

Allgemeine Geschäftsbedingungen

von Mr. Campaigning AG
im Folgenden kurz «Mr. Campaigning» genannt
Gültig seit
8953 Dietikon, 01. Januar 2020

Adresse

Mr. Campaigning AG
Limmat Tower, Apt. 4.1
Überlandstrasse 18
8953 Dietikon
Switzerland

UID & MWSt-Nummer

CHE-114.406.461

Bankverbindung

Bezirkssparkasse Uster, 8610 Uster

IBAN für Überweisungen in in Schweizer Franken
CH31 0688 8016 0235 1850 4

IBAN für Überweisungen in Euro:
CH58 0688 8390 8655 9140 2

1. Grundsätzliches

1.1 Grundlagen, Anwendungsbereich und Geltung

1.1.1 Die nachfolgenden Geschäftsbedingungen regeln Abschluss, Inhalt und Abwicklung von Verträgen für auftragsrechtliche sowie kauf- und mietrechtliche Leistungen – «Zusammenarbeit» oder «Leistungserbringung» genannt – zwischen Mr. Campaigning AG und seinen Auftraggebern. Sie gelten für jegliche Art der Leistungserbringung durch Mr. Campaigning, sofern für den entsprechenden Auftrag oder Werkvertrag kein davon abweichender Vertrag abgeschlossen wurde und sofern diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht durch solche der Auftraggeberin ersetzt wurden.

1.1.2 Leistungserbringungen werden im Folgenden kurz auch «Projekt(e)» genannt. Mr. Campaigning und Auftraggeber werden als Vertragspartner bezeichnet.

1.1.3 Als Grundlage für den Auftragsgegenstand dient die Offerte bzw. die Auftragsbestätigung. Diese kann in Papierform, elektronisch oder mündlich vorliegen. Sie bestimmt das Leistungsverzeichnis seitens Mr. Campaigning.

1.1.4 Abweichungen von diesen AGB sind in der Offertenanfrage bzw. im Angebot ausdrücklich als solche zu bezeichnen. Sie bedürfen zu ihrer Gültigkeit der Erwähnung in der Vertragsurkunde.

1.1.5 Bei Widersprüchen zwischen den Bedingungen der Vertragsbestandteilen hat die Vertragsurkunde Vorrang vor den Bedingungen dieser AGB. Diese AGB haben Vorrang vor dem Angebot und das Angebot hat Vorrang vor dem Pflichtenheft. Abweichende Vereinbarungen der Vertragspartner in der Vertragsurkunde bleiben vorbehalten.

1.2 Pflichten im Zusammenhang mit der Abwicklung

1.2.1 Die Ausführung von Leistungen erfolgt unter Anwendung des Campaigning Modells von Mr. Campaigning oder anderer anerkannter Methoden und aktuellen Standards und unter Beachtung der vom Auftraggeber vertragsgemäss erteilten Weisungen.

1.2.2 Art, Umfang und Eigenschaften der Produkte und Leistungen werden in der Vertragsurkunde geregelt. Darin kann auf weitere Dokumente verwiesen werden.

1.2.3 Der Auftraggeber verpflichtet sich, Mr. Campaigning die zur Erfüllung des Auftrags notwendigen Informationen und Materialien rechtzeitig und in geeigneter Form zur Verfügung zu stellen, sowie – falls vereinbart – den Akonto-Betrag zu zahlen (s. auch 2.1). Allfällige weitere Mitwirkungshandlungen des Auftraggebers werden im Einzelfall in der Vertragsurkunde vereinbart.

1.2.4 Mr. Campaigning haftet nicht für Verzögerungen und andere Unzulänglichkeiten, die durch den Auftraggeber unmittelbar oder mittelbar verursacht bzw. in Kauf genommen werden und schuldet in einem solchen Fall auch keine Konventionalstrafe.

1.2.5 Bei rechtzeitiger Erfüllung oben genannter Voraussetzungen durch den Auftraggeber wird Mr. Campaigning alles im Rahmen seiner Möglichkeiten stehende tun, um die vertraglich

vereinbarten Aufgaben im festgelegten Budgetrahmen und Zeitplan abzuwickeln. Bei absehbaren Abweichungen vom Zeitplan und der Budgetplanung wird Mr. Campaigning den Auftraggeber unverzüglich informieren und das Gespräch über notwendige Konsequenzen suchen.

1.2.6 Mr. Campaigning entscheidet aufgrund seiner Kompetenz und Erfahrung nach bestem Wissen und Gewissen, welche Massnahmen im Zusammenhang mit einem Projekt sinnvoll, wichtig, relevant, und/oder weniger wichtig bzw. zu vernachlässigen sind. Dabei hat er grundsätzlich die Freiheit, selbständig Arbeiten auszuführen, von denen er überzeugt ist, dass sie den Interessen des Auftraggebers dienen, ohne dessen Einwilligung einzuholen, vorausgesetzt, der Aufwand zum Einholen des Einverständnisses wäre unverhältnismässig gross oder dies wäre aus nicht verschuldeten Gründen unmöglich, und zudem nur sofern der Aufwand nicht 10% des Budgets überschreitet.

1.2.7 Die Vertragspartner zeigen sich gegenseitig sofort alle Umstände aus ihren Bereichen an, welche die vertragsgemässe Erfüllung gefährden könnten oder sicher gefährden werden.

