

## Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

Stand 1. Dezember 2023

### 1 Allgemeine Bestimmungen

#### 1.1 Anwendungsbereich

Soweit nicht schriftlich etwas anderes vereinbart ist, regeln die vorliegenden AGB die Geschäftsbeziehungen der PROPAGANDA Marketing AG («PROPAGANDA») mit ihren Kund:innen («Auftraggebende»). Dabei kann es sich um Direktkund:innen oder um Intermediär:innen handeln.

Als «Direktkund:innen» werden Endkund:innen (d.h. Kund:innen, für die die Leistungen letztlich erbracht werden) bezeichnet, die eine Kampagne oder Werbeaktion selbst direkt bei PROPAGANDA buchen.

Als «Intermediär:innen» werden Marketing- oder Mediaagenturen sowie andere zwischengeschaltete Agent:innen bezeichnet, die im Auftrag von Endkund:innen oder anderen Intermediär:innen Leistungen buchen. PROPAGANDA ist berechtigt, von Intermediär:innen einen Mandatsnachweis zu verlangen.

Gegenbestätigungen der Auftraggeber:in unter Hinweis auf andere Geschäftsbedingungen wird hiermit ausdrücklich widersprochen.

#### 1.2 Geschäftsbeziehungen

##### 1.2.1 Begriff und Arten

Der Begriff «Geschäftsbeziehung» im Sinne dieser AGB bezieht sich auf einen einzelnen Vertrag. Dabei werden folgende Arten unterschieden:

- (1) Verträge für die Dauer einer Kampagne oder Werbeaktion
- (2) Verträge mit fester Laufzeit (z.B. Jahresverträge), die die Eckpunkte einer Zusammenarbeit regeln
- (3) Verträge mit offener Laufzeit, die die Eckpunkte einer Zusammenarbeit regeln

##### 1.2.2 Phasen einer Geschäftsbeziehung

Eine Geschäftsbeziehung durchläuft folgende Phasen:

- (1) **Anfrage**  
Erfolgt in der Regel via E-Mail, Webform oder Telefon, oft gefolgt von einem Austausch zur Klärung von Kontext und Details der Anfrage.
- (2) **Angebot**  
Notwendige Abklärungen und Erstellung sowie Zustellung des Angebots per E-Mail.
- (3) **Auftragserteilung (Vertragsabschluss)**  
Bei Zustimmung der Interessent:in zu einem Angebot wird eine Auftragsbestätigung zugestellt. Wenn diese ausdrücklich (mündlich oder schriftlich), durch konkludentes Handeln (z.B. Leistung einer Vorauszahlung, Lieferung von Druckdaten oder Werbemitteln) oder stillschweigend (d.h. ohne zeitnahen Widerspruch) akzeptiert wird, gilt der Auftrag als erteilt und der Vertrag als zustande gekommen.  
  
Nachträgliche, gemäss einer mündlichen oder schriftlichen Absprache vorgenommene und unwidersprochene Änderungen der Auftragsbestätigung gelten als Vertragsänderungen und wirken sich gegebenenfalls auf den vereinbarten Rechnungsbetrag aus.
- (4) **Produktion und Kampagnenvorbereitung**  
Druck respektive Produktion und/ oder Beschaffung von Werbemitteln und/ oder Hilfsmaterial (siehe 2.3 Werbemittel) sowie Detailplanung und Bereitstellung von Ressourcen.
- (5) **Ausführung und Rechnung**  
Bei Beginn der Ausführung der vereinbarten Leistung wird die Rechnung zugestellt (zum Ausnahmefall der Vorauszahlungen siehe 4.4 Zahlungsbedingungen).
- (6) **Dokumentation**  
Sofern vereinbart, Zustellung einer Dokumentation (Reporting).

Je nach Vertragsart endet eine Geschäftsbeziehung bei Eintreten unterschiedlicher Voraussetzungen:

- (1) Vertragsart (1): Eine Geschäftsbeziehung endet, wenn die vereinbarte Leistung durch PROPAGANDA erbracht und die entsprechende Rechnung durch die Auftraggeber:in bezahlt wurde. Im Falle von Vorauszahlungen endet die Geschäftsbeziehung, wenn die vereinbarte Leistung erbracht ist.
- (2) Vertragsart (2): Die Umsetzung von Verträgen mit fester Laufzeit erfolgt mittels Einzelaufträgen. Sie enden mit Ablauf der Laufzeit unter Berücksichtigung der beiderseitig geschuldeten Erfüllung der vereinbarten Verpflichtungen.
- (3) Vertragsart (3): Die Umsetzung von Verträgen mit offener Laufzeit erfolgt mittels Einzelaufträgen. Sie enden mit dem Termin ihrer Kündigung unter Berücksichtigung der beiderseitig geschuldeten Erfüllung der vereinbarten Verpflichtungen.

