



A. Allgemeine Nutzungsbedingungen

1. Vorbemerkung

Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG, Bonfelder Straße 2 in 74206 Bad Wimpfen („Lidl“) ist für die Vermarktung von digitalen Werbeflächen zuständig. Lidl bietet Unternehmen welche Lidl mit Produkten zum Verkauf im stationären Handel beliefern („Werbekunden“) die Möglichkeit, Medialeistungen zu buchen.

Zusätzlich bietet Lidl Unternehmen, die keine Vertragsbeziehung zu Gesellschaften der Schwarz Gruppe unterhalten, die Möglichkeit Digital Kampagnen durchzuführen.

2. Definitionen

- 2.1 „CPM/TKP“ meint die Kosten pro 1000 ausgespielte Werbemittel. Der Anspruch auf Vergütung bleibt von Umständen, die die Leistungspflicht des Endkunden nachträglich beseitigen (z.B. Rücktritt, Gewährleistungsrechte) oder einer Nichtleistung des Endkunden unberührt.
- 2.2 „CPC - Kosten pro Click“ ist der vom Werbekunden für den Click eines Nutzers auf ein Werbemittel zu zahlende Preis.
- 2.3 „Click“ ist definiert auf als das userinitiierte Klicken auf das Werbemittel. Mehrfache Clicks werden separat abgerechnet.
- 2.4 „Digital Out of Home“ meint den Verkauf von Werbeplätzen auf digitalen Screens in und vor einer Filiale, deren Abrechnung auf Basis der getätigten Ausspielungen oder TKP erfolgt.
- 2.5 Festpreis“ meint einen vordefinierten Betrag, der unabhängig von etwaigen Clicks oder Ausspielungen von Werbemitteln ist.
- 2.6 „Auftrag“ meint einen Vertrag zwischen dem Werbekunden und Lidl über die Durchführung von Medialeistungen auf bestimmten Digitalen Medien.
- 2.7 „Digitale Medien“ meint u.a. Webseiten, Apps, Plattformen, digitale Screens.
- 2.8 „Medialeistungen“ meint von Lidl zu erbringende Leistungen, insbesondere die Bereitstellung von Werbeflächen und die Auslieferung von Werbemitteln in Digitalen Medien.
- 2.9 „Programmatische Buchung“ meint den automatisierten, elektronischen Abschluss und Abwicklung eines Vertrages über die Erbringung von Werbeleistungen, auf Seiten von Lidl über eine Verkaufsplattform (Sell Side Platform-SSP) und auf Seiten des Werbekunden über eine Einkaufsplattform (Demand Side Platform-DSP).
- 2.9.1 „Garantierte Buchung (Guaranteed Deal)“ meint eine Programmatische Buchung mittels Auftrag zu einem festen TKP, festen Laufzeit und Budget, bei der die Ausspielung der vereinbarten Medialeistungen garantiert wird.
- 2.9.2 „Private Auktion (Private Auction)“ meint eine Buchung, die im geschlossenen Auktionsverfahren zwischen Lidl und einem oder mehreren Werbekunden zu einem von Lidl vorgegebenen Mindest-TKP abgeschlossen wird.
- 2.9.3 „Preferred Deal“ meint die Buchung einer Kampagne zu einem ausgehandelten Festpreis durch den

A. General Terms of Use

1. Preamble

Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG, Bonfelder Straße 2 in 74206 Bad Wimpfen („Lidl“) is responsible for the marketing of its digital advertising space. Lidl offers entrepreneurs, that supply Lidl companies with products intended for sale in store ("Advertising Customers") the option of booking Media Services.

Lidl also offers business operators that are not in a contractual relationship with Companies of the Schwarz Group the option of running Digital campaigns.

