

Allgemeine Geschäftsbedingungen

1. Geltungsbereich

- a) Die MYTY Group Switzerland AG vereint unter ihrem Dach verschiedene Gesellschaften, die im Bereich der Werbung, Medien und Kommunikation tätig sind (nachfolgend je einzeln bezeichnet als die **Agentur**).
- b) Diese allgemeinen Geschäftsbedingungen (die **AGB**) gelten für sämtliche Beziehungen (Offerten, Vertragsverhandlungen, Verträge) zwischen der jeweiligen Agentur und deren Geschäftskunden (der **Kunde**).
- c) Die Leistungen der Agentur werden individuell mit dem Kunden vereinbart, sei dies in einem separaten unterzeichneten Vertrag, in einer vom Kunden angenommenen Offerte oder Ähnlichem (jeweils ein **Einzelvertrag**). Diese AGB gelten ergänzend und subsidiär zu jedem Einzelvertrag.
- d) Allgemeine Geschäftsbedingungen oder ähnliche Dokumente des Kunden sind hiermit explizit ausgeschlossen. Die vorliegenden AGB gelten auch dann ausschliesslich und integral, wenn der Kunde in seinen Bestellungen, Bestätigungen oder anderer Kommunikation auf die Geltung seiner allgemeinen Geschäftsbedingungen hinweist und die Agentur die Leistungen vorbehaltlos erbringt.

2. Abschluss von Einzelverträgen

- a) Sämtliche Offerten, Preislisten, Produktebeschreibungen, Prospekte, (Medien-)Pläne und ähnliche Dokumente der Agentur sind unverbindlich und können jederzeit geändert oder widerrufen werden, es sei denn, im betreffenden Dokument werde explizit etwas anderes festgehalten.
- b) Sofern in der Offerte, Ausschreibung, Anmeldeformular etc. nicht explizit etwas anderes festgehalten wurde, kommt ein Einzelvertrag mit der Agentur erst mit dem Datum der Zustimmung durch die Agentur zustande. Die Zustimmung erfolgt mittels schriftlicher Auftragsbestätigung (Annahmeerklärung durch die Agentur), Unterzeichnung eines schriftlichen Vertrages oder durch Ausführung der Bestellung bzw. Erbringen der Leistung durch die Agentur.
- c) Bestellungen ausserhalb eines bereits abgeschlossenen Einzelvertrags, Änderungswünsche oder andere Anfragen des Kunden gelten als Offerte an die Agentur zum Vertragsschluss. Es steht der Agentur frei, die Bestellung anzunehmen oder ohne Angabe von Gründen abzulehnen.

3. Leistungserbringung durch die Agentur

- a) Die Agentur erfüllt die vereinbarten Pflichten sorgfältig, übernimmt aber keine Ergebnisverantwortung (z.B. kann nicht garantiert werden, dass eine Werbekampagne tatsächlich den vom Kunden gewünschten Effekt auf das Zielpublikum hat). Insbesondere sind jegliche Sach- oder Rechtsgewährleistung bzw. Haftung für Sach- oder Rechtsmängel bei Kaufverträgen (Art. 184 ff. des Schweizerischen Obligationenrechts [OR]) und Werkverträgen (Art. 363 ff. OR) hiermit – soweit gesetzlich zulässig – ausgeschlossen.
- b) Im Rahmen des Vertragsverhältnisses wird die Agentur dem Kunden teilweise Pläne, Konzepte, grafische oder textuelle Darstellungen oder ähnliches (einschliesslich Spezifikationen, Kosten, Platzierungen, etc.) zur Genehmigung vorlegen. Mit der erteilten Genehmigung zu solchen Unterlagen (egal ob mündlich oder schriftlich) ist der Kunde an diese Genehmigung gebunden und eine Stornierung ist nur unter den Voraussetzungen von Ziffer 10 möglich.
- c) Sofern nicht anders vereinbart, ist die Agentur frei in der Auswahl ihrer Mitarbeiter für das jeweilige Projekt. Hat die Agentur zugesichert, dass bestimmte Personen die Leistungen erbringen, ist die Agentur berechtigt, aus wichtigen Gründen diese Personen zu substituieren, beispielsweise bei Krankheit oder anderen unvorhersehbaren Personalengpässen.
- d) Die Agentur ist berechtigt, ihre vertraglichen Verpflichtungen ganz oder teilweise durch Dritte (z.B. Freelancer) erfüllen zu lassen.
- e) Die Agentur kann, soweit für den Kunden zumutbar, Teilleistungen erbringen.
- f) Die Agentur hat das Recht, die gesamte Leistungserbringung auf unbestimmte Zeit auszusetzen, wenn der Kunde seine vertraglichen Verpflichtungen nicht erfüllt, insbesondere wenn er Zahlungen oder Teilzahlungen nicht wie vereinbart leistet oder ihm obliegende Mitwirkungsverpflichtungen nicht erfüllt.