1.2.8 Mr. Campaigning informiert den Auftraggeber regelmässig über den Fortschritt der Arbeiten und holt bei Unklarheiten erforderliche Vorgaben des Auftraggebers ein.

1.2.9 Die Vertragspartner kommen bei Nichteinhalten der in der Vertragsurkunde als verzugsbegründend vereinbarten Termine ohne weiteres in Verzug, bei anderen Terminen nach Mahnung unter Einräumung einer angemessenen Nachfrist.

1.2.10 Befindet sich Mr. Campaigning in Verzug, kann der Auftraggeber, wenn die Erfüllung auch nach Ablauf einer Mr. Campaigning angesetzten angemessenen Nachfrist noch nicht vollständig erfolgt ist, nach seiner Wahl:

- auf die nachträgliche Erfüllung durch Mr. Campaigning beharren und bei Verschulden seitens Mr. Campaigning den Ersatz desjenigen Schadens geltend machen, der eine Folge der nicht vertragsgemässen Erfüllung ist, oder
- bei werkvertraglichen Leistungen eine Ersatzvornahme auf Kosten von Mr. Campaigning durchführen, sei es selbst oder unter Beizug eines Dritten, wobei von Mr. Campaigning diejenigen Unterlagen und Materialien an der Auftraggeber herauszugeben sind, welche vertragsgemäss spezifisch für letztere erarbeitet wurden oder für welche eine Herausgabe speziell vereinbart wurde, oder
- auf die nachträgliche Erfüllung des Vertrags verzichten und bei Verschulden seitens Mr. Campaigning den Ersatz des aus der Nichterfüllung entstandenen Schadens geltend machen, oder
- auf die nachträgliche Erfüllung des Vertrags verzichten und den Vertrag vollständig oder teilweise rückwirkend auf den Zeitpunkt des Vertragsabschlusses aufheben, unter Rückabwicklung der bisher gegenseitig erbrachten, vom Rücktritt betroffenen gegenseitigen Leistungen, und bei Verschulden seitens Mr. Campaigning den Ersatz desjenigen Schadens geltend machen, der der Leistungsbezügerin aus dem Dahinfallen des Vertrags entstanden ist. Bei Dauerverträgen tritt an die Stelle der rückwirkenden Vertragsauflösung die ausserordentliche Beendigung des Vertrags mit sofortiger Wirkung.

1.2.11 Kommt Mr. Campaigning in Verzug, schuldet er bezüglich der in der Vertragsurkunde entsprechend bezeichneten Termine eine Konventionalstrafe, sofern er nicht beweist, dass weder er noch durch ihn beauftragte Dritte ein Verschulden trifft. Diese beträgt pro Verzug und Verspätungstag 1 Promille, insgesamt aber höchstens 10% der gesamten Vergütung des entsprechenden Vertrags bei Einmalleistungen beziehungsweise der Vergütung für 12 Monate bei wiederkehrenden Leistungen.

1.2.12 Die Konventionalstrafe ist auch dann geschuldet, wenn die Leistungen vorbehaltlos angenommen werden oder der Auftraggeber von den Rechtsbehelfen gemäss Ziffer 1.2.10 Gebrauch macht. Die Bezahlung der Konventionalstrafe befreit Mr. Campaigning nicht von den anderen vertraglichen Verpflichtungen. Schadenersatzansprüche des Auftraggebers gemäss Ziffer 3.2 bleiben vorbehalten, die Konventionalstrafe wird auf den allenfalls zu leistenden Schadenersatz angerechnet.

1.2.13 Bei Einwirkung höherer Gewalt (Naturkatastrophen, Gewaltausbrüche und Vergleichbares), und sofern im Vorfeld alles Vertretbare unternommen wurde, um deren Auswirkungen zu minimieren oder neutralisieren, werden Auftraggeber und Mr. Campaigning von ihren Verpflichtungen entbunden, sofern es für deren Erfüllung keine Ausweichmöglichkeiten gibt.

1.2.14 Nutzen- und Gefahrenübergang erfolgen mit Entgegennahme der Leistung oder der Lieferung durch den Auftraggeber. Mr. Campaigning übernimmt die Instruktion des Personals des Auftraggebers im vereinbarten Umfang.

1.2.15 Mr. Campaigning gewährleistet, dass die von ihm gelieferten Produkte, werkvertraglichen und sonstigen Leistungen die vereinbarten Eigenschaften aufweisen, ferner diejenigen Eigenschaften, welche der Auftraggeber auch ohne besondere Vereinbarung in guten Treuen voraussetzen darf.

1.2.16 Liegt ein Mangel vor, kann der Auftraggeber unentgeltliche Nachbesserung verlangen oder einen dem Minderwert entsprechenden Abzug von der Vergütung machen. Mr. Campaigning behebt den Mangel innerhalb angemessener Frist und trägt alle daraus entstehenden Kosten.

1.2.17 Hat Mr. Campaigning die verlangte Mängelbehebung nicht, nicht rechtzeitig oder nicht erfolgreich vorgenommen, kann der Auftraggeber einen dem Minderwert entsprechenden Abzug von der Vergütung machen. Bei erheblichen Mängeln kann er stattdessen auch gemäss Ziffer 1.2.10 vorgehen.

1.2.18 Mängel sind innerhalb von 60 Tagen nach Entdeckung zu beanstanden. Die Gewährleistungsrechte verjähren innerhalb von einem Jahr ab Ablieferung bzw. Abnahme. Nach der Behebung von beanstandeten Mängeln beginnen die Ersatz-Fristen neu zu laufen. Arglistig verschwiegene Mängel können während zehn Jahren ab Ablieferung bzw. Abnahme geltend gemacht werden.

