
**Allgemeine Geschäftsbedingungen
der OBI First Media Group**

Inhaltsverzeichnis

Stichwortverzeichnis	4
Abschnitt A – Allgemeines	5
§ 1 Anwendungsbereich	5
§ 2 Vertragsschluss	5
§ 3 Verträge mit Agenturen	5
§ 4 OBI-Konzerngesellschaften	5
Abschnitt B – Medialeleistungen	6
§ 5 Anwendungsbereich	6
§ 6 Vertragsgegenstand und Begriffsbestimmungen im Falle von Medialeleistungen	6
§ 7 Anforderungen an Kampagnenwerbung	7
§ 8 Unvollständige Auftragsinformationen und Rücktrittsrecht	7
§ 9 Verantwortlichkeiten und Pflichten des Auftraggebers	8
§ 10 Zurückweisung, Deaktivierung, Änderung und Entfernung von Werbemitteln	9
§ 11 Herstellung und Produktionskosten von Werbemitteln	10
§ 12 Werbezeitraum	11
§ 13 Kreativleistungen	11
§ 14 Beratungsleistungen	12
§ 15 Nutzungsrechte	13
§ 16 Kennzeichnungspflichten des Auftraggebers	14
§ 17 Kennzeichnungsrecht OFMG	14
§ 18 Preise und Zahlungsbedingungen	14
Abschnitt C – Sponsored Product Advertisements	15
§ 19 Anwendungsbereich	15
§ 20 Vertragsgegenstand und Begriffsbestimmung im Falle von SPA	15
§ 21 Parameter für die Ausspielung von Produktanzeigen und SPA	15
§ 22 Anforderungen an die Buchung von SPA	16
§ 23 Kennzeichnungsrecht OFMG	16
§ 24 Abrechnungsmodalitäten	17
Abschnitt D – Insights Solutions Datenbank	17
§ 25 Anwendungsbereich	17
§ 26 Vertragsgegenstand Insights Solutions	17
§ 27 Bereitstellung der Datenbank	18
§ 28 Nutzungsrechte und -anforderungen	18
§ 29 Benutzerkonto und Datenschutz	18

§ 30 Technische Voraussetzungen	19
§ 31 Vergütung	19
§ 32 Besondere Vertraulichkeit	20
§ 33 Besonderes Kündigungsrecht	21
Abschnitt E – Allgemeines	21
§ 34 Vertragslaufzeit	21
§ 35 Mängel und Mängelrüge	21
§ 36 Haftung	22
§ 37 Freistellung	22
§ 38 Force Majeure	22
§ 39 Kündigung	23
§ 40 Vertraulichkeit	23
§ 41 Referenzrecht	26
§ 42 Compliance und Code of Conduct	27
§ 43 Einsatz von KI	27
§ 44 Abtretung, Aufrechnung, Zurückbehaltungsrechte	28
§ 45 Änderungsvorbehalt	28
§ 46 Schlussbestimmungen	29
Anlage 1 – Beschreibung Retail Insights Datenpakete	29

STICHWORTVERZEICHNIS

A		Medialeistung	6
AGB	5	MPG	21
Agentur	5	N	
Analoge Werbeflächen	6	Nutzer	18
Apps	6	Nutzungsrecht	13
Auftrag	5	O	
Auftraggeber	5	OBI-Konzern	6
Auftragnehmer	5	OBI-Konzerngesellschaft	6
B		OBI-Werberichtlinie	7
Bausteine	12	Output	12
Beistellungen des Auftraggebers	7	P	
Beratungsleistung	6	Partei	5
Berechtigte Empfänger	23	PG	21
Briefing	11	R	
Bruttokontakt	14	Ranking	15
D		Referenzdaten	26
Datenbank	17	Referenzzweck	26
Deep Fakes	14	S	
Digitale Werbeflächen	6	Schieberecht	11
Dualer Vertrieb	20	SPA	15
E		Startdatum	21
Empfängerpartei	23	T	
Erfolgseintritt	14	technische Leistungen	6
I		TKP	14
Informationsgeber	23	V	
Input	12	Verbundene Unternehmen	24
Insider	20	Vertrauliche Informationen	24
K		Vertreter	24
Kampagneninformationen	8	W	
Kardinalpflicht	22	Werbemittel	6
KI12		Z	
Kreativleistung	6	Zweck	23
M			
Mängelrüge	22		
Matching Score	15		
Mediaauftrag	6		

ABSCHNITT A – ALLGEMEINES

§ 1 Anwendungsbereich

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen („**AGB**“) gelten für sämtliche Angebote und Verträge zwischen der OBI First Media Group GmbH & Co. KG, Albert-Einstein-Str. 7-9, 42929 Wermelskirchen („**OFMG**“) und Dritten („**Auftraggeber**“) (OFMG und Auftraggeber einzeln jeweils eine „**Partei**“ und zusammen die „**Parteien**“), soweit sie eine der in den Abschnitten B bis D beschriebenen Leistungen zum Gegenstand haben.

§ 2 Vertragsschluss

- 2.1. Der Vertragsschluss zur Buchung einer in den Abschnitten B bis D beschriebenen Leistungen erfolgt auf Basis eines Einzelauftrags (im Folgenden „**Auftrag**“), welcher mindestens der Textform bedarf.
- 2.2. Einzelheiten – insbesondere zu Art, Umfang, Dauer und Preisen der jeweiligen Leistungen – ergeben sich in Ergänzung der einschlägigen Abschnitte dieser AGB aus dem jeweiligen Auftrag.
- 2.3. Angebote der OFMG sind freibleibend. Der Vertrag kommt erst nach Annahme eines Angebots durch OFMG zustande.
- 2.4. Die Bestimmungen und individuellen Regelungen eines Auftrags gelten allein für den jeweiligen Auftrag und entfalten keine Regelungswirkung zwischen den Parteien in Bezug auf andere Aufträge, sofern nicht explizit im Auftrag vereinbart.

§ 3 Verträge mit Agenturen

Wird der Vertrag zwischen einem Mittler, wie einer Mediaagentur („**Agentur**“), und der OFMG geschlossen,

- a) kommt der Vertrag im Zweifel ausschließlich zwischen der Agentur und OFMG zustande;
- b) muss die Agentur eine Auftragserteilung, die im Namen und auf Rechnung ihrer Kunden erfolgt, ausdrücklich mindestens in Textform als Auftrag im Namen ihrer Kunden kennzeichnen;
- c) dürfen die Leistungen ohne schriftliche Zustimmung der OFMG nur für den gegenüber OFMG benannten Kunden und nicht für Zwecke anderer Dritter, verwendet, bearbeitet oder weitergeleitet werden;
- d) gelten etwaige direkt von den Kunden der Agentur eingebrachten Beistellungen oder anderweitige Vorgaben als Beistellungen bzw. Vorgaben der Agentur selbst.

§ 4 OBI-Konzerngesellschaften

- 4.1. OFMG ist Teil des OBI-Konzerns. Der OBI-Konzern besteht aus der Olympics Baumarkt Holding GmbH, OBI Group Holding Management SE, OBI Group Holding SE & Co. KGaA („**OGH**“) und allen Unternehmen, auf die die OGH direkt oder indirekt beherrschenden Einfluss ausüben kann („**Tochterunternehmen**“) sowie allen Franchisenehmern des von OGH oder einem Tochterunternehmen betriebenen Franchise-Systems (jeweils eine „**OBI-Konzerngesellschaft**“, gemeinsam die „**OBI-Konzerngesellschaften**“ oder der „**OBI-Konzern**“).
- 4.2. OFMG kann zur Erbringung der vertraglich geschuldeten Leistungen OBI-Konzerngesellschaften einbeziehen. Wenn und soweit an der Erbringung der vertraglich geschuldeten Leistungen der OFMG OBI-Konzerngesellschaften mitwirken, gelten die Bestimmungen dieser AGB und der Aufträge zugunsten der OFMG zugleich zugunsten solcher OBI-Konzerngesellschaften.

ABSCHNITT B – MEDIALEISTUNGEN

§ 5 Anwendungsbereich

Soweit der Vertrag zwischen OFMG und dem Auftraggeber die Erbringung von Medialeistungen im Sinne der Ziffer 6.1 zum Gegenstand hat, gelten zusätzlich zu den Abschnitten A und E die Bestimmungen dieses Abschnitts B.

§ 6 Vertragsgegenstand und Begriffsbestimmungen im Falle von Medialeistungen

- 6.1. Gegenstand der Buchung von Medialeistungen („**Mediaauftrag**“) können folgende Leistungen der OFMG sein:
- a) das Anzeigen, Aushängen, Auslegen, Ausstrahlen und / oder eine sonstige Form der Veröffentlichung eines Werbemittels über analoge (Ziffer 6.4) und / oder digitale (Ziffer 6.5) Werbeflächen sowie die Durchführung von anderweitigen Werbemaßnahmen (bspw. Brand Shops, Gewinnspiele oder Biber Partner Deals) zur Absatzförderung („**Kampagnenwerbung**“);
 - b) die Herstellung (insbesondere durch Druck), Anbringung, Wartung und Demontage der Werbemittel durch OFMG („**technische Leistungen**“);
 - c) die Konzeptionierung von Werbemitteln und Werbekampagnen („**Kreativleistung**“);
 - d) die Beratung vor, während und / oder nach der Kampagnenwerbung („**Beratungsleistung**“).

- 6.2. OFMG schuldet eine bestimmte Anzahl an Bruttokontakten, Clicks oder ähnliche Leistungserfolge nur dann, soweit dies im jeweiligen Auftrag ausdrücklich vereinbart wurde.
- 6.3. „**Werbemittel**“ sind alle Inhalte, wie Texte, Bilder, Videos, Audiosequenzen, Webseiten und sonstige Medien, die im Rahmen einer Kampagnenwerbung auf analogen oder digitalen Werbeflächen für den Auftraggeber veröffentlicht werden sollen.
- 6.4. „**Analoge Werbeflächen**“ sind Werbeflächen, die in physischer Form vorliegen oder die durch physische Mittel übertragen werden, insbesondere aus dem Bereich der Plakatmedien und Printmedien. Hierunter fallen beispielsweise Tafeln und Stellflächen zur Anbringung von Plakaten in Großformaten im Bereich der Außenwerbung (z.B. 18/1 Billboards).
- 6.5. „**Digitale Werbeflächen**“ sind insbesondere Werbeflächen aus dem Bereich der elektronischen Medien. Darunter fallen u.a. Webseiten und Applikationen für mobile Endgeräte („**Apps**“) sowie Werbeflächen aus dem Bereich Public Video (z.B. Video Walls) und Audio Media (z.B. Instore Radio).

§ 7 Anforderungen an Kampagnenwerbung

- 7.1. Die Parteien stimmen sich im Rahmen der Auftragserteilung zu den vom Auftraggeber zu liefernden Bestandteilen einer Kampagnenwerbung wie Werbemittel, Produktinformationen oder – im Fall von Gewinnspielen – Teilnahmebedingungen (insgesamt „**Beistellungen**“) sowie den diesbezüglichen Lieferfristen und -orten ab.
- 7.2. Soweit die Parteien keine Absprache zu Lieferfristen und -orten getroffen haben, stellt der Auftraggeber OFMG alle für die Auftragsdurchführung notwendigen Beistellungen bis spätestens 30 Tage vor Beginn der Kampagnenwerbung nach Wahl von OFMG an deren Geschäftssitz oder – soweit möglich – per E-Mail zur Verfügung.
- 7.3. Der Auftraggeber hat technische Vorgaben der OFMG – etwa zu Maße, Material und Dateityp – zu beachten, um die Veröffentlichung auf und Kompatibilität mit den Werbeflächen zu ermöglichen.
- 7.4. Die Beistellungen sowie sämtliche Webseiten, Apps oder anderen Inhalte, auf die ein Werbemittel z. B. durch QR-Codes oder Short-Links verweist, dürfen keine Werbung und / oder Bestandteile enthalten, die auf Folgendes hinweisen:
- a) Drogen oder Tabakwaren;
 - b) Spirituosen;
 - c) Glücksspiel;
 - d) Erotik-Produkte oder sexualisierte Darstellungen;
 - e) politische Parteien, Bürgerinitiativen, religiöse oder extremistische Vereinigungen oder sonstige politische oder religiöse Botschaften oder Symbole;
 - f) Medikamente;
 - g) Wettbewerber des OBI-Konzerns;
 - h) Waffen;
 - i) gewalttätige oder gewaltverherrlichende Inhalte;

- j) extreme, diskriminierende, gegen den guten Geschmack oder die guten Sitten verstoßende Aussagen, Provokationen oder Beleidigungen;
- k) Inhalte, die für Minderjährige in irgendeiner Weise schädlich oder anderweitig ungeeignet sind oder sein können (Ziffer 7.4. auch „**OBI-Werberichtlinie**“ genannt).