2. Definitions

- 2.1 "CPM" means the cost per 1000 impressions of Advertising Material. The remuneration claim shall not be affected by circumstances that retrospectively eliminate the payment obligation on the part of the end customer (e.g., withdrawal, warranty rights) or by a failure on the part of the end customer to pay.
- 2.2 "CPC – cost per click" is the price payable by the Advertising Customer for a user's click on Advertising Material.
- 2.3 "Click" is defined as user-initiated clicking on the Advertising Material. Multiple Clicks are billed separately.
- 2.4 "Digital Out-of-Home" refers to the sale of advertising space on digital screens in and in front of stores. It is billed based on the number of impressions.
- 2.5 "Fixed Price" means a predefined amount which is independent of any Clicks or impressions of Advertising Material.
- 2.6 "Order" means a contract between the Advertising Customer and Lidl for Media Services on certain Digital Media.
- 2.7 "Digital Media" means, among other things, websites, apps, platforms, digital screens.
- 2.8 "Media Services" means the services to be performed by Lidl, in particular the provision of advertising space and the delivery of Advertising Material on Digital Media.
- 2.9 "Programmatic booking" means the automated, electronic conclusion and processing of a contract for the provision of advertising services, on the part of Lidl via a sales platform (sell-side platform-SSP) and on the part of the Advertising Customer via a purchasing platform (demand-side platform-DSP).
- 2.9.1 "Guaranteed Deal" means a programmatic booking by means of an Insertion Order at a fixed CPM, fixed term and budget, in which the payout of the agreed Media Services is guaranteed.
- 2.9.2 "Private Auction" means a booking that is concluded in a closed auction procedure between Lidl and one or more Advertising Customers at a minimum CPM specified by Lidl.
- 2.9.3 "Preferred Deal" means the booking of a campaign at a negotiated fixed price by the Advertising Customers.



Werbetreibenden, jedoch ohne garantierte Auslieferung.

- 2.12 „Targeting“ meint das zielgerichtete Ausspielen von Werbemitteln anhand vordefinierter Kriterien wie bspw. Kategorien und Keywords.
- 2.11 „Werbemittel“ meint Inhalte, wie z.B. Bannerwerbung, Spots, Bilder und Sponsored Products, die auf Digitale Medien ausgeliefert werden.
- 2.12 „Verkaufsplattform“ (SSP) meint eine Plattform über die SMG die Werbeflächen zur Buchung zur Verfügung stellt.
- 2.13 „Einkaufsplattform“ (DSP) meint eine Plattform, über die der Werbekunde seine Werbekampagnen aussteuert.
- 2.14 „Kontakte“ meint die Anzahl an Personen, die die Werbemittel sehen könnten.

3. Geltungsbereich

- 3.1 Die Rechtsbeziehungen zwischen Lidl und dem Werbekunden ergeben sich aus diesen Nutzungsbestimmungen, soweit nicht abweichend vereinbart.
- 3.2 Die Nutzungsbestimmungen, gelten ausschließlich. Abweichende oder zusätzliche Nutzungsbestimmungen des Werbekunden werden nur Vertragsbestandteil, soweit Lidl ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zustimmt. Die Nutzungsbestimmungen gelten auch dann, wenn Lidl in Kenntnis entgegenstehender oder abweichender Geschäftsbedingungen eine Leistung vom Werbekunden annimmt.
- 3.3 Die Nutzungsbestimmungen gelten auch für alle künftigen Geschäfte mit dem Werbekunden bezogen auf den Leistungsgegenstand

4. Leistungsgegenstand

- 4.1 Lidl bietet Werbekunden die Möglichkeit Kampagnen mit vordefiniertem Targeting zu erstellen und Werbeflächen zu buchen, um mittels Sponsored Products ihre in Digitalen Medien angebotenen Produkte an besonders hervorgehobener Stelle zu bewerben.
- 4.2 Lidl bietet Werbekunden die Möglichkeit Werbeflächen zu buchen, um mittels Bannerwerbung ihre im Lidl Online-Shop oder stationären Verkauf angebotenen Produkte in Digitalen Medien zu bewerben.
- 4.3 Werbekunden haben die Möglichkeit unter anderem die Laufzeit der Kampagne, das entsprechende Gesamtbudget, welches sie hierfür aufwenden möchten, sowie die entsprechenden Kategorien, bei welchen ihre Anzeigen erscheinen sollen und ggf. Keywords in dem Auftrag festzulegen.

- 2.10 "Targeting" means the targeted display of Advertising Material based on predefined criteria such as categories and keywords.
- 2.11 "Advertising Material" means content, such as banner advertising, commercials, pictures and sponsored products which are delivered on Digital Media.
- 2.12 "Sales platform" (SSP) means a platform via which SMG assigns the advertising media to the Digital Media and plays the Advertising Material.
- 2.13 "Purchasing platform" (DSP) means a platform via which the Advertising Customer controls its advertising campaigns.
- 2.13 "Contacts" refers to the number of people who see the Advertising Material.

