

A. Allgemeine Nutzungsbedingungen

1. Geltungsbereich

Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG, Rötzelstraße 35, 74172 Neckarsulm, HRB 104637 („Kaufland“) ist für die Vermarktung von digitalen Werbeflächen der Kaufland Gruppe zuständig. Kaufland bietet Unternehmern iSv §14 BGB, welche die Kaufland Unternehmensgruppe mit Produkten zum Verkauf im stationären Handel beliefern („Werbekunden“) die Möglichkeit, Medialeistungen zu buchen.

Zusätzlich bietet Kaufland Unternehmen iSv §14 BGB, die keine Vertragsbeziehung zu Gesellschaften der Kaufland Gruppe unterhalten, die Möglichkeit Digital Out of Home Kampagnen durchzuführen.

2. Definitionen

„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.

„CPC – Kosten pro Click“ ist der vom Werbekunden für den Click eines Nutzers auf ein Werbemittel zu zahlende Preis.

„Click“ ist definiert auf als das userinitiierte Klicken auf das Werbemittel. Mehrfache Clicks werden separat abgerechnet.

„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.

A. Terms of Use

1. Scope of Application

Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG, Rötzelstraße 35, 74172 Neckarsulm, HRB 104637 („Kaufland“) is responsible for the marketing of digital advertising space for Kaufland Group. Kaufland offers business operators (*Unternehmer*) within the meaning of section 14 of the German Civil Code (*Bürgerliches Gesetzbuch* – BGB) that supply Kaufland companies with products intended for sale in store ("Advertising Customers") the option of booking Media Services.

Kaufland also offers business operators within the meaning of section 14 BGB that are not in a contractual relationship with Companies of Kaufland Group the option of running Digital Out-of-Home campaigns.

3. Definitions

"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.

"CPC – cost per click" is the price payable by the Advertising Customer for a user's click on Advertising Material.

"Click" is defined as user-initiated clicking on the Advertising Material. Multiple Clicks are billed separately.

"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.

„Festpreis“ meint einen vordefinierten Betrag, der unabhängig von etwaigen Clicks oder Ausspielungen von Werbemitteln ist.

„Fixed Price“ means a predefined amount which is independent of any Clicks or impressions of Advertising Material.

„Auftrag“ meint einen Vertrag zwischen dem Werbekunden und Kaufland über die Durchführung von Medialeistungen auf bestimmten Digitalen Medien.

„Order“ means a contract between the Advertising Customer and Kaufland for Media Services on certain Digital Media.

„Digitale Medien“ meint u.a. Webseiten, Apps, Plattformen, digitale Screens.

„Digital Media“ means, among other things, websites, apps, platforms, digital screens.

„Medialeistungen“ meint von Kaufland zu erbringende Leistungen, insbesondere die Bereitstellung von Werbeflächen und die Auslieferung von Werbemitteln in Digitalen Medien.

„Media Services“ means the services to be performed by Kaufland, in particular the provision of advertising space and the delivery of Advertising Material on Digital Media.

„Programmatische Buchung“ meint den automatisierten, elektronischen Abschluss und Abwicklung eines Vertrages über die Erbringung von Werbeleistungen, auf Seiten von Kaufland über eine Verkaufsplattform (Sell Side Platform-SSP) und auf Seiten des Werbekunden über eine Einkaufsplattform (Demand Side Platform-DSP).

„Programmatic booking“ means the automated, electronic conclusion and processing of a contract for the provision of advertising services, on the part of SMG via a sales platform (sell-side platform-SSP) and on the part of the Advertising Customer via a purchasing platform (demand-side platform-DSP).

„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.

„Guaranteed Deal“ means a programmatic booking by means of an Insertion Order at a fixed CPM, fixed term and budget, in which the playout of the agreed Media Services is guaranteed.

