Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Gültig ab: 1. Oktober 2026

§ 1 Gegenstand der Allgemeinen Nutzungsbedingungen

1.1 Marktplatz

Die Otto GmbH & Co. KGaA, Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg, Deutschland (**„OTTO“**), ermöglicht es Unternehmen im Sinne des § 14 BGB (**„HÄNDLER“**), nach den Vorgaben dieser Nutzungsbedingungen Ware (**„Produkte“**) im eigenen Namen und auf eigene Rechnung über die auf der Website www.otto.de von OTTO betriebene Verkäuferplattform (**„Marktplatz“**) an Verbraucher im Sinne des § 13 BGB zu vertreiben („**Endkunden**“). Im Zusammenhang mit dieser Vermittlungsleistung unterstützt OTTO den HÄNDLER insbesondere bei der Erstellung und Verwaltung von Angeboten, der Kommunikation mit den Endkunden sowie der Zahlungs- und Retourenabwicklung. Klarstellend wird darauf hingewiesen, dass OTTO auf dem Marktplatz gleichfalls Waren und Dienstleistungen an Endkunden vertreibt.

1.2 Vertragsschluss/ aufschiebende Bedingungen

1.2.1 Diese Nutzungsbedingungen regeln abschließend die zwischen OTTO und dem HÄNDLER geltenden Bedingungen für die vertraglichen Leistungen (das durch die Nutzungsbedingungen begründete Vertragsverhältnis zwischen dem HÄNDLER und OTTO wird nachfolgend auch als „**Vertrag**“ bezeichnet). Der Vertrag kann elektronisch über OTTO Partner Connect oder ein sonstiges von OTTO bereitgestelltes Online-Onboarding-Verfahren geschlossen werden. Die aktive Bestätigung dieser Nutzungsbedingungen durch den HÄNDLER im Rahmen des Onboarding-Prozesses gilt als Annahme dieser Nutzungsbedingungen und ersetzt eine handschriftliche Unterzeichnung, soweit nicht zwingende gesetzliche Formvorschriften entgegenstehen. Der HÄNDLER bestätigt, dass die handelnde Person zur Abgabe der Vertragserklärung für den HÄNDLER berechtigt ist. Von diesen Nutzungsbedingungen abweichende Regelungen gelten nur dann, wenn OTTO diese gegenüber dem HÄNDLER ausdrücklich schriftlich bestätigt hat.

1.2.2 Der Vertragsschluss steht unter der aufschiebenden Bedingung des erfolgreichen Durchlaufens und Abschlusses des Onboardings und der Händlerprüfung (§ 5, Ziffer 11.1.1) sowie der positiven Bonitätsbewertung des HÄNDLERS durch OTTO. Darüber hinaus behält sich OTTO vor, die Anbindung eines HÄNDLERS auf dem Marktplatz durch Ausübung der negativen Vertragsfreiheit abzulehnen.

1.3 Änderungsvorbehalt

OTTO ist berechtigt, diese Nutzungsbedingungen mit Wirkung für die Zukunft zu ändern. OTTO wird den HÄNDLER auf die Änderungen der Nutzungsbedingungen mindestens 30 Tage vor ihrem Inkrafttreten in Textform hinweisen. Der HÄNDLER kann den Vertrag vor Inkrafttreten der Änderungen mit sofortiger Wirkung oder mit Wirkung zum Inkrafttreten der Änderungen kündigen. Kündigt der HÄNDLER den Vertrag nicht spätestens bis zum Inkrafttreten der geänderten Nutzungsbedingungen, gelten die Änderungen der Nutzungsbedingungen als akzeptiert. OTTO wird dem HÄNDLER in der Mitteilung auf dieses Kündigungsrecht und die Rechtsfolgen des Schweigens hinweisen.

§ 2 Leistungen von OTTO

2.1 Allgemeines zum Marktplatz

2.1.1 OTTO ermöglicht dem HÄNDLER nach erfolgreichem Abschluss des Onboardings (§ 5) nach Maßgabe dieser Nutzungsbedingungen, Produkte über den Marktplatz an die auf dem Marktplatz registrierten Endkunden zu verkaufen.

2.1.2 Die Hauptleistungspflicht von OTTO besteht in der Vermittlung von Verträgen zwischen dem HÄNDLER und dem Endkunden über den Erwerb von Produkten (**„Endkundenvertrag“**). Vertragspartner des Endkunden ist ausschließlich der HÄNDLER. Die Vermittlung durch OTTO ist mit Zustandekommen des Endkundenvertrages erfolgreich.

Weitere damit in Zusammenhang stehende Leistungen von OTTO sind in den § 2 und § 3 näher beschrieben. Die Leistungen von OTTO werden nachfolgend auch als **„Dienste“** bezeichnet.

2.1.3 Die Produkte des HÄNDLERS werden dem Endkunden über eine sog. Produktdetailseite zum Kauf angezeigt. Wird ein gleiches Produkt auch von einem anderen Händler und/ oder OTTO angeboten, wird dem Endkunden nur eine Produktdetailseite für dieses Produkt auf dem Marktplatz angezeigt (sog. Wettbewerb am Artikel). Die Produktdetailseite kann auf Produktdaten (Bilder, Produktbeschreibungen, etc.) eines anderen Händlers oder von OTTO beruhen. Welche Produktdaten dabei verwendet werden, wird automatisch anhand der Qualität des Materials seitens OTTO entschieden und kann sich im Laufe der Zeit ändern. Der HÄNDLER wird in diesem Fall als einer der Verkäufer dieses Produkts angezeigt. Der HÄNDLER gewährleistet eine regelmäßige Prüfung der Produktdaten auf der/den Produktdetailseite/n, der von ihm vertriebenen Produkte; diese Prüfung hat insbesondere zu erfolgen, bevor der HÄNDLER einer Produktzusammenführung mit einer bereits bestehenden Produktdetailseite zustimmt oder wenn der HÄNDLER über Änderungen der Produktdetailseite informiert wird. Eine Ausnahme vom Wettbewerb am Artikel stellt das sog. Nachrückermodell dar, welches in Ziffer 6.2.3 näher beschrieben ist.

OTTO ist berechtigt, eigene oder von Dritten angebotenen ergänzende Produkte zu den Produkten des HÄNDLERS anzubieten (z.B. separate Geräteschutzversicherung durch einen Versicherer für ein vom HÄNDLER angebotenes Gerät, Anschluss- oder Aufbauservices für Produkte des HÄNDLERS, etc.).

2.1.4 Für jeden HÄNDLER, der Produkte zum Verkauf auf dem Marktplatz anbietet, wird auf Grundlage der im Onboarding und im weiteren Verlauf gemachten Angaben eine sogenannte Verkäuferdetailseite errichtet. Der HÄNDLER ist verpflichtet, zutreffende und vollständige Angaben zu machen. Die Angabe einer deutschen oder kostenfreien Telefonnummer ist verpflichtend. Für den Fall, dass OTTO einem in der EU (exklusive Deutschland) ansässigen HÄNDLER eine Teilnahme auf dem Marktplatz gestattet, kann der HÄNDLER alternativ eine Telefonnummer seines Ansässigkeitslandes angeben. Der HÄNDLER ist für den Inhalt der Verkäuferdetailseite verantwortlich. Die Angabe von URLs, die auf einen Onlineshop des HÄNDLERS oder Dritte verweisen, ist nicht gestattet (sofern in diesen Nutzungsbedingungen nicht ausdrücklich gestattet).

2.2 Händlerportal und technische Schnittstellen sowie Marktplatzverwaltung durch eingesetzte Dritte

2.2.1 OTTO stellt dem HÄNDLER ein Händlerportal („**OTTO Partner Connect**“ oder „**OPC**“) zur Verfügung, über das der HÄNDLER oder von ihm beauftrage Dritte die Aktivitäten des HÄNDLERS auf dem Marktplatz verwalten können.

2.2.2 Seine Marktplatzaktivitäten kann der HÄNDLER teilweise unter bestimmten Voraussetzungen und nach Maßgabe gesonderter Nutzungsbedingungen auch über die von OTTO jeweils zur Verfügung gestellten technischen Schnittstellen verwalten.

2.2.3 Der HÄNDLER darf für die Anbindung an eine von OTTO zur Verfügung gestellte technische Schnittstelle nur solche Dritten einsetzen bzw. zwischenschalten, die von OTTO freigegeben sind.

2.2.4 Hat der HÄNDLER einen Dritten zur Marktplatzverwaltung technisch freigegeben, darf OTTO von der ausreichenden Bevollmächtigung des Dritten durch den HÄNDLER ausgehen, bis der

HÄNDLER OTTO etwas anderes mitteilt oder dem Dritten technisch die Freigabe entzieht. Das gilt auch für den Fall, dass der Dritte weitere Funktionen der Marktplatzverwaltung beantragt; in diesem Fall informiert OTTO den HÄNDLER, sobald die weiteren Funktionen der Marktplatzverwaltung für den Dritten freigeschaltet wurden.

2.2.5 Der HÄNDLER bleibt OTTO gegenüber für alle Handlungen oder Unterlassungen der im Rahmen der über OPC und die Schnittstellen ermöglichten Marktplatzverwaltung eingesetzten Dritten verantwortlich; dies gilt insbesondere für die Einhaltung aller datenschutzrechtlichen Verpflichtungen durch den eingesetzten Dritten.

2.3 Retourenanmeldeprozess

OTTO stellt im Kundenkonto der Endkunden einen Retourenanmeldeprozess zur Verfügung, über den der Endkunde Kaufverträge über erworbene Produkte widerrufen bzw. ein Rückgaberecht ausüben kann. Im Falle von Paketsendungen kann der Endkunde ein Rücksendeetikett erzeugen.

2.4 Endkundensupport

Der Endkunde kann Anfragen über ein Online-Kontaktformular oder über einen Chat mit einem virtuellen Agenten erstellen, die direkt an den HÄNDLER zur Beantwortung weitergeleitet werden.

2.5 Endkunden AGB

Der Vertrieb von Produkten über den Marktplatz ist dem HÄNDLER ausschließlich unter Verwendung der in **Anlage 1 [Endkunden AGB]** niedergelegten Endkunden AGB inklusive Widerrufsrecht und einem 30-tägigen Rückgaberecht gestattet. Die Endkunden AGB sind auf der Verkäuferdetailseite des HÄNDLERS hinterlegt und der Endkunde wird vor dem Auslösen der Bestellung auf die Geltung der Endkunden AGB hingewiesen. Die Endkunden AGB werden den Endkunden zusätzlich in der Bestellbestätigung übermittelt. Der HÄNDLER darf den an die Endkunden versandten Paketen insbesondere keine anderslautenden Dokumente von Endkunden AGB, Widerrufsbelehrung oder Rückgaberecht beifügen.

2.6 Ermächtigung zur Entgegennahme von Stornierungen, Widerrufen und ausgeübtem Rückgaberecht

Die Endkunden AGB sehen vor, dass sich die Endkunden mit einer Widerrufserklärung oder einer Ausübung ihres Rückgaberechts vorrangig über den Retourenanmeldeprozess an OTTO wenden sollen. Der HÄNDLER ermächtigt OTTO zur Entgegennahme endkundenseitiger Widerrufserklärungen und Erklärungen zur Ausübung des Rückgaberechts. OTTO informiert den HÄNDLER über entgegengenommene Widerrufe oder ausgeübte Rückgaberechte.

Innerhalb der ersten 35 Minuten nach Eingang einer Bestellung ermächtigt der HÄNDLER OTTO zur Entgegennahme einer vom Endkunden eingehenden Stornierung der Bestellung. Sofern OTTO den HÄNDLER bereits über den Eingang der Bestellung informiert hatte, informiert OTTO den HÄNDLER über die Stornierung.

2.7 Streitbeilegung

OTTO nimmt am Online–Streitbeilegungsverfahren nicht teil. Der HÄNDLER bestätigt, nicht zur Teilnahme am Online-Streitbeilegungsverfahren nach dem Verbraucherstreitbeilegungsgesetz verpflichtet zu sein und dies auch nicht freiwillig anbietet.

§ 3 Zahlungsabwicklung

3.1 Allgemeines

3.1.1 Um eine kundenzentrierte Zahlungsabwicklung zu gewährleisten, unterstützt OTTO den HÄNDLER bei der Abwicklung von Zahlungen für Endkundenverträge auf dem Marktplatz. OTTO ermöglicht dem HÄNDLER und Endkunden auf dem Marktplatz durch den Einsatz von Zahlungsdienstleistern ein einheitliches Angebot von Zahlungsarten.

3.1.2 Die Abwicklung von Zahlungen auf dem Marktplatz wird durch die OTTO Payments GmbH, Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg („**OTTO Payments**“) auf Basis eines separat mit dem HÄNDLER abgeschlossenen Zahlungsdiensterahmenvertrags („**ZDRV**“) durchgeführt. OTTO ist berechtigt, Daten aus dem Vertragsverhältnis der Parteien zur Risikoeinschätzung in Bezug auf den HÄNDLER mit der OTTO Payments zu teilen.

3.1.3 Die Auswahl der dem Endkunden auf dem Marktplatz bereitgestellten Zahlungsarten obliegt der OTTO Payments. Sie ist insbesondere berechtigt, bestimmten Endkunden nur eine begrenzte Auswahl von Zahlungsarten bereitzustellen oder bestimmte Zahlungsarten (beispielsweise Kreditkartenzahlungen) ganz oder teilweise nicht anzubieten.

3.1.4 Der HÄNDLER unterlässt jegliche Handlungen, die beim Endkunden den Eindruck erwecken könnten, dass der Kaufpreis für die bestellten Produkte direkt an den HÄNDLER zu zahlen ist. Der HÄNDLER unterlässt es insbesondere, eigene Rechnungen an den Endkunden zu stellen (z.B. Beilage einer Rechnung im Paket). Zahlungen, die der Endkunde direkt an den HÄNDLER leistet, sind dem Endkunden zurückzuerstatten, es sei denn es liegt ein Ausnahmefall gemäß dieser Nutzungsbedingungen vor. Erfolgt innerhalb von sieben (7) Tagen (werktags von Montag bis Freitag) keine Rückerstattung, ist OTTO berechtigt, dem Endkunden eine entsprechende Gutschrift zu Lasten des HÄNDLERS zu gewähren.

3.2 Einhaltung der Regularien von Drittanbietern

3.2.1 Der HÄNDLER verpflichtet sich, alle Regularien etwaiger zur Zahlungsabwicklung eingesetzter Drittanbieter einzuhalten.

3.2.2 Dies beinhaltet, alle von dem jeweiligen Drittanbieter geforderten Registrierungs- sowie Zulassungsanforderungen zu erfüllen. Der HÄNDLER berechtigt OTTO dazu, alle durch Drittanbieter berechtigterweise geforderten Informationen über den HÄNDLER, einschließlich getätigten Umsätzen über den Marktplatz, den jeweiligen Drittanbietern zur Verfügung zu stellen, soweit nicht zwingende gesetzliche Vorschriften, insbesondere Datenschutzrecht, entgegenstehen.

3.2.3 Der HÄNDLER wird eng mit OTTO kooperieren, um beanstandete Verstöße gegen die Regularien von Drittanbietern schnellstmöglich abzustellen. Der HÄNDLER akzeptiert, dass OTTO in diesem Zusammenhang Angebote vom HÄNDLER auf dem Marktplatz kurzfristig sperren oder löschen kann.

3.2.4 Der HÄNDLER verpflichtet sich, OTTO wegen etwaiger Ansprüche, Strafen und Kosten, die durch die Nichteinhaltung der Regularien von Drittanbietern durch den HÄNDLER verursacht wurden, schadlos zu halten und freizustellen. Der HÄNDLER verpflichtet sich insbesondere, OTTO wegen etwaiger Ansprüche, Strafen und Kosten durch von Endkunden angefochtenen Transaktionen schadlos zu halten und freizustellen.

§ 4 Vergütung

4.1 Gebührenmodell

Der HÄNDLER zahlt für die Inanspruchnahme der Dienste die im jeweils gültigen Gebührenmodell gemäß **Anlage 2 [Gebührenmodell]** aufgeführten Gebühren**.** Die anfallenden Gebühren setzen sich aus einer monatlichen Grundgebühr und einer prozentualen Vermittlungsgebühr zusammen und verstehen sich jeweils zzgl. der jeweils geltenden Umsatzsteuer. Die Vermittlungsgebühr fällt auf den Verkaufspreis (inkl. MwSt.) und die Versandkosten (inkl. MwSt.) an. Die Regelungen im ZDRV zur

Finanzierungsgebühr finden Anwendung. Die OTTO Payments berechnet eine separate Paymentgebühr gemäß ZDRV.

4.2 Fälligkeit und Zahlung der monatlichen Grundgebühr

Die monatliche Grundgebühr wird erstmalig innerhalb der ersten Monatshälfte des Folgemonats nach Erlangung der technischen Befähigung des HÄNDLERS zur Nutzung des Marktplatzes berechnet. Die monatliche Grundgebühr wird an die OTTO Payments abgetreten und durch die OTTO Payments mit den an den HÄNDLER auszuzahlenden Forderungskaufpreisen verrechnet.

4.3 Fälligkeit und Zahlung der Vermittlungsgebühr

Die jeweilige Vermittlungsgebühr wird mit Setzen des SENT-Status durch den HÄNDLER fällig. Die errechneten Beträge der Vermittlungsgebühr (Provision) werden zzgl. der gesetzlich geschuldeten Umsatzsteuer in Rechnung gestellt. Die Vermittlungsgebühr wird an die OTTO Payments abgetreten und durch die OTTO Payments mit den an den HÄNDLER auszuzahlenden Forderungskaufpreisen verrechnet.

4.4 Erstattung von Gebühren

Eine Erstattung der monatlichen Grundgebühr findet nicht statt. Kommt es aufgrund eines Widerrufs oder Ausübung des Rückgaberechts durch den Endkunden zu einer Rückabwicklung des mit dem HÄNDLER geschlossenen Vertrages, behält OTTO auf den vom Widerruf oder Rückgaberecht betroffenen Teil der Endkundenzahlung (Kaufpreis und Versandkosten) keine Vermittlungsgebühr ein oder schreibt diese – sollte es ausnahmsweise schon zu einem Einbehalt gekommen sein – dem HÄNDLER gut. Entsprechendes gilt bei einer Stornierung der Bestellung. Im Falle einer Rückabwicklung des Vertrages aus Gewährleistung oder Garantie erstattet OTTO die Vermittlungsgebühr nicht. Der HÄNDLER erhält keine Teilgutschrift, wenn er dem Endkunden nachträglich aus Kulanz oder aus anderen Gründen einen Preisnachlass gewährt.

4.5 Speicherung von Abrechnungsdaten

Der HÄNDLER erklärt sich mit der Speicherung der Abrechnungsdaten zu Beweiszwecken und im Rahmen der gesetzlichen Aufbewahrungsfristen einverstanden.

4.6 Rechnungsstellung an den HÄNDLER

Die Rechnungen werden von OTTO elektronisch übermittelt. OTTO ist berechtigt Rechnungen im Sinne der europäischen Norm EN 16931 (z. B. XRechnung oder ZUGFeRD) zu erstellen und bei Bedarf anzupassen. Der HÄNDLER stellt sicher, dass seine Systeme in der Lage sind, solche elektronischen Rechnungen ordnungsgemäß zu empfangen und zu verarbeiten. Dieser elektronischen Übermittlung stimmt der HÄNDLER zu.

Einwendungen gegen die, von OTTO übermittelten Abrechnungen sind innerhalb von sechs (6) Wochen nach Zugang der Rechnung schriftlich vom HÄNDLER gegenüber OTTO zu erheben. Nach Ablauf der vorgenannten Frist gilt die Abrechnung als vom Händler genehmigt. Der HÄNDLER erhält eine separate Abrechnung der Finanzierungsgebühren. Alle Abrechnungen erfolgen in Euro.

§ 5 Onboarding des HÄNDLERS und regelmäßige Überprüfung der Händlerdaten

5.1 Der Abschluss des ZDRV erfordert eine Identifizierung und Verifizierung des HÄNDLERS im Einklang mit den einschlägigen regulatorischen Voraussetzungen, insbesondere den gesetzlich geltenden geldwäscherechtlichen Vorschriften. Darüber hinaus sind Vorschriften nach der Abgabenordnung zu überprüfen (insgesamt die „**Händlerprüfung**“). Regelungen im ZDRV über entsprechende Prüfungen bleiben unberührt.

Der HÄNDLER stellt OTTO bzw. der OTTO Payments im Rahmen des Onboardings insbesondere die folgenden Informationen zur Verfügung:

Zu Kontaktpersonen: Name(n), E-Mailadresse, Telefonnummer

Zum Unternehmen: Firma, Unternehmenssitz (keine Postfachadresse und bei ausländischer Wohnanschrift des Einzelunternehmers keine c/o-Firmenadresse) in der Europäischen Union i.S.d. räumlichen Anwendungsbereiches der Art. 5-8 MwStSytRL, (sofern das entsprechende Land im technischen Onboarding als Ansässigkeitsland zugelassen ist), Rechtsform, Branche, Unternehmenswebsite, Handelsregisternummer, Registergericht, Geschäftszweck, Gesellschaftsverträge (GbR), Namen und Kontaktdaten der gesetzlichen Vertreter, Angabe der wirtschaftlich Berechtigten und deren Anteile am Unternehmen. Bei Bedarf ist die Ansässigkeit nachzuweisen sowie bei natürlichen Personen das Geburtsdatum.

Das Onboarding einer Zweigniederlassung und/ oder umsatzsteuerrechtlichen Betriebsstätte eines Unternehmens als HÄNDLER ist nicht gestattet.

OTTO behält sich vor, die durch den HÄNDLER (im Onboarding) gelieferten Daten (durch die OTTO Payments) zu vervollständigen, zu korrigieren und regelmäßig zu überprüfen.

5.2 Die Vorbereitung der Händlerprüfung, insbesondere die Abfrage und Entgegennahme der relevanten Daten, Informationen und Unterlagen vom HÄNDLER, erfolgt online über OPC und/ oder durch im Rahmen der Händlerprüfung eingesetzte Dienstleister der OTTO Payments. Der HÄNDLER erklärt sich damit einverstanden, dass OTTO der OTTO Payments oder den von ihnen beauftragten Dienstleister die vom HÄNDLER erhaltenen Daten, Informationen und Unterlagen weiterleitet.

5.3 Das Einverständnis des HÄNDLERS zur Weiterleitung von Daten, Informationen und Unterlagen durch OTTO an die OTTO Payments und ihre Dienstleister gilt entsprechend auch für die nachfolgenden Ziffern 5.4 und 5.5.

5.4 Der HÄNDLER verpflichtet sich, alle gemachten Angaben, bzw. übermittelten Unterlagen auf aktuellem Stand nachzuhalten, ggf. erforderliche Unterlagen ohne Aufforderung an OTTO zu übersenden und/ oder der OTTO Payments oder von ihr eingesetzte Dienstleister nachzureichen und Änderungen hinsichtlich der gemachten Angaben/ übermittelten Unterlagen unverzüglich mitzuteilen. Eine Anzeige von diesen neuen/ geänderten Daten erfolgt (teilweise) erst nach erfolgreicher Verifizierung (z.B. im Impressum oder auf Endkundenbelegen). Bei umfangreichen Änderungen ist es möglich, dass das Sortiment des HÄNDLERS (zeitweilig) deaktiviert wird (z.B. im Falle von Rechtsformänderungen).

5.5 Sollte die Übermittlung weitergehender Informationen oder Dokumente, bspw. im Rahmen der Geldwäscheprüfung oder einer anderen gesetzlich vorgeschriebenen Prüfung, während der laufenden Geschäftsbeziehung für notwendig erachtet werden, sind OTTO und die OTTO Payments berechtigt, diese jederzeit über OTTO und/ oder eingesetzte Dienstleister vom HÄNDLER einzufordern. Der HÄNDLER ist verpflichtet, die Dokumente und Informationen auf erstes Anfordern von OTTO, der OTTO Payments und/ oder den von ihnen eingesetzten Dienstleistern zu übermitteln.

5.6 Voraussetzung für die Freischaltung des HÄNDLERS auf dem Marktplatz ist die erfolgreich abgeschlossene Händlerprüfung durch die OTTO Payments und Abschluss des ZDRV.

5.7 Der HÄNDLER wird durch OTTO über die abgeschlossenen Händlerprüfungen und den Abschluss dieses Vertrags mittels der vereinbarten Kommunikationswege unverzüglich informiert.

§ 6 Pflichten des HÄNDLERS

6.1 Allgemeine Pflichten

6.1.1 Der HÄNDLER verpflichtet sich,

- vollständige und zutreffende Angaben zu machen und OTTO über Änderungen rechtzeitig zu informieren bzw. die durch den HÄNDLER selbst pflegbaren Angaben auf einem aktuellen und gesetzeskonformen Stand zu halten sowie – auf Aufforderung von OTTO – die gemachten Angaben zu bestätigen;
- die Dienste von OTTO nicht zu verwenden, um unter Verletzung von Persönlichkeitsrechten Dritter rechtsverletzende, verleumderische oder sonstige rechtswidrige oder unerlaubte Informationen oder Inhalte zu speichern oder zu übermitteln;
- im Rahmen der Vertragsdurchführung Malware weder zu speichern noch zu übermitteln;
- den störungsfreien und ordnungsgemäßen Betrieb der Dienste und die Integrität darin enthaltener Daten von OTTO oder Dritter nicht zu stören oder zu beeinträchtigen;
- nicht unbefugt auf Systeme oder Daten von OTTO oder von Dritter zuzugreifen;
- die Dienste ausschließlich im Rahmen der vertraglichen Regelungen zu verwenden;
- sich im Rahmen der Vertragsdurchführung in jeder Hinsicht an die anwendbaren gesetzlichen Vorschriften und behördlichen Anordnungen zu halten;
- alle im Rahmen der Vertragsdurchführung erforderlichen Mitwirkungshandlungen zu erbringen; und
- OTTO auf Aufforderung alle für die ordnungsgemäße Vertragsdurchführung und zur Erfüllung gesetzlicher Verpflichtungen erforderlichen Informationen und Dokumente zur Verfügung zu stellen (hierzu gehören bspw. auch Informationen zu einzelnen Produkten, wie etwa Zolltarifnummern, elektronische Einfuhranmeldungen oder Zollanmeldungen, Einfuhrabgabenbescheide, Handelsrechnungen, Auszüge aus dem Lagerverwaltungssystem oder Nachweise über die Erfüllung von Verpflichtungen der erweiterten Herstellerverantwortung).

6.1.2 Soweit OTTO dem HÄNDLER Zugangsdaten zu den Diensten zur Verfügung stellt, wird der HÄNDLER diese Daten sorgfältig verwahren und eine Nutzung durch unbefugte Dritte ausschließen. Sollten Dritte dennoch unbefugt Kenntnis von Zugangsdaten erhalten, ist der HÄNDLER verpflichtet, OTTO umgehend über die Mailadresse incident-alert@otto.de oder telefonisch unter +49 40-64611666 zu unterrichten. Zudem hat der HÄNDLER OTTO unverzüglich, spätestens aber innerhalb von 24 Stunden, über etwaige Sicherheitsvorfälle bei sich oder bei vom HÄNDLER für die Abwicklung der Verkäufe über den Marktplatz eingesetzten Dienstleister zu informieren.

6.1.3 Der HÄNDLER verpflichtet sich, alle etwaigen für die Nutzung der Dienste erforderlichen Einwilligungen der jeweils betroffenen Dritten einzuholen.

6.1.4 Der HÄNDLER sichert zu, zum Vertrieb der auf dem Marktplatz angebotenen Produkte berechtigt zu sein.

6.1.5 Im Falle einer Umstrukturierung auf Seiten des HÄNDLERS mit Sitz außerhalb Deutschlands (insbesondere einer Gesamtrechtsnachfolge, Verschmelzung, Spaltung, eines Formwechsels oder einer sonstigen gesellschaftsrechtlichen oder unternehmensbezogenen Reorganisation) ist der HÄNDLER verpflichtet, OTTO unverzüglich hierüber zu informieren und OTTO sämtliche für die Prüfung der Auswirkungen auf das Vertragsverhältnis erforderlichen Nachweise und Dokumente in der von OTTO vorgegebenen Form und Sprache vorzulegen. Der HÄNDLER hat OTTO die nachweislich entstandenen angemessenen Kosten zu ersetzen, die OTTO im Rahmen einer Überprüfung der Dokumente sowie einer rechtlichen Einordnung des Vorgangs durch einen externen Dienstleister entstehen.

6.2 Sortimentsbeschränkungen

6.2.1 OTTO ist daran interessiert, eine bestmögliche Produktauswahl und -vielfalt auf dem Marktplatz anzubieten, um das bestmögliche Kundenerlebnis zu ermöglichen. Daher soll das Sortiment des HÄNDLERS das bereits bestehende Gesamtsortiment auf dem Marktplatz ergänzen und vervollständigen. OTTO behält sich vor, im Rahmen des Onboardings mit dem jeweiligen HÄNDLER das zulässige Sortiment (inklusive Marken) festzulegen. Darüber hinaus behält sich OTTO im Rahmen der bestehenden Vertragsbeziehung und einer Frist von einem Monat zum Monatsende vor, das zulässige Sortiment (inklusive Marken) des jeweiligen HÄNDLERs anzupassen (Beschränkung oder Erweiterung). OTTO weist darauf hin, dass das Angebot von einigen Produktgruppen sowie von Dienstleistungen derzeit technisch noch nicht möglich ist.

6.2.2 Der HÄNDLER ist nicht berechtigt, Produkte der Marken auf dem Marktplatz zum Verkauf anzubieten, die in **Anlage 5 [Markenausschlüsse]** genannt sind.

6.2.3 Bei von OTTO angebotenen Produkten einer Marke hinsichtlich derer ein selektives Vertriebssystem besteht oder hinsichtlich derer ein Verkauf auf dem Marktplatz nicht uneingeschränkt möglich ist, unterbindet OTTO technisch die Angebotserstellung bzw. die Sichtbarkeit des Produkts. Die entsprechenden Marken sind in **Anlage 5a [Marken mit zusätzlichen Anforderungen oder Einschränkungen]** aufgeführt.

- Sofern es sich um Marken eines selektiven Vertriebssystems handelt, kann der HÄNDLER OTTO nachweisen, als autorisierter Händler Teil des selektiven Vertriebssystems und zum Verkauf der entsprechenden Produkte auf dem Marktplatz berechtigt zu sein. Teilt der Betreiber eines selektiven Vertriebssystems OTTO mit, dass der HÄNDLER nicht Teil des selektiven Vertriebssystems ist, gilt diese Mitteilung als zutreffend.

  Trotz eines Nachweises durch den HÄNDLER zum Verkauf der in **Anlage 5a [Marken mit zusätzlichen Anforderungen oder Einschränkungen]** aufgeführten Marken berechtigt zu sein, kann ein Verkauf auf dem Marktplatz (1) ausscheiden oder (2) nur nach Abschluss und Maßgabe einer separaten Vereinbarung mit OTTO eingeschränkt möglich sein.

  Sollte OTTO Anhaltspunkte dafür haben, dass der HÄNDLER Produkte, hinsichtlich derer ein selektives Vertriebssystem besteht, auf dem Marktplatz zum Verkauf anbietet ohne selbst autorisierter Händler zu sein, muss der HÄNDLER seine Verkaufsberechtigung nach Aufforderung durch OTTO innerhalb von zwei (2) Wochen nachweisen.

- Produkte von Marken, die dem Nachrückermodell unterliegen, werden immer zuerst von OTTO in der Eigenbewirtschaftung angeboten. Ist das Produkt oder eine Produktvariante nicht mehr verfügbar, füllen ausgewählte Händler („**Nachrücker**“) nach einer vorher festgelegten Reihenfolge die entstandene Lücke. Wenn keine Produkte von Nachrückern die Lücke füllen können, findet Wettbewerb am Artikel statt.

6.2.4 Für die in **Anlage 5b [Freigabepflichtige Sortimente]** aufgeführten Sortimente gelten besondere Anforderungen. OTTO prüft eine Freigabe im Einzelfall auf Antrag des HÄNDLERS.

6.2.5 Es dürfen keine identischen Produkte mehrfach unter

unterschiedlichen Marken angeboten werden. Typischerweise handelt es sich hierbei um White Label Produkte. Ein Produkt gilt als identisch, wenn es von demselben Hersteller stammt, die gleichen Produkteigenschaften hat, und keinen wesentlichen Unterschied in Bezug auf Verpackung und Labelling aufweist. Die Anlage unterschiedlicher Produkte oder Produktdetailseiten reicht nicht aus, um einen wesentlichen Unterschied in dem Sinne zu begründen.

Bei ähnlichen Produkten eines HÄNDLERS müssen Unterschiede in der Produktbeschreibung/ Produktmerkmalen/ Produktfotos so ersichtlich gemacht werden, dass der Endkunde den Unterschied leicht erkennen kann.

6.2.6 Der HÄNDLER darf keine Produkte verkaufen, die gegen gesetzliche Vorschriften, behördliche Anordnungen oder gegen die guten Sitten verstoßen. Darüber hinaus gilt **Anlage 3 [Business Partner Declaration on Sustainability]**. Die Angabe und Auslobung von Nachhaltigkeitsattributen am Produkt ist ausschließlich nach Validierung durch OTTO erlaubt. Für die Validierung behält OTTO sich vor, Nachweise für die Auslobung dieser Nachhaltigkeitsattribute anzufordern (z.B. Scope-Zertifikate, Lieferscheine).

6.2.7 Auf Verlangen hat der HÄNDLER innerhalb von zwei (2) Tagen (werktags von Montag bis Freitag) nachzuweisen, dass die Produkte ohne Verstoß gegen gesetzliche Vorschriften, insbesondere Importbeschränkungen, in der EU in den Verkehr gebracht wurden.

6.2.8 Die auf dem Marktplatz unerwünschten Produkte sind in der **Anlage 4 [Liste unerwünschter Produkte]** enthalten. Darüber hinaus hat der HÄNDLER die in **Anlage 4a [Ethikleitsätze von OTTO]** niedergelegten Leitsätze und die in **Anlage 4b [Prinzipien für verantwortungsvollen Humor von OTTO]** aufgestellten Prinzipien zu berücksichtigen. Weitere Einschränkungen können sich aus dem ZDRV ergeben.

6.2.9 Um die Anforderungen aus der EU-Explosivgrundstoffverordnung auf dem Marktplatz sicherstellen zu können, darf der HÄNDLER auf dem Marktplatz keine Produkte zum Verkauf anbieten, die unter die EU-Explosivgrundstoffverordnung fallende Ausgangsstoffe enthalten. Eine Liste der in Produkten generell oder ab einem bestimmten Grenzwert untersagten Ausgangsstoffe ist in **Anlage 6 [Untersagte Ausgangsstoffe in Produkten]** enthalten.

6.3 Logistik, Versand und Retourenoptionen

6.3.1 Der HÄNDLER beauftragt für sämtliche Sendungen (Hin- und Rücksendungen) einen Transport- und Lagerlogistik-Dienstleister. Er organisiert eigenständig die Lieferung der verkauften Produkte zum Endkunden gemäß den vereinbarten Lieferbedingungen. Zudem gewährleistet der HÄNDLER die Abholung von Speditionsartikeln beim Endkunden im Falle eines erfolgten Widerrufs oder einem ausgeübten Rückgaberecht.

6.3.2 Nach Erhalt der Bestellinformation von OTTO schickt der HÄNDLER die bestellten Produkte unverzüglich (je nach Verfügbarkeit und Lieferzeitangabe bei dem Produkt) ausschließlich an die vom Endkunden bei Bestellung angegebene Lieferadresse.

6.3.3 Der HÄNDLER ist berechtigt für die von ihm angebotenen Produkte Versandkosten vom Endkunden zu verlangen. Die Höhe der Versandkosten ist Teil der vom HÄNDLER bereitzustellenden Verkäuferinformationen. Der HÄNDLER trägt im Falle eines Widerrufs oder der Ausübung des Rückgaberechts durch den Endkunden die Rücksendekosten.

6.3.4 Der HÄNDLER hat für die Produkte die erforderlichen Informationen für den Retourenanmeldeprozess systemseitig zur Verfügung zu stellen. OTTO ist berechtigt, die vom HÄNDLER bereitgestellte Abrechnungs-ID (oder eine vergleichbare ID) für den Zweck der Abrechnungskontrolle an den jeweiligen Versanddienstleister zu übermitteln und abzugleichen, d.h. der Versanddienstleister meldet bei Abweichungen auch die bei ihm hinterlegte Abrechnungs-ID (oder eine vergleichbare ID) zurück an OTTO.

6.3.5 Im Übrigen gelten die Anforderungen gemäß **Anlage 7 [Abwicklungsanforderungen und Service-Level-Agreements]** dieser Nutzungsbedingungen.

6.3.6 Bei Bestellungen, die gewisse Risikomerkmale und/ oder Auffälligkeiten aufweisen (z.B. Anhaltspunkte für mögliche Verstöße gegen das Außenwirtschaftsrecht, Verstöße gegen unsere Vorgaben als B2C-Marktplatz) ist OTTO zum Schutz des HÄNDLERS berechtigt, Aufträge des HÄNDLERs marktplatzseitig zu stornieren bzw. zu blockieren.

6.3.7 Der HÄNDLER ermächtigt OTTO dazu Bestellungen zu stornieren, wenn der zum Zeitpunkt der Bestellung angegebene Liefertermin um mehr als 60 Tage überschritten wurde. Dies gilt für Bestellungen, die sich im Status 'offen' (Processable) befinden und vom HÄNDLER innerhalb des genannten Zeitraums nicht bearbeitet (versendet oder storniert) wurden.

6.4 Informationsweitergabe an OTTO / Mitteilungen an den Endkunden durch OTTO

6.4.1 Nach der Bestellung durch einen Endkunden versendet OTTO an den Endkunden eine Bestellbestätigungsmail und stellt dem HÄNDLER anschließend über OPC oder die technische Schnittstelle die Bestellung zur unverzüglichen Entgegennahme zur Verfügung. Der HÄNDLER hat OTTO entsprechend der technischen Schnittstellen und deren Vorgaben über den Auftrags-/ Sendungsstatus zu informieren. Lieferverzögerungen oder andere Probleme bei der Abwicklung sind OTTO unverzüglich über das Händlerportal mitzuteilen.

6.4.2 Sollte der HÄNDLER einen fristgerechten Widerruf durch den Endkunden entgegennehmen, unterrichtet der HÄNDLER OTTO darüber unverzüglich. Gleiches gilt, wenn der HÄNDLER einen an den Endkunden geliefertes Produkt aus Kulanz zurücknimmt.

6.4.3 Mitteilungen zu Sendungs- und Retourenstatus an den Endkunden erfolgen ausschließlich durch OTTO auf Grundlage der vom HÄNDLER zur Verfügung gestellten Sendungsverfolgungsnummern bzw. Statusmeldungen.

6.5 Service Level Agreements zur Abwicklung

Der HÄNDLER verpflichtet sich, die in **Anlage 7 [Abwicklungsanforderungen und Service-Level-Agreements]** niedergelegten Anforderungen und Service Level Agreements zu befolgen und einzuhalten.

6.6 Produktcompliance und Produktsicherheit

6.6.1 Der HÄNDLER sichert zu, dass die Produkte insbesondere allen geltenden Vorschriften des EU-Rechts entsprechen. Die entsprechende, nach dem Digital Services Act („**DSA**“) geforderte Selbstbescheinigung, wird auf der Verkäuferdetailseite angezeigt. Erlangt OTTO davon Kenntnis, dass der HÄNDLER ein rechtswidriges Produkt über den Marktplatz verkauft hat, informiert OTTO die entsprechenden Endkunden gemäß Art. 32 DSA darüber; vor einer Information erhält der HÄNDLER Gelegenheit zur Stellungnahme. Die besonderen Pflichten des HÄNDLERS im Zusammenhang mit entsprechenden Fällen ergeben sich aus Ziffer 6.3.5 i.V.m. **Anlage 7 [Abwicklungsanforderungen und Service-Level-Agreements]** Ziffer 1.1.2.1.2 und Ziffer 1.1.2.1.3c) sowie die Konsequenzen bei Nichteinhaltung (marktplatzseitiges Setzen eines Retourenstatus) aus Ziffer 15.1.3.

6.6.2 Der HÄNDLER sichert weiter zu, dass die Produkte sicher gemäß den Anforderungen der Produktsicherheitsverordnung („ProdS-VO“) sind und insbesondere allen Sicherheits-, Kennzeichnungs- und Etikettierungsanforderungen entsprechen (z.B. CE-Kennzeichen, Textilkennzeichnung, Energiekennzeichnung etc.) und deren Angebote oder deren Inverkehrbringen keine

anderen Rechtsvorschriften verletzen (z.B. Entsorgungsvorschriften).

6.6.3 Entspricht ein Produkt den in Ziffer 6.6.1 und Ziffer 6.6.2 genannten Anforderungen nicht, hat der HÄNDLER das entsprechende Produktangebot unverzüglich zu deaktivieren, OTTO unverzüglich zu informieren und etwaig erforderliche weitere produktspezifische Sicherheitsmaßnahmen (z.B. Produktrückruf, Produktwarnung, etc.) durchzuführen.

6.6.4 OTTO behält sich im Rahmen der Produktsicherheit vor, die vom HÄNDLER für ein Produkt gesetzlich vorzuhaltenden Dokumente von diesem anzufordern und zu überprüfen. Darüber hinaus ist OTTO berechtigt, auffällige Produkte einer physischen Produktsicherheitsprüfung zu unterziehen. Ergibt eine solche Dokumenten- und/ oder Produktprüfung, dass die vom HÄNDLER bereitgestellten Dokumente und/ oder Produkte nicht den gesetzlichen oder vertraglichen Anforderungen entsprechen, ist OTTO berechtigt, die dadurch nachweislich entstandenen Kosten dem HÄNDLER in Rechnung zu stellen (insbesondere Kosten des Prüflabors für Bestellung und Prüfung des Produkts und der Dokumente).

6.7 Produktzufriedenheit

OTTO möchte die Zufriedenheit der Endkunden mit den auf dem Marktplatz angebotenen Produkten sicherstellen. Aus diesem Grund bildet OTTO auf Grundlage der nachfolgend beschriebenen Kriterien einen Produktzufriedenheitsscore (in Bezug auf einzelne Produkte) sowie einen Gesamtsortimentszufriedenheitsscore (in Bezug auf das gesamte Sortiment).

6.7.1 Produktzufriedenheit in Bezug auf einzelne Produkte

OTTO überprüft Produkte, die mindestens zehn Mal versandt wurden und bei denen mindestens eine (1) Endkundenrezension vorliegt, regelmäßig auf Basis der Kriterien „Retourenquote“, „Reklamationsquote“, „Mittelwert der gewichteten Endkundenrezensionen“ sowie „Inhalt der Endkundenrezensionen“ und berechnet so einen Produktzufriedenheitsscore für jedes einzelne Produkt. OTTO aktualisiert den Produktzufriedenheitsscore mindestens monatlich. Über einen unzureichenden Produktzufriedenheitsscore informiert OTTO den HÄNDLER. Sollte der HÄNDLER in drei (3) aufeinanderfolgenden Monaten mindestens ein Produkt mit einem unzureichenden Produktzufriedenheitsscore führen, ist der HÄNDLER verpflichtet, die Produkte mit unzureichendem Produktzufriedenheitsscore zu deaktivieren.

6.7.2 Gesamtsortimentszufriedenheitsscore

Wenn mindestens zehn (10) Produkte versandt wurden und mindestens acht (8) Endkundenrezensionen vorliegen, ermittelt OTTO einen Gesamtsortimentszufriedenheitsscore. Dieser Score setzt sich zusammen aus der Durchschnittsgewichtung der Endkundenrezensionen, der Anzahl der Reklamationen sowie der Anzahl der Retouren, deren Retourengründe auf die Produktqualität rückschließen lassen („Produkt war unvollständig“, „Produkt war defekt, beschädigt oder funktionsunfähig“, „Leistung oder Qualität entsprach nicht der Erwartung“, „Produkt entsprach nicht der Beschreibung“ und „Falsches Produkt geliefert“). OTTO informiert den HÄNDLER über einen unzureichenden Score. Sollte der HÄNDLER in drei (3) aufeinanderfolgenden Monaten einen unzureichenden Score aufweisen, behält sich OTTO vor, das Sortiment des HÄNDLERs zu deaktivieren.

6.8 Produktrelevanz

OTTO behält sich vor, nicht relevante Produkte zu deaktivieren. Nicht relevant sind Produkte, die über einen Zeitraum von drei (3) Monaten:

6.8.1 keinen Nettoumsatz generiert haben (z.B., weil die Produkte retourniert, storniert oder der Kaufpreis gutgeschrieben wurde); und/ oder

6.8.2 eine Retourenquote aufweisen, die doppelt so hoch ist wie die durchschnittliche Retourenquote der Produktbasisklasse.

6.9 Anforderungen an Produktdaten

6.9.1 Der HÄNDLER übermittelt OTTO die erforderlichen Produktdaten gemäß den Anforderungen von OTTO Partner Connect oder der vorgesehenen technischen Schnittstelle, damit OTTO eine Produktdetailseite erstellen kann. Dazu gehört insbesondere die Angabe des zutreffenden EAN-Codes/ GTIN sowie die Herstellerkennzeichnung. Dem HÄNDLER ist bekannt, dass die Angabe des richtigen EAN-Codes/ GTIN und anderer produktspezifischer Identifikationsschlüssel, wie z.B. PZN, ISBN etc. von herausragender Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des Marktplatzes ist.

6.9.2 Die Angaben müssen den Kaufgegenstand so zutreffend und genau wie möglich beschreiben und produktspezifische Identifikationsschlüssel zwingend verwenden. Dies gilt auch für die Angabe der Marke, mit der das Produkt versehen ist. Das Produktbild darf ausschließlich das zur Produktbeschreibung passende Produkt zeigen und muss der zugehörigen Produktvariante entsprechen.

6.9.3 Die Produktdaten (inklusive Preisangaben) müssen in jeder Hinsicht den anwendbaren gesetzlichen Vorschriften und behördlichen Anordnungen genügen und dürfen nicht die Rechte Dritter verletzen. Der HÄNDLER ist verpflichtet, auf Nachfrage von OTTO, geeignete Nachweise für die von ihm ausgewiesene UVP zur Verfügung zu stellen.

6.9.4 Jedes Produkt muss einer der vorgegebenen Produktkategorien zugeordnet werden. Die Zuordnung zu einer Produktkategorie muss entsprechend der Produktbeschreibung so zutreffend und genau wie möglich erfolgen. Produkte, die keiner Produktkategorie zugeordnet werden können, darf der HÄNDLER nicht zum Verkauf auf dem Marktplatz anbieten. Der HÄNDLER hat sich darüber hinaus an die von OTTO vorgegebene Struktur für die Produkterrichtung halten.

6.9.5 Sofern die vom HÄNDLER verwendeten Produktdaten von den Vorgaben des jeweiligen Markeninhabers oder Herstellers abweichen, kann OTTO den HÄNDLER zu einer entsprechenden Anpassung verpflichten.

6.9.6 OTTO behält sich Änderungen an den Produktdaten des HÄNDLERS vor.

6.9.7 OTTO übernimmt keine Haftung für die vom HÄNDLER zur Verfügung gestellten Produktdaten.

6.9.8 Weitere Anforderungen an die Produktdaten ergeben sich aus **Anlage 8 [Anforderungen Produktdaten]**.

6.10 Neuware

Der HÄNDLER bietet nur ungebrauchte, unbeschädigte und originalverpackte Produkte zum Verkauf an. Das Anbieten von B-Ware ist nur nach Rücksprache mit OTTO und unter Berücksichtigung der gesetzlichen und den gegebenenfalls zusätzlich von OTTO auferlegten Regelungen gestattet.

6.11 Verfügbarkeit der angebotenen Produkte

Die zum Verkauf angebotenen Produkte müssen vom HÄNDLER in der angebotenen Menge tatsächlich bereitgestellt werden können. Der HÄNDLER garantiert das Recht zu haben, dem Endkunden bei Lieferung das Eigentum an dem erworbenen Produkt zu verschaffen.

6.12 Keine Auslobung von Gutscheinen

Dem HÄNDLER ist es untersagt auf www.otto.de Gutscheine auszuloben und/ oder dem Endkunden als Paketbeilagen zu übermitteln.

6.13 Kundenbewertungen

OTTO ist daran interessiert, dass die Bewertungen der Endkunden auf www.otto.de unverfälscht bleiben. Dem HÄNDLER ist es daher untersagt, den Endkunden zur Änderung oder Löschung einer Bewertung aufzufordern oder anzuregen. Soweit der HÄNDLER meint einen Änderungs- oder Löschungsanspruch gegen den Endkunden zu haben, kann der HÄNDLER dies an OTTO über die hierfür vorgesehenen Prozesse melden. Der HÄNDLER darf dem Endkunden für die Abgabe einer Bewertung keine Gegenleistung in Aussicht stellen (insbesondere in Form von Gutscheinen, einem nachträglichen Preisnachlass, kostenlosen Verbrauchsmaterialien o.ä.).

6.14 Nutzungsrechte

6.14.1 Der HÄNDLER räumt OTTO an seinerseits bereitgestellten Datenmaterial (Angebots- und Produktdaten, Texten, Fotografien, Grafiken, Marken, Logos, Produktbeschreibungen und technische Spezifikationen) für die Urheberrechtsschutz oder sonstige gewerbliche Schutzrechte bestehen (nachfolgend Material) ein einfaches (nicht exklusives), räumlich unbeschränkte Recht ein, das Material zu vervielfältigen, zu verbreiten und/oder in unkörperlicher Form öffentlich wiederzugeben (insbesondere aber nicht abschließend das Datenmaterial öffentlich zugänglich zu machen, zu senden und/oder durch Bild- und Tonträger wiederzugeben), sowie die vorgenannten Nutzungsrechte an dem Datenmaterial an Dritte unterzulizenzieren. Die Nutzung des seitens des HÄNDLERS bereitgestellten Datenmaterials findet ausschließlich im Kontext der Produktwerbung statt; insoweit ist es OTTO insbesondere auch gestattet, das Datenmaterial zur Bewerbung des Produkts bzw. gleicher Produkte anderer Anbieter auf www.otto.de sowie in sämtlichen Medien und auch über beliebige externe Kanäle zu nutzen. Die Nutzungsrechte sind zeitlich beschränkt auf die Dauer der Vertragsbeziehung der Parteien plus zwei Monate zur technischen Abwicklung des Vertragsverhältnisses.

6.14.2 OTTO ist es erlaubt, das Material an die technischen Gegebenheiten der avisierten Nutzung anzupassen, sowie bei Produktbildern den Hintergrund zu entfernen (Freistellen von Produktbildern). Darüber hinaus ist OTTO berechtigt, die auf Produktbildern abgebildeten Produkte in anderer Darstellungsform zu nutzen sowie hieraus neue Darstellungen und Visualisierungen zu erzeugen (z.B. virtuelle Anproben oder die Platzierung von Produkten in realen oder virtuellen Umgebungen), insbesondere unter Einsatz von KI.

6.14.3 Dem HÄNDLER ist bekannt, dass es bei der werblichen Nutzung von urheberrechtlich geschützten Materialien etc. branchenüblich ist, dass der Urheber der Aufnahmen entgegen § 13 UrhG nicht genannt wird. HÄNDLER garantiert, dass der Urheber auf das Namensnennungsrecht verzichtet.

6.14.4 Der HÄNDLER versichert, dass das Material keine Rechte Dritter (Urheberrechte, Patente, Gebrauchs- oder Geschmacksmuster, Marken, Sortenschutzrechte, Lizenzen, Ansprüche aus dem Wettbewerbsrecht u.a.) verletzen und nicht gegen gesetzliche oder behördliche Vorschriften verstößt. Der HÄNDLER gewährleistet, dass mit dem Material keine gewaltverherrlichenden, pornografischen, rassistischen Inhalte und/oder sonstige Inhalte, die das Persönlichkeitsrecht erheblich herabsetzen, transportiert werden.

6.14.5 Der HÄNDLER gewährleistet, dass OTTO alle nach diesem Vertrag übertragenen Rechte und Befugnisse erwirbt. Insbesondere aber nicht abschließend garantiert der HÄNDLER über die urheberrechtlichen Nutzungsrechte verfügen zu können und von etwaig abgebildeten Personen die erforderlichen persönlichkeitsrechtlichen Einwilligungen eingeholt zu haben.

6.14.6 Der HÄNDLER stellt OTTO von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die aufgrund einer unzulässigen Nutzung des Materials gegen OTTO geltend gemacht werden, frei; hierzu zählen insbesondere auch die Kosten der notwendigen Rechtsverteidigung. Ihm bekanntwerdende Beeinträchtigungen der vertragsgegenständlichen Rechte hat der HÄNDLER OTTO unverzüglich mitzuteilen. Sonstige Ansprüche OTTOs aus einer Garantieverletzung bleiben unberührt.

6.14.7 Im Falle einer begründeten rechtlichen Inanspruchnahme OTTOs aufgrund des Seitens des HÄNDLERs bereitgestellten Materials verwirkt der HÄNDLER unter Ausschluss des Fortsetzungszusammenhanges eine Konventionalstrafe in Höhe von pauschal 1.000,00 €. Darüberhinausgehende Kosten- und Schadensersatzansprüche von OTTO bleiben hiervon unberührt.

6.15 Anforderung an den Firmennamen / Unternehmensnamen des HÄNDLERS

Der Firmenname, mit dem der Geschäftsbetrieb des HÄNDLERS auf dem Marktplatz identifiziert wird, muss den Verkäufer des Produkts genau identifizieren und darf nicht missbräuchlich sein. Der HÄNDLER muss das Recht haben, den Firmennamen zu führen.

Der Name, mit dem der Endkunde den HÄNDLER auf www.otto.de identifizieren kann (sog. Verkäufername), darf keine Top-Level-Domain wie .de, _de, -de, .com, _com, -com, .net, _net, -net o.ä. enthalten. Dies gilt nicht, soweit der eingetragene Unternehmensname des HÄNDLERS im Handelsregister eine entsprechende Endung aufweist.

6.16 Testkäufe

OTTO behält sich das Recht vor, stichprobenartig Testkäufe von Produkten des HÄNDLERS durchzuführen, um die Einhaltung der Verpflichtungen des HÄNDLERS aus diesem Vertrag zu überprüfen.

6.17 Kontaktmöglichkeiten

6.17.1 Der HÄNDLER stellt für OTTO die telefonische Erreichbarkeit während der üblichen Geschäftszeiten (in der Regel mindestens werktags Montag bis Freitag zwischen 9.00 und 16.00 Uhr) sowie die Erreichbarkeit per E-Mail, OTTO Partner Connect und Post sicher.

6.17.2 Der HÄNDLER benennt OTTO eine verantwortliche Person als themenübergreifenden Kontakt und hält diesen über OPC aktuell.

6.17.3 Darüber hinaus benennt der HÄNDLER OTTO die geforderte Anzahl funktionsfähiger E-Mail-Adressen, die OTTO zur (ggf. themenspezifischen) Kommunikation mit dem HÄNDLER verwenden kann. OTTO ist berechtigt, die E-Mail-Adressen an die OTTO Payments zum Zweck der direkten Kontaktaufnahme zu übermitteln. Die entsprechenden E-Mail-Adressen sind – soweit OTTO dies fordert – vom HÄNDLER zu verifizieren.

6.17.4 Der HÄNDLER hat auf Anfragen von OTTO innerhalb einer Frist von spätestens zwei (2) Tagen (werktags von Montag bis Freitag) Stellung zu nehmen, soweit OTTO keine längere Frist setzt.

6.17.5 Die Kommunikation zwischen dem OTTO Kundenservice und dem HÄNDLER zur Lösung von Endkundenklärfällen erfolgt ausschließlich in deutscher Sprache.

6.18 Kommunikation mit Endkunden

6.18.1 Der HÄNDLER hat sich an die **Anlage 9 [Richtlinie zur Endkundenkommunikation]** zu halten. OTTO behält sich vor, die Einhaltung der Richtlinie unter anderem durch ein automatisiertes Textmining zu überprüfen und unerlaubte Inhalte in der E-Mail-Kommunikation automatisiert zu löschen. In diesem Fall ist OTTO zudem berechtigt, die entsprechende Kommunikation in Gänze zu überprüfen; weitergehende Rechte von OTTO bleiben unberührt. Für den Inhalt der vom HÄNDLER initiierten Endkundenkommunikation ist der HÄNDLER rechtlich verantwortlich.

6.18.2 Im Falle von Endkundeneskalationsfällen ist OTTO zur Bewertung der Eskalation und möglicher Lösungsfindung berechtigt, Einsicht in die vom HÄNDLER mit dem entsprechenden Endkunden geführte Kommunikation zu nehmen.

6.19 Steuern

6.19.1 Ein HÄNDLER hat stets eine ihm von den Behörden seines Ansässigkeitsstaates erteilte und zu jedem Zeitpunkt gültige Umsatzsteuer-Identifikationsnummer bei OTTO zu hinterlegen. Eine Abrechnung der von OTTO erbrachten Leistungen erfolgt mit Fakturierung an diese Umsatzsteuer-Identifikationsnummer. Sofern diese nicht gültig ist, behält OTTO sich vor, eine Abrechnung mit deutschem Umsatzsteuerausweis vorzunehmen. Im Falle des Erbringens von lokalen Warenlieferungen innerhalb Deutschlands hat der HÄNDLER (ggf. zusätzlich) eine ihm von den deutschen Behörden erteilte und zu jedem Zeitpunkt gültige Umsatzsteuer-Identifikationsnummer bei OTTO zu hinterlegen.

Der HÄNDLER verzichtet auf die Nichtanwendung der Lieferschwelle für innergemeinschaftliche Fernverkäufe. Die Endkundenumsätze sind in Deutschland der gesetzlich geschuldeten Umsatzsteuer zu unterwerfen.

Sofern der HÄNDLER in seinem Ansässigkeitsstaat das One-Stop-Shop (OSS) Verfahren für Lieferungen im Rahmen innergemeinschaftlicher Fernverkäufe beantragt hat, wird die Abrechnung der Endkundenumsätze unter der Angabe der Umsatzsteuer-Identifikationsnummer seines Ansässigkeitsstaates erfolgen. Hiervon ausgenommen sind lokale Lieferungen innerhalb Deutschlands.

6.19.2 Der HÄNDLER hat keinen Anspruch gegenüber OTTO auf Korrektur der Endkundenbelege, wenn der HÄNDLER eine falsche Angabe gemacht hat, Änderungen zum Abgangsort vornimmt oder der HÄNDLER die Kleinunternehmerregelung im Sinne des Art. 280a ff. MwStSystRL bzw. deren lokale Umsetzung in einem EU-Mitgliedsstaat in Anspruch nimmt. Für den Fall, dass OTTO einen Endkundenbeleg korrigiert, stellt OTTO diesen einmalig im Kundenkonto zur Verfügung; eine darüber hinausgehende Verpflichtung zur Zustellung eines korrigierten Endkundenbelegs hat OTTO nicht.

6.19.3 OTTO wird die erforderlichen Stamm- und Umsatzdaten an die zuständigen Finanzbehörden übermitteln, sofern OTTO hierzu, insbesondere durch das Plattformen-Steuertransparenzgesetz (PStTG), verpflichtet ist.