7.5. OFMG bietet dem Auftraggeber die Möglichkeit, Kampagnenwerbung auf Social Media Plattformen (insbesondere auf Plattformen der Meta-Gruppe, z.B. Facebook und Instagram) im Namen des Auftraggebers durchzuführen. Die Leistung erfolgt ausschließlich im Rahmen eines Managed Service, bei dem OFMG als technischer und operativer Dienstleister auftritt.

- a) Zur Durchführung der Kampagnenwerbung stellt der Auftraggeber OFMG auf Anforderung die erforderlichen Zugriffsrechte auf seine Social-Media-Accounts (z.B. Facebook-/Instagram) zur Verfügung. Dieser Account wird im notwendigen Umfang mit dem Business Manager von OFMG verknüpft. Für die Schaltung der Kampagnenwerbung wird ein separates Werbekonto auf der betreffenden Plattform für den Auftraggeber eingerichtet, das im Eigentum von OFMG verbleibt. OFMG verpflichtet sich, dieses ausschließlich zur Durchführung von Werbemaßnahmen des Auftraggebers zu verwenden.
- b) Der Auftraggeber stellt bei der Einrichtung der Zugriffsrechte sicher, dass alle kartellrechtlichen Anforderungen eingehalten werden und es zu keinem unzulässigen Informationsaustausch kommt.
- c) Der Auftraggeber verpflichtet sich, während der Laufzeit der Kampagnenwerbung seinen Social-Media-Account in einwandfreiem Zustand zu halten, insbesondere müssen alle Nutzungsbedingungen, Werberichtlinien und sonstigen Richtlinien der relevanten Plattform eingehalten werden. Verstöße, die zu Sperrungen, Einschränkungen oder sonstigen negativen Maßnahmen führen, hat der Auftraggeber zu unterlassen.
- d) Im Fall von Einschränkungen, Sperrungen oder sonstigen negativen Maßnahmen, Problemen oder Auseinandersetzungen mit dem Betreiber der Plattform hat der Auftraggeber OFMG unverzüglich via Mail an die im Auftrag benannte Mailadresse der OFMG in Kenntnis zu setzen. In diesem Fall hat OFMG ein außerordentliches Kündigungsrecht nach Ziffer 39.2 falls die Einschränkungen, Sperrungen, negative Maßnahme, Probleme oder Auseinandersetzung nicht innerhalb angemessener Frist durch den Auftraggeber behoben werden können.
- e) Falls und soweit der Betreiber der Plattform durch allgemeine oder konkrete Änderungen oder Maßnahmen im Einzelfall die Durchführung der Kampagnenwerbung unmöglich macht oder wesentlich erschwert, werden sich die Parteien im Einvernehmen darüber einigen, wie dies behoben wird; sofern die Parteien innerhalb von zwei Wochen keine einvernehmliche Einigung erzielen können, kann jede Partei die Kampagnenwerbung außerordentlich kündigen.
- f) OFMG ist berechtigt, eigene Zielgruppendaten (1st-Party-Daten) für die Zielgruppenansprache im Rahmen der Kampagnenwerbung einzusetzen. Eine Übertragung dieser Daten an den Auftraggeber findet nicht statt.
- g) Die inhaltliche und technische Umsetzung der Kampagnenwerbung (u. a. Optimierung) erfolgt durch OFMG. Die Ausspielung der Werbemaßnahmen erfolgt unter Nennung des Auftraggebers.

- h) OFMG behält sich vor, Kampagnen nur unter Einhaltung der relevanten Richtlinien der Plattformbetreiber durchzuführen. Für Inhalte, die der Auftraggeber liefert, trägt dieser die alleinige Verantwortung.
- i) Im Falle einer ordentlichen Kündigung der Kampagnenwerbung vor Ablauf der vereinbarten Laufzeit oder Aufbrauch des vereinbarten Budgets, wird OFMG angemessene Anstrengungen unternehmen, bereits getätigte Buchungen zeitnah zu stoppen. Auftraggeber schuldet etwaig zwischen Eingang der Kündigung bei OFMG und Beendigung der Buchungen entstandene Vergütungen.

§ 8 Unvollständige Auftragsinformationen und Rücktrittsrecht

8.1. Der Auftraggeber übermittelt OFMG spätestens mit dem Angebot alle für die Beurteilung des Mediaauftrags erforderlichen Informationen. Dies beinhaltet:

- a) den Namen des Werbetreibenden;
- b) Zeitraum und Umfang der intendierten Werbekampagne;
- c) etwaige Brand Safety Vorgaben;
- d) eine konkrete Beschreibung des zu bewerbenden Produktes oder der zu bewerbenden Dienstleistung;
- e) auszustrahlende Werbemittel;
- f) gewünschte technische Spezifikationen der Werbemittel (Ziffer 8.1 lit. a) – f) auch „**Kampagneninformationen**“ genannt).

8.2. Wenn OFMG einzelne Kampagneninformationen zum Zeitpunkt der Auftragserteilung noch nicht vorliegen, ist OFMG berechtigt, von dem Mediaauftrag auch nach Annahme zurückzutreten, sobald die erforderlichen Informationen nachgereicht werden und eine Überprüfung der nachgereichten Informationen durch OFMG ergibt, dass OFMG bei Kenntnis der fehlenden Informationen den Mediaauftrag nicht oder nur geändert angenommen hätte. OFMG ist ferner berechtigt, von dem Mediaauftrag auch nach Annahme zurückzutreten, wenn fehlende Kampagneninformationen nicht binnen einer von OFMG gesetzten angemessenen Frist nachgereicht werden.

§ 9 Verantwortlichkeiten und Pflichten des Auftraggebers

9.1. Für die vom Auftraggeber eingebrachten Werbemittel sowie sonstige vom Auftraggeber vorgegebenen Beistellungen ist ausschließlich der Auftraggeber verantwortlich. Sofern die vom Auftraggeber bereitgestellten Beistellungen offensichtlich beschädigt sind, wird OFMG den Auftraggeber hierüber informieren. OFMG trifft jedoch keine aktive Prüfpflicht, dies gilt insbesondere auch in Bezug auf die Erfüllung rechtlicher Anforderungen sowie die hinreichende Quantität und Qualität der Beistellungen.

9.2. Wenn URLs, Short-Links, QR-Codes oder andere Weiterleitungen in Beistellungen integriert sind, stellt der Auftraggeber die ordnungsgemäße Funktion dieser Weiterleitungen während der Kampagnenwerbung sicher.

9.3. Der Auftraggeber stellt sicher, dass alle Vorteile, welche durch die bereitgestellten Werbemittel beworben werden, während der gesamten

Kampagnenlaufzeit für die Endkunden in ausreichender Menge verfügbar sind.

9.4. Der Auftraggeber stellt sicher, dass die von ihm eingebrachten Beistellungen, Weiterleitungen im Sinne der Ziffer 9.2 sowie Webseiten, Apps und andere Inhalte, auf die ein Werbemittel verweist, keine Schadsoftware enthalten oder übertragen. Als Schadsoftware gilt Malware wie Viren, Würmer, Trojaner oder andere schädliche Codes oder Programme, die darauf abzielen, ein System oder Daten zu beschädigen, heimlich abzufangen oder nachteilig zu beeinflussen. Der Auftraggeber setzt zum Schutz vor Schadsoftware dem aktuellen Stand der Technik entsprechende Prüf- und Schutzprogramme ein.

9.5. Der Auftraggeber stellt sicher, dass die vorgegebenen Werbemittel und sonstigen Beistellungen keine Rechte Dritter verletzen und den gesetzlichen Anforderungen entsprechen, insbesondere den einschlägigen Anforderungen des

- a) Wettbewerbsrechts,
- b) Urheberrechts,
- c) Markenrechts,
- d) Design- und Geschmacksmusterrechts,
- e) Datenschutzrechts,
- f) allgemeinen Persönlichkeitsrechts Dritter,
- g) Jugend- und Jugendmedienschutzes,
- h) sonstigen Medienrechts.

- 9.6. Der Auftraggeber muss die Kampagnenwerbung nach ihrer ersten Veröffentlichung unverzüglich auf die Richtigkeit des Inhalts und der Platzierung untersuchen und eventuelle Fehler OFMG unverzüglich in Textform mitteilen. Anderenfalls gilt die Kampagnenwerbung als abgenommen und mangelfrei.
- 9.7. Der Auftraggeber informiert OFMG unverzüglich, wenn Anhaltspunkte dafür bekannt werden, dass die zur Verfügung gestellten Beistellungen gegen geltendes Recht verstoßen oder Rechte Dritter, gleich welcher Art, verletzen oder beeinträchtigen.
- 9.8. Im Fall von Gewinnspielen oder Preisausschreiben erstellt der Auftraggeber Teilnahmebedingungen, welche den gesetzlichen Anforderungen entsprechen, insbesondere den Anforderungen des § 6 DDG, und stellt sicher, dass die Teilnahmebedingungen während der gesamten Dauer des Gewinnspiels bzw. der Preisausschreibung auf einer dedizierten Landingpage des Auftraggebers einfach erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zum Abruf zur Verfügung stehen. Den zugehörigen Deeplink zum Abruf der Teilnahmebedingungen teilt der Auftraggeber OFMG mit angemessenem Vorlauf vor Beginn des Gewinnspiels bzw. des Preisausschreibens mit.

§ 10 Zurückweisung, Deaktivierung, Änderung und Entfernung von Werbemitteln

10.1. OFMG ist auch noch nach Annahme eines Auftrags und während der Kampagnenwerbung berechtigt, die zur Verfügung gestellten Beistellungen zurückzuweisen und deren Veröffentlichung zu stoppen, wenn Gründe für einen Kampagnenstopp vorliegen. Als Gründe für einen Kampagnenstopp gelten konkrete Anhaltspunkte, dass die Beistellungen

- a) zu dem im Auftrag benannten Produkt bzw. der benannten Dienstleistung keinen Bezug haben;
- b) gegen geltendes Recht, gerichtliche oder behördliche Vorgaben oder Bestimmungen verstoßen;
- c) unwahre oder nicht nachprüfbare Angaben enthalten;
- d) Rechte Dritter beeinträchtigen;
- e) technisch und/oder qualitativ erheblich unzureichend sind;
- f) gegen die OBI-Werberichtlinien (Ziffer 7.4) verstoßen;
- g) ein erhebliches Risiko aufweisen, rufschädigend für OFMG, andere OBI-Konzerngesellschaften und/oder die OBI-Marken zu sein – beispielsweise weil mit Personen geworben wird, deren nachweisbar schlechter Ruf in der Öffentlichkeit negativ übertragen werden könnte.

10.2. Soweit die Umstände es mit Blick auf die schutzwürdigen Interessen der OBI-Konzerngesellschaften erlauben, informiert OFMG den Auftraggeber unter Angabe der Gründe, bevor Maßnahmen nach Ziffer 10.1 umgesetzt werden.

10.3. Wurden Maßnahmen nach Ziffer 10.1 angekündigt (Ziffer 10.2) oder vorgenommen, obliegt es dem Auftraggeber, nachzuweisen, dass keine Gründe für einen Kampagnenstopp vorliegen. OFMG wird die Maßnahmen einstellen, sobald der Auftraggeber den Nachweis erbracht hat.

10.4. Die Verpflichtung zur Zahlung der Vergütung bleibt von der Vornahme einer gem. Ziffer 10.1 berechtigten Maßnahme unberührt. Etwaige

ersparte Aufwendungen, soweit diese durch den Auftraggeber nachgewiesen werden, werden auf die Vergütung angerechnet.

10.5. Nach Ende des Werbezeitraums werden Werbemittel auf Video Walls nicht weiter ausgespielt. Werbemittel auf Plakaten werden durch Verhüllung oder das Anbringen anderer Werbemittel mit Beginn eines Folgeauftrags abgedeckt. Der Folgeauftrag muss nicht zwingend unmittelbar an die Laufzeit der Kampagnenwerbung des Auftraggebers anschließen. Kosten für eine vom Auftraggeber zu einem früheren Termin gewünschte Abdeckung von Werbemitteln (z.B. zum Ende der Kampagnenwerbung) trägt der Auftraggeber. Diese sind nicht in dem Angebotspreis inkludiert.

