



Allgemeine Nutzungsbedingungen

1. Präambel

- 1.1 Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG, Bonfelder Straße 2 in 74206 Bad Wimpfen („Lidl“), ist für die Vermarktung von digitalen Werbeflächen zuständig. Lidl bietet Unternehmen („Werbekunden“), die Möglichkeit, Medialeistungen zu buchen (u.a. im Online-Shop).
- 1.2 Zur Buchung der Kampagnen für den Werbekunden nutzt Lidl die Plattform ‚Criteo Commerce Yield‘ („Plattform“). Dies ermöglicht die zielgerichtete Ausspielung digitaler Werbeflächen in unterschiedlichen Werbekanälen zur Vermarktung der Produkte des Werbekunden.

- 1.3 Die Nutzungsbedingungen gelten ausschließlich. Abweichende oder zusätzliche Geschäftsbedingungen des Werbekunden werden nur Vertragsbestandteil, soweit Lidl ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zustimmt. Die Nutzungsbedingungen gelten auch dann, wenn Lidl in Kenntnis entgegenstehender oder abweichender Geschäftsbedingungen eine Leistung vom Werbekunden annimmt.
- 1.4 Die Nutzungsbestimmungen gelten auch für alle künftigen Geschäfte mit dem Werbekunden bezogen auf den Leistungsgegenstand.

2. Definitionen

- 2.1 „Ads requested“ meint ein durch die Digitalen Medien bei der Plattform angefordertes Werbemittel.
- 2.2 „CPM/TKP“ meint die Kosten pro 1000 sichtbare Werbemittel. Werbemittel sind als sichtbar definiert, deren Fläche zu mindestens 50% für mindestens eine Sekunde im Browserfenster oder der App zu sehen ist.
- 2.3 „CPC - Kosten pro Click“ ist der vom Werbekunden für den Click eines Nutzers auf ein Werbemittel zu zahlende Preis. Bei CPC-Kampagnen werden die Impressions als ads requested oder rendered Impressions bei der Ausspielung berücksichtigt und erst mit dem Click auf das Werbemittel als Werbeleistung abgerechnet.
- 2.4 „Click“ ist definiert als das userinitiierte Klicken auf das Werbemittel. Mehrfache Clicks werden separat abgerechnet.
- 2.5 „Festpreis“ meint einen vordefinierten Betrag, der unabhängig von etwaigen Clicks oder Ausspielungen von Werbemitteln ist. Festplatzierungen werden abhängig von der Kampagnenart als rendered Impressions oder als sichtbare Impression definiert, deren Fläche zu mindestens 50% für mindestens eine Sekunde im Browserfenster oder in der App zu sehen ist.
- 2.6 „Digitale Medien“ meint u.a. Webseiten, Apps, Plattformen.

General Terms of Use

1. Preamble

- 1.1 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 with products intended for sale in the Lidl online shop or in store ("Advertising Customers") the option of booking Media Services (including in the online shop).
- 1.2 Lidl uses the platform 'Criteo Commerce Yield' ('Platform') to book campaigns for the Advertising Customer. This enables the targeted display of digital advertising space in various marketing channels to market the Advertising Customer's products.

- 1.3 The Terms of Use shall apply exclusively. Conflicting or additional terms and conditions 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.
- 1.4 The provisions of these Terms of Use shall also apply to all future transactions with the Advertising Customer relating to the services.

2. Definitions

- 2.1 "Ads Requested" means the Advertising Material requested through Digital Media on the Platform.
- 2.2 "CPM/TKP" means the costs per 1000 visible Advertising Material. Advertising Material is defined as "visible" when at least 50% of the area is visible for at least one second in the browser window or the app.
- 2.3 "CPC - costs per click" is the price payable by the Advertising Customer for a user's click on Advertising Material. In the case of CPC campaigns, the impressions are treated as Ads Requested or Rendered Impressions when displayed and are not billed as advertising service until the Advertising Material is clicked on.
- 2.4 "Click" is defined as user-initiated clicking on the Advertising Material. Multiple clicks will be billed separately.
- 2.5 "Fixed Price" means a predefined amount which is independent of any Clicks or display of Advertising Material. Depending on the type of campaign, fixed placements are defined as Rendered Impressions or as visible impressions when at least 50% of the area is visible for at least one second in the browser window or the app.
- 2.6 "Digital Media" means, among other things, websites, apps, platforms.