6.19.4 OTTO behält sich vor, mit dem HÄNDLER steuerlich im Modell der Lieferkettenfiktion i.S.d. Art. 14a MwStSystRL zusammenzuarbeiten, sofern eine umsatzsteuerrechtliche Ansässigkeit des HÄNDLERS im Drittland festgestellt wird. OTTO behält sich das Recht vor, in Zweifelsfällen eine umsatzsteuerrechtliche Ansässigkeit des HÄNDLERS im Drittland zu unterstellen. Ein solcher Zweifelsfall kann bspw. dann gegeben sein, wenn gesetzliche Vertreter und/ oder Geschäftsführer im Drittland wohnhaft sind. Der Zweifelsfall kann durch eine Bestätigung der zuständigen Finanzbehörden widerlegt werden, die jedoch nur für zukünftige Transaktionen wirkt.

Da OTTO im Rahmen der Lieferkettenfiktion als Schuldner der Umsatzsteuer der vom HÄNDLER zivilrechtlich erbrachten Endkundenumsätze gilt, behält OTTO sich das Recht vor, den vom HÄNDLER angegebenen Umsatzsteuersatz auf den stets gültigen Umsatzsteuer-Regelsteuersatz anzupassen. OTTO und der HÄNDLER vereinbaren für den Fall einer festgestellten oder unterstellten Lieferkettenfiktion, dass der HÄNDLER die OTTO Payments anweist, etwaig an den HÄNDLER zu zahlende Forderungskaufpreise an den HÄNDLER um die Umsatzsteuerbeträge zu kürzen und diese Beträge an OTTO auszuzahlen. Der an den HÄNDLER auszukehrende Entgeltbetrag reduziert sich entsprechend um die Umsatzsteuerbeträge.

6.19.5 Sofern die Anwendung des Art. 14a MwStSystRL nachträglich festgestellt und durch die Finanzbehörden eine Steuerfestsetzung gegen OTTO erfolgte, hat der HÄNDLER die der Festsetzung zugrundeliegende Umsatzgeschäfte ggü. seiner Finanzbehörde ebenfalls zu berichtigen und die daraus resultierende Umsatzsteuererstattung an OTTO auszukehren. Ziffer 10.3 bleibt unberührt.

6.19.6 Sämtliche dem HÄNDLER nach diesem Vertrag in Rechnung gestellten Entgelte und Gebühren sind ohne Abzug von Quellensteuern (wie auch Digitalsteuer) oder ähnlichen Abzügen zu zahlen. Jede Steuerverbindlichkeit oder ähnliche Zahlungsverpflichtung, die aus den dem HÄNDLER nach diesem Vertrag in Rechnung gestellten Entgelte und Gebühren resultiert, trägt ausschließlich der HÄNDLER. Falls nach Maßgabe der jeweils anwendbaren gesetzlichen Vorschriften Abzüge oder Quellensteuereinbehalte vorzunehmen oder gesonderte Steuerzahlungen oder ähnliche Zahlungen zu leisten sind, ist der HÄNDLER, dem die Entgelte und Gebühren in Rechnung gestellt werden, die solche Abzüge, Quellensteuereinbehalte oder gesonderten Steuerzahlungen oder ähnlichen Zahlungen auslösen, verpflichtet, entweder (i) einen zusätzlichen Betrag zu zahlen, der sicherstellt, dass OTTO die Entgelte und Gebühren in Höhe eines Nettobetrags erhält, der dem Betrag entspricht, den OTTO ohne einen solchen Abzug oder Quellensteuereinbehalt erhalten hätte, oder (ii) die geschuldeten Steuern oder ähnlichen Zahlungen in eigener Verantwortung und ohne Anspruch auf Erstattung durch OTTO an die zuständige Behörde zu entrichten. Im Falle einer nachträglichen Festsetzung von Quellensteuern (wie auch Digitalsteuern) gegenüber OTTO stellt der HÄNDLER OTTO von sämtlichen hieraus resultierenden Verpflichtungen frei und erstattet OTTO den vollen Betrag der festgesetzten (Quellen-)Steuer einschließlich etwaiger Säumniszuschläge, Zinsen und / oder Strafzahlungen innerhalb von 60 Tagen nachdem die Festsetzung erfolgt ist. Etwaige Steuererklärungen, Steueranmeldungen sowie steuerliche Meldungen oder Anzeigen, die aufgrund der anwendbaren gesetzlichen Vorschriften abzugeben sind, sind von derjenigen Partei zu erstellen, die nach den jeweils anwendbaren gesetzlichen Regelungen üblicherweise primär für die Abgabe der entsprechenden Steuererklärungen oder Meldungen verantwortlich ist.

6.20 Systembeteiligungspflichtige Verpackungen

6.20.1 Der HÄNDLER bestätigt, dass er nur systembeteiligungspflichtige Verpackungen für seine Verkäufe über den Marktplatz verwendet, wenn diese bei einem oder mehreren dualen Systemen gemäß den Vorgaben des Verpackungsgesetzes ordnungsgemäß beteiligt sind. Darüber hinaus bestätigt der HÄNDLER – sofern dies erforderlich ist – mit einer gültigen LUCID Nummer registriert zu sein. Auf Verlangen hat der HÄNDLER OTTO als Nachweis einer ordnungsgemäßen Registrierung bei der Zentralen Stelle Verpackungsregister die sog. LUCID Nummer oder einen anderen von OTTO benötigten Identifier mitzuteilen und im Hinblick auf eine ordnungsgemäße Systembeteiligung einen entsprechenden anderen Nachweis (z.B. Systembeteiligungsvertrag) vorzulegen. Der HÄNDLER hat OTTO unverzüglich zu informieren und betroffene Angebote auf dem Marktplatz zu deaktivieren, sofern eine ordnungsgemäße Beteiligung für systembeteiligungspflichtige Verpackungen nicht mehr gegeben ist oder der HÄNDLER nicht mehr über eine gültige LUCID Nummer verfügt.

6.20.2 Der HÄNDLER stellt OTTO zudem auf Nachfrage Informationen über die Zusammensetzung des vom HÄNDLER genutzten Versandverpackungsmaterials zur Verfügung (z.B. Art der Verpackung und Recyclinganteil).

6.21 Rechtsfolgen bei Pflichtverstoß

Bei einem Verstoß des HÄNDLERS gegen die in § 6 genannten Pflichten, behält sich OTTO ausdrücklich die Geltendmachung von Schadensersatzansprüchen sowie die fristlose Kündigung aus wichtigem Grund nach Maßgabe von Ziffer 11.2 vor. Der

HÄNDLER stellt OTTO von jeglichen Rechtsansprüchen Dritter aufgrund von schuldhaften Pflichtverletzungen nach Maßgabe von § 10 frei. Daneben kann OTTO von den in § 13 näher bezeichneten Beschränkungsmöglichkeiten Gebrauch machen. Weitergehende gesetzliche Rechte oder Ansprüche von OTTO bleiben unberührt.

§ 7 Datenschutz

7.1 Verarbeitung von personenbezogenen Daten des HÄNDLERS

7.1.1 Allgemeines

Daten juristischer Personen sind datenschutzrechtlich grundsätzlich nicht relevant. Insofern Daten, die der HÄNDLER gegenüber OTTO (z.B. im Rahmen des Onboarding-Prozesses) angibt und / oder die OTTO über den HÄNDLER auf sonstige Weise erhebt (z.B. Namen von Einzelkaufleuten; Namen von Geschäftsführern, IP-Adressen) trotz dieses Umstands unter den Anwendungsbereich des Datenschutzrechts fallen, erteilt OTTO im Hinblick auf deren Verarbeitung die im Nachfolgenden wiedergegebenen Informationen.

7.1.2 Datenschutzrechtlich Verantwortliche für die Datenverarbeitung

Die im Nachfolgenden wiedergegebenen Datenschutzinformationen gelten für die Datenverarbeitung durch die

Otto GmbH & Co. KGaA
Im Nachfolgenden „OTTO“
Werner-Otto-Straße 1-7
22179 Hamburg Deutschland
Telefon: +49 40 - 3603 3603
Email-Adresse: impressum@info.otto.de

vertreten durch:

Petra Scharner-Wolff (Vorsitzende)
Dr. Marcus Ackermann
Dr. Philipp Andrée
Katy Roewer
Kay Schiebur

7.1.3 Zuständige Aufsichtsbehörde

Die für OTTO zuständige Aufsichtsbehörde ist der Hamburgische Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit.

7.1.4 Kontaktdaten der / des betriebliche(n) Datenschutzbeauftragte(n)

Den/die betriebliche(n) Datenschutzbeauftragte(n) von OTTO können Sie unter

Otto GmbH & Co. KGaA
Werner-Otto-Straße 1-7
22179 Hamburg
Deutschland

E-Mail: datenschutzbeauftragter@ottogroup.com

erreichen.

7.1.5 Zwecke der Datenverarbeitung / Rechtsgrundlagen

OTTO wird im Rahmen der Verarbeitung der Daten die bestehenden gesetzlichen datenschutzrechtlichen Vorgaben einhalten.

OTTO ist dazu berechtigt, die zum Zweck der Erfüllung der OTTO aus diesen Nutzungsbedingungen obliegenden Rechten und Pflichten erforderlichen Datenverarbeitungen vorzunehmen. Rechtsgrundlage für die zuvor genannten Datenverarbeitungen ist die in Art. 6 Abs.1. lit. b) DSGVO.

OTTO ist außerdem dazu berechtigt, die im Rahmen des Onboarding-Prozesses angegebenen / erhobenen Daten (z.B. Unternehmensbezeichnung, Unternehmenssitz, verwendete IP-Adresse) zum Zweck einer Bonitäts- und Fraud-Prüfung zu nutzen. OTTO ist in diesem Zusammenhang unter anderem dazu berechtigt, die Daten an Wirtschaftsauskunfteien zum Zweck der Abfrage von Bonitätsinformationen zu nutzen. Hierbei arbeitet OTTO mit der folgenden Auskunftei zusammen: SCHUFA Holding AG, Kormoranweg 5, 65201 Wiesbaden. Informationen zur Datenverarbeitung durch diese Auskunftei sind unter https://www.schufa.de/global/datenschutz-dsgvo/ abrufbar. Rechtsgrundlage für diese Datenverarbeitung ist die in Art. 6 Abs. 1 lit. f) DSGVO. Die Vornahme einer Bonitäts-Fraud-Prüfung kann im Rahmen automatisierter Einzelfallentscheidungen erfolgen.

Im Rahmen der automatisierten Einzelfallentscheidung können z.B. von einer Wirtschaftsauskunftei erhaltene Informationen berücksichtigt werden.

OTTO ist des Weiteren dazu berechtigt, Informationen über den HÄNDLER, die OTTO von dem HÄNDLER im Rahmen des Onboarding-Prozesses erhält, an die OTTO Payments zum Zweck der Durchführung der der OTTO Payments gesetzlich vorgeschriebenen Prüfungen zu übermitteln. Rechtsgrundlage hierfür ist die Regelung in Art. 6 Abs. 1 lit. b) DSGVO.

7.1.6 Rechte der Betroffenen

Ihnen stehen bei Vorliegen der jeweiligen gesetzlichen Voraussetzungen die folgenden Rechte zu:

- das Recht auf Auskunft über Ihre bei uns gespeicherten persönlichen Daten (Art. 15 DSGVO), insbesondere können Sie Auskunft über die Verarbeitungszwecke, die Kategorie der personenbezogenen Daten, die Kategorien von Empfängern, gegenüber denen Ihre Daten offengelegt wurden oder werden, die geplante Speicherdauer, die Herkunft ihrer Daten, sofern diese nicht direkt bei Ihnen erhoben wurden, verlangen;
- das Recht auf Berichtigung unrichtiger oder auf Vervollständigung richtiger Daten (Art. 16 DSGVO),
- das Recht auf Löschung Ihrer bei uns gespeicherten Daten (Art. 17 DSGVO), soweit keine gesetzlichen oder vertraglichen Aufbewahrungsfristen oder andere gesetzliche Pflichten bzw. Rechte zur weiteren Speicherung von uns einzuhalten sind,
- das Recht auf Einschränkung der Verarbeitung Ihrer Daten (Art. 18 DSGVO), soweit die Richtigkeit der Daten von Ihnen bestritten wird, die Verarbeitung unrechtmäßig ist, Sie aber deren Löschung ablehnen; der Verantwortliche die Daten nicht mehr benötigt, Sie jedoch diese zur Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen benötigen oder Sie gemäß Art. 21 DSGVO Widerspruch gegen die Verarbeitung eingelegt haben,
- das Recht auf Datenübertragbarkeit gem. Art. 20 DSGVO, d.h. das Recht, ausgewählte bei uns über Sie gespeicherte Daten in einem gängigen, maschinenlesbaren Format übertragen zu bekommen, oder die Übermittlung an einen anderen Verantwortlichen zu verlangen,
- das Recht auf Beschwerde bei einer Aufsichtsbehörde. In der Regel können Sie sich hierfür an die Aufsichtsbehörde ihres üblichen Aufenthaltsortes oder Arbeitsplatzes oder unseres Unternehmenssitzes wenden.

Die zuvor genannten, Ihnen uns gegenüber zustehenden Rechte, können Sie – bis auf das Recht der Beschwerde bei einer Aufsichtsbehörde – unter www.otto.de/datenschutz geltend machen.

7.1.7 Weitere Informationen

Weitere Informationen zum Datenschutz bei OTTO finden Sie unter www.otto.de/datenschutz.

7.2 Verarbeitung von Kundendaten

7.2.1 Betreiber der Website www.otto.de ist OTTO. Dies hat zur Folge, dass OTTO im Hinblick auf sämtliche auf der Website www.otto.de erhobenen Daten über das Surfverhalten einzelner Kunden / User (Trackingdaten) Verantwortliche im datenschutzrechtlichen Sinn ist. Dies gilt auch für solche Trackingdaten, die bei einem Aufruf von Unterseiten von www.otto.de, auf denen der HÄNDLER seine Waren / Leistungen anbietet, erhoben werden.

7.2.2 OTTO bietet Kunden / Usern die Möglichkeit, auf www.otto.de ein Plattformkundenkonto zu eröffnen. Im Rahmen der Eröffnung und der Führung des Kundenkontos werden personenbezogene Daten der Kunden / User verarbeitet. Hierunter fallen unter anderem die folgenden Datenkategorien: Vorname, Nachname, Geburtsdatum, Lieferanschrift, Rechnungsanschrift, Informationen über bei OTTO und / oder HÄNDLERN auf der Plattform erworbene Waren / Leistungen (Kundenkontodaten). Verantwortlich im datenschutzrechtlichen Sinn für die Verarbeitung der Kundenkontodaten ist OTTO.

7.2.3 Insofern Kunden auf www.otto.de Waren / Leistungen von dem HÄNDLER erwerben (wollen), werden personenbezogene Daten der Kunden verarbeitet. OTTO verarbeitet – abhängig von dem jeweiligen Zweck der Datenverarbeitung – diese personenbezogenen Daten entweder als datenschutzrechtlich Verantwortliche oder als Auftragsverarbeiter für den HÄNDLER in dessen Eigenschaft als datenschutzrechtlich Verantwortlicher. Hierbei können dieselben Datenkategorien – bei Vorliegen unterschiedlicher Verarbeitungszwecke – durch OTTO sowohl als Auftragsverarbeiter, als auch als datenschutzrechtlich Verantwortliche verarbeitet werden.

7.2.4 Insoweit OTTO personenbezogene Daten, für die der HÄNDLER datenschutzrechtlich verantwortlich ist, im Auftrag des HÄNDLERs verarbeitet, gelten im Hinblick auf diese Verarbeitungen die Regelungen aus der diesen Nutzungsbedingungen als **Anlage 10 [Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung]** beigefügten Abrede zur Auftragsverarbeitung zwischen dem HÄNDLER und OTTO. Unter diese Regelungen fallen unter anderem die folgenden Datenverarbeitungen durch OTTO: Erhebung von Informationen über bei dem HÄNDLER durch Endkunden getätigte Bestellungen zum Zweck der Weitergabe der Bestellinformationen an den HÄNDLER; Übermittlung von Informationen an die OTTO Payments zum Zweck der Zahlungsabwicklung; Weitergabe von Zahlungsinformationen an Payment-Provider zum Zweck der Zahlungsabwicklung; First-Level-Support; Widerrufs-/ Retourenabwicklung. Der HÄNDLER beauftragt im Rahmen der Auftragsverarbeitung OTTO, den HÄNDLER betreffende Retouren- und Paymentdaten zum Zweck der Betrugsprävention auszuwerten und zu nutzen (z.B. Erkennung von Betrugsmustern und Sperrung bestimmter Endkunden). Des Weiteren beauftragt der HÄNDLER OTTO den HÄNDLER betreffende Retourendaten zum Zweck der Erkennung und Vermeidung unangemessener bzw. missbräuchlicher Retourenmuster auszuwerten und zu nutzen (bspw. Identifikation von Vielretournierenden), sowie Retourendaten des HÄNDLERS zu aggregieren und die entsprechend anonymisierten Daten zu nutzen (bspw. im Rahmen der Produktzufriedenheit (Ziffer 6.7) und Produktrelevanz (Ziffer 6.8) oder der Suchfunktion auf otto.de).

7.2.5 Im Hinblick auf personenbezogene Daten von Kunden, die nicht durch OTTO als Auftragsverarbeiter, sondern selbst durch den HÄNDLER als datenschutzrechtlich Verantwortlichen und / oder durch einen anderen Auftragsverarbeiter des HÄNDLERS als OTTO verarbeitet werden (z.B. Adressdaten zum Zweck der Warenzustellung), hat der HÄNDLER sicherzustellen, dass im Rahmen dieser Datenverarbeitungen die datenschutzrechtlichen Vorgaben eingehalten werden. Insbesondere hat der HÄNDLER mit anderen Auftragsverarbeitern als OTTO eine den gesetzlichen Vorgaben entsprechende Abrede zur Auftragsverarbeitung zu schließen. Darüber hinaus hat der HÄNDLER ausreichende technische und organisatorische Maßnahmen zum Schutz der Daten zu treffen.

Werden die Daten durch andere Dritte nicht als Auftragsverarbeiter des HÄNDLERS, sondern als datenschutzrechtlich Verantwortliche verarbeitet (z.B. Transportdienstleister), hat der HÄNDLER mit diesen Dritten ausreichende, vertragliche Regelungen zum Schutz der Daten sowie der durch die Dritten einzuhaltenden Zweckbindungen zu treffen.

7.2.6 Der HÄNDLER ist nicht dazu berechtigt, Daten, die der HÄNDLER im Rahmen des Angebots sowie der Veräußerung von Waren / Leistungen auf www.otto.de erhebt, zu eigenen und / oder Drittmarketingzwecken zu nutzen.

7.2.7 Sollte der HÄNDLER auf www.otto.de Kunden die Möglichkeit einer Lastschrift / eines Rechnungskaufes einräumen, erfolgt dies unter Einbindung der OTTO Payments. Für die Verarbeitung von Daten durch die OTTO Payments ist die OTTO Payments datenschutzrechtlich Verantwortliche.

7.2.8 Der HÄNDLER ist dazu verpflichtet, den Endkunden den bestehenden gesetzlichen datenschutzrechtlichen Vorgaben entsprechende Informationen zur Verfügung zu stellen (Art.13, 14 DSGVO). OTTO wird dem HÄNDLER die Möglichkeit geben, diese Informationen auf der Verkäuferdetailseite auf www.otto.de zu hinterlegen. Zur Sicherstellung einer größtmöglichen Transparenz gegenüber den Kunden – insbesondere im Hinblick auf die datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit in Bezug auf einzelne Datenverarbeitungen – gibt OTTO dem HÄNDLER einen Teil der zu erteilenden Informationen vor. Eine Wiedergabe dieser Informationen auf der Verkäuferdetailseite entbindet den HÄNDLER nicht von der Einbindung der weiteren, gesetzlich erforderlichen Informationen bezüglich der Verarbeitung der Daten durch den HÄNDLER als datenschutzrechtlich Verantwortliche.

7.2.9 Der HÄNDLER ist dazu verpflichtet, gegenüber dem HÄNDLER geltend gemachte Betroffenenrechte (z.B. Auskunft, Löschung, Datenportabilität etc.) gegenüber den Betroffenen (Kunden) zu erfüllen. Insofern OTTO solche Daten für den HÄNDLER als Auftragsverarbeiter verarbeitet, die geltend gemachten Betroffenenrechte unterliegen, gelten im Hinblick auf die seitens OTTO vorzunehmenden Mitwirkungshandlungen die diesbezüglich einschlägigen Vorgaben aus der diesen Nutzungsbedingungen als **Anlage 10 [Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung]** beigefügten Abrede zur Auftragsverarbeitung. Insofern gegenüber dem HÄNDLER Betroffenenrechte geltend gemacht werden, die die Datenverarbeitung durch die OTTO Payments betreffen, verpflichtet sich der HÄNDLER, die Kunden, die die jeweiligen Betroffenenrechte geltend gemacht haben, an die OTTO Payments als Verantwortliche für die Erfüllung der Betroffenenrechte zu verweisen.

7.2.10 Insofern OTTO Daten von Kunden, die im Zusammenhang mit dem (beabsichtigten) Erwerb von Waren / Leistungen, die von dem HÄNDLER auf www.otto.de angeboten werden anfallen, als datenschutzrechtlich Verantwortliche verarbeitet (z.B. Verarbeitung von Daten zum Zweck der Abrechnung), hält OTTO im Rahmen dieser Verarbeitung die bestehenden gesetzlichen datenschutzrechtlichen Vorgaben ein. OTTO wird insbesondere ausreichende technische und organisatorische Maßnahmen zum Schutz der Daten treffen.

§ 8 Haftung von OTTO

8.1 OTTO haftet unbeschränkt bei Vorsatz und grober Fahrlässigkeit, für die Verletzung von Leben, Leib oder Gesundheit, nach den Vorschriften des Produkthaftungsgesetzes, bei Übernahme einer Garantie oder im Falle von Arglist. Garantien müssen ausdrücklich von OTTO als „Garantie“ bezeichnet werden;

klarstellend wird festgehalten, dass Leistungsbeschreibungen oder -zusagen in Teilen dieser Nutzungsbedingungen, in Werbematerialien, auf Webseiten oder anderen Veröffentlichungen von OTTO grundsätzlich keine Garantien darstellen.

8.2 OTTO haftet nicht für leicht fahrlässige Verletzungen nicht wesentlicher Vertragspflichten (Kardinalpflichten). Die Verletzung einer Kardinalpflicht liegt vor, wenn eine Vertragspflicht nicht erbracht wird, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der HÄNDLER regelmäßig vertrauen darf. In diesem Fall ist die Haftung jedoch auf den Ersatz des vorhersehbaren, typischerweise eintretenden Schadens begrenzt.

8.3 Zudem ist die Haftung im Falle der leicht fahrlässigen Verletzung einer Kardinalspflicht im Sinne von Ziffer 8.2 der Summe nach beschränkt auf die Summe der Provisionszahlungen, die in den 12 Monaten vor dem Eintritt des ersten schädigenden Ereignisses, auf dem der Haftungsanspruch beruht, entstanden sind.

8.4 Vorbehaltlich Ziffer 8.1 und Ziffer 8.2 haftet OTTO nicht für entgangenen Gewinn, ausgebliebene Einsparungen, mittelbare Schäden und Folgeschäden.

8.5 Vorbehaltlich Ziffer 8.1, wird die Haftung von OTTO für Datenverlust auf den gewöhnlichen Wiederherstellungsaufwand beschränkt, der bei regelmäßiger und den Risiken angemessener Anfertigung von Sicherheitskopien durch den HÄNDLER eingetreten wäre. Angemessen ist insoweit, dass der HÄNDLER mindestens einmal täglich eine gesonderte Sicherung seiner Daten durchführt.

8.6 Eine Haftung von OTTO für durch technisch bedingte Ausfälle verursachte abgebrochene Datenübertragungen oder sonstige Probleme und Schäden in diesem Zusammenhang, welche von OTTO nicht zu vertreten sind, ist ausgeschlossen. OTTO haftet nicht für Schäden, die durch die Störung des Betriebs von www.otto.de oder anderen dem HÄNDLER bereitgestellten technischen Einrichtungen infolge von höherer Gewalt, Aufruhr, Kriegs- und Naturereignissen oder infolge von sonstigen von OTTO nicht zu vertretenden Vorkommnissen (z.B. Streik, Aussperrung, Verkehrsstörungen, Cyber-Angriffe, Verfügungen von öffentlicher Hand des In- und Auslands) veranlasst oder auf nicht schuldhaft verursachte technische Probleme zurückzuführen sind. Dies gilt auch, soweit diese Störungen bei von OTTO beauftragten Dritten eintreten.

8.7 Mit Ausnahme der Haftung nach Ziffer 8.1 gelten die vorstehenden Haftungsbeschränkungen für alle Schadensersatzansprüche, unabhängig von deren Rechtsgrund und einschließlich von Schadensersatzansprüchen aus unerlaubter Handlung. Die vorstehenden Haftungsbeschränkungen gelten auch im Falle etwaiger Schadensersatzansprüche gegen Mitarbeiter, Vertreter oder Organe von OTTO.

§ 9 Haftung und Versicherung des HÄNDLERS

9.1 Der HÄNDLER haftet nach den gesetzlichen Bestimmungen. Insbesondere hat der HÄNDLER auch nach den Vorschriften des Produkthaftungsgesetzes (ProdHaftG) und im Rahmen der Produzentenhaftung für Schäden und Folgeschäden beim Endkunden einzustehen. Der HÄNDLER ist auf Verlangen zum Nachweis der Einhaltung einschlägiger produktsicherheitsrechtlicher Vorschriften (insbes. GPSR) verpflichtet (Bescheinigung oder Prüfzeichen einer Prüfstelle) und muss im Falle von behördlichen Anordnungen oder bei Bestehen von produktsicherheitsrechtlichen Risiken das Produkt unabhängig von der Mängelgewährleistungszeit zurücknehmen.

9.2 Der HÄNDLER ist verpflichtet, eine Betriebshaftpflichtversicherung in angemessenem Umfang während der Dauer der Vertragslaufzeit sowie der jeweiligen Verjährungsfristen zu unterhalten. Eine Deckungsbestätigung des Versicherers ist OTTO auf Verlangen zu überlassen.

§ 10 Freistellungsverpflichtungen des HÄNDLERS

10.1 Der HÄNDLER verteidigt und stellt OTTO bzw. die mit OTTO unmittelbar oder mittelbar verbundenen Unternehmen gegenüber allen Ansprüchen, Forderungen sowie in Verfahren frei, die Dritte gegenüber OTTO einleiten und die darauf zurückzuführen sind, dass

10.1.1 der HÄNDLER die ihm als Verantwortliche Stelle nach geltenden Datenschutzbestimmungen obliegenden Pflichten schuldhaft verletzt hat;

10.1.2 Daten des HÄNDLERS gegen die Schutzrechte (z.B. Urheberrechte, Markenrechte oder Persönlichkeitsrechte) Dritter verstoßen oder diese widerrechtlich verwenden;

10.1.3 die Nutzung eines Produkts durch den HÄNDLER entgegen dem Vertragsverhältnis geschieht oder gegen anwendbare Gesetze und Bestimmungen verstößt; oder

10.1.4 der HÄNDLER gegen allgemeine anwendbare Gesetze und Bestimmungen oder sonstige Pflichten, die in diesen Nutzungsbedingungen niedergelegt sind, verstößt.

Der HÄNDLER stellt OTTO insoweit von allen Schadensersatzansprüchen frei, einschließlich Anwalts- und Gerichtskosten, die infolge von Ansprüchen gegen OTTO durch rechtskräftige Gerichts- oder Verwaltungsentscheidung festgesetzt oder infolge eines gerichtlich bestätigten Vergleichs von OTTO bezahlt wurden, soweit OTTO den HÄNDLER umgehend, spätestens jedoch innerhalb von 14 Tagen, über den Anspruch gegen OTTO informiert und dem HÄNDLER die Kontrolle über die Verteidigung gegen den Anspruch gegen OTTO oder den Abschluss von Vergleichen einräumt (letzteres jedoch nur, soweit OTTO vollständig von jeder Haftung freigestellt wird). OTTO unterstützt den HÄNDLER auf dessen Kosten in angemessenem Umfang.

Die Freistellungsverpflichtung des HÄNDLERS gilt nur soweit der HÄNDLER die vom Dritten geltend gemachten Ansprüche und Forderungen zu vertreten hat.

10.2 Ferner hat der HÄNDLER OTTO bzw. die mit ihm mittelbar oder unmittelbar verbundenen Unternehmen von allen Ansprüchen aus Produkthaftung betreffend der vom HÄNDLER über den Marktplatz verkauften Produkte freizuhalten sowie sämtliche OTTO im Zusammenhang mit Produkthaftungsfällen entstehenden Schäden und Aufwendungen (z. B. sämtliche mit einem Rückruf verbundenen Kosten, Kosten für Vernichtung, Beseitigung und Entsorgung der betroffenen Produkte, Zinsverlust, Rechtsanwaltskosten u.ä.) zu ersetzen, es sei denn, dass die Ursache eines entsprechenden Mangels nach dem Produkthaftungsgesetz durch OTTO gesetzt wurde.

10.3 Schließlich hat der HÄNDLER OTTO von Ansprüchen der Finanzbehörden freizustellen, die wegen nicht oder nicht vollständig vom HÄNDLER entrichteter Steuern gegen OTTO gerichtet werden oder aufgrund der Lieferkettenfiktion gem. § 3 Abs. 3a UStG gegenüber OTTO entstehen.

10.4 Die in diesem § 10 enthaltenen Freistellungsverpflichtungen bleiben über eine etwaige Vertragsbeendigung hinaus bestehen.

§ 11 Laufzeit und ordentliche Kündigung

11.1 Laufzeit/ aufschiebende Bedingung/ automatische Beendigung

11.1.1 Dieser Vertrag steht unter der aufschiebenden Bedingung des wirksamen Abschlusses des ZDRV.

11.1.2 Der Vertrag läuft auf unbestimmte Zeit und kann von beiden Parteien jederzeit mit einer Frist von einem (1) Monat zum Ende eines jeden Kalendermonats gekündigt werden. Das Recht zur Kündigung aus wichtigem Grund gemäß Ziffer 11.2 bleibt davon unberührt.

11.1.3 Dieser Vertrag endet darüber hinaus automatisch, ohne dass es einer Kündigung bedarf, mit Beendigung – gleich aus welchem Grund – des ZDRV.

11.2 Fristlose Kündigung aus wichtigem Grund

Jede Partei hat das Recht, den Vertrag aus wichtigem Grund ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist zu kündigen. Ein wichtiger Grund liegt vor, wenn der kündigenden Partei unter Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalls und unter Abwägung der beiderseitigen Interessen die Fortsetzung des Vertragsverhältnisses bis zum Ablauf einer Kündigungsfrist oder einer vereinbarten Beendigung nicht zumutbar ist.

Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn

11.2.1 OTTO gesetzlichen oder behördlich angeordneten Verpflichtungen unterliegt, die eine vollständige Beendigung der Dienste durch OTTO erfordern; oder

11.2.2 der HÄNDLER einen Verstoß gegen wesentliche Regelungen dieser Nutzungsbedingungen (insbesondere einen Verstoß gegen § 6) und/ oder wesentliche Vertrags- oder Leistungspflichten begangen hat, welcher auch nach Fristsetzung nicht beseitigt oder wiederholt begangen wird;

11.2.3 der HÄNDLER das Ranking manipuliert;

11.2.4 der HÄNDLER – über alle Produkte hinweg – eine durchschnittliche Endkundenrezensionsquote von unter drei (3) Sternen hat, soweit für alle Produkte zusammengerechnet mindestens acht (8) Endkundenrezensionen vorliegen;

11.2.5 der HÄNDLER auf einschlägigen Sanktionslisten, insbesondere solcher der Bundesrepublik Deutschland (inklusive EU- und UN-Sanktionslisten), der USA, von Großbritannien oder der Schweiz aufgeführt wird;

11.2.6 der HÄNDLER die im Rahmen des Onboardings (inklusive der Händlerprüfung) geforderten Voraussetzungen nicht mehr erfüllt;

11.2.7 die Löschung einer der Parteien im Handelsregister;

11.2.8 falsche Angaben bei der Anmeldung zur Nutzung des Marktplatzes;

11.2.9 der HÄNDLER als Kleinunternehmen im Sinne des Art. 280a ff. MwStSystRL bzw. deren lokale Umsetzung in einem EU-Mitgliedsstaat eingestuft ist;

11.2.10 eine Neuanmeldung erfolgt, obwohl der HÄNDLER gekündigt wurde oder sich im Zustand der Sortimentsdeaktivierung (siehe Ziffer 13.1.4) befindet (dies gilt auch für eine Neuanmeldung mit einer anderen Gesellschaft, sofern ein oder mehrere Vertretungsberechtigte und/ oder Gesellschafter mit denen des HÄNDLERS übereinstimmen);

11.2.11 der HÄNDLER Produktplagiate auf dem Marktplatz anbietet;

11.2.12 der HÄNDLER wiederholt unzulässige Produkte angeboten hat;

11.2.13 OTTO die Mitteilung eines Finanzamts erhält, dass der HÄNDLER seinen steuerlichen Pflichten nicht oder nicht vollständig nachkommt oder OTTO auf anderem Wege von diesem Umstand Kenntnis erlangt.

11.2.14 der HÄNDLER mit Zahlungen gegenüber OTTO oder OTTO Payments, die aus anderen Verträgen im Zusammenhang mit dem Marktplatz herrühren, in Verzug ist und die Zahlungen trotz Mahnung nicht beglichen hat;

11.2.15 sich die wirtschaftlichen Verhältnisse der anderen Partei erheblich verschlechtern und die Erfüllung der vertraglichen Verpflichtungen dadurch ernsthaft gefährdet werden kann;

11.2.16 der HÄNDLER eine Rechtsform nutzt, die im Onboarding nicht angeboten wird;

11.2.17 der HÄNDLER die erforderliche(n) Umsatzsteuer-Identifikationsnummer(n) nicht übermittelt und/ oder diese nicht gültig ist/ sind;

11.2.18 es auf dem Marktplatz weitere Händler mit identischem Inhaber, Geschäftsführer und/ oder gesetzlichem Vertreter wie beim HÄNDLER gibt; oder

11.2.19 der HÄNDLER sich in Liquidation befindet.

11.3 Form der Kündigung

11.3.1 Eine Kündigung hat mindestens in Textform zu erfolgen. Eine mündliche Kündigung ist nicht zulässig.

11.3.2 Der HÄNDLER kann seine Kündigung durch Einstellen eines entsprechenden Tickets in OPC übermitteln.

11.4 Begründung der Kündigung durch OTTO

11.4.1 Im Falle einer außerordentlichen Kündigung übermittelt OTTO dem HÄNDLER – soweit OTTO dazu verpflichtet ist – mit oder unverzüglich nach der Kündigung eine Begründung dieser Entscheidung.

11.4.2 Bei einer ordentlichen Kündigung verweist OTTO im Kündigungsschreiben zur Begründung auf die ordentliche Kündigungsmöglichkeit gemäß Ziffer 11.1.

§ 12 Nachvertragliche Verpflichtungen des HÄNDLERS

12.1 Nach Beendigung des Vertrages bleibt der HÄNDLER verpflichtet, Grundgeschäfte, bei denen die Kaufpreisforderung gegen den Endkunden von der OTTO Payments angekauft wurde (vgl. ZDRV), Retouren sowie Endkundenanfragen nach Maßgabe dieser Nutzungsbedingungen abzuwickeln. Die Abwicklung hat schnellstmöglich zu erfolgen.

12.2 Alle offenen Bestellungen, bei denen bis einschließlich fünf (5) Tage nach Vertragsbeendigung kein Grundgeschäft abgeschlossen wurde, werden marktplatzseitig storniert.

12.3 Retouren und Rückerstattungen können längstens bis 70 Tage nach Vertragsbeendigung über den Marktplatz abgewickelt werden. Nach Ablauf der 70 Tage sind Rückerstattungen an den Endkunden außerhalb des Marktplatzes abzuwickeln. Der HÄNDLER hat sich für den Austausch der Zahlungsinformationen mit dem Endkunden in Verbindung zu setzen.

12.4 Der HÄNDLER ermächtigt OTTO hiermit, die gemäß Ziffer 12.2 erforderliche Erklärung gegenüber dem Endkunden in seinem Auftrag und Namen abzugeben.

12.5 Abweichend von Ziffer 12.2 werden im Falle einer Vertragsbeendigung aufgrund außerordentlicher Kündigung gemäß Ziffer 11.2 oder einer automatischen Vertragsbeendigung gemäß Ziffer 11.1.3 im Falle einer außerordentlichen Kündigung des ZDRV alle offenen Bestellungen, bei denen vor Vertragsbeendigung kein Grundgeschäft abgeschlossen wurde, marktplatzseitig storniert. Abweichend von Ziffer 12.3 können Retouren im Falle einer Vertragsbeendigung aufgrund außerordentlicher Kündigung gemäß Ziffer 11.2 oder einer automatischen Vertragsbeendigung gemäß Ziffer 11.1.3 im Falle einer außerordentlichen Kündigung des ZDRV nicht mehr über den Marktplatz abgewickelt werden.

§ 13 Beschränkung der Dienste

13.1 Einschränkung oder Aussetzung der Dienste in Bezug auf alle Produkte (Sortimentsdeaktivierung)

13.1.1 OTTO kann die Dienste in Bezug auf alle Produkte einschränken oder aussetzen (Sortimentsdeaktivierung), wenn ein Grund zur außerordentlichen Kündigung gemäß Ziffer 11.2 vorliegt oder ein begründeter Verdacht besteht, dass die Voraussetzung für eine außerordentliche Kündigung erfüllt sind.

13.1.2 In folgenden Fällen ist OTTO – ohne vorherige Abmahnung – zu

einer zweiwöchigen Sortimentsdeaktivierung berechtigt:

- Manipulation von Endkundenrezensionen;
- Manipulation des Rankings; und/ oder
- Rechtswidriges Verhalten im zeitlichen Zusammenhang mit besonderen Kampagnen (z.B. Black Friday).

13.1.3 OTTO kann die Dienste darüber hinaus einschränken und/ oder vorübergehend aussetzen, solange zwischen HÄNDLER und OTTO Payments kein wirksam geschlossener ZDRV vorliegt, oder die Leistungen des ZDRV, egal aus welchem Grund, durch die OTTO Payments ausgesetzt worden sind (z.B. kein weiterer Forderungsankauf stattfindet oder keine Auszahlung mehr erfolgt).

13.1.4 Außerhalb von schwerwiegenden und zu einer sofortigen oder zügigeren Einschränkung oder Aussetzung aller Produkte berechtigenden Gründen, untergliedert sich der von OTTO angewendete Eskalationsprozess grundsätzlich in die Stufen „Verwarnung", „Abmahnung" und „Sortimentsdeaktivierung". Zwischen der „Verwarnung" und der „Abmahnung" sowie zwischen der „Abmahnung" und der „Sortimentsdeaktivierung" erhält der HÄNDLER jeweils mindestens zwei (2) Tage (werktags von Montag bis Freitag) Zeit zum Abstellen des Verstoßes oder – je nach Einzelfall – entsprechende Zeit zur ergänzenden Stellungnahme. Erfolgt weiterhin keine Rückmeldung bzw. kein Abstellen des Verstoßes oder hat der HÄNDLER innerhalb eines Zeitraums von drei (3) Monaten Verstöße wiederholt nicht abgestellt, erfolgt eine Einschaltung des OTTO-Risk Managements.

13.1.5 OTTO begründet – soweit OTTO dazu verpflichtet ist - dem HÄNDLER die erfolgte Einschränkung oder Aussetzung der Dienste unverzüglich per E-Mail.

13.2 Einschränkung oder Aussetzung der Dienste in Bezug auf einzelne Produkte

OTTO kann die Dienste in Bezug auf einzelne Produkte einschränken oder aussetzen. Dabei ist OTTO insbesondere zu einer vorübergehenden oder dauerhaften Offlinestellung oder Unterbindung des Produktuploads eines Produkts berechtigt und/ oder OTTO kann in schwerwiegenden Fällen (z.B. im Falle der Rechtswidrigkeit der Produkte im Sinne von Art. 32 DSA) die Abwicklungsmöglichkeit eines sich auf das entsprechende Produkt beziehenden Auftrages über den Marktplatz durch marktplatzseitige Stornierung abbrechen, wenn

13.2.1 eine Beschränkungsberechtigung nach Ziffer 13.1 besteht;

13.2.2 es in Bezug auf das Produkt, auf den sich die Einschränkung oder Aussetzung beziehen soll, zu einem einmaligen oder wiederholten Verstoß gegen wesentliche Regelungen dieser Nutzungsbedingungen, insbesondere gegen Ziffer 3.2 oder § 6 der Nutzungsbedingungen, gekommen ist oder ein begründeter Verdacht eines solchen Verstoßes vorliegt; oder

13.2.3 es in Bezug auf das Produkt zu einer Entrüstung in Medien oder Öffentlichkeit (insbesondere in Social Media) kommt, die geeignet ist, den Ruf des Marktplatzes zu schädigen.

OTTO begründet – soweit OTTO dazu verpflichtet ist – dem HÄNDLER die Einschränkung oder Aussetzung vor oder zeitgleich mit deren Wirksamwerden per E-Mail.

13.3 Werkzeuge zur Identifizierung rechtswidriger oder mit den Nutzungsbedingungen unvereinbarer Produkte bzw. Produktinhalte

Um Produkte bzw. darin enthaltene Einzelinformationen (Texte, Produktbilder, etc.) zu identifizieren, die rechtswidrig oder mit diesen Nutzungsbedingungen unvereinbar sind, ergreift OTTO auf Eigeninitiative insbesondere folgende Maßnahmen:

13.3.1 Stichprobenartige Sortimentsüberprüfung: OTTO überprüft die Sortimente der Händler stichprobenartig (manuell). Die Überprüfungen erstrecken sich insbesondere auf neue Händler. Hierbei liegt der Fokus auf besonders kritischen Aspekten der Produktangaben, wie bspw. fehlende gesetzliche Angaben.

13.3.2 Testbestellungen: Ausgewählte Produkte werden anonym bestellt, um eine physische Prüfung im Hinblick auf die in den Nutzungsbedingungen festgelegten Versand- und Verpackungsrichtlinien zu ermöglichen. Zusätzlich bietet der Prozess die Möglichkeit, einzelne Produkte und deren Merkmale konkret zu prüfen, um beispielsweise Plagiate auszuschließen.

13.3.3 Bilderkennung: Mehrmals pro Woche erfolgt eine automatisierte Analyse der Produktbilder auf dem Marktplatz. Die Ergebnisse werden manuell überprüft.

13.3.4 Automatische Überprüfung der Produktqualität: Siehe Ziffer 6.7. Die Entscheidung, ob ein Produkt beschränkt wird, erfolgt manuell.

13.3.5 Automatische Content Compliance-Prüfung: Der Fokus der Prüfung liegt darin, regelbasiert und sortimentsbezogen Produkte auf gesetzlich verbotene und unerwünschte Inhalte in den Produktdaten zu prüfen und unverzüglich einzuschränken. Der HÄNDLER erhält in Fällen, in denen eine Korrektur möglich ist, entsprechende Handlungsempfehlungen, damit die Einschränkung nach erfolgter Anpassung möglichst schnell wieder aufgehoben wird (z.B. im Falle der Verwendung eines unerwünschten Begriffs). Sowohl die Einschränkung als auch die Freigabe bei Anpassung entsprechender Fehler erfolgt automatisiert.

§ 14 Attraktivität des Marktplatzes

14.1 OTTO verfolgt mit seinem Marktplatzangebot das Ziel, von den Endkunden als relevante Einkaufsstätte wahrgenommen zu werden. Dies beinhaltet auch die kundenseitige Erwartung konkurrenzfähiger Preise von Produkten, die der HÄNDLER auf dem Marktplatz anbietet. Um dieses Ziel zu fördern, behält sich OTTO vor, Produkte nach vorherigem Hinweis zu deaktivieren, deren Verkaufspreise signifikant über den Verkaufspreisen anderer Verkaufsstätten liegen.

14.2 Dem HÄNDLER ist bekannt, dass OTTO und die anderen Händler zur Förderung der Attraktivität des Marktplatzes dem Endkunden ein möglichst kundenfreundliches Einkaufserlebnis bieten wollen. Daher bemüht der HÄNDLER sich nach besten Kräften, die Endkundenverträge so kundenfreundlich wie möglich durchzuführen und der HÄNDLER versucht insbesondere, etwaige Meinungsverschiedenheiten mit Endkunden einvernehmlich im Sinne dieses Ziels schnellstmöglich zu klären.

§ 15 Setzen eines Retourenstatus oder Auslösung einer (Teil)Gutschrift durch den Marktplatz

15.1 Zur Förderung der Attraktivität des Marktplatzes und zur Einhaltung der gesetzlichen Regelungen zum Schutz der Verbraucher im Fernabsatzverkehr möchte OTTO eine zügige und endkundenfreundliche Bearbeitung von Retouren, Klärung von Sendungsverlusten und besonderen Endkundenklärfällen sicherstellen.

Vor diesem Hintergrund behält sich OTTO in den nachfolgend unter Ziffer 15.1.1 bis Ziffer 15.1.6 definierten Fällen vor, marktplatzseitig im System einen positiven Retourenstatus zu setzen oder eine (Teil)Gutschrift auszulösen:

15.1.1 wenn der HÄNDLER gegen seine Pflicht zur schnellen Retourenabwicklung verstößt, indem der HÄNDLER die gemäß Ziffer 6.3.5 i.V.m. **Anlage 7 [Abwicklungsanforderungen und Service-Level-Agreements]** festgelegte Retourenbearbeitungszeit („**Retourenbearbeitungszeit**") um mehr als zwei (2) Tage (werktags von Montag bis Freitag) überschreitet („**Retourenbearbeitungsnachfrist**");

15.1.2 für den Fall, dass der HÄNDLER die in Ziffer 6.3.5 i.V.m.

Anlage 7 [Abwicklungsanforderungen und Service-Level-Agreements] Ziffer 1.1.9 bestimmten Fristen zur Übermittlung von Sendungsnachweisen um mehr als zwei (2) Tage (werktags von Montag bis Freitag) überschreitet;

15.1.3 sofern der HÄNDLER entgegen Ziffer 6.3.5 i.V.m. **Anlage 7 [Abwicklungsanforderungen und Service-Level-Agreements]** Ziffer 1.1.2.1.3a) bis Ziffer 1.1.2.1.3i) keinen positiven Retourenstatus gesetzt hat;

15.1.4 wenn der HÄNDLER die Frist gemäß Ziffer 6.3.5 i.V.m. **Anlage 7 [Abwicklungsanforderungen und Service-Level-Agreements]** Ziffer 3 zur Beantwortung eines Endkundenklärfalles um mehr als zwei (2) Tage (werktags von Montag bis Freitag) überschreitet; und/ oder

15.1.5 der HÄNDLER gegen die Anforderungen bei Gewährleistungsfällen gemäß Ziffer 6.3.5 i.V.m. **Anlage 7 [Abwicklungsanforderungen und Service-Level-Agreements]** Ziffer 4.3 bis Ziffer 4.7 verstößt.

15.1.6 – in Bezug auf alle bestehenden oder neu entstehenden Endkundenklärfälle –, solange sich der HÄNDLER gemäß Ziffer 13.1.4 im Zustand „Sortimentsdeaktivierung“ befindet oder ein außerordentlicher Kündigungsgrund gemäß Ziffer 11.2 besteht, wenn in diesen Fällen der HÄNDLER auch nach Einschaltung des OTTO-Risk Managements nicht innerhalb der gesetzten Frist seinen vertraglichen Pflichten nachkommt.

15.2 In Bezug auf die in Ziffer 15.1.1 bis Ziffer 15.1.6 definierten Fälle kann OTTO einen positiven Retourenstatus setzen. Liegt darüber hinaus in Bezug auf diese Fälle eine Endkundenbeschwerde vor, kann OTTO – anstelle der Setzung eines positiven Retourenstatus – eine (Teil)Gutschrift auslösen; über die Höhe entscheidet OTTO nach billigem Ermessen. Bei Setzung eines positiven Retourenstatus fällt keine Vermittlungsgebühr und – gemäß den Regelungen des ZDRV – keine Paymentgebühr an. Bei Auslösung einer (Teil)Gutschrift fällt die Vermittlungsgebühr und – entsprechend der Regelungen des ZDRV – die Paymentgebühr hingegen an.

15.3 Der HÄNDLER ermächtigt OTTO hiermit, die gemäß Ziffer 15.1 erforderlichen Erklärungen gegenüber dem Endkunden und der OTTO Payments in seinem Auftrag und Namen abzugeben. Das zwischen HÄNDLER und Endkunde bestehende zivilrechtliche Vertrags- bzw. Rückabwicklungsverhältnis bleibt von vorstehenden Regelungen in Ziffer 15.1 unberührt.

15.4 Vorstehende Regelungen in Ziffer 15.1 und 15.2 finden auch im Rahmen der nachvertraglichen Retourenabwicklung nach § 12 Anwendung.

§ 16 Ranking und differenzierte Behandlung

16.1 OTTO setzt auf www.otto.de verschiedene Rankingmechanismen ein. Eine Beschreibung dieser Rankingmechanismen ist in **Anlage 11 [Rankingmechanismen]** enthalten.

16.2 OTTO bietet den Endkunden im Rahmen von Aktionen und Kampagnen eine Reihe von Kundenvorteilen an, die werblich gesondert hervorgehoben werden (z.B. durch Banner, Teaserflächen, Newsletter o.ä.). OTTO entscheidet nach eigenem Ermessen, inwieweit diese den HÄNDLERN zugänglich gemacht werden. Einzelne dieser gesonderten werblichen Hervorhebungen stehen ausschließlich OTTO in seiner Eigenschaft als Händler oder dem HÄNDLER unter den Bedingungen einer separaten Vereinbarung zur Verfügung. Dazu gehören insbesondere:

- Werbliche Hervorhebungen von dauerhaften und temporären Produktaktionen (bspw. „Deal der Woche“, „Deal des Monats”, sortimentsspezifische Aktionswochen, OTTO-Aktionen wie Black Friday)
- Werbliche Hervorhebungen von prozentualen Rabatten auf Produkte oder Sortimente (z.B. auf Banner- und/ oder Teaserflächen o.ä)
- Vorteile für bestimmte Kategorien von Endkunden (OTTO Up-Vorteile).

Daneben bietet OTTO in seiner Eigenschaft als Händler sowie verbundene Unternehmen einige Sortimente exklusiv und für eigene Produkte bestimmte zusätzliche Services (z.B. Aufbau- und Einbau- sowie Installations- und Einrichtungsservices) und absatzfördernde Maßnahmen (z.B. „Gratis dazu“-Beigaben, Absprung auf externe URLs, Aufforderung zur Bewertung von Produkten, Cashback-Aktionen) an, die dem HÄNDLER aus technischen oder rechtlichen Gründen nicht zur Verfügung stehen. Zudem tritt OTTO in seiner Eigenschaft als Händler auf dem Marktplatz mit seinem Markenlogo auf.

§ 17 Beschwerdemanagementsystem („Complaint Tool“)

17.1 Der HÄNDLER hat die Möglichkeit über ein Complaint Tool Beschwerden insbesondere in Bezug auf Maßnahmen oder Verhaltensweisen von OTTO oder technische Probleme einzureichen, die in direktem Zusammenhang mit der Bereitstellung der Dienste stehen und sich auf den HÄNDLER auswirken. Hierzu gehören beispielsweise Maßnahmen von OTTO nach § 11 und § 13 der Nutzungsbedingungen. Zusätzlich hat der HÄNDLER die Möglichkeit, Unfälle und Sicherheitsrisiken zu unsicheren Produkten über das Complaint Tool zu melden.

17.2 Das Complaint Tool ist für den HÄNDLER über OTTO Partner Connect im Bereich „Partner Help Desk“ oder über die entsprechenden Produktdetailseiten auf otto.de zu erreichen. Beschwerden kann der HÄNDLER auch jederzeit über das Kontaktformular https://account.otto.market/s/login-help?language=de an OTTO richten. OTTO prüft die eingereichten Beschwerden und unterrichtet den HÄNDLER über das Ergebnis der Prüfung.

17.3 Bei wiederholter offensichtlich missbräuchlicher Inanspruchnahme des Complaint Tools durch den HÄNDLER (z.B. zur Konkurrenzbereinigung), setzt OTTO die Bearbeitung von Beschwerden des HÄNDLERS nach vorheriger Abmahnung für einen angemessenen Zeitraum aus.

§ 18 Mediation

OTTO ist bereit mit den nachfolgend benannten Mediatoren zusammenzuarbeiten, um mit dem HÄNDLER eine außergerichtliche Beilegung etwaiger Streitigkeiten zwischen den Parteien zu erzielen, die sich auf die Bereitstellung der Dienste beziehen. OTTO weist darauf hin, dass die Durchführung einer Mediation für keine Partei verpflichtend ist. OTTO prüft im Einzelfall nach Treu und Glauben, ob sich OTTO an einer vom HÄNDLER gewünschten Meditation beteiligt. Das Recht der Parteien vor, während oder nach einer Mediation den ordentlichen Rechtsweg zu beschreiten, bleibt unberührt.

Der HÄNDLER kann seinen Mediationsantrag richten an:

1) Ponschab + Partner Mediatoren PartG
München PR 1396
Kirchplatz 9a
82049 Pullach i. Isartal
E: bevh@ponschab-partner.com
F: +49 89 1222372-0

Die anwendbare Mediationsordnung ist in **Anlage 12 [Mediationsordnung P2B Ponschab + Partner]** beigefügt.

2) RA Dr. Felix Wittern
Fieldfisher Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB
Amerigo-Vespucci-Platz 1
20457 Hamburg
E: felix.wittern@fieldfisher.com
F:+49 40 8788698 114

Die anwendbare Mediationsordnung ist in **Anlage 13 [Mediationsordnung P2B Fieldfisher]** beigefügt.

HÄNDLER in einem Mediationsvertrag zu vereinbaren.

§ 19 Kostenlose Teilnahme am OTTO UP-Programm

OTTO schaltet HÄNDLER unter bestimmten Voraussetzungen für eine begrenzte Testzeit zur kostenlosen Teilnahme am OTTO UP-Kundenbindungsprogramm frei und zeigt bei den Produkten dieser HÄNDLER das OTTO UP-Logo an. Einzelheiten sind im Partner Helpdesk beschrieben.

§ 20 Vertraulichkeit

20.1 Die Parteien verpflichten sich, über diesen Vertrag und alle im Rahmen der Durchführung dieses Vertrages ausgetauschten vertraulichen Informationen strengstes Stillschweigen zu bewahren. Vertrauliche Informationen im Sinne dieser Vereinbarung sind alle nicht öffentlichen Informationen, die eine Partei („offenbarende Partei") im Zusammenhang mit der Durchführung dieses Vertrags an die andere Partei („empfangende Partei") übermittelt und die als vertraulich gekennzeichnet sind oder bei denen sich aus ihrem Inhalt oder den Umständen der Übermittlung ergibt, dass diese vertraulich zu behandeln sind.

20.2 Eine Weitergabe von vertraulichen Informationen durch die Parteien an mit einer Partei im Sinne der §§ 15ff. AktG verbundenen Unternehmen ist insoweit erlaubt, als diese Weitergabe zur Erfüllung konzerninterner revisions- und Prüfpflichten erforderlich ist.

20.3 Die Geheimhaltungspflicht gilt nicht für solche Informationen, (1) die der empfangenden Partei nachweislich bereits vor der Offenbarung durch die offenbarende Partei bekannt waren, ohne dass ein Verstoß gegen eine Vertraulichkeitsvereinbarung vorliegt; (2) die aufgrund einer gesetzlichen Bestimmung oder aufgrund einer gerichtlichen oder behördlichen Anordnung offenzulegen sind.

20.4 Die Geheimhaltungspflicht gilt über den Zeitraum dieses Vertrages hinaus für eine Dauer von drei (3) Jahren.

20.5 Mit Beendigung des Vertrages sind die jeweils empfangenen vertraulichen Informationen der offenbarenden Partei zurückzugeben oder, soweit eine Rückgabe aus technischen Gründen nicht möglich ist, zu vernichten.

§ 21 Sonstige Bestimmungen

21.1 Änderungen und Ergänzungen dieses Vertrages – ausgenommen Ziffer 1.3 dieser Nutzungsbedingungen, einschließlich dieser Klausel – bedürfen der Schriftform. Das vorstehende Schriftformerfordernis gilt nicht für den erstmaligen Vertragsschluss über OTTO Partner Connect oder ein sonstiges von OTTO bereitgestelltes Online-Onboarding-Verfahren sowie nicht für Erklärungen, Mitteilungen oder sonstige Handlungen, die nach diesen Nutzungsbedingungen ausdrücklich in Textform oder über OTTO Partner Connect bzw. eine von OTTO bereitgestellte technische Schnittstelle abgegeben oder vorgenommen werden können.

21.2 Die Übertragung von Pflichten auf bzw. die Abtretung von Rechten an Dritte aus diesem Vertrag ist dem HÄNDLER nur mit schriftlicher Zustimmung von OTTO gestattet. § 354a HGB bleibt unberührt.

21.3 Eine Übertragung des Accounts des HÄNDLERS auf einen Dritten ist im Falle einer Einzelrechtsnachfolge grundsätzlich ausgeschlossen.

21.4 Der HÄNDLER kann lediglich mit einer unbestrittenen oder rechtskräftig festgestellten Forderung gegen eine Forderung von OTTO aufrechnen.

21.5 Sofern gesetzlich zulässig, steht dem HÄNDLER kein Pfand-, Leistungsverweigerungs- oder Zurückbehaltungsrecht zu.

21.6 Dieser Vertrag unterliegt ausschließlich dem Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts sowie derjenigen Kollisionsnormen, die zur Anwendung eines anderen Rechts führen würden. Ausschließlicher Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus oder im Zusammenhang mit diesem Vertrag ist, soweit gesetzlich zulässig, das jeweils zuständige Gericht am Unternehmenssitz von OTTO.

21.7 Sollte eine Bestimmung dieses Vertrags ganz oder teilweise gegen gesetzliche Regelungen verstoßen oder aus sonstigen Gründen nichtig sein, wird dadurch die Gültigkeit dieser Nutzungsbedingungen ansonsten nicht berührt. Die nichtige oder unwirksame Bestimmung ist im gegenseitigen Einvernehmen durch eine wirksame Regelung zu ersetzen, die dem wirtschaftlich angestrebten Zweck der unwirksamen Regelung am nächsten kommt.

21.8 Sofern die englische und die deutsche Fassung dieser Nutzungsbedingungen voneinander abweichen oder einer anderen Auslegung zugänglich sind, hat die deutsche Version Vorrang.

21.9 Anlagen

Die nachfolgenden Anlagen zu diesen Nutzungsbedingungen sind wesentlicher Vertragsbestandteil. Im Falle von Widersprüchen zwischen den Nutzungsbedingungen und den Anlagen haben die Regelungen in den Nutzungsbedingungen Vorrang.