„Private Auktion (Private Auction)“ meint eine Buchung, die im geschlossenen Auktionsverfahren zwischen Kaufland und einem oder mehreren Werbekunden zu einem von Kaufland vorgegebenen Mindest-TKP abgeschlossen wird.

„Private Auction“ means a booking that is concluded in a closed auction procedure between Kaufland and one or more

Advertising Customers at a minimum CPM specified by Kaufland.

„Preferred Deal“ meint die Buchung einer Kampagne zu einem ausgehandelten Festpreis durch den Werbetreibenden, jedoch ohne garantierte Auslieferung.

"Preferred Deal" means the booking of a campaign at a negotiated fixed price by the Advertising Customers.

„Targeting“ meint das zielgerichtete Ausspielen von Werbemitteln anhand vordefinierter Kriterien wie bspw. Kategorien und Keywords.

"Targeting" means the targeted display of Advertising Material based on predefined criteria such as categories and keywords.

„Werbemittel“ meint Inhalte, wie z.B. Bannerwerbung, Spots, Bilder und Sponsored Products, die auf Digitale Medien ausgeliefert werden.

"Advertising Material" means content, such as banner advertising, commercials, pictures and sponsored products which are delivered on Digital Media.

„Verkaufsplattform“ (SSP) meint eine Plattform über die Kaufland die Werbeflächen zur Buchung zur Verfügung stellt.

"Sales platform" (SSP) means a platform via which Kaufland assigns the advertising media to the Digital Media and plays the Advertising Material.

„Einkaufsplattform“ (DSP) meint eine Plattform, über die der Werbekunde seine Werbekampagnen aussteuert.

"Purchasing platform" (DSP) means a platform via which the Advertising Customer controls its advertising campaigns.

„Kontakte“ meint die Anzahl an Personen, die die Werbemittel sehen könnten.

"Contacts" refers to the number of people who see the Advertising Material.

3. Geltungsbereich

3.1 Die Rechtsbeziehungen zwischen Kaufland und dem Werbekunden ergeben sich aus diesen Nutzungsbestimmungen, soweit nicht abweichend vereinbart.

3.2 Die Nutzungsbestimmungen, gelten ausschließlich. Die Anwendung jeglicher Geschäftsbedingungen des Werbekunden ist ausgeschlossen, auch wenn diese Abwehrklauseln enthalten, die zur Unwirksamkeit dieser Nutzungsbedingungen führen würden. Abweichende oder zusätzliche Nutzungsbestimmungen des Werbekunden werden nur Vertragsbestandteil, soweit Kaufland ihrer Geltung ausdrücklich schriftlich zustimmt. Die Nutzungsbestimmungen gelten auch dann, wenn Kaufland in Kenntnis

3. Scope of Application

3.1 Unless otherwise agreed, these Terms of Use shall govern the legal relationships between Kaufland and Advertising Customers.

3.2 The Terms of Use shall apply exclusively. The application of any terms and conditions of the Advertising Customer is excluded, even if these contain defense clauses that would lead to the invalidity of these terms of use. Conflicting or additional terms and conditions of the Advertising Customer shall only be incorporated into the Agreement if Kaufland expressly consents to their application in writing. These Terms of Use shall also apply in those cases where Kaufland accepts a payment

entgegenstehender oder abweichender Geschäftsbedingungen eine Leistung vom Werbekunden annimmt.

from the Advertising Customer in full knowledge of the latter's conflicting or differing terms and conditions.

- 3.3 Die Nutzungsbestimmungen gelten auch für alle künftigen Geschäfte mit dem Werbekunden bezogen auf den Leistungsgegenstand

- 3.3 These Terms of Use shall also apply to all future transactions with the Advertising Customer relating to the service.

4. Leistungsgegenstand

- 4.1 Kaufland 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. The Service

- 4.1 Kaufland 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 Kaufland bietet Werbekunden die Möglichkeit Werbeflächen zu buchen, um mittels Bannerwerbung ihre im Kaufland Marktplatz oder stationären Verkauf angebotenen Produkte in Digitalen Medien zu bewerben.

