

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Stand 21. März 2017

§ 1 Vertragsgegenstand und Geltungsbereich

- (1) Die Deutscher Fachverlag GmbH, Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main (im Folgenden: „DFV“) stellt dem Kunden die Plattform der Lebensmittel Zeitung „LZ Retailytics“ für die Laufzeit des Vertrages zur Nutzung zur Verfügung. Über die Plattform erhält der Kunde Zugang zu der cloudbasierten Software (im Folgenden „LZ Retailytics“) von DFV, zur Durchführung von Marktanalysen und damit Zugriff auf strukturierte, relevante und vergleichbare Marktinformationen und Analysen zu Unternehmen des Lebensmittelhandels.
- (2) Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Bestellungen des Kunden bei DFV, soweit sich diese Bestellungen auf LZ Retailytics und die damit verbundenen Softwareanwendungen oder sonstige Dienstleistungen des DFV im Zusammenhang mit LZ Retailytics beziehen.
- (3) Das Angebot von LZ Retailytics richtet sich ausschließlich an Unternehmer im Sinne des § 14 BGB. Die Geltung der Vorschriften aus § 312i Abs. 1 Satz 1 Nr. 1-3 BGB wird ausgeschlossen.
- (4) Sie können die derzeit gültigen Allgemeinen Geschäftsbedingungen unter der URL www.retailytics.com/terms-conditions abrufen, speichern und ausdrucken.

§ 2 Vertragsschluss

- (1) Die Präsentationen auf unserer Website stellen keinen verbindlichen Antrag auf den Abschluss eines Vertrags dar. Vielmehr handelt es sich um eine unverbindliche Aufforderung, unsere Dienstleistungen zu bestellen.
- (2) Für „Single-User“-Lizenzen gilt:
 - a. Mit Anklicken des Buttons „order now“ gibt der Kunde ein verbindliches Angebot auf Abschluss eines Dienstvertrages ab.
 - b. Nach Eingang des Angebots erhält der Kunde eine automatisch erzeugte E-Mail, mit der wir bestätigen, dass wir die Bestellung erhalten haben (Eingangsbestätigung). Diese Eingangsbestätigung stellt noch keine Annahme des Angebots des Kunden dar. Ein Vertrag kommt durch die Eingangsbestätigung noch nicht zustande.
 - c. Ein Vertrag kommt erst zustande, wenn wir ausdrücklich die Annahme des Angebots erklären oder wenn wir das von dem Kunden gebuchte Lizenzmodell zur Nutzung freischalten.
- (3) Für „Multi-User“-Lizenzen gilt:
 - a. Ein Vertragsschluss über das Online-Angebot ist nicht möglich.
 - b. Der Kunde hat die Möglichkeit, über das Online-Angebot von LZ Retailytics oder in sonstiger Weise mit DFV in Kontakt zu treten. Anschließend wird dem Kunden ein Bestellformular („Order Form“) zur Verfügung gestellt. Mit Übersendung des unterzeichneten Bestellformulars an DFV gibt der Kunde ein verbindliches Angebot auf Abschluss eines Dienstvertrages ab.
 - c. Ein Vertrag kommt erst zustande, wenn wir ausdrücklich die Annahme des Angebots erklären oder wenn wir das von dem Kunden gebuchte Lizenzmodell zur Nutzung freischalten.

§ 3 Leistungen des DFV

- (1) LZ Retailytics ist eine Software zur Unterstützung des Kunden bei der Durchführung von Marktanalysen auf dem Gebiet des Lebensmittelhandels. Mit LZ Retailytics kann der Kunde insbesondere
 - auf relevante Marktinformationen, Prognosen und Rankings zugreifen,
 - Recherchen vornehmen und
 - individuelle Reports, z.B. PowerPoint-Präsentationen und Excel-Tabellen, erstellen (Report-Builder).
- (2) LZ Retailytics ermöglicht dem Kunden die Vornahme einer eigenen Marktanalyse auf Basis der zur Verfügung gestellten Rankings und Prognosen. Dem Kunden ist bekannt, dass die von LZ Retailytics erstellten standardisierten Berechnungen und Ergebnisse auf öffentlich zugänglichen Daten und Informationen sowie auf Schätzungen, Vorhersagen und Wahrscheinlichkeitsberechnungen beruhen, die von tatsächlichen Werten der Vergangenheit und der Gegenwart sowie von Entwicklungen in der Zukunft abweichen können. Die von LZ Retailytics zur Verfügung gestellten Ergebnisse können daher nur ein Hilfsmittel für eigene Entscheidungen des Kunden sein.
- (3) Sofern eine zeitlich und inhaltlich begrenzte kostenlose Nutzung von LZ Retailytics (Testzugang) vereinbart wird, wird der konkrete Funktions- und Leistungsumfang durch das jeweilige Angebot festgelegt. Ein Anspruch auf Nutzung bestimmter Funktionalitäten besteht während des Testzeitraums nicht.
- (4) LZ Retailytics wird dem Kunden über eine Online-Plattform zur Verfügung gestellt. DFV ist bemüht, einen störungsfreien Betrieb der Plattform dauerhaft anzubieten. Dies beschränkt sich naturgemäß auf Leistungen, auf die DFV einen Einfluss hat. Der Kunde erkennt jedoch an, dass eine vollständige lückenlose Verfügbarkeit der Plattform technisch nicht realisierbar ist. DFV bleibt es insbesondere unbenommen, den Zugang zu der Plattform aufgrund von Wartungsarbeiten, Kapazitätsproblemen und aufgrund von Ereignissen, die nicht in seinem Machtbereich stehen, ganz oder teilweise, zeitweise oder auf Dauer, einzuschränken. DFV führt an den genutzten Systemen regelmäßig Wartungsarbeiten zur Sicherheit des Netzbetriebes, zur Aufrechterhaltung der Netzintegrität, der Interoperabilität der Dienste und des Datenschutzes durch. DFV wird die Wartungsarbeiten, soweit dies möglich ist, in nutzungsarmen Zeiten durchführen. Sollten längere Leistungseinschränkungen erforderlich sein, wird DFV den Kunden über Art, Ausmaß und Dauer von