10.6. Der Auftraggeber trägt die Kosten der Entfernung von Werbemitteln, die bei einer von ihm zu vertretenden vorzeitigen Vertragsbeendigung und/oder Notwendigkeit einer Abdeckung entstehen. Ein Vertretenmüssen des Auftraggebers liegt insbesondere dann vor, wenn

- a) aufgrund eines vom Auftraggeber eingebrachten Werbemittels oder sonstiger Beistellung, rechtskräftig festgestellte Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche Dritter bestehen und Dritte einen entsprechenden Unterlassungs- oder Beseitigungstitel vorweisen können;
- b) ein Grund für einen Kampagnenstopp aufgrund der vom Auftraggeber eingebrachten Beistellungen gegeben war.

- 10.7. OFMG wird nachträgliche Änderungswünsche des Auftraggebers an den Werbemitteln nach Möglichkeit berücksichtigen und durchführen. Für jegliche Kosten und Verzögerungen der Leistungserbringung aufgrund vom Auftraggeber gewünschter oder zu vertretender Änderungen ist der Auftraggeber verantwortlich.
- 10.8. OFMG ist berechtigt, die Werbemittel in Bezug auf Größe, Format und die technischen Spezifikationen zu bearbeiten, wenn es nach Auffassung von OFMG für die Veröffentlichung der Werbemittel erforderlich ist und soweit dies unter Berücksichtigung der Interessen von OFMG für den Auftraggeber zumutbar ist. Soweit eine inhaltliche Bearbeitung der Werbemittel erforderlich ist, wird OFMG dies vorab mit dem Auftraggeber abstimmen. Für etwaige durch die erforderliche Nachbearbeitung entstandenen Verzögerungen der Leistungserbringung ist der Auftraggeber verantwortlich.
- 10.9. OFMG ist gegenüber dem Auftraggeber berechtigt, die Verfügbarkeit von Webseiten einer OBI-Konzerngesellschaft vorübergehend einzuschränken oder einschränken zu lassen, wenn dies aus Kapazitätsgründen, aufgrund der Sicherheit oder Integrität der Server oder zur Durchführung technischer Maßnahmen notwendig ist. In diesen Fällen wird OFMG die berechtigten Interessen des Auftraggebers nach Möglichkeit berücksichtigen, insbesondere durch rechtzeitige Ankündigung.

§ 11 Herstellung und Produktionskosten von Werbemitteln

- 11.1. Soweit die Parteien im Rahmen der Auftragserteilung die Produktion von Werbemitteln durch OFMG vereinbaren, muss der Auftraggeber OFMG die für die Produktion des Werbemittels erforderlichen Unterlagen, insbesondere Materialien, Motivvorlagen oder Druckunterlagen, innerhalb der im Auftrag vereinbarten Fristen zur Verfügung stellen. Die Einhaltung der termingerechten Bereitstellung obliegt dem Auftraggeber. OFMG ist nicht verpflichtet, den Auftraggeber auf die termingerechte Bereitstellung hinzuweisen und diese anzumahnen.
- 11.2. Einzelheiten zu den vom Auftraggeber bereitzustellenden Unterlagen stimmen die Parteien im Rahmen der Auftragserteilung ab.
- 11.3. Bei der Herstellung von Werbemitteln durch OFMG kann der Auftraggeber eine angemessene Anzahl an Korrekturabzügen verlangen. Verlangt der Auftraggeber dies nicht, haftet OFMG hinsichtlich Satzfehler nur für offensichtliche Abweichungen von den bereitgestellten Unterlagen. Bei farbigen Reproduktionen gelten geringfügige Farbabweichungen nicht als Mangel. Erhält der Auftraggeber einen Korrekturabzug und erklärt nicht unverzüglich nach Erhalt gegenüber dem im Angebot benannten Ansprechpartner der OFMG mindestens in Textform, ob er diesen freigibt oder Mängel festgestellt hat, gilt die Freigabe als erteilt.
- 11.4. Der Auftraggeber kann innerhalb von zwei Wochen nach Beendigung des Werbezeitraums nach § 15 die Rücksendung bzw. Abholung von nicht verbrauchten Werbemittel-Ersatzmengen und weiterer Materialien (Druckvorlagen, Modelle etc.) verlangen. Dies erfolgt auf Kosten und Risiko des Auftraggebers, sofern die Parteien nicht ausdrücklich eine abweichende Vereinbarung geschlossen haben. Werbemittel und Materialien, die während dieser Frist nicht zurückgefordert werden, gehen entschädigungslos in das Eigentum von OFMG über und können von OFMG ohne weitere Anforderungen und ohne dass Ersatz- oder Erstattungsansprüche des Auftraggebers entstehen, entsorgt werden.

§ 12 Werbezeitraum

- 12.1. Fällt der vereinbarte Beginn der Kampagnenwerbung auf einen Sonn- oder Feiertag, wird die Kampagnenwerbung erst am nächsten Werktag ausgeführt, sofern nicht ausdrücklich etwas anderes vereinbart wurde.
- 12.2. Kann OFMG nicht oder nicht fristgemäß zum vereinbarten Startdatum mit der Leistungserbringung beginnen, weil der Auftraggeber die von ihm zu erbringenden Beistellungen nicht, verspätet, nicht in der erforderlichen Anzahl oder Qualität oder anderweitig nicht vertragsgemäß geliefert hat, entbindet dies den Auftraggeber nicht von seiner Zahlungsverpflichtung und verlängert nicht die Vertragslaufzeit.
- 12.3. Mehrkosten, die wegen der verspäteten Bereitstellung der vertragsgemäßen Beistellungen anfallen, trägt der Auftraggeber.
- 12.4. Bei Kampagnenwerbung auf digitalen Werbeflächen kann OFMG keine absolut gleichmäßige Verteilung des gebuchten Volumens über den gesamten Werbezeitraum gewährleisten.
- 12.5. Bei Kampagnenwerbung auf digitalen Werbeflächen kann OFMG den vereinbarten Beginn der Kampagnenwerbung um plus oder minus drei Tage verschieben („**Schieberecht**“).

§ 13 Kreativleistungen

- 13.1. Die Erbringung von Kreativleistungen (Ziffer 6.1.c)), insbesondere durch Konzeption und Entwurf des Werbemotivs, erfolgt entsprechend der mit dem Auftraggeber abgesprochenen Vorgaben („**Briefing**“) und unter Nutzung etwaiger vom Auftraggeber bereitgestellten Vorarbeiten, wie Skizzen, Bilder, Texte oder anderer Materialien, die bei der Erstellung einer Kreativleistung verwendet werden („**Bausteine**“).
- 13.2. Änderungen des Briefings sind mit OFMG abzustimmen. Der Auftraggeber trägt die Zusatzkosten, die sich für die Kreativleistung aus der Änderung des Briefings ergeben. Wenn durch Änderungen am Briefing bereits erbrachte Leistungen der OFMG für die Kreativleistung nutzlos werden, entbindet dies den Auftraggeber nicht von seiner Vergütungspflicht für die bereits erbrachten Leistungen.
- 13.3. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die von ihm eingebrachten Bausteine. Er gewährleistet insbesondere, dass diese keine Rechte Dritter verletzen, den gesetzlichen Anforderungen entsprechen und von OFMG für die Kreativleistung verwendet werden dürfen.
- 13.4. Der Auftraggeber ist zur Abnahme des Entwurfs einer beauftragten Kreativleistung verpflichtet, soweit diese im Wesentlichen vertragsgemäß ist.
- 13.5. Erklärt der Auftraggeber nicht innerhalb von drei Werktagen nach Lieferung eines im Wesentlichen vertragsgemäßen Entwurfs mindestens in Textform gegenüber dem im Angebot benannten Ansprechpartner der OFMG, dass Mängel bestehen oder er von einem etwaig vertraglich vereinbarten Änderungsrecht Gebrauch macht, gilt die Abnahme als erteilt.
- 13.6. OFMG ist berechtigt, generative künstliche Intelligenz oder Methoden des maschinellen Lernens (zusammen „**KI**“) zur Erbringung der Kreativleistungen zu nutzen. Die Rechte an den mittels KI entwickelten Ergebnissen („**Output**“) stehen ausschließlich OFMG zu. Dem Auftraggeber werden die in Ziffer 15.7 genannten Rechte an solchem

Output eingeräumt. Die Rechte an Inhalten, Prompts und anderen Eingaben in die KI („Input“) stehen ebenfalls OFMG zu, soweit zwischen den Parteien nichts anderes vereinbart ist.

§ 14 Beratungsleistungen

- 14.1. Im Rahmen der Beratungsleistungen (Ziffer 6.1.d)) erbringt OFMG Analysen zur Wirkung erbrachter Medialeistungen sowie ausgespielter Werbemittel und berät zu Kampagnenzielen, inklusive Empfehlungen zu Werbemedien, Werbezeiträumen und Werbemitteln.
- 14.2. Den konkreten Umfang der Beratungsleistung stimmen die Parteien im Rahmen des jeweiligen Auftrags ab.
- 14.3. OFMG erbringt die Beratungsleistung mit angemessener Sorgfalt und unter Anwendung der üblichen Sachkenntnisse. OFMG ist jedoch nicht für das Erreichen eines bestimmten wirtschaftlichen Erfolges des Auftraggebers verantwortlich.
- 14.4. Die Beratungsleistung der OFMG beinhaltet keine Rechtsberatung. Empfehlungen zum Einsatz bestimmter Werbemedien oder Werbemittel können zu besonderen rechtlichen Anforderungen führen, die vom Auftraggeber eigenverantwortlich zu prüfen sind.
- 14.5. Der Auftraggeber ist zur Mitwirkung verpflichtet, soweit es zur ordnungsgemäßen Erledigung der Beratungsleistung erforderlich ist. Insbesondere hat er OFMG unaufgefordert alle für die Beratungsleistung notwendigen Unterlagen vollständig und so rechtzeitig zu übergeben, dass OFMG eine angemessene Bearbeitungszeit zur Verfügung steht. Entsprechendes gilt für die Unterrichtung über alle Vorgänge und Umstände, die für die Ausführung der Beratungsleistung von Bedeutung sein können.
- 14.6. OFMG kann Beratungsleistungen auch gegenüber anderen Kunden erbringen. Gegebenenfalls stehen diese in einem Wettbewerbsverhältnis mit dem Auftraggeber. OFMG verpflichtet sich, vertrauliche Informationen des Auftraggebers nicht für Beratungsleistungen anderer Kunden zu verwenden.

§ 15 Nutzungsrechte

- 15.1. Stellt der Auftraggeber Bausteine oder Beistellungen zur Verfügung, räumt der Auftraggeber OFMG mit der Zurverfügungstellung das einfache und zeitlich, räumlich sowie inhaltlich auf den jeweiligen Vertragszweck beschränkte, unwiderrufliche Recht ein, alle zur Verfügung gestellten Bausteine und Beistellungen – einschließlich damit verbundener Designs, Geschmacksmuster, Marken, Unternehmenskennzeichen und sonstigen Kennzeichen des Auftraggebers oder seiner Kunden – für den Zweck der jeweiligen Leistungserbringung nutzen zu dürfen („**Nutzungsrecht**“). Dies beinhaltet insbesondere das Recht zur Übermittlung, Speicherung, Kopie, Bearbeitung, Anzeige und Kommunikation gegenüber der Öffentlichkeit sowie das Senderecht, das Recht der Wiedergabe durch Bild- oder Tonträger und das Recht der öffentlichen Zugänglichmachung, Vervielfältigung, Verbreitung sowie Ausstellung – egal ob digital oder analog, online oder offline –, soweit dies für die Vertragsdurchführung erforderlich ist.
- 15.2. Die Übertragung des Nutzungsrechts ist durch die vereinbarte Vergütung abgegolten.