##### 1.2.3 Verbindlichkeit von Angeboten und Reservation

Angebote der PROPAGANDA sind stets freibleibend. Insbesondere bei Leistungen, die die Nutzung beschränkt verfügbarer Ressourcen bedingen (z.B. Plakatfixstellen), begründet die Abgabe eines Angebots somit keinen Erfüllungsanspruch und zieht keine Vorreservation von Ressourcen nach sich. Buchungen werden in der Reihenfolge ihres Eingangs berücksichtigt («first come, first served»). Sollte deshalb ein Auftrag nicht zum Wunschtermin umgesetzt werden können, wird gemeinsam mit der Auftraggeberin eine möglichst gleichwertige Lösung angestrebt.

Auf jedem Angebot wird die Dauer seiner Gültigkeit angegeben. Es liegt im Ermessen der PROPAGANDA, die Konditionen eines Angebots nach dem Ablauf seiner Gültigkeitsdauer noch als bindend zu akzeptieren.

#### 1.3 Vertraulichkeit

Informationen über das Geschäft der Auftraggeber:in, die Geschäftsbeziehung und/ oder einzelne Marketing-Kampagnen oder -Aktionen werden als vertraulich behandelt, ausgenommen sind Informationen, die nach guten Treuen als öffentlich betrachtet werden können.

### 2 Leistungen: übergreifende Bestimmungen

#### 2.1 Allgemeines

PROPAGANDA ist als Marketing-Agentur unter anderem in folgenden Bereichen tätig: Ambient Media, Guerilla Marketing, Live Marketing, Digital Marketing und Zielgruppen Marketing. Sie betreibt alle damit im Zusammenhang stehenden Aktivitäten, beispielsweise Beratung, Beschaffung, Produktion, Distribution, Transport und Logistik.

Die im Einzelfall durch PROPAGANDA zu erbringenden Leistungen werden jeweils in einer individuellen Auftragsbestätigung vereinbart.

#### 2.2 Bewilligungen

Bei Werbeaktionen auf öffentlichem oder privatem Grund empfiehlt es sich, wo möglich Bewilligungen für die Durchführung einzuholen. In der Regel werden diese durch PROPAGANDA im Namen der Auftraggeber:in beschafft, in Einzelfällen und nach Absprache beschafft die Auftraggeber:in die Bewilligungen selbst.

Bei Aktionen, die ohne Bewilligung durchgeführt werden, ist es möglich, dass sie durch Grundbesitzer, Veranstalter, Behörden oder andere Berechtigte abgebrochen und das für die Aktion anwesende Personal weggewiesen wird. Sofern die Merkmale der Aktion dies sinnvoll und möglich erscheinen lassen, kann in der Vorbereitungsphase ein Ausweichen auf Alternativstandorte vereinbart werden, die entsprechenden Mehrkosten trägt gegebenenfalls die Auftraggeber:in.

Kommt es zu einem Abbruch und/ oder einer Wegweisung ohne Ausweichmöglichkeit an einen alternativen Standort, ist die Auftragssumme gemäss Auftragsbestätigung in vollem Umfang geschuldet. Wünscht die Auftraggeber:in die Aktion zu einem späteren Zeitpunkt erneut durchzuführen, gilt dies als neuer Auftrag.

## 2.3 Werbemittel

### 2.3.1 Begriffe

Als «Werbemittel» werden alle Formen von Werbeträgern bezeichnet, beispielsweise Drucksachen, Give-aways oder digitale Dateien.

Als «Hilfsmittel» gilt Material, das für die Durchführung einer Werbeaktion benötigt, jedoch nicht an das Publikum abgegeben wird (z.B. Promotions-Stände, Behälter für Werbemittel, Infrastruktur für Spiele und andere Aktivierungen).