GENERAL TERMS AND CONDITIONS

Version 21 March 2017

§ 1 Subject of Agreement and scope of application

- (1) Deutscher Fachverlag GmbH, Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main (hereinafter referred to as "DFV") provides the Customer with the use of the "LZ Retailytics" platform by Lebensmittel Zeitung for the duration of the Agreement. Via the platform, the Customer receives access to the cloud-based software (hereinafter referred to as "LZ Retailytics") of DFV to conduct market analyses and thus access to structured, relevant and comparable market information and analyses of companies in the retail food sector.
- (2) These General Terms and Conditions apply for all orders of the Customer at DFV if these orders pertain to LZ Retailytics and the associated software applications or other services of DFV in connection with LZ Retailytics.
- (3) The offer of LZ Retailytics is exclusively directed toward business entities in terms of § 14 BGB (German Civil Code). The application of § 312i (1) sentence 1 no. 1-3 BGB is excluded.
- (4) You may download, save and print out the currently applicable General Terms and Conditions under the URL www.retailytics.com/terms-conditions.

§ 2 Formation of an Agreement

- (1) The presentations on our website do not represent a binding application for the formation of an Agreement. Rather, they are a non-binding invitation to order our services.
- (2) The following applies for "Single-User" licenses:
 - a. By clicking on the button "order now", the Customer issues a binding offer for the formation of a service Agreement.
 - b. Upon receipt of the offer, the Customer receives an automatically generated email with which we confirm that we have received the order (acknowledgment of receipt). This acknowledgment of receipt does not represent the acceptance of the Customer's offer. An Agreement is not yet formed by the acknowledgment of receipt.
 - c. An Agreement is only formed if we explicitly declare the acceptance of the offer or if we activate the license model booked by the Customer for usage.
- (3) The following applies for "Multi User" licenses:
 - a. The formation of an Agreement via the online platform is not possible.
 - b. The Customer may contact DFV via the LZ Retailytics website or otherwise. The Customer will subsequently be provided with an Order Form. By returning the signed Order Form to DFV, the Customer makes a binding offer for the formation of a service Agreement.
 - c. An Agreement is only formed if we explicitly declare the acceptance of the offer or if we activate the license model booked by the Customer for usage.

§ 3 Services of DFV

- (1) LZ Retailytics is a software to support the Customer in the execution of market analyses in the retail food sector. LZ Retailytics particularly enables the Customer to
 - access relevant market information, forecasts and rankings,
 - conduct research and
 - establish individual reports, e.g. PowerPoint presentations and Excel tables (Report-Builder).
- (2) LZ Retailytics enables the Customer to conduct his own market analysis based on the provided rankings and forecasts. The Customer is aware that the standardised calculations and results established by LZ Retailytics are based on publically available data and information as well as estimates, forecasts and probability calculations, which may deviate from actual values of the past and present as well as future developments. The results provided by LZ Retailytics may therefore only be a tool for the Customer's own decisions.
- (3) If a free usage of LZ Retailytics is agreed with time and content limitations (trial access), the precise scope of function and performance is specified by the respective offer. Any claim to the usage of certain functionalities during the trial period is excluded.
- (4) LZ Retailytics shall be provided to the Customer via an online platform. DFV endeavours to provide an interference-free operation of the platform on a permanent basis. Naturally, this is limited to services which can be influenced by DFV. However, the Customer acknowledges that the complete, uninterrupted availability of the platform is technically not feasible. DFV specifically reserves the right to entirely or partially, temporarily or permanently limit access to the platform due to maintenance works, capacity issues and events outside of its sphere of control. DFV regularly performs maintenance works for the security of the network operation, to maintain network integrity, for the interoperability of the services and data protection on the utilized systems. DFV shall conduct the maintenance works during low-traffic periods, if possible. In the event of extended service limitations, DFV shall inform the Customer of the type, extent and duration prior to the scheduled impairments.

geplanten Beeinträchtigungen zuvor unterrichten.