- 15.3. Der Auftraggeber trägt eventuelle Lizenzzahlungen oder Vergütungen an Verwertungsgesellschaften wie z.B. GEMA, CELAS, die mit der Veröffentlichung der Werbemittel fällig werden.
- 15.4. Für Werbung auf Plakaten gilt das Nutzungsrecht auch für den Zeitraum, welcher gem. Ziffer 10.5 über die Kampagnenwerbung hinausgeht.
- 15.5. OFMG ist berechtigt, OBI-Konzerngesellschaften in gleichem Umfang Unterlizenzen von dem Nutzungsrecht zu erteilen, soweit die OBI-Konzerngesellschaften in die Leistungserbringung involviert sind. Für die Unterlizenzierung bedarf es keiner gesonderten Zustimmung des Auftraggebers.
- 15.6. Mit Bereitstellung der Bausteine und Beistellungen garantiert der Auftraggeber, dass er Inhaber eines Nutzungsrechts an den Bausteinen und Beistellungen sowie etwaiger damit verbundener Marken-, Namens-, Unternehmenskennzeichen-, Design-, Geschmacksmuster-, Urheber- und anderen Schutzrechten ist, welches ihn dazu berechtigt, diese für die Medialeistungen sowie sonstige vertragsgemäße Verwendungen zur Verfügung zu stellen und OFMG das Nutzungsrecht gem. Ziffer 15.1 einzuräumen.
- 15.7. Die von OFMG gestaltete Kreativleistung, insbesondere die von OFMG gestaltete und entwickelte Werbung und deren computergrafische Umsetzungen, sind regelmäßig urheberrechtlich geschützte Werke. OFMG räumt dem Auftraggeber an der Kreativleistung ein einfaches, nicht übertragbares Recht zur Nutzung des Werkes ein. Dieses ist inhaltlich, zeitlich und räumlich darauf beschränkt, die Kreativleistung zur Durchführung der dazu beauftragten Medialeistung (Ziffer 6.1) zu nutzen. Ein darüberhinausgehendes Nutzungs- oder Verwertungsrecht steht dem Auftraggeber nicht zu.
- 15.8. OFMG behält sich eine Nennung als Urheber seiner Werke vor.

§ 16 Kennzeichnungspflichten des Auftraggebers

Der Auftraggeber ist verpflichtet, von ihm vorgegebene Bausteine und Beistellungen, die mittels KI generierte oder manipulierte Bild-, Audio- oder Videoinhalte beinhalten, welche existierenden Personen, Objekten, Orten, Einrichtungen oder Ereignissen ähneln und einer Person fälschlicherweise als authentisch oder wahrheitsgemäß erscheinen würden („Deep Fakes“), ausdrücklich vor Übermittlung an OFMG als „KI-generiert“ zu kennzeichnen.

§ 17 Kennzeichnungsrecht OFMG

OFGM ist berechtigt, Werbemittel als Werbung zu kennzeichnen (bspw. mit dem Zusatz „gesponsert“, „Werbung“, „Anzeige“ oder ähnlichen Hinweisen) und von etwaigen redaktionellen Inhalten abzugrenzen sowie denjenigen zu benennen, in dessen Namen und auf dessen Rechnung die Werbung angezeigt wird.

§ 18 Preise und Zahlungsbedingungen

- 18.1. Die Abrechnung der Medialeistungen erfolgt auf Basis der im Auftrag vereinbarten Preise.
- 18.2. Alle Preise verstehen sich zzgl. der zum Zeitpunkt der Leistungserbringung gesetzlich geltenden Umsatzsteuer, soweit diese anfällt.
- 18.3. Soweit nicht vertraglich anders vereinbart, erfolgt die Rechnungsstellung zum Start der Medialeistung durch OFMG. Rechnungsbeträge sind

jeweils innerhalb von dreißig (30) Tagen nach Zugang der Rechnung zur Zahlung fällig. Für die Rechtzeitigkeit der Zahlung ist der Tag des Geldeingangs auf dem Konto entscheidend, welches auf der Rechnung benannt ist. OFMG behält sich vor, Rechnungen elektronisch an den Auftraggeber zu versenden.

- 18.4. OFMG ist berechtigt, vor und während der Laufzeit des Vertrags die (weitere) Durchführung ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Entgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen, wenn sich der Auftraggeber mit Zahlungsverpflichtungen in Verzug befindet oder begründete Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers bestehen.
- 18.5. Soweit die Abrechnung auf Basis eines Tausenderkontaktpreises („TKP“) stattfindet, gilt für die Berechnung des TKP jeder Kontakt einer Person mit dem Werbemedium (bspw. Webseite, App, Video Wall oder 18/1 Billboard) als „Kontakt“ (auch „**Bruttokontakt**“ genannt).
- 18.6. Im Falle eines Vergütungsmodells auf Sale- oder Lead-Basis erfolgt die Abrechnung monatlich im Gutschriftverfahren zzgl. der gesetzlich geltenden Umsatzsteuer. Der Auftraggeber schreibt OFMG mit jedem Sale oder Lead, welcher auf Basis der Kampagnenwerbung generiert wurde („**Erfolgseintritt**“), den vereinbarten Vergütungsbetrag gut. Der Auftraggeber stellt sicher, dass jeder Erfolgseintritt dokumentiert wird.
- 18.7. Als „Sale“ gilt der Abschluss eines Vertrages, der die beworbene Dienstleistung oder das beworbene Produkt zum Gegenstand hat. Als „Lead“ gilt die Vermittlung eines Kontakts mit einer Person, die dem Auftraggeber seine Kontaktdaten (Name und Anschrift und / oder E-Mail-Adresse) überlässt.
- 18.8. Der Auftraggeber rechnet alle innerhalb eines Kalendermonats generierten Erfolgseintritte bis zum Ende des Folgemonats ab. Die Gutschrift ist innerhalb von 14 Tagen nach Gutschifterstellung durch Überweisung auf das Konto von OFMG zu begleichen. Zur Überprüfung des Gutschriftbetrags teilt der Auftraggeber OFMG alle erforderlichen Informationen mit, um den Vergütungsanspruch und dessen Berechnung leicht nachvollziehbar darzulegen. Der Auftraggeber übermittelt dabei keine personenbezogenen Daten von Endkunden.

ABSCHNITT C – SPONSORED PRODUCT ADVERTISEMENTS

§ 19 Anwendungsbereich

Soweit der Vertrag zwischen OFMG und dem Auftraggeber die Platzierung von Sponsored Product Advertisements („**SPA**“) im Sinne des § 20 zum Gegenstand hat, gelten zusätzlich zu den Abschnitten A und E die Bestimmungen dieses Abschnitts C.

§ 20 Vertragsgegenstand und Begriffsbestimmung im Falle von SPA

Gegenstand der Buchung von SPA ist die bevorzugte Platzierung von Produkten des Auftraggebers im Rahmen von Produktsuchen und Produktempfehlungen auf www.obide.de sowie in der heyOBI App, unabhängig von den sonst maßgeblichen Kriterien zur Bestimmung der Reihenfolge von Produktanzeigen („**Ranking**“). Die Ausspielung der SPA ist direkt mit der aktuellen Suche oder dem angesehenen Produkt des Webseitenbesuchers verbunden; je nach Suchbegriff und den daraus resultierenden organischen Suchergebnissen bzw. dem angesehenen Produkt wird eine Anzeige inhaltlich passender Produkte ausgespielt. Die

gesponserten Produkte werden über den Hinweis „gesponsert“ gekennzeichnet und können im Ranking auf den Positionen 1 – 2 vorangestellt werden.

§ 21 Parameter für die Ausspielung von Produktanzeigen und SPA

21.1. Ohne SPA entscheiden die folgenden Parameter, ob und in welcher Reihenfolge Suchergebnisse angezeigt werden:

- a) Übereinstimmung des Suchbegriffs mit den Informationen, die einem Produkt hinterlegt sind (bspw. Produkttitel oder Produktattribute), um zu bestimmen, welche Produkte für die Anzeige unter einem Suchbegriff geeignet sind;
- b) Der eingestellte Sortierparameter, wobei zwischen "Beliebtste", „Preis aufsteigend“ und „Preis absteigend“ gewählt werden kann. Als Standard ist „Beliebtste“ voreingestellt und bestimmt die Reihenfolge der Produktanzeigen anhand folgender Kriterien:
 - (1) Die höchste Gewichtung wird dem Matching von Suchbegriffen beigemessen (der sog. „**Matching Score**“). Je passender der Suchbegriff zu einem Produkttitel ist, desto höher ist der Matching Score;
 - (2) Die zweithöchste Gewichtung wird dem sog. „Relevance Score“ beigemessen. Dieser bestimmt sich durch eine Analyse der Performance einzelner Produkte unter einem spezifischen Suchbegriff;
 - (3) Die dritthöchste Gewichtung wird der Anzahl der Verkäufe (online auf obi.de und in der heyOBI App, Reservierungen im Markt über obi.de) unabhängig von einem spezifischen Suchbegriff beigemessen;
 - (4) Die vierthöchste Gewichtung erhält die Anzahl der Aufrufe eines Produktes auf obi.de, unabhängig von dem spezifischen Suchbegriff, sowie die Kundenbewertungen nach dem Wilson Score. Der Wilson Score betrachtet nicht nur die durchschnittliche Höhe der Bewertung eines Produktes, sondern auch die Anzahl der abgegebenen Bewertungen. Auf diese Weise können Produkte mit vielen guten Bewertungen besser eingestuft werden, als Produkte mit nur wenigen, aber dafür sehr guten Bewertungen.
 - (5) Zuletzt entscheiden die Häufigkeit, mit der ein Produkt zu einem Online Warenkorb hinzugefügt wird sowie die Verfügbarkeit eines Produktes auf obi.de über die Reihenfolge unter dem Sortierparameter „Beliebtste“.
- c) Filter wie Farbe, Marke und Maße, die ebenfalls die Darstellungsreihenfolge beeinflussen können.

21.2. Bucht der Auftraggeber SPA, entscheidet in Abweichung von Ziffer 21.1 lit b) der sog. Qualitätsscore, ob ein Produkt angezeigt wird. Dabei wird das Produkt mit dem höchsten Qualitätsscore ausgespielt. Dieser berechnet sich nach:

- a) der Höhe des CPC (Cost per Click, Kosten pro Klick), welche nach einem Auktionsprinzip festgelegt wird, bei dem der Auftraggeber bestimmt, wie viel er maximal bereit ist, an OFMG für einen Klick auf ein SPA durch einen Webseitenbesucher zu zahlen;
- b) den historischen Klickraten des gegenständlichen Produktes, wobei hohe Klickraten den Qualitätsscore positiv beeinflussen;
- c) der Übereinstimmung des Produktes mit dem Suchbegriff und den anderen organischen Suchergebnissen nach Ziffer 21.1.

§ 22 Anforderungen an die Buchung von SPA

22.1. Die Buchung von SPA steht nur Auftraggebern zur Verfügung, die gleichzeitig als Lieferant oder Product Partner in Geschäftsbeziehungen mit dem OBI-Konzern stehen. OFMG ist berechtigt, die Ausspielung von SPA ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist zu stoppen, wenn der Auftraggeber gegen ihm obliegende Verpflichtungen aus dem Lieferanten- bzw. Product Partner-Vertrag – soweit anwendbar – verstoßen hat.

22.2. Weitere Einzelheiten zu den geltenden Rahmenbedingungen ergeben sich aus dem jeweils erteilten Einzelauftrag zur Buchung von SPA.

§ 23 Kennzeichnungsrecht OFMG

OFGM ist berechtigt, SPA als bezahlte Werbung zu kennzeichnen (bspw. durch den Zusatz „gesponsert“, „Werbung“, „Anzeige“ oder ähnliche Hinweise) und von etwaigen redaktionellen Inhalten abzugrenzen sowie denjenigen zu benennen, in dessen Namen und auf dessen Rechnung die Werbung angezeigt wird.

§ 24 Abrechnungsmodalitäten

24.1. Der Auftraggeber legt im Rahmen der Auftragserteilung ein festes Budget fest, welches nach Maßgabe der Ziffer 24.2 für einzelne SPA aufgebraucht wird.

24.2. Die Abrechnung des Werbebudgets erfolgt nach einem CPC-Modell. Ist das Werbebudget aufgebraucht, werden keine weiteren SPA des Auftraggebers mehr ausgespielt.

24.3. Das im Rahmen eines jeweiligen Auftrags zwischen den Parteien vereinbarte Budget für die Ausspielung der SPA ist innerhalb von 30 Tagen nach Erteilung des Auftrags durch den Auftraggeber zur Zahlung fällig.

24.4. OFMG ist berechtigt, auch vor und während der Laufzeit des Vertrags die (weitere) Durchführung ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Entgelts und vom Ausgleich offener Rechnungsbeträge abhängig zu machen, wenn sich der Auftraggeber mit Zahlungsverpflichtungen in Verzug befindet oder im Falle begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers.