### 2.3.2 Inhalt von Werbemitteln

PROPAGANDA behält sich das Recht vor, Werbemittel aus inhaltlichen Gründen abzulehnen und einen davon betroffenen Auftrag nicht auszuführen. Werbemittel mit sexistischem, rassistischem, beleidigenden oder auf andere Weise diskriminierendem Inhalt werden ebenso abgelehnt, wie solche mit pornographischem oder explizit sexuellem Inhalt, Gewaltdarstellungen, Aufrufen zu Gewalt oder Diskriminierung, unerlaubten Glücksspielen und anderen rechtswidrigen Inhalten.

### 2.3.3 Bereitstellung von Werbemitteln

Es steht der Auftraggeber:in frei, die Beschaffung benötigter Werbemittel PROPAGANDA zu übertragen oder dies selbst zu besorgen.

Bei **Beschaffung der Werbemittel durch PROPAGANDA** ist die Auftraggeber:in dafür verantwortlich, nötige Spezifikationen und/ oder Druck- oder Produktionsdaten oder ähnliches zum von PROPAGANDA in der Auftragsbestätigung genannten Termin zur Verfügung zu stellen. Bei zu später Anlieferung können zusätzlich Kosten anfallen (beispielsweise Expresszuschläge für eine beschleunigte Produktion), ausserdem kann PROPAGANDA in diesem Fall keine Gewähr für vereinbarte Termine bieten.

Bei **Bereitstellung der Werbemittel durch die Auftraggeber:in** ist sie/ er dafür verantwortlich, diese zum von PROPAGANDA in der Auftragsbestätigung genannten Termin und am genannten Ort zur Verfügung zu stellen. Andernfalls kann PROPAGANDA keine Gewähr für vereinbarte Termine bieten; führt dies zu einer Terminverschiebung oder Annulation gelten die Bestimmungen der Ziffern 4.1 und 4.2 sinngemäss.

Bei Werbemitteln, die die Auftraggeber:in beschafft und/ oder bereitstellt prüft PROPAGANDA bei Eingang (gegebenenfalls stichprobenweise)

- (1) ob der funktionale Zustand die vorgesehene Verwendung im Rahmen der geplanten Marketing-Aktion erlaubt und
- (2) ob äusserliche Schäden oder Qualitätsmängel bestehen.

Bei relevanten Beanstandungen wird möglichst umgehend mit der Auftraggeber:in Kontakt aufgenommen, um über allfällige Konsequenzen für die Marketing-Aktion zu entscheiden.

### 2.3.4 Anzahl Werbemittel

PROPAGANDA empfiehlt für jede Kampagne oder Aktion eine Anzahl bereitstellender Werbemittel, die erfahrungsgemäss eine Präsenz während der gewünschten Werbedauer ermöglicht und eine Reserve sowie zu beachtende Rahmenbedingungen betreffend Produktionsmengen berücksichtigt.

Je nach Attraktivität des Werbemittels, Personenfrequenz und anderen Faktoren ist jedoch nicht ausgeschlossen, dass die Werbemittel vor dem geplanten Ende der Werbedauer vergriffen sind oder über diesen Zeitpunkt hinaus aufhängen.

### 2.3.5 Hilfsmittel

Es steht der Auftraggeber:in frei, die Beschaffung benötigter Hilfsmittel PROPAGANDA zu übertragen oder dies selbst zu besorgen.

Zur funktionalen und äusserlichen Prüfung sowie zur Behandlung von Beanstandungen gelten sinngemäss die entsprechenden Bestimmungen von 2.3.3 Bereitstellung von Werbemitteln.

Sofern Hilfsmittel nach der Aktion an die Auftraggeber:in zurückzugeben sind, liegt es in ihrer Verantwortung, die Hilfsmittel unverzüglich auf durch die PROPAGANDA schuldhaft verursachte Mängel zu prüfen und diese unmittelbar, jedenfalls aber gleichentags und unter Beilage von Belegen mittels E-Mail zu rügen.

### 2.3.6 Druck und Produktion

Für Plakate empfiehlt PROPAGANDA die Verwendung von ungestrichenem Affichen-Papier («Blue back»), insbesondere wenn sie im Aussenbereich eingesetzt werden sollen. Andernfalls ist damit zu rechnen, dass die Plakate schon vor Ablauf der Werbedauer erhebliche (beispielsweise wetterbedingte) Schäden aufweisen können.