- (5) DFV behält sich vor, die technischen Standards und Sicherheitsmerkmale zu ändern, sofern die Änderung einer Verbesserung der Sicherheit dient, die Änderung gesetzlich oder behördlich vorgeschrieben ist oder mit der Änderung keine für den Kunden erhebliche Nachteile verbunden sind. Ein Anspruch des Kunden auf Schaffung oder Aufrechterhaltung bestimmter Funktionalitäten besteht nicht.
- (6) Sofern die Parteien im Zusammenhang mit LZ Retailytics die Durchführung von Workshops, Trainings, interaktiven Seminaren, Advisory Projekten oder sonstigen weiteren Dienstleistungen vereinbaren, sind diese vorbehaltlich einer anderweitigen vertraglichen Vereinbarung gesondert zu vergüten. Ist ein konkreter Preis für eine Leistung nicht festgelegt und auch nicht anderweitig vereinbart, gilt eine angemessene Vergütung als vereinbart.

§ 4 Pflichten des Kunden

- (1) Der Kunde ist verpflichtet, die vereinbarte Vergütung fristgerecht an DFV zu zahlen.
- (2) Der Kunde hat seine Log-In-Daten sicher zu verwahren und den Zugriff Dritter auf die Log-In-Daten durch angemessene Maßnahmen zu verhindern. Die Weitergabe an unbefugte Dritte ist untersagt. Der Kunde wird seine Mitarbeiter, welche im Rahmen der vereinbarten Lizenzen personengebundene Log-In-Daten erhalten, in gleichem Umfang zur sicheren Verwahrung und Geheimhaltung seiner Log-In-Daten verpflichten.
- (3) Der Kunde wird zudem dafür Sorge tragen, dass von seinen Systemen keine Viren in die Systeme von DFV gelangen. Er darf von DFV eingerichtete Sicherheitsmaßnahmen nicht umgehen oder ausschalten. Etwaige Funktionsstörungen wird der Kunde unverzüglich melden.
- (4) Für die Speicherung und Sicherung der unter Nutzung von LZ Retailytics erzeugten Daten, Reports und Präsentationen ist der Kunde selbst verantwortlich, insbesondere erfolgt keine Hinterlegung in einem Benutzerkonto des Nutzers.
- (5) Der Kunde unterlässt jedwede Handlung, die geeignet ist, den Betrieb von LZ Retailytics oder der dahinter stehenden technischen Infrastruktur zu beeinträchtigen und/oder übermäßig zu belasten. Dazu zählen insbesondere:
 - die Verbreitung von Viren, Trojanern und anderen schädlichen Dateien über LZ Retailytics;
 - die Verwendung von Software, Skripten oder Datenbanken in Verbindung mit der Nutzung der Plattform;
 - das Blockieren, Überschreiben, Modifizieren, Kopieren von Daten und/oder sonstigen Inhalten, soweit dies nicht für die ordnungsgemäße Nutzung von LZ Retailytics erforderlich ist.

§ 5 Vergütung; Abrechnung

- (1) Die Vergütung für die Inanspruchnahme der Dienste von LZ Retailytics und aller etwaiger Zusatzleistungen von DFV richtet sich nach den auf der Plattform angegebenen Preise (bei Single-User-Lizenzen) bzw. nach den jeweils bei Vertragsschluss individuell vereinbarten Preisen (bei „Multi-User“-Lizenzen und Zusatzleistungen).
- (2) Alle angegebenen Preise sind Netto-Preise und verstehen sich zuzüglich der jeweils geltenden gesetzlichen Mehrwertsteuer.
- (3) Die Entgelte sind vor Beginn des jeweiligen Abrechnungszeitraums jährlich zur Zahlung fällig.
- (4) Die Abrechnung erfolgt per Rechnung.
- (5) DFV verschickt die Rechnung per Post an die vom Kunden bei Vertragsschluss angegebene Firmenadresse. Zur Abrechnung von Single-User-Lizenzen wird die Rechnung elektronisch per E-Mail an die angegebene E-Mail-Adresse versandt.
- (6) Bei Zahlung per Kreditkarte wird das Kreditkartenkonto mit Abschluss der Bestellung in der Höhe des vereinbarten Entgelts belastet.
- (7) Bei Zahlung per Lastschrift hat der Kunde ggf. jene Kosten zu tragen, die infolge einer Rückbuchung einer Zahlungstransaktion mangels Kontodeckung oder aufgrund von durch den Kunden falsch übermittelter Daten der Bankverbindung entstehen.
- (8) Gerät der Kunde mit einer Zahlung in Verzug, so ist er dem DFV zur Zahlung der gesetzlichen Verzugszinsen in Höhe von 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz verpflichtet. Die Geltendmachung eines Schadensersatzes bleibt vorbehalten.
- (9) Eine Aufrechnung von Verbindlichkeiten des Kunden aus diesem Vertrag ist nur mit Forderungen gegen DFV zulässig, die bereits rechtskräftig festgestellt oder DFV anerkannt oder nicht bestritten wurden.