1.2.19 Nach Ablauf der Gewährleistungsfrist erbrachte Leistungen sind entgeltlich und erfolgen zu marktüblichen Bedingungen.

1.2.20 Abweichende Garantieleistungen für Drittprodukte sind in der Vertragsurkunde zu regeln.

1.2.21 Mr. Campaigning verpflichtet sich, nur abnahmereife Lieferobjekte, wie z.B. Konzepte Dokumente und visuelle Gestaltungen, zur Abnahme freizugeben. Zwischenversionen können vom Auftraggeber herausverlangt werden.

1.2.22 Die Vertragspartner vereinbaren die Abnahmebestimmungen, welche mindestens Folgendes festlegen: Termin der Abnahme, Zeitplan für die gemeinsame Prüfung, Abnahmeverfahren, Abnahmekriterien wie z.B. Leistungsmerkmale, die Qualifikation der Mängel sowie die Mitwirkungspflichten des Auftraggebers.

1.2.23 Vor der Abnahme erfolgt eine gemeinsame Prüfung. Mr. Campaigning lädt den Auftraggeber hierzu rechtzeitig ein. Über die Prüfung und deren Ergebnis wird ein Protokoll erstellt, das beide Vertragspartner unterzeichnen.

1.2.24 Im gegenseitigen Einverständnis sind auch Teilabnahmen möglich. Diese stehen unter dem Vorbehalt der Gesamtabnahme.

1.2.25 Zeigen sich bei der Prüfung keine Mängel, wird die Leistung mit der Unterzeichnung des Protokolls abgenommen.

1.2.26 Zeigen sich bei der Prüfung unerhebliche Mängel, wird die Leistung gleichwohl mit der Unterzeichnung des Protokolls abgenommen, sofern im Vertrag nichts anderes festgehalten ist. Mr. Campaigning behebt die festgestellten Mängel kostenlos innerhalb einer gemeinsam zu vereinbarenden, den Umständen angemessenen Frist im Rahmen der Gewährleistung.

1.2.27 Sofern die Vertragspartner nicht etwas anderes vereinbaren, gelten Mängel als unerheblich, wenn die Nutzung der abzunehmenden Leistungen keine wesentliche Beeinträchtigung erfährt.

1.2.28 Liegen erhebliche Mängel vor, so wird die Abnahme zurückgestellt. Mr. Campaigning behebt umgehend die festgestellten Mängel und lädt den Auftraggeber rechtzeitig zu einer neuen Prüfung ein. Zeigen sich auch bei dieser Prüfung erhebliche Mängel, wird gemäss Ziffer 1.2.10 vorgegangen.

1.2.29 Sofern die Vertragspartner nicht etwas anderes vereinbaren (Ziffer 1.2.10), gilt ein Mangel als erheblich, wenn durch ihn die Nutzung der abzunehmenden Leistungen eine wesentliche Beeinträchtigung erfährt.

1.2.30 Verweigert der Auftraggeber, obwohl die Voraussetzungen dazu gegeben sind, die Teilnahme an der Abnahmeprüfung trotz Mahnung und einer angemessenen Nachfrist, so gilt die Leistung als abgenommen.

1.2.31 Erfüllungsort für die Leistungen von Mr. Campaigning ist der in der Vertragsurkunde vereinbarte Ort, in Ermangelung eines solchen die (digitale) Adresse des Auftraggebers.

1.3 Mitarbeiter/innen von Mr. Campaigning

1.3.1 Mr. Campaigning setzt zur Erbringung von Dienstleistungen, auch wenn es sich hierbei lediglich um eine Nebenleistung handelt, nur vertrauenswürdigen, sorgfältig ausgewähltes und gut ausgebildetes Personal zur Vertragserfüllung ein. Er ersetzt auf Verlangen des Auftraggebers innerhalb nützlicher Frist Personen, welche in der Beurteilung des Auftraggebers nicht über die erforderlichen Fachkenntnisse verfügen oder sonst wie die

Vertragserfüllung beeinträchtigen. Willkürliche oder nicht nachvollziehbare Beurteilungen durch den Auftraggeber müssen durch Mr. Campaigning nicht anerkannt werden.

1.3.2 Die Vertragspartner vereinbaren die Projektorganisation und bezeichnen die darin verantwortlichen Personen.

1.3.3 Der Auftraggeber kann in Fällen eines aus seiner Sicht erhöhten Schutzbedarfs (z.B. Personendaten) von Mr. Campaigning verlangen, dass er Unterlagen über weitere Abklärungen bezüglich der von ihm eingesetzten Mitarbeitenden beibringt (z.B. Strafregisterauszug). Einzelheiten werden im Vertrag geregelt.

1.3.4 Bei unvorhergesehenem Ausfall verantwortlicher Mitarbeiter bei Mr. Campaigning verpflichtet sich Mr. Campaigning, entweder rechtzeitig geeignete Stellvertreter/innen zu finden oder dem Auftraggeber einen geeigneten Ersatztermin bereitzustellen oder die betroffenen, durch den Auftraggeber getätigten Honorarvorauszahlungen zurückzuerstatten.