ABSCHNITT D –INSIGHTS SOLUTIONS DATENBANK

§ 25 Anwendungsbereich

Soweit der Vertrag zwischen OFMG und dem Auftraggeber den Zugang zur Insights Solutions Datenbank im Sinne der Ziffer 26.1 zum Gegenstand hat, gelten zusätzlich zu den Abschnitten A und E die Bestimmungen dieses Abschnitts D.

§ 26 Vertragsgegenstand Insights Solutions

26.1. Gegenstand der Buchung von „Retail Insights“ ist die Bereitstellung und der Zugang zu der Insights Solutions Datenbank („**Datenbank**“), auf welcher der Auftraggeber verschiedene Daten zu der im Angebot benannten Lieferantenummer und Region sowie den dort benannten Produktkategorien auswerten kann, um Analysen zur Optimierung seiner Produktions-, Sortiments-, Vertriebs- und/oder Werbeplanungen zu erstellen (die Bereitstellung der Datenbank auch „**Insights Service**“ genannt). Der genaue Umfang der verfügbaren Daten ist vom Datenpaket

(Ziffer 26.2) abhängig, welches der Auftraggeber im Rahmen der Auftragserteilung auswählt.

26.2. Der Auftraggeber kann die folgenden Datenpakete wählen, welche in **Anlage 1** näher beschrieben werden:

- a) Basic
- b) Stock
- c) Category Development

26.3. Weitere Einzelheiten zu den geltenden Rahmenbedingungen ergeben sich aus dem jeweils erteilten Auftrag.

26.4. Die zur Verfügung gestellten Daten werden ein mal pro Woche aktualisiert und können Schwankungen unterliegen, insbesondere aufgrund zeitlicher Verzögerungen bei der Aktualisierung der Datenbank. Die Auswertung und Interpretation der Daten und darauf aufbauenden Analysen obliegt dem Auftraggeber. Hierbei besteht ein Interpretationsspielraum. OFMG schuldet keine Handlungsempfehlungen, soweit diese nicht explizit beauftragt wurde. Für jede Handlung, die der Auftraggeber von den Daten oder explizit beauftragten Handlungsempfehlungen ableitet, ist allein der Auftraggeber verantwortlich.

§ 27 Bereitstellung der Datenbank

27.1. Die Datenbank kann nur Lieferanten des OBI Konzerns bereitgestellt werden.

27.2. OFMG garantiert im Durchschnitt über die Vertragslaufzeit eine monatliche Verfügbarkeit der Datenbank von 99%, ausgehend von einer Verfügbarkeit 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche.

27.3. Für die Berechnung der Verfügbarkeit bleiben solche Ausfallzeiten unberücksichtigt, die auf folgenden Umständen beruhen:

- a) Ausfälle und/oder Störungen von technischen Systemen und/oder Netzkomponenten außerhalb des Verantwortungsbereichs der OFMG, insbesondere Ausfälle durch eingehende IT-Angriffe oder Ausfälle durch unsachgemäße Verwendung von Soft- oder Hardware seitens des Auftraggebers;
- b) verspätete Erfüllung oder Nichterfüllung einer vom Auftraggeber geschuldeten Verpflichtung;
- c) unbefugte Nutzung der Datenbank durch den Auftraggeber oder Dritte;
- d) Wartungsarbeiten an der Datenbank.

27.4. OFMG ist berechtigt, die Struktur und Darstellung der Daten, Dashboards und Benutzeroberfläche der Datenbank zu ändern, solange dies keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf die Nutzung der Datenbank hat.

§ 28 Nutzungsrechte und -anforderungen

28.1. OFMG gewährt dem Auftraggeber das widerrufliche, nicht übertragbare Recht, die Datenbank und die dort enthaltenen Informationen während der Vertragslaufzeit für die unter Ziffer 26.1 genannten Analysen zu nutzen und darauf zuzugreifen. OFMG stellt dem Auftraggeber die Datenbank in der jeweiligen aktuellen Version über das Internet zur Verfügung.

28.2. OFMG bleibt alleiniger Inhaber aller Daten, Informationen oder anderer Inhalte, die in der Datenbank verfügbar sind sowie etwaiger Schutzrechte an diesen.

28.3. Der Auftraggeber garantiert, keine Schadsoftware in die Datenbank einzuspeisen oder diese anderweitig zu infiltrieren und OFMG keine kartellrechtswidrigen Informationen bereitzustellen.

§ 29 Benutzerkonto und Datenschutz

29.1. Für die Nutzung der Datenbank ist ein Benutzerkonto erforderlich. Der Auftraggeber kann bis zu fünf (5) Personen je Region benennen, denen die Registrierung eines personengebundenen Benutzerkontos gestattet wird („**Nutzer**“).

29.2. Für die Registrierung des Benutzerkontos muss der Auftraggeber OFMG Vor- und Nachname sowie die E-Mail-Adresse der Nutzer mitteilen. OFMG erstellt daraufhin ein Benutzerkonto mit einem Initialpasswort, welches per E-Mail dem Nutzer mitgeteilt wird. Für den Login sind die E-Mail-Adresse sowie das Initialpasswort erforderlich.

29.3. Der Auftraggeber ist für alle Handlungen verantwortlich, die über die Benutzerkonten vorgenommen werden. Der Auftraggeber hat die von ihm benannten Nutzer zu verpflichten,

- a) nach dem ersten Login über die Funktion „Passwort vergessen“ ein neues Passwort zu vergeben,
- b) die Login-Daten vor unbefugtem Zugriff zu schützen und nicht an Dritte weiterzugeben.

29.4. Falls eine Partei von einem unbefugten Zugriff auf die Datenbank unter Verwendung eines Benutzerkontos des Auftraggebers Kenntnis erlangt, wird diese Partei die andere Partei unverzüglich benachrichtigen und OFMG wird ohne unangemessene Verzögerung den Zugriff deaktivieren und jegliche Nutzung der Datenbank durch das betroffene Benutzerkonto sperren, bis ein neues Passwort für den Nutzer vergeben ist.

29.5. Im Falle der vertragswidrigen Nutzung der Datenbank ist OFMG berechtigt, einzelne Benutzerkonten dauerhaft und ersatzlos zu sperren.

29.6. Der Auftraggeber garantiert, dass er alle erforderlichen Rechte und Zustimmungen der Nutzer eingeholt hat und diese über die Datenverarbeitung im gesetzlich erforderlichen Umfang informiert hat, um OFMG personenbezogene Daten der benannten Personen zum Zwecke der Anlegung und Unterhaltung eines Benutzeraccounts zur Verfügung zu stellen. Wenn ein Nutzer seine Einwilligung widerruft oder die

Rechtsgrundlage sonst wie entfällt, teilt der Auftraggeber dies OFMG unverzüglich mit.

§ 30 Technische Voraussetzungen

Der Auftraggeber ist für die Beschaffung und Unterhaltung der von ihm benötigten Hardware und Anschlüsse, insbesondere an öffentliche Telekommunikationsnetze, selbst verantwortlich, um einen ungestörten Zugriff auf die Datenbank zu ermöglichen.

§ 31 Vergütung

31.1. Die Vergütung für den Insights Service ist im jeweiligen Auftragsformular angegeben und versteht sich zzgl. der gesetzlichen Umsatzsteuer.

31.2. Die Vergütung setzt sich zusammen aus:

- a) einer einmaligen Gebühr für die Aktivierung des Zugriffs auf die Datenbank und den Zugriff auf archivierte Bestandsdaten der letzten 24 Monate („**Startgebühr**“);
- b) einer monatlichen Gebühr für den Zugriff auf und die Aktualisierung der ausgewählten Daten und Datenpakete.

31.3. Die Startgebühr wird zum Vertragsbeginn abgerechnet. Die monatliche Gebühr wird quartalsweise im Voraus abgerechnet. Die Vergütung ist innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsstellung fällig und durch Überweisung auf das in der Rechnung angegebene Konto zu begleichen. OFMG behält sich vor, Rechnungen ausschließlich elektronisch an den Auftraggeber zu versenden.

31.4. Einwände gegen Rechnungen müssen vom Auftraggeber mindestens in Textform innerhalb von 90 Tagen nach Erhalt der Rechnung erhoben werden. Nach Ablauf dieses Zeitraums gilt die Rechnung als vom Auftraggeber genehmigt.

§ 32 Besondere Vertraulichkeit

32.1. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die erlangten Vertraulichen Informationen in Übereinstimmung mit den geltenden kartellrechtlichen Vorgaben zu nutzen und insbesondere nicht als Druckmittel gegenüber anderen OBI Konzerngesellschaften im Rahmen der Vertragsverhandlungen zu Lieferantenverträgen und -konditionen oder für eine Preisbindung, Preisüberwachung, kartellrechtswidrige Vereinbarung oder aufeinander abgestimmte Verhaltensweise im Sinne des § 1 GWB und Art. 101 AEUV zu nutzen.

32.2. Für den Fall, dass der Auftraggeber selbst oder über Verbundene Unternehmen auch auf der Einzelhandelsstufe (stationär und/oder online) als Händler im B2C-Bereich tätig ist („**Dualer Vertrieb**“), verpflichtet sich der Auftraggeber zusätzlich zur Einhaltung der folgenden Maßnahmen:

- a) Der Auftraggeber stellt sicher und verpflichtet alle Personen innerhalb seines Organisationsbereichs sowie sonstige mit ihm zusammenarbeitende Personen, denen nach Maßgabe dieser AGB oder dem jeweiligen Auftrag der Zugriff auf die Datenbank gestattet ist oder die anderweitig mit den dort verfügbaren Vertraulichen Informationen in Berührung kommen ("**Insider**"), dass die erlangten Vertraulichen Informationen nicht an die Einzelhandelsstufe weitergegeben werden. Insofern gilt die Vertraulichkeitsverpflichtung auch gegenüber unternehmensangehörigen Personen des Auftraggebers, also insbesondere gegenüber den Mitarbeitenden mit Berührung zur Einzelhandelsstufe;
- b) der Auftraggeber stellt sicher, dass Insider nicht gleichzeitig auf der Einzelhandelsstufe des Auftraggebers oder Verbundener Unternehmen arbeiten;
- c) der Auftraggeber stellt sicher, dass der Arbeitsplatz eines Insiders sowohl in physischer Hinsicht als auch hinsichtlich der IT-Infrastruktur von Arbeitsplätzen der Einzelhandelsstufe getrennt ist;
- d) der Auftraggeber stellt sicher, dass innerhalb seines Unternehmens sowie in den Unternehmen sonstiger Insider ("**Insider Unternehmen**") während der Vertragslaufzeit ein Information Security Management System nach ISO 27001 oder vergleichbaren Standards betrieben wird;
- e) der Auftraggeber stellt sicher, dass physische und digitale Zugriffsrechte auf die in der Datenbank enthaltenen Vertraulichen Informationen den Mitarbeitenden der Einzelhandelsstufe nicht zugänglich gemacht werden;
- f) der Auftraggeber stellt sicher, dass alle Mitarbeitenden eines Insider Unternehmens zum rechtmäßigen Umgang mit Vertraulichen Informationen geschult und instruiert werden und regelmäßige und wiederholende Compliance-Schulungen zur Sensibilisierung kartellrechtswidriger

Absprachen und Informationsaustausche erhalten. Der Auftraggeber stellt sicher, dass die Umsetzung der Compliance-Maßnahmen dokumentiert wird und eine fortlaufende, angemessene Überwachung der Mitarbeitenden durch qualifizierte Compliance-Beauftragte stattfindet;

32.3. Die besonderen Verpflichtungen des § 32 gelten in Ergänzung zu den Vertraulichkeitsverpflichtungen aus § 40 dieser AGB. Im Falle von Widersprüchen gehen die Bestimmungen dieses § 32 vor, soweit die Leistungsbeziehung des Insights Service betroffen ist.