§ 6 Laufzeit, Kündigung

- (1) Sofern nicht anders ausdrücklich vereinbart, wird der Vertrag zwischen den Parteien für die Dauer von 12 Monaten geschlossen (Mindestlaufzeit).
- (2) Der Vertrag verlängert sich nach Ablauf der jeweils vereinbarten Mindestlaufzeit automatisch um ein weiteres Jahr, wenn er nicht von einer Partei mit einer Frist von 60 Tagen zum Ende der jeweiligen Laufzeit in Textform (z.B. per Brief, Fax oder E-Mail an sales@retailytics.com) gekündigt wird.
- (3) Das Recht beider Parteien, das Vertragsverhältnis aus wichtigem Grund außerordentlich zu kündigen, bleibt unberührt. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn die Parteien wesentliche Pflichten (Kardinalpflichten) des Vertrages verletzen. Eine wesentliche Pflichtverletzung durch den Kunden liegt insbesondere dann vor, wenn der Kunde trotz Mahnung seiner Pflicht zur Zahlung der Vergütung nicht nachkommt oder wenn eine missbräuchliche Nutzung von LZ Retailytics erfolgt. Eine missbräuchliche Nutzung liegt insbesondere dann vor, wenn wiederholt und trotz Aufforderung durch den DFV dies zu unterlassen, mehr Nutzer auf LZ Retailytics zugreifen, als die erworbene Lizenz dies erlaubt, oder wenn eine Weitergabe der aus LZ Retailytics stammenden Daten an Dritte im Sinne des § 7 Abs. 4 dieser Vereinbarung erfolgt.

- (5) DFV reserves the right to amend the technical standards and security features if the amendment is intended to improve security, is legally or officially required or if the amendment is not associated with significant disadvantages for the Customer. A claim by the Customer to create or maintain certain functionalities is excluded.

- (6) If the Parties agree to the execution of workshops, training, interactive seminars, advisory projects or other services associated with LZ Retailytics, they have to be remunerated separately subject to contractual Agreements to the contrary. If a specific prices has not been determined or otherwise agreed for a service, an appropriate compensation is deemed agreed.

§ 4 Obligations of the Customer

- (1) The Customer is obligated to pay the agreed remuneration to DFV within the prescribed period.
- (2) The Customer has to keep his log-in data safe and prevent third party access to the log-in data with appropriate measures. The transfer to unauthorised parties is prohibited. The Customer shall obligate his employees, who receive personal log-in data in the context of the agreed licenses, to keep their log-in data safe and confidential at the same extent.
- (3) The Customer shall furthermore ensure that no viruses are transferred from his systems to the systems of DFV. He may not bypass or deactivate security measures established by DFV. The Customer shall report any malfunctions without undue delay.
- (4) The Customer is responsible for the storing and securing of any data, reports and presentations generated based on the usage of LZ Retailytics; in particular, DFV shall not store any data in a Customer account of the user.
- (5) The Customer shall omit any action which is capable of impairing and/or excessively burden the operation of LZ Retailytics or the underlying technical infrastructure. This particularly includes:
 - the distribution of viruses, Trojan viruses and other damaging files via LZ Retailytics;
 - the use of software, scripts or databases in connection with the use of the platform;
 - blocking, overwriting, modifying, copying of data and/or other content if this is not required for the proper usage of LZ Retailytics.

§ 5 Remuneration; invoicing

- (1) The remuneration for the utilization of the services of LZ Retailytics and any additional services of DFV is based on the prices specified on the platform (in case of single-user-licenses) and/or the respective individually agreed prices at the formation of the Agreement (in case of "multi user" - licenses and additional services).
- (2) All specified prices are net prices exclusive of the applicable statutory VAT.
- (3) The remuneration is due and payable annually prior to the commencement of the respective accounting period.
- (4) Accounting occurs via invoice.
- (5) DFV dispatches the invoice via postal delivery to the company address specified by the Customer at the formation of the Agreement. The invoice for "single user" licenses is dispatched electronically via email to the specified email address.
- (6) In case of payment by credit card, the credit card account is debited in the amount of the agreed remuneration upon conclusion of the order.
- (7) In case of payments via direct debit, the Customer is responsible for any costs incurred as a result of reverse booking of a payment transaction due to lack of funds or due to incorrect banking data transmitted by the Customer.
- (8) If the Customer is in default with a payment, he is obligated to pay to DFV default interest in the amount of 9 percentage points above the base interest rate. The right to assert further compensation remains reserved.
- (9) Any offsetting of the Customer's obligations from this Agreement is only admissible for claims against DFV, which have been legally determined or acknowledged or which are uncontested by DFV.

§ 6 Term, termination

- (1) Unless explicitly agreed otherwise, the Agreement between the parties is concluded for a period of 12 full months (minimum term).
- (2) Upon expiration of the respectively agreed minimum term, the Agreement is automatically extended by a further year unless it is terminated in text form (e.g. letter, fax, email to sales@retailytics.com) by a party with a notice period of 60 days to the end of the respective term.
- (3) The right of either party to extraordinarily terminate the contractual relationship for an important reason remains unaffected. An important reason particularly exists if the parties violate essential obligations (cardinal obligations) of the Agreement. An essential violation of obligations by the Customer exists if the Customer does not comply with his obligation to pay the remuneration despite a warning or in the event of wrongful usage of LZ Retailytics. Wrongful use particularly exists if more users than permitted by the purchased license repeatedly access LZ Retailytics despite a request by DFV to desist, or in the event of a transfer of data originating from LZ Retailytics to a third party in terms of § 7 (4) of this Agreement.