3. Scope of Application

- 3.1 Unless otherwise agreed, these Terms of Use shall govern the legal relationships between Lidl and Advertising Customers.
- 3.2 These Terms of Use apply exclusively. Conflicting or additional terms of use of the Advertising Customer shall only be incorporated into the Agreement if Lidl expressly consents to their application in writing. These Terms of Use shall also apply in those cases where Lidl accepts a payment from the Advertising Customer in full knowledge of the latter's conflicting or differing terms and conditions.
- 3.3 These Terms of Use shall also apply to all future transactions with the Advertising Customer relating to the service.

4. The Service

- 4.1 Lidl offers Advertising Customers the opportunity to create campaigns with predefined Targeting and to book advertising space in order to prominently advertise the products they offer through Digital Media by way of sponsored product ads.
- 4.2 Lidl offers Advertising Customers the opportunity to book advertising space in order to digitally advertise the products they offer in the Lidl online shop or in store by way of banner advertising.
- 4.3 Advertising Customers can, among other things, define in the Order the term of the campaign, how much they wish to budget for it, and the relevant categories their ads should be displayed to and, if applicable, keywords.



- 4.4 Sponsored Products und Bannerwerbung enthalten Anzeigen, die den Werbekunden selbst sowie bestimmte Produkte des Werbekunden bewerben und über einen klickbaren Link mit dem entsprechenden Produktangebot oder einer Landingpage (u.a. Markenseite, Angebotsseite) des Werbekunden verbunden ist.
- 4.5 Das Ausspielen der Sponsored Products erfolgt gemäß des CPC bzw. CPM basierten Bieterverfahrens. Für die Ausspielung ist der von einem Werbekunden im Rahmen seines Clickpreis-Gebotes hinterlegte CPC maßgebend, den ein Werbekunde für das Anklicken seines Werbemittels maximal zu zahlen bereit ist.
- 4.6 Für die Ausspielung der Bannerwerbung ist das von einem Werbekunden hinterlegten CPM-Preis Gebot maßgebend, den ein Werbekunde für tausend Sichtkontakte zu zahlen bereit ist. Die Ausspielung der Bannerwerbung ist ebenfalls nach Absprache auf Festpreis möglich.
- 4.7 Die Position und der Rang der Sponsored Products und Bannerwerbung liegt im Ermessen von Lidl. Dies kann insbesondere durch eine Platzierung auf der ersten Seite der Suchergebnisse oder Produktdetailseiten auf Digitalen Medien geschehen.
- 4.8 Lidl ist berechtigt, die Werbeleistungen auch durch Dritte zu erbringen, beziehungsweise Dritte mit der Erbringung der Werbeleistungen beziehungsweise der Erfüllung der vertraglichen Verpflichtungen zu beauftragen.
- 5. Abschluss von Verträgen**
- 5.1 Die Durchführung der Medialeistungen erfolgt auf Basis eines Auftrags (Insertion Order – IO), welcher mindestens der Textform bedarf. Der Auftrag enthält u.a. die, in dem vereinbarten Zeitraum und ggf. bis zu einem bestimmten maximalen Gesamtbudget, zu erbringenden Medialeistungen sowie die zu zahlende Vergütung.
- 5.2 Eine bestimmte Anzahl von ausgespielten Werbemitteln oder Clicks oder ein sonstiger Leistungserfolg ist nur geschuldet, wenn dies in dem jeweiligen Auftrag vereinbart ist.
- 6. Vergütung; Abrechnung**
- 6.1 Die vom Werbekunden geschuldete Vergütung berechnet sich nach der gewählten Art der Kampagne, dem Gesamtbudget und auf Grundlage der tatsächlich angefallenen Werbeeinblendungen bzw. Clickzahl auf Werbeeinblendung oder nach Festpreis.
- 6.2 Der Werbekunde nimmt, wenn kein Festpreis vereinbart wurde, an einem Bieterverfahren teil, an dem auch Dritte teilnehmen können und bei welchem der vom jeweiligen Bieter im Rahmen seines Maximalpreis-Gebotes hinterlegte CPC/CPM maßgebend ist, den ein Bieter für das Anklicken oder Ausspielen seines Werbemittels zuzüglich der jeweils geltenden gesetzlichen Umsatzsteuer maximal zu zahlen bereit ist und der in jedem Fall über dem jeweils aktuell gültigen Mindestgebot liegen muss. Die Vergütung richtet sich dabei nach dem sogenannten Second-Price Auction Prinzip, d.h. wird das Werbemittel des Bieters angeklickt, wird dafür eine Vergütung in Höhe des zweithöchsten abgegebenen Gebotes + 0,01 Euro zuzüglich der jeweils geltenden gesetzlichen Umsatzsteuer fällig.
- 4.4 Sponsored products and banner advertising contain ads which promote the Advertising Customer and certain of its products and which are connected to the relevant product offer or landing page (including brand pages, offer pages) of the Advertising Customer through a clickable link.
- 4.5 The display of sponsored product ads is determined by the CPC or CPM-based bidding process. The key factor influencing display is the CPC set by the Advertising Customer during click price bidding, which represents the maximum amount that the Advertising Customer is willing to pay for clicks on its Advertising Material.
- 4.6 For banner advertising, the key factor influencing display is the CPM price set by the Advertising Customer during bidding, which represents what the Advertising Customer is willing to pay for one thousand impressions. Display of banner advertising is also possible by agreement of a Fixed Price.
- 4.7 The position and ranking of sponsored product ads and banner advertising are at the discretion of Lidl. This can, in particular, occur through placement on the first page of search results, or product detail pages on Digital Media.
- 4.8 Lidl is entitled to have the advertising services provided by third parties, or to engage third parties to provide the advertising services/perform the contractual obligations.
- 5. Formation of Contracts**
- 5.1 Media Services shall be provided on the basis of an Order (Insertion Order – IO), which must at least be in text form. The Order must include details such as the Media Services to be provided during the agreed period and, if applicable, the maximum budget, as well as the amount of remuneration payable.
- 5.2 A certain number of impressions or Clicks on the Advertising Material or some other measure of impact shall only form part of the service to be provided if agreed in the relevant Order.
- 6. Remuneration; Billing**
- 6.1 The remuneration owed by the Advertising Customer is calculated according to the type of campaign selected, the total budget and on the basis of the actual number of ad impressions or the number of Clicks on the ad or according to a Fixed Price.
- 6.2 If no Fixed Price is agreed, the Advertising Customer participates in a bidding process in which third parties can also participate, and in which the determining factor is the CPC/CPM set by the bidder during bidding, which represents the maximum price the bidder is willing to pay for Clicks on or impressions of its Advertising Material (excluding applicable statutory VAT) and which must in any case exceed the valid minimum bid applicable at that time. Remuneration is calculated according to the "second price auction principle", which means that if the bidder's Advertising Material is clicked on, remuneration in the amount of the second-highest bid submitted + EUR 0.01 plus the applicable statutory VAT is due.