- 4.2 Kaufland offers Advertising Customers the opportunity to book advertising space in order to digitally advertise the products they offer in Kaufland Marketplace or in store by way of banner advertising

- 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.

- 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 Das Ausspielen der Werbung setzt eine Verfügbarkeit der beworbenen Produkte im Kaufland Marktplatz oder stationären Verkauf während der Kampagnenlaufzeit voraus.

- 4.4 It is a condition for the display of advertising that the advertised products are available in Kaufland Marketplace or available for purchase in store during the campaign period.

- 4.5 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,

- 4.5 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.

Angebotsseite) des Werbekunden verbunden ist.

- 4.6 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.
- 4.7 Für die Ausspielung der Bannerwerbung ist das von einem Werbekunden hinterlegte 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.
- 4.8 Die Position und der Rang der Sponsored Products und Bannerwerbung liegt im Ermessen von Kaufland. Dies kann insbesondere durch eine Platzierung auf der ersten Seite der Suchergebnisse oder Produktdetailseiten auf Digitalen Medien geschehen.
- 4.9 Kaufland 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.

- 4.6 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.
- 4.7 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.
- 4.8 The position and ranking of sponsored product ads and banner advertising are at the discretion of Kaufland. This can, in particular, occur through placement on the first page of search results, or product detail pages on Digital Media.
- 4.9 Kaufland 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

- 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.

some other measure of impact shall only form part of the service to be provided if agreed in the relevant Order.

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.

- 6.3 Der Abrechnung liegen die von Kaufland 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

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 Billing is based on the reports received by Kaufland 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

angegebener Kampagnenzeitraum); dieser Zeitraum entspricht dem Leistungszeitraum. Kaufland ist berechtigt, während des Kampagnenzeitraums Abschlagszahlungen anzufordern. Sofern Abschlagszahlungen angefordert werden, erstellt Kaufland zum Ablauf des Kampagnenzeitraums eine Endabrechnung unter Berücksichtigung der erhaltenen Abschlagszahlungen.

Customer). This period represents the period of the service. Kaufland may require advance payments during the campaign period. Where advance payments are required, Kaufland shall prepare a final account statement at the end of the campaign period reflecting the advance payments received.

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.

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. Werbemittel

7.1 Kaufland 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 Kaufland abgestimmt und freigegeben.

7.3 Der Werbekunde stellt Kaufland 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 Kaufland 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,

7. Advertising Material

7.1 Kaufland 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 Kaufland.

7.3 The Advertising Customer will provide the Advertising Material and associated information and materials to Kaufland 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 Kaufland 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

persönlichkeitsrechtlicher, jugend-schutz-rechtlicher und urheberrechtlicher Hinsicht. Kaufland behält sich vor, Vorgaben zu ändern oder zu ergänzen und wird den Werbekunden darüber rechtzeitig schriftlich oder in Textform informieren.

competition law, trademark law, the law protecting personality rights, the law on the protection of minors and copyright law. Kaufland 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 Kaufland ist berechtigt, die Werbemittel als Werbung zu kennzeichnen, z. B. mit „Anzeige“ oder ähnlichen Zusätzen, so wie diese von etwaigen ergänzenden redaktionellen Inhalten räumlich abzu-setzen.

- 7.5 Kaufland 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. Unzulässige Werbeinhalte

- 8.1 Kaufland ist berechtigt, die Durchführung einer geschuldeten Medialeistung vorübergehend zu unterbrechen, soweit ein hinreichender Verdacht auf rechts-widrige Inhalte der Werbemittel besteht. Der Werbekunde kann die Sperrung durch das Zurverfügungstellen eines alternativen, rechtskonformen Werbemittels abwenden.
- 8.2 Eine Verlinkung der Werbemittel auf so wie ein Embedding der Werbemittel in externe Kanäle ist generell unzulässig.