§ 7 Lizenzen und Nutzungsrechte

- (1) Sofern der Kunde eine Einzelnutzer-Lizenz („Single-User“-Lizenz) erwirbt, handelt es sich dabei um eine benutzerbezogene Lizenz (named-user), die nur den bei Registrierung namentlich benannten Benutzer dazu berechtigt, LZ Retailytics zu nutzen. Die Log-In-Daten sind personalisiert. Es ist untersagt, die Log-In-Daten an Dritte weiterzugeben.
- (2) Sofern der Kunde eine Mehrbenutzerlizenz („Multi-User“-Lizenz) erwirbt, ist er berechtigt, der vereinbarten Anzahl an Mitarbeitern derart Zugang zu LZ Retailytics zu verschaffen, dass LZ Retailytics innerhalb seines Betriebes in der vereinbarten Anzahl auf mehreren Bildschirmarbeitsplätzen bzw. mobilen Endgeräten auch zeitgleich eingesetzt werden kann. Zugang erhalten die Mitarbeiter nach ihrer Registrierung auf der durch DFV nach Vertragsschluss mitgeteilten Landing-Page über ihre personalisierten Log-In-Daten. Die einzelnen Lizenzen im Rahmen einer „Multi-User“-Lizenz sind benutzerbezogen und dürfen nur von dem jeweils bei der Registrierung namentlich oder mittels persönlicher E-Mail-Adresse benannten Mitarbeiter genutzt werden. Um einzelne Lizenzen auf andere Mitarbeiter zu übertragen, hat der Kunde die Möglichkeit, den eingerichteten Zugang des bisherigen Mitarbeiters zu löschen und die dadurch freigewordene Lizenz durch Registrierung eines anderen Mitarbeiters unternehmensintern neu zu vergeben.
- (3) Unabhängig von der Lizenzart räumt DFV dem Kunden für die Laufzeit des Vertrages lediglich ein einfaches, nicht unterlizenzierbares und nicht übertragbares Recht ein, LZ Retailytics und deren Anwendungen (inklusive der individuell erstellten Reports in digitaler und gedruckter Form) zu nutzen.
- (4) Der Kunde ist nicht berechtigt, die zur Verfügung gestellten Daten und sonstigen Inhalte in anderer Weise zu nutzen, als dies vertraglich vereinbart und in LZ Retailytics vorgesehen ist. Insbesondere ist es dem Kunden nicht gestattet, Inhalte, Daten und sonstige über LZ Retailytics erzeugte Ergebnisse zu anderen als die eigenen Geschäftszwecke zu verwenden. Eine Verwendung für Geschäftszwecke Dritter oder die Weitergabe der durch Nutzung von LZ Retailytics erhaltenen Daten an Dritte zur Verwendung zu deren Geschäftszwecken ist untersagt und nach Maßgabe des folgenden § 8 dieser Vereinbarung gegebenenfalls strafbewehrt. Dritter im Sinne dieser Vereinbarung ist jede Person oder Stelle außerhalb des Unternehmens, d.h. jedes andere rechtlich selbständige Unternehmen, insbesondere auch die eigenen Kunden oder (Verbands-)Mitglieder des Kunden.
- (5) DFV ist berechtigt, die Inhalte mit sichtbaren und unsichtbaren Kennzeichnungen individuell zu personalisieren, um die Ermittlung und rechtliche Verfolgung einer missbräuchlichen Nutzung zu ermöglichen. Der Kunde ist nicht berechtigt, Urheberrechtsvermerke, Markenzeichen oder andere Rechtsvorbehalte von Inhalten zu entfernen.

§ 8 Vertragsstrafe

Der Kunde verpflichtet sich, für jeden schuldhaften Fall des Verstoßes gegen die Verpflichtungen aus § 7 Abs. 4, insbesondere bei Verwendung der Daten für Geschäftszwecke Dritter oder bei Weitergabe der durch Nutzung von LZ Retailytics erhaltenen Daten oder Ergebnisse an Dritte zur Verwendung zu deren Geschäftszwecken, eine Vertragsstrafe an DFV zu zahlen. Die Vertragsstrafe beträgt zwischen 10.000,00 Euro (in Worten: zehntausend Euro) und 50.000,00 Euro (in Worten: fünfzigtausend Euro). Die Höhe der Vertragsstrafe wird durch DFV nach billigem Ermessen unter Berücksichtigung der Bedeutung der verletzten Pflicht, dem (auch immateriellem) Nachteil von DFV, der Reichweite der Verwendung bzw. Weitergabe (z.B. gegenüber einem beschränkten oder unbeschränkten Personenkreis), der Eigenschaften des Dritten (z.B. Dritte, die dem typischen Kundenkreis von LZ Retailytics angehören), dem Grad der Pflichtverletzung und dem Verschulden des Kunden bestimmt. Der Kunde hat im Streitfall über die Billigkeit des festgesetzten Betrages das Recht, Klage vor dem zuständigen Gericht zu erheben. Die Einrede des Fortsetzungszusammenhangs ist ausgeschlossen. Bei Dauerverstößen gilt jede angefangene Woche der Zuwiderhandlung als ein gesonderter Verstoß. Darüber hinausgehende Schadenersatzansprüche bleiben unberührt. Eine gezahlte Vertragsstrafe ist auf etwaige Schadenersatzansprüche anzurechnen.