1) Anlage 1 [Endkunden AGB]
2) Anlage 2 [Gebührenmodell]
3) Anlage 3 [Business Partner Declaration on Sustainability]
4) Anlage 4 [Liste unerwünschter Produkte]
5) Anlage 4a [Ethikleitsätze von OTTO]
6) Anlage 4b [Prinzipien für verantwortungsvollen Humor bei OTTO]
7) Anlage 5 [Markenausschlüsse]
8) Anlage 5a [Marken mit zusätzlichen Anforderungen oder Einschränkungen]
9) Anlage 5b [Freigabepflichtige Sortimente]
10) Anlage 6 [Untersagte Ausgangsstoffe in Produkten]
11) Anlage 7 [Abwicklungsanforderungen und Service-Level-Agreements]
12) Anlage 8 [Anforderungen Produktdaten]
13) Anlage 9 [Richtlinie für die Endkundenkommunikation]
14) Anlage 10 [Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung]
15) Anlage 11 [Rankingmechanismen]
16) Anlage 12 [Mediationsordnung P2B Ponschab + Partner]
17) Anlage 13 [Mediationsordnung P2B Fieldfisher]

Otto GmbH & Co. KGaA
Werner-Otto-Straße 1-7
22179 Hamburg
Deutschland

Telefon: +49 40 – 64 61 – 0
Fax: +49 40 – 64 61 – 85 71
E-Mail: impressum@info.otto.de
Umsatzsteueridentifikationsnr.: DE340596305

AG Hamburg HR B 188101
Persönlich haftend:
Otto Verwaltungsgesellschaft mbH
AG Hamburg HR B 119264

vertreten durch:
Petra Scharner-Wolff (Vorsitzende)
Dr. Marcus Ackermann
Dr. Philipp Andrée
Katy Roewer
Kay Schiebur

Aufsichtsrat:
Alexander Birken (Vorsitzender)
Prof. Dr. Michael Otto (Ehrenvorsitzender)

Anlage 1: Endkunden AGB

Allgemeine Geschäftsbedingungen auf otto.de (Version vom 31.07.2026)

1. Allgemeines
otto.de ist ein Marktplatz, auf dem – neben der Otto GmbH & Co. KGaA – weitere Verkäufer ihre Produkte im eigenen Namen und auf eigene Rechnung zum Verkauf anbieten. Bei den Verkäufern handelt es sich um Unternehmer im Sinne des § 14 BGB. Der Verkauf der Produkte erfolgt grundsätzlich nur an Verbraucher im Sinne des § 13 BGB, die volljährig sind.

Der Kaufvertrag/ die Kaufverträge kommt/ kommen zustande zwischen Ihnen und dem Verkäufer der von Ihnen bestellten Artikel; der jeweilige Verkäufer eines Artikels wird an verschiedenen Stellen des Bestellvorgangs angezeigt, insbesondere auf der Artikeldetailseite, im Warenkorb und vor Abschluss der Bestellung („Verkäufer: XY"). Verkäufer eines Artikels sind entweder wir (Otto GmbH & Co. KGaA) (nachfolgend „OTTO-Artikel") oder ein anderer Verkäufer (nachfolgend „Artikel anderer Verkäufer" oder „Artikel eines anderen Verkäufers").

2. Zeitpunkt des Vertragsschlusses:
Die Darstellung der Waren und Dienstleistungen auf otto.de stellt kein rechtlich bindendes Angebot, sondern eine generelle Information dar. Durch Anklicken des Buttons „Jetzt zum genannten Preis bestellen" geben Sie ein verbindliches Kaufangebot der im Warenkorb enthaltenen Waren ab. Unmittelbar nach dem Abschluss des Bestellvorganges erhalten Sie per E-Mail eine Bestellbestätigung. Wenn Sie per Vorkasse oder PayPal zahlen, kommt der Kaufvertrag mit Ihrem Erhalt der Bestellbestätigung zustande. Bei allen anderen Zahlarten kommt der Kaufvertrag zustande, sobald Sie unsere per E-Mail verschickte Versandankündigung oder Versandbestätigung erhalten; spätestens jedoch, wenn Sie die Ware erhalten.

3. Widerrufsbelehrung

Widerrufsrecht
Sie haben das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen den Vertrag mit uns oder einem anderen Verkäufer zu widerrufen.

Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die letzte Ware in Besitz genommen haben bzw. hat.

Um ihr Widerrufsrecht auszuüben, können Sie den entsprechenden OTTO-Artikel oder den Artikel eines anderen Verkäufers zur Rücksendung unter Mein Konto anmelden. Machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, so werden wir Ihnen unverzüglich (z.B. per E-Mail) eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs übermitteln.

Sie können uns (Otto GmbH & Co. KGaA, 20088 Hamburg, Tel.: 040 - 3603 3603, E-Mail-Adresse: widerruf@otto.de) (hinsichtlich eines OTTO-Artikels) oder einen anderen Verkäufer (hinsichtlich eines Artikels eines anderen Verkäufers) auch mittels einer eindeutigen Erklärung (z.B. über „Verkäufer kontaktieren" unter Mein Konto oder per E-Mail) über Ihren Entschluss, den Vertrag zu widerrufen, informieren. Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist.

Sie können Ihr Widerrufsrecht auch online über den Link „Vertrag Widerrufen" unter www.otto.de ausüben (Login vorausgesetzt). Wenn Sie diese Online-Funktion nutzen, übermitteln wir per E-Mail unverzüglich eine Eingangsbestätigung mit Informationen zum Inhalt der Widerrufserklärung sowie dem Datum und der Uhrzeit ihres Eingangs.

Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

Folgen des Widerrufs
Wenn Sie den Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle geleisteten Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückgezahlt, an dem Ihr Widerruf des Vertrags eingegangen ist. Für diese Rückzahlung wird dasselbe Zahlungsmittel verwendet, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Sofern nicht die Abholung der Ware angeboten wurde, kann die Rückzahlung verweigert werden, bis die Waren wieder zurückerhalten wurden oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie über den Widerruf des Vertrags informiert haben, an **die Retourenadresse des jeweiligen Verkäufers** zurückzusenden, es sei denn es wurde angeboten, dass die entsprechende Ware bei Ihnen abgeholt wird. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden. Einzelheiten und Hinweise für eine schnelle und unkomplizierte Rücksendung der Waren finden Sie unter Mein Konto. Hier können Sie für viele Artikel Ihr Rücksendeetikett abrufen und im Falle von Speditionssendungen die Kontaktdaten des Spediteurs einsehen.

Der jeweilige Verkäufer trägt die Kosten für die Rücksendung der Ware.

Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist. Haben Sie verlangt, dass Dienstleistungen, für die die Zahlung eines Preises vorgesehen ist, vor Ablauf der Widerrufsfrist beginnen sollen, so haben Sie einen angemessenen Betrag zu zahlen, der dem Anteil der bis zum Zeitpunkt des Widerrufs bereits erbrachten Dienstleistungen im Vergleich zum Gesamtumfang der im Vertrag vorgesehenen Dienstleistungen entspricht.

4. Nichtbestehen des Widerrufsrechts: Ein Widerrufsrecht besteht nach § 312g Abs. 2 BGB u.a. nicht bei Verträgen zur Lieferung von Waren, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind.

Das Widerrufsrecht erlischt vorzeitig bei Verträgen zur Lieferung

- versiegelter Waren, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe geeignet sind, wenn ihre Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- von Ton- oder Videoaufnahmen oder Computersoftware in einer versiegelten Packung, wenn die Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde.

5. Freiwilliges Rückgaberecht: Für alle auf dem Marktplatz gekauften Waren steht Ihnen neben dem gesetzlichen Widerrufsrecht ein freiwilliges Rückgaberecht von insgesamt 30 Tagen zu. Sie können sich auch nach Ablauf der 14-tägigen Widerrufsfrist ohne Angabe von Gründen vom Vertrag lösen, indem Sie die Ware innerhalb von 30 Tagen nach deren Erhalt (Fristbeginn am Tag nach Warenerhalt) unter Mein Konto zur Rücksendung anmelden und an die **Retourenadresse des jeweiligen Verkäufers** zurücksenden (zur Fristwahrung reicht die rechtzeitige Absendung der Ware aus). Im Falle von Speditionsware tritt an Stelle der Rücksendung an den jeweiligen Verkäufer die Ermöglichung einer Abholung der Speditionsware innerhalb der 30-tägigen Rückgabefrist.

Ist die Ware nicht vollständig und in unversehrtem sowie unbeschädigtem Zustand, kann Wertersatz für einen eingetretenen Wertverlust verlangt werden, soweit der Wertverlust auf einen Umgang mit den Waren zurückzuführen ist, der zur Prüfung der Beschaffenheit, der Eigenschaften und der Funktionsweise der Waren nicht notwendig war.

Das freiwillige Rückgaberecht besteht nicht bei Verträgen zur Lieferung von Waren, die nicht vorgefertigt sind und für deren Herstellung eine individuelle Auswahl oder Bestimmung durch den Verbraucher maßgeblich ist oder die eindeutig auf die persönlichen Bedürfnisse des Verbrauchers zugeschnitten sind.

Das freiwillige Rückgaberecht erlischt vorzeitig bei Verträgen zur Lieferung

- versiegelter Waren, die aus Gründen des Gesundheitsschutzes oder der Hygiene nicht zur Rückgabe geeignet sind, wenn ihre Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde,
- von Ton- oder Videoaufnahmen oder Computersoftware in einer versiegelten Packung, wenn die Versiegelung nach der Lieferung entfernt wurde.

Das freiwillige Rückgaberecht gilt darüber hinaus nicht bei gemischten Verträgen über die Lieferung von Waren und die Erbringung von Dienstleistungen hinsichtlich der im gemischten Vertrag enthaltenen Dienstleistungen.

Bis zum Ablauf der Frist für das gesetzliche Widerrufsrecht gelten ausschließlich die dort aufgeführten gesetzlichen Bedingungen. **Das vertraglich eingeräumte freiwillige Rückgaberecht lässt Ihre gesetzlichen Rechte und Ansprüche, deren Inanspruchnahme unentgeltlich ist, unberührt. Insbesondere Ihr gesetzliches Widerrufsrecht und Ihre gesetzlichen Gewährleistungsrechte bleiben Ihnen uneingeschränkt erhalten.**

6. Lieferungen sind grundsätzlich nur innerhalb Deutschlands möglich, ausgeschlossen die Postleitzahlen 72866 Büsingen und 27498 Helgoland. Von uns verkaufte Artikel werden überwiegend durch Hermes oder DHL angeliefert. Andere Verkäufer auf otto.de verwenden unter Umständen andere Transportunternehmen. Die Abgabe von Artikeln erfolgt nur in haushaltsüblichen Mengen.

7. Sollten gelieferte Artikel offensichtliche Material- oder Herstellungsfehler aufweisen, wozu auch Transportschäden zählen, so reklamieren Sie bitte solche Fehler sofort gegenüber uns oder dem Mitarbeiter des Versanddienstleisters, der die Artikel anliefert. Die Versäumung dieser Rüge hat allerdings für Ihre gesetzlichen Ansprüche keine Konsequenzen. Informationen zum gesetzlichen Gewährleistungsrecht für Waren finden Sie unter europa.eu/youreurope/garantien.

Entscheiden Sie sich bei einem mangelhaften Produkt für eine Reparatur anstelle einer Ersatzlieferung, verlängert sich die gesetzliche Gewährleistungsfrist gegenüber dem Verkäufer gemäß den gesetzlichen Bestimmungen einmalig von zwei auf drei Jahre.
Auch für digitale Inhalte und digitale Dienstleistungen gilt das gesetzliche Gewährleistungsrecht.

8. Ansprechpartner: Im Falle von Rückfragen oder Problemen im Zusammenhang mit einem OTTO-Artikel können Sie sich gern an uns wenden. Bei Fragen zu einem Artikel eines anderen Verkäufers platzieren Sie Ihr Anliegen bitte über den Button "Verkäufer kontaktieren" unter Mein Konto.

9. Gültigkeit der Preise: Die auf otto.de genannten Preise sind Euro-Preise (einschl. der gesetzlichen Steuer).

10. Lieferung und Versandkosten: Bei einer Bestellung von Artikeln verschiedener Verkäufer erhalten Sie grundsätzlich mehrere Lieferungen. Die Versandart (Paket oder Spedition) und die Lieferbedingungen (bei Speditionsversand) sind Teil der Artikelinformationen auf der Artikeldetailseite. Die jeweiligen Versandkosten Ihrer Bestellung sind im Warenkorb und in der Übersicht vor Anklicken des Buttons „Jetzt zum genannten Preis bestellen“ aufgeschlüsselt.

11. Zahlung: Um Ihnen auf otto.de ein attraktives Angebot von Zahlungsarten anbieten zu können, kooperieren wir mit unserem Zahlungsdienstleister, der OTTO Payments GmbH, Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg. Die OTTO Payments übernimmt die Zahlungsabwicklung für alle Käufe auf otto.de.

Sie können grundsätzlich per Vorkasse, Lastschrift, auf Rechnung, per Ratenzahlung oder PayPal bezahlen.

Im Rahmen der Zahlungsabwicklung durch die OTTO Payments wird die gegen Sie bestehende Zahlungsforderung des Verkäufers an die OTTO Payments abgetreten. Sie willigen im Rahmen Ihrer Bestellung in die Weitergabe Ihrer persönlichen Daten und die der Bestellung, zum Zwecke der Identitäts- und Bonitätsprüfung, sowie der Vertragsabwicklung, an die OTTO Payments ein.

Alle Einzelheiten für eine Zahlungsabwicklung über die OTTO Payments finden Sie in den OTTO Payments-Zahlungsbedingungen und den OTTO Payments-Datenschutzbestimmungen, die Teil dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind.

Der Einzug von Lastschriften erfolgt durch den Zahlungsdienstleister Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Fuhlsbüttler Straße 437, 22309 Hamburg.

Wir behalten uns vor, Ihnen nur bestimmte Zahlungsarten anzubieten. Die Möglichkeit zum Skontoabzug besteht nicht.

In Einzelfällen behalten wir uns vor, die Ware erst nach einer Anzahlung auszuliefern. Nach Eingang der Bestellung werden wir dies mit Ihnen abstimmen.

Weitere Informationen zur Zahlung finden Sie auf www.otto.de/bezahlung.

12. Eigentumsvorbehalt: Bis zur vollständigen Bezahlung bleibt die Ware Eigentum des jeweiligen Verkäufers.

13. Alternative Streitbeilegung: Wir sind nicht verpflichtet und nicht gewillt, an Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle teilzunehmen. Das gleiche gilt auch für die anderen Verkäufer.

14. Vertragssprache/Speicherung des Bestelltextes: Der Vertragsschluss erfolgt in deutscher Sprache. Der Vertragstext wird von uns nach Vertragsschluss nicht gespeichert. Die Einzelheiten Ihrer Bestellung werden Ihnen in der per E-Mail versendeten Bestellbestätigung zur Verfügung gestellt. In der Bestellbestätigung sind zudem diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen enthalten.

15. Anwendbares Recht: Es gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland unter Ausschluss des UN-Kaufrechts. Wenn Sie Verbraucher mit Wohnsitz außerhalb der Bundesrepublik Deutschland sind, kann ggf. auch das Recht desjenigen Landes, in dem Sie Ihren Wohnsitz haben, zur Anwendung kommen, wenn es sich um zwingende Bestimmungen handelt.

Otto GmbH & Co. KGaA, Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg, Deutschland, AG Hamburg HR B 188101, persönlich haftend: Otto Verwaltungsgesellschaft mbH, Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg, Deutschland, AG Hamburg HR B 119264, vertreten durch: Petra Scharner-Wolff (Vorsitzende), Dr. Marcus Ackermann, Dr. Philipp Andrée, Katy Roewer, Kay Schiebur; Aufsichtsrat: Alexander Birken (Vorsitzender), Prof. Dr. Michael Otto (Ehrenvorsitzender).

Muster-Widerrufsformular

(Wenn Sie den Vertrag widerrufen wollen, dann füllen Sie bitte dieses Formular aus und senden Sie es zurück.)

— An Otto GmbH & Co. KGaA, 20088 Hamburg, E-Mail: widerruf@otto.de:

— Hiermit widerrufe(n) ich/wir (*) den von mir/uns (*) abgeschlossenen Vertrag über den Kauf der folgenden Waren (*)/ die Erbringung der folgenden Dienstleistung (*)

— Bestellt am (*)/erhalten am (*)

— Name des/der Verbraucher(s)

— Anschrift des/der Verbraucher(s)

— Unterschrift des/der Verbraucher(s) (nur bei Mitteilung auf Papier)

— Datum

_____

(*) Unzutreffendes streichen.

Ende Anlage 1

[Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de]

Anlage 2: Gebührenmodell

Monatliche Grundgebühr:

Die monatliche Grundgebühr beträgt 99,90€ zzgl. MwSt.

Prozentuale Vermittlungsgebühr (Provision)[1]:

Die Zuordnung der Produkte zu den Provisionsgruppen erfolgt über das Produktmerkmal [Produktkategorie]. Für die Provisionsgruppen Bekleidung und Schuhe wird zusätzlich über die Produktmerkmale [Geschlecht] und [Zielgruppe] differenziert. Die konkrete Zuordnung der Produktkategorien auf die Provisionsgruppen kann dem Partner Helpdesk Artikel https://account.otto.market/s/article/Provision-Gebuehren entnommen werden.

Die Provision kann zeitweise für ausgewählte Provisionsgruppen durch OTTO herabgesetzt werden. Über die Dauer und die betroffenen Provisionsgruppen informiert OTTO den HÄNDLER über die bekannten Kommunikationskanäle (z.B. E-Mail, Help-Desk, Newsletter, Newsfeed)

Provisionsbereich	Provisionsgruppe	Provision
Einrichten & Wohnen	Küche & Haushaltswaren	15%
Einrichten & Wohnen	Lampen & Leuchten	15%
Einrichten & Wohnen	Möbel	19% auf den VK-Anteil bis einschließlich 150€; 18% auf den VK-Anteil größer 150€ bis einschließlich 500€; 17% auf den VK-Anteil größer 500€
Einrichten & Wohnen	Matratzen und Bettzubehör	20% auf den VK-Anteil bis einschließlich 50€; 18% auf den VK-Anteil größer 50€
Einrichten & Wohnen	Teppiche, Jalousien und Gardinen	20% auf den VK-Anteil bis einschließlich 50€; 18% auf den VK-Anteil größer 50€
Einrichten & Wohnen	Wohnaccessoires & Dekoration	15%
Einrichten & Wohnen	Wohntextilien	15%
Fashion & Lifestyle	Accessoires	15%
Fashion & Lifestyle	Bekleidung Damen	17% auf den VK-Anteil bis einschließlich 25€; 16% auf den VK-Anteil größer 25€ bis einschließlich 75€; 14% auf den VK-Anteil größer 75€
Fashion & Lifestyle	Bekleidung Herren und Unisex	19% auf den VK-Anteil bis einschließlich 25€; 18% auf den VK-Anteil größer 25€ bis einschließlich 75€; 16% auf den VK-Anteil größer 75€

[1] Der Provisionssatz versteht sich als Gesamtsumme aus Provision und Paymentgebühr nach ZDRV, die jeweils separat abgerechnet werden.

Fashion & Lifestyle	Bekleidung Kinder	15% auf den VK-Anteil bis einschließlich 25€; 14% auf den VK-Anteil größer 25€ bis einschließlich 75€; 12% auf den VK-Anteil größer 75€
Fashion & Lifestyle	Bekleidung Sonstige	19% auf den VK-Anteil bis einschließlich 25€; 18% auf den VK-Anteil größer 25€ bis einschließlich 75€; 16% auf den VK-Anteil größer 75€
Fashion & Lifestyle	Koffer & Taschen	15%
Fashion & Lifestyle	Schmuck	22% auf den VK-Anteil bis einschließlich 100€; 20% auf den VK-Anteil größer 100€ bis einschließlich 200€; 18% auf den Anteil größer 200€
Fashion & Lifestyle	Schuhe Damen und Unisex	17% auf den VK-Anteil bis einschließlich 50€; 15% auf den VK-Anteil größer 50€ bis einschließlich 100€; 14% auf den VK-Anteil größer 100€
Fashion & Lifestyle	Schuhe Herren	18% auf den VK-Anteil bis einschließlich 50€; 16% auf den VK-Anteil größer 50€ bis einschließlich 100€; 15% auf den VK-Anteil größer 100€
Fashion & Lifestyle	Schuhe Kinder	14% auf den VK-Anteil bis einschließlich 50€; 13% auf den VK-Anteil größer 50€ bis einschließlich 100€; 12% auf den VK-Anteil größer 100€
Fashion & Lifestyle	Schuhe Sonstige	18% auf den VK-Anteil bis einschließlich 50 €; 16% auf den VK-Anteil größer 50€ bis einschließlich 100 €; 15% auf den VK-Anteil größer 100€
Fashion & Lifestyle	Uhren	18% auf den VK-Anteil bis einschließlich 250€; 12% auf den VK-Anteil größer 250€
Technik & Medien	Haushaltselektronik	15%
Technik & Medien	Elektronik	7%
Technik & Medien	Großgeräte	9% auf den VK-Anteil bis einschließlich 600€; 7% auf den VK-Anteil größer 600€
Technik & Medien	Küchenkleingeräte	15%
Technik & Medien	Technik-Zubehör	15%
Technik & Medien	Medien	12%
Technik & Medien	Personal Care Geräte	12%

Technik & Medien	Software	12%
Technik & Medien	Schreibwaren- & Bürobedarf	10%
Technik & Medien	Kopfhörer	12%
Technik & Medien	Spielekonsolen	8%
Technik & Medien	Smartwatches & Fitnesstracker	12%
Technik & Medien	PC-Komponenten	7%
Technik & Medien	Bücher	18%
Sport & Freizeit	Spielzeug	15%
Sport & Freizeit	Sportgeräte & Outdoor	15%
Sport & Freizeit	E-Bikes	20% auf den VK-Anteil bis einschließlich 1.000€; 17% auf den VK-Anteil größer 1.000€ bis einschließlich 1.400€; 8% auf den VK-Anteil größer 1.400€
Sport & Freizeit	Fahrräder	17% auf den VK-Anteil bis einschließlich 400€; 15% auf den VK-Anteil größer 400€ bis einschließlich 750€; 13% auf den VK-Anteil größer 750€
Sport & Freizeit	Zweiradzubehör	15%
Sport & Freizeit	Roller	17% auf den VK-Anteil bis einschließlich 500€; 15% auf den VK-Anteil größer 500€ bis einschließlich 750€; 10% auf den VK-Anteil größer 750€
Sport & Freizeit	Babyzubehör	10%
Sport & Freizeit	Babymöbel und -mobilität	15%
Sport & Freizeit	Musikinstrumente	10%
Sport & Freizeit	Basteln	10%
Sport & Freizeit	Fitnessgeräte	16%
Sport & Freizeit	Gutscheine	15%
Garten & Heimwerken	Baumarkt	13%
Garten & Heimwerken	Garten	15%
Garten & Heimwerken	Tierbedarf	15%
Garten & Heimwerken	Tiernahrung	10%
Garten & Heimwerken	Kleineisen	8%
Garten & Heimwerken	Werkzeuge & Maschinen	13%
Garten & Heimwerken	Bad & Sanitär	13%
Garten & Heimwerken	Elektroninstallation	10%
Gesundheit	Gesundheit	13%
Drogerie	Drogerie	8% auf den VK-Anteil bis einschließlich 10€; 12% auf den VK-Anteil größer 10€ bis einschließlich 15€; 15% auf den VK-Anteil größer 15€

Drogerie	Beauty	8% auf den VK-Anteil bis einschließlich 10€; 12% auf den VK-Anteil größer 10€ bis einschließlich 15€; 15% auf den VK-Anteil größer 15€
Mobilität & Kfz	Mobilität & Kfz	15%
Mobilität & Kfz	Motorroller	17% auf den VK-Anteil bis einschließlich 1.000€; 15% auf den VK-Anteil größer 1.000€ bis einschließlich 1.500€; 10% auf den VK-Anteil größer 1.500€
Lebensmittel & Nahrungsergänzungsmittel	Nahrungsergänzungsmittel	15%
Lebensmittel & Nahrungsergänzungsmittel	Lebensmittel & Getränke	10%
Sonstiges	Sonstiges	15%
Versandkosten	Standardversandkosten	16%
Versandkosten	Speditionszuschlag	16%

Für HÄNDLER mit einem durch die Science Based Target initiative (SBTi) validiertem Science-Based Target (SBT) wird die Provision in den folgenden Provisionsgruppen um jeweils -0,5%-Pkt. reduziert: Elektronik; Großgeräte, Spielekonsolen und Kleineisen. Alle weiteren Provisionsgruppen werden bei validiertem Science-Based Target (SBT) um -1%-Pkt. reduziert.

Zur Feststellung eines validierten SBT gilt der aktuelle Stand des „Target dashboard“ der SBTi. OTTO prüft das SBT anhand des „Target dashboard“ der SBTi und bestätigt dem HÄNDLER die Provisionsreduzierung. Die Provisionsreduzierung greift ab dem 1. des Folgemonats nach der Bestätigung durch OTTO gegenüber dem HÄNDLER und gilt nur so lange, wie eine Validierung vorliegt.

Ende Anlage 2

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Business Partner Declaration
on Sustainability

An alle Otto Group Marktplatzpartner

Präambel

Globale Herausforderungen wie Ressourcenverknappung, Klimawandel, Artensterben, Umweltverschmutzung, Armut und Menschenrechtsverletzungen beeinflussen die globale Wirtschaft und damit auch die ethischen und ökonomischen Bedingungen des Welthandels. Diese Themen, verbunden mit der Komplexität von vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsketten, zählen zu den größten Herausforderungen des Nachhaltigkeitsmanagements und erfordern eine ganzheitliche Herangehensweise sowie die Einbindung von Stakeholdern.

Die Otto Group engagiert sich seit Jahren für die Verbesserung von Nachhaltigkeitsaspekten in ihrer Lieferkette und orientiert sich im Bereich der menschenrechtlichen und umweltbezogenen Sorgfaltspflicht an regulatorischen Anforderungen.

Soziale Verantwortung und die Wahrung der Menschenrechte ist ein Kernthema und bestimmt das Handeln der Otto Group. Wir arbeiten kontinuierlich daran, die Arbeitsbedingungen für Menschen in unseren Lieferketten zu verbessern und unserer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht nachzukommen.

Tierwohl ist für die Otto Group ein zentrales Anliegen. Wir setzen uns für den Schutz von Tieren ein, halten nationale und internationale Konventionen und Gesetze ein und erlauben keine Produkte oder Bestandteile von gefährdeten Tierarten. Unsere Grundsätze zum Tierschutz umfassen neben geltenden Konventionen und Gesetzen auch die „Five Domains“[1] des Tierschutzes.

Die Otto Group legt großen Wert auf nachhaltige Materialien und versucht den Einsatz wo immer möglich kontinuierlich zu erhöhen. So stehen der sozial- und umweltverträgliche Anbau, die Produktion, die Entsorgung und die Wiederverwendung im Fokus unserer Aktivitäten.

Die Einhaltung von chemischen Anforderungen zum Schutz von Menschen und Umwelt ist für uns unverzichtbare Grundlage und es ist uns wichtig, in welchem Umfang und wie Chemikalien entlang der Lieferkette zum Einsatz kommen.

[1] Das „Five Domains“ Modell wurde 1994 von Professor David Mellor und Dr. Cam Reid als Rahmenwerk ergänzend zum vorherigen „Five Freedoms“ Modell entwickelt. Es ergänzt die physischen Faktoren des Wohlergehens eines Tieres (Freiheit von Hunger und Durst, Freiheit von Schmerzen, Verletzungen und Krankheiten, Freiheit von Ängsten, Freiheit von Unbehagen, Freiheit, Verhaltensweisen zu zeigen, die das Wohlbefinden fördern) um die Betrachtung des psychischen Gesamtzustands. (Quelle: Four Paws International)

Inhaltsverzeichnis
Business Partner Declaration on Sustainability

1	Formale Bedingungen	3
	1.1 Geltungsbereich	3
	1.2 Bestandteil der vertraglichen Regelungen	3
	1.3 Anforderungen an Geschäftspartner	3
	1.4 Werte und Grundprinzipien der Otto Group	3
	1.5 Äquivalenz	4
2	Anforderungen zu Menschenrechten	4
	2.1 amfori BSCI-Verhaltenskodex	4
	2.2 Umgang mit Konflikten und Menschenrechtsverstößen	4
	2.3 Länderspezifische Anforderungen	5
3	Anforderungen zu Tierwohl und Materialien	5
	3.1 Tierwohl	5
	3.2 Materialien	5
	3.2.1 Polyvinylchlorid (PVC)	5
	3.2.2 Torfhaltige Artikel	6
	3.2.3 Umgang mit Holz	6
	3.3 Absicherung und Kennzeichnung von Produkten mit erhöhtem Nachhaltigkeitsanspruch (Responsible Products)	6
4	Umgang mit Hinweisen und Verstößen	6
	4.1 Beschwerdeverfahren	6
	4.2 Umgang mit Hinweisen und Verstößen	7
5	Außenwirtschaftliche Compliance	7
6	Nichteinhaltung der Business Partner Declaration	8
7	Annexe	8
8	Glossar	8
Annex 1 – Tierwohl		9
Annex 2 – Beschwerdekanäle		14

1 Formale Bedingungen

1.1 Geltungsbereich

Die Business Partner Declaration on Sustainability (im Folgenden „Business Partner Declaration“ genannt) gilt für alle Geschäftspartner (= Business Partner) der nationalen sowie internationalen Konzerngesellschaften der Otto Group (im Folgenden auch „Otto Group“ genannt). Die Otto Group sind alle gemäß § 15 AktG mit der Otto GmbH & Co. KGaA verbundenen Unternehmen.
Sie bezieht sich auf alle Wertschöpfungsstufen zur Beschaffung von Handelsware, die über eine Plattform der Otto Group an den Kunden vertrieben wird.

1.2 Bestandteil der vertraglichen Regelungen

Die *Business Partner Declaration* ist ein fester Bestandteil der Nutzungsbedingungen für Marktplatzpartner. Alle Bedingungen, auf die in dieser Erklärung und in den Nutzungsbedingungen Bezug genommen wird, sind für den Geschäftspartner bindend.

1.3 Anforderungen an Geschäftspartner

Wir erwarten von unseren Geschäftspartnern, dass sie alle Vorgaben der vorliegenden *Business Partner Declaration* verbindlich einhalten und anwenden.
Die *Business Partner Declaration* wird durch verbindliche Anhänge (sog. Annexe) ergänzt, die Teil der *Business Partner Declaration* sind. Sollten sich in den Anhängen (Annexe) Änderungen ergeben, wird der Geschäftspartner im Zuge der regelmäßigen Aktualisierung der Nutzungsbedingungen darüber informiert. Der Geschäftspartner ist dann aufgefordert, sich mit den Änderungen vertraut zu machen und diese umzusetzen.

1.4 Werte und Grundprinzipien der Otto Group

Neben den in der vorliegenden *Business Partner Declaration* aufgeführten Vorgaben gelten folgende Prinzipien:

Einhaltung der gültigen Gesetze: Es wird von allen Geschäftspartnern gesetzestreues Verhalten vorausgesetzt.
Vorrang der strengeren Regelung: Wenn es mehrere Anforderungen gibt, welche dieselbe Materie regeln und abweichende Vorgaben machen, gilt stets die strengere Anforderung, die einen höheren Schutz des jeweiligen Rechtsgutes oder Zielsetzung bietet.
Ethische Standards: Es gelten die ethischen Standards, die insbesondere durch anerkannte und geltende internationale Übereinkommen geregelt werden, so z.B. die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte der Vereinten Nationen oder die Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation.
Vermeidung von negativen Auswirkungen: Es gilt der Grundsatz, dass durch Handeln oder Unterlassen weder Mensch noch Umwelt geschadet werden darf. Diese Maximen werden insbesondere in den Leitlinien der Vereinten Nationen zu Wirtschaft und Menschenrechten und den

OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen für unabdingbar erklärt.
Vorsorgeprinzip: Im Rahmen eines soliden Risikomanagementsystems muss neben der Risikoanalyse insbesondere durch Maßnahmen darauf hingewirkt werden, dass Risiken früh erkannt, abgestellt oder größtmöglich minimiert werden, sodass es zu keiner Verletzung von Rechten oder anderweitigen Schadenseintritten kommt. Kommt es zu Verletzungen und/oder Schadenseintritten, ist effektive Abhilfe zu schaffen.
Gleichbehandlung der verschiedenen Stakeholder: Insbesondere bei der Abstellung bzw. Minimierung von Risiken und der Abhilfe bei Verletzungen und/oder Schadenseintritten ist jeweils die Einbindung von direkten und indirekten Betroffenen und/oder deren Interessenvertretern, bspw. Gewerkschaften oder anderen Interessengruppen, anzustreben. Diese aktive Einbindung bietet eine wertvolle und oft erforderliche Basis für effektives Risikomanagement.
Kaskadeneffekt: Geschäftspartner verpflichten sich, die Vorgaben der vorliegenden *Business Partner Declaration* auch bei ihren vorgelagerten Lieferkettenakteuren, einschließlich Heimarbeiter*innen, entlang der Wertschöpfungskette angemessen zu adressieren. Ziel ist eine schrittweise Entwicklung auch der tieferen Lieferkette im Hinblick auf verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Wirtschaften im Sinne eigener Verantwortungsübernahme.

1.5 Äquivalenz

Wir erwarten von unseren Geschäftspartnern, dass Standards, Anforderungen und Grundsätze der vorliegenden *Business Partner Declaration* eingehalten werden. Alternative Standards, Anforderungen und Grundsätze können angewendet werden, sofern diese gemäß Äquivalenzprinzip mindestens den hier aufgeführten Zielen und Inhalten entsprechen. Die Verantwortung hierfür obliegt dem Geschäftspartner.

2 Anforderungen zu Menschenrechten

2.1 amfori BSCI-Verhaltenskodex

Die Otto Group verpflichtet sich zu den Grundsätzen und Werten des amfori BSCI Verhaltenskodex. Dieser ist hier zu finden.

Die neueste Version des amfori BSCI Verhaltenskodex ist verbindlich, und ihre Grundsätze müssen von allen Geschäftspartnern eingehalten werden.

Der Geschäftspartner selbst wird durch Bestätigung der Nutzungsbedingungen nicht automatisch Unterzeichnender des amfori BSCI Verhaltenskodex.

2.2 Umgang mit Konflikten und Menschenrechtsverstößen

Die Otto Group hat sich zur Einhaltung der Menschenrechte und zu verantwortungsvollen Einkaufspraktiken verpflichtet.

Dementsprechend wird die Otto Group keine Geschäftsbeziehungen mit Unternehmen oder Personen unterhalten, die direkt oder indirekt mit Konflikten oder Verbrechen in Verbindung

stehen, die Menschenrechte verletzen. Entsprechende Hinweise werden von der Otto Group geprüft und können zur sofortigen Beendigung der Geschäftsbeziehung führen.

2.3 Länderspezifische Anforderungen

Die Geschäftspartner sind verpflichtet, menschenrechtliche Risiken in allen Ländern zu ermitteln, aus denen sie Ware für den Vertrieb auf otto.de beschaffen, und potenzielle Risiken durch risikominimierende Maßnahmen abzustellen bzw. zu minimieren. Ist dies nicht möglich, ist eine Beschaffung aus einem Land/ einer Region für den Vertrieb auf otto.de nicht zulässig.

Im Falle einer Aufforderung durch die Otto Group sind sowohl Risikoanalyse als auch risikominimierende Maßnahmen vorzulegen.

Für folgende Länder ist die Umsetzung der genannten Anforderungen mit besonderer Sorgfalt durchzuführen:

- Äthiopien
- Belarus
- Myanmar
- Turkmenistan
- Ukraine
- Usbekistan

3 Anforderungen zu Tierwohl und Materialien

3.1 Tierwohl

Die Geschäftspartner sind verpflichtet, die in dem *Annex 1 - Tierwohl* definierten Vorgaben zur Nutzung von Materialien tierischen Ursprungs zu beachten und einzuhalten.

3.2 Materialien

3.2.1 Polyvinylchlorid (PVC)

Polyvinylchlorid (PVC) ist ein gesundheitsgefährdender Kunststoff.

Der Einsatz von PVC für Textilien (Bekleidung, Haus- und Heimtextilien), inklusive Drucke und Applikationen auf Textilien **ist verboten**. Ausgenommen davon sind PVC-Tischdecken und rutschfeste Teppiche mit PVC-Beschichtung.

Auch die Verwendung von PVC **in Verpackungen ist verboten**.

3.2.2 Torfhaltige Artikel

Torf ist ein organisches Sediment, welches aus abgestorbenen Pflanzen entsteht, die im seichten Wasser stehen. Da Moore als wichtiger Speicher für Treibhausgase fungieren und damit essenziell für die Bekämpfung des Klimawandels sind, ist der Verkauf oder Vertrieb von torfhaltigen Artikeln mit Ausnahme von Setzlingen und Pflanzen verboten.

3.2.3 Umgang mit Holz

Der Einsatz von Tropenholz in Produkten ist nur zulässig, wenn die Produkte nach dem Standard FSC® (Forest Stewardship Council) zertifiziert sind.

Der Verkauf von Produkten, deren Rohstoffe aus illegalem Holzeinschlag sowie aus HCVF-Wäldern (High Conservation Value Forest) gewonnen wurden, ist verboten.

Jeglicher Verkauf von allen Holzarten, die unter Anhang I und II des CITES[2] Liste fallen, ist verboten.

Für den Verkauf von Holzarten, die im Anhang III des CITES geführt werden, ist neben den für diese Arten notwendigen behördlichen Dokumenten ein gültiges FSC® (Forest Stewardship Council) Zertifikat für das Produkt zwingend erforderlich.

3.3 Absicherung und Kennzeichnung von Produkten mit erhöhtem Nachhaltigkeitsanspruch (Responsible Products)

Nachhaltigere Produkte und deren Auslobung haben das Potential, Kund*innen zu nachhaltigeren Kaufentscheidungen zu inspirieren, gleichzeitig müssen kommunikative Risiken vermieden werden.

Die Geschäftspartner sind verpflichtet verwendete Zertifikate und deren Nachweise den Konzerngesellschaften auf Nachfrage zur Verfügung zu stellen.

4 Umgang mit Hinweisen und Verstößen

4.1 Beschwerdeverfahren

Geschäftspartner der Otto Group sind verpflichtet, sicherzustellen, dass ihre Arbeitnehmenden sowie die Arbeitnehmenden in ihren Lieferketten Zugang zu einem wirksamen Beschwerdeverfahren haben. Die Otto Group stellt außerdem weitere externe Beschwerdeverfahren zur Verfügung (siehe *Annex 2 - Beschwerdekanäle*).

[2] CITES (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Flora and Fauna) ist das Washingtoner Artenschutzübereinkommen, das den internationalen Handel mit bedrohten und geschützten Arten überwacht

Geschäftspartner der Otto Group sind verpflichtet, ihre Arbeitnehmenden sowie die Arbeitnehmenden ihrer Lieferkette über die verfügbaren Beschwerdeverfahren zu informieren.

4.2 Umgang mit Hinweisen und Verstößen

Geschäftspartner der Otto Group müssen garantieren, keine benachteiligenden Maßnahmen gegen Personen zu ergreifen, die Verstöße melden. Die Identität von Hinweisgebenden ist vertraulich zu behandeln, es sei denn, die Offenlegung ist aufgrund gesetzlicher Anforderungen erforderlich.

Bei substantiierten Hinweisen zu menschenrechts- oder umweltbezogenen Pflichtverletzungen wird die Otto Group eine Untersuchung einleiten. Der Geschäftspartner verpflichtet sich zur aktiven Mitwirkung bei der Untersuchung und Implementierung von Abhilfemaßnahmen.

Im Falle eines Verstoßes ist das Bestreben der Otto Group primär, die Missstände im Sinne der Betroffenen zu beseitigen. Bei Nichtumsetzung der geforderten Abhilfemaßnahmen oder mangelnder Kooperationsbereitschaft bei der Beseitigung der Verstöße kann die Geschäftsbeziehung beendet werden. Die Beendigung einer Geschäftsbeziehung ist dabei das letzte Mittel und nur dann erforderlich, wenn alle anderen Maßnahmen erfolglos waren.

5 Außenwirtschaftliche Compliance

Die Konzerngesellschaften der Otto Group und ihre Geschäftspartner sind verpflichtet, sich an alle geltenden Gesetze und Vorschriften zu halten, einschließlich der Regelungen der Exportkontrolle sowie Embargos und Finanzsanktionen. Um die Einhaltung sicherzustellen, überprüfen Konzerngesellschaften der Otto Group, ob ihre Geschäftspartner auf einer für die Otto Group relevanten Sanktionsliste aufgeführt sind. Dazu gehören die für die jeweilige Konzerngesellschaft der Otto Group gesetzlich verbindlichen Sanktionslisten sowie die Sanktionslisten der EU, der USA und UK, soweit eine solche Prüfung rechtlich zulässig ist („für die Otto Group relevante Sanktionslisten“).

Der Geschäftspartner sichert folgendes zu:

- Der Geschäftspartner überprüft regelmäßig, dass seine eigenen Geschäftsbeziehungen (inkl. Lieferanten, Subunternehmen und andere Partner), die in direktem oder indirektem Bezug zu seinen Tätigkeiten für Konzerngesellschaften der Otto Group stehen, auf keiner der für die Otto Group relevanten Sanktionslisten aufgeführt sind („Sanktionierte Person“), von keiner Sanktionierten Person direkt oder indirekt kontrolliert werden und keine oder mehrere Sanktionierte Personen allein oder gemeinsam direkt oder indirekt zu 50% oder mehr an ihnen beteiligt sind.
- Dass er bzw. sein Unternehmen von keiner Sanktionierten Person direkt oder indirekt kontrolliert wird und keine oder mehrere Sanktionierte Personen allein oder gemeinsam direkt oder indirekt zu 50% oder mehr an ihm beteiligt sind.

Stellt der Geschäftspartner zu einem späteren Zeitpunkt fest, dass eine Geschäftsbeziehung zu einer Sanktionierten Person besteht oder eine der Zusicherungen nicht stimmt, informiert er die

betreffende Konzerngesellschaft der Otto Group unverzüglich.

Darüber hinaus bestätigt der Geschäftspartner, dass die anwendbaren außenwirtschaftsrechtlichen Regelungen der Im- und Exportkontrolle von ihm eingehalten werden.

Die Zusicherungen in diesem Abschnitt finden nur insoweit Anwendung, als dass sie keinen Verstoß gegen eine für die jeweilige Person geltende Anti-Boykott Regelung in Form eines Gesetzes, einer Verordnung oder eines Statuts (einschließlich, aber nicht beschränkt auf, die EU-Verordnung (EC) 2271/96 und § 7 Außenwirtschaftsverordnung) in der jeweils geltenden Fassung darstellen oder mit einer solchen in Widerspruch stehen.

6 Nichteinhaltung der Business Partner Declaration

Da die *Business Partner Declaration* Bestandteil der Nutzungsbedingungen ist, behalten wir uns im Falle einer Nichteinhaltung dieser durch den Geschäftspartner vor, die in den Nutzungsbedingungen näher definierten Rechte auszuüben. Dies kann insbesondere bedeuten, dass wir die von uns bereitgestellten Dienste gegenüber dem Geschäftspartner vorübergehend oder dauerhaft, teilweise oder ganz, beschränken oder die Geschäftsbeziehung ggf. ganz beenden.

7 Annexe

- Annex 1 – Tierwohl
- Annex 2 – Beschwerdekanäle

8 Glossar

Begriff	**Definition**
Beschwerdeverfahren	Beschwerdeverfahren bezeichnet einen Prozess, der es Personen ermöglicht, auf menschenrechtliche und umweltbezogene Risiken sowie auf Verletzungen von Pflichten in diesen Bereichen hinzuweisen. Diese Verletzungen können durch das wirtschaftliche Handeln eines Unternehmens oder seiner Zulieferer verursacht werden.
Hinweis	Meldung eines (potenziellen) Verstoßes.
Hinweisgeber	Person, die eine Meldung über ein Hinweisgebersystem macht.
Hinweisgebersystem	System um (potenzielle) Compliance-Verstöße zu melden.

Annex 1 – Tierwohl

Detaillierte Anforderungen zu Tierwohl und akzeptierten Tierwohlstandards

Anforderung an Materialien tierischen Ursprungs

Der Tierschutz ist für die Otto Group als verantwortungsbewusstes Unternehmen ein wichtiges Anliegen. Wir setzten uns dafür ein, dass die Tiere, von denen wir tierische Materialien für unsere Handelswaren beziehen, auf ethische und angemessene Weise behandelt werden. Für die Nutzung von Materialien tierischen Ursprungs und Produkten gelten die nachfolgenden Vorgaben. Eine Übersicht der wissenschaftlichen Namen zu den von der Otto Group erlaubten tierischen Materialien sowie der von der Otto Group akzeptierten Standards und Zertifikate befindet sich am Ende dieser Anlage.
Die Nutzung von Produkten oder Produktbestandteilen von **gefährdeten Tierarten**[3] **ist nicht gestattet.**

Folgende Anforderungen gelten zusätzlich für tierische Materialien in Textilien und Hartwaren:

Die Otto Group ist Teil der Fur Free Retailer Initiative und **verbietet die Nutzung von Echtpelz**.
Die Verwendung von Kunstpelz ist erlaubt und muss deutlich als solcher gekennzeichnet sein.
Die Verwendung von **allen anderen tierischen Materialien** (z.B. Angorawolle, Mohairwolle, Korallen, Vogeleier, Schneckenhäuser), die in den nachfolgenden Materialien tierischen Ursprungs nicht genannt sind, **ist verboten**.
Jegliche Nachweise, die die untenstehenden Anforderungen belegen, müssen beim Geschäftspartner vorhanden sein und auf Anfrage vorgelegt werden.

1. Leder und Felle[4]

Nur Leder und Felle der folgenden domestizierten Tierarten sind erlaubt:

Rind, Büffel, Schwein, Ziege, Schaf und Yak.

Die Verwendung von Leder und Fellen von neugeborenen und abgetriebenen Tieren (bekannt u.a. als Astrakhan, Broadtail, Karakul, Krimmer, Persian Lamb, Swakara) ist ausdrücklich verboten.
Bei Produkten mit Leder und Fellen muss der wissenschaftliche Name des Tieres stets angegeben werden.

[3] Gemäß der Definition in CITES (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Flora and Fauna) Anhang I und II. CITES ist das Washingtoner Artenschutzübereinkommen, das den internationalen Handel mit bedrohten und geschützten Arten überwacht.
[4] Im Gegensatz zu Pelz, wofür Tiere ausschließlich für die Pelzproduktion bzw. getötet werden, fallen die Felle als Nebenprodukt der Nahrungsmittelproduktion an.

2. Daunen und Federn

Daunen und Federn von Vögeln, die lebend gerupft wurden oder aus der Stopfleberproduktion stammen, sind **verboten**.

Bis zum 31.12.2027 dürfen Produkte mit nicht zertifizierten Daunen und Federn von anderen Tierarten als Enten, Gänsen und Hühnern nur verkauft werden, wenn folgende Nachweise alle vorliegen und auf Nachfrage vorgelegt werden:
Wissenschaftlicher Name des Tieres und Herkunftsregion, die bestätigen, dass dies eine domestizierte und nicht gefährdete Tierart (gemäß CITES Anhang I und II) ist, und Nachweis über Nebenprodukt der Nahrungsmittelproduktion (z. B. schriftliche Lieferantenbestätigung) vorhanden ist.

Ab dem 1.1.2028 dürfen ausschließlich Produkte mit Daunen und Federn verkauft werden, die nach einem unabhängigen, von der Otto Group akzeptierten Recycling- oder Tierschutzstandard zertifiziert sind.

3. Schafwolle

Wolle von Schafen, an denen „Mulesing“[5] praktiziert wurde, ist verboten. Die Verwendung australischer Wolle ist nur erlaubt, wenn diese nach einem unabhängigen, von der Otto Group zugelassenen Tierschutzstandard zertifiziert wurde.

Ab dem 1.1.2028 dürfen ausschließlich Produkte mit Schafwolle verkauft werden, die nach einem unabhängigen, von der Otto Group akzeptierten Recycling- oder Tierschutzstandard zertifiziert sind.

4. Alpaka- und Lamawolle

Bis zum 31.12.2027 dürfen Produkte mit nicht zertifizierter Alpaka- und Lamawolle nur verkauft werden, wenn Folgendes vollständig erfüllt ist:
Wissenschaftlicher Name des Tieres und Herkunftsregion, die bestätigen, dass dies eine domestizierte und nicht gefährdete Tierart (gemäß CITES Anhang I und II) ist, und keine erheblichen Tierschutzrisiken bekannt sind.

Ab dem 1.1.2028 dürfen ausschließlich Produkte mit Alpaka- und Lamawolle verkauft werden, die nach einem unabhängigen, von der Otto Group akzeptierten Recycling- oder Tierschutzstandard zertifiziert sind.

5. Kaschmirwolle

Bis zum 31.12.2027 dürfen Produkte mit nicht zertifizierter Kaschmirwolle nur verkauft werden,

[5] Mulesing ist eine Verstümmelungspraxis, die in Australien als Reaktion auf Fliegenmadenbefall bei Schafen entwickelt wurde. Es handelt sich um eine für die Tiere qualvolle Praxis, bei der ihnen Hautfalten abgeschnitten werden, um das Einnisten der Fliegenmaden zu reduzieren. (Quelle: FourPaws International)

wenn Folgendes vollständig erfüllt ist:
Wissenschaftlicher Name des Tieres und Herkunftsregion liegen vor und bestätigen, dass dies eine domestizierte und nicht gefährdete Tierart (gemäß CITES Anhang I und II) ist, und keine erheblichen Tierschutzrisiken bekannt sind.

Ab dem 1.1.2028 dürfen ausschließlich Produkte mit Kaschmirwolle verkauft werden, die nach einem unabhängigen, von der Otto Group akzeptierten Recycling- oder Tierschutzstandard zertifiziert sind.

6. Andere Tierhaare

Produkte mit nicht zertifiziertem Ross-, Kamel-, Ziegenhaar (Hausziege) und Schweineborsten (Hausschwein) dürfen nur verkauft werden, wenn Folgendes vollständig erfüllt ist:
Wissenschaftlicher Name des Tieres und Herkunftsregion liegen vor und bestätigen, dass dies eine domestizierte und nicht gefährdete Tierart (gemäß CITES Anhang I und II) ist, und keine erheblichen Tierschutzrisiken bekannt sind.

Die Verwendung von anderen Tierhaaren, die nicht nach einem unabhängigen von der Otto Group akzeptierten, Recycling- oder Tierschutzstandard zertifiziert sind, ist **verboten.**

7. Horn und Knochen

Nur Horn und Knochen der folgenden domestizierten Tierarten sind erlaubt:
Rind, Büffel, Schwein, Ziege, Schaf, Yak und Hirsch.

8. Muscheln und Perlen

Nur Muscheln und Perlen von nicht bedrohten Tierarten (gemäß CITES Anhang I und II) sind erlaubt.

9. Seide

Die Verwendung von Seide ist erlaubt.

Übersicht der wissenschaftlichen Namen zu den von der Otto Group erlaubten tierischen Materialien

Name (DE)	***Name (EN)***	***Scientific name***
Leder	***Leather***	
Rind	*Cow*	*Bos taurus* *Bos frontalis*
Büffel	*Buffalo*	*Bubalus bubalis*
Schwein	*Pig*	*Sus scrofa domesticus*
Ziege	*Goat*	*Capra aegagrus hircus*
Schaf	*Sheep*	*Ovis aries*
Yak	*Yak*	*Bos grunniens*
Horn und Knochen	***Horn and bones***	
Rind	*Cow*	*Bos taurus,* *Bos frontalis*
Büffel	*Buffalo*	*Bubalus bubalis*
Schwein	*Pig*	*Sus scrofa domesticus*
Ziege	*Goat*	*Capra aegagrus hircus*
Schaf	*Sheep*	*Ovis aries*
Yak	*Yak*	*Bos grunniens*
Hirsch	*Deer*	*Cervus,* *Cervus elaphus montanus, Axis axis*

Daunen und Federn	***Down and feathers***	
Ente	*Duck*	*Anas platyrhynchos domesticus,* *Anas domestica cristata*
Gans	*Goose*	*Anser cygnoides domesticus,* *Anser anser domesticus*
Huhn	*Chicken*	*Gallus gallus domesticus*

Haar	***Hair***	
Ross	*Horse*	*Equus*
Kamel	*Camel*	*Camelus*
Ziege	*Goat*	*Capra*
Schwein	*Pig*	*Sus*

Wolle	***Wool***	
Schaf	*Sheep*	*Ovis*
Alpaka	*Alpaca*	*Vicugna pacos*
Lama	*Llama*	*Lama glama*
Kaschmirziege	*Cashmere goat*	*Capra aegagrus hircus*

Liste der von der Otto Group akzeptierten Standards und Zertifikate für die entsprechenden Materialien tierischen Ursprungs

Federn und Daunen
Responsible Down Standard (RDS)
Downpass (inkl. Eiderdaunen)
Global Recycled Standard (GRS)
Recycled Claim Standard (RCS)

Schafwolle
Responsible Wool Standard (RWS)
NATIVA™
ZQ Merino
Global Recycled Standard (GRS)
Recycled Claim Standard (RCS)

Alpaka
Responsible Alpaca Standard (RAS)
Global Recycled Standard (GRS)
Recycled Claim Standard (RCS)

Kaschmir
Good Cashmere Standard (GCS)
Global Recycled Standard (GRS)
Recycled Claim Standard (RCS)

Annex 2 - Beschwerdekanäle

In der folgenden Übersicht werden die verfügbaren Beschwerdekanäle vorgestellt:

SpeakUp

Link: SpeakUp

Über das digitale Hinweisgeber-Portal SpeakUp können (ehemalige) Mitarbeitende, Zulieferer sowie deren Beschäftigte, Kund*innen und andere potenziell betroffene Personen bei begründeten Verdacht Compliance-Verstöße anonym melden. Dazu zählen auch menschenrechtliche und umweltbezogene Pflichtverletzungen innerhalb der Konzerngesellschaft und ihrer Lieferkette. Die hinweisgebende Person kann sich hier einen digitalen Postkasten einrichten und mit der zuständigen Compliance-Einheit austauschen – und zwar so, dass der höchste Schutz für Hinweisgebende garantiert werden kann.

Ombudsperson

Link: Ombudsperson Frankfurt

Zum anderen können sich Hinweisgeber*innen an eine konzernweite externe Compliance-Ombudsperson wenden. Als Rechtsanwalt unterliegt er der Schweigepflicht und darf keine Informationen an Dritte weitergeben – er kann jedoch, mit Zustimmung der meldenden Person, innerhalb der Otto Group die entsprechenden Schritte einleiten.

Herr Rechtsanwalt Dr. Rainer Buchert
Buchert Jacob Peter Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft mbB
Kaiserstraße 22 60311 Frankfurt am Main Deutschland
Tel.: +49 049-69-710 33 33 0
Email-Adresse: dr-buchert@dr-buchert.de

International Accord

Link: Complaints Mechanism - International Accord

Der Beschwerdemechanismus des International Accord ermöglicht Beschäftigten in Accord-Fabriken, Sicherheits- und Gesundheitsprobleme am Arbeitsplatz auch anonym zu melden. Unabhängige, geschulte Fachleute prüfen die Beschwerden unparteiisch und schützen die Vertraulichkeit der Beschwerdeführer*innen. Der Beschwerdemechanismus ist aktuell in Bangladesch und Pakistan verfügbar.

amfori Speak4Change

Link: Submit a Complaint via amfori Speak for Change - amfori

Über den Beschwerdemechanismus der amfori („Speak for Change“) können Beschwerden über Verstöße von amfori-Mitgliedern, einschließlich amfori-Fabriken, gegen den amfori

Verhaltenskodex auch anonym eingereicht werden. Der amfori Beschwerdemechanismus ist aktuell in Vietnam, der Türkei, Bangladesch, Indien und Kambodscha verfügbar.