- 2.7 „Medialeistungen“ meint von Lidl zu erbringende Leistungen, insbesondere die Bereitstellung von Werbeflächen und die Auslieferung von Werbemitteln in Digitalen Medien.
- 2.8 „Rendered Impression“ meint ein durch die Digitalen Medien geladenes aber nicht gesehenes Werbemittel.
- 2.9 „Targeting“ meint das zielgerichtete Ausspielen von Werbemitteln anhand vordefinierter Kriterien wie bspw. Kategorien.
- 2.10 „Werbemittel“ meint Inhalte, wie z.B. Bannerwerbung, Spots und Bilder, die auf Digitalen Medien ausgeliefert werden.
- 3. Leistungsgegenstand**
- 3.1 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.
- 3.2 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
- 3.3 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, in der Plattform festlegen zu lassen.
- 3.4 Bannerwerbung enthält Anzeigen, die den Werbekunden selbst sowie bestimmte Produkte des Werbekunden bewerben und über einen klickbaren Link mit einer Landingpage (u.a. Markenseite, Angebotsseite) des Werbekunden verbunden ist.
- 3.5 Das Ausspielen der Sponsored Products erfolgt gemäß des CPC basierten Bieterverfahrens. Für die Ausspielung ist der von einem Werbekunden im Rahmen seines Click-Preis Gebotes hinterlegte CPC maßgebend, den ein Werbekunde für das Anklicken seines Werbemittels maximal zu zahlen bereit ist.
- 3.6 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.
- 3.7 Die Position und der Rang der Bannerwerbung liegt im Ermessen von Lidl.
- 3.8 Lidl ist berechtigt, die Werbeleistungen auch durch Dritte zu erbringen, beziehungsweise Dritte mit der Erbringung der Werbeleistungen oder der Erfüllung der vertraglichen Verpflichtungen zu beauftragen.
- 2.7 "Media Services" means the services to be performed by Lidl, in particular the provision of advertising space and the delivery of Advertising Material in Digital Media.
- 2.8 "Rendered Impression" means Advertising Material that is loaded through Digital Media but not viewed.
- 2.9 "Targeting" means the targeted display of Advertising Material by means of predefined criteria such as categories.
- 2.10 "Advertising Material" means content, such as banner advertising, commercials and pictures which are delivered on Digital Media.
- 3. The Service**
- 3.1 Lidl offers Advertising Customers the opportunity to create campaigns with predefined Targeting and to book advertising space, in order to advertise products.
- 3.2 Lidl offers Advertising Customers the opportunity to book advertising space to advertise their products offered in the Lidl online shop or in physical retail stores through Digital Media by using banner advertising.
- 3.3 Advertising Customers can, among other things, let define in the Platform the term of the campaign, how much they wish to budget for it, and the relevant categories that will trigger their ads.
- 3.4 Banner advertising contains ads which promote the Advertising Customer and certain of its products and which are connected to a landing page (including brand pages, offer pages) of the Advertising Customer through a clickable link.
- 3.5 Display of the sponsored products occurs in accordance with the CPC-based bidding process. The key factor for display is the maximum amount that an Advertising Customer is willing to pay for clicking on its Advertising material, within the framework of the CPC underlying its click price bid.
- 3.6 For display of banner advertising, the key factor is the underlying CPM price bid that an Advertising Customer is willing to pay for one thousand visual contacts. Display of banner advertising is also possible by agreement of a Fixed Price.
- 3.7 The position and ranking of banner advertising are at the discretion of Lidl.
- 3.8 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.



4. Vergütung; Abrechnung

- 4.1 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.
- 4.2 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.
- 4.3 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. Der Leistungszeitraum für die Leistungserbringung von Lidl gemäß Ziffer 3 ist der Kalendermonat und wird entsprechend in Rechnung gestellt.
- 4.4 Die nach Ziff. .1 berechnete Vergütung ist zuzüglich gesetzlicher Umsatzsteuer in jeweils gültiger Höhe innerhalb von 7 Kalendertagen nach ordnungsgemäßer Rechnungsstellung ohne Abzug von Skonto oder ähnlichen Rabatten zahlbar.
- 4.5 Lidl schuldet keinen bestimmten Erfolg im Zusammenhang mit den Kampagnen, sofern nicht ausdrücklich vereinbart.
- 4.6 Der Anspruch auf Vergütung bleibt von Umständen, die die Leistungspflicht des Endkunden nachträglich beseitigen (z.B. Rücktritt, Gewährleistungsrechte) oder einer Nichtleistung des Endkunden unberührt.