4. Preise und Rechnungstellung

- a) Soweit nichts anderes vereinbart wurde, stimmt der Kunde zu, dass die Agentur ihre Leistungen nach aufgewendeter Zeit in Rechnung stellt, zu den jeweils gültigen Stundensätzen.
- b) Der Kunde hat der Agentur gegen Vorlage der entsprechenden Quittungen oder Rechnungen sämtliche notwendigen oder nützlichen Auslagen zu ersetzen, welche die Agentur im Rahmen der Leistungserbringung hatte (z.B. Reisespesen).
- c) Sämtliche Preise verstehen sich netto, in CHF, zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer.
- d) Ohne ausdrückliche andere schriftliche Vereinbarung stellt jeder Kostenvorschlag, jede Schätzung oder Angabe der zu erwarteten Kosten lediglich eine unverbindliche Schätzung dar.
- e) Besprechungen und Vorleistungen (z.B. Präsentationen), die über eine blosser Offertenstellung hinausgehen, sind entschädigungspflichtig.
- f) Die Agentur kann nach eigenem Ermessen Vorauszahlung verlangen, einschliesslich Vorauszahlung für erwartete Drittkosten (z.B. Vorauszahlung der Platzierungskosten gemäss dem vom Kunden genehmigten Medienplan).
- g) Sofern nicht anders auf der Rechnung angegeben, sind diese innert 10 Tagen ab Rechnungsdatum fällig und per Überweisung auf das von der Agentur bezeichnete Bankkonto zu bezahlen. Abzüge von Rechnungsbeträgen (Skonti, Rabatte, o.ä.) dürfen nicht vorgenommen werden, es sei denn, es sei explizit schriftlich etwas anderes vereinbart. Eine Verrechnung mit Gegenforderungen ist nicht zulässig.
- h) Werden Rechnungen nicht innerhalb der vereinbarten Zahlungsfrist beglichen, wird die Agentur den Kunden mahnen. Zahlt der Kunde immer noch nicht, befindet er sich mit Ablauf der in der Mahnung gesetzten Frist automatisch in Verzug.

5. Fristen und Termine

- a) Die Agentur ist stets bemüht, Fristen und Termine einzuhalten. Allerdings kann die Agentur keine Gewähr für deren Einhaltung bieten. Soweit nicht explizit anders vereinbart, sind vereinbarte Fristen und Termine unverbindlich.
- b) Falls ein verbindlicher Termin explizit vereinbart wurde, gilt folgendes:
 - i. Bei Verspätung der Agentur hat der Kunde eine angemessene Nachfrist zu setzen. Will der Kunde nach Ablauf der Nachfrist die Annahme von Leistungen verweigern, hat er dies der Agentur vorgängig schriftlich mitzuteilen. Für bereits erfolgte Teilleistungen gilt die Leistung der Agentur als erfüllt.
 - ii. Die Lieferfristen verlängern sich angemessen, wenn der Kunde den Arbeitsumfang nachträglich erweitert oder ändert, sonstige Änderungen am Vereinbarten wünscht oder seinen Mitwirkungspflichten nicht, verspätet oder ungenügend nachkommt. Das Gleiche gilt für Terminüberschreitungen von Drittlieferanten und dergleichen, welche zu Verzögerungen der Auftrags erledigung durch die Agentur führen.