Ende Anlage 3

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 4: Liste unerwünschter Produkte und unerwünschter Anbieter

Folgende Sortimente oder Leistungen dürfen über den Marktplatz nicht angeboten werden:

1. Alle illegalen oder zumindest dem Anschein nach potenziell illegalen Waren, Leistungen und Transaktionen sowie alle Güter, Materialien, Leistungen und Unterlassungen, die geeignet sind, illegale Waren und Leistungen zu fördern bzw. zu deren Bereitstellung und/oder Nutzung ermutigen
2. Drogen (jegliche Art von Drogen, Betäubungs- und Rauschmitteln) sowie in Verbindung mit illegalen Drogen stehende Produkte
3. Waren und Leistungen, die Urheberrechte verletzen (z.B. gefälschte Marken, Leistungen ohne Lizenz)
4. Anbieter von Glücksspiel (z.B. Poker, Bingo, Wetten, Lotterien, Verlosungen, Gewinnspiele, Auslosungen)
5. Pornographie, Escort-Service, Prostitution, Sextourismus
6. Erotikprodukte aller Art; erlaubt sind Kondome und Gleitgele. Im Falle von Unklarheiten oder Zweifeln darüber, ob ein Produkt als Erotikprodukt einzustufen ist, liegt die endgültige Entscheidung im Ermessen von OTTO
7. Anbieter von Gewalt- bzw. drogenverherrlichenden Inhalten
8. Erziehungshalsbänder für Haustiere oder Tierabwehrprodukte gegen Haustiere, die z.B. mit elektrischen Impulsen, Sprühfunktion, Ultraschall, Widerhaken oder Stacheln ausgestattet sind
9. Verschließbare Katzenhäuser/-käfige, die nicht für den Transport gedacht sind; verschließbare Hundehäuser/-käfige/-gehege, die nicht für den Transport gedacht sind und kleiner als sechs (6) Quadratmeter sind
10. Schlagfallen und Wespenfallen, inklusive Lockstoff
11. Produkte, die eine Mindesthaltbarkeit – gerechnet ab Versandzeitpunkt – von drei (3) Monaten unterschreiten
12. Anwendungssoftware, Betriebssysteme, Officeprogramme und Virensoftwares sowie entsprechende Lizenzen als Einzelprodukt (ohne Hardware). Weiterhin nicht erlaubt ist Hardware (z.B. Laptops, Tower PCs) mit vorinstallierter Graumarktlizenz.
13. Immobilien
14. Kryptowährungen (z.B. Bitcoin, Ripple, Ethereum) sowie Produkte, dessen einziger Zweck das Mining von Kryptowährungen ist
15. Non Fungible Tokens (NFTs)
16. Vertrieb und/oder Marketing von Produkten mit unbewiesener oder fragwürdiger Wirkung (z.B. Diätmittel mit unrealistischen Wirkungsversprechen, Pillen zur Steigerung der Intelligenz, Lichtbrillen)
17. Modchips (damit können Kopier-, Spiel- und Sicherheitsbeschränkungen der Hersteller z.B. an Computern, Spielekonsolen aufgehoben/umgangen werden)
18. Jammer (Störsender/Signalblocker für z.B. Radar, GPS, Mobilfunk, Wegfahrsperren in kraftfahrzeugen, Türschließanlagen)
19. Fake IDs (Gefälschte Identitäten)
20. Behördliche Dokumente und Formulare
21. Jegliche (Schuss-)Waffen und Munition (hierunter fallen insbesondere automatische und halbautomatische Lang- und Kurzwaffen, Hieb- und Stichwaffen, usw.) sowie Anscheinswaffen; verboten sind auch Messer, die einer Erwerbseinschränkung unterliegen
22. Alle Spielzeuge, Modelle und Modellbausets, die militärische Themen oder andere kriegsbezogene Inhalte darstellen und/ oder beinhalten
23. Himmelslaternen
24. Reisen
25. unerlaubtes Subacquiring
26. Werbefahrten
27. Schuldnerberatung
28. Timesharing-Anbieter (z.B. Vermietung von Wohnungen)
29. Anbieter von Likes
30. Geldverleih
31. Online Beratungen (z.B. Unternehmensberatung, Kanzleien)
32. Pay-Per-Call Dienste (z.B. 0900-Nummern)

33. Produkte, die unter § 312g Abs. 2 Nr. 1 und 2 BGB fallen (Produkte nach Kundenspezifikation und schnell verderbliche Produkte)
34. Produkte, die als „Gratis dazu“ zusätzlich zum eigentlich verkauften Produkt angeboten werden
35. Überraschungsboxen oder sog. Mystery Boxen, bei denen der Inhalt nicht ausgelobt ist (erlaubt sind Spielzeug-Wundertüten, bei denen der Inhalt ausgelobt ist sowie Adventskalender)
36. Pfandverpackungen und Produkte, die in Pfandverpackungen angeboten werden
37. CBD-Öle
38. Apothekenpflichtige Produkte und freiverkäufliche Arzneimittel
39. Produkte, die Braunkohle beinhalten (z.B. Heizbriketts aus Braunkohle)
40. Einwegkunststoffprodukte nach Anlage 1 des Einwegkunststofffondsgesetzes (EWKFondsG), u.a. Getränkebecher, Feuchttücher und Luftballons gemäß den Definitionen in Anlage 1 des EWKFondsG und/oder vergleichbare Produkte
41. Produkte mit Kühlbedarf
42. Produkte, bei denen vorab zur Bestellung eine (Fach-)Beratung gegenüber den Endkunden erforderlich ist
43. Produkte, für welche ein Sachkundenachweis notwendig ist
44. Games und Geräte, die Games enthalten sowie Filme, die nicht von der USK/FSK geprüft sind und kein USK/FSK Label tragen
45. Produkte, die nicht mehr im freien Handel verfügbar sind und als Sammlerartikel verkauft werden.
46. Produkte, deren Preisgestaltung/Angebot aufgrund besonderer Marktphasen und -nischen zu einer negativen Wahrnehmung des OTTO Marktplatzes führen. Um das in § 14 erwähnte Ziel eines attraktiven und kundenfreundlichen Marktplatzes zu verfolgen, orientiert sich OTTO an den kundenfreundlichsten Angeboten des Marktes. Dabei ermittelt OTTO einen durchschnittlichen Marktpreis, der nicht um mehr als 20% überschritten werden darf.
47. Brief- und Wertmarken, Münzen, Zahlungsmittel, Medaillen, Edelmetalle
48. Produkte, für welche die Durchschnittssteuersätze für land- und forstwirtschaftliche Betriebe nach § 24 UStG zur Anwendung kommen
49. Produkte, die unter die Differenzbesteuerung nach § 25a UStG fallen
50. Produkte, die nach § 4 UStG von der Umsatzsteuer befreit sind
51. Waschmaschinen, Geschirrspüler, Gefrierschränke, Gefriertruhen und Kühlschränke mit der ausgewiesenen Energieeffizienzklasse F und G. Weiterhin sind Wäschetrockner mit der ausgewiesenen Energieeffizienzklasse F und G ab dem 1. Juli 2026 nicht erlaubt.
52. (Ganzkörper-)Verhüllungen für Minderjährige, die einer fundamentalistischen/radikalen religiösen Praxis entsprechen
53. Produkte mit integrierter, nicht offensichtlich erkennbarer oder in dem Produkt erwartbarer (Film-)Kamera. Weiterhin erlaubt sind Produkte, für deren ursächliche, transparent kommunizierte Zwecke eine Kamera benötigt wird (z.B. (Überwachungs-)Kamera, Babyfon).

Ende Anlage 4

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 4a: Ethikleitsätze von OTTO

Die Verantwortung für Mensch und Natur ist im Leitbild von OTTO verankert. Soziale und ökologische Ziele zu erreichen, ist für uns genauso Teil des Geschäftsauftrags wie der wirtschaftliche Erfolg. Dieser Verantwortung kommen wir durch den Schutz von Menschen, Umwelt und Tier nach. Diese Ethik-Leitsätze umfassen auch wesentliche Anforderungen, die dem Anspruch von OTTO für ethisch korrektes Handeln entsprechen und denen sich die ganze Otto Group verpflichtet hat. Wir erwarten, dass auch unsere Geschäftspartner ihre Geschäftstätigkeit an denselben Werten und Grundsätzen wie die von OTTO ausrichten und sich für deren Einhaltung einsetzen. OTTO hat sich insbesondere den nachfolgenden Leitsätzen verpflichtet:

Leitsatz 1: Vermeidung von Nacktheit und sexuellen Inhalten, die nicht produktspezifisch sind

Dieser Leitsatz dient dem Schutz von Kund*innen und Besucher*innen von OTTO.

Dazu sollen sexuelle Inhalte (in Wort und Bild) und Nacktheit, die nicht der Darstellung oder Erläuterung des Produktes dient, vollständig vermieden werden (s. Anlage 8).

Leitsatz 2: Vermeidung von Diskriminierung und Verachtung jeglicher Art

Dieser Leitsatz dient dem Schutz von Kund*innen und Besucher*innen von OTTO. Es gilt die Vermeidung und Verharmlosung von (psychischer und physischer) Gewalt und Diskriminierung. Aufdrucke, visuelle Abbildungen, Symbole, Literatur (die nicht der Aufklärung dient), Produktbeschreibungen und Produkte diskriminierender Art sind nicht zulässig (s. Anlage 4 und Anlage 8).

Leitsatz 3: Vermeidung von kriegs- und gewaltverherrlichendem Content

Dieser Leitsatz dient dem Schutz von Kund*innen und Besucher*innen von OTTO, vor allem Kindern. Dazu sollen Gewaltverherrlichungen und -verharmlosungen jeglicher Art vor allem in Form von Ausdrücken, die zur Gewalt aufrufen, vermieden werden (s. Anlage 8).

Leitsatz 4: Der Schutz von Minderjährigen

Dieser Leitsatz dient dem Schutz von Minderjährigen. Es gilt, psychische Verletzungen oder Überforderung von Minderjährigen, insbesondere durch pornografische und sexualisierte Inhalte und lebensechter Dar- und Nachstellung von sexuellen Handlungen zu vermeiden. Die freizügige Darstellung von Kindern, bspw. in Bademode oder Unterwäsche sowie die Darstellung drogenverherrlichender Inhalte, ist zu unterlassen (s. Anlage 8).

Leitsatz 5: Faires Verhalten gegenüber den Kund*innen und Händlern auf OTTO

Dieser Leitsatz dient dem Schutz der Kund*innen und Händler auf OTTO. Wir erwarten faires Verhalten gegenüber Kund*innen und anderen Händlern. Dazu gehört ein respektvoller Umgang miteinander und eine offene, lösungsorientierte, kundenzentrierte Kommunikation. Kundenbeschwerden und Verbraucherschutz-Fälle (auch Verbraucher-Gefährdung und Verbraucher-Täuschung) sind zu vermeiden.

Ende Anlage 4a

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 4b: Prinzipien für verantwortungsvollen Humor von OTTO

Ein respektvoller Umgang mit sensiblen Themen ist im Leitbild von OTTO fest verankert. Wir erwarten, dass auch unsere Geschäftspartner ihre Geschäftstätigkeit an denselben Werten und Grundsätzen ausrichten und sich für deren Einhaltung einsetzen. Um dies zu gewährleisten hat OTTO sich die nachfolgenden Prinzipien gesetzt*:*

Respektvoller Umgang mit Geschlechtsmerkmalen und Sexualität

Prinzip: Wir vermeiden Produkte, deren humorvolle Darstellung von Geschlechtsmerkmalen oder Sexualität polarisieren kann.

Verzicht auf gewaltverherrlichenden Humor

Prinzip: Wir führen keine Produkte, die Gewalt oder Tod auf eine humorvolle oder verharmlosende Weise darstellen. Unser Sortiment spiegelt Werte wider, die problematische Darstellungen von Gewalt vermeiden.

Gezielter Umgang mit herabwürdigendem und hassbezogenem Humor

Prinzip: Wir führen keine Produkte, die Hass, Diskriminierung oder herabwürdigende Aussagen als humorvolles Stilmittel nutzen.

Sensibler Umgang mit Party- und Scherzartikeln

Prinzip: Wir vermeiden Produkte aus den Bereichen Party-, Geschenk- und Scherzartikel, wenn diese provokative Sprache nutzen oder exzessives Verhalten humoristisch darstellen.

Verantwortungsvolle Darstellung politischer Ansichten

Prinzip: Wir führen keine Produkte, die politische Ansichten auf humorvolle oder provokative Weise darstellen. Unser Sortiment respektiert die Vielfalt der politischen Meinungen unserer Kundschaft, solange diese im demokratischen Spektrum liegen. Wir setzen uns aktiv für Toleranz und Demokratie ein.

Toleranter Umgang mit Religion

Prinzip: Wir vermeiden Produkte, die religiöse Themen oder Symbole auf eine humorvolle oder respektlose Weise darstellen.

Wir setzen uns dafür ein, ein Einkaufsumfeld zu schaffen, das für alle Glaubensrichtungen wertschätzend und tolerant ist.

Ende Anlage 4b

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 5: Markenausschlüsse

5.1. Ganzheitliche Markenausschlüsse

1. ABUKI
2. Älgdröm
3. AJC
4. ALPENBLITZ
5. Andas
6. andas_freundin
7. andas_georgsen
8. andas_Kowalewski
9. andas_Norgaard
10. Apple
11. Arizona
12. Beachtime
13. Boysen’s
14. DELAVITA
15. DELMAO
16. Eastwind
17. FAYN SPORTS
18. Firetti
19. Flashlights
20. garten gut
21. Go IN
22. Hanseatic
23. Heathus
24. Home affaire
25. Home affaire Collection
26. INOSIGN
27. J.Jayz
28. John Devin
29. Jordan
30. KIDSWORLD
31. KONIFERA
32. Klitzeklein
33. Laura Scott
34. LASCANA
35. LASCANA ACTIVE
36. LASCANA Belle Affaire
37. LASCANA for Venus
38. le jogger
39. Lenovo
40. Leonique
41. Lüttenhütt
42. Man's World
43. Man's World CB
44. Melrose
45. my home
46. my home Selection
47. Neun Monate
48. Northern Country
49. Nuance
50. Ocean Sportswear

51. OMEN
52. OTTO products
53. Petite Fleur
54. Places of Style
55. Polarino
56. Premium Collection by Home Affaire
57. Profiwerk
58. RAUM.ID
59. Renowerk
60. Samsung
61. Samsung Premium
62. Schlafwelt
63. Swarovski by LASCANA
64. TraumEcht
65. Vivance
66. Welltime
67. welltime by
68. Wohntraum Collection

5.2 Sortimentsspezifische Markenausschlüsse

Markenname	Ausschluss für Sortimente
170QM	Heimtextilien; Dekoration
Alexander Herrmann	Haushalt
Bench	Kinderoberbekleidung; Wäsche- und Bademode
Bruno Banani	Damenoberbekleidung; Herrenbekleidung; Sporttextilien; Wäsche- und Bademode; Accessoires Herren; Taschen; Schmuck; Beauty Damen; Heimtextilien; Dekoration; Möbel
Bruno Banani CB	Herrenbekleidung
Buffalo	Wäsche- und Bademode; Taschen; Schmuck
Chiemsee	Kinderoberbekleidung; Wäsche- und Bademode
COUCH♥	Heimtextilien; Dekoration; Möbel; Leuchten
COUCH_GW	Heimtextilien; Dekoration
elbgestoeber	Heimtextilien; Dekoration; Möbel; Leuchten
FCUK	Wäsche
French Connection	Wäsche
GALA	Möbel; Heimtextilien; Dekoration; DIY
GMK Home&Living_GW	Heimtextilien; Dekoration
Guido Maria Kretschmer Home&Living	Heimtextilien; Dekoration; Möbel; Leuchten
HECHTER PARIS	Damenoberbekleidung; Schmuck
H.I.S.	Damenoberbekleidung und Herrenoberbekleidung, Sporttextilien, Wäsche- und Bademoden, Heimtextilien; Dekoration (Gürtel, Lederjacken und textile Accessoires dürfen angeboten werden)
Jette	Wäsche- und Bademode
KangaROOS	Damenoberbekleidung; Herrenbekleidung; Kinderoberbekleidung; Sporttextilien; Wäsche- und Bademode; Sportschuhe; Taschen; Schmuck
LeGer Home by Lena Gercke	Heimtextilien; Dekoration; Möbel; Haushalt; Leuchten
Marie Claire	Wäsche- und Bademode
Peanuts	Wäsche- und Bademode
s.Oliver	Wäsche- und Bademode
Scout	Sporttextilien; Sportschuhe; Uhren
Sunseeker	Wäsche- und Bademode
TABALUGA	Heimtextilien; Spielwaren
Tom Tailor Polo	Damenoberbekleidung; Herrenbekleidung; Kinderoberbekleidung
Venice Beach	Sporttextilien; Wäsche- und Bademode
WINNIE THE POOH	Heimtextilien; Spielwaren
WOHNIDEE-Kollektion	Heimtextilien; Dekoration

Ende Anlage 5

[Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de]

Anlage 5a: Marken mit zusätzlichen Anforderungen oder Einschränkungen

1. adidas Originals[1,2]
2. adidas Performance[1,2]
3. adidas Sportswear[1,2]
4. adidas TERREX[1,2]
5. AEG Electrolux[2]
6. Alexander McQueen by PUMA[1,2]
7. Asics[1,2]
8. Bauknecht[2]
9. Beats by Dr. Dre[1]
10. Bosch[2]
11. Bose[1]
12. BOSS[2]
13. BOSS Green[2]
14. BOSS Orange[2]
15. Calida[2]
16. Calvin Klein[1,2]
17. Calvin Klein Beauty[1,2]
18. Calvin Klein Big & Tall[1,2]
19. Calvin Klein Curve[1,2]
20. Calvin Klein home[1,2]
21. Calvin Klein Jeans[1,2]
22. Calvin Klein Performance[1,2]
23. CALVIN KLEIN UNDERWEAR[1,2]
24. Canon[1]
25. Casio[2]
26. COEUR DE LION[1]
27. Converse[1,2]
28. De'Longhi[1]
29. Dr. Martens[2]
30. Dyson[3]
31. Eastpak[2]
32. Einhell[2]
33. Falke[2]
34. FLORALE by Triumph[2]
35. Forte[2]
36. FOSSIL[1]
37. FOSSIL Smartwatches[1]
38. Fujifilm[1]
39. Gabor[2]
40. Gabor Bags[2]
41. Gabor Comfort[2]
42. Gabor Rollingsoft[2]
43. GANG[2]
44. Gefu[2]
45. Germania[2]
46. GiGi Hadid by Tommy Hilfiger[1,2]
47. GoPro[1]
48. Gorenje[2]
49. Guess[2]
50. Harman/Kardon[1]
51. Hilfiger Denim[1,2]

52. Hisense[3]
53. Hoka One One[2]
54. HP[3]
55. Jack & Jones[2]
56. Jack Wolfskin[2]
57. JBL[1]
58. Jura[1]
59. Kärcher[2]
60. KitchenAid[1,2]
61. Krups[2]
62. Lacoste[1,2]
63. Lacoste LIVE[1]
64. Lacoste Sport[1,2]
65. Le Creuset[1,2]
66. Lego[2]
67. Levi's®[1,2]
68. Levi's® Line 8[1,2]
69. Levi's® Big and Tall[1,2]
70. Levi's® Kids[1,2]
71. Levi'® Plus[1,2]
72. LG[1,2]
73. Liebherr[1]
74. Lowa[2]
75. Lumix Panasonic[1]
76. MARC CAIN[2]
77. Marc O'Polo[2]
78. Marc O'Polo Accessories[2]
79. Marc O'Polo Beach[2]
80. Marc O'Polo Bodywear[2]
81. Marc O'Polo DENIM[2]
82. Marc O'Polo Shoes[2]
83. Mercedes Benz x Tommy Hilfiger[1,2]
84. MEY[2]
85. MEY Damen[2]
86. Miele[1]
87. Möve[1,2]
88. Name it[2]
89. Neff[2]
90. New Balance[1,2]
91. NEWD Tamaris[2]
92. Nike[3]
93. Nike 6.0[3]
94. Nike SB[3]
95. Nike Sportswear[3]
96. Nikon[1]
97. Nintendo[2]
98. Nivea[2]
99. Nobilia[2]
100. Nobilia Elements[2]
101. OLYMP[2]
102. Olympus[1]
103. Only[2]
104. Only & Sons[2]

105. Panasonic[1]
106. Philips TV[1]
107. Pius Gabor[2]
108. Playstation[2]
109. PME LEGEND[2]
110. PUMA[1,2]
111. PUMA BODYWEAR[1,2]
112. PUMA Safety[1]
113. PUMA Smartwatches[1,2]
114. PUMA Workwear[1,2]
115. Rauch[2]
116. Reebok[1,2]
117. Reebok Classic[1,2]
118. Reebok Royal[1,2]
119. Reebok Sports[1,2]
120. Reebok Work[1,2]
121. Rieker[2]
122. Rieker EVOLUTION[2]
123. Rowenta[2]
124. Salomon[2]
125. Schiesser[2]
126. Schütte[2]
127. sheego[3]
128. Siemens[2]
129. SKAGEN[1]
130. SKAGEN Connected[1]
131. Skechers[2]
132. Skechers Kids[2]
133. Sloggi[2]
134. Smeg[1]
135. SodaStream[2]
136. Sonos[1]
137. Sony[1]
138. SONY BMG MUSIC[1]
139. Sony Ericsson[1]
140. Sony Magnat[1]
141. Sony Pictures[1]
142. Tamaris[2]
143. Tamaris active[2]
144. Tamaris COMFORT[2]
145. Tamaris Fashletics[2]
146. Tamaris GreenStep[2]
147. Tamaris Heart & Sole[2]
148. Tamaris Pure Relax[2]
149. Tamaris Trend[2]
150. Tefal[2]
151. The North Face[1,2]
152. Thomas Sabo[2]
153. Timberland[1,2]
154. Timberland Pro[1,2]
155. TITAN®[2]
156. TOMMY HILFIGER[1,2]
157. Tommy Hilfiger Big & Tal[1,2]

158. Tommy Hilfiger Curve[1,2]
159. Tommy Hilfiger Footwear[1,2]
160. Tommy Hilfiger Sport[1,2]
161. Tommy Hilfiger Sport Curve[1,2]
162. TOMMY HILFIGER x MERCEDES-BENZ[1,2]
163. Tommy Hilfiger TAILORED[1,2]
164. TOMMY ICONS[1,2]
165. TOMMY JEANS[1,2]
166. TOMMY JEANS CURVE[1,2]
167. TOMMY SPORT[1,2]
168. Tommy X Lewis[1,2]
169. Tommy X Rossignol[1,2]
170. Travelite[2]
171. triaction by Triumph[2]
172. Triumph[2]
173. UGG[1,2]
174. URBAN CLASSICS[2]
175. Vans[1,2]
176. Vans x Sandy Liang[1,2]
177. Wimex[2]
178. WMF[2]
179. Zwilling[2]

Erläuterung:
[1] autorisierungspflichtige Marke
[2] Teil des Nachrückermodells
[3] zusätzliche Anforderung

Ende Anlage 5a

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 5b: Freigabepflichtige Sortimente

1. Blu-rays & DVDs
2. Bücher
3. E-Mobilität
4. Gutscheine
5. Kfz-Reifen
6. Lebensmittel & Getränke
7. Maschinenöle
8. Nahrungsergänzungsmittel
9. Parfüms
10. Tiernahrung & Tiernahrungsergänzungsmittel

Ende Anlage 5b

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 6: Untersagte Ausgangsstoffe in Produkten

Stoffname und Registrierungsnummer des Chemical Abstracts Service (CAS-Nr.)	Grenzwert in Gewichtsprozent w/w (weight by weight)
Salpetersäure (CAS-Nr. 7697-37-2)	3 % w/w
Wasserstoffperoxid (CAS-Nr.7722-84-1)	12 % w/w
Schwefelsäure (CAS-Nr. 7664-93-9)	15 % w/w
Nitromethan (CAS-Nr. 75-52-5)	16 % w/w
Ammoniumnitrat (CAS-Nr.6484-52-2)	45 % w/w
Kaliumchlorat (CAS-Nr. 3811-04-9)	40 % w/w
Kaliumperchlorat (CAS-Nr.7778-74-7)	40 % w/w
Natriumchlorat (CAS-Nr.7775-09-9)	40 % w/w
Natriumperchlorat (CAS-Nr.7601-89-0)	40 % w/w
Kalziumammoniumnitrat [Kalkammonsalpeter] (CAS-Nr.15245-12-2)	---
Hexamin (CAS-Nr. 100-97-0)	---
Aceton (CAS-Nr. 67-64-1)	---
Kaliumnitrat (CAS-Nr.7757-79-1)	---
Natriumnitrat (CAS-Nr. 7631-99-4)	---
Kalziumnitrat (CAS-Nr. 10124-37-5)	---
Magnesiumnitrat-Hexahydrat (CAS Nr. 13446-18-9)	---
Magnesium, Pulver (CAS-Nr. 7439-95-4)	70 % w/w
Aluminium, Pulver (CAS-Nr. 7429-90-5)	70 % w/w

Ende Anlage 6

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 7: Abwicklungsanforderungen und Service-Level-Agreements

1. Versandanforderungen

1.1. Generelle Anforderungen

1.1.1. Die ordnungsgemäße Zustellung aller Endkundenaufträge wird vom HÄNDLER verantwortet.

1.1.2. Der Versand der spezifischen Endkundensendung hat in einem Mitgliedsstaat der Europäischen Union i.S.d. räumlichen Anwendungsbereiches der Art. 5-8 MwStSytRL zu beginnen.

1.1.3. Der HÄNDLER darf die Produkte nur an die von OTTO im Kundenauftrag genannte Lieferadresse versenden. Auch eine nachträgliche Änderung der Lieferadresse auf Kundenwunsch ist nicht gestattet. Bei Nichteinhaltung trägt der HÄNDLER etwaige Kundenforderungsausfälle bei OTTO und/ oder der OTTO Payments.

1.1.4. Der HÄNDLER darf das Produkt nicht versenden, wenn OTTO oder die OTTO Payments dem HÄNDLER mitgeteilt hat, dass ein Betrugsverdacht oder ein bestätigter Sanktionslistentreffer vorliegt.

1.1.5. Alle Warenverluste / -beschädigungen auf dem Hinweg zum Endkunden trägt der HÄNDLER.

1.1.6. Es darf lediglich eine neutrale Versandverpackung, die eigene Handels- bzw. Markenversandkartonage verwendet werden; Versandverpackungen von anderen Marktplätzen sind untersagt. Es darf nur eine passfähige Versandverpackung, die eine ordnungsmäßige Zustellung zum Kunden gewährleistet, verwendet werden.

1.1.7. Optional kann allen Sendungen ein Lieferschein und/oder Retouren-Begleitschein (kein Retourenlabel) beigelegt werden. Andere Beilagen dürfen nur nach vorheriger Absprache mit OTTO oder nach ausdrücklichem Wunsch von OTTO vom HÄNDLER den Sendungen beigelegt werden. Auf erlaubten Beilagen dürfen folgende Informationen nicht enthalten sein:

- Bankverbindungen
- Kundenservicedaten
- Produktpreise
- OTTO-Logo
- Abfrage von Retourengründen
- Verweis auf andere Vertriebskanäle als otto.de

Die systemseitige Artikelnummer des HÄNDLERS darf darüber hinaus nur in Verbindung mit der OTTO-Artikelnummer oder mit einem Hinweis, dass es nicht die OTTO-Artikelnummer ist, angegeben werden.

1.1.8. Der HÄNDLER verpflichtet sich die Aufträge möglichst nach dem First In - First Out Prinzip (FIFO) abzuwickeln, d. h. insbesondere die Paketübergabe an die Kurierdienste in der FIFO-Reihenfolge sicherzustellen.

1.1.9. Der HÄNDLER verpflichtet sich mit der Übergabe der physischen Sendung an den Transportdienstleister das „Shipmentevent“ mit allen dazugehörigen, korrekten Informationen an OTTO zu übermitteln (z.B. trackingKey, shipFromAddress, Carrier, returnTrackingKey).

1.1.10. Nach Versand der bestellten Produkte hat der HÄNDLER auf Aufforderung von OTTO innerhalb von zwei (2) Tagen (werktags von Montag bis Freitag) einen Abliefer-/ Zustellnachweis zu übermitteln (einschließlich Tracking Number/ Tracking Details, Tracking

Events, Vor- und Zuname des Empfängers, Lieferadresse, Unterschrift des Empfängers (sofern vorhanden).

1.1.11. Der HÄNDLER hat dafür zu sorgen, dass der für ein Produkt angegebene Lieferzeitpunkt eingehalten wird. Der HÄNDLER ist verpflichtet, den angegebenen Lieferzeitpunkt für Produkte an aktuelle Gegebenheiten anzupassen. Der HÄNDLER verpflichtet sich eine Lieferzeit von maximal zwölf (12) Wochen und für Produkte ohne auftragsbezogene Fertigung maximal sechs (6) Wochen anzugeben und einzuhalten.

1.1.12. Wenn ein Produkt (eine Stock Keeping Unit (SKU) / OTTO-Artikelnummer) aus mehreren Packstücken besteht, muss der Versand aller Packstücke aus dem gleichen Land erfolgen.

1.2. Paketlogistik

Der Versand an den Endkunden hat mit einem Versanddienstleister/-produkt zu erfolgen, der bzw. das technisch von OTTO unterstützt wird.

1.3. Speditionslogistik

1.3.1. Der HÄNDLER avisiert mit einer Vorlaufzeit von mindestens 2 Tagen (werktags von Montag bis Freitag) einen Liefertermin an den Kunden

1.3.2. Der HÄNDLER avisiert am Anliefertag das Anlieferzeitfenster möglichst präzise, jedoch auf mindestens sechs (6) Stunden genau an den Endkunden.

1.4. SLA-Lieferleistung

1.4.1. Der HÄNDLER verpflichtet sich auf Kalendermonatsbasis eine Lieferpünktlichkeitsquote von mindestens 92% zu halten.

Folge bei Nichteinhaltung der Lieferpünktlichkeitsquote (unbeschadet weitergehender Rechte): Eine signifikante Nichteinhaltung der Lieferpünktlichkeitsquote in einzelnen Wochen (<85%) kann zu einer unmittelbaren Produkte-/Sortimentsdeaktivierung führen.

1.4.2. Der HÄNDLER verpflichtet sich, einen Anteil von maximal 40% verfrühter Lieferungen (erster Zustellversuch vor dem erwarteten Lieferzeitfenster) pro Kalendermonat einzuhalten.

1.4.3. Der HÄNDLER verpflichtet sich auf Kalendermonatsbasis eine Partnerstornoquote auf unter 2% der übermittelten Bestellungen zu halten.

Folge bei Nichteinhaltung der Partnerstornoquote (unbeschadet weitergehender Rechte): Eine signifikante Nichteinhaltung in einzelnen Wochen (Abweichungen >4%) kann zu einer unmittelbaren Produkte-/Sortimentsdeaktivierung führen.

2. Retourenanforderungen

2.1. Generelle Anforderungen

2.1.1. Der HÄNDLER hat alle vom Endkunden infolge des bestehenden und fristgemäß ausgeübten gesetzlichen Widerrufsrechts/ freiwilligen Rückgaberechts zurückgesendeten Produkte zurückzunehmen. Gleiches gilt für Produkte, die zwar nicht im Rahmen der Retourenanmeldung zur Rücksendung angemeldet waren, aber innerhalb der geltenden Fristen vom Endkunden zurückgesendet und vom HÄNDLER zugeordnet werden können.

Der HÄNDLER hat einen positiven Retourenstatus zu setzen, soweit kein Wert- oder Schadensersatzanspruch gegenüber den Endkunden wegen des Zustands der zurückgesendeten Produkte oder wegen der verspäteten Rücksendung der Produkte besteht.

2.1.2. Der HÄNDLER hat – unabhängig vom Bestehen eines Widerrufsrechts oder dem freiwilligen Rückgaberecht – auf Verlangen des Endkunden innerhalb von 48 Stunden

(werktags von Montag bis Freitag) die kostenlose Rücksendung eines Produkts durch Zurverfügungstellung eines (neuen) Retourenlabels oder – bei Speditionsartikeln – Zurverfügungstellung eines (neuen) Abholtermins zu ermöglichen, wenn es sich um einen Irrläufer gemäß Ziffer 1.1.2.4.1 dieser Anlage handelt. Gleiches gilt, wenn es in Bezug auf das entsprechende Produkt zu einer Information an den Endkunden gemäß Art. 32 DSA oder gemäß der Produktsicherheitsverordnung gekommen ist (siehe auch Ziffer 6.6.1 der Nutzungsbedingungen) gekommen ist.

2.1.3. Der HÄNDLER hat auch dann einen positiven Retourenstatus zu setzen, wenn

a) der Endkunde das bestehende Widerrufsrecht oder Rückgaberecht fristgemäß ausgeübt und einen Einlieferungsbeleg über die Rücksendung vorgelegt hat oder die Rücksendung auf andere Weise nachweist (als Nachweis gilt bspw. auch die auf Basis der Trackingdaten der Sendung im Benutzerkonto des Endkunden angezeigte Bestätigung der Paketabgabe), ohne dass die Sendung beim HÄNDLER eingegangen ist, vorausgesetzt seit der Einlieferung/ Rücksendung sind mindestens zwei (2) Wochen vergangen;
b) der Endkunde eine rechtsverbindliche Erklärung abgegeben hat, dass er die Sendung nicht oder nicht vollständig erhalten hat (dies gilt auch, wenn der HÄNDLER einen Abliefer-/ Zustellnachweis vorgelegt hat);
c) (1) es sich um ein vom Endkunden zurückgesendetes Produkt gemäß Ziffer 2.1.2, Ziffer 4.4 und/ oder Ziffer 4.7 dieser Anlage handelt oder (2) der HÄNDLER es in Bezug auf dieses Produkt versäumt hat ein Retourenlabel innerhalb der vorgegebenen Frist zur Verfügung zu stellen. In Fall (1) beträgt die Frist zwei (2) Tage (werktags von Montag bis Freitag). In Fall (2) ist der Retourenstatus unverzüglich nach Versäumnis der Frist zur Verfügungstellung des Retourenlabels zu setzen;
d) der Endkunde bei Zustellung die Annahme verweigert hat und keine entgegenstehende Erklärung des Endkunden vorliegt (z.B. Nachlieferungsverlangen wegen beschädigter Sendung);
e) eine Zustellung an den Endkunden nicht möglich war (z.B. wegen eines Adressfehlers oder bei Nichtabholung im Paketshop);
f) der Lieferstatus zwei (2) Wochen oder länger nicht als “zugestellt“ gekennzeichnet ist;
g) wenn der HÄNDLER eine unvollständige oder nicht korrekte Rücksendeadresse hinterlegt hat und die Rücksendung des Endkunden in Folge nicht an den HÄNDLER zugestellt werden konnte;
h) der Endkunde eine rechtsverbindliche Erklärung abgegeben hat, dass die Einlieferung bzw. Rücksendung entsprechend der im Rahmen des Retourenanmeldeprozesses gemachten Angaben (Inhalt der Sendung/ Anzahl der Produkte) erfolgt ist; und/ oder
i) der Endkunde eine rechtsverbindliche Erklärung abgegeben hat, dass etwaige Mängel der Ware bereits bei Erhalt der Ware bestanden haben.

2.1.4. Der HÄNDLER nimmt im Falle einer Ablehnung der Retoure innerhalb von zwei (2) Wochen nach Ablehnung Kontakt zum Endkunden auf, um den Verbleib der Ware, z.B. eine Rücksendung an den Endkunden, zu klären. Eine Rücksendung an den Endkunden erfolgt auf Gefahr des HÄNDLERS.

2.1.5. Retouren, hinsichtlich derer der HÄNDLER eine Rücknahme ablehnt, weil kein fristgemäßer Widerruf oder keine fristgemäße Ausübung des Rückgaberechts seitens des Endkunden erfolgt ist oder ein Widerrufsrecht oder Rückgaberecht nicht besteht, darf der HÄNDLER nicht anderweitig verwerten bevor der HÄNDLER dem Endkunden nicht zumindest eine erneute Zusendung des Produktes auf Kosten des Endkunden angeboten und der Endkunde dies abgelehnt oder innerhalb einer Frist von zwei Wochen nicht auf das Angebot reagiert hat.

2.1.6. Der von OTTO zur Verfügung gestellte Retourenanmeldeprozess für die Endkunden

erfordert eine automatisierte Berechnung von Widerrufs- und Rückgaberechtsfristen. Eine exakte Berechnung dieser Fristen ist auf automatisiertem Weg derzeit nicht möglich (d.h. die exakte Bestimmung des Zustelldatums des Produkts für den Beginn der Frist und den Ablauf der Frist bei einem Fristende an Sonn- und Feiertagen sowie Sonnabenden). Um sicherzustellen, dass die Fristen durch die automatisierte Berechnung nicht zulasten der Endkunden verkürzt werden, verlängert OTTO diese um einen „Sicherheitspuffer“ (wenn kein Zustellstatus vorliegt, sieben (7) Tage ab SENT-Status, ansonsten zwei (2) Tage ab Zustellstatus) und stellt den Retourenanmeldeprozess den Endkunden daher u.U. etwas länger zur Verfügung, als die tatsächliche Frist im Einzelfall erfordern würde. Der HÄNDLER verpflichtet sich, entsprechende Retouren nicht wegen Fristablaufs zurückzuweisen.

2.1.7. Der HÄNDLER hat folgende Informationen systemseitig zur Verfügung zu stellen:

a) Retourenadresse nationales Lager (Carrier: GLS, HERMES, DHL): Eine in der Bundesrepublik Deutschland befindliche Retourenadresse (Empfänger, Straße, Hausnummer, PLZ und Stadt), wobei es sich um eine real existierende Adresse oder Geschäftsadresse (Empfänger, Postleitzahl und Stadt) und nicht um eine lediglich einem bestimmten Carrier bekannte „fiktive“ Adresse zu Weiterleitungs- und Sortierungszwecken handeln darf. In Ausnahmefällen (Carrier: GLS und HERMES) behält sich OTTO das Recht vor, den Versand für die Retoure in einen Mitgliedstaat der Europäischen Union zu genehmigen, sofern bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind.

b) Retourenadresse internationales Lager (Carrier DHL):
Bei Nutzung einer internationalen Retouren-Lösung: Eine in Deutschland, Italien, Polen, Tschechien, Niederlande, Frankreich, Österreich, Spanien oder Dänemark befindliche Retourenadresse für Klärfälle (Empfänger, Straße, Hausnummer, PLZ und Stadt), wobei es sich um eine real existierende Adresse oder Geschäftsadresse (Empfänger, Postleitzahl und Stadt) und nicht um eine lediglich einem bestimmten Carrier bekannte „fiktive“ Adresse zu Weiterleitungs- und Sortierungszwecken handeln darf.

c) Retourencarrier:
- weitere vom jeweiligen Carrier abhängige Informationen (z.B. DHL-Kundenkennung oder GLS-Customer-ID).
- Carrier DHL: Die im Partner-Portal angegebenen Retoureninformation der Händler müssen mit den bei DHL bereitgestellten Informationen übereinstimmen (Vertrags- und Adressinformationen) und der returnTrackingKey am Auftrag muss durch die DHL-Kundenkennung validierbar sein.

d) weitere vom jeweiligen Carrier abhängige Informationen (z.B. deutsche Abrechnungsnummer oder Customer-ID).

2.1.8. Alle Retouren sind für den Kunden kostenlos; die entstehenden Kosten werden vom HÄNDLER getragen.

2.1.9. Alle Warenverluste / -beschädigungen auf dem Rückweg vom Endkunden trägt der HÄNDLER.

2.1.10. Sollte OTTO feststellen, dass ein Endkunde die gelieferte Ware nicht bestellt hat, hat der HÄNDLER die Ware auf eigene Kosten vom Endkunden zurückzunehmen.

2.2. Paketlogistik

2.2.1. Alle Paketsendungen sind vom HÄNDLER ohne Retourenlabel zu versenden.

2.2.2. Als Transportdienstleister dürfen vom HÄNDLER nur Hermes, DHL und GLS ausgewählt werden, solange keine weiteren Transportdienstleister von OTTO angeschlossen wurden.

2.2.3. Sollten Produkte für einen Rückversand nicht als Paketsendung geeignet sein (z.B.

Matratzen), gilt nachfolgende Ziffer 2.3.

2.3. Speditionslogistik

2.3.1. Bei der Retourenanmeldung vom Endkunden stellt der HÄNDLER sicher, dass dem Endkunden innerhalb von 24 Stunden (werktags von Montag bis Freitag), ein Abholungstermin zur Verfügung gestellt wird. Auf Wunsch des Endkunden muss der Abholtermin eine Vorlauffrist von mindestens zwei (2) Tagen und maximal 14 (vierzehn) Tagen haben.

2.3.2. Die Abholung erfolgt am ursprünglich gewählten Lieferort beim Endkunden (Lieferung in die Wohnung = Abholung aus der Wohnung), es sei denn, der HÄNDLER und Endkunde einigen sich auf einen abweichenden Ort.

2.4. Irrläufer

2.4.1. Alle vom Endkunden oder einem anderen Händler an OTTO gesandten Retouren, die eigentlich für den HÄNDLER bestimmt sind (sog. Irrläufer), leitet OTTO mit Hermes Germany auf Gefahr des HÄNDLERs an diesen weiter; die entstehenden Transport- und Handlingkosten trägt OTTO. Der HÄNDLER ist nicht berechtigt, die weitergeleiteten Irrläufer als verspätet zurückzuweisen, soweit der Endkunde hinsichtlich dieser einen fristgemäßen Widerruf erklärt oder das Rückgaberecht fristgemäß ausgeübt hat. Die Widerrufsfrist bzw. die Frist für das Rückgaberecht ist in diesem Fall auch gewahrt, wenn der Irrläufer vom Endkunden innerhalb der Widerrufs- bzw. Rückgabefrist an OTTO oder einen anderen HÄNDLER versandt wurde.

2.4.2. OTTO ist berechtigt, in folgenden Fällen Irrläufer nach eigenem Ermessen zu verwerten:

a) Irrläufer, die OTTO keinem konkreten Endkundenauftrag zugeordnet und damit auch nicht an einen Händler weitergeleitet werden können;
b) Irrläufer, für die der HÄNDLER trotz Nachfrage von OTTO nicht innerhalb von zwei Wochen eine Retourenadresse in Deutschland, Italien, Polen, Tschechien, den Niederlanden, Frankreich, Österreich, Spanien oder Dänemark zur Verfügung stellt;
c) Irrläufer, für die die Zustellung an die vom HÄNDLER angegebene Adresse zweimal nicht erfolgen konnte (z.B. aufgrund einer Annahmeverweigerung oder einer fehlerhaften Adresse); und/ oder
d) Irrläufer, die nach Vertragsende bei OTTO eingehen.

Der HÄNDLER übereignet entsprechende Irrläufer an OTTO.

2.4.3. Beim HÄNDLER eintreffende Irrläufer mit Marktplatzbezug schickt der HÄNDLER mindestens 2x pro Woche an OTTO; die entstehenden Transport- und Handlingkosten trägt der HÄNDLER. Der HÄNDLER hat die entsprechende Sendungsnummer auf Nachfrage von OTTO zur Verfügung zu stellen. Schickt der HÄNDLER die Ware nicht an OTTO oder kann der HÄNDLER die Sendung nicht nachweisen, hat der HÄNDLER den Verkaufspreis des Produktes zu zahlen.

2.5. SLA-Retourenabwicklung

2.5.1. Der HÄNDLER hat den Retourenstatus innerhalb von zwei (2) Tagen (werktags von Montag bis Freitag) ab Retourenerhalt zu übermitteln. Bei Speditionsretouren hat der HÄNDLER innerhalb von sieben (7) Tagen (werktags von Montag bis Freitag) nach Abholung einen Retourenstatus zu übermitteln.

2.5.2. Es muss sichergestellt werden, dass die Retourenbearbeitung spätestens sechs (6) Tage (werktags von Montag bis Freitag) nach Paketabgabe (nicht Speditionsartikel) erfolgt ist.

2.5.3. Der HÄNDLER verpflichtet sich auf Kalendermonatsbasis, die Rate der verspäteten Statusmeldungen unter 15% zu halten.

2.5.4. OTTO ist, unbeschadet weitergehender Rechte, berechtigt, Produkte/Sortiment(e) des

HÄNDLERs im Falle einer Nichteinhaltung vollständig oder teilweise zu deaktivieren.

3. Endkundenanfragen und Anfragen von OTTO

Für alle Endkundenanfragen und endkundenbezogene Anfragen von OTTO gibt der HÄNDLER schnellstmöglich, aber maximal innerhalb von 48 Stunden (werktags von Montag bis Freitag) ab Erhalt der Anfrage, eine Rückmeldung.

4. Endkundenreklamationen im Zusammenhang mit Gewährleistungsfällen („Gewährleistungsfälle“)

Bei Bearbeitung von Gewährleistungsfällen hat der HÄNDLER das deutsche Gewährleistungsrecht zu beachten. Darüber hinaus gelten folgende Anforderungen:

4.1. Die Anzeige des Mangels innerhalb der Widerrufsfrist gilt als Widerruf, es sei denn der Endkunde wünscht eine Nacherfüllung und/ oder stimmt einer Nacherfüllung ausdrücklich zu.

4.2. Gewährleistungsfälle dürfen nicht mit der Begründung abgelehnt werden, dass der Endkunde bei Anlieferung die Mangelfreiheit bestätigt/ quittiert hat.

4.3. Der HÄNDLER hat innerhalb von fünf (5) Tagen (werktags von Montag bis Freitag) zum Gewährleistungsfall Stellung zu nehmen (Angebot zur Art der Nacherfüllung (Nachbesserung oder Neulieferung), kostenlose Rückabwicklung oder begründete Ablehnung des Gewährleistungsfalles bzw. der von dem Endkunden gewünschten Art der Nacherfüllung). Sollte der HÄNDLER eine Prüfung des Produktes für notwendig halten, muss die Prüfung innerhalb dieser Frist eingeleitet werden.

4.4. Die Nacherfüllung ist auf zwei Nacherfüllungsversuche beschränkt. Danach hat der HÄNDLER innerhalb von 48 Stunden (werktags von Montag bis Freitag) die kostenlose Rücksendung eines Produkts durch Zurverfügungstellung eines Retourenlabels oder – bei Speditionsartikeln – eines Abholtermins zu ermöglichen.

4.5. Eine vom HÄNDLER zugesagte Nacherfüllung bzw. Art der Nacherfüllung darf vom HÄNDLER nachträglich nicht zurückgenommen werden.

4.6. Einigt sich der HÄNDLER mit dem Endkunden auf einen Preisnachlass oder eine vollständige Gutschrift, hat der HÄNDLER die Buchung innerhalb einer Frist von zwei (2) Tagen (werktags von Montag bis Freitag) durchzuführen.

Wenn der Endkunde einen Preisnachlass zur Erledigung des Gewährleistungsfalles ablehnt, gilt Ziffer 4.3 entsprechend.

4.7. Nimmt der Endkunde die vorgeschlagene Art der Nacherfüllung (Nachbesserung oder Neulieferung) an, hat der HÄNDLER diese innerhalb einer Frist von drei (3) Wochen oder – sollte diese Frist länger sein – spätestens entsprechend der Lieferfristzusage der ursprünglichen Bestellung durchzuführen. Kann diese Frist nicht eingehalten werden, hat der HÄNDLER innerhalb von 48 Stunden (werktags von Montag bis Freitag) die kostenlose Rücksendung eines Produkts durch Zurverfügungstellung eines Retourenlabels oder – bei Speditionsartikeln – eines Abholtermins zu ermöglichen.

Ende Anlage 7

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 8: Anforderungen an Produktdaten (Bilder & Texte)

OTTO stellt dem HÄNDLER technische Möglichkeiten zur eigenständigen Produktdatenpflege zur Verfügung.

1. Generelle Anforderungen an die Produktdaten

1.1. Informationen zur Pflege von Produkten: https://api.otto.market/docs/
1.2. Die Inhalte und Bilder dürfen ausschließlich Informationen enthalten, die das jeweilige Produkt betreffen
1.3. Sämtliche Informationen sind ausschließlich deutschsprachig zu liefern (entsprechend deutscher Rechtschreibung und Grammatik)
1.4. Die zur Verfügung gestellten Produktmerkmale müssen hinsichtlich ihrer inhaltlichen Bedeutung korrekt gepflegt werden (z.B. eine Farbe/Farbbezeichnung im Produktmerkmal „Farbe“)
1.5. Varianten des gleichen Produkts (SKU) müssen innerhalb eines Produktes zusammengeführt werden, wenn sie sich nur in physischen Eigenschaften, wie beispielsweise Farbe, Größe oder Menge unterscheiden, nicht aber in der Nutzbarkeit. In diesem Fall ist die Gruppierung in Varianten eines Produktes verpflichtend, sofern passende Variantenmerkmale für die entsprechende Kategorie vorliegen. Es dürfen keine einzelnen Produkte für jede Variante angelegt werden. Die Variantenbildung hat dabei marktüblich und nachvollziehbar zu erfolgen. Maßgeblich sind die im jeweiligen Sortiment üblichen Variantenlogiken. Sofern Vorgaben des Markeninhabers oder ein entsprechender Produktschnitt bei OTTO bestehen, sind diese bei der Variantenbildung zu berücksichtigen. SKUs dürfen nicht zu einem Produkt zusammengeführt werden, wenn es sich nicht um Varianten des gleichen Produktes handelt. Das ist der Fall, wenn sich Varianten in Kerneigenschaften, wie beispielsweise verschiedene Schnittformen bei T-Shirts, unterscheiden. In diesem Fall müssen jeweils eigene Produkte angelegt werden
1.6. Zu jeder Produktvariante ist mindestens ein Freisteller (d.h. ein freigestelltes Produktbild mit weißem Hintergrund) gemäß den Anforderungen in Abschnitt 4.2 zu liefern
1.7. Produktbeschreibungen müssen präzise und eindeutig formuliert sein. Zweideutige Inhalte, die der sachlichen Produktbeschreibung undienlich sind, sind zu vermeiden.
1.8. Die Produktbilder müssen eine professionelle, hochwertige optische Qualität aufweisen, mit klarer Darstellung, sauberer Inszenierung und gleichmäßiger Ausleuchtung; das visuelle Ergebnis muss einem Studio- oder studioähnlichen Qualitätsstandard entsprechen.

2. Unerwünschte Text- und Bildinhalte

Die folgenden Text- und Bildinhalte sind z.B. in der Produktbeschreibung, den Bullet Points, als auch in den granularen Merkmalen, im Rich Content sowie in allen Bildern und Produkt-Dokumenten, z.B. Bedienungsanleitungen, Herstellergarantie, Produktdatenblätter nicht erlaubt:

2.1. Auslobung von händlerspezifischen Informationen, bspw. HÄNDLER-Name und -Logo, HÄNDLER-spezifische Konditionen (z.B. Preise, Preisreduzierungen, Lieferkonditionen); HÄNDLER-spezifische Kundenservices; HÄNDLER-spezifische Garantien (ausgenommen Herstellergarantien, die für alle Verkäufer gelten); produktbezogene Einschränkungen, die andere HÄNDLER nicht haben (z.B. "in 3 Trend-Farben", wenn der Lieferant/Hersteller mehr Farben anbietet); HÄNDLER-spezifische Informationen zu Siegeln und Lizenzen (ausgenommen sind jeweils die hierfür vorgesehenen spezifischen Merkmale)
2.2. Auslobungen von (echten oder scheinbaren) Gratis-Beigaben (z.B. "nur bei uns mit Zusatzgarantie", Waschmittel zur Waschmaschine)
2.3. Auslobung von Cash-Back-Aktionen
2.4. Produktbewertungen von Endkunden (z.B. Angabe von Sterne-Bewertungen)
2.5. Informationen zu OEKO-TEX® Standard 100, es sei denn OTTO ermöglicht dem HÄNDLER unter bestimmten weiteren Voraussetzungen die Auslobung
2.6. Informationen oder Verweise zu anderen Produkten auf dem Marktplatz
2.7. Informationen zum Bestehen oder Ausschluss eines Widerrufs- oder Rückgaberechts

2.8. Informationen zu anderen Websites (ausgenommen sind Verweise auf Websites von Prüfsiegeln, Zertifikatsdatenbanken und Websites, auf welchen Informationen zum Data Act aufgeführt sind) und Shops
2.9. Haftungsausschüsse des HÄNDLERS, insbesondere bei bestimmten Verhaltensweisen des Endkunden
2.10. Diskriminierende Inhalte und Beschreibungen (z.B. soziale oder ethnische Diskriminierung (z.B. „Indianer“, „Afro“), sexuelle oder Gender-Diskriminierung, Diskriminierung aufgrund des Alters, der Religion oder einer Behinderung)
2.11. Beschreibungen die im Zusammenhang mit Kolonialismus stehen (z.B. Kolonialstil, Kolonialfarben, etc.)
2.12. Beschreibung und Darstellung von Gewaltinszenierungen/Folter und Unterwürfigkeitsverhältnissen
2.13. Nationalsozialistische, antisemitische, rassistische, rechtsextreme oder vom Bundesamt für Verfassungsschutz als verfassungsfeindlich benannte Inhalte (z.B. eindeutige Zeichen, Symbole, Zahlen und Abkürzungen)
2.14. Kriegsverherrlichende und -verharmlosende Inhalte (z.B. Waffen)
2.15. Emojis
2.16. Zusätzliche Informationen (die z.B. in deskriptiven Bildern enthalten sind), die nicht bereits in den Produktmerkmalen und/ oder der Produktbeschreibung enthalten sind

3. Unerwünschte Inhalte auf Bildern (inkl. des Hauptbildes/Freistellers, Detailbilder und Bilder im Rich Content)

3.1. Sichtbare Wasserzeichen
3.2. Freizügige Darstellung von Minderjährigen (explizit: Kinderunterwäsche und Kinderbademode am Model)
3.3. Kurze Kleidung bei Babys (ausgenommen ist die Darstellung von sichtbaren Händen, Füßen und Kopf)
3.4. Pornografische Inhalte und die Darstellung von sichtbaren primären oder sekundären Geschlechtsteilen am Model oder Figuren (ausgenommen ist die Darstellung des Produkts als Freisteller oder mit Unterrock am Model oder mit neutralen Aufklebern zur Abdeckung der sekundären Geschlechtsteile)
3.5. Lebensechte Dar- und Nachstellung von sexuellen Handlungen
3.6. Erotische Posen, Mimik, Gestik von Models oder Figuren
3.7. Hintergründe, die zur Erklärung des Produkts nicht benötigt werden. Dies gilt insbesondere für Produkte im erotischen Kontext (z.B. Darstellung in privaten Räumlichkeiten)
3.8. Blurren, Verpixeln oder Abdecken von primären und sekundären Geschlechtsteilen (z.B. durch Smileys, eingefügte Formen oder Hände des Models)
3.9. Verdeckte oder retuschierte Gesichter bei Modelbildern

4. Anforderungen an das Hauptbild

4.1. Als Hauptbild muss ein Freisteller geliefert werden. Für die Sortimente
- Fashion-Sortimente: Bekleidung (ohne Schuhe)
- Living-Sortimente: Komplettbetten, Sofas und Kastenmöbel-Sets
- Einbauelektrogeräte (z.B. Einbau-Herdsets, Einbaubackofen, Einbaugeschirrspüler)

kann auch ein alternatives Hauptbild (z.B. Ambiente oder Bild am Model) unter Berücksichtigung der Anforderungen in Punkt 4.3. verwendet werden. Bei Nutzung der Ausnahme muss der Freisteller als erstes Detailbild geliefert werden.

4.2. Anforderungen an das Hauptbild (Freisteller)
- weißer Hintergrund (RGB-Farbwert 255,255,255)
- freigestelltes, mittig platziertes, gut ausgeleuchtetes und einwandfrei erkennbares Produkt
- nur Abbildung des Haupt-Produkts (ohne Zubehör, Rückseiten, etc.)
- durchgehender weißer Rand an allen vier Bildseiten von mind. 1 Pixel Breite
- Produkt macht mindestens 85% und maximal 95% der Bildfläche aus (ausgenommen sind kleine und/ oder schmale Produkte (z.B. Stifte, Angelruten, Zeltheringe)

- Transparente Produkte: Darstellung in einer realistischen, aber reduzierten Umgebung mit Fokus auf dem Produkt (z.B. Gardinen, Plissees, Rollos: Darstellung an einem angedeuteten Fenster ohne Aussicht; z.B. Displayschutzfolien: Darstellung mit angedeuteter Anwendung am Gerät)
- Keine Zeichnungen, Texte, Icons und Logos (z.B. Markenlogos). Es gelten Ausnahmen für
  - Technische Geräte: Generelle Produktinformationen wie Marke, Betriebssystem, Serie etc. können bei technischen Geräten innerhalb des Displays ausgelobt werden
  - Matratzen und Lattenroste: Darstellung von Qualitätssiegeln ist erlaubt
- Keine Bild-/Foto-Collage

4.3. Anforderungen an das alternative Hauptbild

- Produktvariante steht im Fokus, ist nicht angeschnitten und mittig platziert
- Keine Bild-/Foto-Collage
- Keine Zeichnungen, Texte, Icons und Logos (z.B. Markenlogos)
- Mittig platziertes, gut ausgeleuchtetes und einwandfrei erkennbares Produkt
- Für die definierten Ausnahme-Sortimente gilt jeweils Folgendes:
  - Fashion-Sortimente: Fotografie am Model mit schlichtem Hintergrund auf weiß oder grau; einfache frontale Darstellung, bei der das Produkt gut zu erkennen ist
  - Living-Sortimente: Darstellung des Produktes in einfacher Räumlichkeit; übertriebenes Styling (z.B. mit Accessoires, Props, Dekoration) wird vermieden
  - Einbauelektrogeräte: Darstellung durch ein angedeutetes, direktes Umfeld des Gerätes; bei der Darstellung von Einbauelektrogeräten dürfen die umgebenden Schränke bzw. die Einbausituation nicht vollständig gezeigt werden

5. Weitere Anforderungen an die Produktdaten

5.1. Bei Auslobung einer Herstellergarantie sind die konkreten Garantiebedingungen des Herstellers als PDF-Dokument mitzuliefern

5.2. Für sämtliche (bestehende und zukünftige) Produktdaten, insbesondere Produktdaten im PDF-Format, stellt der HÄNDLER sicher, dass diese den Anforderungen des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes entsprechen

5.3. Die Produktdetails von kosmetischen Produkten müssen die vollständigen und korrekten Inhaltsstoffe sowie Hinweise zur sicheren Anwendung enthalten

6. Einfügen von Markup und Skripten in Textfeldern

In allen vom HÄNDLER gelieferten Freitextfeldern werden eventuell gelieferte Textformatierungen (sogenanntes Markup) unterdrückt, um ein einheitliches Look and Feel auf www.otto.de zu gewährleisten. Dies gilt insbesondere auch für Verlinkungen auf externe Seiten oder Skriptfunktionen zum Nachladen externer Programme.

Es gibt aktuell folgende Ausnahmen von diesen Regeln:

- In der HTML-Langbeschreibung sind folgende Tags erlaubt: p, li, ol, ul, br, b, table, tr, td, span, di, caption
- In der Beschreibung sind erlaubt: p, li, ol, ul, br, b, table, tr, td, span, di, caption, h3, h4

Ende Anlage 8

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 9: Richtlinie für die Endkundenkommunikation

Diese Richtlinie gilt für vom HÄNDLER und dessen Erfüllungsgehilfen (z.B. eingesetzte Speditionen) und/ oder den Endkunden initiierte Kommunikation. Der HÄNDLER ist für den Inhalt seiner Kommunikation rechtlich verantwortlich (dies gilt auch für (KI-generierte) Antwortvorschläge).

Form der Endkundenkommunikation

1. Jegliche Kommunikation erfolgt ausschließlich in deutscher Sprache und gemäß der korrekten Rechtschreibung und Grammatik. Die Kommunikation darf auf Englisch erfolgen, sofern der Endkunde den HÄNDLER auf Englisch kontaktiert. Eine Antwort bestehend aus einem alleinstehenden Satzzeichen und/ oder Buchstaben ist nicht gestattet.
2. Das Verwenden von GIFS, Logos und Emojis ist nicht gestattet.
3. Um Irritationen bei Endkunden zu vermeiden, dürfen für die Kommunikation keine E-Mail-Adressen verwendet werden, die den Namen anderer Marktplätze in der E-Mail-Adresse tragen (z.B. ...@amazon.de).

Inhalt der Endkundenkommunikation

4. Es ist untersagt, nicht-jugendfreie, diskriminierende, beleidigende oder anderweitig respektlose Sprache oder Inhalte zu verwenden.
5. Jegliche Marketingaktivitäten oder -inhalte (z.B. Coupons, Rabatte, Gutscheine, Geschenke) sind untersagt.
6. Es ist nicht erlaubt, Endkunden auf andere Verkaufskanäle als die OTTO-App oder die OTTO-Website hinzuweisen oder umzuleiten. Dies schließt beispielsweise andere Websites oder Plattformen ein. Ebenso dürfen die Namen anderer Marktplätze nur dann erwähnt werden, wenn es ausdrücklich zur Bearbeitung des Kundenfalls erforderlich ist.
7. Das Versenden von automatisierten Antworten auf eine Endkundenanfrage (z.B. Abwesenheitsmails, Eingangsbestätigungen) oder das Versenden (automatisierter) Nachrichten nach Klärung der Endkundenanfrage (z.B. mit einer Aufforderung zur Bewertung der Qualität des vom HÄNDLER geleisteten Endkundensupports) ist untersagt.
8. Die Angabe der eigenen Kontaktinformationen (insb. des eigenen Kundenservices) oder die Angabe einer Signatur ist nicht gestattet. Zudem ist der HÄNDLER nicht befugt, proaktiv Kontaktdaten der Endkunden zu erfragen (ausgenommen für eine Lieferavisierung von Speditionsartikeln).
9. Es ist nicht gestattet, Zahlungsinformationen (z.B. IBAN, Paypal) zu kommunizieren oder einzufordern, mit Ausnahme der Kommunikation von Zahlungsinformationen, die notwendig sind, um die Kosten für den Rückversand von abgelehnten Retouren zu begleichen. In diesem Fall darf der HÄNDLER seine IBAN mitteilen, damit der Endkunde die Rücksendekosten überweisen kann.
10. Die E-Mailadressen support@otto.market, service@otto.de und marktplatz@otto.de dürfen nicht kommuniziert werden.
11. Die Kommunikation mit dem Endkunden muss dem deutschen Sprachgebrauch angemessen sein. Insbesondere sind direkte Übersetzungen aus fremden Sprachräumen zu vermeiden (z.B. lokale Redewendungen, Sprichwörter), da sie häufig zu Verwirrung und Irritationen bei Endkunden führen und nicht den OTTO-Standards entsprechen.
12. Löst OTTO marktplatzseitig im System eine (Teil)Gutschrift aus (siehe Ziffer 15.1), darf der HÄNDLER danach in diesem Zusammenhang keinen Kontakt zum Endkunden aufnehmen, es sei denn, dies ist für die Rücksendung bzw. Abholung des betreffenden Produkts erforderlich.