1.4 Leistungen Dritter

1.4.1 Mr. Campaigning verfügt über ein Netzwerk von Subunternehmern, die wie interne Mitarbeiter zu betrachten sind und für die die gleichen Regeln gelten (im folgenden als «externe Mitarbeiter» bezeichnet). Je nach Bedarf zieht Mr. Campaigning aus diesem Netzwerk solche externe Mitarbeiter zur Erfüllung von Aufträgen bei. Die Anerkennung der vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gilt als allgemeines schriftliches Einverständnis zum Beizug von externen Mitarbeiter. Der Auftraggeber darf sein Einverständnis im konkreten Fall verweigern, jedoch nicht ohne begründeten Anlass, wobei unter dem Amtsgeheimnis stehende Gründe nicht offen gelegt werden. Mr. Campaigning bleibt gegenüber dem Auftraggeber für das Erbringen der Leistungen verantwortlich.

1.4.2 Gegenüber externen Mitarbeitern und anderen Dritten handelt Mr. Campaigning stellvertretend im Namen und auf Rechnung der Auftraggeber.

1.4.3 Für die ordnungsgemässe Leistungserbringung und Preiseinhaltung von externen Mitarbeiter und allgemein Dritten ist Mr. Campaigning verantwortlich, wenn Mr. Campaigning die externen Mitarbeiter beziehungsweise Drittpartei selbst ausgesucht hat und diese nicht vom Auftraggeber vorgegeben wurde. Wurde die Drittpartei vom Auftraggeber vorgegeben, übernimmt der Auftraggeber die Verantwortung für deren Leistungserbringung und Preiseinhaltung. Externe Mitarbeiter von Mr. Campaigning sind in jedem Fall anderen Subunternehmern vorzuziehen. Der Auftraggeber kann trotzdem Subunternehmer seiner Wahl vorgeben, jedoch nur bei Vorhandensein triftiger Gründe und schriftlicher Begründung.

1.4.4 Mr. Campaigning ist innerhalb der vertraglich vereinbarten Rahmenbedingungen und unter Beachtung der Schweizer Gesetzgebung und gemeinsam mit dem Auftraggeber definierter, ethischer Leitplanken grundsätzlich frei in der Wahl der Mittel, um die im Rahmen dieses Vertrages umschriebenen Aufgaben zu erfüllen.

1.5 Widerruf durch den Auftraggeber

1.5.1 Erfolgt seitens des Auftraggebers nach Auftragserteilung ein Widerruf des Auftrags, kürzer als 8 Wochen vor Auftragsbeginn, verpflichtet der Auftraggeber sich zur Zahlung der Hälfte der vereinbarten Auftragssumme, die innerhalb der ersten 12 Wochen der Zusammenarbeit fällig geworden wäre – inklusive der Aufwendungen Dritter. Ausnahmen von dieser Regel können im Vertrag schriftlich vereinbart werden.

1.5.2 Bei Stornierung kürzer als 4 Wochen vor Auftragsbeginn verpflichtet sich der Auftraggeber zur Zahlung der gesamten vereinbarten Auftragssumme, die innerhalb der ersten 12 Wochen der Zusammenarbeit fällig geworden wäre – inklusive Aufwendungen Dritter. Weitere Entschädigungsforderungen bleiben vorbehalten. Ausnahmen von dieser Regel können im Vertrag schriftlich vereinbart werden.

1.6 Geistiges Eigentum

1.6.1 Sämtliche Rechte an den von Mr. Campaigning in Erfüllung des Vertrags erstellten Arbeitsergebnissen, urheberrechtliche und andere Rechte bleiben grundsätzlich bei Mr. Campaigning. Darunter fallen insbesondere im Rahmen eines Vertragsverhältnisses von Mr. Campaigning erstellte Konzepte, Unterlagen, Auswertungen etc. Ohne anderslautende Vereinbarung im Vertrag erwirbt der Auftraggeber mit der Begleichung der Rechnung ein Nutzungsrecht für die vereinbarte Dauer bzw. bei fehlender Vereinbarung für die Dauer der Zusammenarbeit, vorausgesetzt, die vereinbarte Vergütungen für die Dienste von Mr. Campaigning wurden vollständig erbracht.

1.6.2 Nach Beendigung der Zusammenarbeit dürfen die Leistungen von Mr. Campaigning nur mit dessen schriftlicher Zustimmung und gegen Leistung einer Entschädigung weiterverwendet werden, sofern dies im Vertrag nicht anders festgehalten wurde.

1.6.3 Die Rechte an den von von Mr. Campaigning in Erfüllung des Vertrags erstellten Arbeitsergebnissen gehen mit Erstellung dann – und nur dann – auf den Auftraggeber über, wenn dies im Vertrag so festgehalten wurde und die vereinbarte Vergütung fristgerecht geleistet wurde. In diesem Fall verlieren die Ziffern 1.6.1 und 1.6.2 ihre Gültigkeit.

1.6.4 Mr. Campaigning wird den Auftraggeber informieren, wie lange und unter welchen Bedingungen Urheberrechte von beigezogenen Dritten vom Kunden genutzt werden dürfen.

1.6.5 An rechtlich nicht geschützten Ideen, Verfahren und Methoden, die den Arbeitsergebnissen zugrunde liegen, sind beide Vertragspartner nutzungs- und verfügungsberechtigt.