5. Werbemittel

- 5.1 Lidl stellt dem Werbekunden zur Erstellung der Werbemittel entsprechende Informationen und Spezifikationen zur Verfügung.
- 5.2 Die Erstellung der Werbemittel erfolgt durch den Werbekunden und wird mit Lidl abgestimmt und freigegeben.
- 5.3 Der Werbekunde stellt Lidl die Werbemittel und entsprechenden Informationen und Materialien fristgerecht zur Verfügung. Die Bereitstellung

4. Remuneration; billing

- 4.1 The remuneration owed by the Advertising Customer is calculated according to the type of campaign selected, total budget and on the basis of the actual number of ad impressions or the number of clicks on the ad impressions or according to a Fixed Price.
- 4.2 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 key factor is the CPC/CPM underlying the maximum price bid that a bidder is willing to pay for the clicking or display of its Advertising Material, together with the applicable statutory VAT and which must in any case exceed the applicable current valid minimum bid. 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.
- 4.3 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 period of performance for performance of the services of Lidl under clause 3 is the calendar month and will be billed accordingly.
- 4.4 The remuneration calculated in accordance with clause 4.1 is payable together with the applicable statutory VAT within 7 calendar days of receipt of a proper invoice without deduction of discounts or similar rebate.
- 4.5 Unless expressly agreed, Lidl is not responsible for any particular outcome in connection with the campaigns.
- 4.6 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.

5. Advertising Material

- 5.1 Lidl will make appropriate information and specifications available to the Advertising Customer to create the Advertising Material.
- 5.2 The Advertising Material is created by the Advertising Customer and is agreed with and approved by Lidl.
- 5.3 The Advertising Customer will provide the Advertising Material and associated information and materials to Lidl in a timely manner. These



erfolgt mindestens 10 Kalendertage vor der Schaltung des Werbemittels.

- 5.4 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, jugendschutzrechtlicher und urheberrechtlicher Hinsicht. Lidl behält sich vor, Vorgaben zu ändern oder zu ergänzen und wird den Werbekunden darüber rechtzeitig schriftlich oder in Textform informieren.

- 5.5 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.

6. Unzulässige Werbeinhalte

- 6.1 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.

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

7. Rechteinräumung

- 7.1 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.

- 7.2 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.

- 7.3 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.

- 7.4 Sollte Lidl sowie die Unternehmen der Schwarz Gruppe infolge der Schaltung eines Werbemittels von Dritten in Anspruch genommen werden, so wird der Werbekunde Lidl sowie die Unternehmen der Schwarz Gruppe auf erstes Anfordern von allen, auch zukünftigen Ansprüchen Dritter, einschließlich der notwendigen Kosten der Abwehr dieser

must be provided at least 10 calendar days prior to the Advertising Material going live.

- 5.4 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, in particular in respect of legal requirements relating to competition law, 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.

- 5.5 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.

6. Prohibited advertising content

- 6.1 Lidl is entitled to suspend temporarily 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.

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

7. Grant of rights

- 7.1 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.

- 7.2 The Advertising Customer warrants that it has acquired legally all necessary licenses for the implementation of the Advertising Material, in particular those arising from copyright law, trademark law and 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

- 7.3 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.

- 7.4 If a claim is asserted against Lidl as well as the companies of the Schwarz Group as a result of implementing any Advertising Material, the Advertising Customer shall indemnify Lidl as well as the companies of the Schwarz Group upon first demand against any and all claims by third parties now or in the future, including the necessary costs



Ansprüche, freistellen, es sei denn, der Werbekunde hat den Mangel nicht zu vertreten.

- 7.5 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.

of defending against these claims, unless the Advertising Customer is not at fault.

- 7.5 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.

8. Aussetzung von Leistungen

- 8.1 Lidl ist berechtigt, die Nutzung der Plattform jederzeit ganz oder teilweise auszusetzen, soweit Lidl eine solche Aussetzung aufgrund

- des Verdachts eines Verstoßes des Werbekunden gegen diese Nutzungsbedingungen oder einer sonst missbräuchlichen Nutzung durch den Werbekunden,
- einer Bedrohung der Funktionalität, Sicherheit, Integrität oder Verfügbarkeit der Plattform oder von Inhalten und Daten von Werbekunden,
- von Wartungsarbeiten an der Plattform oder am Werbemedium, oder
- einer zwingenden gesetzlichen Vorschrift oder behördlichen bzw. gerichtlichen Anordnung für erforderlich hält.

- 8.2 Lidl ist berechtigt, Kampagnen vorübergehend auszusetzen und das Nutzerkonto vorübergehend zu sperren, sollte sich der Werbekunde in Zahlungsverzug befinden.

9. Verfügbarkeit der Plattform

- 9.1 Die Plattform ist webbasiert und kann über die gebräuchlichsten Webbrowser, einschließlich der aktuellen Versionen von Firefox, Safari, Edge und Chrome, aufgerufen werden. Die Plattform wird von einem Drittanbieter betrieben.

- 9.2 Es wird kein Gewähr für die ununterbrochene Verfügbarkeit der Plattform und von Daten übernommen. Die Erreichbarkeit der Plattform kann aufgrund von Wartungsarbeiten oder internet bedingten Störungen eingeschränkt oder vollständig aufgehoben sein. Eine Haftung für durch technisch bedingte Ausfälle verursachte Datenverluste, abgebrochene Datenübertragungen oder sonstige Probleme in diesem Zusammenhang ist ausgeschlossen.