Zweck der Endkundenkommunikation

13. Proaktive Kommunikation ist ausschließlich über die von OTTO zur Verfügung gestellten Systeme und nur dann erlaubt, wenn sie auftragsbezogen ist. Dies umfasst die folgenden Fälle:

    - Rückfrage zu einer Bestellung, welche zur Auftragsabwicklung notwendig ist;
    - Übermittlung wichtiger Informationen bzgl. Auftragsabwicklung und -zustellung (z.B. Änderung einer Sendungsnummer oder Meldung eines ungeplanten Lieferverzuges);
    - Kontaktaufnahme zwecks Abwicklung einer produktbezogenen Sicherheitsmaßnahme

(z.B. Produktrückruf, Produktwarnung etc.);

- Kontaktaufnahme bei Retourenablehnung, um den Verbleib der Ware zu klären;
- Kontaktaufnahme zwecks Abwicklung des mitbestellten Services zur Altgeräte-Rücknahme nach Gesetz (ElektroG).

Verpflichtung zur Beantwortung von Endkundenanfragen

14. Der HÄNDLER ist verpflichtet auf Endkundenanfragen schnellstmöglich, aber maximal innerhalb von 48 Stunden ab Erhalt der Anfrage, werktags von Montag bis Freitag, eine Rückmeldung zu geben; dies gilt auch, wenn der HÄNDLER den Endkunden bereits zuvor in Bezug auf eine Anfrage proaktiv kontaktiert hatte.

Ende Anlage 9

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 10: Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung

Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung

zwischen dem HÄNDLER als Verantwortlichen im Sinne des Art. 4 Nr. 7 DSGVO (nachfolgend „**Auftraggeber")** und der **Otto GmbH & Co. KGaA**, Werner-Otto-Straße 1 – 7, 22179 Hamburg (nachfolgend „**Auftragnehmer**")

Präambel:

Der Auftragnehmer ist Betreiber der Online-Verkaufsplattform otto.de (nachfolgend „OTTO Market"). Der Auftraggeber verkauft über den OTTO Market im eigenen Namen und auf eigene Rechnung Waren und/oder Dienstleistungen an Endkunden. Näheres regeln die zwischen den Parteien abgeschlossene

„Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de".

In diesem Zusammenhang werden einzelne Leistungen seitens des Auftragnehmers im Auftrag des Auftraggebers im Sinne des Art 28. DSGVO erbracht. Zur Regelung der datenschutzrechtlichen Belange vereinbaren die Parteien die nachfolgende Abrede zur Auftragsverarbeitung.

1. Gegenstand und Dauer des Auftrags

(1) Gegenstand

Der Gegenstand des Auftrags ergibt sich aus der Leistungsvereinbarung

„Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de"

auf die hier verwiesen wird (nachfolgend „**Leistungsvereinbarung**").

(2) Dauer

Die Dauer dieses Auftrags (Laufzeit) entspricht der Laufzeit der Leistungsvereinbarung.

2. Konkretisierung des Auftragsinhalts:

(1) Art und Zweck der vorgesehenen Verarbeitung von Daten

Art und Zweck der Verarbeitung personenbezogener Daten durch den Auftragnehmer für den Auftraggeber sind konkret beschrieben in der Leistungsvereinbarung.

Die Erbringung der vertraglich vereinbarten Datenverarbeitung findet ausschließlich in einem Mitgliedsstaat der Europäischen Union oder in einem anderen Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum statt. Jede Verlagerung in ein Drittland bedarf der vorherigen Zustimmung des Auftraggebers und darf nur erfolgen, wenn die besonderen Voraussetzungen der Art. 44 ff. DS-GVO erfüllt sind.

(2) Art der Daten

Gegenstand der Verarbeitung personenbezogener Daten sind folgende Datenarten/-kategorien (Aufzählung/Beschreibung der Datenkategorien)

- Personenstammdaten
- Kommunikationsdaten (z.B. Telefon, E-Mail)
- Vertragsstammdaten (Vertragsbeziehung, Produkt- bzw. Vertragsinteresse
- Kundenhistorie
- Vertragsabrechnungs- und Zahlungsdaten

- Planungs- und Steuerungsdaten

(3) Kategorien betroffener Personen:

Die Kategorien der durch die Verarbeitung betroffenen Personen umfassen:
- Kunden
- Ansprechpartner des Händlers

3. Technisch-organisatorische Maßnahmen

(1) Der Auftragnehmer hat die Umsetzung der im Vorfeld der Auftragsvergabe dargelegten und erforderlichen technischen und organisatorischen Maßnahmen vor Beginn der Verarbeitung, insbesondere hinsichtlich der konkreten Auftragsdurchführung zu dokumentieren und dem Auftraggeber zur Prüfung zu übergeben. Bei Akzeptanz durch den Auftraggeber werden die dokumentierten Maßnahmen Grundlage des Auftrags. Soweit die Prüfung/ein Audit des Auftraggebers einen Anpassungsbedarf ergibt, ist dieser einvernehmlich umzusetzen.

(2) Der Auftragnehmer hat die Sicherheit gem. Art. 28 Abs. 3 lit. c, 32 DS-GVO insbesondere in Verbindung mit Art. 5 Abs. 1, Abs. 2 DS-GVO herzustellen. Insgesamt handelt es sich bei den zu treffenden Maßnahmen um Maßnahmen der Datensicherheit und zur Gewährleistung eines dem Risiko angemessenen Schutzniveaus hinsichtlich der Vertraulichkeit, der Integrität, der Verfügbarkeit sowie der Belastbarkeit der Systeme. Dabei sind der Stand der Technik, die Implementierungskosten und die Art, der Umfang und die Zwecke der Verarbeitung sowie die unterschiedliche Eintrittswahrscheinlichkeit und Schwere des Risikos für die Rechte und Freiheiten natürlicher Personen im Sinne von Art. 32 Abs. 1 DS-GVO zu berücksichtigen.

(3) Die technischen und organisatorischen Maßnahmen unterliegen dem technischen Fortschritt und der Weiterentwicklung. Insoweit ist es dem Auftragnehmer gestattet, alternative adäquate Maßnahmen umzusetzen. Dabei darf das Sicherheitsniveau der festgelegten Maßnahmen nicht unterschritten werden. Wesentliche Änderungen sind zu dokumentieren. Kernkundendaten dürfen ausschließlich verschlüsselt gespeichert werden.

4. Berichtigung, Einschränkung und Löschung von Daten

(1) Der Auftragnehmer darf die Daten, die im Auftrag verarbeitet werden, nicht eigenmächtig sondern nur nach dokumentierter Weisung des Auftraggebers berichtigen, löschen oder deren Verarbeitung einschränken. Soweit eine betroffene Person sich diesbezüglich unmittelbar an den Auftragnehmer wendet, wird der Auftragnehmer dieses Ersuchen unverzüglich an den Auftraggeber weiterleiten.

(2) Soweit vom Leistungsumfang umfasst, sind Löschkonzept, Recht auf Vergessenwerden, Berichtigung, Datenportabilität und Auskunft nach dokumentierter Weisung des Auftraggebers unmittelbar durch den Auftragnehmer sicherzustellen.

5. Qualitätssicherung und sonstige Pflichten des Auftragnehmers

Der Auftragnehmer hat zusätzlich zu der Einhaltung der Regelungen dieses Auftrags gesetzliche Pflichten gemäß Art. 28 bis 33 DS-GVO; insofern gewährleistet er insbesondere die Einhaltung folgender Vorgaben:

a) Schriftliche Bestellung eines Datenschutzbeauftragten, der seine Tätigkeit gemäß Art. 38 und 39 DS-GVO ausübt. Dessen jeweils aktuelle Kontaktdaten sind auf der Homepage des Auftragnehmers leicht zugänglich hinterlegt.

b) Die Wahrung der Vertraulichkeit gemäß Art. 28 Abs. 3 S. 2 lit. b, 29, 32 Abs. 4 DS-GVO. Der Auftragnehmer setzt bei der Durchführung der Arbeiten nur Beschäftigte ein, die auf die Vertraulichkeit verpflichtet und zuvor mit den für sie relevanten Bestimmungen zum

Datenschutz vertraut gemacht wurden. Der Auftragnehmer und jede dem Auftragnehmer unterstellte Person, die Zugang zu personenbezogenen Daten hat, dürfen diese Daten ausschließlich entsprechend der Weisung des Auftraggebers verarbeiten einschließlich der in diesem Vertrag eingeräumten Befugnisse, es sei denn, dass sie gesetzlich zur Verarbeitung verpflichtet sind.

c) Die Umsetzung und Einhaltung aller für diesen Auftrag erforderlichen technischen und organisatorischen Maßnahmen gemäß Art. 28 Abs. 3 S. 2 lit. c, 32 DS-GVO; Einzelheiten in der „Checkliste – Technisch Organisatorische Maßnahmen“ (**Annex 1**) zu dieser Vereinbarung

d) Der Auftraggeber und der Auftragnehmer arbeiten auf Anfrage mit der Aufsichtsbehörde bei der Erfüllung ihrer Aufgaben zusammen.

e) Die unverzügliche Information des Auftraggebers über Kontrollhandlungen und Maßnahmen der Aufsichtsbehörde, soweit sie sich auf diesen Auftrag beziehen. Dies gilt auch, soweit eine zuständige Behörde im Rahmen eines Ordnungswidrigkeits- oder Strafverfahrens in Bezug auf die Verarbeitung personenbezogener Daten bei der Auftragsverarbeitung beim Auftragnehmer ermittelt.

f) Soweit der Auftraggeber seinerseits einer Kontrolle der Aufsichtsbehörde, einem Ordnungswidrigkeits- oder Strafverfahren, dem Haftungsanspruch einer betroffenen Person oder eines Dritten oder einem anderen Anspruch im Zusammenhang mit der Auftragsverarbeitung beim Auftragnehmer ausgesetzt ist, hat ihn der Auftragnehmer nach besten Kräften zu unterstützen.

g) Der Auftragnehmer kontrolliert regelmäßig die internen Prozesse sowie die technischen und organisatorischen Maßnahmen (**Annex 1**), um zu gewährleisten, dass die Verarbeitung in seinem Verantwortungsbereich im Einklang mit den Anforderungen des geltenden Datenschutzrechts erfolgt und der Schutz der Rechte der betroffenen Person gewährleistet wird.

h) Nachweisbarkeit der getroffenen technischen und organisatorischen Maßnahmen (**Annex 1**) gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen seiner Kontrollbefugnisse nach Ziffer 7 dieses Vertrages.

6. Unterauftragsverhältnisse

(1) Der Auftraggeber stimmt der Beauftragung der in Annex 2 benannten Unterauftragnehmer zu unter der Bedingung einer vertraglichen Vereinbarung nach Maßgabe des Art. 28 DSGVO und gegebenenfalls unter Beachtung der Art 44 ff DSGVO.

(2) Die Auslagerung auf Unterauftragnehmer oder der Wechsel des bestehenden Unterauftragnehmers sind zulässig, soweit der Auftragnehmer eine solche Auslagerung auf Unterauftragnehmer dem Auftraggeber eine angemessene Zeit vorab schriftlich oder in Textform anzeigt und der Auftraggeber nicht bis zum Zeitpunkt der Übergabe der Daten gegenüber dem Auftragnehmer schriftlich oder in Textform Einspruch gegen die geplante Auslagerung erhebt und eine vertragliche Vereinbarung nach Maßgabe des Art. 28 DSGVO zugrunde gelegt wird.

(3) Erbringt der Unterauftragnehmer die vereinbarte Leistung außerhalb der EU/des EWR, stellt der Auftragnehmer die datenschutzrechtliche Zulässigkeit durch entsprechende Maßnahmen sicher.

(4) Eine weitere Auslagerung durch den Unterauftragnehmer bedarf der ausdrücklichen Zustimmung des Hauptauftragnehmers (mind. Textform); sämtliche vertraglichen Regelungen in der Vertragskette sind auch dem weiteren Unterauftragnehmer aufzuerlegen.

7. Kontrollrechte des Auftraggebers

(1) Der Auftraggeber hat das Recht, im Benehmen mit dem Auftragnehmer Überprüfungen durchzuführen oder durch im Einzelfall zu benennende Prüfer durchführen zu lassen. Er hat das Recht, sich durch Stichprobenkontrollen, die in der Regel rechtzeitig anzumelden sind, von der Einhaltung dieser Vereinbarung durch den Auftragnehmer in dessen Geschäftsbetrieb zu überzeugen.

(2) Der Auftragnehmer stellt sicher, dass sich der Auftraggeber von der Einhaltung der Pflichten des Auftragnehmers nach Art. 28 DS-GVO überzeugen kann. Der Auftragnehmer verpflichtet sich, dem Auftraggeber auf Anforderung die erforderlichen Auskünfte zu erteilen und insbesondere die Umsetzung der technischen und organisatorischen Maßnahmen (**Annex 1**) nachzuweisen.

(3) Der Nachweis solcher Maßnahmen, die nicht nur den konkreten Auftrag betreffen, kann erfolgen durch

- die Einhaltung genehmigter Verhaltensregeln gemäß Art. 40 DS-GVO;
- die Zertifizierung nach einem genehmigten Zertifizierungsverfahren gemäß Art. 42 DS-GVO;
- aktuelle Testate, Berichte oder Berichtsauszüge unabhängiger Instanzen (z.B. Wirtschaftsprüfer, Revision, Datenschutzbeauftragter, IT-Sicherheitsabteilung, Datenschutzauditoren, Qualitätsauditoren);
- eine geeignete Zertifizierung durch IT-Sicherheits- oder Datenschutzaudits (z.B. nach BSIGrundschutz).

8. Mitteilung bei Verstößen des Auftragnehmers

Der Auftragnehmer unterstützt den Auftraggeber bei der Einhaltung der in den Artikeln 32 bis 36 der DS-GVO genannten Pflichten zur Sicherheit personenbezogener Daten, Meldepflichten bei Datenpannen, Datenschutz-Folgeabschätzungen und vorherige Konsultationen. Hierzu gehören u.a.

a) die Sicherstellung eines angemessenen Schutzniveaus durch technische und organisatorische Maßnahmen, die die Umstände und Zwecke der Verarbeitung sowie die prognostizierte Wahrscheinlichkeit und Schwere einer möglichen Rechtsverletzung durch Sicherheitslücken berücksichtigen und eine sofortige Feststellung von relevanten Verletzungsereignissen ermöglichen

b) die Verpflichtung, Verletzungen personenbezogener Daten unverzüglich an den Auftraggeber zu melden

c) die Verpflichtung, dem Auftraggeber im Rahmen seiner Informationspflicht gegenüber dem Betroffenen zu unterstützen und ihm in diesem Zusammenhang sämtliche relevante Informationen unverzüglich zur Verfügung zu stellen

d) die Unterstützung des Auftraggebers für dessen Datenschutz-Folgenabschätzung

e) die Unterstützung des Auftraggebers im Rahmen vorheriger Konsultationen mit der Aufsichtsbehörde

9. Weisungsbefugnis des Auftraggebers

(1) Mündliche Weisungen bestätigt der Auftraggeber unverzüglich (mind. Textform).

(2) Der Auftragnehmer hat den Auftraggeber unverzüglich zu informieren, wenn er der Meinung ist, eine Weisung verstoße gegen Datenschutzvorschriften. Der Auftragnehmer ist berechtigt, die Durchführung der entsprechenden Weisung solange auszusetzen, bis sie durch den Auftraggeber bestätigt oder geändert wird.

10. Löschung und Rückgabe von personenbezogenen Daten

(1) Kopien oder Duplikate der Daten werden ohne Wissen des Auftraggebers nicht erstellt. Hiervon ausgenommen sind Sicherheitskopien, soweit sie zur Gewährleistung einer ordnungsgemäßen Datenverarbeitung erforderlich sind, sowie Daten, die im Hinblick auf die Einhaltung gesetzlicher Aufbewahrungspflichten erforderlich sind.

(2) Nach Abschluss der vertraglich vereinbarten Arbeiten oder früher nach Aufforderung durch den Auftraggeber – spätestens mit Beendigung der Leistungsvereinbarung – hat der Auftragnehmer sämtliche in seinen Besitz gelangten Unterlagen, erstellte Verarbeitungs- und Nutzungsergebnisse sowie Datenbestände, die im Zusammenhang mit dem Auftragsverhältnis stehen, dem Auftraggeber auszuhändigen oder nach vorheriger Zustimmung datenschutzgerecht zu vernichten. Gleiches gilt für Test- und Ausschussmaterial. Das Protokoll der Löschung ist auf Anforderung vorzulegen.

(3) Dokumentationen, die dem Nachweis der auftrags- und ordnungsgemäßen Datenverarbeitung dienen, sind durch den Auftragnehmer entsprechend der jeweiligen Aufbewahrungsfristen über das Vertragsende hinaus aufzubewahren. Er kann sie zu seiner Entlastung bei Vertragsende dem Auftraggeber übergeben.

Annex 1: Checkliste – Technisch Organisatorische Maßnahmen

Der Auftragnehmer gewährleistet im Bereich der auftragsgemäßen Verarbeitung von personenbezogenen Daten die gesetzlich geforderten Sicherheitsmaßnahmen und wird sie auf Verlangen des Auftraggebers nachweisen. Folgende besonderen technischen und organisatorischen Maßnahmen werden bei der Verarbeitung eingehalten:

1. Vertraulichkeit

a) **Zutrittskontrolle** (beispielsweise für Gebäude und Räume; an Schränke und Schächte)
Mindestmaßnahmen, mit denen Unbefugten der Zutritt zu Datenverarbeitungsanlagen, mit denen personenbezogene Daten verarbeitet oder genutzt werden, verwehrt wird:
- Sichere Schließanlage
- Zutrittskontrollsystem
- Überwachungseinrichtung, evtl. Einrichtung von Sicherheitszonen

b) **Zugangskontrolle** (keine unbefugte Systembenutzung, beispielsweise unerlaubtes Hochfahren oder unbefugte Anmeldung in Systemen) Mindestmaßnahmen mit denen die Nutzung von Datenverarbeitungssystemen durch Unbefugte verhindert werden:
- Passwortmechanismus (sicheres Passwort und regelmäßiger Passwortwechsel)
- Automatisches Sperren, Abmelden bei längerem Nicht-Gebrauch
- Firewall
- Virenschutz

c) **Zugriffskontrolle** (Anwendungen ausführen, unerlaubte Tätigkeiten in DV-Systemen und Zugriffe auf Daten, Applikationen und Schnittstellen verhindern)
Mindestmaßnahmen, die gewährleisten, dass die zur Benutzung eines Datenverarbeitungssystems Berechtigten ausschließlich auf die ihrer Zugangsberechtigung unterliegenden Daten zugreifen können, und dass personenbezogene Daten bei der Verarbeitung, Nutzung und nach der Speicherung nicht unbefugt, gelesen, kopiert, verändert oder entfernt werden können.:
- Differenzierte Berechtigungen für die DV-Systeme (Profile, Rollen)
- Regelmäßige Update
- Implementierte und wirksame Löschkonzepte
- Verwendung geeigneter Pseudonymisierungsverfahren

d) **Trennungskontrolle**
Mindestmaßnahmen, die gewährleisten, dass personenbezogene Daten, die zu unterschiedlichen Zwecken und für verschiedene Auftraggeber erhobene Daten wurden, getrennt verarbeitet werden.
- Logische Speicherung der Kundendaten nach Mandant
- Test und Produktionsdaten müssen in getrennten Systemen verarbeitet werden

2. Integrität

a) **Weitergabekontrolle**
Mindestmaßnahmen, die gewährleisten, dass personenbezogene Daten bei der elektronischen Übertragung oder während ihres Transports oder ihrer Speicherung auf Datenträger nicht unbefugt gelesen, kopiert, verändert oder entfernt werden können:
- Verschlüsselte Übertragung und Speicherung nach Stand der Technik
- Monitoring und Log-Management

b) **Eingabekontrolle** (Nachvollziehbarkeit, Dokumentation)
Mindestmaßnahmen, die gewährleisten, dass nachträglich überprüft werden kann, ob und von wem personenbezogene Daten in Datenverarbeitungssystemen eingegeben, verändert oder entfernt werden können:
- Monitoring und Log-Management
- Berechtigungsregelungen

3. Verfügbarkeit

a) **<u>Verfügbarkeitskontrolle</u>**

Mindestmaßnahmen, die gewährleisten, dass personenbezogene Daten gegen zufällige Zerstörung oder Verlust, gegen technische Störungen durch das Versagen der Betriebs-/Anwendungssoftware, vor fahrlässigen/vorsätzlichen Handlungen, vor schadenstiftender Software geschützt sind:

- regelmäßige Sicherungskopien
- Schutzsoftware vor Schadprogrammen
- logische Trennung

4. Belastbarkeit

Mindestmaßnahmen, die sicherstellen, dass im Falle eines Ausfalls der DV-Systeme diese rasch wiederhergestellt werden können.

- Notfallplan zur Wiederherstellung der personenbezogenen Daten verarbeiteten IT-Systeme

Annex 2: OTTO Market | Dienstleister | Adress- und Kontaktdaten

Name	Straße & Hausnummer	PLZ	Ort	Land
Adobe Systems Software Ireland limited	Attn: Contract Coordinators 4-6 Riverwalk, Citywest	Dublin 24	Dublin	Irland
Accenture GmbH	Campus Kronberg 1	61476	Kronberg	Deutschland
Amazon Web Services EMEA SARL	38 Avenue John F. Kennedy	1855	Luxemburg	Luxemburg
Amazon Web Services, Inc.	410 Terry Ave N	98109	Seattle, WA	Vereinigte Staaten (USA)
CaDa Solucije DOO	Dzemala Bijedica 199	71000	Sarajevo	Bosnien und Herzegowina
Confluent Inc.	899 West Evelyn Ave.	94041	Mountain View CA	Vereinigte Staaten (USA)
DCS Communication Center Trading Ltd.	TWELVE, Level 2, San Gwakkin road Central Business District Zone 3	Post Code CBD3110	Birkirkara	Malta
Deutsche Telekom Business Solutions GmbH	Landgrabenweg 149	53227	Bonn	Deutschland
diatelplus GmbH	Tornaer Str.54	01239	Dresden	Deutschland
Emarsys eMarketing Systems AG	Hans-Fischer-Straße 10	80339	München	Deutschland
factory42 GmbH	St.-Martin-Str. 106	81669	München	Deutschland
Getaline GmbH	Friedrich-Ebert-Damm 145	22047	Hamburg	Deutschland
Google Ireland Limited	Gordon House, Barrow Street	Dublin 4	Dublin	Irland
Microsoft Deutschland GmbH	Walter-Gropius-Straße 5	80807	München	Deutschland
Microsoft Ireland Operations Ltd.	One Microsoft Place, South County Business Park, Leopardtown	Dublin 18	Dublin	Irland
MongoDB Ltd. Building Two	Number One Ballsbridge	Dublin 4	Dublin	Irland
Multipoint GmbH	Kipsdorfer Str. 100	01277	Dresden	Deutschland
Multipoint Fliege GmbH	Gerstenstraße 9	17034	Neubrandenburg	Deutschland

Name	Straße & Hausnummer	PLZ	Ort	Land
novomind AG	Bramfelder Chaussee 45	22177	Hamburg	Deutschland
Otto Group One.O GmbH	Freiberger Straße 35	01067	Dresden	Deutschland
PAQATO GmbH	Wienburgstr. 207	48159	Münster	Deutschland
Paradox Consulting DOO	Futoški put 10	21101	Novi Sad	Serbien
Salesforce.com Germany GmbH	Erika-Mann-Straße 31-37	80636	München	Deutschland
Sogedes GmbH	Havellandstr. 14	68309	Mannheim	Deutschland
Ströer X GmbH	Georgiring 3	04103	Leipzig	Deutschland
Teleperformance Germany S. à r. l. & Co. KG	Heinrich-Hertz-Straße 4	44227	Dortmund	Deutschland
Thoughtworks Deutschland GmbH	Caffamacherreihe 7	20355	Hamburg	Deutschland

Ende Anlage 10

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 11: Rankingmechanismen

Such- und Rankingmechanismus auf www.otto.de	Ziel von OTTO ist es, dem Endkunden in den Suchergebnissen diejenigen Artikel anzuzeigen, die für den Endkunden die höchste Relevanz haben. Um dieses Ziel zu erreichen, gibt es zwei unterschiedliche automatisiert ablaufende Schritte. Im ersten Schritt werden aus der Menge aller Artikel, die Artikel herausgefiltert, die inhaltlich zu der Suchanfrage bzw. zur gewählten Kategorie auf Produktlisten passen. In einem zweiten Schritt werden diese Artikel sortiert. **1. Ermittlung von Treffern in einer Suche** Zum Zusammenstellen der Treffermenge werden auf Suchergebnisseiten die eingegebenen Suchbegriffe mit den Produktdaten abgeglichen. Hierfür greift OTTO auf unterschiedlichste Produktinformationen zurück: • Titel eines Artikels • Kategorie eines Artikels • Marke eines Artikels • Zielgruppe eines Artikels • Filterwerte eines Artikels • Selling Points eines Artikels Zusätzlich wird die semantische Ähnlichkeit von Produkten zu einer Suchanfrage ermittelt. Bei Übereinstimmungen wird die Treffermenge um solche Produkte erweitert. **2. Ranking der Ergebnismenge** Folgende Bestandteile fließen in das Ranking auf www.otto.de ein: • Interaktionsdaten, die das Einkaufsverhalten der Endkunden beschreiben (u.a. Clicks, add to basket, Conversion) • Linguistische Relevanz Mithilfe dieses Faktors wird ermittelt, wie gut ein Artikel sprachlich zu der Suchanfrage passt. Die linguistische Relevanz wird durch die Produktdaten ermittelt. • Produktinformationen Aus den Informationen, wie z.B. Preis, Verfügbarkeit oder weiteren gut gepflegten Produktdaten wird die Relevanz eines Produktes für die Endkunden abgeleitet. Die Verwendung mehrerer semantisch gleicher Begriffe im Produkttitel führt zu einer Abwertung im Ranking. Die Ermittlung von relevanten Produkten erfolgt immer in Abhängigkeit zur Suchanfrage und kann während der Durchführung von Testings divergieren.
Sponsored Product Ads	Sponsored Product Ads (SPA) gibt Händlern, die auf dem Marktplatz Waren verkaufen, die Möglichkeit, gegen Entgelt und bei ausreichender semantischer Relevanz, die Sichtbarkeit ihrer Artikel in Produktlisten, Suchergebnislisten und auf der Produktdetailseite zu erhöhen.
Wettbewerb am Artikel Score	Auf www.otto.de ist es möglich, dass gleiche Artikel von verschiedenen Händlern unter derselben Produktdetailseite angeboten werden. Zur Entscheidung welcher Händler unmittelbar auf der Produktdetailseite genannt wird, sowie zur Ermittlung

	der weiteren Reihenfolge der Händler, die einen identischen Artikel verkaufen, bedient sich OTTO eines Algorithmus („Wettbewerb am Artikel-Score“). In der Überzeugung des größten Nutzens für die Endkunden fließen in diesen Score folgende Hauptparameter ein: • Preis: Bruttoverkaufspreis exklusive Versandkosten, Rabattaktionen, die nicht an eine Kundenselektion gebunden sind, werden berücksichtigt • Versandkosten: Versandkosten des HÄNDLERS, Flatrate wird nicht berücksichtigt, Versandkostenbefreiung durch Aktionen, die nicht an eine Kundenselektion gebunden sind, wird berücksichtigt • Lieferzeit: durchschnittliche Lieferzeit in ganzen Tagen (beispielsweise 4 Tage bei Angabe „3-5 Tage“ und „3-4 Tage“) • Verkäufervertrauen für OTTO in seiner Eigenschaft als Händler: Im Rahmen einer empirischen Untersuchung wurde festgestellt, dass OTTO als Verkäufer jedenfalls zum aktuellen Zeitpunkt auf der eigenen Plattform www.otto.de ein besonderes Vertrauen genießt, dem durch einen Bonus im Ranking Rechnung getragen wird • Ausgewählte Services und deren Kosten: Lieferung bis zum Aufstellort, Altmöbelmitnahme, Aufbauservice, Installations- und Einbauservice, wobei diese Services derzeit ausschließlich von OTTO angeboten werden können und es somit zu einer Bevorzugung von OTTO im Ranking kommen kann. Die Gewichtung der Hauptparameter (außer der Lieferzeit) ist an den Artikelpreis gekoppelt, da ihre Relevanz bei unterschiedlichen Produktpreissegmenten verschieden stark bewertet wird (Beispiel: Bei einem niedrigen Artikelpreis sind die Versandkosten relevanter). Die relative Gewichtung der Hauptparameter kann während der Durchführung von Testings divergieren. Zusätzlich kann in unregelmäßigen Zeitspannen eine zufällige Ausspielung stattfinden, um Daten für das Modelltraining zu generieren.

Ende Anlage 11

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 12: Mediationsordnung P2B Ponschab + Partner

Präambel

Mediation ist ein strukturiertes Verfahren, bei dem die beteiligten Parteien mithilfe eines oder mehrerer Mediatoren freiwillig und eigenverantwortlich eine einvernehmliche Lösung von Meinungsverschiedenheiten oder Streitigkeiten anstreben. Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) bietet in Kooperation mit erfahrenen Mediatorinnen und Mediatoren Anbietern von Online-Plattformen und deren gewerblichen Nutzern die Möglichkeit, Streitigkeiten außergerichtlich beizulegen.

Die Mediation erfolgt auf Grundlage der zum Zeitpunkt des Verfahrensbeginns gültigen Mediationsordnung, es sei denn, alle beteiligten Parteien vereinbaren einvernehmlich abweichende Regelungen.

1. Anwendungsbereich

Diese Mediationsordnung findet Anwendung auf die außergerichtliche Beilegung von Streitigkeiten zwischen Anbietern von Online-Vermittlungsdiensten und deren gewerblichen Nutzern. Voraussetzung ist, dass die Parteien berechtigt sind, die Streitigkeit selbst beizulegen und sich auf die Durchführung einer Mediation unter der Leitung eines oder mehrerer Mediatoren des bevh geeinigt haben.

2. Einleitung der Mediation

Die Mediation wird durch Einreichung eines Antrags eingeleitet, der per Email an bevh@ponschab-partner.com oder online unter P+P Mediationsanfrage übermittelt werden kann. Der Antrag muss folgende Angaben enthalten:

a) Namen und Anschriften der Parteien,

b) Kontaktdaten (Telefonnummer und E-Mail-Adresse) der für den Streitfall zuständigen Ansprechpartner aller Parteien,

c) Gegenstand des Streites mit einer Beschreibung der Streitsache und der Erwartungen,

d) Bestätigung, dass diese Mediationsordnung zur Anwendung kommt,

e) Information, ob die Parteien sich bereits auf die Durchführung einer Mediation geeinigt haben.

Falls keine Einigung über die Mediation besteht, klärt der Mediator mit allen Parteien, ob diese zur Durchführung bereit sind

3. Durchführung der Mediation

Besteht Einvernehmen über die Mediation, legt der Mediator in Absprache mit den Parteien die Rahmenbedingungen fest, insbesondere:

- Zeitlicher Ablauf
- Art der Mediation (Präsenz, online, telefonisch)
- Ort der Mediation (bei Präsenzmediation)
- Vorab zur Verfügung zu stellende Informationen
- Honorar

Die Mediation erfolgt in einem oder mehreren Sitzungen, die nicht öffentlich sind. Termine werden gemeinsam abgestimmt, wobei der Mediator Terminvorschläge unterbreitet. Der Mediator bespricht mit den Parteien den Sachverhalt und mögliche Lösungsansätze. Er kann im Einvernehmen mit den Parteien auch Einzelgespräche führen. Die Parteien stellen sicher, dass mindestens eine anwesende Person befugt ist, eine rechtsverbindliche Vereinbarung zu treffen.

Die Mediation soll zügig durchgeführt werden. Die Parteien verpflichten sich, den Mediationssitzungen Priorität einzuräumen.

4. Rolle und Aufgaben der Parteien

Die Parteien streben eine einvernehmliche Einigung an und verpflichten sich zu offenen und fairen Verhandlungen. Die Parteien beziehungsweise ihre Vertreter nehmen persönlich an den Mediationssitzungen teil, die je nach Vereinbarung online, telefonisch, in Präsenz oder hybrid stattfinden können.

Während der Mediation verzichten die Parteien auf gerichtliche Schritte, es sei denn, diese sind zur Fristwahrung oder zum Schutz einer gefährdeten Rechtsposition erforderlich. Bei Einleitung gerichtlicher Schritte sind die anderen Parteien und der Mediator unverzüglich zu informieren.

Bei laufenden gerichtlichen Verfahren verpflichten sich die Parteien, das Gericht oder die zuständige Behörde über die Mediation zu informieren und gegebenenfalls eine Aussetzung des Verfahrens zu beantragen.

5. Rolle und Aufgaben des Mediators

Der Mediator ist unabhängig, neutral und allparteilich. Er versichert, keine der Parteien im betreffenden Streitfall vertreten zu haben oder künftig zu vertreten. Seine Aufgabe besteht darin, die Parteien bei der Erarbeitung einer gemeinsamen Lösung zu unterstützen, ohne selbst Entscheidungen zu treffen.

In Ausnahmefällen kann er Vorschläge zur abschließenden Lösung der Meinungsverschiedenheiten oder Streitigkeiten unterbreiten, wenn alle Parteien dies ausdrücklich wünschen und der Mediator die Parteien über seinen Rollenwechsel und die sich hieraus ergebenden Konsequenzen aufgeklärt hat.

Falls notwendig, weist der Mediator auf die Notwendigkeit anwaltlicher Beratung hin. Der Mediator erläutert, leitet und strukturiert das Verfahren und unterstützt die Parteien bei der Ausarbeitung einer Vereinbarung.

6. Vertraulichkeit

Der Inhalt der Mediationsgespräche ist vertraulich, und alle an der Mediation Beteiligten sind zur Verschwiegenheit verpflichtet, soweit gesetzlich nichts anderes geregelt ist. Diese Pflicht bezieht sich auf alles, was ihnen in Ausübung ihrer Tätigkeit im Zusammenhang mit der Mediation bekannt geworden ist.

Ungeachtet anderer gesetzlicher Regelungen über die Verschwiegenheitspflicht gilt sie nicht, soweit

- die Offenlegung des Inhalts der in der Mediation erzielten Vereinbarung zur Umsetzung oder Vollstreckung dieser Vereinbarung erforderlich ist,
- die Offenlegung aus vorrangigen Gründen der öffentlichen Ordnung geboten ist, insbesondere um eine Gefährdung des Wohles eines Kindes oder eine schwerwiegende Beeinträchtigung der physischen oder psychischen Integrität einer Person abzuwenden,
- es sich um Informationen oder Unterlagen handelt, die bereits vor der Mediation bekannt waren oder nachweislich auch sonst bekannt geworden wären oder
- es sich um Tatsachen handelt, die offenkundig sind oder ihrer Bedeutung nach keiner Geheimhaltung bedürfen.

Die Parteien verpflichten sich, die im Mediationsverfahren erhaltenen Informationen, Arbeitsdokumente, Protokolle etc. nicht zum Nachteil der anderen Partei zu verwenden und diese nicht ohne Zustimmung der anderen Partei in einem folgenden Gerichts- oder ähnlichen Verfahren zu verwenden.

Soweit nicht ausdrücklich anders vereinbart, darf keiner der am Mediationsverfahren Beteiligten in einem nachfolgenden (schieds-)gerichtlichen Verfahren als Zeuge für Tatsachen benannt werden, die das Mediationsverfahren betreffen.

Alle Informationen, die der Mediator im Zusammenhang mit dem Mediationsverfahren von den Parteien erhält, fallen unter seine gesetzliche Verschwiegenheitspflicht.

Der Mediator kann zu seiner eigenen Information Protokolle anfertigen, für die kein Einsichtsrecht der Parteien besteht.

Soweit der Mediator in einem späteren (schieds-)gerichtlichen Verfahren als Zeuge oder Sachverständiger im Hinblick auf das Mediationsverfahren benannt wird, hat er zur Wahrung der Vertraulichkeit

bestehende Aussageverweigerungsrechte in Anspruch zu nehmen, wenn er nicht ausdrücklich von allen Parteien von seiner Verschwiegenheitspflicht entbunden wird. Der Mediator kann – nach vorheriger Zustimmung aller Parteien – vertrauliche Informationen in schriftlicher Form (insbesondere zum Sachverhalt und den Interessen der Parteien) sowie Vorschläge zur Lösung des Konflikts entgegennehmen, die der jeweils anderen Partei nicht übermittelt werden

7. Datenschutz

Es gilt die Datenschutzerklärung, die unter P+P Datenschutz einsehbar ist.

8. Beendigung der Mediation

Die Mediation ist beendet, wenn

a) der Konflikt durch eine Vereinbarung abschließend gelöst wird,

b) eine der Parteien erklärt, dass sie die Mediation nicht fortsetzen möchte,

c) die Parteien einvernehmlich die Beendigung der Mediation beschließen,

d) der Mediator die Mediation für beendet erklärt, weil nach seiner Auffassung eine Einigung der Parteien nicht zu erwarten ist.

9. Honorar

Für seine Tätigkeit bei der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung der Mediation erhält der Mediator ein Honorar, das zwischen den Parteien und dem Mediator vereinbart wird.

Die Parteien tragen das Honorar und die Auslagen des Mediators (einschließlich Mehrwertsteuer), wobei der Online-Vermittlungsdienst in jedem Fall einen angemessenen Anteil zu tragen hat. Der angemessene Anteil wird ausgehend von einem Vorschlag des Mediators unter Berücksichtigung aller einschlägigen Elemente des jeweiligen Falls, insbesondere der Stichhaltigkeit der Forderungen der Streitparteien, des Verhaltens der Parteien sowie der Größe und der Finanzstärke der Parteien im Verhältnis zueinander, bestimmt. Die Parteien haften gesamtschuldnerisch für die Zahlung. Die Rechnungsstellung erfolgt durch Ponschab + Partner Mediatoren PartG.

10. Haftung

Der Mediator haftet nur im Falle von grober Fahrlässigkeit und Vorsatz.

Ende Anlage 12

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Anlage 13: Mediationsordnung P2B Fieldfisher

Mediationsordnung für P2B-Mediationen nach Art. 12 VO (EU) 2019/1150

Präambel

Diese Mediationsordnung regelt die Durchführung von Mediationsverfahren zwischen der Anbieterin des Online-Vermittlungsdienstes **"*OTTO Market*"** der **OTTO GmbH & Co. KGaA** und gewerblichen Nutzerinnen und Nutzern im Zusammenhang mit der Bereitstellung des Online-Vermittlungsdienstes. Die Mediation ist ein freiwilliges, vertrauliches und strukturiertes Verfahren, in dem die Parteien mit Unterstützung eines unabhängigen und neutralen Mediators eigenverantwortlich eine einvernehmliche Lösung ihres Konflikts anstreben.

Diese Mediationsordnung dient zugleich der Konkretisierung der Zusammenarbeit mit dem nach Art. 12 VO (EU) 2019/1150 benannten Mediator. Sie ersetzt nicht die gesetzliche Pflicht des Anbieters von Online-Vermittlungsdiensten, in seinen allgemeinen Geschäftsbedingungen zwei oder mehr Mediatoren anzugeben, mit denen er zur Zusammenarbeit bereit ist.

§ 1 Anwendungsbereich

1. Diese Mediationsordnung findet Anwendung auf die außergerichtliche Beilegung von Streitigkeiten zwischen Otto Market als Anbieterin eines Online-Vermittlungsdienstes und gewerblichen Nutzern von Otto Market.

2. Erfasst sind Streitigkeiten, die sich auf die Bereitstellung des Online-Vermittlungsdienstes beziehen, einschließlich Beschwerden, die nicht im Rahmen des internen Beschwerdemanagements gelöst werden konnten.

3. Soweit die Parteien im Einzelfall nichts Abweichendes vereinbaren, gilt die bei Eingang des Mediationsantrags veröffentlichte oder in den Nutzungsbedingungen von OTTO Market einbezogene Fassung dieser Mediationsordnung.

§ 2 Verhältnis zu Art. 12 P2B-VO und zu den Nutzungsbedingungen

1. Diese Mediationsordnung konkretisiert die Durchführung von Mediationsverfahren nach Art. 12 VO (EU) 2019/1150.

2. Die Benennung eines Mediators in den Nutzungsbedingungen begründet keine Verpflichtung der Parteien, eine Streitigkeit zwingend durch Mediation beizulegen. Die Freiwilligkeit der Mediation bleibt unberührt.

3. Nehmen die Parteien einen Mediationsversuch auf, beteiligen sie sich nach Treu und Glauben an dem Verfahren.

§ 3 Einleitung der Mediation

1. Die Mediation wird durch Antrag einer Partei in Textform eingeleitet.

2. Der Antrag soll an die in den Nutzungsbedingungen oder in sonstiger Kommunikation angegebene Kontaktadresse des Mediators gerichtet werden.

3. Der Antrag soll mindestens folgende Angaben enthalten:

    a. Name/Firma und Anschrift der Parteien;

    b. Kontaktdaten der zuständigen Ansprechpartner, insbesondere E-Mail-Adresse und Telefonnummer;

    c. soweit relevant: Marktplatz-Account, Händlerkennung oder sonstige Zuordnung zum Nutzerverhältnis;

    d. eine kurze Darstellung des Streitgegenstands;

e. Darstellung der betroffenen Plattformmaßnahme, Vertragsfrage oder Beschwerde;

f. Angaben dazu, ob bereits ein internes Beschwerdeverfahren durchgeführt wurde sowie das Ergebnis des Verfahrens.

§ 4 Durchführung und Beginn des Mediationsverfahrens

1. Besteht bei Eingang des Antrags noch kein Einvernehmen über die Durchführung der Mediation, klärt der Mediator mit den Parteien, ob sie zur Durchführung der Mediation bereit sind.
2. Das Mediationsverfahren beginnt, sobald beide Parteien der Durchführung zustimmen oder sich sonst auf die Mediation nach dieser Mediationsordnung einlassen.
3. Der Mediator kann den Beginn und Ende der Mediation in Textform bestätigen.
4. Kommt keine Einigung über die Durchführung der Mediation zustande, findet kein Mediationsverfahren nach dieser Mediationsordnung statt.

§ 5 Mediator, Unabhängigkeit und Neutralität

1. Der Mediator ist eine unabhängige und neutrale Person ohne Entscheidungsbefugnis.
2. Der Mediator ist allen Parteien gleichermaßen verpflichtet. Er unterstützt die Parteien bei der Strukturierung des Verfahrens, der Kommunikation und der eigenverantwortlichen Entwicklung einer möglichen Lösung.
3. Der Mediator trifft keine Entscheidung über die Streitigkeit und wird nicht als Vertreter, Parteiberater, Schiedsrichter oder Gutachter einer Partei tätig.
4. Der Mediator legt den Parteien vor Übernahme des Verfahrens alle Umstände offen, die seine Unabhängigkeit oder Neutralität beeinträchtigen können.
5. Der Mediator darf nicht tätig werden, wenn er vor der Mediation in derselben Sache für eine Partei tätig gewesen ist. Er darf auch während oder nach der Mediation nicht für eine Partei in derselben Sache tätig werden.
6. Der Mediator legt im Einvernehmen mit den Parteien die organisatorischen Rahmenbedingungen der Mediation fest.
7. Soweit eine mit dem Mediator in derselben Berufsausübungs- oder Bürogemeinschaft verbundene Person in derselben Sache für eine Partei tätig war oder ist, gelten die gesetzlichen Vorgaben des MediationsG.

§ 6 Teilnahme

Die Parteien nehmen persönlich oder durch ausreichend informierte und zur Herbeiführung einer Einigung befugte Vertreter an der Mediation teil. Die Einbeziehung Dritter bedarf der Zustimmung aller Parteien.

§ 7 Durchführung der Mediationssitzungen und Einzelgespräche

1. Die Mediationssitzungen sind nicht öffentlich.
2. Die Mediation findet grundsätzlich im Beisein aller Parteien statt.
3. Der Mediator kann mit Zustimmung der Parteien Einzelgespräche führen.
4. Informationen aus Einzelgesprächen darf der Mediator der anderen Partei nur mit Zustimmung der informationsgebenden Partei mitteilen.
5. Der Mediator ist nicht verpflichtet, ein vollständiges Protokoll zu führen. Auf Wunsch der Parteien kann er Zwischenergebnisse oder Eckpunkte einer Einigung dokumentieren.

§ 8 Vertraulichkeit und Nichtverwertung

1. Die Mediation ist vertraulich.
2. Die Parteien, der Mediator, Berater und sonstige einbezogene Personen behandeln alle Informationen, Erklärungen, Vorschläge, Zugeständnisse, Unterlagen und sonstigen Inhalte der Mediation vertraulich.
3. Die Parteien benennen den Mediator in einem späteren Verfahren nicht als Zeugen oder Sachverständigen zu Tatsachen, die das Mediationsverfahren betreffen, und entbinden ihn insoweit nicht einseitig von seiner Verschwiegenheitspflicht.
4. Die Offenlegung des Inhalts einer Abschlussvereinbarung bleibt zulässig, soweit dies zur Umsetzung oder Durchsetzung der Abschlussvereinbarung erforderlich ist.

§ 9 Verhältnis zu gerichtlichen und behördlichen Verfahren

1. Die Durchführung oder Einleitung einer Mediation schließt den Rechtsweg nicht aus.
2. Maßnahmen zur Fristwahrung und des einstweiligen Rechtsschutzes bleiben unberührt.

§ 10 Abschlussvereinbarung

1. Erzielen die Parteien eine Einigung, kann diese in einer Abschlussvereinbarung dokumentiert werden.
2. Die Abschlussvereinbarung soll schriftlich erfolgen, wenn die Parteien eine rechtsverbindliche Dokumentation wünschen oder dies zur Umsetzung der Einigung erforderlich ist.
3. Der Mediator wirkt darauf hin, dass die Parteien die Vereinbarung in Kenntnis der Sachlage treffen und ihren Inhalt verstehen.
4. Parteien, die ohne fachliche Beratung teilnehmen, weist der Mediator auf die Möglichkeit hin, die Abschlussvereinbarung vor Unterzeichnung durch externe Berater prüfen zu lassen.

§ 11 Beendigung der Mediation

Die Mediation endet, wenn:

1. die Parteien eine Abschlussvereinbarung schließen;
2. eine Partei die Mediation in Textform für beendet erklärt;
3. die Parteien gemeinsam die Beendigung erklären;
4. der Mediator die Mediation beendet, insbesondere wenn eine eigenverantwortliche Kommunikation oder eine Einigung nicht zu erwarten ist;

§ 12 Kosten, Honorar und Auslagen

1. Vor Beginn des konkreten Mediationsverfahrens schließen die Parteien und der Mediator eine fallbezogene Mediationsvereinbarung oder einen Mediatorvertrag, in dem insbesondere Streitgegenstand, Rahmenbedingungen, Honorar, Auslagen und Zahlungsmodalitäten geregelt werden können.
2. Die OTTO GmbH & Co. KGaA trägt als Anbieterin des Online-Vermittlungsdienstes in jedem Einzelfall einen angemessenen Anteil an den Gesamtkosten der Mediation.
3. Der angemessene Anteil wird ausgehend von einem Vorschlag des Mediators unter Berücksichtigung der Umstände des Einzelfalls bestimmt. Zu berücksichtigen sind insbesondere die Stichhaltigkeit der Forderungen, das Verhalten der Parteien sowie Größe und Finanzstärke der Parteien im Verhältnis zueinander.

4. Im Übrigen tragen die Parteien ihre eigenen Kosten selbst, soweit nichts anderes vereinbart wird.

§ 13 Rechtswahl, Sprache der Ordnung und Schlussbestimmungen

1. Auf diese Mediationsordnung und auf das Mediationsverfahren findet deutsches Recht Anwendung, soweit nicht zwingende gesetzliche Vorgaben etwas anderes bestimmen.
2. Zwingende Vorgaben der VO (EU) 2019/1150 gehen entgegenstehenden Bestimmungen dieser Mediationsordnung vor.
3. Abweichungen von dieser Mediationsordnung sind im konkreten Mediationsverfahren möglich, sofern alle Parteien und der Mediator einverstanden sind und zwingende gesetzliche Vorgaben nicht entgegenstehen.

Ende Anlage 13

Zurück zu den Nutzungsbedingungen der Otto GmbH & Co. KGaA für Händler auf www.otto.de

Terms & Conditions for Sellers on www.otto.de relating to Otto GmbH & Co. KGaA/ CONVENIENCE TRANSLATION

Valid from: 1 October 2026

§ 1 Subject Matter of the General Terms & Conditions

1.1 Marketplace

Otto GmbH & Co. KGaA, Werner-Otto-Strasse 1-7, 22179 Hamburg, Germany ("**OTTO"**), enables companies as defined in Section 14 of the German Civil Code (BGB) ("**SELLER**") to sell goods ("**products**") in their own name and for their own account to consumers ("**end customers**") as defined in Section 13 of the German Civil Code (BGB) via the trading platform ("**Marketplace**") operated by OTTO on the website www.otto.de in accordance with the provisions of these Terms & Conditions. In connection with this brokerage service, OTTO undertakes to support the SELLER in particular in the preparation and management of offers, communication with end customers and the processing of payments and returns. For the avoidance of doubt, it is pointed out that OTTO also sells goods and services to end customers through this Marketplace.

1.2 Conclusion of Contract / conditions precedent

1.2.1 These Terms & Conditions regulate the terms and conditions applicable between OTTO and the SELLER for the contractual services to the exclusion of all other terms and conditions (the contractual relationship between the SELLER and OTTO established by the Terms & Conditions is hereinafter also referred to as the "**Contract**"). The Contract may be entered into electronically via OTTO Partner Connect or through any other online onboarding process provided by OTTO. The SELLER's affirmative acceptance of these Terms & Conditions as part of the onboarding process shall constitute acceptance of these Terms & Conditions and shall have the same effect as a handwritten signature, unless mandatory statutory form requirements provide otherwise. The SELLER confirms that the individual acting on its behalf is duly authorized to make the contractual declaration on behalf of the SELLER. Any provisions deviating from these Terms & Conditions only apply if OTTO has expressly confirmed them to the SELLER in writing.

1.2.2 The conclusion of the Contract is subject to the condition precedent of the successful completion of the onboarding process and the seller check (§ 5, Section 11.1.1) as well as a positive credit rating of the SELLER by OTTO. In addition, OTTO reserves the right to refuse the affiliation of a SELLER on the Marketplace by exercising its contractual freedom.

1.3 Reservation of the right to modify

OTTO is entitled to amend these Terms & Conditions with effect for the future. OTTO will notify the SELLER of any changes to the Terms & Conditions in written form at least 30 days before they take effect. The SELLER may terminate the Contract with immediate effect before the amendments take effect or with effect from the date on which the amendments take effect. If the SELLER does not terminate the Contract at the latest by the effective date of the amended Terms & Conditions, the amendments to the Terms & Conditions are deemed to have been accepted. OTTO undertakes to inform the SELLER in the above mentioned notification of this right of termination and of the legal consequences of silence.

§ 2 Services provided by OTTO

2.1 General information about the Marketplace

2.1.1 After successful completion of the onboarding process (§ 5), OTTO undertakes to enable the SELLER, in accordance with these Terms & Conditions, to sell products via the Marketplace to end customers registered on the Marketplace.

2.1.2 OTTO's main service obligation is to broker contracts between the SELLER and the end customer for the purchase of products ("**end customer contract")**. The exclusive contractual partner of the end customer is the SELLER. Brokerage by OTTO is considered successful with the conclusion of the end customer contract.

Other related services provided by OTTO are described in more detail in § 2 and § 3. OTTO's services are hereinafter also referred to as the "**services"**.

2.1.3 The SELLER's products are displayed to the end customer for purchase via a product detail page. If the same product is also offered by another SELLER and/or OTTO, the end customer will only be shown one product detail page for this product on the Marketplace (article-level competition). The product detail page may be based on product data (images, product descriptions, etc.) from another seller or from OTTO. The product data used is decided automatically by OTTO on the basis of the quality of the material and may change over time. As a result, the SELLER is displayed as one of the sellers of this product. The SELLER undertakes to ensure a regular review of the product data on the product detail page(s) of the products it sells; this review must take place in particular before the SELLER agrees to a product merger with an already existing product detail page or when the SELLER is informed of changes to the product detail page. One exception to the article-level competition rule is the succession model which is described in detail in Section 6.2.3.

OTTO is authorized to offer its own products or products offered by third parties to supplement the SELLER's products (e.g. separate device protection insurance by an insurer for a device offered by the SELLER, or connection or assembly services for the SELLER's products).

2.1.4 For each SELLER offering products for sale on the Marketplace, a seller detail page will be set up based on the information provided in the onboarding process and in the further course of the business. The SELLER is obliged to provide accurate and complete information. The provision of a German or toll-free telephone number is mandatory. In the event that OTTO permits a SELLER located in the EU (excluding Germany) to participate on the Marketplace the SELLER can alternatively provide a phone number from its country of residence. The SELLER is responsible for the content of the seller detail page. The inclusion of URLs referring to an online shop of the SELLER or third parties is not permitted (unless expressly permitted in these Terms & Conditions).

2.2 Seller portal and technical interfaces; and Marketplace management by third parties

2.2.1 OTTO undertakes to provide the SELLER with a seller portal ("**OTTO Partner Connect**" or "**OPC**") through which the SELLER or its third party agent can manage its activities on the Marketplace.

2.2.2 The SELLER may, in part also manage its Marketplace activities under certain conditions and in accordance with separate Terms & Conditions via the technical interfaces provided by OTTO.

2.2.3 The SELLER may only use or interpose third parties approved by OTTO for the connection to a technical interface provided by OTTO.

2.2.4 If the SELLER has technically approved a third party for Marketplace management, OTTO may assume that the third party has been assigned adequate authorization by the SELLER until the SELLER informs OTTO otherwise or technically withdraws the approval from the third party. This also applies in the event that the third party requests additional functions for Marketplace management, in which case OTTO shall inform the SELLER once the additional functions have been approved for the third party.

2.2.5 The SELLER remains responsible to OTTO for all acts or omissions of the third parties used in the context of the Marketplace

management enabled via OPC and the interfaces; this applies in particular to compliance with all data protection obligations concerning the third party.

2.3 Returns registration process

OTTO provides a returns registration process in the end customer's account, through which the end customer can revoke the contracts for purchased products or exercise a right of return. In the case of parcel shipments, the end customer can generate a return label.

2.4 End customer support

The end customer may submit inquiries via an online contact form or chat with a virtual agent. These enquiries are forwarded directly to the SELLER for response.

2.5 General Terms and Conditions for End Customers

The SELLER may only sell products via the Marketplace in accordance with the Terms and Conditions set out in **Appendix 1 [End Customer Terms and Conditions]** including the right of revocation and a 30-day right of return. The End Customer T&Cs are available on the SELLER'S details page and the end customer will be advised of the applicability of the End Customer T&Cs before the order is placed. The Terms and Conditions for end customers will also be sent to the end customers in the order confirmation. In particular, the SELLER may not enclose any documents of a different nature from the End Customer T&Cs, revocation policy or right of return with the parcels sent to the end customers.

2.6 Authorization to receive cancellations, revocations and exercised right of return

The End Customer T&Cs provide that end customers should primarily contact OTTO with a declaration of revocation or an exercise of their right of return. The SELLER authorizes OTTO to accept end-customer declarations of revocation and declarations on the exercise of the right of return. OTTO undertakes to notify the SELLER of any revocations received or rights of return exercised.

Within the first 35 minutes of receipt of an order, the SELLER authorizes OTTO to accept any cancellation of the order received from the end customer. Provided that OTTO had already informed the SELLER of the receipt of the order, OTTO undertakes to notify the SELLER of the cancellation.

2.7 Dispute resolution

OTTO does not participate in the online dispute resolution procedure. The SELLER confirms that it is not obliged to participate in the online dispute resolution procedure under the Act on Alternative Dispute Resolution in Consumer Matters and does not offer to do so voluntarily.

§ 3 Payment processing

3.1 General provisions

3.1.1 In order to ensure customer-centric payment processing, OTTO supports the SELLER in processing payments for end customer contracts on the Marketplace. OTTO enables the SELLER and end customer on the Marketplace to make use of a uniform range of payment methods through the use of payment service providers.

3.1.2 Settlement of payments on the Marketplace is carried out by OTTO Payments GmbH, Werner-Otto-Strasse 1-7, 22179 Hamburg ("**OTTO Payments**") on the basis of the payment services framework agreement ("**ZDRV**") concluded separately with the SELLER. OTTO reserves the right to share data relating to the SELLER accrued during the Parties' contractual relationship with OTTO Payments for the purpose of risk assessment.

3.1.3 The selection of the payment methods made available to the end customer on the Marketplace is the responsibility of OTTO Payments. In particular, OTTO Payments is entitled to restrict the choice of payment methods to certain end customers or not to offer certain payment methods (for example, credit card payments) in whole or in part.

3.1.4 The SELLER undertakes to refrain from any action that could give the end customer the impression that the purchase price for the products ordered is payable directly to the SELLER. In particular, the SELLER is to refrain from issuing its own invoices to the end customer (e.g. enclosing an invoice in the package). Payments made by the end customer directly to the SELLER must be refunded to the end customer, unless an exception applies in accordance with these Terms & Conditions. If no refund is made within seven (7) days (business days Monday to Friday), OTTO is entitled to grant the end customer a corresponding credit at the expense of the SELLER.

3.2 Compliance with third-party regulations

3.2.1 The SELLER undertakes to comply with all regulations of any third-party payment processors.

3.2.2 This includes fulfilling all registration and approval requirements demanded by the respective third-party provider. The SELLER authorizes OTTO to make available to the respective third-party providers all information legitimately requested by them about the SELLER, including transactions made via the Marketplace, insofar as this does not conflict with mandatory statutory provisions, in particular data protection law.

3.2.3 The SELLER undertakes to cooperate closely with OTTO in order to remedy any infringements of the regulations of third-party suppliers as quickly as possible. The SELLER accepts that, in this context, OTTO may block or delete offers from the SELLER on the Marketplace at short notice.