1.6.6 Produkte Dritter und vorbestehende Rechte von Mr. Campaigning bleiben von dieser Regelung unberührt, es sei denn, sie seien untrennbarer Bestandteil des erschaffenen Arbeitsergebnisses. In einem solchen Fall räumt Mr. Campaigning dem Auftraggeber ein zeitlich unbeschränktes, nicht ausschliessliches, übertragbares Nutzungsrecht für eigene Zwecke an den vorbestehenden Rechten ein.

1.6.7 Vorbehalten bleiben anderslautende vertragliche Regelungen.

1.6.8 Patentrechte an Erfindungen, die bei der Vertragserfüllung entstanden sind, gehören dem Auftraggeber, wenn die Erfindungen von dessen Personal gemacht wurden; Mr. Campaigning, wenn die Erfindungen von deren Personal oder von ihm beigezogenen Dritten gemacht wurden; dem Auftraggeber und Mr. Campaigning, wenn die Erfindungen gemeinsam vom Personal des Auftraggebers und Mr. Campaigning bzw. von ihm beigezogenen Dritten gemacht wurden. Die Vertragspartner verzichten gegenseitig auf die Erhebung von Lizenzgebühren. Sie können ihre Rechte ohne Zustimmung des anderen Vertragspartners auf Dritte übertragen oder Dritten Gebrauchsrechte einräumen.

1.7 Interessenskonflikte

1.7.1 Während der Dauer der Zusammenarbeit übernimmt Mr. Campaigning keine Aufträge, die den Interessen des Auftraggebers zuwiderlaufen würden. Im Falle eines potenziellen Konfliktes informiert Mr. Campaigning den Auftraggeber rechtzeitig und räumt ihm ein Vetorecht ein. Im Falle divergierender Meinungen behält sich Mr. Campaigning das Recht, zu entscheiden, ob ein bestimmtes Mandat möglicherweise einen Interessenkonflikt darstellt oder nicht.

1.7.2 Während der Dauer der Zusammenarbeit wird Mr. Campaigning durch den Auftraggeber informiert, sollte dieser erwägen, weitere Berater oder Agenturen beizuziehen und erhält Gelegenheit zur Offertenstellung. Dies gilt insbesondere auch für den Fall, dass ein oder mehrere bisherige Mitarbeitende(r) von Mr. Campaigning die Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber in ein neues Arbeitsverhältnis überführen will. Der Auftraggeber ist sich dessen bewusst, dass Mitarbeitende von Mr. Campaigning einer Konkurrenzklausele unterliegen, die diese Möglichkeit verbietet. Eine Ausnahme kann nur gegen eine angemessene Entschädigungssumme, in der Regel 15% der zu erwartenden Jahreseinnahmen, gewährt werden.

1.8 Elektronischer Briefverkehr

1.8.1 Der Auftraggeber ist darüber informiert, dass bei der Kommunikation über E-Mail Dritte zu den übermittelten Daten Zugang haben können. Er ermächtigt Mr. Campaigning hiermit ausdrücklich zur E-Mail-Kommunikation und betrachtet eine solche nicht als Verletzung der Geheimhaltungspflicht. Auf Wunsch und gegen Verrechnung richtet Mr. Campaigning «Secure E-Mail» oder etwas Äquivalentes ein. Gleiches gilt analog für die Speicherung von Daten in einer Cloud.

1.9 Vorzeitige Zielerreichung

1.9.1 Wird das Ziel eines Projekts früher als erwartet erreicht, und die Verrechnung erfolgt nicht als Pauschale, so verpflichtet sich der Auftraggeber zur Zahlung der gesamten vereinbarten Auftragssumme, die innerhalb der folgenden 12 Wochen fällig geworden wäre. Bei Pauschalen ist der Gesamtbetrag zu zahlen.

2. Honorare, Zahlungsmodalitäten und Vertragsdauer

2.1 Auftragsbeginn

2.1.1 Der Auftraggeber verpflichtet sich unmittelbar nach Auftragsbestätigung zur Zahlung der Hälfte der gesamten vereinbarten Honorarsumme. Sofern eine Vorauszahlung vereinbart wurde, beginnt Mr. Campaigning seine Tätigkeiten erst nach Zahlungseingang der verrechneten Summe auf dem in der Rechnung angegebenen Konto oder nach Eingang einer schriftlichen Zahlungsbestätigung. Siehe hierzu auch 1.2.

2.1.2 Ein Verzicht auf eine solche Vorauszahlung oder Änderungen von Betrag und Zahlungsfristen kann bzw. können in der Vertragsurkunde schriftlich vereinbart werden. In diesem Fall orientiert sich der Beginn der Leistungserbringung an den in der Vertragsurkunde festgehaltenen Vorgaben.

2.1.3 Separat kann die Vorauszahlung der Leistungen Dritter vereinbart werden.

2.2 Frühzahler-Rabatt

2.2.1 Auftraggeber, die innerhalb von zwei Wochen nach Auftragsbestätigung die Gesamtauftragssumme vollumfänglich im Voraus einzahlen, erhalten 2% Rabatt auf die Höhe des Honorar Betrags, sofern nichts anderes vereinbart wurde. Als Einzahlungsdatum gilt das Datum, an dem die Zahlung effektiv ausgelöst wurde.

2.3 Projekte über mehrere Monate oder länger

2.3.1 Bei Aufträgen über mehrere Monate hinweg erfolgt die Abrechnung des nach der Akonto-Zahlung verbleibenden Budgets gemäss bestätigter Offerte oder vertraglich geregelter Vereinbarung.