§ 33 Besonderes Kündigungsrecht

In Ergänzung der Kündigungsregelungen unter Ziffer § 39 ist OFMG jederzeit mit sofortiger Wirkung und ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist berechtigt,

- a) die Bereitstellung des Datenpakets „Category Development“ einzustellen und einen Teil des Vertrags entsprechend zu kündigen, sobald in der betreffenden Produktkategorie nur zwei oder weniger Anbieter aktiv sind. Für die Berechnung der Anzahl der Anbieter werden nur Anbieter berücksichtigt, die nicht als Verbundene Unternehmen des Auftraggebers oder eines anderen Anbieters in der Produktkategorie gelten. Die Produktkategorien werden durch das Category Management des OBI Konzerns definiert. Dabei ist jeder Artikel einer Hauptproduktgruppe („**MPG**“) und einer untergeordneten Produktgruppe („**PG**“) zugeordnet. Der Zugriff auf das Datenpaket „Category Development“ wird auf einer MPG-Ebene gewährt. Dies bedeutet, dass der Auftraggeber von einer MPG, einschließlich aller mit dieser MPG verknüpften PG, ausgeschlossen werden kann, während er Zugriff auf andere MPG behält. Die monatliche Gebühr wird im Falle der Teilkündigung pro rata reduziert;
- b) den Vertrag zu kündigen, wenn der Lieferantenvertrag zwischen dem Auftraggeber und der zuständigen OBI-Konzerngesellschaft beendet wird.

ABSCHNITT E – ALLGEMEINES

§ 34 Vertragslaufzeit

- 34.1. Die Vertragslaufzeit beginnt zu dem im Auftrag vereinbarten Zeitpunkt („**Startdatum**“) oder, in Ermangelung eines Startdatums, mit Beginn der Ausführungshandlung durch OFMG.
- 34.2. Soweit in diesen AGB oder dem Auftrag nichts anderes geregelt ist, wird der Vertrag auf unbestimmte Zeit geschlossen und kann von jeder Partei mit einer Frist von drei Monaten zum Monatsende gekündigt werden.

§ 35 Mängel und Mängelrüge

- 35.1. Soweit in diesen AGB oder im Auftrag nichts anderes geregelt ist, ist der Auftraggeber verpflichtet, die Leistungen der OFMG nach deren Erbringung unverzüglich auf Vertragsgemäßheit zu prüfen.
- 35.2. Der Auftraggeber ist verpflichtet, etwaige Mängel der vertraglich geschuldeten Leistung unverzüglich nach Kenntniserlangung vom jeweiligen Mangel gegenüber OFMG mindestens in Textform geltend zu machen („**Mängelrüge**“).
- 35.3. Der Auftraggeber ist verpflichtet, OFMG sämtliche für die Prüfung der Mängelrüge erforderlichen Unterlagen auszuhändigen, zu übermitteln oder auf andere Weise zugänglich zu machen.
- 35.4. Unterlässt der Auftraggeber die rechtzeitige Überprüfung der Vertragsgemäßheit und / oder die rechtzeitige Mängelrüge gilt die Leistung als mangelfrei.

§ 36 Haftung

- 36.1. OFMG haftet unbeschränkt bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, bei Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit, bei Übernahme einer Garantie im Umfang der Garantie sowie nach dem Produkthaftungsgesetz.
- 36.2. Bei leichter Fahrlässigkeit haftet OFMG bei Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrags überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Auftraggeber regelmäßig vertrauen darf („**Kardinalpflicht**“), beschränkt auf den typischerweise vorhersehbaren Schaden. Im Übrigen ist die Haftung für leicht fahrlässig verursachte Schäden ausgeschlossen.
- 36.3. Die Haftungsregelungen gelten entsprechend bei einer Pflichtverletzung durch Erfüllungsgehilfen der OFMG.
- 36.4. OFMG haftet nicht für Schäden und Verzögerungen der Leistungserbringung, welche durch Störungen an Telefonleitungen, Servern und sonstigen Einrichtungen entstehen, die nicht dem Kontrollbereich der OFMG unterliegen, und nicht für Beschädigungen und / oder Ausfälle von Werbemitteln und / oder Werbeflächen durch Dritte, die nicht Erfüllungsgehilfen sind, sofern die Beschädigung und / oder der Ausfall durch die Dritten nicht gerade durch eine Pflichtverletzung der OFMG ermöglicht wurde.

§ 37 Freistellung

Der Auftraggeber verpflichtet sich, OFMG und alle OBI-Konzerngesellschaften gegen alle Verluste, Schäden, Ansprüchen und Kosten (einschließlich angemessener

Anwaltskosten) auf erstes Anfordern freizustellen, diese OFMG und den OBI-Konzerngesellschaften zu erstatten und diese schadlos zu halten, soweit sie sich im Zusammenhang mit Ansprüchen ergeben, die auf einer Verletzung der Regelungen dieser AGB oder sonstiger vertraglicher Abreden zwischen den Parteien beruhen.

§ 38 Force Majeure

Soweit und solange ein Fall höherer Gewalt vorliegt, sind die Parteien ab dem Zeitpunkt des Eintritts höherer Gewalt bis zu deren Wegfall von ihren Leistungspflichten befreit. Höhere Gewalt ist ein betriebsfremdes, von außen durch elementare Naturkräfte oder sonstige außergewöhnliche Umweltereignisse oder durch Handlungen dritter Personen herbeigeführtes Ereignis, das nach menschlicher Einsicht und Erfahrung unvorhersehbar ist, mit wirtschaftlich zumutbaren Mitteln auch durch die äußerste, nach der Sachlage vernünftigerweise zu erwartende Sorgfalt nicht verhütet oder unschädlich gemacht werden kann und auch nicht wegen seiner Häufigkeit in Kauf zu nehmen ist. Sofern Leistungen der OFMG durch einen Fall höherer Gewalt unmöglich werden oder eine rechtzeitige Leistungserbringung nicht mehr gewährleistet ist, weist OFMG den Auftraggeber auf diesen Umstand hin. Die Parteien verständigen sich in einem solchen Fall auf einen geeigneten Ersatz.

§ 39 Kündigung

39.1. Beide Parteien sind dazu berechtigt, den Vertrag aus wichtigem Grund ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist zu kündigen.

39.2. Ein wichtiger Grund liegt vor, wenn dem kündigenden Teil unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls und unter Abwägung der beiderseitigen Interessen die Fortsetzung des Vertragsverhältnisses bis zur vereinbarten Beendigung oder bis zum Ablauf einer ordentlichen Kündigungsfrist nicht zugemutet werden kann.

39.3. OFMG ist insbesondere in folgenden Fällen berechtigt, den Vertrag ohne Einhaltung einer Frist zu kündigen:

- a) im Fall eines Verstoßes gegen die OBI-Werberichtlinie;
- b) wenn die zuständige Aufsichtsbehörde die Kampagnenwerbung während der Vertragslaufzeit ganz oder teilweise untersagt;
- c) für den Fall, dass der Auftraggeber eine von ihm geschuldete Mitwirkungshandlung gegenüber OFMG verweigert oder trotz Fälligkeit der Mitwirkungshandlung und Aufforderung durch OFMG mit angemessener Fristsetzung nicht erbringt;
- d) wenn der Auftraggeber mit der Zahlung der fälligen Vergütung in Verzug gerät und trotz Mahnung mit angemessener Fristsetzung nicht innerhalb der gesetzten Frist zahlt;
- e) wenn der Auftraggeber schuldhaft gegen ihm obliegende wesentliche vertragliche Verpflichtungen verstoßen hat und den Verstoß trotz Mahnung mit angemessener Fristsetzung nicht innerhalb der gesetzten Frist abstellt;
- f) wenn der Auftraggeber schuldhaft gegen gesetzliche Vorschriften, die für die Durchführung dieses Vertrages unmittelbar oder mittelbar von Bedeutung sind oder gegen die guten Sitten verstoßen hat;
- g) wenn der Auftraggeber gegen Vertraulichkeitsverpflichtungen verstoßen hat;
- h) wenn der Auftraggeber ein Insolvenzverfahren eröffnet, zahlungsunfähig wird, ein Insolvenzverwalter zugunsten der Gläubiger bestellt wird oder die Geschäftstätigkeit eingestellt wird.

§ 40 Vertraulichkeit

- 40.1. Die Parteien verpflichten sich, alle Vertraulichen Informationen streng vertraulich zu behandeln und diese ausschließlich zur Prüfung, Beurteilung, Beratung, Verhandlung oder Durchführung hinsichtlich des jeweiligen Vertrags zu verwenden, der Anlass für die Übermittlung der Vertraulichen Informationen war („**Zweck**“).
- 40.2. Die Parteien legen Vertrauliche Informationen gegenüber Dritten ausschließlich nach vorheriger, mindestens in Textform erteilter Einwilligung der übermittelnden Partei („**Informationsgeber**“) offen. Als Offenlegung gilt auch die Eingabe Vertraulicher Informationen in KI, soweit die Vertraulichen Informationen auf diese Weise mittelbar auch Dritten zugänglich gemacht werden – etwa durch Nutzung der Vertraulichen Informationen zu generellen Trainingszwecken der KI. Die Einwilligung i.S.d. Satz 1 kann ausschließlich nach dem Ermessen des Informationsgebers erteilt oder verweigert werden. Die empfangende Partei („**Empfängerpartei**“) ist jedoch berechtigt, Vertrauliche Informationen auch ohne vorherige Einwilligung ihren Vertretern offenzulegen (Vertreter sowie alle weiteren Empfänger, denen berechtigt Vertrauliche Informationen offengelegt werden, werden gemeinsam als „**berechtigte Empfänger**“ bezeichnet). Die Offenlegung Vertraulicher Informationen darf allerdings in jedem Fall nur erfolgen, soweit für den Zweck erforderlich und stets unter der Voraussetzung, dass die Empfängerpartei die Einhaltung dieser Vereinbarung durch jeden berechtigten Empfänger sicherstellt und dass die Empfängerpartei für einen Verstoß gegen diese Vereinbarung durch einen ihrer berechtigten Empfänger wie für eigene Verstöße haftet.
- 40.3. „**Vertreter**“ im Sinne des § 40 meint die gem. §§ 15 ff. Aktiengesetz gegenwärtigen und zukünftigen verbundenen Unternehmen einer Partei („**Verbundene Unternehmen**“), sowie die jeweiligen Vorstände, Mitglieder, Führungskräfte und Angestellte einer Partei bzw. eines Verbundenen Unternehmens sowie alle professionellen Berater, Kapitalgeber, Wirtschaftsprüfer und – im Falle von Agenturen - unabhängigen Kunden.
- 40.4. Soweit zwischen den Parteien keine abweichende Regelung getroffen wurde, umfasst „**Vertrauliche Informationen**“ – unabhängig davon, ob die Information vor oder nach Vertragsschluss offengelegt wurde:
- a) alle finanziellen, technischen, wirtschaftlichen, rechtlichen, steuerlichen oder sonstigen Informationen (insbesondere Entwürfe, Fotografien, technische Zeichnungen, (Produkt-)Beschreibungen, Handbücher, Software, Programme, Anleitungen, technisches, wissenschaftliches und wirtschaftliches Know-how, Betriebsabläufe, Methoden, Bewertungsergebnisse, geschäftliche oder technische Pläne und Angebote), die der Empfängerpartei oder ihren Vertretern von dem Informationsgeber oder dessen Vertretern zugänglich gemacht werden oder auf sonstige Weise zur Kenntnis gelangen – in jeglicher Form (mündlich, schriftlich, in elektronischer oder sonstiger Form) und unabhängig davon, ob sie gemäß § 2 Nr. 1 des Gesetzes zum Schutz von Geschäftsgeheimnissen (GeschGehG) oder vergleichbaren Gesetzen anderer Rechtsordnungen als Geschäftsgeheimnisse gelten – und als vertraulich gekennzeichnet sind oder aufgrund anderer Umstände vernünftigerweise als vertraulich einzustufen sind,

- b) die Tatsache, dass Vertrauliche Informationen an die Empfängerpartei und/oder ihre Vertreter offengelegt werden, sowie das Bestehen und den Inhalt etwaiger Verträge zwischen OFMG und dem Auftraggeber sowie alle Preise, Mediareichweiten, Kundenzahlen, Daten im Rahmen der Insights Solution Datenbank und Geschäftsentwicklungsstrategien.