3.2.4 The SELLER agrees to indemnify and hold OTTO harmless against any claims, penalties and costs caused by the SELLER'S failure to comply with the third-party regulations. In particular, the SELLER undertakes to indemnify and hold OTTO harmless regarding any claims, penalties or costs arising from transactions contested by end customers (in particular chargeback fees).

§ 4 Remuneration

4.1 Fee model

The SELLER undertakes to pay the charges set out in the respective applicable charges model pursuant to **Appendix 2 [Charges Model]**. The charges incurred are made up of a monthly basic charge and a percentage brokerage charge and, in each case, the applicable value added tax is to be added. The brokerage charge applies to the sales price (including VAT) and the shipping costs (including VAT). The provisions in the ZDRV relating to the financing charge apply. OTTO Payments will charge a separate payment charge as defined in the ZDRV.

4.2 Due date and payment of the monthly basic charge

The monthly basic charge will be charged for the first time within the first half of the month following the month in which the SELLER obtains the technical capability to use the Marketplace. The monthly basic charge is assigned to OTTO Payments and OTTO Payments then offsets it against the receivables purchase prices to be disbursed to the SELLER.

4.3 Due date and payment of the brokerage charge

The brokerage charge payable by the SELLER becomes due when the SENT status is set. The calculated amounts of the brokerage charge (commission) are invoiced plus statutory VAT.

The brokerage charge is assigned to OTTO Payments and OTTO Payments then offsets it against the receivables purchase prices to be disbursed to the SELLER.

4.4 Reimbursement of charges

There is no refund of the monthly basic charge. If the Contract concluded with the SELLER is rescinded as a result of a revocation or exercise of the right of return by the end customer, OTTO will not retain any brokerage charge relating to that part of the end customer‘s payment affected by the revocation or right of return (purchase price and shipping costs) or will credit this to the SELLER if, under exceptional circumstances, it has already been retained. The same applies in the event of a cancellation of the order. In the event that the Contract is rescinded under warranty or guarantee, OTTO will not refund the brokerage charge. The SELLER will not be entitled to a partial credit if he subsequently grants the end customer a price reduction as a gesture of goodwill or for other reasons.

4.5 Storage of billing data

The SELLER agrees to the storage of the billing data for evidentiary purposes and within the scope of the statutory retention periods.

4.6 Invoicing the SELLER

Invoices are transmitted by OTTO electronically. OTTO is entitled to issue invoices in accordance with the European standard EN 16931 (e.g. XRechnung or ZUGFeRD) and to adapt them as necessary. The SELLER shall ensure that its systems are capable of properly receiving and processing such electronic invoices. The SELLER consents to the electronic transmission of such invoices.

Any objections to the invoices sent by OTTO must be raised in writing by the SELLER with OTTO within six (6) weeks of receipt of the invoice. After the expiry of the aforementioned period, the settlement is deemed to have been approved by the SELLER. The SELLER will receive a separate invoice for the financing charges. All invoices shall be issued in euros.

§ 5 Onboarding of SELLERS and regular monitoring of SELLER details

5.1 The conclusion of the ZDRV requires identification and verification of the SELLER in accordance with the relevant regulatory requirements, in particular the applicable legal money laundering regulations. In addition, regulations defined in the Fiscal Code are to be reviewed (included as part of the “**SELLER audit”**). Provisions in the ZDRV on corresponding audits remain unaffected.

The SELLER undertakes to provide OTTO and/or OTTO Payments in particular with the following information as part of the onboarding process:

Regarding contacts: name(s), e-mail address, telephone number

Regarding the company: Company name, registered office (not P.O. Box addresses or, in the case of a residential address of a sole trader outside Germany, not c/o the business address) in the European Union within the meaning of the territorial scope of Articles 5–8 of the VAT Directive (provided that the country in question is approved as a country of residence in the technical onboarding process), legal form, sector, company website, commercial register number, registration court, business purpose, articles of association (e.g. GbR civil law partnership), names and contact details of officers or legal representatives, details of beneficial owners and their shares in the company. If required, proof of residency and, in the case of natural persons, the date of birth must be provided.

Onboarding a branch office and/or permanent establishment of a company under VAT law as a SELLER is not permitted.

OTTO reserves the right to expand, amend and regularly check the details provided by the SELLER (during the onboarding process) through OTTO Payments.

5.2 The preparation of SELLER verification, in particular the retrieval and receipt of the relevant data, information and documents from the SELLER, is to be carried out online via OPC and / or by service providers of OTTO Payments used for the purpose of SELLER verification. The SELLER agrees that OTTO may forward the data, information and documents received from the SELLER to OTTO Payments or their appointed service providers.

5.3 The SELLER‘s consent to the forwarding of data, information and documents by OTTO to OTTO Payments and their service providers is deemed to apply respectively to the following Sections 5.4 and 5.5.

5.4 The SELLER undertakes to keep all details provided or documents submitted up to date, to send any necessary documents to OTTO without being requested to do so and/or to submit them to OTTO Payments or any service providers engaged by it and to notify OTTO without delay of any changes in the details provided or documents submitted. Such amended or expanded details may not become visible until successfully verified (e.g. in the Legal Notes or end customer documents). In the event of large-scale amendments, the SELLER’S product range may (for a time) be deactivated (e.g. in the case of a change of company type).

5.5 Should the transmission of further information or documents, e.g. in the context of money laundering checks or other legally prescribed checks, be deemed necessary during the ongoing business relationship, OTTO and OTTO Payments are entitled to demand such information or documents from the SELLER at any time via OTTO and/or the service providers used. The SELLER is obliged to provide the documents and information at the first request of OTTO, OTTO Payments and/or the service providers used by them.

5.6 Prerequisites for the activation of the SELLER on the Marketplace are the successful conclusion of the SELLER verification by OTTO Payments and conclusion of the ZDRV.

5.7 The SELLER is to be informed immediately by OTTO of the completed SELLER checks and the conclusion of this Contract by means of the agreed communication channels.

§ 6 Obligations of the SELLER

6.1 General obligations

6.1.1 The SELLER undertakes:

- to provide complete and accurate information and to inform OTTO in good time of any changes or to keep the information that can be maintained by the SELLER itself up to date and in compliance with the law and – if so requested by OTTO – to confirm the details provided;
- not to use OTTO‘s services to store or transmit infringing, defamatory or other illegal or unauthorized information or content in violation of the personal rights of third parties;
- neither to store nor transmit malware within the scope of the performance of the Contract;
- not to disrupt or impair the trouble-free and proper operation of the services and the integrity of data of OTTO or third parties contained therein;
- not to access systems or data of OTTO or third parties

without authorization;

- to use the services exclusively within the framework of the contractual regulations;
- to comply in all respects with applicable laws and governmental orders in the performance of the Contract;
- to perform all acts of cooperation required within the scope of the performance of the Contract;
- on request from OTTO, to supply to OTTO all the information and documents necessary for the proper performance of the Contract and those required for compliance with legal provisions (including but not limited to the following: information on individual products, such as customs tariff numbers, electronic import declarations, customs declarations, import duty notices, commercial invoices, extracts from the warehouse management system, or proof of the fulfilment of obligations of extended manufacturer responsibility).

6.1.2 Insofar as OTTO provides the SELLER with details that provide access to the Services, the SELLER undertakes to keep such data safe and exclude any use by unauthorized third parties. Should third parties nevertheless obtain unauthorized knowledge of access data, the SELLER is obliged to inform OTTO immediately by means of the e-mail address incident-alert@otto.de or by phone on +49 40 6461 1666. In addition, the SELLER shall inform OTTO without undue delay, but no later than within 24 hours, of any security incidents on its part or on the part of service providers used by the SELLER for the processing of sales via the Marketplace.

6.1.3 The SELLER undertakes to obtain any consent required for the use of the Services from the third parties concerned.

6.1.4 The SELLER guarantees that it is authorized to sell the products offered on the Marketplace.

6.1.5 In the event of any restructuring involving a SELLER with its registered office outside Germany (including, in particular, universal succession, merger, demerger, change of legal form, or any other corporate or business reorganization), the SELLER shall notify OTTO thereof immediately and provide OTTO with all evidence and documents required to assess the impact on the contractual relationship, in the form and language specified by OTTO. The SELLER shall reimburse OTTO for any reasonable and documented costs incurred by OTTO in reviewing such documents and in obtaining a legal assessment of the matter from an external service provider.

6.2 Product range restrictions

6.2.1 OTTO is interested in offering the best possible product selection and variety in the Marketplace to provide the best possible customer experience. For this reason, the SELLER'S range should complement and complete the existing overall range on the Marketplace. OTTO reserves the right to define the permissible range (including brands) as part of the onboarding process with the respective SELLER. In addition, OTTO reserves the right, within the framework of the existing contractual relationship and with a period of notice of one month with effect from the end of the following month, to adjust (reduce or expand) the permissible range (including brands) of the respective SELLER. The offer of some product groups and services is currently not yet technically possible.

6.2.2 The SELLER is not entitled to offer any products on the Marketplace protected by the trademarks listed in **Appendix 5 [Brand Exclusions]**.

6.2.3 In the case of products of a brand offered by OTTO with regard to which a selective distribution system exists or with regard to which a sale on the Marketplace is not possible without restriction, OTTO will technically prevent the offer from being made or prevent it being visible on the site. The corresponding trademarks are listed in **Appendix 5a [Trademarks with additional requirements or restrictions]**.

- Insofar as these are brands of a selective distribution system, the SELLER may prove to OTTO that it is part of the selective distribution system as an authorized dealer and that it is entitled to sell the corresponding products on the Marketplace. If the operator of a selective distribution system notifies OTTO that the SELLER is not part of the selective distribution system, this notification is deemed to be accurate.

  Despite proof by the SELLER of the sale of the goods listed in **Appendix 5a [Trademarks with additional requirements or restrictions]**, sale on the Marketplace may be (1) precluded or (2) restricted only upon conclusion and subject to the terms of a separate agreement with OTTO.

  If OTTO has indications that the SELLER is offering products in respect of which a selective distribution system exists without himself being an authorized dealer, the SELLER must provide evidence of its authorization to sell within two (2) weeks of being requested to do so by OTTO.

- Products from brands that are subject to the succession model will always be offered first by OTTO in its own range. If the product or a product variant is no longer available, selected SELLERS ("**Successors**") will fill the gap in a pre-determined order. If no products from Successors are able to fill the gap, competition for the item will take place.

6.2.4 Special requirements apply to the assortments listed in **Appendix 5b [Assortments Requiring Approval]**. OTTO will review approval on a case-by-case basis upon application by the SELLER.

6.2.5 Identical products may not be offered multiple times under different brands. Typically, these are white label products. A product is considered identical if it is produced by the same manufacturer, has the same product characteristics, and does not have a significant difference in packaging or labeling. The creation of different products or product detail pages alone is not sufficient to establish a significant difference within the meaning of this provision.

For similar products of a SELLER, differences in product description, product features, or product photos must be made clear in such a way that the end customer can easily recognize the difference.

6.2.6 The SELLER is not permitted to sell products that violate statutory provisions, official orders, or public morals. In addition, **Appendix 3 [Business Partner Declaration on Sustainability]** applies. The declaration and labeling of sustainability attributes on the product is only permitted after validation by OTTO. For the purpose of validation, OTTO reserves the right to request evidence for the labeling of these sustainability attributes (e.g. scope certificates, delivery notes).

6.2.7 Upon request, the SELLER must provide proof within two (2) days (working days from Monday to Friday) that the products have been placed on the market in the EU without violating statutory provisions, in particular import restrictions.

6.2.8 The products that are undesirable on the Marketplace are listed in **Appendix 4 [List of Undesirable Products]**. Furthermore, the SELLER shall observe the guidelines set out in **Appendix 4a [OTTO Code of Ethics]** and the principles set out in **Appendix 4b [Principles for Responsible Humor by OTTO]**. Further restrictions may arise from the ZDRV.

6.2.9 In order to ensure compliance with the requirements of the EU Explosives Precursors Regulation on the Marketplace, the SELLER is not permitted to offer for sale on the Marketplace any

products containing substances that fall within the scope of the EU Explosives Precursors Regulation. A list of the precursors that are either prohibited in products in general or above a certain limit value is provided in **Appendix 6 [Prohibited precursors in products]**.

6.3 Logistics, shipping and returns options

6.3.1 The SELLER undertakes to commission a transport and warehouse logistics service provider for all shipments (outbound and return shipments). He will independently organize the delivery of the products sold to the end customer in accordance with the agreed delivery conditions. In addition, the SELLER guarantees the collection of shipping items from the end customer in the event of a revocation or an exercised right of return.

6.3.2 Upon receipt of the order information from OTTO, the SELLER undertakes immediately to send the products ordered (subject to availability and the delivery time indicated for the product) exclusively to the delivery address indicated by the end customer when placing the order.

6.3.3 The SELLER is entitled to charge shipping costs to the end customer for the products it offers. The amount of the shipping costs is part of the information to be provided by the SELLER. The SELLER undertakes to bear the return costs in the event of revocation or the exercise of the right of return by the end customer.

6.3.4 The SELLER undertakes to provide the necessary information for the return registration process for the products through the computer system. OTTO is entitled to transmit and reconcile the billing ID (or a comparable ID) provided by the SELLER to the respective shipping service provider for the purpose of billing control, i.e. in the event of discrepancies, the shipping service provider also reports the billing ID (or a comparable ID) stored with it back to OTTO.

6.3.5 In all other respects, the requirements set out in **Appendix 7 [Transaction requirements and service level agreements]** of these Terms & Conditions apply.

6.3.6 For orders that exhibit certain risk characteristics and/or conspicuous features (e.g. indications of possible violations of foreign trade law, violations of our requirements as a B2C marketplace), OTTO is entitled, for the protection of the SELLER, to cancel or block the SELLER's orders on the Marketplace.

6.3.7 SELLER authorizes OTTO to cancel orders if the delivery date specified at the time of the order is exceeded by more than 60 days. This applies to orders with the status “open” (as yet not completed, processable) that have not been processed (shipped or cancelled) by SELLER within the specified period.

6.4 Passing on of information to OTTO & notifications to the end customer by OTTO

6.4.1 After an order has been placed by an end customer, OTTO sends an order confirmation e-mail to the end customer and then makes the order available to the SELLER via OPC or the technical interface for immediate receipt. The SELLER undertakes to notify OTTO of the order/shipment status in accordance with the technical interfaces and their specifications. Any delays in delivery or other problems in processing must be reported to OTTO immediately via the SELLER portal.

6.4.2 In the event that the SELLER receives a timely revocation from the end customer, the SELLER undertakes to notify OTTO thereof without undue delay. The same applies if the SELLER takes back a product delivered to the end customer as a gesture of goodwill.

6.4.3 Notifications of shipment and returns status to the end customer is to be made exclusively by OTTO on the basis of the tracking numbers or status messages provided by the SELLER.

6.5 Service level agreements for processing

The SELLER undertakes to comply with the provisions in **Appendix 7 [Transaction requirements and service level agreements]**.

6.6 Product compliance and product safety

6.6.1 The SELLER warrants that the products comply in particular with all applicable provisions of EU law. The corresponding self-certification required by the Digital Services Act (**DSA**) will be displayed on the SELLER’s details page. If OTTO becomes aware that the SELLER has sold an unlawful product via the Marketplace, OTTO will inform the respective end customers in accordance with Art. 32 DSA; prior to such notification, the SELLER will be given the opportunity to comment. The special obligations of the SELLER in connection with corresponding cases arise from Section 6.3.5 in conjunction with **Appendix 7 [Processing Requirements and Service Level Agreements]** Section **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.** and Section 2c) as well as the consequences in case of non-compliance (Marketplace-side setting of a return status) from Section 15.1.3.

6.6.2 The SELLER further warrants that the products are safe in accordance with the requirements of the Product Safety Regulation (“ProdS-VO”) and in particular comply with all safety, labeling, and marking requirements (e.g., CE marking, textile labeling, energy labeling, etc.) and that their offerings or their placement on the market do not violate any other legal provisions (e.g., disposal regulations).

6.6.3 If a product does not comply with the requirements specified in section 6.6.1 and section 6.6.2, the SELLER must immediately deactivate the respective product listing, inform OTTO without undue delay, and, if necessary, implement any further product-specific safety measures (e.g., product recall, product warning, etc.).

6.6.4 In the interest of product safety, OTTO reserves the right to request and review the documents that the SELLER is legally required to retain for a product. Furthermore, OTTO is entitled to perform a physical product safety test on any product that causes concern. If any such inspection of the documents and/or products reveals that the documents and/or products provided by the SELLER do not comply with applicable statutory or contractual requirements, OTTO shall be entitled to charge the SELLER for the documented costs incurred in connection with such inspection (including, in particular, the testing laboratory’s costs for ordering and testing the product and reviewing the documents).

6.7 Product satisfaction

OTTO aims to ensure that end customers are satisfied with the products offered on the Marketplace. For this reason, OTTO calculates a product satisfaction score (for individual products) and an overall product satisfaction score (for the entire range) based on the criteria described below.

6.7.1 Product satisfaction in relation to individual products

OTTO regularly reviews products that have been shipped at least ten times and for which at least one (1) end customer review is available on the basis of the criteria “returns rate”, “complaint rate”, “mean value of weighted end customer reviews” and “content of end customer reviews” and calculates a product satisfaction score for each individual product. OTTO will update the product satisfaction score at least once a month. OTTO undertakes to inform the SELLER of an inadequate product satisfaction score. If the SELLER has at least one product with an inadequate product satisfaction score for three (3) consecutive months, the SELLER is obliged to deactivate those products having an inadequate product satisfaction score.

6.7.2 Overall product satisfaction score

When at least ten (10) products have been shipped and at least eight (8) end customer reviews are available, OTTO will determine an overall product satisfaction score. This score is calculated based on the average weighting of the end customer reviews, the number of complaints and the number of returns whose reasons indicate product quality ("Parts Missing", "Faulty Article", "Low Quality", "Bad Description" and "Wrong Article"). OTTO undertakes to inform the SELLER of an inadequate score. If the SELLER has an inadequate score for three (3) consecutive months, OTTO reserves the right to deactivate the SELLER'S product range.

6.8 Product relevance

OTTO reserves the right to deactivate non-relevant products. Non-relevant products are products that, over a period of three (3) months:

6.8.1 have not generated any net sales (e.g. because the products have been returned, cancelled or the purchase price has been credited); and/or

6.8.2 have a return rate that is twice as high as the average return rate of the product base class.

6.9 Product data requirements

6.9.1 The SELLER provides OTTO with the required product data in accordance with the requirements of OTTO Partner Connect or the designated technical interface, so that OTTO can create a product detail page. This includes, in particular, providing the correct EAN code / GTIN as well as the manufacturer identification. The SELLER is aware that providing the correct EAN code / GTIN and other product-specific identifiers, such as PZN, ISBN, etc., is of outstanding importance for the functionality of the Marketplace.

6.9.2 The information must describe the object of purchase as accurately and precisely as possible and make use of product-specific identification keys. This also applies to reference to the trademark with which the product is labeled. The product image may only show the product matching the product description and must correspond to the associated product variant.

6.9.3 The product data (including price information) must comply in all respects with the applicable statutory regulations and official provisions and must not infringe the rights of third parties. The SELLER is required to provide appropriate proof of the RRP upon OTTO's request.

6.9.4 Each product must be assigned to one of the given product categories. The assignment to a product category must be as accurate and precise as possible according to the product description. Products that cannot be assigned to a product category may not be offered for sale on the Marketplace by the SELLER. The SELLER furthermore undertakes to adhere to the structure for the establishment of the product as specified by OTTO.

6.9.5 If the product data used by the SELLER differs from the specifications of the respective brand owner or manufacturer, OTTO may oblige the SELLER to adjust the product data accordingly.

6.9.6 OTTO reserves the right to make changes to the SELLER'S product data.

6.9.7 OTTO assumes no liability for the product data provided by the SELLER.

6.9.8 Further requirements for the product data can be seen in **Appendix 8 [Product data requirements]**.

6.10 New Goods

The SELLER offers for sale only unused, undamaged and originally packed products. The offering of second-hand goods or factory seconds is only permitted after consultation with OTTO and taking into account the statutory regulations and any additional rules imposed by OTTO.

6.11 Availability of the products offered

The SELLER must, in fact, be able to provide the products in the quantity offered. The SELLER guarantees that he is authorized to transfer ownership of the purchased product to the end customer upon delivery.

6.12 No vouchers permitted

The SELLER is prohibited from offering vouchers on www.otto.de and/or sending them to the end customer as package inserts.

6.13 Customer reviews

OTTO is keen to ensure that the ratings by end customers on www.otto.de remain unbiased. The SELLER is therefore prohibited from requesting or encouraging the end customer to change or delete a rating. If the SELLER believes to have a claim for change or deletion against the end customer, the SELLER may report this to OTTO via the processes provided for this purpose. The SELLER may not offer the end customer any consideration in return for submitting a rating (in particular in the form of vouchers, a subsequent price reduction, free consumables or similar).

6.14 Rights of use

6.14.1 The SELLER grants OTTO a simple (non-exclusive), geographically unrestricted right to data material (offer and product data, texts, photographs, graphics, trademarks, logos, product descriptions and technical specifications) provided by the SELLER for which copyright protection or other industrial property rights exist (hereinafter referred to as material), to reproduce, distribute and/or publicly reproduce the Material in incorporeal (virtual, digital) form (in particular, but not exclusively, to make the data material publicly available, to broadcast it and/or to reproduce it by means of visual and audio media), and to sub-license the aforementioned rights of use to the data material to third parties. The data material provided by the SELLER may be used exclusively for the purpose of advertising products. In this context, OTTO is permitted, in particular, to use such data material to advertise the product or identical products offered by other sellers on www.otto.de, in any media and through any external channels. The rights of use are limited in time to the duration of the contractual relationship of the parties plus two months for the technical processing of the contractual relationship.

6.14.2 OTTO reserves the right to adapt the material to the technical conditions of the intended use and to remove the background from product images (cropping of product images). In addition, OTTO is entitled to depict the products shown in product images in other forms of presentation and to create new renderings and visualizations based on such products (e.g. virtual try-ons or the placement of products in real or virtual environments), including, in particular, through the use of AI.

6.14.3 The SELLER is aware that it is customary in the industry when using copyrighted materials etc. for advertising purposes that the author of the images is not named, contrary to Section 13 German Copyright Act (UrhG). The SELLER guarantees that the author waives the right to use the name.

6.14.4 The SELLER guarantees that the material does not infringe any third party rights (copyrights, patents, utility models or designs, trademarks, plant variety rights, claims under competition law, etc.) and does not violate any statutory or regulatory provisions. The SELLER guarantees that the material does not contain any content that glorifies violence, pornography, racism and/or other content that significantly degrades personal rights.

6.14.5 The SELLER guarantees that OTTO will acquire all rights and powers conferred under this Contract. In particular, but not

conclusively, the SELLER guarantees that it holds the rights of use under copyright law and has obtained the necessary consents under personal law from any persons depicted.

6.14.6 The SELLER undertakes to indemnify OTTO against all claims of third parties which are asserted against OTTO on the basis of an unauthorized use of the material; which includes in particular the costs of the necessary legal defense. The SELLER undertakes to notify OTTO without delay of any impairments of the contractual rights of which it becomes aware. Other claims by OTTO arising from a breach of warranty remain unaffected.

6.14.7 In the event of a justified legal claim against OTTO on the basis of the material provided by the SELLER, the SELLER will be liable to pay a contractual penalty of a lump sum of €1,000.00 while treating a series of infringements or violations as one single offence. Any further claims for costs and damages on the part of OTTO remain unaffected.

6.15 Requirements for the company name / business name of the SELLER

The company name identifying the SELLER'S business in the Marketplace must accurately identify the seller of the product and must not be abusive. The SELLER must be entitled to use the company name.

The name with which the end customer can identify the SELLER on www.otto.de (seller's name) must not contain a top-level domain such as .de, _de, -de, .com, _com, -com, .net, _net, -net or similar. This shall not apply if the registered company name of the SELLER in the Commercial Register has a corresponding ending.

6.16 Test purchases

OTTO reserves the right to conduct random test purchases of SELLER's products to verify SELLER'S compliance with its obligations under this Contract.

6.17 Contact options

6.17.1 The SELLER shall ensure that OTTO can reach the SELLER by telephone during normal business hours (generally at least on business days, Monday through Friday, between 9:00 a.m. and 4:00 p.m.) as well as by e-mail, OTTO Partner Connect, and post.

6.17.2 The SELLER undertakes to nominate a responsible person to OTTO to act as a general contact irrespective of the topic and maintain the contact details via the OPC.

6.17.3 In addition, the SELLER will provide to OTTO the required number of functional e-mail addresses which OTTO may use to communicate with the SELLER (where necessary, on specific topics). OTTO is authorized to communicate e-mail addresses to OTTO Payments to enable direct contact. The corresponding e-mail addresses must – insofar as OTTO requires this – be verified by the SELLER.

6.17.4 The SELLER undertakes to respond to OTTO's enquiries within a period of two (2) days (business days Monday to Friday) at the latest, unless OTTO sets a longer period.

6.17.5 Any communication between OTTO customer service and the SELLER for the resolution of cases requiring clarification for end customers shall take place exclusively in German.

6.18 Communication with end customers

6.18.1 The SELLER will comply with **Appendix 9 [Guideline for end customer communication]**. OTTO reserves the right to verify compliance with the guideline, among other things, by means of automated text mining and to delete unauthorized content in e-mail communications automatically. In this case, OTTO is also entitled to review the corresponding communication in its entirety; further rights of OTTO remain unaffected. The SELLER is legally responsible for the content of end customer communication initiated by the SELLER.

6.18.2 In the event of end customer escalation, OTTO retains the right to inspect the communication conducted by the SELLER with the end customer in question in order to assess the escalation and possible solutions.

6.19 Taxes

6.19.1 Every SELLER must provide OTTO with a valid VAT identification number issued by the authorities of its country of residence. Services rendered by OTTO shall be invoiced to this VAT identification number. If this is not valid, OTTO reserves the right to issue an invoice with a German VAT. In the event of local goods deliveries within Germany, the SELLER must provide OTTO with a valid VAT identification number issued by the German authorities (in addition to the foreign VAT identification number, if applicable).

The SELLER waives non-application of the delivery threshold for intra-community distance sales. End customer sales are subject to the statutory VAT in Germany.

If the SELLER has requested the one-stop shop (OSS) process for deliveries in the context of intra-community distant sales, the end customer sales shall be invoiced under the VAT identification number from the SELLER's country of residence. This does not apply to local deliveries within Germany.

6.19.2 The SELLER is not entitled to claim against OTTO for correction of the end customer receipts if the SELLER has made a false statement, makes changes to the point of departure, or makes use of the small business regulation as defined in Articles 280a et seq. VAT Directive and/or their local implementation in an EU member state. In the event that OTTO corrects an end customer receipt, OTTO will make this available once in the customer account; OTTO has no further obligation to deliver a corrected end customer receipt.

6.19.3 OTTO will transmit the necessary master and sales data to the competent tax authorities if OTTO is obliged to do so, in particular by the PStTG (Platform Tax Transparency Act).

6.19.4 OTTO reserves the right to collaborate with the SELLER for tax purposes in the deemed supplier model within the meaning of Art. 14a VAT Directive if the SELLER is found to be a VAT resident of the third country. In cases of doubt, OTTO reserves the right to allege that the SELLER has VAT residency in a third country. Such doubt may exist, for example, if legal representatives and/or managing directors reside in the third country. This doubt can be refuted by confirmation from the competent tax authorities; however, this will only affect future transactions.

Since OTTO, within the scope of deemed supplier model is considered a debtor of the sales tax on end-customer sales generated by the SELLER under civil law, OTTO reserves the right to adjust the VAT rate specified by the SELLER to the current standard VAT rate. In the case of established or alleged deemed supplier model, OTTO and the SELLER agree that the SELLER shall instruct OTTO Payments to reduce any purchase prices payable to the SELLER by the VAT amounts and pay these amounts to OTTO. The amount of compensation payable to the SELLER shall be reduced accordingly by the VAT amounts.

6.19.5 If the application of Art. 14a VAT Directive is subsequently determined and a tax assessment is issued against OTTO by the tax authorities, the SELLER is also obliged to correct the underlying sales transactions with its own tax authority and to transfer the resulting VAT refund to OTTO. Section 10.3 remains unaffected.

6.19.6 All remuneration and fees invoiced to the SELLER under this Contract shall be paid without deduction or withholding for any taxes (including digital taxes) or similar charges. Any tax liability or similar payment obligation arising in connection with the

remuneration and fees invoiced to the SELLER under this Contract shall be borne exclusively by the SELLER. If any deductions or withholdings are required under applicable law, or if any separate tax or similar payments must be made, the SELLER to whom the remuneration and fees giving rise to such deductions, withholdings, or separate tax or similar payments are invoiced shall either (i) pay such additional amount as is necessary to ensure that OTTO receives a net amount equal to the remuneration and fees OTTO would have received absent such deduction or withholding, or (ii) make the taxes or similar payments due to the competent authority at its own expense and without any right to reimbursement from OTTO. If any withholding taxes (including digital taxes) are subsequently assessed against OTTO, the SELLER shall indemnify and hold OTTO harmless from and against all resulting liabilities and shall reimburse OTTO for the full amount of such assessed taxes, including any late-payment surcharges, interest, and/or penalties, within 60 days after such assessment. Any tax returns, tax filings as well as tax reports or notifications that must be submitted under the applicable statutory provisions shall be prepared by the party that, under the respectively applicable statutory rules, is usually primarily responsible for submitting the respective tax returns or reports.

6.20 Packaging subject to system participation

6.20.1 The SELLER confirms that it only uses packaging that is subject to system participation for its sales via the Marketplace if such packaging is duly covered in one or more of the dual recycling systems in accordance with the requirements of the Packaging Act (Verpackungsgesetz). In addition, the SELLER confirms that it is registered under the German central packaging register LUCID, where this is required. Upon request, the SELLER undertakes to provide OTTO with the LUCID registration number or another identifier required by OTTO as proof of proper registration with the central packaging register (Zentrale Stelle Verpackungsregister) and, with regard to proper system participation, to submit other corresponding proof (e.g. system participation Contract). The SELLER undertakes to notify OTTO without delay and deactivate affected offers on the Marketplace if proper participation for packaging subject to system participation is no longer given or the SELLER no longer has a valid LUCID number.

6.20.2 The SELLER also undertakes to provide OTTO on request by OTTO with information on the composition of the packaging materials employed by the SELLER (e.g. type of packaging and the proportion made up of recycled materials).

6.21 Legal consequences in case of breach of duty

In the event of a breach by the SELLER of the obligations set forth in § 6, OTTO expressly reserves the right to assert claims for damages and to terminate the contract without notice for good cause in accordance with Section 11.2. The SELLER shall indemnify OTTO against any legal claims by third parties arising from culpable breaches of duty in accordance with § 10. In addition, OTTO may make use of the limitation options specified in more detail in § 13. Further statutory rights or claims of OTTO remain unaffected.

§ 7 Data protection

7.1 Processing of personal data of the SELLER

7.1.1 General provisions

Data relating to legal entities is generally not relevant under data protection law. Insofar as the data which the SELLER provides to OTTO (e.g. as part of the onboarding process) and/or which OTTO collects via the SELLER in any other way (e.g. names of sole traders; managing directors, IP addresses) falls within the scope of data protection law despite the above mentioned exclusion, OTTO undertakes to provide the information set out below with regard to the processing of that data.

7.1.2 A person responsible for data processing under data protection law

The data protection information set out below applies to data processing by

Otto GmbH & Co. KGaA
Hereinafter “OTTO”
Werner-Otto-Strasse 1–7
22179 Hamburg, Germany
Tel: +49 40 3603 3603
E-mail-address: impressum@info.otto.de

Represented by:

Petra Scharner-Wolff (Chair)
Dr Marcus Ackermann
Dr. Philipp Andrée
Katy Roewer
Kay Schiebur

7.1.3 Competent supervisory authority

The supervisory authority responsible for OTTO is the Hamburg Commissioner for Data Protection and Freedom of Information.

7.1.4 Contact details of the company data protection officer(s)

You can contact OTTO‘s company data protection officer(s) at

Otto GmbH & Co. KGaA
Werner-Otto-Strasse 1–7
22179 Hamburg
Germany

E-mail: datenschutzbeauftragter@ottogroup.com

.

7.1.5 Purposes of data processing / legal basis

OTTO will comply with the existing legal data protection requirements when processing the data.

OTTO is entitled to carry out the data processing necessary for the purpose of fulfilling the rights and obligations incumbent upon OTTO under these Terms & Conditions. The legal basis for the aforementioned data processing is given in Article 6(1) b) General Data Protection Regulation (GDPR).

OTTO is also entitled to use the data provided/collected as part of the onboarding process (e.g. company name, company headquarters, IP address used) for the purpose of a creditworthiness and fraud check. In this context, OTTO is entitled, among other things, to pass the data on to credit agencies for the purpose of querying creditworthiness information. For this purpose, OTTO cooperates with the following credit agency: SCHUFA Holding AG, Kormoranweg 5, 65201 Wiesbaden. Information on data processing by this credit agency is available at https://www.schufa.de/global/datenschutz-dsgvo/. The data is processed on the basis of Article 6(1)f General Data Protection Regulation (GDPR). A creditworthiness fraud check may be carried out as part of automated decisions on individual cases.

Information received from a credit agency, for example, may be taken into account as part of the automated individual case decision process.

OTTO is furthermore entitled to transmit information about the SELLER, which OTTO receives from the SELLER as part of the onboarding process, to OTTO Payments for the purpose of carrying out the audits required by law for OTTO Payments. The legal basis for this is also Article 6(1) b) General Data Protection Regulation (GDPR).

7.1.6 Data subject rights

As a data subject, you are entitled to the following rights if the respective legal requirements are met:

- The right to information about your personal data stored by us (Article 15 GDPR); in particular, you can request information about the processing purposes, the category of personal data, the categories of recipients to whom your data has been or will be disclosed, the planned retention period, the origin of your data if it has not been collected directly from you.
- The right to have inaccurate data rectified or to have correct data completed (Article 16 GDPR)
- The right to have your data as stored by us erased (Article 17 GDPR), insofar as no legal or contractual retention periods or other legal obligations or rights to further storage are to be observed by us
- The right to restrict the processing of your data (Article 18 GDPR), insofar as the accuracy of the data is disputed by you, the processing is unlawful, but you object to its erasure; the controller no longer requires the data, but you need it to establish, exercise or defend legal claims or you have objected to the processing pursuant to Article 21 GDPR
- The right to data portability according to Art. 20 of the GDPR, i.e. the right to receive your selected personal data we store in a commonly used, machine-readable format or to request the transmission of said data to another controller,
- The right to lodge a complaint with a supervisory authority. You can lodge such a request with the supervisory authority responsible for your place of residence or workplace or with our company head office.

You can exercise the aforementioned rights to which you are entitled in dealings with us – with the exception of the right to lodge a complaint with a supervisory authority – at www.otto.de/datenschutz.

7.1.7 More information

Further information on data protection at OTTO can be found at www.otto.de/datenschutz.

7.2 Processing of customer data

7.2.1 The operator of the website www.otto.de is OTTO. This means that OTTO is the data controller in terms of data protection law with regard to all data collected on the website www.otto.de about the online behavior of individual customers/users (tracking data). This also applies to any tracking data that is collected when calling up sub-pages of www.otto.de on which the SELLER offers its goods & services.

7.2.2 OTTO offers customers/users the opportunity to open a platform-based customer account at www.otto.de. In connection with opening and managing customer accounts, personal details of the customers or users are processed. This includes, but is not limited to, the following categories of data: first name, last name, date of birth, delivery address, billing address, information about goods/services purchased from OTTO and/or SELLERS on the platform (customer account data). OTTO is responsible for the processing of customer account data in terms of data protection law.

7.2.3 Insofar as customers (wish to) purchase goods/services from the SELLER on www.otto.de, the customers‘ personal data will be processed. Depending on the respective purpose of the data processing, OTTO processes the personal data either as a data controller or as a processor for the SELLER in its capacity as a data controller. In this context, the same categories of data may be processed by OTTO both as a processor and as a data protection controller, provided that the processing purposes are different.

7.2.4 To the extent that OTTO processes personal data on behalf of the SELLER for which the SELLER is the controller under data protection law, the provisions of the agreement between the SELLER and OTTO, attached as **Appendix 10 [Agreement on data processing]**, are deemed to apply with regard to such processing. The following data processing actions by OTTO, among others, are covered by these regulations: Collection of information regarding orders placed by end customers with the SELLER for the purpose of forwarding the order information to the SELLER; transmission of information to OTTO Payments for the purpose of payment processing; forwarding of payment information to payment providers for the purpose of payment processing; first-level support; processing of cancellations/returns. Within the scope of commissioned data processing, the SELLER instructs OTTO to evaluate and use return and payment data relating to the SELLER for the purpose of fraud prevention (e.g., detection of fraud patterns and blocking of certain end customers). In addition, the SELLER authorizes OTTO to analyze and use returns data relating to the SELLER for the purpose of identifying and preventing inappropriate or abusive return patterns (e.g. identifying customers with a high rate of returns), and to aggregate the SELLER’s returns data and use the resulting anonymized data (e.g. in connection with product satisfaction (Section6.7), product relevance (Section 6.8), or the search function on otto.de).

7.2.5 With regard to personal data of customers that are not processed by OTTO as a processor, but rather by the SELLER itself as the controller under data protection law and/or by another processor of the SELLER other than OTTO (e.g., address data for the purpose of delivery of goods), the SELLER must ensure that the data protection requirements are complied with in the context of such data processing. In particular, the SELLER undertakes to conclude an agreement on data processing with processors other than OTTO which complies with the statutory requirements. In addition, the SELLER undertakes to apply sufficient technical and organizational measures to protect the data.

If the data is processed by other third parties not as the SELLER’S order processors but as data controllers (e.g. transport service providers), the SELLER undertakes to conclude sufficient contractual arrangements with these third parties for the protection of the data as well as the restrictions to be complied with by the third parties.

7.2.6 The SELLER is not entitled to use data that the SELLER collects in the context of the offer and the sale of goods/services on www.otto.de for its own and/or third-party marketing purposes.

7.2.7 If the SELLER offers customers the option of direct debit / purchase on account at www.otto.de, this must be done with the involvement of OTTO Payments. OTTO Payments is the data controller for the processing of data by OTTO Payments.

7.2.8 The SELLER is obliged to provide the end customers with information in accordance with the existing legal data protection requirements (Article 13, 14 GDPR). OTTO will provide the SELLER with the option to store this information on the SELLER’S details page on www.otto.de. In order to ensure the greatest possible transparency in dealings with customers – in particular with regard to the responsibility under data protection law in relation to individual data processing – OTTO undertakes to prescribe some of the information to be provided by the SELLER. Reproduction of this information on the SELLER's details page does not release the SELLER from the obligation to include the remaining information required by law regarding the processing of the data by the SELLER as the data controller.

7.2.9 The SELLER is obliged to fulfil the data subject rights asserted against the SELLER (e.g., information, erasure, data portability, etc.) vis-à-vis the data subjects (customers). Insofar as OTTO processes data which is subject to the rights of the data subject

on behalf of the SELLER as a processor, the relevant provisions of these Terms & Conditions are deemed to apply with regard to the acts of cooperation to be taken by OTTO as defined in the agreement attached to these T&Cs as **Appendix 10 [Agreement on data processing]**. Insofar as data subject rights are asserted against the SELLER that concern data processing by OTTO Payments, the SELLER undertakes to refer the customers who have asserted the respective data subject rights to OTTO Payments as the controller responsible for fulfilling the data subject rights.

7.2.10 Insofar as OTTO processes the data of customers that is collected in connection with the (intended) purchase of goods/services offered by the SELLER on www.otto.de as the data controller under data protection law (e.g. processing of data for the purpose of billing), OTTO must comply with the existing statutory data protection requirements within the scope of this processing. OTTO will in particular take sufficient technical and organizational measures to protect the data.

§ 8 Liability of OTTO

8.1 OTTO is liable without limitation in cases of intent and gross negligence, for injury to life, limb or health, in accordance with the provisions of Product Liability Law and in the event of the assumption of a warranty or in cases of fraudulent intent. Guarantees must be expressly designated as "guarantee" by OTTO; for clarification, it is noted that descriptions of services or commitments in parts of these Terms & Conditions, in advertising materials, on websites or other publications of OTTO generally do not constitute guarantees.

8.2 OTTO is not liable for breaches of non-essential contractual obligations (cardinal obligations) classed as minor negligence. A breach of a cardinal obligation occurs if a contractual obligation is not fulfilled, the performance of which is essential for the proper execution of the contract and on the fulfilment of which the SELLER may regularly rely. In this case, however, liability is limited to compensation for the foreseeable, typically occurring damage.

8.3 Furthermore, in the event of a slightly negligent breach of a cardinal obligation within the meaning of Section 8.2, liability shall be limited in total to the sum of the commission payments incurred in the 12 months prior to the occurrence of the first damaging event on which the liability claim is based.

8.4 Subject to Section 8.1 and Section 8.2, OTTO shall not be liable for loss of profit, missed savings, indirect or consequential damages.

8.5 Subject to Section 8.1, OTTO's liability for data loss shall be limited to the typical cost of restoration that would have occurred if the SELLER had made regular and risk-appropriate backups. In this regard, it is deemed appropriate that the SELLER carries out a separate backup of its data at least once per day.

8.6 OTTO will not be liable for interrupted data transmissions caused by technical failures or other problems and damages in this context for which OTTO is not responsible. OTTO is not liable for damage caused by the disruption of the operation of www.otto.de or other technical facilities provided to the SELLER as a result of force majeure, riots, acts of war and natural disasters or as a result of other events for which OTTO is not responsible (e.g. strikes, lock-outs, traffic disruptions, cyber-attacks, orders from public authorities in Germany and abroad) or which are attributable to technical problems for which OTTO is not responsible. This also applies insofar as such disruptions occur with third parties commissioned by OTTO.

8.7 With the exception of liability pursuant to Section 8.1, the above limitations of liability are deemed to apply to all claims for damages, irrespective of their legal basis and including claims for damages in tort. The above limitations of liability shall also apply in the event of any claims for damages against employees, representatives or corporate bodies of OTTO.

§ 9 SELLER's liability and insurance

9.1 The SELLER is liable in accordance with the statutory provisions. In particular, the SELLER is also liable for damages and consequential damages to the end customer in accordance with the provisions of the ProdHaftG (German Product Liability Act) and within the scope of the manufacturer's liability. The SELLER is obliged to provide proof of compliance with relevant product safety regulations (in particular GPSR) upon request (certificate or test mark from a testing agency) and must take back the product in the event of official orders or product-safety risks, irrespective of the warranty period for defects.

9.2 The SELLER shall maintain adequate business liability insurance for the term of the Contract and for the duration of the applicable limitation periods. Upon request, the SELLER shall provide OTTO with confirmation of coverage issued by the insurer.

§ 10 Indemnification obligations of the SELLER

10.1 The SELLER undertakes to defend and indemnify OTTO or the companies directly or indirectly affiliated with OTTO against all claims, demands and proceedings initiated by third parties against OTTO that are attributable to

10.1.1 the SELLER culpably infringing the obligations incumbent on it as the responsible body under applicable data protection provisions

10.1.2 the SELLER'S data infringing the proprietary rights (e.g. copyrights, trademark rights or personal rights) of third parties or uses them unlawfully

10.1.3 the SELLER using a product in breach of the Contract or in violation of any applicable laws and regulations; or

10.1.4 the SELLER breaching generally applicable laws and regulations or any other obligations set out in these Terms & Conditions.

To this extent, the SELLER undertakes to indemnify OTTO against all claims for damages, including attorneys' charges and court costs, assessed as a result of claims against OTTO by final court or administrative decision or paid by OTTO as a result of a court-confirmed settlement, to the extent that OTTO promptly, but no later than within 14 days, notifies the SELLER of the claim against OTTO and grants the SELLER control over the defense of the claim against OTTO or the conclusion of settlements (the latter, however, only to the extent that OTTO is fully indemnified against all liability). OTTO undertakes to provide the SELLER with reasonable support at the SELLER's expense.

The SELLER'S indemnity obligation will only apply to the extent that the SELLER is responsible for the claims and demands asserted by the third party.

10.2 Furthermore, the SELLER shall indemnify OTTO or companies directly or indirectly affiliated with OTTO against all claims arising from product liability relating to products sold by the SELLER via the Marketplace and shall compensate OTTO for all damages and expenses arising in connection with product liability cases (e.g. all costs associated with a recall, costs for destruction, removal and disposal of the affected products, loss of interest, legal fees, etc.), unless the cause of the respective defect under the ProdHaftG (Product Liability Act) was set by OTTO.

10.3 Finally, the SELLER shall indemnify OTTO against claims by tax authorities that are asserted against OTTO due to taxes not paid or not fully paid by the SELLER or arise for OTTO as a result of the supply chain fiction pursuant to Section 3 para. 3a UStG.

10.4 The indemnification obligations contained in this § 10 shall remain in force beyond any termination of the contract.

§ 11 Term and ordinary termination

11.1 Term/ condition precedent/ automatic termination

11.1.1 This Contract is subject to the condition precedent of the effective conclusion of the ZDRV.

11.1.2 The Contract is concluded for an indefinite period and may be terminated by either party at any time with one (1) month's notice to the end of any calendar month. The right to terminate for good cause in accordance with Section 11.2 remains unaffected.

11.1.3 Furthermore, this Contract shall automatically terminate, without the need for a notice of termination, upon termination—regardless of the reason—of the ZDRV.

11.2 Termination without notice for good cause

Each party shall have the right to terminate the Contract for good cause without observing a notice period. Good cause is deemed to exist if the terminating party, taking into account the circumstances of the individual case and weighing the interests of both parties, cannot reasonably be expected to continue the contractual relationship until the expiry of a notice period or an agreed termination.

Good cause is deemed to exist in particular in the following cases:

11.2.1 If OTTO is subject to statutory or official obligations requiring OTTO to completely discontinue the Services or

11.2.2 If the SELLER has committed a breach of any essential provision of these Terms & Conditions (in particular a breach of § 6) or of any contractual or performance obligations which have not been remedied or which have been repeated even after a grace period has been granted.

11.2.3 If the SELLER manipulates the ranking;

11.2.4 If the SELLER – across all products – has an average end customer review rating of less than three (3) stars, provided that there are at least eight (8) end customer reviews for all products combined

11.2.5 If the SELLER is included on relevant sanctions lists, in particular those of the Federal Republic of Germany (including EU and UN sanctions lists), the USA, the United Kingdom or Switzerland

11.2.6 If the SELLER no longer meets the requirements demanded in the onboarding process (including the dealer check)

11.2.7 If either of the parties is deleted from the commercial register

11.2.8 If false information was provided when registering to use the Marketplace

11.2.9 If the SELLER is classified as a small enterprise within the meaning of Articles 280a et seq. VAT Directive and/or their local implementation in an EU member state;

11.2.10 If a new registration is submitted although the SELLER'S contract has been terminated or is in a state of product range deactivation (see Section 13.1.4) (this shall also apply to a new registration under another company name, provided that one or more authorized representatives and/or shareholders are the same as those of the SELLER)

11.2.11 If the SELLER offers counterfeit products on the Marketplace;

11.2.12 If the SELLER has repeatedly offered inadmissible products;

11.2.13 If OTTO receives notification from a tax authority that the SELLER is not or not fully complying with its tax obligations or OTTO becomes aware of this circumstance by other means

11.2.14 If the SELLER is in arrears with payments to OTTO or OTTO Payments arising from other contracts in connection with the Marketplace and has not settled the payments despite a reminder

11.2.15 If the economic circumstances of the other party deteriorate considerably and the fulfilment of the contractual obligations may be seriously jeopardized as a result

11.2.16 If the SELLER makes use of a company type that is not catered for in the onboarding process

11.2.17 If the SELLER does not provide the required VAT identification number(s) and/or it/they is/are invalid;

11.2.18 If there are other SELLERS on the Marketplace with exactly the same owner, managing director or officers / legal representatives as registered for the SELLER or

11.2.19 If the SELLER has filed for liquidation.

11.3 Form of notice

11.3.1 Notice of termination must be given at least in written form. Verbal termination is not permitted.

11.3.2 The SELLER may submit its notice of termination by posting an appropriate ticket in OPC.

11.4 Reasons for termination by OTTO

11.4.1 In the event of extraordinary termination, OTTO shall – to the extent that OTTO is obliged to do so – provide the SELLER with the reason for this decision either together with or immediately after the termination.

11.4.2 In the event of ordinary termination, OTTO undertakes to make reference to the option for ordinary termination in accordance with 11.1 in the termination letter as grounds.

§ 12 Post-Contractual Obligations of the SELLER

12.1 After termination of the Contract, the SELLER remains obliged to process the underlying transactions for which the purchase price receivable against the end customer was purchased by OTTO Payments (cf. ZDRV) as well as returns and end customer enquiries in accordance with these Terms & Conditions. Processing must take place as quickly as possible.

12.2 All open orders for which no principal transaction has been completed up to and including five (5) days after termination of the contract will be cancelled by the Marketplace.

12.3 Returns and refunds may be processed via the Marketplace for a maximum of 70 days after termination of the contract. After the 70-day period, refunds to the end customer must be processed outside the Marketplace. The SELLER must contact the end customer to exchange payment information.

12.4 The SELLER hereby authorizes OTTO to make the declaration required under Section 12.2 to the end customer on its behalf and in its name.

12.5 Notwithstanding Section 12.2, in the event of termination of the contract due to extraordinary termination in accordance with Section 11.2 or automatic termination in accordance with Section 11.1.3, in the event of extraordinary termination of the ZDRV, all open orders for which no principal transaction has been completed prior to termination of the contract will be cancelled by the Marketplace. Notwithstanding Section 12.3, returns may, in the event of termination of the contract due to extraordinary termination in accordance with Section 11.2 or automatic termination in accordance with Section 11.1.3, in the event of extraordinary termination of the ZDRV, no longer be processed via the Marketplace.

§ 13 Limitation of services

13.1 Restriction or suspension of services in relation to all Products (assortment deactivation)

13.1.1 OTTO may restrict or suspend the services in relation to all products (assortment deactivation) if there is a reason for extraordinary termination in accordance with Section 11.2 or if there is a reasonable suspicion that the conditions for extraordinary termination have been met.

13.1.2 In the following cases, OTTO is entitled – without prior warning – to a two-week assortment deactivation:

- Manipulation of end customer reviews
- Manipulation of ratings; and/ or
- Illegal activities relating to the time period of special campaigns (e.g. Black Friday).

13.1.3 OTTO may further restrict and/or temporarily suspend the services as long as there is no validly concluded ZDRV between the SELLER and OTTO Payments, or if the services under the ZDRV have been suspended by OTTO Payments for any reason (e.g. no further purchase of receivables is taking place or no further payouts are being made).

13.1.4 Except for serious reasons that justify an immediate or more rapid restriction or suspension of all products, the escalation process applied by OTTO is generally divided into the stages “caution“, “warning“ and “product range deactivation“. Between the “warning” and the “formal notice”, as well as between the “formal notice” and the “assortment deactivation”, the SELLER is granted at least two (2) working days (Monday to Friday) in each case to remedy the violation or – depending on the individual case – an appropriate period to submit an additional statement. If there is still no feedback or no rectification of the infringement or if the SELLER has repeatedly failed to rectify infringements within a period of three (3) months, OTTO Risk Management will be called in.

13.1.5 OTTO shall – to the extent that OTTO is obliged to do so – immediately provide the SELLER with the reasons for the restriction or suspension of services by e-mail.

13.2 Restriction or suspension of services in relation to individual products

OTTO may restrict or suspend the services in relation to individual products. In particular, OTTO is entitled to temporarily or permanently take a product offline or prevent its upload and/or, in serious cases (e.g. in the event of unlawfulness of the products within the meaning of Art. 32 DSA), OTTO may terminate the possibility of processing an order relating to the corresponding product via the Marketplace by marketplace-side cancellation, if

13.2.1 a right to restrict exists pursuant to Section 13.1;

13.2.2 there has been a single or repeated violation of essential provisions of these Terms & Conditions in relation to the product to which the restriction or suspension is to apply, in particular against Section 3.2 or § 6 of the Terms & Conditions, or if there is a justified suspicion of such a violation; or

13.2.3 there is public or media outrage (in particular on social media) concerning the product that is likely to damage the reputation of the Marketplace.

OTTO shall – to the extent that OTTO is obliged to do so – provide the SELLER with the reasons for the restriction or suspension before or at the same time as it becomes effective by e-mail.

13.3 Tools for identifying products or product content that are unlawful or incompatible with the Terms & Conditions

In order to identify products or individual information contained therein (copy, product images, etc.) that is unlawful or incompatible with these Terms & Conditions, OTTO takes the following measures in particular on its own initiative:

13.3.1 Random product range checks: OTTO checks the sellers‘ product ranges on a random basis (manually). The checks apply in particular to new SELLERS. The focus here is on particularly critical aspects of product information, such as missing legal information.

13.3.2 Test orders: Selected products are ordered anonymously to enable a physical check with regard to the shipping and packaging guidelines set out in the Terms & Conditions. In addition, the process offers the opportunity to check specifically individual products and their features, for example to rule out counterfeit products.

13.3.3 Image recognition: The product images on the Marketplace are automatically analyzed several times a week. The results are verified manually.

13.3.4 Automated product quality review: See Section 6.7. The decision as to whether a product is to be restricted is made manually.

13.3.5 Automatic content compliance verification: The focus is on checking products for legally prohibited and undesirable content in the product data on a rule-based and assortment-related basis and to restrict them immediately. In cases where a correction is possible, the SELLER receives appropriate recommendations for action so that the restriction can be lifted as quickly as possible after the adjustment has been made (e.g. in the case of the use of an undesirable term). Both the restriction and the release after adjustment of corresponding errors are automated processes.

§ 14 Attractiveness of the Marketplace

14.1 With its Marketplace offering, OTTO is pursuing the goal of being perceived by end customers as a relevant place to shop. This also includes the customer’s expectation of competitive prices of products offered by the SELLER in the Marketplace. To further this goal, OTTO reserves the right, after prior notice, to deactivate products whose sales prices significantly exceed the sales prices at other shops.

14.2 The SELLER is aware that, in order to promote the attractiveness of the Marketplace, OTTO and the other SELLERS want to offer the end customer as customer-friendly a shopping experience as possible. As a result, the SELLER undertakes to use its best efforts to execute the end customer contracts in the most customer-friendly manner possible and, in particular, the SELLER is to attempt to resolve any disagreements with end customers amicably as soon as possible in line with this objective.

§ 15 Setting a return status or initiating a (partial) credit note by the Marketplace

15.1 In order to promote the attractiveness of the marketplace and to comply with the legal requirements for the protection of consumers in distance selling, OTTO aims to ensure prompt end customer-friendly processing of returns, clarification of shipment losses, and resolution of special end customer clarification cases.

Against this background, OTTO reserves the right, in the cases defined below in Section 15.1.1 to Section 15.1.6, to set a positive return status in the system on the Marketplace side or to initiate a (partial) credit note:

15.1.1 if the SELLER violates its obligation to process returns promptly by exceeding the return processing period (“**Retourenbearbeitungszeit”**) stipulated in Section 6.3.5 in conjunction with

Appendix 7 [Processing Requirements and Service Level Agreements] , by more than two (2) working days (Monday to Friday) ("**Retourenbearbeitungsnachfrist**");

15.1.2 if the SELLER exceeds the deadlines specified in Section 6.3.5 in conjunction with **Appendix 7 [Processing Requirements and Service Level Agreements]** Section 1.1.10 for the provision of shipment proofs by more than two (2) working days (Monday to Friday);

15.1.3 if the SELLER, contrary to Section 6.3.5 in conjunction with **Appendix 7 [Processing Requirements and Service Level Agreements]** Section 2a) to Section 2i), has not set a positive return status;

15.1.4 if the SELLER exceeds the deadline pursuant to Section 6.3.5 in conjunction with **Appendix 7 [Processing Requirements and Service Level Agreements]** Section 3 for responding to an end customer clarification case by more than two (2) working days (Monday to Friday); and/or

15.1.5 if the SELLER violates the requirements for warranty cases pursuant to Section 6.3.5 in conjunction with **Appendix 7 [Processing Requirements and Service Level Agreements]** Section 4.3 to Section 4.7.

15.1.6 – with regard to all existing or newly arising end customer clarification cases –, as long as the SELLER, pursuant to Section 13.1.4, is in the status "Assortment Deactivation" or if there is an extraordinary reason for termination pursuant to Section 11.2, if, in these cases, the SELLER, even after involvement of OTTO Risk Management, does not fulfill its contractual obligations within the set deadline.

15.2 With regard to the cases defined in Section 15.1.1 to Section 15.1.6, OTTO may set a positive return status. Furthermore, if there is an end customer complaint in relation to these cases, OTTO may – instead of setting a positive return status – initiate a (partial) credit note; the amount shall be determined by OTTO at its reasonable discretion. If a positive returns status is set, no brokerage charge and – in accordance with the provisions of the ZDRV – no payment charge will be levied. However, in the event that a (partial) credit note is issued, the brokerage fee and – in accordance with the provisions of the ZDRV – the payment fee shall be incurred.

15.3 The SELLER hereby authorizes OTTO to make the declarations required pursuant to Section 15.1 to the end customer and OTTO Payments on its behalf and in its name. The civil law contractual or rescission relationship existing between the SELLER and the end customer shall remain unaffected by the above provisions in Section 15.1 .

15.4 The provisions defined above in Sections 15.1 and 15.2 are also deemed to apply to the post-contractual handling of returns as defined in § 12.

§ 16 Ranking and differentiated treatment

16.1 OTTO uses various ranking mechanisms on www.otto.de. A description of these ranking mechanisms is given in **Appendix 11 [Ranking mechanisms]**.

16.2 OTTO offers end customers a range of customer benefits as part of promotions and campaigns, which are highlighted separately in advertising (e.g. through banners, teaser areas, newsletters or similar). OTTO decides at its own discretion to what extent these are made available to the SELLERS. Some of these separate advertising highlights are exclusively available to OTTO in its capacity as a retailer or to the SELLER under the terms of a separate agreement. These include in particular:

- Promotional highlighting of permanent and temporary product offers (e.g. "Deal of the Week", "Deal of the Month", range-specific promotional weeks, OTTO promotions such as Black Friday)
- Promotional highlighting of percentage discounts on products or assortments (e.g., on banner and/or teaser areas or similar)
- Benefits for certain categories of end customers (OTTO Up benefits).

In addition, OTTO, in its capacity as a retailer, as well as affiliated companies, offers some ranges exclusively and certain additional services for its own products (e.g. assembly, installation and set-up services) and sales-promoting measures (e.g. "free gifts", links to external URLs, requests for product reviews, cashback promotions) that are not available to the SELLER for technical or legal reasons. In addition, OTTO also acts in its capacity as a seller on the Marketplace with its own brand logo.