Nach Möglichkeit empfiehlt PROPAGANDA Werbemittel aus nachhaltiger Produktion. Bei Aufträgen, bei denen PROPAGANDA sich um den Druck oder die Produktion der Werbe- und/ oder Hilfsmittel kümmert, wird das anfallende CO<sub>2</sub> nach Möglichkeit durch ein Klimaschutzprojekt kompensiert.

## 2.4 Ausführung von Werbeleistungen

PROPAGANDA ist berechtigt, bei der Ausführung von Werbeleistungen auf Dienstleistungen Dritter zurückzugreifen oder die Ausführung ganz oder teilweise an Dritte zu übertragen.

## 3 Leistungen: spezifische Bestimmungen

### 3.1 Ambient Media

#### 3.1.1 Begriff

Mit «Ambient Media» werden Werbeformen bezeichnet, die im unmittelbaren Lebensumfeld der Zielgruppe eingesetzt werden. Dazu gehören Kampagnen, die unterschiedlichste Zielgruppen ansprechen, ebenso wie die Kategorien Gastrowerbung, Werbung an Schulen, Ethno Marketing, Filmwerbung/ Werbung an Filmfestivals und Kulturwerbung. Bevorzugte Medien sind Plakate, Flyer, Gratispostkarten und Magazine sowie digitale Werbeträger und -formen, in der Gastrowerbung ausserdem Tischsets, Kaffeebeilagen, Bierdeckel, Pizzaschachteln und vieles mehr.

#### 3.1.2 Merkmale

Verschiedene Formen von Ambient Media nutzen Liegenschaften oder Infrastrukturen im Besitz Dritter als Aushang-, Auslage- oder Verteilstellen. Die Bestückung spezifischer Standorte und die Verweildauer von Werbemitteln ist deshalb von deren Kooperation abhängig. PROPAGANDA verfügt jedoch über grosse Erfahrung mit diesen Werbeformen und kennt eine Vielzahl nutzbarer Werbestandorte, die Verteilung der vereinbarten Anzahl Werbemittel ist somit trotzdem gewährleistet.

#### 3.1.3 Besonderheiten von Plakatverteilungen an Fixstellen

«Verteilung an Fixstellen» beschreibt den Plakataushang an festen Plakatstellen, dazu gehören insbesondere Kulturplakatsäulen, Plakatrahmen, Plakattafeln und Plakatvitriolen.

Kulturplakatsäulen sind freistehend, andere Arten von Fixstellen können sich sowohl im Freien, in Gebäuden («indoor») oder in Gebäudeein- und -durchgängen («halb-indoor») befinden.

Die Werbedauer beträgt an Fixstellen die vereinbarte Anzahl Wochen (vorbehaltlich der unautorisierten oder mutwilligen Entfernung).

#### 3.1.4 Besonderheiten von freien Plakatverteilungen

«Freie Verteilung» bedeutet, dass Plakate in Gebäuden («indoor») oder in Gebäudeein- und -durchgängen («halb-indoor») frei gehängt werden. Aus Erfahrung kennt PROPAGANDA viele Standorte, an denen dies toleriert wird, wo Regeln dies verlangen oder in Zweifelsfällen wird Rücksprache mit der Besitzer:in, Verwalter:in o.ä. genommen.

In jedem Fall werden Plakate in der vereinbarten Anzahl bestückt und verbleiben erfahrungsgemäss mindestens zwei Wochen an ihrer Stelle. Oft hängen sie auch länger als zwei Wochen. Da die Dauer von der Kooperation der Besitzer:in, Verwalter:in o.ä. abhängt, kann eine frühere Entfernung durch diese in Einzelfällen jedoch nicht ausgeschlossen werden.

#### 3.1.5 Besonderheiten von Wildplakatierungen

«Wildplakatierung» meint das freie Hängen von Plakaten an Gebäuden und anderen Infrastrukturen («outdoor»). Wo dies nicht erlaubt ist, können Verstösse mit Bussen sowie der Pflicht zur Beseitigung und Reinigung geahndet werden.

Bewilligungen können nicht eingeholt werden, auch dort nicht, wo kein Verbot besteht. Die Verteiler der PROPAGANDA verfügen über umfangreiche Erfahrung, wo wild gehängte Plakate toleriert werden und während der gewünschten Dauer hängen können, garantiert werden kann diese jedoch nicht.