6. Drittleistungen

- a) Die Agentur kann im Rahmen der Erfüllung ihrer vertraglichen Pflichten Leistungen oder Produkte von Dritten (die Drittleistungen) einkaufen (beispielsweise elektronische Werbeflächen, Werbeflächen in Printmedien, Druck, Foto- und Filmproduktion, Hosting, etc.) und verkauft diese an den Kunden weiter.
- b) Die Agentur wählt die Anbieter von Drittleistungen sorgfältig aus, übernimmt aber darüber hinaus keinerlei Haftung oder Gewährleistung für solche Drittleistungen. Insbesondere sind jegliche Sach- oder Rechtsgewährleistung bzw. Haftung für Sach- oder Rechtsmängel für Drittleistungen hiermit – soweit gesetzlich zulässig – ausgeschlossen. Allfällige Ansprüche hat der Kunde direkt gegen den Drittanbieter geltend zu machen. Die Agentur wird den Kunden in dieser Hinsicht im zumutbaren Rahmen unterstützen und tritt ihm allfällige Ansprüche, welche die Agentur gegen den Drittanbieter haben könnte, ab.



Allgemeine Geschäftsbedingungen

7. Kommunikation mit dem Kunden

- a) Die Agentur darf davon ausgehen, dass sämtliche Mitarbeiter und andere Hilfspersonen des Kunden zur rechtsverbindlichen Kommunikation mit der Agentur berechtigt sind.
- b) Der Kunde anerkennt, dass die Umsetzung seiner Instruktionen unter Umständen eine Veränderung der vereinbarten Vergütung, Fristen/Termine oder anderer Bestimmungen des Einzelvertrags bewirken können. Sobald die Agentur erkennt, dass eine solche Anpassung des Einzelvertrags nötig ist, wird sie den Kunden über die notwendigen Anpassungen informieren.

8. Werbemittel und andere Informationen des Kunden

- a) Der Kunde ist dafür verantwortlich, dass die von ihm an die Agentur überlassenen Informationen und Werbemittel oder andere Bild-, Ton- oder Textelemente korrekt und vollständig sind, sie selbst und die Verwendung durch den Kunden oder die Agentur im Rahmen der Erfüllung des Einzelvertrags nicht gegen Gesetz oder Branchenregeln verstossen und keine Rechte Dritter verletzen. Die Agentur ist nicht verpflichtet, die Informationen und Werbemittel in dieser Hinsicht zu überprüfen. Dasselbe gilt für Inhalte, die mit dem vom Kunden zur Verfügung gestellten Werbemitteln verknüpft sind bzw. auf welche im Werbemittel verlinkt oder verwiesen wird (z.B. Webseiten, Formulare, Videos, etc.).
- b) Die Agentur haftet nicht für Schäden des Kunden, die ihren Ursprung in fehlerhafter, missverständlicher, unrichtiger, ungenauer, nicht gesetzmässiger oder gegen Rechte Dritter verstossender Information, Instruktion, Werbemittel oder andere Inhalte des Kunden haben. Sollte der Agentur in dieser Hinsicht ein Schaden entstehen, hat der Kunde die Agentur verschuldensunabhängig schadlos zu halten, einschliesslich angemessener Anwaltskosten.

9. Mitwirkungs- und Informationspflicht des Kunden

- a) Für die Erfüllung ihrer vertraglichen Verpflichtungen ist die Agentur in verschiedener Hinsicht auf die Mitwirkung des Kunden angewiesen.
- b) So hat der Kunde sämtliche Vorbereitungs- und Unterstützungshandlungen vorzunehmen, damit die Agentur ihre vertraglichen Pflichten optimal erfüllen kann (z.B. zeitnahe Rückmeldung auf Fragen, konsolidiertes Feedback, Prüfung und Genehmigung von Medienplänen, "gut zum Druck", Zugang zu Räumlichkeiten, Daten oder Schnittstellen, etc.).
- c) Weiter hat der Kunde der Agentur jederzeit sämtliche Informationen von sich aus mitzuteilen, die für die Leistungserbringung durch die Agentur oder das Vertragsverhältnis allgemein wesentlich sind.
- d) Kommt der Kunde den Mitwirkungs- und Informationspflichten gemäss dieser Ziffer 9 nicht nach, hat er alle damit verbundenen Konsequenzen zu tragen, insbesondere eine mögliche Verzögerung von Leistungen (vgl. Ziffer 5 lit. b)ii). Der Kunde hat allfällige Mehrkosten (inkl. Drittkosten) zu übernehmen.
- e) Die Kosten, die dem Kunden aus der Erfüllung seiner Mitwirkungs- und Informationspflichten entstehen, sind vom Kunden selbst zu tragen.