§ 17 Complaint management system ("complaint tool")

17.1 The SELLER has the possibility to submit complaints via a Complaint Tool, in particular with regard to measures or conduct of OTTO or technical problems that are directly related to the provision of the services and affect the SELLER. This includes, for example, measures by OTTO pursuant to § 11 and § 13 of the Terms & Conditions. Additionally, the SELLER has the possibility to report accidents and safety risks relating to unsafe products via the Complaint Tool.

17.2 The Complaint Tool can be accessed by the SELLER via OTTO Partner Connect in the "Partner Help Desk" area or via the relevant product detail pages on otto.de. The SELLER may also submit complaints to OTTO at any time using the contact form at https://account.otto.market/s/login-help?language=de. OTTO shall review the complaints submitted and inform the SELLER of the outcome of its review.

17.3 In the event of repeated, obviously abusive use of the complaint tool by the SELLER (e.g. for the purpose of competition manipulation), OTTO will suspend the processing of complaints from the SELLER for a reasonable period of time after prior warning.

§ 18 Mediation

OTTO is willing to work with the mediators named below to reach an out-of-court settlement with the SELLER on any disputes between the parties relating to the provision of the services. OTTO would like to point out that mediation is not obligatory for either party. OTTO undertakes to examine in good faith in each individual case whether OTTO will participate in any meditation requested by the SELLER. The right of the parties to take ordinary legal action before, during or after mediation remains unaffected.

The SELLER may address its request for mediation to:

1) Ponschab + Partner Mediatoren PartG
Munich PR 1396
Kirchplatz 9a
82049 Pullach i. Isartal
E-Mail: bevh@ponschab-partner.com
Tel: +49 89 1222372-0

The applicable mediation rules are set out in **Appendix 12 [Mediation Rules P2B Ponschab + Partner]** attached.

2) RA Dr. Felix Wittern
Fieldfisher Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB
Amerigo-Vespucci-Platz 1
20457 Hamburg
E-Mail: felix.wittern@fieldfisher.com
Fax: +49 40 8788698 114

The applicable mediation rules are set out in **Appendix 13 [P2B Fieldfisher Mediation Rules]** attached.

to be agreed with the SELLER in a mediation agreement.

§ 19 Free Participation in the OTTO UP Program

Subject to certain requirements, OTTO may enable SELLERS to participate in the OTTO UP customer loyalty program free of charge for a limited trial period and display the OTTO UP logo on those SELLERS' products. Further details are provided in the Partner Helpdesk.

§ 20 Confidentiality

20.1 The parties undertake to maintain strict confidentiality about this Contract and all confidential information exchanged in connection with the implementation of this Contract. For the purposes of this Contract, confidential information means any non-public information which one party ("disclosing party") communicates to the other party ("receiving party") in connection with the performance of this Contract and which is marked as confidential or which, from its content or the circumstances of its communication, is to be treated as confidential.

20.2 The parties are permitted to pass on confidential information to companies affiliated with a party within the meaning of Sections 15 et seq. AktG (German Stock Corporation Act) to the extent that such disclosure is necessary for the fulfilment of internal auditing and inspection obligations.

20.3 The confidentiality obligation does not apply to such information (1) which was demonstrably already known to the receiving party prior to disclosure by the disclosing party without a breach of a confidentiality agreement; (2) which is required to be disclosed by virtue of a statutory provision or pursuant to a court or official order.

20.4 The confidentiality obligation is deemed to apply beyond the period of this Contract for a period of three (3) years.

20.5 Upon termination of the Contract, the confidential information received in each case must be returned to the disclosing party or, if return is not possible for technical reasons, destroyed.

§ 21 Miscellaneous provisions

21.1 Amendments and supplements to this Contract – with the exception of Section 1.3 of these Terms & Conditions, including this Section – must be made in writing. The foregoing written-form requirement shall not apply to the initial conclusion of the Contract via OTTO Partner Connect or any other online onboarding process provided by OTTO, nor shall it apply to any declarations, notices, or other actions that, under these Terms & Conditions, may expressly be made, given, or taken in text form or via OTTO Partner Connect or a technical interface provided by OTTO.

21.2 The transfer of obligations or the assignment of rights under this contract to third parties is only permitted to the SELLER with the written consent of OTTO. Section 354a HGB remains unaffected.

21.3 A transfer of the SELLER'S account to a third party is not possible in the case of singular succession.

21.4 The SELLER may only set off a receivable against a claim of OTTO which is undisputed or has been defined by an enforceable final judgment.

21.5 To the extent permitted by law, the SELLER has no right of lien, right to refuse performance or right of retention.

21.6 This Contract shall be governed exclusively by the laws of the Federal Republic of Germany, excluding the United Nations Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG) and any conflict-of-laws rules that would result in the application of the laws of another jurisdiction. To the extent permitted by law, the courts having jurisdiction at OTTO's principal place of business shall have exclusive jurisdiction over all disputes arising out of or in connection with this Contract.

21.7 Should any provision of this contract be wholly or partially in breach of statutory regulations or be void for other reasons, the validity of these Terms & Conditions remains otherwise unaffected. The void or ineffective provision is to be replaced by mutual agreement by an effective provision which comes as close as possible to the economically intended purpose of the ineffective provision.

21.8 In case of a discrepancy between the English and German versions of these Terms & Conditions or if a provision may be construed differently, the German version is deemed to have precedence.

21.9 Appendices

The following Appendices to these Terms & Conditions form an integral part of the Contract. In the event of any inconsistency between the Terms & Conditions and the Appendices, the provisions in the Terms & Conditions will prevail.

1) Appendix 1 [General Terms and Conditions for End Customers]
2) Appendix 2 [Fee model]
3) Appendix 3 [Business Partner Declaration on Sustainability]
4) Appendix 4 [List of Prohibited Products and Prohibited Providers]
5) Appendix 4a [OTTO Code of Ethics]
6) Appendix 4b [Principles for Responsible Humor by OTTO]
7) Appendix 5 [Brand exclusions]
8) Appendix 5a [Brands with additional requirements or restrictions]
9) Appendix 5b [Assortments requiring approval]
10) Appendix 6 [Prohibited Starting Substances in products]
11) Appendix 7 [Fulfillment requirements and service level agreements]
12) Appendix 8 [Requirements for product data]
13) Appendix 9 [Guideline for end customer communication]
14) Appendix 10 [Data processing agreement]
15) Appendix 11 [Ranking Mechanisms]
16) Appendix 12 [Mediation Rules P2B Ponschab + Partner]
17) Appendix 13 [P2B FieldfisherMediation Rules]

Otto GmbH & Co. KGaA
Werner-Otto-Strasse 1–7
22179 Hamburg
Germany

Tel: +49 40 6461 – 0
Fax: +49 40 6461 – 8571
E-Mail: impressum@info.otto.de
VAT Identification no.: DE340596305

Hamburg district court HR B 188101
Personally liable partner:
Otto Verwaltungsgesellschaft mbH
Hamburg district court HR B 119264

Represented by:
Petra Scharner-Wolff (Chair)
Dr Marcus Ackermann
Dr. Philipp Andrée
Katy Roewer
Kay Schiebur

Supervisory Board:
Alexander Birken (Chair)
Prof. Dr. Michael Otto (Honorary Chairman)

Appendix 1: General Terms and Conditions for End Customers

General Terms and Conditions on otto.de (Version as of 31.07.2026)

1. General provisions

otto.de is a Marketplace where – in addition to Otto (GmbH & Co. KGaA) – other sellers offer their products for sale in their own name and for their own account. The sellers are traders as defined in Section 14 German Civil Code (BGB). Products are, in principle, only sold to consumers as defined in Section 13 of the German Civil Code (BGB) who are of age.

The purchase contract(s) is/are concluded between you and the seller of the items you have ordered; the respective seller of an item is displayed at various points in the ordering process, in particular on the item detail page, in the shopping basket and before the order is completed ("Seller: XY"). The seller of an item is either us (Otto (GmbH & Co. KGaA)) (hereinafter referred to as "OTTO items") or another seller (hereinafter referred to as "items of other sellers" or "items of another seller").

2. Time of the conclusion of the Contract:

The presentation of goods and services on otto.de does not constitute a legally binding offer, but general information. By clicking on the button "Order now at the stated price" you are making a binding offer to purchase the goods contained in the shopping basket. Immediately after completing the order process, you will receive an order confirmation by e-mail. If you pay by advance bank transfer or PayPal, the purchase contract is concluded upon your receipt of the order confirmation. For all other payment methods, the purchase Contract is concluded as soon as you receive our dispatch notification or dispatch confirmation sent by e-mail; at the latest, however, when you receive the goods.

3. Revocation policy

Right of revocation

You have the right to revocation of the Contract with us or another trader within fourteen days without giving any reason.

The revocation period is fourteen days from the day on which you or a third party named by you, who is not the carrier, have taken or has taken possession of the last goods.

Revocation of the contract is also possible by registering the corresponding OTTO item or the item from another seller for return under Mein Konto. If you make use of this option, we will send you confirmation of receipt of your revocation without delay (e.g. by e-mail).

You may also inform us (Otto GmbH & Co. KGaA, 20088 Hamburg, Tel.: 040 - 3603 3603, e-mail address: widerruf@otto.de) (with regard to an OTTO item) or another seller (with regard to an item from another seller) of your decision to withdraw from the contract by means of an unequivocal statement (e.g. via "Contact Seller" under Mein Konto or by e-mail). You may use the attached model withdrawal form for this purpose, which is, however, not mandatory.

You may also exercise your right of withdrawal online via the "Withdraw from Contract" link at www.otto.de (login required). If you use this online function, we will promptly send you an acknowledgment of receipt by e-mail containing information on the content of your withdrawal notice and the date and time it was received.

To meet the revocation deadline, it is sufficient for you to send your communication concerning your exercise of the right of revocation before the revocation period has expired.

Consequences of revocation

If you withdraw from the Contract, we will refund to you all payments received from you, including the delivery costs (with the exception of the additional costs resulting from the fact that you have chosen a

type of delivery other than the cheapest standard delivery offered), without delay and at the latest within fourteen days from the day on which your revocation of the Contract was received. The same means of payment that you used for the original transaction will be used for this repayment, unless expressly agreed otherwise with you; in no case will you be charged for this repayment. Unless collection of the goods has been offered, repayment may be refused until the goods have been returned or until you have provided proof that you have returned the goods, whichever is earlier.

You are required to return the goods to the **respective seller's return address** without delay and in any case no later than within fourteen days from the day on which you notified the seller of the revocation of the Contract, unless an offer was made to collect the respective goods from you. The deadline shall be deemed met if you dispatch the goods before the expiry of the fourteen-day period. Details and instructions for quick, easy return of the goods can be found at Mein Konto. Here you can retrieve your return label for many items and, in the case of freight shipments, view the contact details of the carrier.

The respective seller bears the costs for the return of the goods.

You are only liable for potential depreciation of the goods if this depreciation can be attributed to handling which was not necessary to examine the properties and function of the goods. If you have requested that services for which payment of a price is required are to commence before the end of the revocation period, you will be expected to pay a reasonable amount corresponding to the proportion of the services already provided up to the time of revocation as a proportion of the total scope of the services provided for in the Contract.

4. Non-existence of the right of revocation: Pursuant to Section 312g (2) of the German Civil Code (BGB), the right of revocation does not apply, inter alia, to contracts for the delivery of goods that are not prefabricated and for the manufacture of which an individual selection or determination by the private customer is decisive or which are clearly tailored to the personal needs of the private customer.

The right of revocation shall expire prematurely in contracts for the following items:

- Sealed goods that are not suitable for return for reasons of health protection or hygiene, if the seal was removed after delivery,
- Sound or video recordings or computer software in a sealed package if the seal has been removed after delivery.

5. Voluntary return policy: For all goods purchased on the Marketplace, you are granted a voluntary right of return of a total of 30 days in addition to the statutory right of withdrawal. You can withdraw from the Contract even after the 14-day revocation period has expired by returning the goods within 30 days of receipt without providing a reason(the period begins on the day after receipt of the goods) under Mein Konto and return the goods to the **return address of the respective seller** (timely dispatch of the goods is sufficient to meet the deadline). In the case of freight goods, instead of returning the goods to the respective seller, enabling collection of the freight goods within the 30-day return period shall suffice.

If the goods are incomplete and not in an intact and undamaged condition, compensation may be demanded for any loss in value that has occurred, insofar as the loss in value is attributable to handling of the goods that was not necessary for testing the quality, characteristics and function of the goods.

The voluntary right of return does not apply to contracts for the supply of goods which are not prefabricated and for whose production an individual choice or decision by the consumer is decisive or which are clearly tailored to the personal needs of the consumer.

The voluntary right of return shall expire prematurely in contracts for the following items:

- Sealed goods that are not suitable for return for reasons of health protection or hygiene, if the seal was removed after delivery,
- Sound or video recordings or computer software in a sealed package if the seal has been removed after delivery.

Furthermore, the voluntary right of return does not apply to mixed contracts for the supply of goods and the provision of services with regard to the services included in the mixed Contract.

Until the expiry of the period for the statutory right of revocation, only the statutory conditions listed there will apply. **The contractually granted voluntary right of return does not affect your statutory rights and claims, the use of which is free of charge. In particular, your statutory right of revocation and your statutory warranty rights remain unrestricted.**

6. Deliveries are only possible within Germany, with the exception of postcode areas 72866 Büsingen and 27498 Helgoland. Items sold by us are mainly delivered by Hermes or DHL. Other sellers on otto.de may use different carriers. Items will only be dispensed in quantities customary to household use.

7. If delivered items show obvious material or manufacturing defects, which also includes transport damage, please communicate such defects immediately to us or to the employee of the forwarding service provider who delivers the items. However, failure to give this notice does not affect your statutory claims. Information on the statutory warranty rights for goods is available at europa.eu/youreurope/guarantees.

If, in the case of a defective product, you choose repair instead of replacement, the statutory warranty period vis-à-vis the seller will, in accordance with applicable law, be extended once from two to three years.
Statutory warranty rights also apply to digital content and digital services.

8. Contact: If you have any questions or issues in connection with an OTTO item, please feel free to contact us. If you have a question about an item from another seller, please register your request using the “Verkäufer kontaktieren” button in Mein Konto.

9. Validity of prices: The prices quoted on the website otto.de are euro prices (including statutory tax).

10. Delivery and shipping costs: If you order items from different sellers, they will always be dispatched as separate deliveries. The shipping method (parcel or freight forwarding) and the delivery terms (for freight forwarding) are part of the item information on the item detail page. The shipping costs relating to your order are itemized in the shopping basket and in the overview before you click the button “Jetzt zum genannten Preis bestellen”.

11. Payment: In order to provide you with an attractive range of payment methods on www.otto.de, we cooperate with our payment service provider, OTTO Payments GmbH, Werner-Otto-Strasse 1-7, 22179 Hamburg. OTTO Payments completes the payment process for all the products purchased via otto.de.

As a rule, you can pay in advance, by direct debit, on account, by instalment or through PayPal.

Where payment is processed through OTTO Payments, the seller’s payment claim against you is assigned to OTTO Payments. In the context of your order, you are consenting to the transfer of your personal data and that relating to the order, for the purpose of identity and credit assessment, as well as the execution of the Contract, to OTTO Payments.

All the details for payment processing via OTTO Payments can be found in the OTTO Payments payment conditions and the OTTO Payments data protection provisions, which are an integral part of these Terms and Conditions.

Direct debits are collected by the payment service provider Hanseatic Bank GmbH & Co KG, Fuhlsbüttler Strasse 437, 22309 Hamburg.

We reserve the right to offer you only certain methods of payment. There is no option to deduct a discount.

In individual cases we reserve the right to deliver the goods only after a down payment. After receiving the order, we will coordinate this with you.

For more information on payment, please visit *www.otto.de/bezahlung.*

12. Retention of title: Until full payment has been completed, the goods remain the property of the respective seller.

13. Alternative dispute resolution: We are not obliged and are not willing to participate in dispute resolution proceedings before a consumer arbitration board. The same applies to the other sellers.

14. Contract language / Storage of the order text: The Contract is concluded in the German language. The Contract text is not stored by us after conclusion of the Contract. The details of your order will be provided in the order confirmation sent by e-mail. The order confirmation also contains these Terms and Conditions.

15. Applicable law: The laws of the Federal Republic of Germany apply, excluding the UN Convention on Contracts for the International Sale of Goods (CISG). If you are a consumer domiciled outside the Federal Republic of Germany, the law of the country in which you are domiciled may also apply if the provisions are mandatory.

Otto GmbH & Co. KGaA, Werner-Otto-Str. 1-7, 22179 Hamburg, Germany, Hamburg district court HR B 188101, Personally liable partner: Otto Verwaltungsgesellschaft mbH, Werner-Otto-Str. 1-7, 22179 Hamburg, Germany, Hamburg district court HR B 119264, Personally liable partner: Petra Scharner-Wolff (Chairwoman), Dr. Marcus Ackermann, Dr. Philipp Andrée, Katy Roewer, Kay Schiebur; Supervisory Board: Alexander Birken (Chair), Prof Dr Michael Otto (Honorary Chair).

Sample Withdrawal Form

(If you wish to withdraw from the contract, please complete this form and

return it to us.)

— To Otto GmbH & Co. KGaA, 20088 Hamburg, e-mail: widerruf@otto.de:

— I/we (*) hereby withdraw from the contract concluded by me/us (*) for the purchase

of the following goods (*) / the provision of the following service (*)

— Ordered on (*)/received on (*)

— Name of the consumer(s)

— Address of the consumer(s)

— Signature of the consumer(s) (only in case of notification on paper)

— Date

_____

(*) Delete as appropriate.

End of Appendix 1

[Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de]

Appendix 2: Fee model

Monthly basic charge:

The monthly basic charge is €99.90 plus VAT.

Percentage brokerage fee (commission)[1]:

The allocation of products to commission groups is carried out via the product attribute [Produktkategorie]. For the commission groups Clothing and Shoes, further differentiation is made via the product attributes [Geschlecht] and [Zielgruppe]. The specific allocation of product categories to commission groups can be found in the Partner Helpdesk article https://account.otto.market/s/article/Provision-Gebuehren.

The commission may be temporarily reduced for selected commission groups by OTTO. OTTO shall inform the SELLER about the duration and the affected commission groups via the known communication channels (e.g. e-mail, help desk, newsletter, newsfeed).

Commission Area	Commission Group	Commission
Furnishings & Living	Kitchen & housewares	15%
Furnishings & Living	Lighting	15%
Furnishings & Living	Furniture	19% of the part of the selling price up to and including € 150; 18% of the part of the selling price exceeding € 150 up to and including € 500; 17% of the part of the selling price exceeding €500
Furnishings & Living	Mattresses and bedding accessories	20% of the part of the selling price up to and including € 50; 18% of the part of the selling price exceeding € 50
Furnishings & Living	Rugs, window shades and curtains	20% of the part of the selling price up to and including € 50; 18% of the part of the selling price exceeding € 50
Furnishings & Living	Home accessories & decorations	15%
Furnishings & Living	Home textiles	15%
Fashion & Lifestyle	Accessories	15%
Fashion & Lifestyle	Ladies' clothing	17% of the part of the selling price up to and including € 25; 16% of the part of the selling price exceeding € 25 up to and including € 75; 14% of the part of the selling price exceeding € 75

[1] The commission rate is understood as the total sum of the commission and payment fee according to ZDRV, each settled separately.

Fashion & Lifestyle	Gentlemen's clothing and unisex	19% of the part of the selling price up to and including € 25; 18% of the part of the selling price exceeding € 25 up to and including € 75 16% of the part of the selling price exceeding € 75
Fashion & Lifestyle	Children's clothing	15% of the part of the selling price up to and including € 25; 14% of the part of the selling price exceeding € 25 up to and including € 75 12% of the part of the selling price exceeding € 75
Fashion & Lifestyle	Miscellaneous clothing	19% of the part of the selling price up to and including € 25; 18% of the part of the selling price exceeding € 25 up to and including € 75 16% of the part of the selling price exceeding € 75
Fashion & Lifestyle	Suitcases & bags	15%
Fashion & Lifestyle	Jewelry	22% of the part of the selling price up to and including € 100; 20% of the part of the selling price exceeding € 100 up to and including € 200; 18% of the part of the selling price exceeding € 200
Fashion & Lifestyle	Ladies' shoes and unisex	17% of the part of the selling price up to and including € 50; 15% of the part of the selling price exceeding € 50 up to and including € 100; 14% of the part of the selling price exceeding € 100
Fashion & Lifestyle	Gentlemen's shoes	18% of the part of the selling price up to and including € 50; 16% of the part of the selling price exceeding € 50 up to and including € 100; 15% of the part of the selling price exceeding € 100
Fashion & Lifestyle	Children's shoes	14% of the part of the selling price up to and including € 50; 13% of the part of the selling price exceeding € 50 up to and including € 100; 12% of the part of the selling price exceeding € 100
Fashion & Lifestyle	Miscellaneous shoes	18% of the part of the selling price up to and including € 50; 16% of the part of the selling price exceeding € 50 up to and including € 100; 15% of the part of the selling price exceeding € 100

Fashion & Lifestyle	Watches	18% of the part of the selling price up to and including € 250; 12% of the part of the selling price exceeding € 250
Technology & Media	Home electronics	15%
Technology & Media	Electronics	7%
Technology & Media	Large appliances	9% of the part of the selling price up to and including € 600; 7% of the part of the selling price exceeding € 600
Technology & Media	Small kitchen appliances	15%
Technology & Media	Technology accessories	15%
Technology & Media	Media	12%
Technology & Media	Personal care equipment	12%
Technology & Media	Software	12%
Technology & Media	Stationery & office supplies	10%
Technology & Media	Headphones	12%
Technology & Media	Games consoles	8%
Technology & Media	Smart watches & fitness trackers	12%
Technology & Media	PC components	7%
Technology & Media	Books	18%
Sports & Leisure	Toys	15%
Sports & Leisure	Sports equipment & outdoor ac-	15%
Sports & Leisure	E-bikes	20% of the part of the selling price up to and including € 1,000; 17% of the part of the selling price exceeding € 1,000 up to and including € 1,400; 8% of the part of the selling price exceeding € 1.400
Sports & Leisure	Bicycles	17% of the part of the selling price up to and including € 400; 15% of the part of the selling price exceeding € 400 up to and including € 750; 13% of the part of the selling price exceeding € 750
Sports & Leisure	Bicycle accessories	15%
Sports & Leisure	Scooters	17% of the part of the selling price up to and including € 500; 15% of the part of the selling price exceeding € 500 up to and including € 750; 10% of the part of the selling price exceeding € 750
Sports & Leisure	Baby accessories	10%
Sports & Leisure	Baby furniture and baby mobility	15%
Sports & Leisure	Musical instruments	10%
Sports & Leisure	Craft materials	10%
Sports & Leisure	Exercise equipment	16%

Sports & Leisure	Vouchers	15%
Garden & DIY	DIY shop	13%
Garden & DIY	Garden	15%
Garden & DIY	Pet supplies	15%
Garden & DIY	Pet food	10%
Garden & DIY	Ironmongery	8%
Garden & DIY	Tools & machines	13%
Garden & DIY	Bathroom & sanitary fittings	13%
Garden & DIY	Electrical installations	10%
Healthcare	Healthcare	13%
Toiletries	Toiletries	8% of the part of the selling price up to and including € 10; 12% of the part of the selling price exceeding € 10 up to and including € 15; 15% of the part of the selling price exceeding € 15
Toiletries	Beauty	8% of the part of the selling price up to and including € 10; 12% of the part of the selling price exceeding € 10 up to and including € 15; 15% of the part of the selling price exceeding € 15
Mobility & motor vehi-	Mobility & motor vehicles	15%
Mobility & motor vehicles	Motor scooters	17% of the part of the selling price up to and including € 1,000; 15% of the part of the selling price exceeding € 1,000 up to and including € 1,500; 10% of the part of the selling price exceeding € 1,500
Food & dietary supplements	Food supplements	15%
Food & dietary supplements	Food & beverages	10%
Other	Other	15%
Shipping and handling	Standard shipping and handling	16%
Shipping and handling	Haulier surcharge	16%

For SELLERS with a Science-Based Target (SBT) validated by the Science Based Target initiative (SBTi), the commission in the following commission groups is reduced by 0.5 percentage points in each case: Electronics, large appliances, games consoles and ironmongery. All other commission groups are reduced by 1 percentage point if the Science-Based Target (SBT) is validated.

To determine whether an SBT is validated, the current status of the “Target dashboard” of the SBTi applies. OTTO will check the “Target dashboard” of the SBTi and confirm the commission reduction to the SELLER. The commission reduction applies from the 1st of the month following confirmation by OTTO to the SELLER and only applies for as long as validation is available.

End of Appendix 2

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 3: Business Partner Declaration on Sustainability

Business Partner Declaration
on Sustainability

To all Otto Group Marketplace partners

Preamble

Global challenges such as resource scarcity, climate change, species extinction, environmental pollution, poverty, and human rights violations influence the global economy and, consequently, the ethical and economic conditions of world trade. These issues, combined with the complexity of upstream and downstream value chains, are among the greatest challenges in sustainability management and require a holistic approach as well as the involvement of stakeholders.

For years, the Otto Group has been committed to improving sustainability aspects within its supply chain and follows regulatory requirements in the area of human rights and environmental due diligence.

Social responsibility and the protection of human rights are core topics and determine the actions of the Otto Group. We continuously strive to improve working conditions for people in our supply chains and to fulfill our human rights due diligence obligations.

Animal welfare is a central concern for the Otto Group. We are committed to the protection of animals, comply with national and international conventions and laws, and do not permit products or components made from endangered animal species. Our animal welfare principles include, in addition to applicable conventions and laws, the “Five Domains”[1] of animal welfare.

Otto Group places great importance on sustainable materials and seeks to continuously increase their use wherever possible. Thus, socially and environmentally compatible cultivation, production, disposal, and reuse are the focus of our activities.

Compliance with chemical requirements to protect people and the environment is an indispensable foundation for us, and it is important to us to know to what extent and in what manner chemicals are used along the supply chain.

[1]The “Five Domains” model was developed in 1994 by Professor David Mellor and Dr. Cam Reid as a framework supplementing the previous “Five Freedoms” model. It expands upon the physical factors of an animal’s well-being (freedom from hunger and thirst, freedom from pain, injury and disease, freedom from fear, freedom from discomfort, freedom to express behaviors that promote well-being) by considering the overall mental state. (Source: Four Paws International)

Table of contents
Business Partner Declaration on Sustainability

1	Formal conditions	3
	1.1 Scope of application	3
	1.2 Component of contractual provisions	3
	1.3 Requirements for business partners	3
	1.4 Values and guiding principles of the Otto Group	3
	1.5 Equivalence	4
2	Requirements referring to human rights	4
	2.1 amfori BSCI Code of Conduct	4
	2.2 Handling conflicts and human rights violations	4
	2.3 Country-specific requirements	5
3	Requirements referring to animal welfare and materials	5
	3.1 Animal welfare	5
	3.2 Materials	5
	3.2.1 Polyvinyl chloride (PVC)	5
	3.2.2 Peat-containing articles	6
	3.2.3 Handling of wood	6
	3.3 Safeguarding and labeling of products with increased sustainability requirements (responsible products)	6
4	Compliance mechanism and dealing with reports and violations	6
	4.1 Complaints mechanism	6
	4.2 Dealing with reports and violations	7
5	Foreign trade compliance	7
6	Non-compliance with the Business Partner Declaration	8
7	Appendices	8
8	Glossary	8
Annex 1 – Animal welfare		9
Annex 2 – Complaint channels		14

1 Formal conditions

1.1 Scope of application

The Business Partner Declaration on Sustainability (hereinafter referred to as the 'Business Partner Declaration') applies to all business partners of both the domestic and international members of the Otto Group (hereinafter also referred to as the 'Otto Group'). The Otto Group comprises the businesses affiliated in accordance with Section 15 AktG with Otto GmbH & Co. KGaA.
It applies to all value creation stages in the procurement of merchandise for resale that are distributed to customers via a platform of the Otto Group.

1.2 Component of contractual provisions

The *Business Partner Declaration* is an integral part of the Terms & Conditions for Marketplace partners. All provisions referenced in this declaration and in the Terms & Conditions are binding on the business partner.

1.3 Requirements for business partners

We expect our business partners to comply with and apply all provisions of this *Business Partner Declaration* in a binding manner.
The *Business Partner Declaration* is supplemented by a number of annexes that are an integral part of the *Business Partner Declaration*. If amendments to the annexes become necessary, the business partner will be notified in the course of regular updates to the Terms & Conditions. The business partner is then required to familiarize themselves with the changes and implement them.

1.4 Values and guiding principles of the Otto Group

Alongside the provisions given in the *Business Partner Declaration*, the following principles apply:

Adherence to applicable legislation: All business partners are required to comply with current legislation at all times.
Give precedence to the stricter provision: Where there are several sets of stipulations affecting the same matter but which deviate from each other, the provision offering the greatest protection for the legal position or objective is deemed to apply.
Ethical standards: The ethical standards regulated by recognized and applicable international conventions, such as the United Nations Universal Declaration of Human Rights and the conventions of the International Labour Organization (ILO), apply.
Avoiding negative effects: There is a guiding principle that no action or inaction that might harm a person or the environment is permitted. These principles are mandated in the United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights and the OECD Guidelines for Multinational Enterprises.

Principle of due diligence: Within the framework of a sound risk management system, in addition to risk analysis, measures must be taken to ensure that risks are identified at an early stage, eliminated or minimized as far as possible so that there is no infringement of rights or other damage. If violations and/or damage does occur, it must immediately be dealt with and prevented for the future.
Equal treatment of the various stakeholders: In particular, when eliminating or minimizing risks and remedying or preventing violations and/or damage, the involvement of directly and indirectly affected persons and/or their representatives, e.g. trade unions or other interest groups, should be sought. This active involvement provides a valuable and often necessary basis for effective risk management.
Cascade effect: Business partners are also required to apply the provisions contained in the *Business Partner Declaration* with respect to their subcontractors throughout the value chain, including home workers, in an appropriate manner. The goal is continuous development of the deeper supply chain with regard to responsible and sustainable business practices in the sense of taking one´s own responsibility.

1.5 Equivalence

We expect our business partners to comply with the standards, requirements, and principles of this *Business Partner Declaration.* Alternative standards, requirements and principles may be applied provided they secure at least the same objectives and contents, on the basis of the equivalence principle. Responsibility for this lies with the business partner.

2 Requirements referring to human rights

2.1 amfori BSCI Code of Conduct

The Otto Group is committed to the principles and values of the amfori BSCI Code of Conduct, which can be found here.

The latest version of the amfori BSCI Code of Conduct is binding, and all business partners must comply with its principles.

By confirming the Terms & Conditions, the business partner does not automatically become a signatory of the amfori BSCI Code of Conduct.

2.2 Handling conflicts and human rights violations

The Otto Group is committed to upholding human rights and to responsible purchasing practices.

Accordingly, the Otto Group will not maintain business relationships with companies or individuals who are directly or indirectly associated with conflicts or crimes that violate human rights. Corresponding information will be reviewed by the Otto Group and may lead to the immediate termination of the business relationship.

2.3 Country-specific requirements

Business partners are obliged to investigate human rights risks in all countries from which they procure products for sale on otto.de and to eliminate or minimize potential risks through risk mitigation measures. If this is not possible, then procurement from the affected country/region for sale on otto.de is not permitted.

Upon request by the Otto Group, both a risk analysis and risk mitigation measures must be presented.

For the following countries, the stated requirements must be implemented with particular diligence:

- Ethiopia
- Belarus
- Myanmar
- Turkmenistan
- Ukraine
- Uzbekistan

3 Requirements referring to animal welfare and materials

3.1 Animal welfare

The business partners are obligated to observe and comply with the specifications for the use of materials of animal origin as defined in *Annex 1 – Animal welfare*.

3.2 Materials

3.2.1 Polyvinyl chloride (PVC)

Polyvinyl chloride (PVC) is a plastic hazardous to health.

The use of PVC for textiles (clothing, household and home textiles), including prints and applications on textiles **is prohibited**. PVC tablecloths and non-slip carpets with PVC coating are exempt from this regulation.

The use of PVC **in packaging is also prohibited**.

3.2.2 Peat-containing articles

Peat is an organic sediment formed from dead plants that stand in shallow water. Since peatlands act as important reservoirs for greenhouse gases and are therefore essential for combating climate change, the sale or distribution of peat-containing articles, with the exception of seedlings and plants, is prohibited.

3.2.3 Handling of wood

The use of tropical wood in products is only permitted if the products are certified according to the FSC® (Forest Stewardship Council) standard.

The sale of products whose raw materials originate from illegal logging or from HCVF forests (High Conservation Value Forest) is prohibited.

All sales of all wood species listed under Appendix I and II of the CITES[2] list is prohibited.

For the sale of wood species listed in Appendix III of CITES, a valid FSC® (Forest Stewardship Council) certificate is mandatory for the product in addition to the official documents required for these species.

3.3 Safeguarding and labeling of products with increased sustainability requirements (responsible products)

More sustainable products and their labeling have the potential to inspire customers to make more sustainable purchasing decisions; at the same time, communicative risks must be avoided.

Business partners are obliged to provide the group companies with the certificates used and their evidence upon request.

4 Compliance mechanism and dealing with reports and violations

4.1 Complaints mechanism

Business partners of the Otto Group are obliged to ensure that their employees, as well as the employees in their supply chains, have access to an effective complaint mechanism. The Otto Group also provides further external complaints mechanisms (see *Annex 2 – Complaint channels*).

[2] CITES (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Flora and Fauna) is the Washington Convention on the Protection of Species, which monitors international trade in endangered and protected species.

Business partners of the Otto Group are obliged to inform their employees as well as the employees of their supply chain about the available complaints mechanisms.

4.2 Dealing with reports and violations

Business partners of the Otto Group must guarantee that no discriminatory measures are taken against individuals who report violations. The identity of whistleblowers must be treated confidentially, unless disclosure is required by law.

In the case of substantiated information regarding human rights or environmental breaches of duty, the Otto Group will initiate an investigation. The business partner undertakes to actively cooperate in the investigation and implementation of remedial measures.

In the event of a violation, the primary aim of the Otto Group is to remedy the grievances in the interests of the affected parties. If the required remedial measures are not implemented or if there is a lack of willingness to cooperate in remedying the violations, the business relationship may be terminated. The termination of a business relationship is a last resort and is only necessary if all other measures have been unsuccessful.

5 Foreign trade compliance

The group companies of the Otto Group and their business partners are obliged to comply with all applicable laws and regulations, including export control regulations as well as embargoes and financial sanctions. To ensure compliance, Otto Group companies check whether their business partners are listed on a sanctions list relevant to the Otto Group. This includes the legally binding sanctions lists for the respective company within the Otto Group, as well as the sanctions lists of the EU, the USA, and the UK, insofar as such review is legally permissible (“sanctions lists relevant to the Otto Group”).

The business partner assures the following:

- The business partner regularly checks that its own business relationships (including suppliers, subcontractors, and other partners) which are directly or indirectly related to its activities for group companies of the Otto Group, are not listed on any of the sanctions lists relevant to the Otto Group (“Sanctioned Person”), are not directly or indirectly controlled by any Sanctioned Person, and that no one or more Sanctioned Persons, alone or collectively, directly or indirectly hold 50% or more of any interest in them.
- That neither it nor its company is directly or indirectly controlled by any Sanctioned Person, and that no one or more Sanctioned Persons, alone or collectively, directly or indirectly hold 50% or more of any interest in it.

If the business partner subsequently determines that a business relationship with a Sanctioned Person exists or that any of the assurances are not correct, it shall inform the relevant Otto Group company without undue delay.

Furthermore, the business partner confirms that the applicable foreign trade regulations

regarding import and export controls are complied with by it.

The assurances in this section shall only apply to the extent that they do not constitute a violation of, or conflict with, any anti-boycott regulation applicable to the respective person in the form of a law, regulation, or statute (including, but not limited to, EU Regulation (EC) 2271/96 and Section 7 Außenwirtschaftsverordnung) as amended from time to time.

6 Non-compliance with the Business Partner Declaration

As the *Business Partner Declaration* is part of the Terms & Conditions we reserve the right to exercise the rights defined in more detail in the Terms & Conditions in the event of non-compliance by the business partner. This may in particular mean that we temporarily or permanently, partially or wholly, restrict the services provided by us to the business partner, or, if necessary, terminate the business relationship entirely.

7 Appendices

- Annex 1 – Animal welfare
- Annex 2 – Complaint channels

8 Glossary

Term	Definition
Complaints mechanism	Complaint mechanism refers to a process that enables individuals to report human rights and environmental risks as well as breaches of obligations in these areas. These violations may be caused by the economic activities of a company or its suppliers.
Report	Report of a (potential) violation.
Whistleblower	An individual who submits a report via a whistleblower system.
Whistleblower system	System for reporting (potential) compliance violations.

Annex 1 – Animal welfare

Detailed requirements regarding animal welfare and accepted animal welfare standards

Requirement for materials of animal origin

Animal welfare is a key concern for the Otto Group as a responsible company. We are committed to ensuring that the animals from which we source animal-derived materials for our merchandise are treated in an ethical and appropriate manner. The following requirements apply to the use of materials and products of animal origin. An overview of the scientific names of the animal-derived materials permitted by the Otto Group as well as the standards and certificates accepted by the Otto Group can be found at the end of this annex.
The use of products or product components from **endangered animal species[3] is not permitted.**

The following requirements apply additionally to animal-derived materials in textiles and hardware:

The Otto Group is part of the Fur Free Retailer initiative and **prohibits the use of real fur.** The use of faux fur is permitted and must be clearly labeled as such.
The use of **all other animal-derived materials** (e.g., angora wool, mohair wool, corals, bird eggs, snail shells), which are not named in the following materials of animal origin, **is prohibited**.
Any evidence substantiating the requirements listed below must be available at the business partner and be presented upon request.

1. Leather and hides[4]

Only leather and hides from the following domesticated animal species are permitted:

Cow, buffalo, pig, goat, sheep and yak.

The use of leather and hides from newborn and aborted animals (known, among others, as Astrakhan, Broadtail, Karakul, Krimmer, Persian Lamb, Swakara) is expressly prohibited.
For products containing leather and hides, the scientific name of the animal must always be provided.

[3] According to the definition in CITES (Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Flora and Fauna) Appendix I and II. CITES is the Washington Convention, which monitors international trade in endangered and protected species.
[4] In contrast to fur, for which animals are exclusively bred or killed for fur production, hides are obtained as a by-product of food production.

2. Down and feathers

Down and feathers from birds that have been live-plucked or originate from foie gras production are **prohibited.**

Until 31.12.2027 products containing non-certified down and feathers from animal species other than ducks, geese, and chickens may only be purchased and sold if all of the following evidence is available and has been verified:
Scientific name of the animal and region of origin confirming that this is a domesticated and non-endangered animal species (in accordance with CITES Appendix I and II); and proof that it is a by-product of food production (e.g. written supplier confirmation) is available.

From 1.1.2028 only products containing down and feathers certified according to an independent recycling or animal welfare standard accepted by the Otto Group may be sold.

3. Sheep´s wool

Wool from sheep subjected to "mulesing"[5] is prohibited. The use of Australian wool is only permitted if it has been certified according to an independent animal welfare standard approved by the Otto Group.

From 1.1.2028 only products containing sheep wool certified according to an independent recycling or animal welfare standard accepted by the Otto Group may be sold.

4. Alpaca and llama wool

Until 31.12.2027 products containing non-certified alpaca and llama wool may only be sold if all of the following requirements are fully met:
Scientific name of the animal and region of origin confirming that this is a domesticated and nonendangered animal species (in accordance with CITES Appendix I and II), and that no significant animal welfare risks are known.

From 1.1.2028 only products containing alpaca and llama wool certified according to an independent recycling or animal welfare standard accepted by the Otto Group may be sold.

5. Cashmere wool

Until 31.12.2027 products with non-certified cashmere wool may only be sold if all the following conditions are fully met:
The scientific name of the animal and the region of origin are available and confirm that this is a domesticated and non-endangered species (according to CITES Appendix I and II), and no significant animal welfare risks are known.

[5] Mulesing is a mutilation practice developed in Australia as a response to flystrike infestation in sheep. It is a practice that causes severe suffering to the animals, in which skin folds are cut off in order to reduce the infestation of fly larvae. (Source: FourPaws International)

From 1.1.2028 only products containing cashmere wool certified according to an independent recycling or animal welfare standard accepted by the Otto Group may be sold.

6. Other animal hair

Products with non-certified horse, camel, goat hair (domestic goat), and pig bristles (domestic pig) may only be sold if all the following conditions are fully met:
The scientific name of the animal and the region of origin are available and confirm that this is a domesticated and non-endangered species (according to CITES Appendix I and II), and no significant animal welfare risks are known.

The use of other animal hair that is not certified according to an independent recycling or animal welfare standard accepted by the Otto Group is **prohibited**.

7. Horn and bones

Only horn and bones from the following domesticated animal species are permitted:
Cow, buffalo, pig, goat, sheep, yak, and deer.

8. Shells and pearls

Only shells and pearls from non-endangered animal species (according to CITES Appendix I and II) are permitted.

9. Silk

The use of silk is permitted.

Overview of scientific names for the animal-derived materials permitted by the Otto Group

Name (DE)	***Name (EN)***	***Scientific name***
Leder	***Leather***	
Rind	*Cow*	*Bos taurus* *Bos frontalis*
Büffel	*Buffalo*	*Bubalus bubalis*
Schwein	*Pig*	*Sus scrofa domesticus*
Ziege	*Goat*	*Capra aegagrus hircus*
Schaf	*Sheep*	*Ovis aries*
Yak	*Yak*	*Bos grunniens*
Horn und Knochen	***Horn and bones***	
Rind	*Cow*	*Bos taurus,* *Bos frontalis*
Büffel	*Buffalo*	*Bubalus bubalis*
Schwein	*Pig*	*Sus scrofa domesticus*
Ziege	*Goat*	*Capra aegagrus hircus*
Schaf	*Sheep*	*Ovis aries*
Yak	*Yak*	*Bos grunniens*
Hirsch	*Deer*	*Cervus,* *Cervus elaphus montanus, Axis axis*

Daunen und Federn	***Down and feathers***	
Ente	*Duck*	*Anas platyrhynchos domesticus,* *Anas domestica cristata*
Gans	*Goose*	*Anser cygnoides domesticus,* *Anser anser domesticus*
Huhn	*Chicken*	*Gallus gallus domesticus*

Haar	***Hair***	
Ross	*Horse*	*Equus*
Kamel	*Camel*	*Camelus*
Ziege	*Goat*	*Capra*
Schwein	*Pig*	*Sus*

Wolle	***Wool***	
Schaf	*Sheep*	*Ovis*
Alpaka	*Alpaca*	*Vicugna pacos*
Lama	*Llama*	*Lama glama*
Kaschmirziege	*Cashmere goat*	*Capra aegagrus hircus*

List of standards and certificates accepted by the Otto Group for the respective materials of animal origin

Down and feathers
Responsible Down Standard (RDS)
Downpass (incl. eiderdown)
Global Recycled Standard (GRS)
Recycled Claim Standard (RCS)

Sheep´s wool
Responsible Wool Standard (RWS)
NATIVA™
ZQ Merino
Global Recycled Standard (GRS)
Recycled Claim Standard (RCS)

Alpaca
Responsible Alpaca Standard (RAS)
Global Recycled Standard (GRS)
Recycled Claim Standard (RCS)

Cashmere
Good Cashmere Standard (GCS)
Global Recycled Standard (GRS)
Recycled Claim Standard (RCS)

Annex 2 – Complaint channels

The following overview presents the available complaint channels:

SpeakUp

Link: SpeakUp

Via the digital whistleblowing portal SpeakUp, (former) employees, suppliers and their employees, customers, and other potentially affected parties may anonymously report suspected compliance violations, provided there is justified suspicion. This also includes violations of human rights and environmental obligations within the group companies and their supply chain. The whistleblower can set up a digital mailbox here and communicate with the responsible Compliance unit—in such a way that the highest level of protection for whistleblowers can be guaranteed.

Ombudsperson

Link: Ombudsperson Frankfurt

Alternatively, whistleblowers may contact a group-wide external Compliance Ombudsperson. As an attorney, he is subject to professional confidentiality and may not disclose any information to third parties—however, with the consent of the reporting person, he may initiate the appropriate measures within the Otto Group.

Herr Dr. Rainer Buchert
Buchert Jacob Peter Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft mbB
Kaiserstraße 22 60311 Frankfurt am Main Germany
Tel.: +49 049-69-710 33 33 0
E-Mail-Address: dr-buchert@dr-buchert.de

International Accord

Link: Complaints Mechanism - International Accord

The complaints mechanism of the International Accord enables employees in Accord facilities to report workplace safety and health issues, including anonymously. Independent, trained professionals review complaints impartially and protect the confidentiality of complainants. The complaints mechanism is currently available in Bangladesh and Pakistan.

amfori Speak4Change

Link: Submit a Complaint via amfori Speak for Change - amfori

Through the amfori complaints mechanism (“Speak for Change”), complaints concerning violations by amfori members, including amfori facilities, against the amfori Code of Conduct can also be submitted anonymously. The amfori complaints mechanism is currently available in

Vietnam, Turkey, Bangladesh, India, and Cambodia.

End of Appendix 3

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 4: List of Prohibited Products and Prohibited Providers

It is not permitted to offer the following product ranges and services via the OTTO Marketplace:

1. All goods, services and transactions that are illegal, or at least potentially appear to be illegal, as well as all goods, materials, services and omissions that are likely to promote or encourage the provision and/or use of illegal goods and services
2. Drugs (any kind of drugs, narcotics and intoxicants) and products related to illegal drugs
3. Products and services that breach copyright laws (e.g. counterfeit brands, services without a license)
4. Gambling operators (e.g. poker, bingo, betting, lotteries, raffles, sweepstakes)
5. Pornography, escort services, prostitution, sex tourism
6. Erotic items of all kinds; however condoms and lubricant gels are permitted. In the event of ambiguity or doubt as to whether a product is to be categorized as an erotic product, the final decision is at the discretion of OTTO
7. Providers of content glorifying violence or drugs
8. Pet training collars or pet repellent products equipped with, for example, electrical impulses, spraying function, ultrasound, barbs or spikes
9. Lockable cat houses/cages that are not intended for transport; lockable dog houses/cages/enclosures that are not intended for transport and are smaller than six (6) square meters
10. Snap traps and wasp traps, including attractant
11. Products that have a minimum shelf life – calculated from the time of dispatch – of less than three (3) months
12. Application software, operating systems, office programs and virus software, including licenses as individual products (without hardware). Hardware products incorporating preinstalled grey market licenses (e.g. laptops, tower PCs) are also not permitted.
13. Real estate
14. Cryptocurrencies (e.g. Bitcoin, Ripple, Ethereum) and products whose sole application is mining cryptocurrencies
15. Non Fungible Tokens (NFTs)
16. Sale and/or marketing of products with unproven or questionable effects (e.g. diet products with promised but unrealistic effects, pills to increase intelligence, light glasses)
17. Modchips (which can be used to circumvent a manufacturer's copying, game and security restrictions e.g. on computers, games consoles)
18. Jammers (signal blockers for e.g. radar, GPS, mobile phone signals, immobilizers in motor vehicles, door locking systems)
19. Fake IDs
20. Official documents and forms
21. Any weapons or firearms and ammunition (this includes in particular automatic and semi-automatic rifles and pistols, cutting and stabbing weapons, etc.) as well as weapons that appear to be weapons; knives that are subject to an acquisition restriction are also prohibited
22. Any toys, models or construction kits representing or including military topics and other war-related content
23. Sky lanterns
24. Travel
25. Illegal sub-acquiring
26. Promotional trips
27. Debt counselling
28. Time-sharing providers (e.g. renting of apartments)
29. Providers of "likes"
30. Money lending
31. Online advice (e.g. management consultancy, law firms)
32. Pay-per-call services (e.g. 0900 numbers)
33. Products that fall under § 312g (2) nos. 1 and 2 BGB (German Civil Code) (products according to customer specifications and quickly perishable products)
34. Products offered as "freebies" in addition to the actual product sold
35. Surprise packages and mystery boxes whose content is not specified (lucky bags containing toys and Advent calendars whose content is specified are permitted)

36. Returnable packaging and products offered in returnable packaging
37. CBD oils
38. Products only permitted to be sold by registered dispensing chemists (pharmacists) and other over-the-counter medicines
39. Products containing lignite (e.g. briquettes made of lignite)
40. Single-use plastic products as defined in Appendix 1 of the EWKFondsG (Single-use Plastics Fund Act), including amongst other items drinks cups, disposable wipes and balloons and/or comparable products
41. Products requiring cooling
42. Products requiring professional advice to end customers before they can be ordered
43. Products for which a certificate of competence is required
44. Games and devices containing games and films that have not be tested in accordance with the German motion picture rating system and are not marked with the “USK/FSK” label
45. Products that are no longer available on the open market and are sold as collector’s items.
46. Products whose pricing/offer due to special market phases and niches leads to a negative perception of the OTTO Marketplace. In pursuing the objective of an attractive and customer-friendly Marketplace referred to in Section 14, OTTO uses the most customer-friendly offers available on the market as a benchmark. For this purpose, OTTO determines an average market price, which may not be exceeded by more than 20%.
47. Postage stamps, tokens, coins, means of payment, medals, precious metals
48. Products subject to the average tax rates for agriculture and forestry businesses per § 24 UStG (Value Added Tax Law)
49. Products that fall under differential taxation per § 25a UStG
50. Products exempt from VAT per § 4 UStG
51. Washing machines, dishwashers, freezers, chest freezers and refrigerators with energy efficiency classes F and G. Furthermore, tumble dryers with energy efficiency classes F and G will not be permitted from 1 July 2026.
52. (Full-body) coverings for minors that reflect fundamentalist/radical religious practices
53. Products with an integrated (video) camera that is not readily apparent or would not ordinarily be expected in such a product. Products for which a camera is required for their primary, transparently communicated purpose (e.g. surveillance cameras or baby monitors) remain permitted.

End of Appendix 4

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 4a: OTTO Code of Ethics

Responsibility for people and the environment is firmly anchored in the Otto Group‘s mission statement. For us, achieving social and environmental goals is just as much a part of our business mission as economic success. We fulfil this responsibility by protecting people, the environment and animals. These ethical guidelines also include essential requirements that comply with OTTO‘s claim for ethical conduct and to which the entire Otto Group is committed. We expect our cooperation partners to align their business activities with the same values and principles as OTTO and commit themselves to their compliance within their own supply chain. OTTO is committed in particular to the following guiding principles:

Guiding principle 1: Avoidance of nudity and sexual content that is not product-specific

This guiding principle serves to protect customers and visitors to OTTO.

To this end, sexual content (in words and images) and nudity that does not serve to depict or explain the product should be completely avoided (see Appendix 8).

Guiding principle 2: Avoidance of discrimination and contempt of any kind

This guiding principle serves to protect customers and visitors to OTTO. It is essential to avoid psychological or physical violence and discrimination or the trivialization thereof of any kind. Imprints, visual images, symbols, literature (that is not educational), product descriptions, and products of a discriminatory nature are not permitted (see Appendices 4 and 8).

Guiding principle 3: Avoidance of content glorifying war and violence

This guiding principle serves to protect customers and visitors to OTTO, especially children. To this end, glorification and trivialization of violence of any kind, especially in the form of expressions inciting violence, must be avoided (see Appendix 8).

Guiding principle 4: The protection of minors

This guiding principle serves to protect minors. It is important to avoid psychological injuries or the overtaxing of minors, especially through pornographic and sexualized content and lifelike depictions and reenactments of sexual acts. The permissive depiction of children, e.g. in swimwear or underwear, as well as the depiction of drug-glorifying content, is to be refrained from (see Appendix 8).

Guiding principle 5: Fair behavior towards customers and sellers on OTTO

This guiding principle serves to protect customers and sellers on OTTO. We expect fair behavior towards customers and other traders. This includes respectful interaction with each other and open, solution-orientated, customer-centric communication. Customer complaints and consumer protection cases (including consumer endangerment and consumer deception) are to be avoided.

End of Appendix 4a

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 4b: Principles for Responsible Humor by OTTO

A respectful approach to sensitive topics is firmly anchored in the guiding principles of OTTO. We also expect our business partners to align their business activities with these same values and principles and to work towards their compliance. To ensure this, OTTO has established the following principles:

Respectful handling of gender characteristics and sexuality

Principle: We avoid products whose humorous depiction of gender characteristics or sexuality may be polarizing.

Refraining from humor that glorifies violence

Principle: We do not offer products that depict violence or death in a humorous or trivializing manner. Our assortment reflects values that avoid problematic depictions of violence.

Responsible approach to degrading and hate-based Humor

Principle: We do not offer products that use hatred, discrimination, or degrading statements as a form of humor.

Sensitive approach to party, gift, and novelty items

Principle: We avoid products in the party, gift, and novelty item categories if they use provocative language or portray excessive behavior in a humorous manner.

Responsible depiction of political views

Principle: We do not offer products that depict political views in a humorous or provocative manner. Our assortment respects the diversity of our customers' political opinions, as long as these lie within the democratic spectrum. We actively promote tolerance and democracy.

Tolerant approach to religion

Principle: We avoid products that depict religious themes or symbols in a humorous or disrespectful manner.

We are committed to creating a shopping environment that is appreciative and tolerant of all faiths.

End of Appendix 4b

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 5: Brand exclusions

5.1. Holistic brand exclusions

1. ABUKI
2. Älgdröm
3. AJC
4. ALPENBLITZ
5. Andas
6. andas_freundin
7. andas_georgsen
8. andas_Kowalewski
9. andas_Norgaard
10. Apple
11. Arizona
12. Beachtime
13. Boysen’s
14. DELAVITA
15. DELMAO
16. Eastwind
17. FAYN SPORTS
18. Firetti
19. Flashlights
20. garten gut
21. Go IN
22. Hanseatic
23. Heathus
24. Home affaire
25. Home affaire Collection
26. INOSIGN
27. J.Jayz
28. John Devin
29. Jordan
30. KIDSWORLD
31. KONIFERA
32. Klitzeklein
33. Laura Scott
34. LASCANA
35. LASCANA ACTIVE
36. LASCANA Belle Affaire
37. LASCANA for Venus
38. le jogger
39. Lenovo
40. Leonique
41. Lüttenhütt
42. Man‘s World
43. Man‘s World CB
44. Melrose
45. my home
46. my home Selection
47. Neun Monate
48. Northern Country
49. Nuance
50. Ocean Sportswear

51. OMEN
52. OTTO products
53. Petite Fleur
54. Places of Style
55. Polarino
56. Premium Collection by Home Affaire
57. Profiwerk
58. RAUM.ID
59. Renowerk
60. Samsung
61. Samsung Premium
62. Schlafwelt
63. Swarovski by LASCANA
64. TraumEcht
65. Vivance
66. Welltime
67. welltime by
68. Wohntraum Collection

5.2 Product-specific brand exclusions

Brand name	Exclusions for product ranges
170QM	Home textiles; home decoration
Alexander Herrmann	Household goods
Bench	Children‘s outerwear; underwear and swimwear
Bruno Banani	Women‘s clothing; men‘s clothing; sports textiles; underwear and swimwear; men‘s accessories; bags; jewelry; ladies’ beauty; home textiles; decoration; furniture
Bruno Banani CB	Men’s clothing
Buffalo	Underwear and swimwear; bags; jewelry
Chiemsee	Children‘s outerwear; underwear and swimwear
COUCH♥	Home textiles; decoration; furniture; lamps
COUCH_GW	Home textiles; home decoration
elbgestoeber	Home textiles; decoration; furniture; lamps
FCUK	Underwear
French Connection	Underwear
GALA	Furniture; Home textiles; Decoration; DIY
GMK Home&Living_GW	Home textiles; home decoration
Guido Maria Kretschmer Home&Living	Home textiles; decoration; furniture; lamps
HECHTER PARIS	Women‘s clothing; jewelry
H.I.S.	Women‘s outerwear and men‘s outerwear, sports textiles, lingerie and swimwear, home textiles; decoration (belts, leather jackets and textile accessories may be offered for sale)
Jette	Underwear and swimwear
KangaROOS	Women’s wear; men’s wear; children’s wear; sports textiles; underwear and swimwear; sports shoes; bags; jewelry
LeGer Home by Lena Gercke	Home textiles; decoration; household goods; furniture; lamps
Marie Claire	Underwear and swimwear
Peanuts	Underwear and swimwear
s.Oliver	Underwear and swimwear
Scout	Sports textiles; sports shoes; watches
Sunseeker	Underwear and swimwear
TABALUGA	Home textiles; toys
Tom Tailor Polo	Women‘s wear; men‘s wear; children‘s wear
Venice Beach	Sports textiles; underwear and swimwear
WINNIE THE POOH	Home textiles; toys
WOHNIDEE-Kollektion	Home textiles; home decoration

End of Appendix 5

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 5a: Brands with additional requirements or restrictions

1. adidas Originals[1,2]
2. adidas Performance[1,2]
3. adidas Sportswear[1,2]
4. adidas TERREX[1,2]
5. AEG Electrolux[2]
6. Alexander McQueen by PUMA[1,2]
7. Asics[1,2]
8. Bauknecht[2]
9. Beats by Dr. Dre[1]
10. Bosch[2]
11. Bose[1]
12. BOSS[2]
13. BOSS Green[2]
14. BOSS Orange[2]
15. Calida[2]
16. Calvin Klein[1,2]
17. Calvin Klein Beauty[1,2]
18. Calvin Klein Big & Tall[1,2]
19. Calvin Klein Curve[1,2]
20. Calvin Klein home[1,2]
21. Calvin Klein Jeans[1,2]
22. Calvin Klein Performance[1,2]
23. CALVIN KLEIN UNDERWEAR[1,2]
24. Canon[1]
25. Casio[2]
26. COEUR DE LION[1]
27. Converse[1,2]
28. De'Longhi[1]
29. Dr. Martens[2]
30. Dyson[3]
31. Eastpak[2]
32. Einhell[2]
33. Falke[2]
34. FLORALE by Triumph[2]
35. Forte[2]
36. FOSSIL[1]
37. FOSSIL Smartwatches[1]
38. Fujifilm[1]
39. Gabor[2]
40. Gabor Bags[2]
41. Gabor Comfort[2]
42. Gabor Rollingsoft[2]
43. GANG[2]
44. Gefu[2]
45. Germania[2]
46. GiGi Hadid by Tommy Hilfiger[1,2]
47. GoPro[1]
48. Gorenje[2]
49. Guess[2]
50. Harman/Kardon[1]
51. Hilfiger Denim[1,2]

52. Hisense[3]
53. Hoka One One[2]
54. HP[3]
55. Jack & Jones[2]
56. Jack Wolfskin[2]
57. JBL[1]
58. Jura[1]
59. Kärcher[2]
60. KitchenAid[1,2]
61. Krups[2]
62. Lacoste[1,2]
63. Lacoste LIVE[1]
64. Lacoste Sport[1]
65. Le Creuset[1,2]
66. Lego[2]
67. Levi's®[1,2]
68. Levi's® Line 8[1,2]
69. Levi's® Big and Tall[1,2]
70. Levi's® Kids[1,2]
71. Levi'® Plus[1,2]
72. LG[1,2]
73. Liebherr[1]
74. Lowa[2]
75. Lumix Panasonic[1]
76. MARC CAIN[2]
77. Marc O'Polo[2]
78. Marc O'Polo Accessories[2]
79. Marc O'Polo Beach[2]
80. Marc O'Polo Bodywear[2]
81. Marc O'Polo DENIM[2]
82. Marc O'Polo Shoes[2]
83. Mercedes Benz x Tommy Hilfiger[1,2]
84. MEY[2]
85. MEY Damen[2]
86. Miele[1]
87. Möve[1,2]
88. Name it[2]
89. Neff[2]
90. New Balance[1,2]
91. NEWD Tamaris[2]
92. Nike[3]
93. Nike 6.0[3]
94. Nike SB[3]
95. Nike Sportswear[3]
96. Nikon[1]
97. Nintendo[2]
98. Nivea[2]
99. Nobilia[2]
100. Nobilia Elements[2]
101. OLYMP[2]
102. Olympus[1]
103. Only[2]
104. Only & Sons[2]

105. Panasonic[1]
106. Philips TV[1]
107. Pius Gabor[2]
108. Playstation[2]
109. PME LEGEND[2]
110. PUMA[1,2]
111. PUMA BODYWEAR[1,2]
112. PUMA Safety[1]
113. PUMA Smartwatches[1,2]
114. PUMA Workwear[1,2]
115. Rauch[2]
116. Reebok[1,2]
117. Reebok Classic[1,2]
118. Reebok Royal[1,2]
119. Reebok Sports[1,2]
120. Reebok Work[1,2]
121. Rieker[2]
122. Rieker EVOLUTION[2]
123. Rowenta[2]
124. Salomon[2]
125. Schiesser[2]
126. Schütte[2]
127. sheego[3]
128. Siemens[2]
129. SKAGEN[1]
130. SKAGEN Connected[1]
131. Skechers[2]
132. Skechers Kids[2]
133. Sloggi[2]
134. Smeg[1]
135. SodaStream[2]
136. Sonos[1]
137. Sony[1]
138. SONY BMG MUSIC[1]
139. Sony Ericsson[1]
140. Sony Magnat[1]
141. Sony Pictures[1]
142. Tamaris[2]
143. Tamaris active[2]
144. Tamaris COMFORT[2]
145. Tamaris Fashletics[2]
146. Tamaris GreenStep[2]
147. Tamaris Heart & Sole[2]
148. Tamaris Pure Relax[2]
149. Tamaris Trend[2]
150. Tefal[2]
151. The North Face[1,2]
152. Thomas Sabo[2]
153. Timberland[1,2]
154. Timberland Pro[1,2]
155. TITAN®[2]
156. TOMMY HILFIGER[1,2]
157. Tommy Hilfiger Big & Tal[1,2]

158. Tommy Hilfiger Curve[1,2]
159. Tommy Hilfiger Footwear[1,2]
160. Tommy Hilfiger Sport[1,2]
161. Tommy Hilfiger Sport Curve[1,2]
162. TOMMY HILFIGER x MERCEDES-BENZ[1,2]
163. Tommy Hilfiger TAILORED[1,2]
164. TOMMY ICONS[1,2]
165. TOMMY JEANS[1,2]
166. TOMMY JEANS CURVE[1,2]
167. TOMMY SPORT[1,2]
168. Tommy X Lewis[1,2]
169. Tommy X Rossignol[1,2]
170. Travelite[2]
171. triaction by Triumph[2]
172. Triumph[2]
173. UGG[1,2]
174. URBAN CLASSICS[2]
175. Vans[1,2]
176. Vans x Sandy Liang[1,2]
177. Wimex[2]
178. WMF[2]
179. Zwilling[2]

Explanation:
[1] Brand subject to authorization
[2] Items subject to the succession model
[3] Additional requirements

End of Appendix 5a

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 5b: Assortments requiring approval

1. Blu-rays & DVDs
2. Books
3. E-mobility
4. Vouchers
5. Motor Vehicle tires
6. Food & beverages
7. Machine oils
8. Food supplements
9. Perfumes
10. Pet food & pet food supplements

End of Appendix 5b

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 6: Prohibited Starting Substances in Products

Substance name and registration number of the Chemical Abstracts Service (CAS no.)	Threshold value as a percentage by weight w/w (weight by weight)
Nitric acid (CAS no. 7697-37-2)	3% w/w
Hydrogen peroxide (CAS no. 7722-84-1)	12% w/w
Sulphuric acid (CAS no. 7664-93-9)	15% w/w
Nitromethane (CAS no. 75-52-5)	16% w/w
Ammonium nitrate (CAS no. 6484-52-2)	45% w/w
Potassium chlorate (CAS no. 3811-04-9)	40% w/w
Potassium perchlorate (CAS no. 7778-74-7)	40% w/w
Sodium chlorate (CAS no. 7775-09-9)	40% w/w
Sodium perchlorate (CAS no. 7601-89-0)	40% w/w
Calcium ammonium nitrate [calcium ammonium nitrate fertilizer (CAN)] (CAS No. 15245-12-2)	---
Hexamine (CAS no. 100-97-0)	---
Acetone (CAS no. 67-64-1)	---
Potassium nitrate (CAS no. 7757-79-1)	---
Sodium nitrate (CAS no. 7631-99-4)	---
Calcium nitrate (CAS no. 10124-37-5)	---
Magnesium nitrate hexahydrate (CAS no. 13446-18-9)	---
Magnesium, powder (CAS no. 7439-95-4)	70% w/w
Aluminium, powder (CAS-Nr. 7429-90-5)	70% w/w

End of Appendix 6

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 7: Fulfillment requirements and service level agreements

1. Shipping requirements

1.1. General requirements

1.1.1. The proper delivery of all end customer orders is the responsibility of the SELLER.

1.1.2. Shipment of the specific end customer order must originate in a Member State of the European Union within the territorial scope of Articles 5–8 of the VAT Directive.