8. Prohibited Advertising Content

- 8.1 Kaufland 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 Kaufland 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

9. Grant of Rights

- 9.1 The Advertising Customer grants Kaufland 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

zur Weiterübertragung an Kaufland berechtigt ist.

respect of the content it provides for creation of the Advertising Material and that it is entitled to further transfer these to Kaufland.

9.3 Kaufland 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.

9.3 Kaufland 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 Sollte Kaufland infolge der Schaltung eines Werbemittels von Dritten in Anspruch genommen werden, so wird der Werbekunde Kaufland 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.

9.4 If a claim is asserted against Kaufland as a result of implementing any Advertising Material, the Advertising Customer shall indemnify Kaufland 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 Kaufland ist widerruflich berechtigt die von dem Werbekunden bereitgestellten Werbemittel auch für Werbezwecke von Gesellschaften der Schwarz Gruppe, bspw. auf Webseiten oder Präsentationen unentgeltlich zu nutzen.

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

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

11. Haftung

11.1 Kaufland 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.

11.2 Unbeschadet der Regelungen in vorstehender Ziff. 11.1 haftet Kaufland 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 Kaufland schützen. In diesem Fall ist die Haftung von Kaufland auf den Ersatz des vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schadens begrenzt.

11.3 Im Übrigen ist die Haftung von Kaufland bei einfacher

11. Liability

11.1 Regardless of the legal grounds, Kaufland 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 Without prejudice to the terms of clause 11.1 above, Kaufland 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 Kaufland's material legal positions under the agreement. In such cases, Kaufland's liability shall be limited to compensation

Fahrlässigkeit – gleich aus welchem Rechtsgrund ausgeschlossen.

for typical and foreseeable loss or damage.

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

12. Vertraulichkeit

12.1 Jede Partei ist verpflichtet, sämtliche Informationen, die ihr von der anderen Partei im Zusammenhang mit der Vorbereitung, dem Abschluss und/oder der Durchführung dieses Vertrags sowie im Zusammenhang mit der daraus resultierenden Geschäftsbeziehung mitgeteilt wurden oder auf sonstige Art und Weise bekannt geworden sind, streng vertraulich zu behandeln. Dies gilt auch für den Inhalt dieses Vertrags und den Inhalt der aus diesem Vertrag resultierenden Geschäftsbeziehung.

3.1 Ausgenommen von der Geheimhaltungspflicht sind Informationen, welche (i) sich zum Zeitpunkt der Mitteilung durch die eine Partei bereits im Besitz der anderen Partei befanden, (ii) offenkundig sind, (iii) rechtmäßig von Dritten erlangt wurden, (iv) rechtmäßig an Dritte wie Steuerberater, Wirtschaftsprüfer oder Rechtsanwälte weitergegeben wurden, (v) an Behörden oder sonstige staatliche Dienststellen aufgrund entsprechender gesetzlicher Verpflichtungen herausgegeben sind oder (vi) an die Gesellschaften der Schwarz Gruppe weitergegeben wurden (Gesellschaften der Schwarz Gruppe im Sinne des Rahmenvertrags sind die D. Schwarz Beteiligungs-KG sowie sämtliche Gesellschaften im In- und Ausland, an denen die vorstehende Gesellschaft unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich am Kapital beteiligt ist). Die Geheimhaltungspflicht gilt auch nach Beendigung des Vertrags für einen Zeitraum von fünf Jahren fort.

12. Duty of confidentiality

12.1 Both parties are under an obligation to treat as strictly confidential all information disclosed to them by the other party or to which they otherwise become privy in connection with the preparation, execution and/or performance of this Agreement and in connection with the business relationship under this Agreement. The same applies to the terms of this Agreement and the nature of the business relationship under this Agreement.