10. Änderung dieser Nutzungsbedingungen

- 10.1 Lidl ist berechtigt, diese Nutzungsbedingungen mit Wirkung für die Zukunft zu ändern oder zu ergänzen, soweit dies aufgrund der Änderung der Gesetzeslage, der Rechtsprechung oder der technischen oder wirtschaftlichen Verhältnisse

8. Suspension of services

- 8.1 Lidl may wholly or partially suspend use of the Platform at any time if Lidl deems a suspension necessary due to

- a suspected breach of these Terms of Use by the Advertising Customer or any other abusive use by the Advertising Customer;
- any threat to the functionality, security, integrity or availability of the Platform or of content and data of Advertising Customers;
- maintenance work on the Platform or on the advertising medium; or
- any mandatory legal requirement or a regulatory or court order.

- 8.2 Lidl is entitled to suspend campaigns and the user account temporarily, if the Advertising Customer is in default of payment.

9. Availability of the Platform

- 9.1 The Platform is web-based and can be accessed via the most common web browsers, including the current versions of Firefox, Safari, Edge and Chrome. The Platform is operated by a third party provider.

- 9.2 The uninterrupted availability of the Platform and the data on the Platform is not guaranteed. Access to the Platform may be restricted or completely blocked due to maintenance work or Internet issues. Liability is excluded for the loss of data due to technical system outages, and is also excluded for interrupted data transfers or other problems in this context.

10. Amendments to these Terms of Use

- 10.1 Lidl may amend or supplement these Terms of Use with prospective effect if necessary due to legislative changes, court decisions or for technical or economic reasons, provided the amendments are reasonable for the Advertising Customer and



erforderlich, für den Werbekunden zumutbar ist und der Werbekunde nicht wider Treu und Glauben benachteiligt wird. Lidl wird den Werbekunden über die Änderung dieser Nutzungsbedingungen mit einer Ankündigungsfrist von mindestens vier Wochen schriftlich oder in Textform oder über die Plattform in Kenntnis setzen. Die Änderungen dieser Nutzungsbedingungen gelten als genehmigt, wenn der Werbekunde den Änderungen nicht innerhalb der Ankündigungsfrist ab Zugang der Benachrichtigung schriftlich oder in Textform oder über die Plattform widerspricht. Lidl wird den Werbekunden auf das Widerspruchsrecht und die Folgen eines fehlenden Widerrufs in der Mitteilung hinweisen.

11. Kündigung

11.1 Das Nutzungsverhältnis beginnt mit Aktivierung des Nutzerkontos und endet mit Kündigung des Nutzungsverhältnisses. Jede Partei ist berechtigt, das Nutzungsverhältnis mit einer Frist von 14 Tagen in Textform zu kündigen, frühestens jedoch mit Wirkung zum Ende von laufenden Kampagnen.

12. Haftung

12.1 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.

12.2 Unbeschadet der Regelungen in vorstehender Ziff. 12.1 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.

12.3 Im Übrigen ist die Haftung von Lidl bei einfacher Fahrlässigkeit – gleich aus welchem Rechtsgrund – ausgeschlossen.

13. Schlussbestimmungen

13.1 Auf diese Nutzungsbedingungen und alle daraus resultierenden Rechtsbeziehungen zwischen den Parteien findet das deutsche Recht Anwendung

the Advertising Customer is not unconscionably disadvantaged. Lidl will give the Advertising Customer at least four weeks' notice of amendments to these Terms of Use either in writing, in text form or via the Platform. Amendments to these Terms of Use shall be deemed accepted if the Advertising Customer does not, within the four-week notice period from the date of receiving notice of the amendments, object to the amendments in writing, in text form or via the Platform. In its notice, Lidl will advise the Advertising Customer of its right of objection and the consequences of non-revocation.

11. Termination

11.1 The license commences upon activation of the user account and ends upon notice of termination of the license. Each party is entitled to terminate the license on provision of 14 days' notice in text form, such notice to take effect at the earliest from the end of the active campaign.

12. Liability

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

- willful or grossly negligent conduct;
- loss of life, bodily injury or injury to health caused by ordinary negligence;
- 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*).

12.2 Without prejudice to the terms of the above clause 12.1 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.

12.3 In all other respects, Lidl's liability for ordinary negligence – for whatever legal reason – is excluded.

13. Miscellaneous

13.1 These Terms of Use and all legal relationships between the parties arising hereunder shall be governed by German law to the exclusion of its



unter Ausschluss des Kollisionsrechts und des UN-Kaufrechts.

13.2 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.

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

conflict of law provisions and the UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG).

13.2 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.

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