§ 9 Haftung und Gewährleistung

- (1) DFV versichert, seine Verpflichtungen nach diesem Vertrag mit der verkehrsüblichen Sorgfalt zu erbringen. Dem Kunden ist bewusst, dass die von LZ Retailytics generierten standardisierten Ergebnisse auf Grundlage öffentlich zugänglicher Daten und Zahlen sowie auf Prognosen, Wahrscheinlichkeitsberechnungen und Schätzungen beruhen, die von den tatsächlichen Werten der Vergangenheit und der Gegenwart sowie von Entwicklungen in der Zukunft abweichen können. DFV haftet daher nicht für Entscheidungen des Kunden, die dieser auf Grundlage der Softwareergebnisse getroffen hat und die sich im Nachhinein als fehlerhaft oder ungenau herausstellen.
- (2) DFV haftet unbeschränkt für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.
- (3) Für leichte Fahrlässigkeit haftet DFV unbeschränkt bei Schäden aus der Verletzung des Lebens des Körpers oder der Gesundheit von Personen. DFV haftet bei leichter Fahrlässigkeit im Übrigen nur bei der Verletzung einer wesentlichen Vertragspflicht, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Kunde regelmäßig vertrauen darf (Kardinalpflicht), sowie der Höhe nach beschränkt auf die bei Vertragsschluss vorhersehbaren und vertragstypischen Schäden.
- (4) Diese Haftungsbeschränkungen gelten auch zu Gunsten von Erfüllungsgehilfen des DFV.
- (5) Für den Verlust von durch den Kunden durch Nutzung von LZ Retailytics erzeugte Daten, oder individuelle Reports haftet DFV insoweit nicht, als der Schaden darauf beruht, dass es der Kunde unterlassen hat, ausreichende Datensicherung (z.B. durch lokale Speicherung) durchzuführen und dadurch sicherzustellen, dass

§ 7 Licenses and usage rights

- (1) If the Customer purchases a "Single User" license, it is a user-related license (named user), which only permits the user specified by name at the time of registration to use LZ Retailytics. The log-in data is personalized. It is prohibited to pass the log-in data onto any other person.
- (2) If the Customer has purchased a "Multi-User" license, he is entitled to provide access to LZ Retailytics to the agreed number of employees in such a manner that LZ Retailytics can be deployed within his business on the agreed number of screen workplaces and/or mobile terminals, also simultaneously. Following their registration via the landing page specified by DFV upon formation of the Agreement, the employees gain access with their personalized log-in data. The individual licenses in the context of a "Multi User" license are user-related and may only be used by the respective employee specified by name or personal email-address at the time of registration. In order to transfer individual licenses to other employees, the Customer has the option to have the established access of the former employee deleted and issue the thus vacant license anew by registering another employee of the company.
- (3) Regardless of the type of license, DFV merely grants the Customer a non-exclusive right, which cannot be sub-licensed or transferred, to use LZ Retailytics and its applications (including the individually established reports in a digital and printed version) for the duration of the Agreement.
- (4) The Customer is not entitled to use the provided data and other contents in any manner other than that contractually specified and intended in LZ Retailytics. The Customer is particularly prohibited from using contents, data and other results generated by LZ Retailytics for purposes other than his own business purposes. The utilization for third party business purposes or the transfer of the data obtained from the usage of LZ Retailytics to third parties for the use at their business purposes is prohibited and subject to penalty according to the stipulation of § 8 of this Agreement. Any person or office outside of the company, i.e. each other legally independent entity - particularly also the own customers or (association) members of the Customer - are considered third parties for the purpose of this Agreement.
- (5) DFV is entitled to individually personalize the contents with visible and invisible characteristics in order to facilitate the determination and legal pursuit of improper use. The Customer is not entitled to remove copyright references, trademarks or other legal reservations from contents.

§ 8 Contractual penalty

The Customer is obligated to pay a contractual penalty to DFV for each culpable violation of the obligations from § 7 (4), particularly in case of the usage of the data for third party business purposes or transfer of data or results obtained through the usage of LZ Retailytics to third parties for their business purposes. The contractual penalty ranges from 10,000.00 Euro (in words: ten thousand Euro) to 50,000.00 Euro (in words: fifty thousand Euro). The amount of the contractual penalty is determined by DFV at its discretion, considering the significance of the violated obligation, the (also intangible) disadvantage to DFV, the scope of the usage and/or transfer (e.g. to a limited or unlimited group of people), the characteristics of the third party (e.g. third parties associated with the typical clientele of LZ Retailytics), the degree of the violation as well as the culpability of the Customer. In the event of a dispute, the Customer is entitled to lodge a claim at the responsible court regarding the fairness of the determined amount. The plea of a continued violation is excluded. In case of continuous violations, each commenced week of the violation is considered a separate violation. Further compensation claims remain unaffected. Any paid contractual penalty is to be credited toward any compensation claims.