6.3 Der Abrechnung liegen die von Lidl vorgelegten Berichte über die Zahl der Werbeeinblendungen bzw. der Clickzahl auf Werbeeinblendung zugrunde. Die Richtigkeit dieser Dokumentation wird vermutet, solange der Werbekunde nicht den Nachweis der Unrichtigkeit erbringt. Die Abrechnung erfolgt spätestens nach Ablauf des in dem Auftrag aufgeführten Zeitraums (vom Werbekunden angegebener Kampagnenzeitraum); dieser Zeitraum

entspricht dem Leistungszeitraum. Lidl ist berechtigt, während des Kampagnenzeitraums Abschlagszahlungen anzufordern. Sofern Abschlagszahlungen angefordert werden, erstellt Lidl zum Ablauf des Kampagnenzeitraums eine Endabrechnung unter Berücksichtigung der erhaltenen Abschlagszahlungen.

6.4 Die nach Ziff. 6.1 berechnete Vergütung ist zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer in jeweils gültiger Höhe innerhalb von 30 Kalendertagen nach ordnungsgemäßer Rechnungsstellung ohne Abzug von Skonto oder ähnlichen Rabatten zahlbar.

7. Werbemittel

7.1 Lidl stellt dem Werbekunden zur Erstellung der Werbemittel entsprechende Informationen und Spezifikationen zur Verfügung.

7.2 Die Erstellung der Werbemittel erfolgt durch den Werbekunden und wird mit Lidl abgestimmt und freigegeben.

7.3 Der Werbekunde stellt Lidl die Werbemittel und entsprechenden Informationen und Materialien fristgerecht zur Verfügung. Die Bereitstellung erfolgt mindestens 10 Kalendertage vor der Schaltung des Werbemittels.