40.5. Nicht als Vertrauliche Informationen gelten Informationen, Daten, Dokumente oder Materialien, die

- a) vor ihrer Offenlegung öffentlich zugänglich waren oder danach öffentlich zugänglich werden, ohne dass die Empfängerpartei, ihre Verbundenen Unternehmen oder ihre Vertreter oder eine andere Partei nach bestem Wissen der Empfängerpartei gegen eine Geheimhaltungsverpflichtung verstößt, oder
- b) der Empfängerpartei oder ihren Vertretern durch einen Dritten rechtmäßig zur Kenntnis gelangen, ohne dass die Empfängerpartei oder ihre Vertreter oder eine andere Partei nach bestem Wissen der Empfängerpartei gegen eine Geheimhaltungsverpflichtung verstößt, oder
- c) der Empfängerpartei oder ihren Vertretern vor der Offenlegung durch den Informationsgeber und/oder seinen Verbundenen Unternehmen rechtmäßig bekannt waren, ohne dass die Empfängerpartei oder ihre Vertreter oder eine andere Partei nach bestem Wissen der Empfängerpartei gegen eine Geheimhaltungsverpflichtung verstoßen hat, oder
- d) von oder zugunsten der Empfängerpartei oder ihren Vertretern ohne die Verwendung von Vertraulichen Informationen entwickelt wurden, oder
- e) vom Informationsgeber mindestens in Textform ausdrücklich für nicht vertraulich erklärt wurden.

40.6. Die Empfängerpartei trägt die Beweislast für das Vorliegen einer Ausnahme nach Ziffer 40.5.

40.7. Die Empfängerpartei oder ihre Vertreter können Vertrauliche Informationen offenlegen, zu deren Offenlegung sie verpflichtet sind aufgrund

- a) des anwendbaren Rechts oder der Vorgaben einer Regulierungsbehörde oder einer staatlichen Stelle, die dies rechtmäßig verlangt, oder
- b) der Vorgaben einer Börsenaufsichtsbehörde oder Börse, an der die Aktien der Empfängerpartei oder ihrer Verbundenen Unternehmen notiert sind oder der die Empfängerpartei oder ihre Vertreter unterstehen, oder
- c) der Anordnung, Verfügung, Bestimmung, Vorschrift oder des Beschlusses eines zuständigen Gerichts, einer Regulierungs-, Justiz- oder Regierungsbehörde oder vergleichbaren Stelle oder der Steuerbehörde einer zuständigen Gerichtsbarkeit, die in Ausübung ihrer Befugnisse handelt,

unter der Voraussetzung, dass die Empfängerpartei oder ihre Vertreter die Offenlegung Vertraulicher Informationen auf das für die Erfüllung ihrer Verpflichtungen erforderliche Mindestmaß beschränken und dass sie den Informationsgeber, sofern dies gesetzlich zulässig ist, so bald wie möglich über diese Verpflichtung schriftlich in Kenntnis setzt, um ihm die Möglichkeit zu geben, gegen die verlangte Offenlegung vorzugehen.

- 40.8. Die Empfängerpartei hat den Informationsgeber unverzüglich zu informieren, wenn sie (einschließlich ihrer Vertreter) Kenntnis davon erlangt, dass Vertrauliche Informationen, welche die Empfängerpartei oder ihre Vertreter erhalten haben, offengelegt oder anderweitig entgegen dieser AGB verwendet wurden.
- 40.9. Die Verpflichtungen in diesem § 40 gelten zugunsten der Verbundenen Unternehmen des Informationsgebers als Vertrag mit Schutzwirkung zugunsten Dritter.
- 40.10. Der Informationsgeber und seine Verbundenen Unternehmen behalten jederzeit sämtliche Rechte an geistigem Eigentum (insbesondere an Patenten, Urheberrechten, Marken- und Know-how-Rechten) im Zusammenhang mit Vertraulichen Informationen, und die Empfängerpartei (einschließlich ihrer berechtigten Empfänger) erwirbt weder vertraglich noch kraft Gesetzes Rechte an geistigem Eigentum im Zusammenhang mit den Vertraulichen Informationen. Der Empfängerpartei oder ihren berechtigten Empfängern werden keinerlei Rechte an Vertraulichen Informationen oder Lizenzen für Vertrauliche Informationen gewährt, mit Ausnahme des eingeschränkten Rechts, die Vertraulichen Informationen durch berechnigte Empfänger für den Vertragszweck zu nutzen.
- 40.11. Die Empfängerpartei und ihre berechtigten Empfänger haben, wenn der Informationsgeber dies schriftlich verlangt oder innerhalb von 30 Tagen nach Beendigung oder Ablauf des Vertrags, der Anlass für die Übermittlung der Vertraulichen Informationen war, sämtliche Dokumente, die Vertrauliche Informationen enthalten, unverzüglich zurückzugeben oder zu vernichten und sämtliche Daten auf Datenträgern, die Vertrauliche Informationen enthalten, dauerhaft zu löschen. Dateien und alle in diesem Zusammenhang erstellten Kopien, die Vertrauliche Informationen enthalten (in jeglicher Form, insbesondere Zusammenfassungen, Kopien und Auszüge Vertraulicher Informationen), sind von allen Datenträgern zu löschen oder, wenn sie in verkörperter Form vorliegen, zu vernichten.
- 40.12. Die Empfängerpartei und ihre berechtigten Empfänger sind nicht verpflichtet – unter der Voraussetzung, dass die aufbewahrten Vertraulichen Informationen nach den Vorgaben dieser Vereinbarung vertraulich behandelt werden –, Vertrauliche Informationen oder Zusammenfassungen, Notizen, Analysen, Sammlungen, Studien oder andere Unterlagen, die Vertrauliche Informationen enthalten, zu löschen, wenn diese
- a) in Backups oder Archiven eines Computersystems gespeichert sind, das Vertrauliche Informationen enthält oder früher enthielt, wenn das Sichern oder Archivieren im Rahmen des normalen Betriebs dieses Computersystems erfolgt und es mit vernünftigen Mitteln nicht möglich ist, auf diese Weise gespeicherte Vertrauliche Informationen zu löschen,
 - b) von der Empfängerpartei und ihren berechtigten Empfängern für Zwecke der Berufshaftpflichtversicherung, für interne Auditverfahren oder für interne Governance-Zwecke aufbewahrt werden müssen oder
 - c) von der Empfängerpartei und ihren berechtigten Empfängern im Rahmen des anwendbaren Rechts oder nach Maßgabe einer zuständigen Justiz-, Regierungs- oder Regulierungsbehörde bzw. einer vergleichbaren Stelle oder nach den Bestimmungen oder Vorschriften einer Börsenaufsichtsbehörde oder Börse, an der Wertpapiere der Empfängerpartei oder ihrer berechtigten Empfänger gelistet sind oder gehandelt werden, oder für Prüfungszwecke, aufbewahrt werden müssen.
- 40.13. Für jeden einzelnen schuldhaften Verstoß gegen die Verpflichtung zur Vertraulichkeit nach § 31 und § 40 dieser AGB ist OFMG berechnigt, von dem

Auftraggeber die Zahlung einer Vertragsstrafe zu fordern, deren Höhe von OFMG nach billigem Ermessen zu bestimmen ist und im Streitfall gerichtlich auf ihre Angemessenheit hin zu überprüfen ist. Bei Übertragung von Vertraulichen Informationen an mehrere Adressaten im Rahmen einer Handlung, etwa bei Versand einer E-Mail an mehrere Adressaten, wird die Vertragsstrafe für jeden Adressaten fällig. Mit der Zahlung der Vertragsstrafe wird die Geltendmachung des Anspruchs auf Unterlassung oder eines darüber hinausgehenden Schadensersatzes bei entsprechendem Nachweis nicht ausgeschlossen. In diesem Fall bleibt dem Auftraggeber die Möglichkeit vorbehalten, nachzuweisen, ein Schaden sei überhaupt nicht oder nicht in der bezeichneten Höhe entstanden. Die Vertragsstrafe wird auf einen möglichen Schadensersatz angerechnet.

- 40.14. Droht ein durch die Empfängerpartei verursachter oder ihr zurechenbarer Verstoß oder die Fortsetzung eines Verstoßes gegen diese AGB, ist der Informationsgeber berechtigt, eine Unterlassungsverfügung im Rahmen des einstweiligen Rechtsschutzes zu erwirken, ohne dass ein tatsächlicher oder potenzieller Schaden nachgewiesen werden muss.

§ 41 Referenzrecht

OFGM ist berechtigt, den Namen und das Logo des Auftraggebers sowie eine Beschreibung der von OFMG erbrachten Leistung (zusammen „Referenzdaten“) als Referenz zu verwenden, um die Leistungen der OFMG gegenüber Dritten zu bewerben („Referenzzweck“). OFMG ist berechtigt, die Referenzdaten öffentlich auf Webseiten von OBI Konzerngesellschaften und in Präsentationen wie Pitch Decks aufzuführen – inklusive etwaiger im Logo enthaltener Marken, Unternehmenskennzeichen oder sonstigen Kennzeichen des Auftraggebers. Der Auftraggeber überträgt OFMG die erforderlichen und an OBI Konzerngesellschaften unterlizenzierbaren Nutzungsrechte, welche inhaltlich auf den Referenzzweck beschränkt sind, räumlich und zeitlich hingegen keinerlei Beschränkung unterliegen.

§ 42 Compliance und Code of Conduct

- 42.1. Der Auftraggeber verpflichtet sich, die jeweils für ihn anwendbaren Gesetze und Vorschriften sowie den Verhaltenskodex von OBI für Geschäftspartner (im folgenden „Verhaltenskodex“ genannt) einzuhalten. Aus diesem ergeben sich Erwartungen, die auch in der Grundsatzerklärung der OBI Unternehmensgruppe verankert sind. Der Auftraggeber verpflichtet sich, zumutbare Anstrengungen zu unternehmen, um die Einhaltung der in dem Verhaltenskodex geregelten Grundsätze auch durch seine unmittelbaren Geschäftspartner sicherzustellen.
- 42.2. OFMG und durch OFMG beauftragte Dritte können zur Überprüfung der Einhaltung vom Auftraggeber jederzeit angemessene Informationen und Unterlagen anfordern und Kontrollmaßnahmen durchführen, wenn der begründete Verdacht eines Verstoßes gegen den Verhaltenskodex besteht.
- 42.3. Der Auftraggeber hat OFMG unverzüglich zu informieren, wenn ihm Verstöße gegen den Verhaltenskodex im eigenen Geschäftsbereich oder bei seinen unmittelbaren oder mittelbaren Geschäftspartnern, die in die Zusammenarbeit mit OFMG involviert sind, bekannt werden. Der Auftraggeber ist verpflichtet, unverzüglich Maßnahmen zu ergreifen, um die Verstöße und deren negative Auswirkungen soweit wie möglich zu verhindern und zu beenden.
- 42.4. Verstößt der Auftraggeber wiederholt oder schwerwiegend gegen den Verhaltenskodex oder gegen die in diesem § 42 geregelten Grundsätze und Pflichten, ist OFMG – unbeschadet etwaiger anderer Rechte und Rechtsbehelfe – berechtigt, die Geschäftsbeziehung zu dem Auftraggeber durch außerordentliche Kündigung mit sofortiger Wirkung zu beenden.

- 42.5. Ferner hat OFMG im Falle eines Verstoßes oder des begründeten Verdachts auf einen Verstoß das Recht, die Geschäftsbeziehung bis zum Abstellen des Verstoßes oder Ausräumen des Verdachts temporär auszusetzen.

§ 43 Einsatz von KI

Sofern der Auftraggeber ein KI-Modell oder KI-System im Sinne der Verordnung (EU) 2024/1689 ("KI-VO") (KI-Modell und KI-System nachfolgend jeweils einzeln und zusammen als "KI" bezeichnet) im Rahmen der Geschäftsbeziehung mit OFMG nutzt, verpflichtet sich der Auftraggeber,

- (a) KI, die mit Daten von OBI oder Daten der OBI Mitarbeitenden arbeitet, nur in geschlossenen Systemumgebungen zu nutzen und die Daten nicht für Zwecke des KI-Trainings, über die Anwendung für OBI hinaus zu verwenden;
- (b) KI nur durch Mitarbeitende einzusetzen, die über die erforderliche KI-Kompetenz im Sinne des Art. 4 KI-VO verfügen;
- (c) die gesetzlich erforderlichen Kennzeichnungspflichten im Zusammenhang mit der Nutzung von KI einzuhalten, insbesondere jene der KI-VO;

§ 44 Abtretung, Aufrechnung, Zurückbehaltungsrechte

- 44.1. OFMG ist berechtigt, die Ansprüche gegen den Auftraggeber aus einem Auftrag jederzeit an eine oder mehrere OBI-Konzerngesellschaften abzutreten. OFMG ist zudem berechtigt, mit eigenen Forderungen gegen Forderungen des Auftraggebers aufzurechnen; dies gilt unter Verzicht auf das Erfordernis der Gegenseitigkeit auch für Forderungen, die der Auftraggeber gegen andere OBI-Konzerngesellschaften hat.
- 44.2. Eine Aufrechnung oder die Geltendmachung eines Zurückbehaltungs- oder Leistungsverweigerungsrechtes durch OFMG ist möglich, soweit OFMG Rechte oder Ansprüche gegenüber dem Auftraggeber zustehen, unabhängig davon, ob etwaige Gegenansprüche von OFMG sich auf das Rechtsgeschäft beziehen, aus dem der Auftraggeber seine Ansprüche ableitet.
- 44.3. Eine Aufrechnung oder die Geltendmachung eines Zurückbehaltungs- oder Leistungsverweigerungsrechtes durch den Auftraggeber ist nur mit unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderungen möglich. Diese Rechte können durch den Auftraggeber nur ausgeübt werden, soweit die Gegenrechte auf demselben Vertragsverhältnis beruhen.