12.2 The duty of confidentiality does not apply to information which: (i) was already in the possession of the other party at the time of its disclosure; (ii) is in the public domain; (iii) was lawfully obtained by third parties; (iv) was lawfully disclosed to third parties such as tax advisors, auditors or lawyers; (v) is required to be disclosed to regulatory authorities or other government agencies in accordance with relevant statutory obligations; or (vi) was disclosed to companies of Schwarz Group (for the purpose of the Master Agreement, companies of Schwarz Group are D. Schwarz Beteiligungs-KG and all domestic and foreign companies in which the above company holds a direct or indirect majority capital interest). The duty of confidentiality continues to apply for a further period of five years after the termination of this Agreement.

12.2 Dem Werbekunden ist es ohne vorherige Zustimmung von Kaufland mindestens in Textform untersagt, Namen, Marken oder sonstige geschützte Bezeichnungen von Kaufland zu verwenden sowie die Tatsache der Zusammenarbeit mit Kaufland zu Werbezwecken zu veröffentlichen.

12.3 The Advertising Customer is prohibited from using the names, brands or other protected designations of Kaufland or making the collaboration with Kaufland public for advertising purposes without the prior consent of Kaufland given at least in text form.

13. Compliance, Sorgfaltspflichten in Lieferketten

13.1 Der Werbekunde gewährleistet, dass der Werbekunde im eigenen Geschäftsbereich, insbesondere auch bei im Zusammenhang mit der Leistungserbringung eingebundenen Dritten (Subunternehmer), wirksame und angemessene organisatorische Maßnahmen ergreift, um sämtliche für den Werbekunde einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen einzuhalten. Dies gilt insbesondere für die Einhaltung von Anti-Korruptions-, Kartell- Außenwirtschafts- und Datenschutzgesetzen sowie gesetzlichen menschenrechts- und umweltbezogenen Bestimmungen und Maßnahmen.

13.2 Der Werbekunde gewährleistet die Einhaltung sämtlicher sich aus europäischen und - vorbehaltlich entgegenstehender nationaler Vorschriften - US-amerikanischen Wirtschafts-, Handels- und Finanzsanktionen für den Werbekunde ergebenden Verpflichtungen und Bereitstellungsverbote, insbesondere die entsprechenden Bestimmungen aus VO (EG) 2580/2001, VO (EG) 881/2002, VO (EU) 269/2014 und VO (EU) 833/2014 in der jeweils geltenden Fassung

13.3 Der Werbekunde verpflichtet sich, die mit den vertraglich vereinbarten

13. Compliance, supply chain due diligence obligations

13.1 The Advertising Customer guarantees that the Advertising Customer takes effective and appropriate organizational measures in its own business area, in particular with third parties involved in connection with the provision of services (subcontractors), in order to comply with all legal provisions relevant to the Advertising Customer. This applies in particular to compliance with anti-corruption, antitrust, export control and data protection laws as well as statutory human rights and environmental regulations and measures

13.2 The Advertising Customer guarantees compliance with all obligations and provision bans arising from European and - subject to conflicting national regulations - US economic, trade and financial sanctions, in particular the corresponding provisions from Regulation (EG) 2580/2001, Regulation (EG) 881/2002, Regulation (EU) 269/2014 and Regulation (EU) 833/2014 as amended.

13.3 The Advertising Customer undertakes to familiarize employees entrusted with the contractually

Aufgaben und Tätigkeiten betrauten Mitarbeiter mit den einschlägigen Vorschriften, insbesondere aus Gesetzen über unternehmerische Sorgfaltspflichten in Lieferketten, vertraut zu machen und risikoangemessen mit der über <https://business-partner.kauf-land.com/supply-chain-law.html> zur Verfügung gestellten Schulung zu Sorgfaltspflichten in der Lieferkette zu schulen.