7.4 Der Werbekunde verpflichtet sich, die von Lidl übermittelten CI-Vorgaben für die inhaltliche und grafische Ausgestaltung der Anzeigen einzuhalten („Vorgaben“). Der Werbekunde trägt die rechtliche Verantwortung für die inhaltliche und grafische Ausgestaltung der Anzeige und die Einhaltung der Vorgaben, insbesondere in wettbewerbsrechtlicher, markenrechtlicher, persönlichkeitsrechtlicher, jugenschutz-rechtlicher und urheberrechtlicher Hinsicht. Lidl behält sich vor, Vorgaben zu ändern oder zu ergänzen und wird den Werbekunden darüber rechtzeitig schriftlich oder in Textform informieren.

7.5 Lidl ist berechtigt, die Werbemittel als Werbung zu kennzeichnen, z. B. mit „Anzeige“ oder ähnlichen Zusätzen, sowie diese von etwaigen ergänzenden redaktionellen Inhalten räumlich abzusetzen.

8. Unzulässige Werbeeinhalte

8.1 Lidl ist berechtigt, die Durchführung einer geschuldeten Medialeistung vorübergehend zu unterbrechen, soweit ein hinreichender Verdacht auf rechtswidrige Inhalte der Werbemittel besteht. Der Werbekunde kann die Sperrung durch das Zurverfügungstellen eines alternativen, rechtskonformen Werbemittels abwenden.

8.2 Eine Verlinkung der Werbemittel auf sowie ein Embedding der Werbemittel in externe Kanäle ist generell unzulässig.

6.3 Billing is based on the reports received by Lidl on the total number of ad impressions or the number of clicks on the ad impressions. These documents will be deemed to be correct, unless the Advertising Customer provides evidence that they are incorrect. The amounts due shall be billed following the expiration of the period stated in the Order at the latest (the campaign period stated by the Advertising Customer). This period represents the period of the service.

Lidl may require advance payments during the campaign period. Where advance payments are required, Lidl shall prepare a final account statement at the end of the campaign period reflecting the advance payments received.

6.4 The remuneration calculated in accordance with clause 6.1 is payable together with the applicable statutory VAT within 30 calendar days of receipt of a proper invoice without deduction of discounts or similar rebates.

7. Advertising Material

7.1 Lidl will make appropriate information and specifications available to the Advertising Customer to create the Advertising Material.

7.2 The Advertising Material is created by the Advertising Customer and is agreed with and approved by Lidl.

7.3 The Advertising Customer will provide the Advertising Material and associated information and materials to Lidl in a timely manner. These must be provided at least 10 calendar days prior to the Advertising Material going live.

7.4 The Advertising Customer undertakes to comply with the CI specifications provided by Lidl for the graphical and textual design of the ads ("Specifications"). The Advertising Customer is legally responsible for the graphical and textual design of the ads and for complying with the Specifications, and in particular for compliance with requirements under competition law, trademark law, the law protecting personality rights, the law on the protection of minors and copyright law. Lidl retains the right to change or amend the Specifications and will notify the Advertising Customer of this in writing or in text form in a timely manner.

7.5 Lidl is entitled to mark the Advertising Material as advertising, e.g., with "ad" or similar additions and to separate this spatially from any additional editorial content.

8. Prohibited Advertising Content

8.1 Lidl is entitled to temporarily suspend the provision of a contracted Media Service where it reasonably suspects that the Advertising Material contains illegal content. The Advertising Customer can avoid the suspension by making alternative, legally compliant Advertising Material available.

8.2 Linking or embedding the Advertising Material in external channels is generally prohibited.



9. Rechteeinräumung

9.1 Der Werbekunde räumt Lidl zeitlich, inhaltlich und territorial alle etwaigen Nutzungs-, Leistungsschutz- und sonstigen Schutzrechte in dem Umfang ein, wie sie für die Verwertung der Werbemittel auf den jeweiligen Werbekanälen erforderlich sind, einschließlich des Rechtes zur Übertragung und Unterlizenzierung.

9.2 Der Werbekunde garantiert, dass er sämtliche zur Schaltung der Werbemittel erforderlichen Nutzungsrechte, insbesondere aus Urheberrecht, Markenrecht und

Persönlichkeitsrecht, an etwaig von ihm bereitgestellten Inhalten, welche der Erstellung des Werbemittels dienen, rechtmäßig erworben hat und zur Weiterübertragung an Lidl berechtigt ist.