2.3.2 Bei einer Inflation über 2% wird das Honorar am Ende jedes Quartals inflationsbereinigt.

2.4 Berechnungsgrundlagen

2.4.1 Mr. Campaigning erbringt die Leistungen zu Festpreisen («Pauschale»), einer Basis-Pauschale oder nach Aufwand. Er gibt in seinem Angebot die Kostenarten und Kostensätze bekannt.

2.4.2 Erbringt Mr. Campaigning Leistungen nach Aufwand, kann in der Vertragsurkunde eine obere Begrenzung der Vergütung (Kostendach) festgehalten werden. Sofern nichts anderes vereinbart wurde, führt das Erreichen dieses Kostendachs automatisch zur Beendigung der Leistungserbringung.

2.4.3 Bei der Verrechnung nach Aufwand beziehen sich die Honorare auf den direkten Zeitaufwand der Mitarbeiter/innen von Mr. Campaigning und auf die zur Anwendung gelangenden Spezialkenntnisse. Erbringt Mr. Campaigning Leistungen nach Aufwand, liefert er zusammen mit der Rechnung einen durch die zuständige Person des Auftraggebers visierten Rapport. Der Rapport nennt für jedes Projekt pro Tag, Stunde oder Minute die

Leistungen und den Aufwand jeder eingesetzten Person. Alternativ kann der Auftraggeber einen Rapport bestellen, der den zeitlichen Aufwand pro Projekt und Tätigkeit aufgelistet darstellt.

2.4.4 Die Vergütung gilt alle Leistungen ab, die zur gehörigen Vertragserfüllung notwendig sind. Durch die Vergütung abgedeckt sind insbesondere die Kosten der Instruktion, – sofern in der Vertragsurkunde nicht anders vereinbart – die Spesen, die Lizenzgebühren, die Design-, Verpackungs-, Transport- und Versicherungskosten sowie die zum vereinbarten Zeitpunkt der Rechnungsstellung geltenden öffentlichen Abgaben (z.B. MWST) und die vorgezogene Recyclinggebühr, welche je separat ausgewiesen werden können und sofern eine dieser Kosten überhaupt zum Tragen kommt.

2.4.5 Die Rechnungsstellung erfolgt nach der Leistungserbringung bzw. – sofern vertraglich vorgesehen – nach der Abnahme der abgerechneten Leistungen. Rechnungen sind innert 10 Tagen nach Erhalt zu bezahlen. Vorbehalten bleiben abweichende Vereinbarungen in der Vertragsurkunde, insbesondere ein allfälliger Zahlungsplan und eine abweichende Zahlungsfrist.

2.4.6 Werden Teilzahlungen (Anzahlungen und Abschlagszahlungen) vereinbart, kann der Auftraggeber von Mr. Campaigning die Sicherstellung des Betrags auf geeignete Weise (z.B. mittels Bankgarantie) verlangen.

2.4.7 Eine Anpassung der Vergütung während der Vertragslaufzeit erfolgt nur, falls dies in der Vertragsurkunde festgehalten ist.

2.4.8 Pauschalen entsprechen einem Performance-Honorar, mit dem das Erreichen eines konkreten Ziels oder eine konkrete Dienstleistung abgegolten wird. Für die Verrechnung eines Performance-Honorars wird im Vorfeld gemeinsam festgelegt, anhand welcher Kriterien die erfolgreiche Leistungserbringung festgestellt wird. Ein Performance-Honorar kann auch aus mehreren Teilen für mehrere Dienstleistungspakete bestehen.

2.4.9 Bei einer so genannten Basis-Pauschale wird der effektive Zeitaufwand von Mr. Campaigning erfasst. Solange der zeitliche Aufwand das Stunden-Äquivalent des Basis-Honorars nicht um 10% übersteigt, ist auch das Basis-Honorar mit einem Festpreis identisch und im Prinzip unabhängig vom Zeitaufwand von Mr. Campaigning. Hingegen wird ein die Basis-Pauschale um mehr als 10% übersteigender Aufwand analog einer Verrechnung nach Aufwand verrechnet. Auch hierfür kann in der Vertragsurkunde ein Kostendach vereinbart werden.

2.4.10 Sämtliche Ermässigungen, wie zum Beispiel ermässigte Stundensätze für Startups oder vergünstigte Stundensätze analog eines Mengenrabatts, gelten nur solange, wie Rechnungen innerhalb der vereinbarten Zahlungsfristen beglichen werden. Ab der ersten Zahlungserinnerung erlöschen die Ermässigungen automatisch und es erfolgt eine erneute Berechnung aufgrund der marktüblichen Tarife.

2.5 Reisezeiten

2.5.1 Der Auftraggeber verpflichtet sich zur Honorierung des Zeitaufwands für auftragsbedingte Reisezeiten zum üblichen Stunden-Tarif, sofern die Reisezeit nicht für andere Tätigkeiten genutzt werden kann.

2.5.2 Ist der Auftraggeber nicht bereit, die Reisezeit zu vergüten, muss er Mr. Campaigning vor dem Reiseantritt darüber informieren. Ohne eine solche Information gilt die Ziffer 2.5.1 als anerkannt.