10. Beendigung

- a) Sowohl die Agentur als auch der Kunde sind an abgeschlossene Verträge, genehmigte Pläne, etc. gebunden. Sofern zwischen den Parteien nicht besondere Stornierungskonditionen vereinbart wurden, gilt Folgendes:
- b) Tritt der Kunde von einem Einzelvertrag zurück (einschliesslich teilweise, indem beispielsweise auf eine bereits bestellte Teilleistung verzichtet wird), ohne dass die Voraussetzungen von Ziffer 10 lit. c) oder d) erfüllt sind, steht der Agentur die volle vereinbarte Vergütung zu wie im Einzelvertrag festgelegt, unabhängig vom Zeitpunkt des Rücktritts. Die Agentur muss sich nur das anrechnen lassen, was sie infolge des Rücktritts an Aufwendungen gespart hat.
- c) Bei wiederkehrenden Leistungen auf Monatsbasis (z.B. Support, Beratung, Optimierung, Reporting, etc.) gilt, soweit im Einzelvertrag nicht anders vereinbart, der Vertrag auf unbestimmte Zeit geschlossen und kann vom Kunden oder der Agentur mit einer Kündigungsfrist von 3 Monaten auf jedes Monatsende gekündigt werden.
- d) Sowohl die Agentur als auch der Kunde können den Einzelvertrag aus wichtigem Grund mit sofortiger Wirkung beenden. Als wichtige Gründe gelten insbesondere:

- i. Verletzung wesentlicher vertraglicher Pflichten, welche nicht innert einer von der beendigenden Partei schriftlich angesetzten angemessenen Frist beseitigt wird;
 - ii. Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage der anderen Partei, insbesondere drohende Zahlungsunfähigkeit, Nachlassstundung oder (drohende) Konkursöffnung;
 - iii. Unzumutbarkeit der Fortführung des Vertrags, beispielsweise aufgrund Reputationsrisiken oder schwerer Störung des Vertrauensverhältnisses zwischen den Parteien; sowie
 - iv. Kündigung durch die Agentur: bei Zahlungsverzug des Kunden, wenn er auch nach einer von der Agentur gesetzten Nachfrist von 7 Tagen nicht bezahlt.
- e) Mit der Beendigung eines Einzelvertrags erlöschen die gegenseitigen Pflichten. Bestimmungen eines Einzelvertrags oder dieser AGB, die explizit oder ihrem Sinn nach der Beendigung eines Einzelvertrags überdauern sollen, sind von der Beendigung nicht betroffen.

11. Immaterialgüterrechte

- a) Der Kunde anerkennt das geistige Eigentum der Agentur, insbesondere das Urheberrecht, an allen im Rahmen eines Einzelvertrags von der Agentur geschaffenen Werken (Konzepte, Skizzen, Entwürfe, Designs, Codes, Logos, Texte etc.), welches vollumfänglich bei der Agentur verbleibt. Sämtliche (geistigen) Eigentumsrechte an Offerten, präsentierten Vorschlägen und Vorstudien oder Teilen davon verbleiben vollumfänglich bei der Agentur. Der Kunde wird schadenersatzpflichtig, wenn er Offerten, Vorschläge, Vorstudien und Vorleistungen (insbesondere Präsentationsvorschläge) der Agentur für die Verwertung mit einem Dritten verwendet oder detaillierte Leistungsverzeichnisse weitergibt, um eine Konkurrenzofferte einzuholen.
- b) Die Agentur gewährt dem Kunden die auf die im Rahmen des Einzelvertrags vereinbarte Nutzung eingeschränkten Nutzungsrechte an den im Rahmen des Einzelvertrags von der Agentur geschaffenen Werken. Eine darüberhinausgehende Verwendung erfordert das vorgängige schriftliche Einverständnis der Agentur sowie eine zusätzliche, von den Parteien zu vereinbarende Entschädigung. Die gewährten Rechte beziehen sich nicht auf allfällige Rechte Dritter. Diese werden mit den betreffenden Dritten geregelt und sind gesondert abzugelten.
- c) Der Kunde ist ohne vorgängiges schriftliches Einverständnis der Agentur nicht berechtigt, Änderungen an den betreffenden Werken vorzunehmen.