§ 45 Änderungsvorbehalt

- 45.1. Ungeachtet der Ziffer 46.8 können diese AGB durch OFMG geändert werden, soweit dies aus den nachstehend aufgeführten Gründen zur zumutbaren Fort- und Durchführung des Vertragsverhältnisses erforderlich ist:
- a) um entstandene Vertragslücken auszugleichen, wenn eine nach Vertragsschluss in diesen AGB entstandene Lücke nicht unerhebliche Schwierigkeiten bei der Durchführung des Vertrages entstehen lässt (z. B. die Rechtsprechung erklärt eine Klausel für unwirksam) und diese sich nicht anders beseitigen lässt; oder
 - b) um diese AGB an Änderungen der Rechtslage (z. B. Änderungen der einschlägigen Gesetze oder der höchstrichterlichen Rechtsprechung) anzupassen, soweit dies erforderlich ist, um die Rechtmäßigkeit und sonstige Gesetzeskonformität dieser AGB sowie von Leistung und Gegenleistung sicherzustellen;

- c) um das Äquivalenzverhältnis von Leistung und Gegenleistung wiederherzustellen, wenn dies nach Vertragsschluss durch unvorhersehbare Änderungen der gesetzlichen oder sonstigen Rahmenbedingungen (z. B. durch Gesetzesänderungen, sofern deren konkreter Inhalt nicht bereits – etwa in der Phase zwischen dem Abschluss des förmlichen Gesetzgebungsverfahrens und dem Inkrafttreten – absehbar war) in nicht unbedeutendem Maße gestört wird. Dies gilt nur, sofern OFMG diese Änderungen nicht veranlasst und auf diese auch keinen Einfluss hat; oder
 - d) um Anpassungen in der Unternehmensorganisation zu berücksichtigen, soweit zumutbar.
- 45.2. OFMG informiert den Auftraggeber mindestens sechs Wochen vor dem geplanten Wirksamwerden der geänderten AGB über die geplante Änderung.
- 45.3. Der Auftraggeber kann den von der Änderung betroffenen Vertragsteil zu dem vorgeschlagenen Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Änderungen fristlos und kostenfrei kündigen. Erfolgt keine Kündigung durch den Auftraggeber bis zum Wirksamwerden der geänderten AGB, gelten diese als akzeptiert und maßgeblich für die weitere Vertragsbeziehung. Auf beide Punkte wird der Auftraggeber in der Mitteilung besonders hingewiesen.

§ 46 Schlussbestimmungen

- 46.1. Diese AGB und alle Aufträge im Zusammenhang mit diesen AGB unterliegen dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.
- 46.2. Ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten zwischen den Parteien aus oder in Verbindung mit diesen AGB ist Köln.
- 46.3. Etwaige allgemeine Geschäftsbedingungen des Auftraggebers sind ausgeschlossen und werden nicht Vertragsbestandteil. Dies gilt auch dann, wenn der Auftraggeber diese OFMG - gleich in welcher Form oder zu welchem Anlass - übersendet und OFMG nicht widerspricht.
- 46.4. Sollte eine Bestimmung dieser AGB oder der damit in Zusammenhang stehenden Aufträge unwirksam oder nicht durchführbar sein oder werden oder sollte eine Regelungslücke bestehen, wird hierdurch die Wirksamkeit der AGB oder der damit in Zusammenhang stehenden Aufträge im Übrigen nicht berührt. In einem solchen Fall gilt die unwirksame oder nicht durchführbare Bestimmung als durch eine rechtlich wirksame Bestimmung ersetzt, die dem gewollten wirtschaftlichen Zweck der ungültigen oder nicht durchführbaren Bestimmung am nächsten kommt, soweit OFMG nicht von ihrem Änderungsrecht gem. Ziffer 45.1 Gebrauch macht. Entsprechendes gilt für etwaige Regelungslücken.
- 46.5. OFMG ist jederzeit berechtigt, die Rechte und Pflichten aus den Vereinbarungen mit dem Auftraggeber ganz oder teilweise auf andere OBI Konzerngesellschaften zu übertragen. Im Übrigen bedarf die Abtretung von Rechten und Pflichten an Dritte der vorherigen Zustimmung der anderen Partei, die nicht unangemessen verweigert werden darf.
- 46.6. Soweit OFMG es unterlässt, ein gemäß diesen AGB gewährtes Recht oder einen Rechtsbehelf auszuüben bzw. geltend zu machen, gilt dies nicht als Verzicht auf diese Rechte und Rechtsbehelfe. Jedes in den AGB gewährte Recht der OFMG besteht kumulativ und gleichzeitig neben sonstigen aufgrund von Gesetz oder je nach Rechtsordnung anwendbaren Regeln gewährten Rechten und Rechtsbehelfen
- 46.7. Ein Leistungsverweigerungs- oder Zurückbehaltungsrecht kann der Auftraggeber nur geltend machen, sofern der Gegenanspruch auf dem gleichen

Vertragsverhältnis beruht und rechtskräftig festgestellt oder von OFMG anerkannt ist.

- 46.8. Diese AGB und ihre Anhänge stellen mit dem jeweiligen Auftrag die gesamte Vereinbarung zwischen den Parteien hinsichtlich des jeweiligen Auftrags dar. Änderungen, Ergänzungen oder die Aufhebung dieser AGB oder eines Auftrags bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform, wobei für die Erfüllung des Schriftformerfordernisses ein elektronisches Dokument mit E-Signatur und Signierungsprotokoll unter Verwendung einer e-Signatur-Software genügt.

Stand: Januar 2025

Anlage 1 – Beschreibung Retail Insights Datenpakete

1. Basic

Das Datenpaket „Basic“ beinhaltet folgende Datenpunkte für alle Artikel, die unter den definierten Lieferantennummern aufgelistet sind:

- Verkaufsvolumen pro Woche und Monat der letzten 104 Wochen für jeden Artikel und jede Kategorie sowie Hauptkategorie, ausweisbar nach OBI-Store, Bundesland und Land;
- Verkaufsbetrag pro Woche und Monat der letzten 104 Wochen für jeden Artikel und jede Kategorie sowie Hauptkategorie, ausweisbar nach OBI-Store, Bundesland und Land;
- Jahresvergleich zwischen dem laufenden Jahr und dem vorangegangenen Jahr, Jahres-Delta pro Woche und Monat ausweisbar;
- Aufrufe der Produktdetailseite auf der OBI Handelsplattform innerhalb der letzten 104 Wochen;
- Aufschlüsselung der Verkäufe nach verfügbaren Vertriebskanäle (stationär, Abholung im Laden nach Online-Reservierung und Zustellung nach Hause nach Online-Kauf) für alle oben erwähnten Aggregationsebenen der Verkaufsdaten;
- Artikelattribute: Lieferantenartikelnummer, EAN und optional kundenspezifische Artikelattribute.

Darüber hinaus beinhaltet das Datenpaket „Basic“ folgende Daten:

- Wetterdaten (Niederschlag & Durchschnittstemperatur) für jeden OBI-Markt;
- Informationen über die Liegenschaften aller OBI-Märkte hinsichtlich ihrer heyOBI-Beteiligung, Verfügbarkeit von Mietgeräten, Transportvermietung, Gartencenter, Baustoffhalle, Heimwerkerservice, Badplaner, Küchenplaner, Gartenplaner sowie Geschäftsmodell (Eigenmarkt vs. Franchisemarkt), Größen- und Standortcluster sowie individuell festzulegende Markt-Attribute.

Das Datenpaket „Basic“ beinhaltet folgende Dashboards / vorgefertigte Analysen:

- Umsatzentwicklung im Laufe der Zeit;
- Regionale Vertriebsverteilung (inkl. Analyse des durchschnittlichen Umsatzes pro Tag und OBI Markt sowie des Wachstumsbeitrags pro OBI-Markt);
- Entwicklung der Online-Produktansichten im Laufe der Zeit;
- Verhältnis Produktansicht zu tatsächlichen Online-Verkäufen;
- Umsatzverteilung zwischen den einzelnen OBI-Märkten (Filialen können nach Filial-Eigenschaften gefiltert werden);
- Vergleich ausgewählter Verkaufsregionen (Top 5, Flop 5 nach ausgewählten Filtern).

2. Stock

Das Datenpaket „Stock“ beinhaltet folgende Datenpunkte für alle Artikel, die unter den definierten Lieferantennummern aufgelistet sind:

- Lagerbestand der letzten 52 Wochen pro Artikel pro OBI-Markt zu einem festen Datum pro Woche;
- Stationäre Verfügbarkeit eines Artikels, einer Kategorie oder einer Hauptkategorie in %. Die stationäre Verfügbarkeit in % gibt an, in wie viel Prozent der Märkte, in denen der Artikel verfügbar sein sollte, dieser im ausgewählten Zeitraum auch wirklich verfügbar war.
- Anzahl der OBI-Märkte in denen ein Artikel verkauft wird oder wurde;
- Stationäre Reichweite eines Artikels/Kategorie/Hauptkategorie in Wochen (insgesamt / pro Geschäft). Die stationäre Reichweite ergibt sich aus dem Durchschnitt der Nachfrage der letzten 4 Wochen und dem aktuellen Bestand. Sie gibt an, wie viele weitere Wochen der Bestand ausreichen würde, wenn die zukünftige Nachfrage dieser durchschnittlichen Nachfrage der letzten 4 Wochen entsprechen würde;
- Online-Verfügbarkeit eines Artikels, einer Kategorie oder einer Hauptkategorie in %. Die **Online Verfügbarkeit** gibt an, wie viel Prozent der Kunden, die die Artikeldetailseite eines Artikels aufgerufen haben, diesen Artikel auch hätten kaufen können. D.h. die Kennzahl gibt an wie viel Prozent dieser Kunden den Artikel als "kaufbar" (HD-Verfügbar) angezeigt bekommen haben und ihn im online Shop hätten in den Warenkorb legen können.

Das Datenpaket „Stock“ beinhaltet folgende Dashboards / vorgefertigte Analysen:

- Entwicklung der Produktverfügbarkeit im Laufe der letzten 52 Wochen;
- Sortimentsverfügbarkeit und Reichweitenübersicht;
- Detaillierte Bestandsanalyse pro OBI-Markt und Artikel.

3. Category Development

Das Datenpaket „Category Development“ beinhaltet folgende Datenpunkte für alle Artikel, die unter den definierten Lieferantennummern aufgelistet sind:

- Relative Umsatzentwicklung der Unter- und Hauptkategorien bei OBI in einem ausgewählten Zeitraum und auf der Grundlage eines ausgewählten Vergleichszeitraums (wählbar innerhalb der letzten 25 Monate);
- Relative Umsatzentwicklung aller Artikel, die unter den definierten Lieferantennummern gelistet sind, in einem ausgewählten Zeitraum und auf der Grundlage eines ausgewählten Vergleichszeitraums (wählbar innerhalb der letzten 25 Monate);
- Beitrag zum Wachstum jeder Unter- und Hauptkategorie;
- Anteil des Umsatzes einer Unterkategorie am Gesamtumsatz einer Hauptkategorie;
- Umsatzanteil der einzelnen Vertriebskanäle (stationär, Abholung im Laden nach Online-Reservierung und Zustellung nach Hause nach Online-Kauf) in einer Unterkategorie.

Das Datenpaket „Stock“ beinhaltet folgende Dashboards / vorgefertigte Analysen:

- Entwicklung der Umsätze der Kategorien in einem bestimmten Zeitraum gegenüber dem Vergleichszeitraum;
- Umsatzentwicklung der letzten 52 Wochen.