2.5.3 Die Vertragspartner können eine Ausnahme von Ziffer 2.5.1 allgemein in der Vertragsurkunde schriftlich festhalten.

2.6 Änderungen und Zusatzwünsche seitens Auftraggeber

2.6.1 Mr. Campaigning orientiert den Auftraggeber über Verbesserungen und Weiterentwicklungen, die aus technischen oder wirtschaftlichen Gründen eine Änderung der Leistungen angezeigt erscheinen lassen. Des Weiteren informiert er den Auftraggeber über die Folgen einer Änderung von Leistungen auf die bestehende Infrastruktur, die Lesbarkeit von Daten oder die Umsetzbarkeit von Konzepten.

2.6.2 Beide Vertragspartner können schriftlich Änderungen der vereinbarten Leistungen über die verantwortlichen Personen beantragen. Sind Auswirkungen auf Kosten oder Termine zu erwarten, sind die Leistungsänderungen in einem zwischen den Vertragspartnern zu vereinbarenden Zeitrahmen zu offerieren. Dieses Angebot umfasst die Einschätzung der Realisierbarkeit, die Umschreibung der notwendigen Zusatzleistungen und die Konsequenzen auf die Leistungen insbesondere bezüglich der Kosten und Termine. Es enthält einen Hinweis, ob die Leistungserbringung bis zum Entscheid über die Vornahme der Änderung ganz oder teilweise unterbrochen werden soll und wie sich ein solcher Unterbruch auf die Vergütung und die Termine auswirken würde. Für solche Angebote erhält Mr. Campaigning nur dann eine Vergütung, wenn dies ausdrücklich vereinbart wurde.

2.6.3 Ohne gegenteilige Vereinbarung setzt Mr. Campaigning während der Prüfung von Änderungsvorschlägen seine Arbeiten vertragsgemäss fort.

2.6.4 Die Leistungsänderung und allfällige Anpassungen von Vergütung, Terminen und anderen Vertragspunkten werden vor der Ausführung in einem Nachtrag zur Vertragsurkunde schriftlich festgehalten. Die Anpassung der Vergütung berechnet sich nach den Ansätzen zum Zeitpunkt der Vereinbarung der Änderung. Für die Vereinbarung von Änderungen, welche keinen Einfluss auf Kosten, Termine und Qualität haben, genügt die Unterzeichnung eines Änderungsprotokolls durch die verantwortlichen Personen des Auftraggebers und von Mr. Campaigning.

2.6.5 Soweit Änderungs- oder Zusatzwünsche nach Vertragsunterzeichnung durch den Auftraggeber einseitig angeordnet werden und zeitlichen oder finanziellen Mehraufwand verursachen und dafür keine separate Offerte gemäss dem oben dargestellten Vorgehen eingeholt wird, stellt Mr. Campaigning den Mehraufwand zusätzlich in Rechnung. Dasselbe gilt für Mehraufwand, der durch vom Auftraggeber gewünschte Terminverschiebungen, durch

Nicht-Bereitstellen aller relevanten Informationen oder sonstwie durch den Auftraggeber ohne Verschulden von Mr. Campaigning verursacht wird.

2.7 Spesen und Sekretariatskosten

2.7.1 Sofern nicht anders vereinbart, kommt zum Honorar hinzu jeweils eine Spesenpauschale für Inlandanrufe, Internet, Porti, Nahverkehr in der Höhe von fünf Prozent der Gesamtsumme. Abweichungen vom Prozentsatz können in der Offerte oder im Vertrag schriftlich festgelegt werden.

2.7.2 Die Mehrwertsteuer ist im Preis nicht inbegriffen.

2.7.3 Weitere Spesen wie Auslandgespräche, mobiles Internet, Flugtickets, Übernachtungen und Fremdkosten werden monatlich im Nachhinein gegen eine Handlinggebühr von acht Prozent abgerechnet. Grössere Fremdkostenbeträge können zur direkten Bezahlung an die Auftraggeber geleitet werden. Für Fremdkosten wird generell eine Handlinggebühr von acht Prozent abgerechnet. Projektspezifische Sekretariatskosten werden separat abgerechnet.

2.8 Zahlungsfrist

2.8.1 Der Auftraggeber verpflichtet sich aufgrund der Rechnungsstellung zur Zahlung der in Rechnung gestellten Gesamtsumme innert 10 Tagen. Die Rechnungsstellung erfolgt in der Regel unmittelbar nach Auftragsbestätigung oder einen Monat vor dem Projektbeginn bzw. bei Abschluss der Leistungserbringung.

2.8.2 Längere Zahlungsfristen können vereinbart und in der Offerte oder in der Vertragsurkunde schriftlich festgehalten werden.

2.9 Inkasso-Wesen

2.9.1 Ab der 2. Zahlungserinnerung erhebt Mr. Campaigning unweigerlich, automatisch und ohne Vorwarnung einen Verzugszins von 5% auf den Gesamtbetrag der jeweiligen Rechnung. Dieser entfällt nur dann, wenn die Begleichung der Rechnung sich mit dem Erinnerungsschreiben gekreuzt hat.

2.9.2 Nach der 3. Zahlungserinnerung wird die Rechnung ohne vorherige Rücksprache an eine Inkassofirma übergeben. Hinzu kommt der Wegfall vereinbarter Ermässigungen bei Zahlungsverzug (s. Ziffer 2.4.10) .

2.10 Offerten

2.10.1 Offerten werden auch als Angebote bezeichnet.

2.10.2 Weicht eine Offerte von der Offertanfrage des Auftraggebers ab, so weist Mr. Campaigning ausdrücklich darauf hin.

2.10.3 Soweit in der Offertanfrage nichts anderes festgelegt wird, bleibt Mr. Campaigning vom Datum der Einreichung der Offerte an während eines Monats gebunden.