#### 3.1.6 Werbung an Schulen

«Werbung an Schulen» (auch «Schulwerbung») ist Werbung an Bildungsinstitutionen aller Art. Es handelt sich dabei um eine Form der freien Verteilung (siehe 3.1.4 Besonderheiten von freien Plakatverteilungen).

### 3.1.7 Politikwerbung

«Politikwerbung» ist Werbung im Zusammenhang mit politischen Themen, häufig als Teil von Abstimmungs- oder Wahlkampagnen. Es handelt sich dabei um eine Form der freien Verteilung (siehe 3.1.4 Besonderheiten von freien Plakatverteilungen).

### 3.1.8 Flyer, Gratispostkarten, Magazine

Für die Verteilung von Flyern, Gratispostkarten (Cards-for-free) und Magazinen wird, wie bei Plakaten, zwischen festen Stellen (Dispensern) und freier Auflage unterschieden. Die Abschnitte 3.1.3 (Besonderheiten von Plakatverteilungen an Fixstellen) und 3.1.4 (Besonderheiten von freien Plakatverteilungen) gelten sinngemäss.

## 3.2 Guerilla Marketing

Guerilla Marketing will Überraschungseffekte hervorrufen und kann sich deshalb an den Grenzen des Erlaubten bewegen. Bewilligungen können für Guerilla Marketing-Aktionen keine eingeholt werden.

## 3.3 Live Marketing

Live Marketing umfasst Kommunikationsinstrumente, die eine persönliche Begegnung zwischen einem Unternehmen oder einer Marke mit ihrer Zielgruppe in einem inszenierten Umfeld in den Mittelpunkt stellen. Für solche Aktionen müssen Bewilligungen eingeholt werden.

## 3.4 Zielgruppen Marketing

Der Begriff «Zielgruppen Marketing» fasst Leistungen für spezielle Zielgruppen oder Leistungen in einem speziellen Kontext zusammen. Es gelten die besonderen Bestimmungen zu den jeweiligen Leistungen.

## 4 Terminverschiebung, Annulation und Rücktritt, Zahlung

### 4.1 Terminverschiebung durch die Auftraggeber:in

Als Terminverschiebung gilt die Änderung des Durchführungstermins einer Kampagne oder Werbeaktion durch die Auftraggeber:in bei gleichzeitiger verbindlicher Buchung eines neuen Durchführungstermins. Dies kann sich auf den gesamten Auftrag oder auf Teile davon beziehen. Die übrigen Elemente der Auftragsbestätigung ändern sich nicht oder lediglich in dem Umfang, wie es die Terminverschiebung nach sich zieht.

Die Auftraggeber:in entschädigt PROPAGANDA wie folgt pauschal für bereits geleistete Aufwände und angefallene Kosten:

a) Verschiebung bis 20 Arbeitstage vor Beginn der Werbeaktion	10 Prozent des vereinbarten Rechnungsbetrags
b) Verschiebung bis 10 Arbeitstage vor Beginn der Werbeaktion	50 Prozent des vereinbarten Rechnungsbetrags
c) Verschiebung bis zum Beginn der Werbeaktion	100 Prozent des vereinbarten Rechnungsbetrags

Bis zum Zeitpunkt der Verschiebung angefallene Kosten für Leistungen Dritter trägt die Auftraggeber:in zu 100 Prozent.

### 4.2 Annulation durch die Auftraggeber:in

Als Annulation (auch Stornierung oder Absage) gilt die Aufhebung eines Vertrags respektive der Rücktritt von einer akzeptierten Auftragsbestätigung ohne gleichzeitige und verbindliche Neubuchung einer Werbeaktion mit mindestens gleichem Budget. Dies kann sich auf den gesamten Auftrag oder auf Teile davon beziehen.

Die Auftraggeber:in entschädigt PROPAGANDA wie folgt pauschal für bereits geleistete Aufwände und angefallene Kosten:

a) Absage bis 20 Arbeitstage vor Beginn der Werbeaktion	25 Prozent des vereinbarten Rechnungsbetrags
b) Absage bis 10 Arbeitstage vor Beginn der Werbeaktion	100 Prozent des vereinbarten Rechnungsbetrags

Bis zum Zeitpunkt der Absage angefallene Kosten für Leistungen Dritter trägt die Auftraggeber:in zu 100 Prozent.