1.1.3. The SELLER may only dispatch the products to the delivery address specified by OTTO on behalf of the customer. Subsequent change of the delivery address at the customer‘s request is also not permitted. In the event of non-compliance, the SELLER shall bear any losses incurred by OTTO and/or OTTO Payments as a result of uncollectible End Customer claims.

1.1.4. The SELLER may not ship the product if OTTO or OTTO Payments has informed the SELLER that there is suspected fraud or a confirmed match against a sanctions list.

1.1.5. All loss of or damage to goods on the outward journey to the end customer is to be borne by the SELLER.

1.1.6. Only neutral shipping packaging and the Trader’s own trade or brand shipping cartons may be used; shipping packaging from other marketplaces is prohibited. Only suitable shipping packaging that ensures proper delivery to the customer may be used.

1.1.7. Optionally, all shipments can be accompanied by a delivery note and/or returns slip (no returns label). Other inserts may only be enclosed with the shipments by the SELLER after prior consultation with OTTO or at OTTO‘s express request. The following information may not be included on permitted inserts:

- Bank details
- Customer service data
- Product prices
- OTTO logo
- Query of reasons for return
- Reference to sales channels other than otto.de

In addition, the article number of the SELLER stored on the system may only be indicated in conjunction with the OTTO article number or with a note to clarify that it is not the OTTO article number.

1.1.8. The SELLER undertakes to process the orders according to the first-in-first-out principle (FIFO), i.e. in particular to ensure that the parcels are handed over to the courier services in the FIFO order.

1.1.9. The SELLER undertakes to transmit the “shipment event” to OTTO, including all associated correct information (e.g. trackingKey, shipFromAddress, Carrier, returnTrackingKey), upon handover of the physical shipment to the transport service provider.

1.1.10. After the items ordered have been dispatched, the SELLER is required on request by OTTO to submit within two (2) days (business days from Monday to Friday) proof of delivery (including tracking number/tracking details, tracking events, recipient‘s first and last name, delivery address, recipient‘s signature (where given).

1.1.11. The SELLER must ensure that the specified delivery date for a product is met. The SELLER is obliged to adjust the stated delivery date for products to match any changes in circumstances. The SELLER undertakes to specify and comply with a delivery time of a maximum of twelve (12) weeks and for products not requiring order-related manufacturing a maximum of six (6) weeks.

1.1.12. If a stock keeping unit (SKU) / OTTO article number consists of more than one packaging items, dispatch of all the items must be effected from one and the same country.

1.2. Parcel logistics

Shipping to the end customer is to be carried out with a shipping service provider/product that is supported by OTTO in a technical sense.

1.3. Freight forwarding logistics

1.3.1. The SELLER is to notify a delivery date to the customer with a lead time of at least two (2) business days (Monday to Friday).

1.3.2. On the day of delivery, the SELLER undertakes to notify the end customer of the delivery time window as precisely as possible, but with an accuracy of at least six (6) hours.

1.4. SLA delivery performance

1.4.1. The SELLER undertakes to maintain an on-time delivery rate of at least 92% on a calendar month basis.

Consequence of non-compliance with on-time delivery rate (without prejudice to further rights): significant non-compliance with the on-time delivery rate in individual weeks (<85%) may result in immediate product/range deactivation.

1.4.2. The SELLER undertakes to ensure that the proportion of early deliveries (first delivery attempt before the expected delivery window) does not exceed 40% per calendar month.

1.4.3. The SELLER undertakes to maintain a partner cancellation rate of less than 2% of transmitted orders on a calendar month basis.

Consequence of non-compliance with partner cancellation rate (without prejudice to further rights): significant non-compliance in individual weeks (>4%) may result in immediate product/range deactivation.

2. Returns requests

2.1. General requirements

2.1.1. The SELLER is obliged to accept the return of all products sent back by the end customer as a result of the existing and timely exercised statutory right of withdrawal or voluntary right of return. The same applies to products that were not registered for return via the return notification process but were sent back by the end customer within the applicable deadlines and can be assigned to the SELLER.

The SELLER must assign a positive return status, provided that there is no entitlement to compensation for value or damages against the end customer due to the condition of the returned products or due to delayed return of the products.

2.1.2. The SELLER must – irrespective of the existence of a right of withdrawal or the voluntary right of return – enable the free return of a product at the request of the end customer within 48 hours (business days from Monday to Friday) by providing a (new) return label or – for freight items – by providing a (new) collection date if it is a misdirected product per Section 2.4.1 of this Appendix. The same applies if, with regard to the respective product, information has been provided to the end customer pursuant to Art. 32 DSA or pursuant to the Product Safety Ordinance (see also Section 6.6.1 of the Terms & Conditions).

2.1.3. The SELLER shall also assign a positive return status if

a) the end customer has exercised the existing right of revocation or right of return in due time and has submitted a proof of posting for the return shipment or has provided proof of the return shipment in another manner (proof also includes, for example, con-

firmation of parcel posting displayed in the end customer‘s user account on the basis of the tracking data of the shipment), without the consignment having been received by the SELLER, provided at least two (2) weeks have passed since the consignment was handed in or returned;

b) the end customer has issued a legally binding declaration that he or she has not received the shipment or has not received it in full (this also applies if the SELLER has provided proof of delivery);

c) (1) it is a product returned by the end customer in accordance with Section **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**, -Section 4.4 and/or Section 4.7 of this Appendix or (2) the SELLER has failed to pro-vide a return label for this product within the specified period. In case (1), the period is two (2) days (business days from Monday to Friday). In the second case (2), the return status must be set immediately after the deadline for providing the returns label has passed

d) If the end customer has refused acceptance at the time of delivery and there is no declaration by the end customer to the contrary (e.g. request for remedial delivery due to a damaged shipment)

e) If delivery to the end customer was not possible (e.g. due to an address error or non-collection from the parcel collection point)

f) If the delivery status has not been marked as “delivered” for two (2) weeks or longer

g) If the SELLER has provided an incomplete or incorrect return address and the end customer‘s return could not be delivered to the SELLER as a result

h) If the end customer has provided a legally binding declaration to the effect that the delivery or return was made in accordance with the information provided during the returns registration process (contents of the shipment/number of products)

i) If the end customer has provided a legally binding declaration to the effect that faults in the product existed at the moment of receipt of the goods.

2.1.4. If, in the event the return is rejected, the SELLER undertakes to contact the end customer within two (2) weeks of the rejection in order to clarify the whereabouts of the goods, e.g. a return to the end customer. Return dispatch to the end customer is at the risk of the SELLER.

2.1.5. If the SELLER refuses to take back a product because revocation or the right of return was not communicated in a timely manner by the end customer or a right of revocation or right of return does not exist, the SELLER may not otherwise dispose of the returned products before the SELLER has at least offered to resend the product to the end customer at the end customer‘s expense and the end customer has refused this or has not responded to the offer within a period of two weeks.

2.1.6. The returns registration process provided by OTTO for end customers requires an automated calculation of revocation and return periods. An exact calculation of these deadlines is currently not possible by automated means (i.e. the exact determination of the date of delivery of the product for the beginning of the deadline and the expiry of the deadline in the event of a deadline ending on Saturdays, Sundays or public holidays). In order to ensure that the deadlines are not truncated by the automated calculation at the expense of the end customers, OTTO extends them by a “safety buffer” (if no delivery status is available, seven (7) days from SENT status, otherwise two (2) days from delivery status) and therefore may make the returns notification process available to end customers for a slightly longer period than the actual deadline would require in individual cases. The SELLER undertakes not to reject returns of this kind on the basis of expiration of the deadline.

2.1.7. The SELLER is required to provide the following information system-side:

a) Return address for national warehouse (Carrier: GLS, HERMES, DHL): A return address located in the Federal Republic of Germany (recipient, street, house number,

postal code and city), which must be a real existing address or business address (recipient, postal code and city) and not a “fictitious” address known only to a specific carrier for forwarding and sorting purposes. In exceptional cases (Carrier: GLS and HERMES), OTTO reserves the right to authorize shipment of the return to a Member State of the European Union, provided certain conditions are met.

b) Return address for international warehouse (Carrier DHL):
Where an international return solution is used: A return address located in the Germany, Italy, Poland, Czech Republic, Netherlands, France, Austria, Spain or Denmark for problem cases (recipient, street, house number, postal code and city), whereby this must be a real existing address or business address (recipient, postal code and city) and not a “fictitious” address known only to a specific carrier for forwarding and sorting purposes.

c) Return carrier:
- other carrier-dependent information (e.g., DHL customer ID or GLS customer ID).
- Carrier DHL: The returns information provided by the sellers in the partner portal must match the information provided by DHL (contract and address information) and the Return Tracking Key on the order must be validated by the DHL customer ID

d) Other carrier-dependent information (e.g., German billing number or customer ID).

2.1.8. All returns are free of charge for the customer; the costs incurred are borne by the SELLER.

2.1.9. All loss of or damage to goods on the return journey from the end customer is to be borne by the SELLER.

2.1.10. Should OTTO determine that an end customer has not ordered the delivered goods, the SELLER is required to take back the goods from the end customer at its own expense.

2.2. Parcel logistics

2.2.1. All parcel shipments are to be sent by the SELLER without a return label.

2.2.2. Only Hermes, DHL and GLS may be selected by the SELLER as transport service providers, as long as no other transport service providers have been connected by OTTO.

2.2.3. If products are not suitable for return shipment as a parcel (e.g. mattresses), the following Section 2.3 applies.

2.3. Freight forwarding logistics

2.3.1. When the end customer creates a return, the SELLER is required to ensure that a collection time is made available to the end customer on a business day from Monday to Friday, within 24 hours. At the request of the end customer, the collection date must have a lead time of at least two (2) days and a maximum of fourteen (14) days.

2.3.2. Collection shall take place at the originally selected delivery location at the end customer (delivery to the apartment = collection from the apartment), unless the SELLER and end customer agree on a different location.

2.4. Misrouted Returns

2.4.1. All returns sent to OTTO by the end customer or another retailer which are actually intended for the SELLER (misdirected items) are to be forwarded by OTTO to the SELLER with Hermes Germany at the SELLER‘s risk; OTTO will bear the transport and handling costs incurred. The SELLER is not entitled to reject the forwarded misdirected goods as being late, provided that the end customer has declared revocation in due time with regard to them or has exercised the right of return in due time. In this case, the revocation period or the period for the right of return is deemed to have been observed if the misdirected

item was sent to OTTO or another SELLER by the end customer within the revocation or return period.

2.4.2. OTTO reserves the right in the following cases to dispose of misdirected products at its own discretion:

a) Misrouted returns that cannot be assigned by OTTO to a specific end customer order and therefore cannot be forwarded to a SELLER;
b) Misrouted returns for which, despite OTTO's request, the SELLER does not provide a return address in Germany, Italy, Poland, Czech Republic, the Netherlands, France, Austria, Spain, or Denmark within two weeks;
c) Misrouted returns for which delivery to the address provided by the SELLER could not be made on two occasions (e.g., due to refusal of acceptance or incorrect address); and/or
d) Misdirected items received by OTTO after the Contract has expired.

The SELLER undertakes to transfer ownership of the corresponding misdirected items to OTTO.

2.4.3. At least twice a week, the SELLER undertakes to send to OTTO any misdirected items which are related to the Marketplace and are returned to the SELLER where the SELLER must bear the transport and handling costs incurred. The SELLER will provide the relevant consignment number upon OTTO's request. If the SELLER does not send the items to OTTO or if the SELLER cannot prove that the items have been sent, the SELLER is required to pay the selling price of the product.

2.5. SLA returns processing

2.5.1. The SELLER agrees to provide the return status within two (2) business days (Monday to Friday) from receipt of the return. For freight returns, the SELLER is required to transmit a return status within seven (7) days (business days from Monday to Friday) after collection.

2.5.2. It must be ensured that returns are processed no later than six (6) days (business days from Monday to Friday) after parcel delivery (not shipping items).

2.5.3. The SELLER agrees to keep the rate of late status reports below 15% on a calendar month basis.

2.5.4. OTTO is entitled, without prejudice to any further rights, to deactivate the SELLER'S product(s)/range(s) in whole or in part in case of non-compliance.

3. End customer inquiries and inquiries from OTTO

For all end customer inquiries and end customer-related inquiries from OTTO, the SELLER undertakes to provide feedback as soon as possible, but within a maximum of 48 hours from receipt of the inquiry, on weekdays from Monday to Friday.

4. End customer complaints in connection with warranty cases ("warranty cases")

When processing warranty claims, the SELLER must comply with German law on warranties and guarantees. In addition, the following requirements apply:

4.1. Notification of the defect within the revocation period shall be deemed to be a revocation unless the end customer requests remedial performance and/or expressly agrees to remedial performance.

4.2. Warranty claims may not be rejected on the grounds that the end customer has

confirmed/acknowledged the absence of defects upon delivery.

4.3. The SELLER shall comment on the warranty case within five (5) days (business days from Monday to Friday) (offer for the type of subsequent fulfilment (rectification or new delivery), reversal free of charge or justified rejection of the warranty case or the type of subsequent fulfilment requested by the end customer). Should the SELLER deem a product inspection necessary, the inspection must be initiated within this period.

4.4. Subsequent performance is limited to two attempts. Thereafter, the SELLER must enable the free return of a product within 48 hours (business days from Monday to Friday) by providing a return label or – in the case of freight items – arranging a collection appointment.

4.5. Subsequent performance or the type of subsequent performance promised by the SELLER may not be withdrawn by the SELLER at a later date.

4.6. If the SELLER and the end customer agree on a price reduction or a full credit note, the SELLER must execute the booking within a period of two (2) days (business days from Monday to Friday).

If the end customer rejects a price reduction to settle the warranty case, section 4.3 shall apply accordingly.

4.7. If the end customer accepts the proposed type of subsequent performance (rectification or replacement delivery), the SELLER must carry this out within a period of three (3) weeks or—should this period be longer—at the latest in accordance with the delivery period commitment of the original order. If this deadline cannot be met, the SELLER shall enable the free return of a product within 48 hours (business days from Monday to Friday) by providing a return label or – in the case of shipping items – a collection date.

End of Appendix 7

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 8: Requirements for product data (images & texts)

OTTO provides the SELLER with technical options for independent product data maintenance.

1. General requirements for product data

1.1. Information on the care of products: https://api.otto.market/docs/
1.2. The content and images may only contain information relating to the respective product
1.3. All information must be provided exclusively in German (in accordance with German spelling and grammar).
1.4. The product attributes provided must be maintained correctly with regard to their substantive meaning (e.g., a color or color designation in the product attribute “Farbe”).
1.5. Variants of the same product (SKU) must be grouped within one product if they differ only in physical characteristics, such as color, size, or quantity, but not in usability. In this case, grouping into variants of a product is mandatory, provided that suitable variant attributes are available for the respective category. It is not permitted to create individual product entries for each variant. Variants must be created in accordance with customary market practice and in a transparent and comprehensible manner. The variant logic customary for the relevant product range shall apply. Where specifications of the brand owner or a corresponding product structure established by OTTO exist, these must be taken into account when creating variants. SKUs may not be merged into one product if they are not variants of the same product. This is the case if variants differ in core characteristics, such as different cuts for T-shirts. In this case, separate products must be created for each variant
1.6. At least one cut-out image (i.e., a product image with a white background) as specified in Section 1.4.2 must be provided for each product variant.
1.7. Product descriptions must be formulated precisely and unambiguously. Ambiguous content that is not conducive to the objective product description must be avoided.
1.8. Product images must be appear professional and high-quality, with clear depictions, clean staging and consistent lighting; the visual result must be equivalent to studio or studio-like quality.

2. Undesired text and image content

The following copy and image content is not permitted, e.g. in the product description, bullet points, granular features, rich content and in all images and product documents, e.g. operating instructions, manufacturer‘s warranty, product data sheets:

2.1. Promotion of SELLER-specific information, e.g. SELLER’S name and logo, SELLER-specific conditions (e.g. prices, price reductions, delivery conditions); SELLER-specific customer services; SELLER-specific warranties (except manufacturer warranties, which apply to all sellers); product-related restrictions that other SELLERS do not have (e.g. “in 3 trend colors” if the supplier/manufacturer offers more colors); SELLER-specific information on seals and licenses (except for the specific features provided to this end)
2.2. Promising (real or apparent) free gifts, e.g. (“Additional guarantee only available through us”, washing powder with the washing machine)
2.3. Promising cash back promotions.
2.4. Product ratings from end customers (e.g. indication of star ratings)
2.5. Information on OEKO-TEX®, Standard 100, unless OTTO enables the SELLER under certain further conditions to make the reference
2.6. Information or references to other products on the Marketplace platform
2.7. Information on the existence or exclusion of a right of withdrawal or return
2.8. Information on other websites (except for references to websites of certification marks, certificate databases, and websites on which information on the Data Act is provided) and shops
2.9. Disclaimers of liability by the SELLER, in particular with regard to certain behaviors of the end customer
2.10. Discriminatory content and descriptions (e.g. social or ethnic discrimination (e.g. “Indian”, “Afro”), sexual or gender discrimination, discrimination based on age, religion or disability)
2.11. Descriptions related to colonialism (e.g. colonial style, colonial colors, etc.)

2.12. Description and depiction of violence/torture and submissive relationships
2.13. National Socialist (Nazi), antisemitic, racist, extreme-right content or that recognized by the Federal Office for the Protection of the Constitution as contrary to the German constitution (clearly related symbols, numbers and abbreviations or codes)
2.14. Content glorifying and trivializing war (e.g. weapons)
2.15. Emojis
2.16. Additional information (e.g. contained in descriptive images) that is not already contained in the product features and/or product description

3. Unwanted content in images (including the main image/clipped image, detailed images and images in rich content)

3.1. Visible Watermarks
3.2. Sexually suggestive depiction of minors (explicitly: children's underwear and children's swimwear on a model)
3.3. Short clothing on babies (excluding the depiction of visible hands, feet, and head)
3.4. Pornographic content and the depiction of visible primary or secondary sexual characteristics on the model or figures (excluding the depiction of the product as a cut-out, with a slip on the model, or with neutral stickers covering the secondary sexual characteristics)
3.5. Realistic portrayal and reenactment of sexual acts
3.6. Erotic poses, facial expressions, gestures of models or figures
3.7. Backgrounds that are not necessary for explaining the product. This applies in particular to products in an erotic context (e.g. depiction in private premises)
3.8. Blurring, pixelating, or covering primary and secondary sexual characteristics (e.g. by smileys, inserted shapes, or the model's hands)
3.9. Concealed or retouched faces in model images

4. Main image requirements

4.1. A fully clipped image must be supplied as the main image. For these product ranges
- Fashion articles: Clothing (except shoes)
- Home furnishings: Complete beds, sofas and box furniture sets
- Built-in electrical appliances (e.g. built-in cooker sets, built-in ovens, built-in dishwashers)

an alternative main image (e.g. ambience or item worn by the model) can also be used, taking into account the requirements in point 4.3. If the exception is used, the clipped image must be supplied as the first detailed image.

4.2. Main image requirements (clipped image)
- White background (RGB color value 255,255,255)
- Cropped, centrally positioned, well-lit and clearly recognizable product
- Image of the main product only (without accessories, rear view, etc.)
- Continuous white border on all four sides of the image at least 1 pixel wide
- Product makes up at least 85% and a maximum of 95% of the image area (except for small and/or narrow products (e.g. pens, fishing rods, tent pegs))
- Transparent products: Display in a realistic but reduced environment focusing on the product (e.g. curtains, pleated blinds, roller blinds: Display on an implied window without a view; e.g. display protection films: Illustration with implied application on the device)
- No drawings, texts, icons or logos (e.g. brand logos). Exceptions are permitted for:
  - Technical equipment: General product information such as brand, operating system, series etc. can be advertised within the display for technical devices
  - Mattresses and slatted frames: Display of quality seals is permitted
- No image/photo collages

4.3. Requirements for the alternative main image
- Product variant is in focus, not cropped and placed in the center
- No image/photo collages

- No drawings, texts, icons or logos (e.g. brand logos)
- Centrally positioned, well-lit and clearly recognizable product
- The following applies to the defined exceptional product ranges:
  - Fashion articles: Photograph of the item with a model, with a plain background on white or grey; simple frontal representation in which the product is clearly visible
  - Home furnishings: Presentation of the product in a simple spatial setting; exaggerated styling (e.g. with accessories, props, decoration) must be avoided
  - Built-in electrical appliances: Illustration using an implied, direct environment of the appliance; when illustrating built-in electrical appliances, it is not permitted to show the surrounding cabinets or the installation situation in full

5. Additional requirements for the product data

5.1. If a manufacturer's guarantee is advertised, the manufacturer's specific guarantee conditions must be included as a PDF document.

5.2. For all (existing and future) product data, in particular product data in PDF format, the SELLER shall ensure that these comply with the requirements of the Barrierefreiheitsstärkungsgesetz.

5.3. Product details of cosmetic products must include the full, accurate list of ingredients and instructions for safe application.

6. Insertion of markup and scripts in text fields

In all free text fields supplied by SELLER, any supplied text formatting (so-called markup) will be suppressed to ensure a consistent look and feel on www.otto.de. This applies in particular to links to external pages or script functions for loading external programs.

There are currently the exceptions to these rules:

- The following tags are allowed in the HTML long description: p, li, ol, ul, br, b, table, tr, td, span, di, caption
- In the descriptions, these are allowed: p, li, ol, ul, br, b, table, tr, td, span, di, caption, h3, h4

End of Appendix 8

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 9: Guideline for end customer communication

This guideline applies to communication initiated by the SELLER and its vicarious agents (e.g., commissioned shipping companies) and/or the end customer. The SELLER is legally responsible for the content of its communication (this also applies to (AI-generated) response suggestions).

Form of end customer communication

1. All communication is exclusively in German and complies with correct German spelling and grammar. Communication may be conducted in English, provided that the END CUSTOMER contacts the SELLER in English. A response consisting solely of a punctuation mark and/or letter is not permitted.
2. The use of GIFs, logos and emojis is not permitted.
3. To avoid irritating end customers, it is forbidden to communicate using e-mail addresses containing the names of other marketplaces (e.g. ...@amazon.de).

Content of end customer communication

4. It is prohibited to use language or content that is not suitable for minors, discriminatory, offensive, or otherwise disrespectful.
5. Any and all marketing activities or content (e.g. coupons, discounts, vouchers, free gifts) are prohibited.
6. It is not permitted to refer end customers to or redirect them to sales channels other than the OTTO app or the OTTO website. This includes, for example, other websites, portals or platforms. Similarly, the names of other marketplaces may only be mentioned if this is expressly required to process the customer case.
7. Sending automated responses to an end customer inquiry (e.g. out-of-office e-mails, confirmations of receipt) and sending (automated) messages after clarification of the end customer inquiry (e.g. with a request to evaluate the quality of the end customer support provided by the SELLER) is prohibited.
8. It is not permitted to provide one's own contact information (especially of one's own customer service) or to provide a signature. Furthermore, the SELLER is not authorized to proactively request the contact details of end customers (except for delivery notification of shipping items).
9. It is not permitted to communicate or request payment information (e.g. IBAN, Paypal), with the exception of the communication of payment information necessary to cover the costs of returning rejected items. In this case, the SELLER may provide their IBAN so that the end customer can transfer the return costs.
10. The e-mail addresses support@otto.market, service@otto.de and marktplatz@otto.de must not be communicated.
11. Communication with the end customer must be appropriate and in German. In particular, direct translations from foreign language regions should be avoided (e.g. local sayings, proverbs), as they often lead to confusion and irritation among customers and do not meet OTTO standards.
12. If OTTO initiates a (partial) credit in the Marketplace system (see Section 15.1), the SELLER may not subsequently contact the End Customer in connection with that credit, unless such contact is necessary for the return or collection of the relevant product.

Purpose of end-customer communication

13. Proactive communication is only permitted via the systems provided by OTTO and only if it is order related. This includes the following cases:

    - Inquiry about an order which is necessary for order processing;
    - Transmission of important information regarding order processing and delivery (e.g. change of a shipment number or notification of an unplanned delivery delay);
    - Contact for the purpose of handling a product-related safety measure (e.g. product recall, product warning, etc.);
    - Contact in cases of return rejection to clarify the whereabouts of the goods;
    - Contact for the purpose of processing the additional service ordered for the return of old

appliances in accordance with the law (ElektroG).

Obligation to Respond to End Customer Inquiries

14. The SELLER is obliged to provide a response to end-customer inquiries as soon as possible, but no later than 48 hours from receipt of the inquiry, on weekdays from Monday to Friday; this also applies if the SELLER has previously proactively contacted the end customer regarding an inquiry.

End of Appendix 9

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 10: Data processing agreement

Data processing agreement

Between the SELLER as the data controller as defined in Article 4 No. 7 GDPR (hereinafter "data controller") and Otto (GmbH & Co. KGaA), Werner-Otto-Strasse 1 – 7, 22179 Hamburg (hereinafter "processor")

Preamble:

The processor is the operator of the online sales platform otto.de (hereinafter "OTTO Market"). The data controller sells goods and/or services to end customers via OTTO Market in its own name and for its own account. Further details are governed by the agreements concluded between the parties:

"*Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de*"

In this context, individual services are provided by the processor on behalf of the data controller as defined in Article 28 GDPR. In order to regulate the data protection issues, the parties agree on the following provisions regarding data processing.

1. Subject and duration of the Contract

(1) Subject

The subject of the Contract is defined by the Service Agreement

"*Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de*"

to which reference is made here (hereinafter "**Service Agreement**").

(2) Duration

The duration of this Contract (the term) corresponds to the term of the Service Agreement.

2. Clarification of the content of the Contract:

(1) Type and purpose of the intended processing of data

The nature and purpose of the processing of personal data by the processor for the data controller are specifically described in the Service Agreement.

The provision of the contractually agreed data processing shall take place exclusively in a Member State of the European Union or in another Contracting State to the Agreement on the European Economic Area. Any relocation to a third country requires the prior consent of the data controller and may only take place if the special requirements of Article 44 et seq. GDPR are fulfilled.

(2) Data types

The following types of data are subject to processing (enumeration/description of the categories of data)

- Personal basic data
- Communication data (e.g. telephone, e-mail)
- Contract master data (contractual relationship, product or contractual interest)
- Customer history
- Contract billing and payment data

- Planning and control data

(3) Categories of data subjects:

The categories of data subjects affected by the processing include:
- Customers
- The SELLER'S contacts

3. Technical and organizational measures

(1) The processor undertakes to document the implementation of the technical and organizational measures as set out and required in advance of the award of the Contract before the start of the processing, in particular with regard to the specific execution of the Contract, and to hand them over to the Customer for inspection. If accepted by the data controller, the documented measures become the basis of the Contract. Insofar as the review/audit of the data controller reveals a need for adjustment, this is to be implemented by mutual agreement.

(2) The processor undertakes to implement security measures pursuant to Article 28(3)c, 32 GDPR, in particular in connection with Article 5(1) and (2) GDPR. Overall, the actions to be taken are data security measures and measures to ensure a level of protection appropriate to the risk in terms of confidentiality, integrity, availability and the resilience of the systems. The current state of technology, the implementation costs and the nature, scope and purposes of the processing as well as the varying likelihood and severity of the risk to the rights and freedoms of natural persons as defined in Article 32(1) GDPR are to be taken into account.

(3) The technical and organizational measures are subject to technical progress and further development. In this respect, the processor is permitted to implement adequate alternative measures. In doing so, the safety level of the defined measures must not be fallen short of. Significant changes are to be documented. Core customer data may only be stored in encrypted form.

4. Correction, restriction and erasure of data

(1) The processor may not correct, erase or restrict any data processed under the Contract on its own authority, but only in accordance with documented instructions from the data controller. Insofar as a data subject contacts the processor directly in this regard, the processor undertakes immediately to forward this request to the data controller.

(2) To the extent covered by the scope of services, the erasure concept, right to be forgotten, correction, data portability and information are to be ensured directly by the processor in accordance with documented instructions from the data controller.

5. Quality assurance and other obligations of the processor

In addition to compliance with the provisions of this Contract, the processor has statutory obligations pursuant to Articles 28 to 33 GDPR; in this respect, the processor must, in particular, ensure compliance with the following requirements:

a) Written appointment of a data protection officer who will perform his/her activities in accordance with Articles 38 and 39 GDPR. The processor's current contact details must be easily accessible on the processor's website.

b) Maintain confidentiality pursuant to Article 28 (3) sentence 2b, 29, 32 (4) GDPR. When performing the work, the processor will only use employees who have been obliged to maintain confidentiality and who have previously been familiarized with the data protection provisions relevant to them. The Contractor and any person under its authority who has access to personal data may process such data only in accordance with the instructions of

the Controller, including the powers granted in this contract, unless they are legally required to process the data.

c) The implementation of and compliance with all technical and organizational measures required for this Contract in accordance with Article 28 (3) p. 2 c, 32 GDPR; details in the "Checklist – Technical & Organizational Measures" (**Appendix 1**) to this Contract.

d) The Controller and the Contractor shall cooperate with the Supervisory Authority upon request in the performance of their duties.

e) Immediate notification of the data controller about monitoring actions and measures of the supervisory authority, as far as they relate to this Contract. This also applies insofar as a competent authority is investigating the processor in the context of an administrative offence or criminal proceedings with regard to the processing of personal data during data processing.

f) To the extent that the Controller is itself subject to inspection by the Supervisory Authority, administrative offence or criminal proceedings, a claim for damages by a data subject or a third party, or any other claim in connection with commissioned processing by the Contractor, the Contractor shall support the Controller to the best of its ability.

g) The Contractor shall regularly monitor internal processes as well as the technical and organizational measures (**Appendix 1**) to ensure that processing within its area of responsibility is carried out in accordance with the requirements of applicable data protection law and to ensure the protection of the rights of the data subject.

h) The Contractor shall provide evidence of the technical and organizational measures taken (**Appendix 1**) to the Controller within the framework of its audit rights under Section 7 of this contract.

6. Subcontracting activities

(1) The data controller consents to the commissioning of the subcontractors named in Appendix 2 subject to the condition of a contractual agreement in accordance with Article 28 GDPR and, if applicable, in compliance with Article 44 et seq. GDPR.

(2) Outsourcing to subcontractors or changing the existing subcontractor is permitted, provided that the data processor notifies the data controller of such outsourcing to subcontractors in writing or in text form a reasonable time in advance and the data controller does not object to the planned outsourcing in writing or in text form to the data processor by the time the data is handed over and a contractual agreement in accordance with Art. 28 GDPR is used as a basis.

(3) If the subcontractor provides the agreed service outside the EU/EEA, the processor is required to ensure that it is admissible under data protection law by taking appropriate measures.

(4) Any further outsourcing by the subcontractor requires the express consent of the main processor (at least in written form); all contractual provisions in the contractual chain must also be imposed on the further subcontractor.

7. Monitoring rights of the data controller

(1) The data controller has the right, in consultation with the processor, to carry out inspections or to have inspections carried out by inspectors to be named in individual cases. It has the right to convince itself of the processor's compliance with this agreement in its business operations by means of spot checks, for which notice must be given in good time.

(2) The Contractor shall ensure that the Principal can verify compliance with the Contractor's obligations under Art. 28 DS-GVO. The processor undertakes to provide the data controller with the

necessary information upon request and, in particular, to verify the implementation of the technical and organizational measures (**Appendix 1**).

(3) Proof of such measures, which do not only relate to the specific assignment, may be provided by

- Compliance with approved rules of conduct in accordance with Article 40 GDPR;
- Certification in accordance with an approved certification procedure pursuant to Article 42 GDPR;
- Current attestations, reports or extracts of reports from independent bodies (e.g. auditors, internal audit for revision, data protection officers, IT security department, data protection auditors, quality auditors);
- Suitable certification through IT security or data protection audits (e.g., in accordance with BSIGrundschutz).

8. Notification of violations by the processor

The processor undertakes to support the data controller in complying with the obligations set out in Articles 32 to 36 GDPR regarding the security of personal data, data breach notification obligations, data protection impact assessments and prior consultations. This includes:

a) Ensuring an adequate level of protection through technical and organizational measures that take into account the circumstances and purposes of the processing as well as the predicted likelihood and severity of a potential security breach and allow for the immediate detection of relevant breach events

b) The obligation to report personal data breaches to the contracting authority without delay

c) The obligation to assist the data controller within the scope of its duty to inform the data subject and, in this context, to provide it with all relevant information without delay

d) The support of the data controller for its data protection impact assessment

e) The support of the data controller in accordance with prior consultations with the supervisory authority

9. Authority of the data controller to issue instructions

(1) The data controller must confirm verbal instructions without delay (at least in written form).

(2) The processor must notify the data controller without delay if it believes that an instruction violates data protection regulations. The processor is entitled to suspend the implementation of the relevant instruction until it is confirmed or amended by the data controller.

10. Deletion and return of personal data

(1) Copies or duplicates of the data will not be made without the knowledge of the data controller. This does not include backup copies necessary to ensure proper data processing as well as data necessary to comply with statutory retention periods.

(2) After completion of the contractually agreed work or earlier upon request by the data controller – at the latest upon termination of the service agreement – the processor agrees to hand over to the data controller all documents that have come into its possession, processing and utilization results that have been created, as well as data files that are related to the contractual relationship, or will destroy them in accordance with data protection requirements after prior consent. The same applies to test and waste material. The record of erasure is to be presented on request.

(3) Documentation that serves as proof of the proper processing of data in accordance with the order is to be retained by the processor beyond the end of the Contract in accordance with the respective retention periods. They may be handed over to the Auftraggeber at the end of the contract for discharge.

Appendix 1: Checklist – Technical and Organizational Measures

The Auftragnehmer ensures, in the context of the processing of personal data on behalf, the legally required security measures and will provide evidence thereof at the request of the Auftraggeber. The following special technical and organizational measures are observed during processing:

1. Confidentiality

a) **Building access control** (for example for buildings and rooms; to cabinets and shafts)
Minimum measures to prevent unauthorized individuals from gaining access to data processing systems which are used to process personal data:
- Secure locking system
- Access control system
- Monitoring equipment, possible establishment of safety zones

b) **System access control** (no unauthorized system use, for example, unauthorized startup or unauthorized logon to systems). Minimum measures with which the use of data processing systems by unauthorized persons is prevented:
- Password mechanism (secure password and regular password change)
- Automatic locking, logout in case of prolonged non-use
- Firewall
- Virus protection

c) **Program access control** (running applications, preventing unauthorized activities in data processing systems and access to data, applications and interfaces)
Minimum measures to ensure that those authorized to use a data processing system only have access to the data which is subject to their access authorization and that personal data cannot be unauthorized, read, copied, altered, or removed during processing, use, or after storage:
- Differentiated authorizations for the DP systems (profiles, roles)
- Regular updates
- Implemented and effective erasure concepts
- Use of suitable pseudonymization procedures

d) **Separation control**
Minimum measures to ensure that personal data collected for different purposes and for different data controllers is processed separately.
- Logical storage of customer data by data controller
- Test and production data must be processed in separate systems

2. Integrity

a) **Transfer control**
Minimum measures to ensure that personal data cannot be read, copied, modified or removed without authorization during electronic transmission or while being transported or stored on data media:
- Encrypted transmission and storage according to the state of the art
- Monitoring and log management

b) **Input control** (traceability, documentation)
Minimum measures to ensure that it is possible to verify retrospectively whether and by whom personal data can be entered, modified or removed in data processing systems:
- Monitoring and log management
- Authorization rules

3. Availability

a) **Availability controls**

Minimum measures to ensure that personal data is protected against accidental destruction or loss, against technical malfunctions caused by the failure of the operating/application software, against negligent/intentional acts, against malicious software:

- Regular backups
- Protection software against malware
- Logical separation

4. Load capacity

Minimum measures to ensure that, in the event of a failure of the IT systems, these can be restored promptly.

- Emergency plan for the restoration of IT systems processing personal data

Appendix 2: OTTO Market | Service providers | Address and Contact Details

Name	Street & house number	Postcode	Town	Country
Adobe Systems Software Ireland limited	Attn: Contract Coordinators 4–6 Riverwalk, Citywest	Dublin 24	Dublin	Ireland
Accenture GmbH	Campus Kronberg 1	61476	Kronberg	Germany
Amazon Web Services EMEA SARL	38 Avenue John F. Kennedy	1855	Luxembourg	Luxembourg
Amazon Web Services, Inc.	410 Terry Ave N	98109	Seattle, WA	United States (USA)
CaDa Solucije DOO	Dzemala Bijedica 199	71000	Sarajevo	Bosnia and Herzegovina
Confluent Inc.	899 West Evelyn Ave.	94041	Mountain View CA	United States (USA)
DCS Communication Centre Trading Ltd.	TWELVE, Level 2, San Gwakkin road Central Business District Zone 3	Post Code CBD3110	Birkirkara	Malta
Deutsche Telekom Business Solutions GmbH	Landgrabenweg 151	53227	Bonn	Germany
diatelplus GmbH	Tornaer Str.54	01239	Dresden	Germany
Emarsys eMarketing Systems AG	Hans-Fischer-Strasse 10	80339	Munich	Germany
factory42 GmbH	St.-Martin-Str. 106	81669	Munich	Germany
Getaline GmbH	Friedrich-Ebert-Damm 145	22047	Hamburg	Germany
Google Ireland Limited	Gordon House, Barrow Street	Dublin 4	Dublin	Ireland
Microsoft Deutschland GmbH	Walter-Gropius-Strasse 5	80807	Munich	Germany
Microsoft Ireland Operations Ltd.	One Microsoft Place, South County Business Park, Leopardtown	Dublin 18	Dublin	Ireland
MongoDB Ltd. Building Two	Number One Ballsbridge	Dublin 4	Dublin	Ireland
Multipoint GmbH	Kipsdorfer Str. 100	01277	Dresden	Germany
Multipoint Fliege GmbH	Gerstenstrasse 9	17034	Neubrandenburg	Germany

Name	Street & house number	Postcode	Town	Country
novomind AG	Bramfelder Chaussee 45	22177	Hamburg	Germany
Otto Group One.O GmbH	Freiberger Strasse 35	01067	Dresden	Germany
PAQATO GmbH	Wienburgstr. 207	48159	Münster	Germany
Paradox Consulting DOO	Futoški put 10	21101	Novi Sad	Serbia
Salesforce.com Germany GmbH	Erika-Mann-Strasse 31-37	80636	Munich	Germany
Sogedes GmbH	Havellandstr. 14	68309	Mannheim	Germany
Ströer X GmbH	Georgiring 3	04103	Leipzig	Germany
Teleperformance Germany S. à r. l. & Co. KG	Heinrich-Hertz-Strasse 4	44227	Dortmund	Germany
Thoughtworks Deutschland GmbH	Caffamacherreihe 7	20355	Hamburg	Germany

End of Appendix 10

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 11: Ranking Mechanisms

Search and ranking mechanism on www.otto.de	OTTO's goal is to show the end customer the items in the search results that have the highest relevance for the end customer. To achieve this goal, there are two different automated steps. In the first step, the items that match the search query or the selected category on product lists are displayed from the set of all articles. In a second step, these articles are sorted. **1. Determination of hits in a search** To compile the hit list, the search terms entered are matched with the product data on search results pages. OTTO uses a wide range of product information for this purpose: • Article title • Category of an item • Item brand • Target group of an article • Filter values of an item • Unique selling points of an article In addition, the semantic similarity of products to a search query is determined. If there are matches, the hit list is expanded to include such products. **2. Ranking of the result set** The following components are included in the ranking at www.otto.de: • Interaction data that describe the purchasing behavior of end customers (e.g. clicks, add to basket, conversion) • Linguistic relevance This factor is used to determine how well an article matches the search query in terms of language. The linguistic relevance is determined with the help of the product data. • Product information The relevance of a product for end customers is derived from information such as price, availability or other well-maintained product data. The use of several semantically identical terms in the product title leads to a devaluation in the ranking. The determination of relevant products always depends on the search query and can diverge during testing.
Sponsored product ads	Sponsored product ads (SPAs) give SELLERS selling goods on the Marketplace the opportunity to increase the visibility of their items in product listings, in search results listings and on the product detail page for a fee, provided they are of sufficient semantic relevance.
Article-level competition score	On www.otto.de it is possible that the same items may be offered by different SELLERS using the same product detail page. OTTO uses an algorithm ("article-level competition score") to decide which seller is named directly on the product detail page and to determine the further order of sellers selling an identical item.

	Based on the conviction that we aim to offer the greatest benefit for the end customers, the following main parameters are included in this score: • Price: Gross sales price excluding shipping costs, discount promotions not linked to a customer selection are taken into account • Costs for shipping and handling: Shipping costs of the SELLER, a flat rate is not taken into account, shipping costs exemption through promotions that are not tied to a customer selection are taken into account • Delivery time: average delivery time in whole days (for example, 4 days if you specify “3–5 days” and “3–4 days”) • SELLER confidence for OTTO in its capacity as a retailer: As part of an empirical study, it was determined that OTTO as a seller enjoys a special level of trust on its own platform www.otto.de, at least at the current time, which is taken into account by a bonus in the ranking. • Selected services and their costs: delivery to the place of installation, removal of old furniture, assembly service, installation and fitting service, whereby these services can currently only be offered by OTTO and therefore OTTO may be given preference in the ranking. The weighting of the main parameters (except for delivery time) is linked to the item price, as their relevance is assessed differently for different product price segments (example: shipping costs are more relevant for items with low prices). The relative weighting of the main parameters may vary during the execution of testing. In addition, random ranking can occur at irregular intervals to generate data for model training.

End of Appendix 11

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 12: Mediation Rules P2B Ponschab + Partner

Preamble

Mediation is a structured process in which the parties involved, with the assistance of one or more mediators, voluntarily and independently seek an amicable solution to their differences or disputes. The German E-Commerce and Distance Selling Trade Association (bevh), in cooperation with experienced mediators, offers providers of online platforms and their commercial users the opportunity to settle disputes out of court.

Mediation is based on the mediation rules in force at the time the proceedings begin, unless all parties involved agree on different rules by mutual consent.

1. Scope of application

These mediation rules apply to the out-of-court settlement of disputes between providers of online intermediation services and their commercial users. The prerequisite is that the parties are entitled to settle the dispute themselves and have agreed to mediation under the direction of one or more of the Association's mediators.

2. Initiation of Mediation

Mediation is initiated by filing a request, which can be e-mailed to bevh@ponschab-partner.com or provided online at P+P Mediation Request. The application must contain the following information:

a) The names and addresses of the parties

b) Contact details (telephone numbers and e-mail addresses) of the contact persons responsible for the dispute for all parties

c) The subject matter of the dispute with a description of the matter in dispute and the expectations

d) Confirmation that these mediation rules apply

e) Information as to whether the parties have already agreed to conduct mediation.

If there is no agreement to mediate, the mediator clarifies with all parties whether they are willing to mediate.

3. Conduct of the mediation process

If there is agreement on mediation, the mediator sets the framework conditions in consultation with the parties, in particular:

- Time schedule
- Type of mediation (in-person, online, by telephone)
- Place of mediation (for in-person mediation)
- Information to be provided in advance
- Fee

Mediation will take place in one or more sessions, which are not public. Appointments will be jointly agreed, with the mediator making suggestions for the timing. The mediator will discuss the facts of the case and possible solutions with the parties. He may also hold individual discussions with the parties' consent. The parties will ensure that at least one person present is authorized to enter into a legally binding agreement.

Mediation should be carried out quickly. The parties undertake to prioritize the mediation meetings.

4. Role and tasks of the parties

The parties endeavor to reach an agreement by mutual consent and undertake to negotiate openly and fairly. The parties or their representatives are to participate personally in the mediation meetings, which may be held online, by telephone, in person or in a hybrid format, as agreed.

During the mediation, the parties undertake to refrain from taking legal action, unless this is necessary to meet a deadline or to protect an endangered legal position. If legal action is initiated, the other parties and the mediator must be informed immediately.

If legal proceedings are in progress, the parties undertake to inform the court about the pending mediation and, if necessary, to request an interruption of the court proceedings.

5. Role and tasks of the mediator

The mediator is an independent, neutral and impartial facilitator. He will assure the parties that he has not represented any of the parties in the dispute in question to date and will not do so in future. His role is to assist the parties in working out a joint solution without making any decisions himself.

In exceptional cases, the mediator may make proposals for the final resolution of the differences or disputes if all parties expressly request this and the mediator has informed the parties of his change of role and the resulting consequences.

If necessary, the mediator can also point out the need for legal advice by a solicitor. The mediator explains, guides and structures the process and assists the parties in developing an agreement.

6. Confidentiality

The content of the mediation discussions is confidential and all parties involved in the mediation are bound to confidentiality, unless otherwise provided by law. This obligation applies to everything that they will become aware of in the course of their work in connection with the mediation process.

Notwithstanding other legal provisions regarding confidentiality, it does not apply if

- The disclosure of the content of the agreement reached in the mediation is necessary for the implementation or enforcement of that agreement
- The disclosure is required for overriding reasons of public policy, in particular to prevent harm to the welfare of a child or serious harm to the physical or psychological integrity of a person
- The information or documents were already known before the mediation or can be proven to have become known by other means, or
- The facts are obvious or are not significant enough to require confidentiality.

The parties undertake not to use the information, working documents, minutes, etc. obtained in the mediation process to the detriment of the other party and not to use them in subsequent court or similar proceedings without the consent of the other party.

Unless expressly agreed otherwise, none of the parties involved in the mediation process may be named as a witness in subsequent (arbitration) court proceedings for facts relating to the mediation process.

All information that the mediator receives from the parties in connection with the mediation proceedings is subject to his statutory duty of confidentiality.

The mediator may take minutes for his own information, to which the parties have no right of access.

If the mediator is called as a witness or expert in a later (arbitration) court case with regard to the mediation proceedings, he must invoke existing rights to refuse to give evidence in order to maintain confidentiality, unless he is expressly released from his confidentiality obligation by all the parties. The mediator may – with the prior consent of all parties – receive confidential information in writing (in particular regarding the facts of the case and the interests of the parties) and proposals for resolving the conflict that will not be provided to the other party.

7. Data protection

The data protection declaration, which can be viewed at P+P Datenschutz, applies.

8. Termination of the mediation procedure

The mediation is considered terminated if

a) The dispute is finally resolved by an agreement

b) One of the parties declares that it does not wish to continue the mediation process

c) The parties decide by mutual agreement to end the mediation process

d) The mediator declares mediation to be at an end because, in his opinion, an agreement between the parties is not to be expected.

9. Fee

For his services in preparing, conducting and following up the mediation, the mediator will receive a fee that will be agreed between the parties and the mediator.

The parties bear the mediator's fee and expenses (including VAT), whereby the online intermediation service must in any case bear an appropriate share. The appropriate share is determined on the basis of a proposal by the mediator, taking into account all relevant elements of the individual case, in particular the merits of the disputing parties' claims, the parties' conduct, and the parties' size and financial strength relative to each other. The parties are jointly and severally liable for payment. Invoicing is effected by Ponschab + Partner Mediatoren PartG.

10. Liability

The mediator can only be held liable in cases of gross negligence and intent.

End of Appendix 12

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de

Appendix 13: Mediation Rules P2B Fieldfisher

Mediation rules for P2B mediations pursuant to Article 12 of Regulation (EU) 2019/1150

Preamble

These mediation rules govern the conduct of mediation procedures between the provider of the online intermediation service **"*OTTO Market*"** of **OTTO GmbH & Co. KGaA** and commercial users in connection with the provision of the online intermediation service. Mediation is a voluntary, confidential and structured procedure in which the parties, with the support of an independent and neutral mediator, seek an amicable solution to their conflict on their own responsibility.

These mediation rules also serve to specify the cooperation with the mediator designated pursuant to Article 12 of Regulation (EU) 2019/1150. They do not replace the statutory obligation of the provider of online intermediation services to name two or more mediators in its general terms and conditions with whom it is willing to cooperate.

1 Scope of Application

1. These mediation rules apply to the out-of-court settlement of disputes between Otto Market, as the provider of an online intermediation service, and commercial users of Otto Market.
2. This covers disputes relating to the provision of the online intermediation service, including complaints that could not be resolved through the internal complaint management system.
3. Unless the parties agree otherwise in the individual case, the version of these mediation rules published upon receipt of the mediation request or incorporated into the Terms & Conditions of OTTO Market shall apply.

2 Relationship to Article 12 P2B Regulation and to the Terms & Conditions

1. These mediation rules specify the conduct of mediation procedures pursuant to Article 12 of Regulation (EU) 2019/1150.
2. Naming a mediator in the Terms & Conditions does not create an obligation for the parties to mandatorily settle a dispute by mediation. The voluntary nature of mediation remains unaffected.
3. If the parties undertake an attempt at mediation, they participate in the procedure in good faith.

3 Initiation of Mediation

1. Mediation is initiated by an application submitted by a party in text form.
2. The application should be addressed to the mediator's contact address stated in the Terms & Conditions or in other communications.
3. The application should contain at least the following information:
    a) name/company name and address of the parties;
    b) contact details of the responsible contact persons, in particular e-mail address and telephone number;
    c) if relevant: Marketplace account, SELLER-ID or other assignment to the user relationship;
    d) a brief description of the subject matter of the dispute;
    e) description of the affected platform measure, contract issue or complaint;
    f) information on whether an internal complaint procedure has already been carried out, and the outcome of the procedure.

4 Conduct and Commencement of the Mediation Procedure

1. If, upon receipt of the application, there is not yet mutual agreement on conducting mediation, the mediator clarifies with the parties whether they are willing to conduct mediation.
2. The mediation procedure begins as soon as both parties consent to conducting it or otherwise submit to mediation under these mediation rules.
3. The mediator may confirm the beginning and end of the mediation in text form.
4. If no agreement is reached on conducting the mediation, no mediation procedure under these mediation rules takes place.

5 Mediator, Independence and Neutrality

1. The mediator is an independent and neutral person without decision-making authority.
2. The mediator has an equal duty to all parties. The mediator supports the parties in structuring the procedure, communicating, and independently developing a possible solution.
3. The mediator does not decide the dispute and does not act as a party's representative, party advisor, arbitrator or expert.
4. Before taking on the procedure, the mediator discloses to the parties all circumstances that may impair their independence or neutrality.
5. The mediator must not act if, before the mediation, the mediator acted for a party in the same matter. The mediator must also not act for a party in the same matter during or after the mediation.
6. In consultation with the parties, the mediator determines the organizational framework conditions of the mediation.
7. If a person affiliated with the mediator in the same professional partnership or office sharing arrangement has acted or is acting for a party in the same matter, the statutory provisions of the German Mediation Act (MediationsG) apply.

6 Participation

The parties participate in the mediation in person or through sufficiently informed representatives authorized to bring about a settlement. Involving third parties requires the consent of all parties.

7 Conduct of Mediation Sessions and Separate Meetings

1. The mediation sessions are not open to the public.
2. As a rule, the mediation takes place in the presence of all parties.
3. With the parties' consent, the mediator may hold separate meetings.
4. The mediator may disclose information from separate meetings to the other party only with the consent of the party providing the information.
5. The mediator is not obliged to keep full minutes. At the parties' request, the mediator may document interim results or key points of a settlement.

8 Confidentiality and Non-use

1. The mediation is confidential.
2. The parties, the mediator, advisors and other involved persons treat all information, statements, proposals, concessions, documents and other content of the mediation as confidential.

3. The parties shall not name the mediator as a witness or expert in later proceedings regarding facts that relate to the mediation procedure and shall not unilaterally release the mediator from their duty of confidentiality in this respect.

4. Disclosure of the content of a final agreement remains permissible insofar as this is required for implementing or enforcing the final agreement.

9 Relationship to Judicial and Administrative Proceedings

1. Conducting or initiating mediation does not preclude legal recourse.

2. Measures to preserve deadlines and for interim relief remain unaffected.

10 Final Agreement

1. If the parties reach an agreement, it may be documented in a final agreement.

2. The final agreement should be in writing if the parties wish a legally binding documentation or if this is required to implement the settlement.

3. The mediator works towards ensuring that the parties conclude the agreement with knowledge of the facts of the case and understand its content.

4. The mediator informs parties who participate without professional advice of the possibility to have the final agreement reviewed by external advisors before signing.

11 Termination of the Mediation

The mediation ends if:

1. the parties conclude a final agreement;

2. one party declares the mediation terminated in text form;

3. the parties jointly declare termination;

4. the mediator terminates the mediation, in particular if independent communication or an agreement is not to be expected;

12 Costs, Fees and Expenses

1. Before the start of the specific mediation procedure, the parties and the mediator enter into a case-specific mediation agreement or a mediator agreement, in which, in particular, the subject matter of the dispute, framework conditions, fees, expenses and payment modalities may be regulated.

2. As the provider of the online intermediation service, OTTO GmbH & Co. KGaA bears an appropriate share of the total costs of mediation in each individual case.

3. The appropriate share is determined on the basis of a proposal by the mediator, taking into account the circumstances of the individual case. In particular, the merits of the claims, the conduct of the parties, and the parties' size and financial strength relative to each other must be taken into account.

4. Otherwise, the parties bear their own costs themselves, unless agreed otherwise.

Section 13 Choice of Law, Language of the Rules and Final Provisions

1. German law applies to these mediation rules and to the mediation procedure, unless mandatory statutory provisions provide otherwise.

2. Mandatory provisions of Regulation (EU) 2019/1150 take precedence over any conflicting provisions of these mediation rules.

3. Deviations from these mediation rules are possible in the specific mediation procedure provided that all parties and the mediator agree and mandatory statutory provisions do not conflict.

End of Appendix 13

Back to the Terms & Conditions of Otto GmbH & Co. KGaA for Sellers on www.otto.de