12. Geheimhaltung

- a) Die Agentur und der Kunde verpflichten sich, vertrauliche Informationen, von denen sie im Rahmen ihrer Geschäftsbeziehung Kenntnis erhalten haben (insbesondere vereinbarte Vertragskonditionen) geheim zu halten und nur für den Vertragszweck zu verwenden.
- b) Als vertrauliche Informationen gelten dabei alle Informationen, die ihrer Natur nach vertraulich sind, mit der Ausnahme von Informationen, die vor dem Zeitpunkt der Offenlegung:
 - i. der empfangenden Partei oder der Öffentlichkeit bereits ohne unrechtmässige Handlung der empfangenden Partei bekannt waren, oder
 - ii. von der empfangenden Partei unabhängig von dem Einzelvertrag geschaffen wurden.
- c) Der Kunde nimmt zur Kenntnis und ist damit einverstanden, dass die Agentur vertrauliche Informationen weitergeben kann an Dritte (einschliesslich verbundenen Unternehmen), welche von der Agentur zur Vertragserfüllung beigezogen werden, sofern die Dritten die vertraulichen Informationen für die Erbringung ihrer Leistungen benötigen und sie von der Agentur über die Vertraulichkeit der Informationen in Kenntnis gesetzt wurden. Auf Wunsch des Kunden wird die Agentur vertraglich sicherstellen, dass der Dritte Geheimhaltungspflichten unterliegt, die im Wesentlichen mit den Pflichten unter dieser Ziffer a) übereinstimmen.
- d) Jede Partei kann nach Beendigung eines Einzelvertrags von der anderen Partei verlangen, dass sämtliche vertrauliche Informationen vernichtet bzw. gelöscht werden, mit Ausnahme von Informationen, die in automatisierten Sicherungskopien (Backups) enthalten sind oder gesetzlichen Aufbewahrungspflichten unterliegen.
- e) Die Geheimhaltungspflichten unter dieser Ziffer 12 überdauern die Beendigung eines Einzelvertrags für eine Dauer von 5 Jahren ab Beendigung des Einzelvertrags.



Allgemeine Geschäftsbedingungen

13. Abwerbeverbot

- a) Der Kunde verpflichtet sich, während der Laufzeit eines Einzelvertrags und innerhalb von 12 Monaten nach dessen Beendigung, keine Mitarbeiter der Agentur oder von der Agentur eingesetzte Drittdienstleister, die im Zusammenhang mit der Durchführung eines Einzelvertrags tätig gewesen sind, abzuwerben.
- b) Für jede Verletzung dieses Abwerbeverbots durch den Kunden bezahlt dieser der Agentur eine verschuldensunabhängige Konventionalstrafe in der Höhe von CHF 50'000. Die Bezahlung der Konventionalstrafe entbindet nicht von der Einhaltung des Abwerbeverbots. Die Geltendmachung von weitergehendem Schadenersatz oder Unterlassungsansprüchen bleibt vorbehalten.

14. Werbung und Kommunikation

- a) Werbung, Referenzen, Presseerklärungen, Auskünfte und ähnliche öffentliche Äusserungen, in denen eine Partei auf die andere Partei Bezug nimmt, sind nur mit vorgängiger schriftlicher Zustimmung der anderen Partei zulässig.
- b) Ungeachtet dessen darf die Agentur den Namen bzw. Firma (einschliesslich Marken und Logos) des Kunden in Werbemitteln/Medien (z.B. Webseite, Broschüren, Kataloge, Präsentationen, Social Media, etc.) als Referenzkunden nennen und die erbrachten Leistungen im Rahmen der Eigenwerbung vervielfältigen und verbreiten sowie zu Demonstrationszwecken öffentlich wiedergeben und auf sie hinweisen, es sei denn, der Kunde kann ein entgegenstehendes berechtigtes Interesse geltend machen.