13.4 Bei tatsächlichen Anhaltspunkten für einen Verstoß gegen die Regelungen aus Absatz 1 zur Einhaltung von gesetzlichen menschenrechts- und umweltbezogenen Bestimmungen und Maßnahmen in der Lieferkette sowie bei tatsächlichen Anhaltspunkten für einen nicht nur geringfügigen Verstoß gegen die weiteren Regelungen aus den Absätzen 1 bis 3 wird der Werbekunde auf Anforderung von Kaufland sämtliche erforderlichen Informationen und Auskünfte zur Verfügung stellen und Kaufland nach angemessener Vorankündigung Vorortbesichtigungen seines Betriebs ermöglichen, damit Kaufland die Einhaltung der betroffenen Regelungen durch den Werbekunde prüfen kann. Kaufland kann auch einen zur Verschwiegenheit verpflichteten Dritten (z. B. Wirtschaftsprüfer) mit dieser Prüfung beauftragen. Datenschutzrechtliche Bestimmungen sowie Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse des Vertragspartners werden gewahrt. Prüfungsrechte aus anderen Bestimmungen bleiben unberührt.

13.5 Bei einem Verstoß gegen gesetzliche menschenrechts- oder umweltbezogene Pflichten verpflichtet sich der

agreed tasks and activities with the relevant regulations, in particular laws on corporate due diligence in supply chains and undergo training on due diligence in supply chains appropriate to the risk, using the training course provided at <https://business-partner.kauf-land.com/supply-chain-law.html>

13.4 In the event of actual indications of a violation of the provisions of no. 1 in order to comply with statutory human rights and environmental provisions and measures in the supply chain as well as in the event of actual indications of a not only minor violation of the further provisions of no. 1 to 3, the Advertising Customer will provide Kaufland on request with all necessary information and, upon appropriate notice, enable Kaufland to inspect its premises on-site so that Kaufland can examine the Advertising Customer's compliance with the affected provisions. Kaufland can also commission a third party who is bound to secrecy (e.g. auditor) to carry out this examination. Data protection regulations as well as business and operating secrets of the Advertising Customer will be protected. Examination rights from other provisions remain unaffected.

13.5 In the event of statutory human rights or environmental violations, the Advertising Customer undertakes together with Kaufland, to

Werbekunde, gemeinsam mit Kaufland angemessene Abhilfemaßnahmen zu planen und zu ergreifen, die zur Verhinderung, Beendigung oder Minimierung des Ausmaßes einer Verletzung geeignet sind. In diesen Fällen hat der Werbekunde unverzüglich Kaufland von seiner Kenntnis zu informieren.

plan and take appropriate remedial action suited to, terminate or minimize the extent of any violation. In such cases, the Advertising Customer shall notify Kaufland of its findings without undue delay.

13.6 Der Werbekunde verpflichtet sich, die Verpflichtungen aus den Absätzen 1 bis 5, soweit rechtlich möglich, entsprechend entlang der Lieferkette angemessen zu adressieren.

13.6 The Advertising Customer undertakes to address the provisions in no. 1 to 5 appropriately along the supply chain, as far as legally possible.

13.7 Meldungen von Hinweisen auf Verstöße gegen die Regelungen aus den Absätzen 1 bis 6 können über ein Meldeportal von Kaufland unter <https://bkms-system.net/kaufland> abgegeben werden. Mitarbeiter sowie Lieferanten des Werbekunden, die dieses nutzen, werden deswegen nicht diszipliniert oder benachteiligt.

13.7 Reports of indications of a violation of the provisions of no. 1 to 6 may be reported via a dedicated portal of the Kaufland at <https://bkms-system.net/kaufland>. The Advertising Customer's employees and suppliers who use it will not be disciplined or disadvantaged as a result.

13.8 Ein Verstoß gegen die Regelungen aus den Absätzen 1 und 2 berechtigt Kaufland insbesondere, dem Vertragspartner eine angemessene Frist für die Beseitigung des Verstoßes zu setzen und nach erfolglosem Fristablauf vom Vertrag zurückzutreten bzw. zu kündigen. Eine Fristsetzung ist entbehrlich, wenn es sich um einen schwerwiegenden Verstoß handelt. Im Fall eines Rücktritts bzw. einer Kündigung gemäß diesem Absatz ist Kaufland gegenüber dem Vertragspartner nicht zum Ersatz von aus dem Rücktritt bzw. der Kündigung entstehenden Schäden verpflichtet.