## 4.3 Rücktritt durch PROPAGANDA

PROPAGANDA hat das Recht, entschädigungslos von einem Auftrag zurückzutreten, wenn involvierte Dritte ihre Zusagen für eine Leistung zurückziehen und es nicht möglich ist, zeit- und qualitätsgerecht sowie zu höchstens gleichen Kosten eine Alternative zu organisieren.

## 4.4 Zahlungsbedingungen

### 4.4.1 Allgemeine Bestimmungen

Es gelten folgende Zahlungsbedingungen:

a) Für bestehende Kund:innen <sup>1</sup> aus der Schweiz	Zahlung innert 20 Tagen <sup>2</sup>
b) Für Neukund:innen <sup>3</sup> aus der Schweiz	Vorauszahlung erforderlich
c) Für Kund:innen aus dem Ausland	Vorauszahlung erforderlich, der Zuschlag für die Mehrwertsteuer entfällt

<sup>1</sup> Als bestehende Kund:innen gelten Kund:innen, die in den vorangegangenen 24 Monaten eine Buchung getätigt haben.

<sup>2</sup> PROPAGANDA kann in bestimmten Fällen auch von bestehenden Kund:innen Vorauszahlungen verlangen.

<sup>3</sup> Als Neukund:innen gelten Kund:innen, die in den vorangegangenen 24 Monaten keine Buchung getätigt haben.

Wenn eine Vorauszahlung erforderlich ist, wird mit der Ausführung des Auftrags erst begonnen, wenn der Rechnungsbetrag dem Konto der PROPAGANDA gutgeschrieben wurde. Der Vertrag bleibt bestehen. Sollte der Auftrag angesichts der verspäteten Ausführung storniert werden, gelten die Bestimmungen gemäss 4.2 Annulation durch die Auftraggeber:in.

Die Rechnungsstellung erfolgt in der Regel zu Beginn der Kalenderwoche, in der einer Kampagne oder Aktion ausgeführt oder gestartet wird, bei Vorauszahlungen erfolgt sie rechtzeitig vor dem geplanten Beginn der Kampagne oder Aktion.

Zahlungen müssen mittels Banküberweisung ohne Spesen zu Lasten der PROPAGANDA auf das auf der Rechnung angegebene Konto erfolgen.

4.4.2 Besondere Bestimmungen für Kunden von Intermediär:innen  
Eine von einer Intermediär:in vertretene Endkund:in kann sich gegenüber PROPAGANDA nur durch Zahlung an PROPAGANDA gültig von ihrer/ seiner Zahlungsverpflichtung befreien.

### 4.4.3 Zahlungsverzug

Bei Zahlungsverzug ist PROPAGANDA berechtigt, ab Fälligkeit Zinsen in Höhe von 5 Prozent sowie zusätzlich für jede Mahnung Mahngebühren in Höhe von CHF 25,00 zu verlangen. Die Geltendmachung eines weiteren Schadens bleibt vorbehalten.

## 5 Datenschutz, Nutzungsrechte, Haftung

### 5.1 Datenschutz

Es gilt die aktuelle Version der Datenschutzerklärung gemäss Website der PROPAGANDA ([www.propaganda.ch/datenschutz](http://www.propaganda.ch/datenschutz)).

Die Auftraggeber:in ist damit einverstanden, dass PROPAGANDA ihr/ ihm elektronische Post zustellt. Sie/ er kann diese Zustimmung jederzeit per E-Mail an [info@propaganda.ch](mailto:info@propaganda.ch) widerrufen.

### 5.2 Nutzungsrechte

Mit der Erteilung eines Auftrags erteilt die Auftraggeber:in der PROPAGANDA das Recht, die ihr zur Distribution überlassenen Werbemittel wie folgt kostenlos zu nutzen: Archivierung von Musterexemplaren; Veröffentlichung von Bildern der Werbemittel auf der Website der PROPAGANDA oder in einer durch PROPAGANDA unterhaltenen digitalen Galerie; Nutzung von Bildern der Werbemittel und/ oder der Werbeaktion im Rahmen des Eigen-Marketings der PROPAGANDA (z.B. auf Social Media und auf anderem digitalen oder physischen Werbe- und Informationsmaterial).