15. Datenschutz

- a) Der Umgang der Agentur mit Daten des Kunden ist in ihrer jeweiligen Datenschutzerklärung festgehalten. Diese kann auf der Webseite der jeweiligen Agentur abgerufen werden.
- b) Der Kunde ist dafür verantwortlich, dass Daten, die von ihm an die Agentur übermittelt werden (z.B. in Werbemitteln) in Einklang mit dem anwendbaren Datenschutzrecht erlangt und bearbeitet wurden und diese Daten von der Agentur für den im Rahmen des Einzelvertrags vereinbarten oder nach Treu und Glauben vorgesehenen Zweck verwendet werden dürfen.

16. Haftung

- a) Die Agentur haftet dem Kunden gegenüber nur im Fall von grober Fahrlässigkeit, Vorsatz, Körperschäden oder Produkthaftung. Jegliche weitergehende Haftung ist hiermit ausgeschlossen.
- b) Die Agentur haftet in keinem Fall, wenn der Schaden in Zusammenhang mit fehlerhaften Instruktionen, Mitwirkungshandlungen oder vom Kunden zur Verfügung gestellten Informationen, Werbemitteln oder anderen Inhalten steht; die Agentur ist nicht verpflichtet, diese auf ihre Mangelhaftigkeit zu überprüfen. Weiter haftet die Agentur nicht, wenn der Schaden in Zusammenhang steht mit Vertrags-, Rechts- oder anderen Sorgfaltsverletzungen des Kunden (einschliesslich dessen Mitarbeiter und Hilfspersonen) oder Dritter.
- c) Die Agentur haftet nicht für Handlungen oder Unterlassungen von Hilfspersonen, einschliesslich der von der Agentur eingesetzten Drittleistungserbringer.

17. Schadloshaltung

- a) Der Kunde verpflichtet sich, die Agentur verschuldensunabhängig von sämtlichen Forderungen Dritter schadlos zu halten (einschliesslich Gerichtskosten und angemessener Anwaltskosten), die in Zusammenhang stehen mit:
 - i. fehlerhaften, unvollständigen oder missverständlichen Instruktionen, Plänen, Anweisungen des Kunden;
 - ii. (behaupteten) Verletzungen von Immaterialgüterrechten Dritter in Informationen, Bildern, Logos, Material, Plänen, Phrasen, welche vom Kunden zur Verfügung gestellt wurden; oder
 - iii. Vertrags-, Rechts-, Branchenregel- oder Sorgfaltspflichtverletzungen durch den Kunden oder Hilfspersonen des Kunden.

18. Force Majeure

- a) Die Agentur haftet gegenüber dem Kunden nicht für die Verletzung vertraglicher Pflichten, soweit deren Verletzung auf höherer Gewalt beruht. Unter "höherer Gewalt" ist ein unerwartetes und nicht mit zumutbaren Massnahmen abwendbares Ereignis von aussen zu verstehen, welches die Agentur daran hindert, vertragliche Pflichten zu erfüllen. Darunter fallen beispielsweise

Kriege, Bürgerkriege, bewaffnete Konflikte, Naturkatastrophen, Terrorakte, Epidemien und Pandemien, Quarantäne, Regierungsmassnahmen, Feuer, langanhaltender Stromausfall, etc.

- b) Die Agentur ist in diesem Fall von der Erfüllung der betroffenen vertraglichen Pflichten während der Dauer der Behinderung befreit und allfällige Fristen verlängern sich automatisch um die Dauer der Behinderung.
- c) Dauert die Behinderung mehr als 30 Tage seit der Benachrichtigung durch die Agentur, sind beide Parteien berechtigt, durch schriftliche Mitteilung vom Vertrag zurückzutreten, sofern sie dies innert 14 Tagen nach Ablauf der 30-tägigen Frist erklären. Schadenersatzansprüche sind diesfalls beidseitig ausgeschlossen.