13.8 A breach of provision in no. 1 and 2 entitles the Kaufland to set the Advertising Customer a reasonable deadline for remedying the breach and, if the deadline has expired, to withdraw from the contract or to terminate it. No deadline is required in case of a serious violation. In the event of a withdrawal or a termination according to this no., Kaufland is not obliged to compensate the Advertising Customer for damages resulting from the withdrawal or termination.

13.9 Dieser Ziffer entgegenstehende, zwingende Regelungen nach nationalem

13.9 Any mandatory provisions under national law conflicting with this clause, in particular under Directive

Recht, insbesondere nach der RL (EU) 2019/633 über unlautere Handelspraktiken und ihrer nationalen Umsetzungsgesetze, bleiben hiervon unberührt.

(EU) 2019/633 on unfair trading practices and the legislation implementing it into national law, shall remain unaffected hereby.

14. Einhaltung sozialer und ökologischer Standards

Die Einhaltung international anerkannter sozialer und ökologischer Mindeststandards durch den Werbekunden eine wesentliche Grundlage der Zusammenarbeit zwischen den Parteien. Daher verpflichtet sich der Werbekunde, bei der Geschäftstätigkeit insbesondere die im Code of Conduct von Kaufland

(<https://www.kaufland.com/compliance-kaufland.html>) niedergelegten Mindeststandards einzuhalten. Der Werbekunde erkennt die dort niedergelegten Regelungen als Vertragsgrundlage an.

14. Compliance with social and ecological standards

The Advertising Customer compliance with internationally recognized minimum social and ecological standards shall constitute a fundamental basis for the cooperation between the parties. As such, the Advertising Customer agrees to comply in particular with the minimum standard set out in the Kaufland's Code of Conduct

(<https://www.kaufland.com/compliance-kaufland.html>). The Advertising Customer accepts the provisions set out therein as the basis of contract.

15. Schlussbestimmungen

15.1 Die Unwirksamkeit, Nichtigkeit oder Undurchführbarkeit einzelner Bestimmungen dieses Vertrags berührt die Wirksamkeit der anderen Bestimmungen dieses Vertrags nicht. Die Parteien verpflichten sich, eine unwirksame, nichtige oder undurchführbare Bestimmung durch eine solche wirksame und durchführbare Regelung zu ersetzen, die dem ursprünglich Gewollten wirtschaftlich am nächsten kommt. Für Lücken gilt dies entsprechend.

15.2 Alle Streitigkeiten, die sich aus oder im Zusammenhang mit diesem Vertrag oder über dessen Gültigkeit ergeben, werden nach der Schiedsgerichtsordnung der Deutschen Institution für Schiedsgerichtsbarkeit e.V. (DIS) unter

15. Miscellaneous

15.1 Should individual provisions of this Agreement be or become invalid, void or unenforceable, this shall not affect the validity of the other provisions hereof. The parties agree to replace any invalid, void or unenforceable provision with a valid and enforceable provision that most closely reflects the economic intent of the original provision. The foregoing shall also apply *mutatis mutandis* to any omissions.

15.2 All disputes arising out of or in connection with this Agreement (including the Individual Agreements entered into on the basis of this Agreement) or concerning its validity shall be finally settled in accordance with the Rules of Arbitration of the German Arbitration

Ausschluss des ordentlichen Rechtsweges endgültig entschieden. Das Schiedsgericht besteht aus einem Einzelschiedsrichter. Der Schiedsort ist Stuttgart. Die Verfahrenssprache ist deutsch. Das in der Sache anwendbare sowie das auf diese Schiedsvereinbarung anwendbare Recht ist deutsches Recht. Das UN-Kaufrecht (United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods) findet keine Anwendung. Die Parteien werden auf eine effiziente Verfahrensführung hinwirken, wozu grundsätzlich auch eine mündliche Schiedsverhandlung in einem virtuellen Format gehört.