Die Auftraggeber:in kann dieses Nutzungsrecht jederzeit schriftlich mittels E-Mail an [info@propaganda.ch](mailto:info@propaganda.ch) widerrufen.

### 5.3 Gewährleistung

PROPAGANDA gewährleistet eine sorgfältige Ausführung der in der Auftragsbestätigung vereinbarten quantitativen Leistung. Für die qualitative Leistung (insbesondere die Wirksamkeit einer Kampagne oder Aktion) ist jede Gewährleistung ausgeschlossen.

### 5.4 Haftung

#### 5.4.1 Allgemeine Haftungsregeln

PROPAGANDA haftet ausschliesslich für Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit und maximal bis zur Höhe der Auftragssumme.

Falls PROPAGANDA einen Auftrag infolge höherer Gewalt nicht, nicht vollständig oder nicht zeitgerecht ausführen kann, haftet sie nicht für allenfalls entstandenen Schaden.

#### 5.4.2 Spezielle Haftungsregeln

##### (1) Zu 2.2 Bewilligungen

Wünscht die Auftraggeber:in die Durchführung von Werbeaktionen, für die keine Bewilligung eingeholt werden kann, haftet sie/ er vollumfänglich für allfällige rechtlichen Konsequenzen aus dieser Aktion. Insbesondere haftet sie/ er für jegliche PROPAGANDA oder deren Mitarbeitenden aus Bussen, Reklamationen, Anzeigen oder Strafverfolgung entstehenden Kosten und Umtriebe, für Anzeigen, für Reinigungs- und Wiederherstellungskosten sowie für Schadenersatzansprüche gegenüber PROPAGANDA oder deren Mitarbeitenden. PROPAGANDA lehnt jede diesbezügliche Haftung ab.

##### (2) Zu 2.3.1 Inhalt von Werbemitteln

Die Auftraggeber:in haftet in jedem Fall und ausschliesslich für den Inhalt der Werbemittel. Überdies trägt sie/ er die uneingeschränkte Verantwortung dafür und sichert zu, dass sie/ er über sämtliche erforderlichen Rechte bezüglich Inhalt und Form der Kampagne oder Aktion verfügt.

Wird ein Werbesujet durch behördliche Verfügung ganz oder teilweise verboten oder kann eine Verteilung aufgrund eines behördlichen Bescheids nicht ausgeführt werden, schuldet die Auftraggeber:in PROPAGANDA die vollen Kosten der Kampagne oder Aktion gemäss Auftragsbestätigung.

##### (3) Zu 2.3.3 Bereitstellung von Werbemitteln

Kann ein Auftrag aus Gründen, die die Auftraggeber:in zu vertreten hat, nicht, nicht vollständig oder nicht zeitgerecht ausgeführt werden,

- + haftet PROPAGANDA in keiner Weise für jegliche nachteiligen Folgen für die Auftraggeber:in,
- + haftet die Auftraggeber:in für jegliche daraus entstandene Kosten seitens PROPAGANDA (insbesondere für Zeitaufwand, Personal, Logistik) und allfälliger Dritter.

PROPAGANDA haftet nicht für Verzögerungen oder Qualitätsmängel, die durch Lieferant:innen oder höhere Gewalt verursacht werden.

##### (4) Zu 2.3.5 Hilfsmittel

PROPAGANDA lehnt jede Haftung für Mängel ab, die nicht schuldhaft durch sie oder ihre Mitarbeitenden verursacht wurden.

Mängelrügen, die nach der festgelegten Frist eingehen, sind nichtig.

##### (5) Zu 3.2 Guerilla Marketing

Siehe 5.4.2 Spezielle Haftungsregeln Ziffer (1).

Die vorliegenden AGB treten am 1. Dezember 2023 in Kraft und ersetzen sämtliche vorangegangenen Fassungen.

PROPAGANDA Marketing AG  
Hardstrasse 69  
8004 Zürich

## 6 Schlussbestimmungen

---

### 6.1 Änderungen der AGB

Änderungen der AGB bedürfen der Schriftlichkeit.

### 6.2 Anwendbares Recht und Gerichtsstand

Die AGB unterstehen schweizerischem Recht, Gerichtsstand ist Zürich.

### 6.3 Gültigkeit und Inkrafttreten

Es gilt die zum Zeitpunkt der jeweiligen Auftragserteilung gültige Fassung der AGB.