9.3 Lidl ist nicht verpflichtet, die in den Werbemitteln enthaltenen, vom Werbekunden vor- oder freigegebenen Sachaussagen über Produkte und Leistungen des Werbekunden auf ihre Richtigkeit zu überprüfen.

9.4 Sollte Lidl infolge der Schaltung eines Werbemittels von Dritten in Anspruch genommen werden, so wird der Werbekunde Lidl auf erstes Anfordern von allen, auch zukünftigen Ansprüchen Dritter, einschließlich der notwendigen Kosten der Abwehr dieser Ansprüche, freistellen, es sei denn, der Werbekunde hat den Mangel nicht zu vertreten.

9.5 Lidl ist widerruflich berechtigt die von dem Werbekunden bereitgestellten Werbemittel auch für Werbezwecken von Gesellschaften der Schwarz Gruppe, bspw. auf Webseiten oder Präsentationen unentgeltlich zu nutzen.

10. Kündigung

10.1 Der Werbekunde ist berechtigt einen Auftrag bis einschließlich 14 Kalendertage vor Beginn des Kampagnenzeitraums kostenfrei zu kündigen. Erfolgt die Kündigung mit einer Frist von weniger als 14 Kalendertagen vor Kampagnenbeginn, werden 50 % der in dem jeweiligen Auftrag festgelegten Vergütung fällig.

10.2 Lidl ist berechtigt einen Auftrag bis einschließlich 30 Kalendertage vor Beginn des Kampagnenzeitraums kostenfrei zu kündigen.

11. Haftung

11.1 Lidl haftet nach den gesetzlichen Vorschriften auf Schadensersatz – gleich aus welchem Rechtsgrund –

- bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit,
- bei einfacher Fahrlässigkeit für Schäden aus der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit,
- bei Übernahme einer Garantie für die Beschaffenheit des Vertragsgegenstandes oder bei Übernahme eines Beschaffungsrisikos,
- bei arglistigem Verschweigen eines Mangels sowie
- bei Ansprüchen nach dem Produkthaftungsgesetz.

9. Grant of Rights

9.1 The Advertising Customer grants Lidl all required licenses, neighboring and other intellectual property rights to the extent required in terms of duration, content and territory for use of the Advertising Material on the relevant advertising channels, including the right to assign and sub-license.

9.2 The Advertising Customer warrants that it has lawfully acquired all necessary licenses for the implementation of the Advertising Material, in particular those arising from

copyright law, trademark law and the law protecting rights of personality, in respect of the content it provides for creation of the Advertising Material and that it is entitled to further transfer these to Lidl.

9.3 Lidl is under no obligation to check the accuracy of the factual statements contained in the Advertising Material and specified or approved by the Advertising Customer regarding its products and services.

9.4 If a claim is asserted against Lidl as a result of implementing any Advertising Material, the Advertising Customer shall indemnify Lidl upon first demand against any and all claims by third parties now or in the future, including the necessary costs of defending against these claims, unless the Advertising Customer is not at fault.

9.5 Lidl is entitled on a revocable basis to use the Advertising Material provided by the Advertising Customer for advertising purposes of companies of Schwarz Group, for example, on websites or for presentations, at no cost.

10. Cancellation

10.1 The Advertising Customer may cancel an Order up to 14 calendar days prior to the start of the campaign period (inclusive) free of charge. If the Order is canceled less than 14 calendar days prior to the start of the campaign, 50% of the fee stipulated in the respective Order shall be payable.

10.2 Lidl may cancel an Order up to 30 calendar days prior to the start of the campaign period (inclusive) free of charge.

11. Liability

11.1 Regardless of the legal grounds, Lidl shall be liable for damages in accordance with statutory provisions in cases of:

- willful or grossly negligent conduct;
- ordinary negligence for injury to life, limb or health;
- assumption of a guarantee for the quality of the contractual service or the assumption of a procurement risk;
- fraudulent concealment of a defect; and
- claims under the German Product Liability Act (*Produkthaftungsgesetz*).