§ 9 Haftung und Gewährleistung

- (1) DFV warrants compliance with its obligations according to this Agreement subject to appropriate care and attention. The Customer is aware that the standardized results generated by LZ Retailytics are based on publically accessible data and numbers as well as forecasts, probability calculations and estimations which may differ from the actual values of the past and present as well as developments in the future. Therefore, DFV is not liable for decisions taken by the Customer based on the software results and which, in hindsight, are incorrect or inaccurate.
- (2) DFV is unlimitedly liable in case of intent and gross negligence.
- (3) In case of slight negligence, DFV is unlimitedly liable in case of violation of life, limb or health of persons. In cases of slight negligence, DFV is otherwise only liable for damages resulting from the violation of essential contractual obligations, the fulfilment of which allows the proper execution of the Agreement and the compliance of which the Customer may regularly assume (cardinal obligation) as well as limited in the amount to damages foreseeable and typical to the Agreement at the time of formation of the Agreement.
- (4) These liability limitations also apply for the benefit of vicarious agents of DFV.
- (5) DFV is not liable for the Customer's loss of data or individual reports generated by the usage of LZ Retailytics to the extent that the damage is based on the fact that the Customer has omitted to execute sufficient data back-ups (e.g. by way of local back-up) and thus ensure that lost data can be restored with acceptable

verloren gegangene Daten mit vertretbarem Aufwand wiederhergestellt werden können.

- (6) Im Übrigen finden die Vorschriften des Dienstvertragsrechts nach §§ 611 ff. BGB Anwendung.

§ 10 Vertraulichkeit; Werbung; Tracking

- (1) Die Parteien verpflichten sich, alle ihnen vor oder bei der Vertragsdurchführung von dem jeweils anderen Vertragspartner zugehenden oder bekannt werdenden Informationen und Unterlagen, die rechtlich geschützt sind oder Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisse beinhalten oder als vertraulich bezeichnet sind, auch über das Vertragsende hinaus vertraulich zu behandeln, es sei denn, sie sind ohne Verstoß gegen eine Vertraulichkeitspflicht öffentlich bekannt. Als vertraulich sehen die Parteien insbesondere auch die Höhe des im Zusammenhang mit einer „Multi-User“-Lizenz vereinbarten Preis an. Die Parteien verwahren und sichern diese Unterlagen so, dass ein Zugang durch Dritte ausgeschlossen ist.
- (2) DFV ist es gestattet, mit der Tatsache, dass der Kunde den DFV beauftragt hat, in geeigneter Weise zu werben und darf zu diesem Zweck auch über das Vertragsende hinaus in Referenzlisten (gleich ob online oder offline) Logos u.Ä. des Kunden verwenden.
- (3) DFV ist berechtigt, das Verhalten des Kunden und seiner Mitarbeiter bei der Nutzung von LZ Retailytics zu erfassen und statistisch auszuwerten. Eine inhaltliche Auswertung des Nutzungsverhaltens des Kunden, insbesondere eine inhaltliche Auswertung seiner Suchanfragen, erfolgt nicht. DFV ist zudem berechtigt, solche Daten in anonymisierter Form zu verwalten, um Marketingmaßnahmen statistisch auszuwerten und somit zur Verbesserung von Kampagnen beizutragen. Solche anonymisierten Daten lassen keine konkreten Rückschlüsse auf den Kunden zu.
- (4) DFV ist berechtigt, beim Kunden ein Audit über die tatsächliche Nutzung von Retailytics vorzunehmen. Unter Berücksichtigung von § 10 (3) handelt es sich dabei um ein automatisiertes Audit ohne inhaltliche Auswertung der Suchanfragen, das DFV informiert, sofern die jeweils vereinbarte Lizenz durch den Kunden überschritten wird. Sofern tatsächliche Anhaltspunkte für eine missbräuchliche Nutzung durch den Kunden vorliegen, ist DFV insbesondere berechtigt, in der für ihn geeigneten Weise weitere Nachweise über die Einhaltung des Lizenzumfangs nach dieser Vereinbarung zu erheben oder vom Kunden anzufordern. Der Kunde verpflichtet sich zur angemessenen Mitwirkung bei einem Audit im vorstehenden Sinne. Die Regelung des § 6 Absatz 3 bleibt hiervon unberührt.