19. Spezielle Bedingungen für Seminare

- a) Diese speziellen Bedingungen gelten zusätzlich zu den restlichen Bestimmungen in diesen AGB für Seminare, Vorträge, Workshops, Kurse und ähnliche Veranstaltungen (nachfolgend zusammen bezeichnet als Seminare). Im Falle eines Widerspruchs zu anderen Ziffern dieser AGB gehen diese speziellen Bedingungen vor.
- b) Die Agentur behält sich vor, Seminare aufgrund ungenügender Teilnehmerzahl bis spätestens 7 Tage vorher abzusagen. Der Kunde erhält die Teilnahmegebühr zurück, hat aber darüber hinaus keine Ansprüche gegen die Agentur, insbesondere nicht wegen Reise- und Übernachtungskosten oder Arbeitsausfall.
- c) Der Kunde kann sich unter folgenden Kosten von einem Seminar schriftlich abmelden:
 - i. Bis 30 Tage vor Seminarbeginn: kostenfrei
 - ii. 29-11 Tage vor Seminarbeginn: 50 % der Teilnahmegebühr
 - iii. 10 oder weniger Tage vor Seminarbeginn oder Nichterscheinen: 100 % der Teilnahmegebühr
- d) Eine Umbuchung (Benennung eines Ersatzteilnehmers) ist bis 7 Tage vor Seminarbeginn kostenfrei möglich. Spätere Umbuchungen sind nicht mehr möglich.
- e) Ist der Kunde aufgrund eines Krankheitsfalles nicht in der Lage, an dem gebuchten Seminar teilzunehmen, wird nach Übersendung eines ärztlichen Attestes kostenlos ein neuer Termin zum gleichen Seminarthema (sofern die Durchführung eines solchen Seminars bereits geplant ist) vereinbart.
- f) Wird das Seminar aufgrund höherer Gewalt, wegen Verhinderung eines Referenten (Krankheit, Unfall, Verkehrsbehinderungen, etc.), wegen Störungen am Veranstaltungsort oder anderen nicht von der Agentur zu vertretenden Umständen durch die Agentur abgesagt, wird der Kunde von der Agentur umgehend informiert und ein Ersatztermin festgelegt. Jede Haftung der Agentur ist ausgeschlossen, insbesondere leistet die Agentur keinen Ersatz von Reise- und Übernachtungskosten oder Arbeitsausfall.
- g) Die Agentur behält sich vor, in Ausnahmefällen angekündigte Referenten durch andere zu ersetzen oder andere notwendige Änderungen des Veranstaltungsprogramms (Inhalte, Termin, Durchführungsort) unter Wahrung des Gesamtcharakters des Seminars vorzunehmen. Der Kunde hat in diesem Fall keinerlei Ansprüche gegen die Agentur.

20. Spezielle Bedingungen für Consulting-Pakete

- a) Diese speziellen Bedingungen gelten zusätzlich zu den restlichen Bestimmungen in diesen AGB für Consulting-Pakete (d.h. nur, wenn die Leistungen von der Agentur explizit so bezeichnet werden). Im Falle eines Widerspruchs zu anderen Ziffern dieser AGB gehen diese speziellen Bedingungen vor.
- b) Das Consulting-Paket kann verwendet werden für Beratung zu Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Google, YouTube, TikTok und ähnlichen Digital Marketing Themen.
- c) Der Kunde kann die Consulting-Leistungen beanspruchen für Beratung und Support entweder (i) per Telefon, E-Mail oder Videotelefonie, (ii) vor Ort bei der Agentur, oder (iii) am Sitz des Kunden.
- d) Die Consulting-Leistungen umfassen keine Seminare und Workshops mit mehreren teilnehmenden Personen.
- e) Stunden aus dem Consulting-Paket müssen innert 6 Monaten nach Vertragsschluss bezogen werden. Nicht beanspruchte Stunden aus dem Consulting Paket verfallen nach 6 Monaten.