- 11.2 Unbeschadet der Regelungen in vorstehender Ziff. 11.1 haftet Lidl bei einfacher Fahrlässigkeit für sonstige Schäden aus der Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht; wesentliche Vertragspflichten sind dabei solche Verpflichtungen, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglichen und auf deren Einhaltung der Werbekunde regelmäßig vertraut und vertrauen darf und die vertragswesentliche Rechtspositionen von Lidl schützen. In diesem Fall ist die Haftung von Lidl auf den Ersatz des vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schadens begrenzt.
- 11.3 Im Übrigen ist die Haftung von Lidl bei einfacher Fahrlässigkeit – gleich aus welchem Rechtsgrund – ausgeschlossen.
- 11.2 Without prejudice to the terms of clause 11.1 above Lidl shall be liable for other damage caused by the negligent breach of a material contractual obligation; material contractual obligations are obligations that are essential for the due and proper performance of the agreement, and on the performance of which the Advertising Customer would usually and is entitled to rely, and which protect Lidl's material legal positions under the agreement. In such cases, Lidl's liability shall be limited to compensation for typical and foreseeable loss or damage.
- 11.3 In all other respects, Lidl's liability for ordinary negligence – for whatever legal reason – is excluded.



12. Schlussbestimmungen

12.1 Auf diese Nutzungsbedingungen und alle daraus resultierenden Rechtsbeziehungen zwischen den Parteien findet das deutsche Recht Anwendung unter Ausschluss des Kollisionsrechts und des UN-Kaufrechts.

12.2 Alle Streitigkeiten, die sich aus oder im Zusammenhang mit diesen Nutzungsbedingungen ergeben, werden nach der Schiedsgerichtsordnung der Internationalen Handelskammer („ICC“) von drei gemäß der ICC-Schiedsordnung ernannten Schiedsrichtern unter Ausschluss des Rechtswegs zu den staatlichen Gerichten endgültig entschieden. Das beschleunigte Verfahren findet keine Anwendung. Ort des Schiedsverfahrens ist Frankfurt am Main, Deutschland. Das Schiedsverfahren wird in deutscher Sprache durchgeführt.

12.3 Diese Nutzungsbedingungen sind in deutscher und englischer Sprache gefasst. Im Zweifel ist ausschließlich die deutsche Fassung maßgebend.

B. Besondere Nutzungsbedingungen DOOH

Bei Digital Out of Home gelten ergänzend folgende Bestimmungen:

1. Leistungsgegenstand

1.1. Lidl bietet Werbekunden die Möglichkeit Kampagnen zu buchen, die auf den digitalen Screens in oder vor den Filialen ausgespielt werden.

1.2. Die Auswahl der Medialeistungen und Werbekunden liegt im alleinigen Ermessen von Lidl. Der Werbekunde ist nicht berechtigt einen Ausschluss von anderen Werbekunden oder deren Werbemittel zu verlangen.

1.3. Die Ziffern 4.1 bis 4.8 aus Teil A finden keine Anwendung.

2. Abschluss von Verträgen

2.1. Eine bestimmte Anzahl von ausgespielten Werbemitteln oder Kontakten ist nur geschuldet, wenn dies in dem jeweiligen Auftrag vereinbart ist.

2.1. Der Auftrag auf Basis einer Insertion Order muss zudem ein Mindestbuchungsvolumen pro Kampagne in Höhe von 3.000 € netto /netto (Media netto 2) enthalten.

2.3. Ergänzend zu Ziff. 5 kann die Buchung auch programmatisch (mittels DSP und SSP) erfolgen.

3. Vergütung

3.1. Die vom Werbekunden geschuldete Vergütung bei einer Buchung mittels Auftrags berechnet sich nach der gewählten Laufzeit der Kampagne, dem Gesamtbudget und auf Grundlage des TKPs, Anzahl der Ausspielungen (Playouts) oder nach Festpreis.

3.2. Die Abrechnung von programmatischen Kampagnen erfolgt direkt zwischen DSP und SSP. Eine Rechnungsstellung von SMG direkt an den Werbekunden erfolgt nicht.

3.2. Die Ziffer 6.2 aus Teil A finden keine Anwendung.

4. Werbemittel

4.1. Die Werbemittel werden von Lidl freigegeben.

4.2. Lidl schuldet keine bestimmte Anzahl an digitalen Screens oder Filialen, auf denen die Werbemittel ausgespielt werden. Etwaige im Auftrag angegebene Werte sind lediglich ungefähre Richtwerte.

