>
Nachbedingungen	

Status	Datum	Verfasser	Seite von Seiten
Entwurf	20.01.2014	Jannis Skipis	Seite 35 von 35