§ 11 Schlussbestimmungen

- (1) Für alle Streitigkeiten zwischen den Parteien ist ausschließlich das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts anwendbar. Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus und im Zusammenhang mit diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen, gleich welcher Rechtsgrundlage, ist Frankfurt am Main.
- (2) DFV stellt diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen in deutscher sowie in englischer Sprache zur Verfügung. Die englische Sprachfassung dient ausschließlich Informationszwecken. Rechtlich bindend ist alleine die deutsche Sprachfassung.
- (3) Alle Änderungen oder Ergänzungen dieser AGB oder des zugrundeliegenden Vertrages bedürfen der Textform (§ 126b BGB). Allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden werden nur Vertragsbestandteil, sofern DFV ausdrücklich per Textform zugestimmt hat.
- (4) DFV ist berechtigt, diese Vereinbarung mit allen Rechten und Pflichten auf ein Unternehmen der dfv Mediengruppe zu übertragen. Die Übertragung wird 28 Tage, nachdem sie dem Kunden mitgeteilt wurde, wirksam. Bei der Übertragung dieses Vertrages auf ein anderes Unternehmen steht dem Kunden ein Sonderkündigungsrecht zu, dass mit einer Frist von zwei Wochen nach der Mitteilung auszuüben ist.
- (5) DFV kann die Vertragsbedingungen jederzeit ändern oder ergänzen. Die Änderungen oder Ergänzungen werden dem Kunden spätestens sechs Wochen vor ihrem Wirksamwerden per E-Mail angekündigt. Ist der Kunde mit den Änderungen nicht einverstanden, so kann er den Änderungen mit einer Frist von einer Woche zum Zeitpunkt des beabsichtigten Wirksamwerdens der Änderungen oder Ergänzungen in Textform widersprechen. Widerspricht der Kunde nicht, so gelten die Änderungen oder Ergänzungen der Vertragsbedingungen als vom Kunden genehmigt. DFV wird dem Kunden mit der Mitteilung der Änderung oder Ergänzung der Vertragsbedingungen auf die vorgesehene Bedeutung seines Verhaltens besonders hinweisen.
- (6) Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, so wird die Wirksamkeit der anderen Bestimmungen insgesamt hiervon nicht berührt.

effort.

- (6) For the remainder, the stipulations of the law on contracts for work and services according to §§ 611 cont. BGB (German Civil Code) apply.

§ 10 Confidentiality; advertising; tracking

- (1) The Parties are obligated to treat all information and documentation confidential, which are legally protected or contain business or industrial secrets or are specified as being confidential, and which were provided by the respective other contractual party or become known during the execution of Agreement, also beyond the expiration of the Agreement, unless they are publically known without an infringement of an obligation to confidentiality. The parties particularly consider the amount of the agreed price in the context of a "Multi User" license as being confidential. The parties shall store and secure these documentations in a manner which excludes access by third parties.
- (2) DFV is permitted to suitably advertise the fact that the Customer has commissioned DFV and may also use the Customer's logos etc. for this purpose in reference lists (online as well as offline) also beyond the expiration of the Agreement.
- (3) DFV is entitled to record the behavior of the Customer and his employees when using LZ Retailytics and to analyze it statistically. There shall be no content-related evaluation of the Customer's usage pattern, particularly no content-related evaluation of his search requests. DFV is furthermore entitled to manage such data in anonymized form to statistically evaluate marketing strategies and thus contribute to the improvement of campaigns. Such anonymized data does not allow conclusions on the Customer.
- (4) DFV is entitled to conduct an audit at the Customer regarding the actual usage of Retailytics. Under consideration of § 10 (3), it is an automated audit without any content-related evaluation of the search requests, which informs DFV if the respectively agreed license is exceeded by the Customer. In the event of factual indications for improper use by the Customer, DFV is particularly entitled to raise or demand from the Customer further evidence in a suitable manner regarding the compliance with the extent of the license according to this Agreement. The Customer is obligated to adequately participate in an audit according to the spirit mentioned above. The regulation of § 6 (3) remains unaffected.

§ 11 Final conditions

- (1) In the event of disputes between the parties, the laws of the Federal Republic of Germany under exclusion of the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG) apply. Place of jurisdiction for all disputes arising from or in connection with these Terms and Conditions, regardless of the legal basis, is Frankfurt am Main.
- (2) DFV shall provide these Terms and Conditions in German as well as English. The English version serves exclusively for information purposes. Solely the German version is legally binding.
- (3) All changes or amendments to these Terms and Conditions or the underlying Agreement require the written form (§ 126b BGB (German Civil Code)). General conditions of the Customer shall only be a component of the Agreement if DFV has explicitly consented in writing.
- (4) DFV is entitled to transfer this Agreement with all rights and obligations to a company of dfv Mediengruppe. The transfer shall become effective within 28 days following notification of the Customer. At the transfer of this Agreement to another company, the Customer is entitled to a special right of termination, which has to be exercised within two weeks following notification.
- (5) DFV can amend or supplement the contractual conditions at any time. The amendments or supplementations shall be announced to the Customer by email six weeks prior to becoming effective at the latest. If the Customer does not agree to the changes, he is entitled to object to the changes in writing within one week from the time of the intended changes or amendments becoming effective. If the Customer does not object, the changes or amendments to the contractual conditions apply as being approved by the Customer. With the notification of the changes or amendments to the contractual conditions, DFV shall especially point out the intended significance of its conduct to the Customer.
- (6) If individual regulations of these Terms and Conditions are or become ineffective, the overall effectiveness of the remaining conditions is not affected.