Allgemeine Geschäftsbedingungen

21. Spezielle Bedingungen für die Erstellung von Digitalen Präsenzen

- a) Diese speziellen Bedingungen gelten zusätzlich zu den restlichen Bestimmungen in diesen AGB für die Erstellung von Webseiten, Applikationen, Landingpages oder ähnlichen Arbeitsprodukten (nachfolgend alle zusammen die Digitalen Präsenzen) durch die Agentur. Im Falle eines Widerspruchs zu anderen Ziffern dieser AGB gehen diese speziellen Bedingungen vor.
- b) Digitale Präsenzen werden für zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses aktuellen Desktop-Browserversionen von Chrome, Safari, und Firefox auf Mac OS und Windows optimiert. iOS und Android werden unterstützt mit den zum Zeitpunkt der Offerte aktuellen iOS und Android-Versionen welche standardmässig ausgeliefert werden und deren zugehörigen Standard-Webbrowser, sowie auf [Iphones] bzw. [Samsung Galaxy Handys], die nicht älter sind als [5] Jahre.
- c) Aufgrund der zum Teil häufigen und unvorhersehbaren Anpassungen bei Fremdplattformen (z.B. Facebook, AppStore Richtlinien, Hardwareänderungen etc.) ist nicht auszuschliessen, dass die von der Agentur implementierten Applikationen nicht mehr wunschgemäss funktionieren. Die Agentur übernimmt keine Gewährleistung für die inskünftige Kompatibilität mit Fremdplattformen nach erfolgter Live-Schaltung und Testing innerhalb der vereinbarten Releases / Plattform-Anpassungen. Solche durch Dritte verursachten aber zur Funktionserhaltung notwendigen funktionalen Updates / optischen Anpassungen an Entwicklungen sind ausdrücklich nicht im vereinbarten Preis begriffen und müssen separat vereinbart und entschädigt werden.

22. Verschiedenes

- a) Die Abtretung von Rechten und Pflichten unter einem Einzelvertrag ist nur mit vorgängiger schriftlicher Zustimmung der anderen Partei möglich. In Ausnahme davon darf die Agentur jederzeit Rechte und Pflichten an ein verbundenes Unternehmen (Unternehmen, welches unter der Kontrolle oder unter derselben Kontrolle steht wie die Agentur) abtreten.
- b) Erklärungen in Textform, welche durch elektronische Medien übertragen oder festgehalten werden (E-Mail, SMS und dgl.), gelten als schriftliche Erklärungen einer Partei. Der Nachweis, dass solche Erklärungen beim Empfänger eingegangen sind und von diesem abgerufen wurden, obliegt dem Absender.
- c) Sollte eine Bestimmung dieser AGB oder eines Einzelvertrags ungültig oder unwirksam sein oder werden, wird der übrige Teil des Dokuments davon nicht berührt. Im Fall der Ungültigkeit oder Unwirksamkeit einer Bestimmung ist diese durch eine solche zu ersetzen, die dem wirtschaftlichen Zweck der ungültigen oder unwirksamen Bestimmung am nächsten kommt. In gleicher Weise ist zu verfahren, wenn eine Lücke offenbar wird.
- d) Die Agentur ist berechtigt, diese AGB während laufenden Vertragsbeziehungen anzupassen. Anpassungen werden dem Kunden vorgängig mitgeteilt. Ohne schriftlichen Widerspruch innert 30 Tagen seit Bekanntgabe gelten die Anpassungen als durch den Kunden akzeptiert. Im Widerspruchsfall steht es dem Kunden frei, die Geschäftsbeziehung mit sofortiger Wirkung zu beenden.

23. Anwendbares Recht und Gerichtsstand

- a) Gerichtsstand ist der Sitz der Agentur. Die Agentur hat jedoch das Recht, den Kunden auch beim zuständigen Gericht seines Sitzes bzw. Geschäftsdomizils oder bei jedem anderen zuständigen Gericht einzuklagen.
- b) Das Rechtsverhältnis zwischen dem Kunden und der Agentur untersteht ausschliesslich materiellem Schweizer Recht unter Ausschluss seiner Kollisionsnormen sowie unter Ausschluss des UN-Übereinkommens über Verträge über den internationalen Warenverkauf (CISG).