5. Unzulässige Werbeinhalte

12. Miscellaneous

12.1 These Terms of Use and all legal relationships between the parties arising hereunder shall be governed by German law to the exclusion of its conflict of law provisions and the UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG).

12.2 All disputes arising out of or in connection with these Terms of Use shall be finally settled under the Rules of Arbitration of the International Chamber of Commerce (ICC) by three arbitrators appointed in accordance with said Rules and without recourse to the ordinary courts of law. The expedited procedure shall not apply. The place of arbitration shall be Frankfurt am Main, Germany. The language of the arbitration shall be German.

12.3 These Terms of Use have been drafted in German and English. In the event of doubt, the German version shall be legally binding.

B. Special Terms of Use for DOOH

The following additional terms apply to Digital Out-of-Home advertising:

1. The Service

1.1. Lidl offers Advertising Customers the option of booking campaigns that will appear on digital screens in or in front of stores.

1.2. The choice of Media Services and combination of Advertising Customers is at the sole discretion of Lidl. The Advertising Customer has no right to demand the exclusion of other Advertising Customers or their Advertising Material.

1.3. Clauses 4.1 to 4.8 of Part A shall not apply.

2. Formation of Contracts

2.1. A certain number of impressions or Contacts shall only form part of the service to be provided if agreed in the relevant Order.

2.1. The Order on basis of an Insertion Order must also contain a minimum booking volume per campaign of €3,000 net/net (median net 2).

2.3. In addition to Clause 5, the contract may also be concluded programmatically (by means of DSP and SSP).

3. Remuneration

3.1. The remuneration owed by the Advertising Customer when booking by means of an order is calculated according to the selected campaign period, the total budget and the CPM or Fixed Price.

3.2. Billing of programmatic campaigns take place directly between DSP and SSP. SMG does not invoice the Advertising Customers directly.

3.3. Clause 6.2 of Part A shall not apply.

4. Advertising Material

4.1. The Advertising Material will be approved by Lidl.

4.2. Lidl does not owe a specific number of digital screens or stores on which the Advertising Material are played. Any values stated in the order are only approximate guidelines.

5. Prohibited Advertising Content



5.1. Dem Werbekunden ist es untersagt Werbung für Artikel und Unternehmen, die gegen die rechts- und sozialetischen Grundsätze oder guten Sitten verstoßen, zu schalten.

5.2. Die Ziffer 8.2 aus Teil A finden keine Anwendung.

6. Kündigung

6.1. Der Werbekunde ist berechtigt eine Buchung mittels Auftrags bis einschließlich 42 Kalendertage vor Beginn des Kampagnenzeitraums kostenfrei zu kündigen.

- Erfolgt die Kündigung mit einer Frist von weniger als 42 Kalendertagen vor Kampagnenbeginn, werden 50 % der in dem jeweiligen Auftrag festgelegten Vergütung fällig.
- Erfolgt die Kündigung mit einer Frist von weniger als 24 Kalendertagen vor Kampagnenbeginn, werden 75 % der in dem jeweiligen Auftrag festgelegten Vergütung fällig.
- Erfolgt die Kündigung mit einer Frist von weniger als 10 Kalendertagen vor Kampagnenbeginn, werden 100 % der in dem jeweiligen Auftrag festgelegten Vergütung fällig.

6.2. Lidl ist berechtigt einen Auftrag bis einschließlich 30 Kalendertage vor Beginn des Kampagnenzeitraums kostenfrei zu kündigen.

6.3. Die Ziffer 10 aus Teil A findet keine Anwendung.

5.1. The Advertising Customer is prohibited from placing ads for products or companies that are unethical or immoral.

5.2. Clause 8.2 of Part A shall not apply.

5. Cancellation

6.1. The Advertising Customer may cancel a booking via Order, up to 42 calendar days prior to the start of the campaign period (inclusive) free of charge.

- If the booking is canceled less than 42 calendar days prior to the start of the campaign, 50% of the fee stipulated in the respective Order shall be payable.
- If the booking is canceled less than 24 calendar days prior to the start of the campaign, 75% of the fee stipulated in the respective Order shall be payable.
- If the booking is canceled less than 10 calendar days prior to the start of the campaign, 100% of the fee stipulated in the respective Order shall be payable.

6.2. Lidl may cancel an Order up to 30 calendar days prior to the start of the campaign period (inclusive) free of charge.

6.3. Clause 10 of Part A shall not apply.