Institute (*Deutsche Institution für Schiedsgerichtsbarkeit* e.V. – DIS) without recourse to the ordinary courts of law. A single arbitrator shall constitute the arbitral tribunal. The place of arbitration shall be Stuttgart. The proceedings shall be conducted in German. The matter for arbitration shall be decided in accordance with German law, and this arbitration clause shall also be governed by German law. The application of the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods is excluded. The parties will seek to conduct the proceedings efficiently, which generally includes the conduct of a virtual arbitration hearing.

15.3 Die Abtretung und/oder Verpfändung von Ansprüchen oder sonstigen Rechten durch eine Partei bedarf nicht der Zustimmung der anderen Partei. Die Parteien sind allerdings verpflichtet, derartige Abtretungen und/oder Verpfändungen mit einer Frist von vierzehn Kalendertagen vorab mindestens in Textform anzuzeigen.

15.3 The assignment and/or pledging of claims or other rights by a party shall not require the consent of the other party. However, the parties shall be required to give 14 calendar days' advance notice of any such assignment and/or pledge at least in text form.

15.4 Kaufland ist berechtigt, sowohl diesen Vertrag als auch sämtliche auf Grundlage dieses Vertrags abgeschlossenen Einzelverträge auf Gruppengesellschaften von Kaufland zu übertragen, ohne dass es der Zustimmung des Werbekunden bedarf. Gruppengesellschaften im Sinne dieser Ziffer sind sämtliche Gesellschaften im In- und Ausland, an denen Kaufland und/oder die SB Kaufland KG unmittelbar oder mittelbar beteiligt sind.

15.4 Kaufland may transfer this Agreement as well as any Individual Agreements entered into hereunder to its Group companies without the Advertising Consumer's consent. Group companies within the meaning of this clause shall include all foreign and domestic entities in which Kaufland and/or SB Kaufland KG holds a direct or indirect equity interest.

15.5 Der Werbekunden ist zur Aufrechnung nur berechtigt, wenn die Gegenforderung rechtskräftig festgestellt

15.5 The Advertising Consumer may exercise a right of set-off only on the basis of counterclaims that are uncontested or have been declared final and binding by a court of law.

oder unbestritten ist. Kaufland ist auch wegen vom Werbekunden bestrittener Gegenansprüche zur Aufrechnung oder zur Zurückbehaltung berechtigt. Die Aufrechnung durch Kaufland ist auch zulässig mit Ansprüchen gegen den Werbekunden, die einem mit Kaufland verbundenen Unternehmen gegen den Werbekunden zustehen und die dieses verbundene Unternehmen an Kaufland abgetreten hat.

Kaufland may also exercise a right of set-off or a right to withhold performance on the basis of counterclaims that are contested by the Advertising Consumer. Kaufland may also exercise a right of set-off on the basis of claims which a company affiliated with Kaufland has against the Advertising Consumer and which this affiliate has assigned to Kaufland.

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

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

B. Besondere Nutzungsbedingungen DOOH

Bei Digital Out of Home gelten ergänzend folgende Bestimmungen:

1. Leistungsgegenstand

- 1.1 Kaufland 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 Kaufland. 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.

B. Special Terms of Use for DOOH

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

1. The Service

- 1.1 Kaufland 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 Kaufland. 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.

2.2 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.

3.3 Die Ziffer 6.2 aus Teil A finden keine Anwendung.

4. Werbemittel

4.1 Die Werbemittel werden von Kaufland freigegeben.

4.2 Kaufland 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

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.

2.2 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 Kaufland.

4.2 Kaufland 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 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.

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 Kaufland 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.

6. 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 Kaufland 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.