2.10.4 Offerten, einschliesslich Präsentationen, erfolgen unentgeltlich, sofern nichts anderes schriftlich vereinbart wurde oder einer der folgenden beiden Gründe für eine Abweichung von diesem Grundsatz zutrifft:

Kommt es im Zusammenhang mit einem Vorstellungs- oder Kennenlerngespräch zu einer mit einer normalerweise bezahlten Leistungserbringung vergleichbaren Leistung, verpflichtet der potentielle Auftraggeber sich dazu, diese zu den üblichen Konditionen zu honorieren.

Bei Nichtzustandekommen des Auftrags aufgrund von Informationen, die dem potentiellen Auftraggeber schon vor dem Aufbieten von Mr. Campaigning bekannt waren oder hätten bekannt sein können oder weil nie die ernsthafte Absicht einer Auftragserteilung bestanden hatte («missbräuchliche Offertanfrage»), verrechnet Mr. Campaigning eine Pauschale von CHF 1'000.- pro Halbttag.

2.10.5 Bis zur Unterzeichnung der Vertragsurkunde oder der schriftlichen Annahme der Offerte (Bestellung) durch den Auftraggeber können sich die Parteien ohne finanzielle Folgen von den Vertragsverhandlungen zurückziehen. Vorbehalten bleibt die Bindung von Mr. Campaigning an sein Angebot.

2.11 Vertragsdauer

2.11.1 Sofern die Zusammenarbeit nicht zeitlich befristet wird, dauert sie mangels Kündigung auf unbestimmte Zeit fort. Die Zusammenarbeit kann von beiden Parteien jederzeit mit einer Frist von ein bis drei Monaten auf das Ende eines Monats beendet werden. Die zur Geltung kommende Frist wird in der Vertragsurkunde oder der Offerte schriftlich festgehalten.

2.11.2 Der Auftraggeber ist sich bewusst, dass Mr. Campaigning zur Erfüllung der Leistungen Personal und Infrastruktur reserviert und bereitstellt. Kündigt ein Auftraggeber die Zusammenarbeit ohne Einhalten der Frist, so gilt die Kündigung als zur Unzeit erfolgt und der Auftraggeber schuldet Mr. Campaigning eine Konventionalstrafe in der Höhe von 25 Prozent des Honorars der vergangenen 12 Monate zusammengezählt (bzw. bei unterjährigem Vertragsverhältnis 25 Prozent des vorgesehenen Jahreshonorars). Die Geltendmachung weitergehenden Schadens bleibt vorbehalten.

2.11.3 Hat sich Mr. Campaigning an alle Vereinbarungen gehalten, sind ihm bei vorzeitigem Widerruf oder Kündigung der geleistete Aufwand (Honorar, Drittkosten und Spesen) sowie der entgangene Gewinn zu ersetzen.

2.12 Wechselkurse

2.12.1 Grundsätzlich erfolgt die Vergütung in Schweizer Franken.

2.12.2 Bei Bezahlung in einer anderen Währung als Schweizer Franken, gilt grundsätzlich der Wechselkurs bei Auftragsvergabe.

2.12.3 Alternativ kann im Vertrag ein separater, fixer Wechselkurs vereinbart werden.

2.12.4 Mr. Campaigning behält sich vor, die bei nicht fristgerechter Zahlung über die eventuell in der Zwischenzeit durch einen Wechselkursverlust entstandene Summe in Schweizer Franken zusätzlich in Rechnung zu stellen.

3. Haftung, Vertraulichkeit und Streitfragen

3.1 Rechtsgewährleistung

3.1.1 Mr. Campaigning leistet Gewähr dafür, dass er mit seinem Angebot und seinen Leistungen keine anerkannten Schutzrechte Dritter verletzt.

3.1.2 Ansprüche Dritter wegen Verletzung von Schutzrechten wehrt Mr. Campaigning auf eigene Kosten und Gefahr ab. Der Auftraggeber gibt solche Forderungen Mr. Campaigning schriftlich und ohne Verzug bekannt und überträgt ihm, soweit nach dem anwendbaren Prozessrecht möglich, die Führung eines allfälligen Prozesses und die Ergreifung von entsprechenden angemessenen Massnahmen für die gerichtliche oder aussergerichtliche Erledigung des Rechtsstreits. Unter diesen Voraussetzungen übernimmt Mr. Campaigning die dem Auftraggeber im Zusammenhang mit dem Rechtsstreit entstandenen Gerichts-, Anwalts- und sonstigen angemessenen Kosten und auferlegten Lizenzvergütungen, Genugtuungs- und Schadenersatzleistungen, unter der Voraussetzung, dass die Schutzrechtsverletzung nicht auf eine vertragswidrige Nutzung der Leistungen von Mr. Campaigning durch den Auftraggeber zurückzuführen ist.

3.1.3 Wird eine Klage wegen Verletzung von Schutzrechten eingereicht oder eine vorsorgliche Massnahme beantragt, so kann Mr. Campaigning auf eigene Kosten, nach seiner Wahl entweder dem Auftraggeber das Recht verschaffen, die Leistungen frei von jeder Haftung wegen Verletzung von Schutzrechten zu benutzen oder die Leistungen anpassen bzw. durch andere ersetzen, welche die vertraglichen Anforderungen gleichwertig erfüllen. Sofern diese Möglichkeiten nicht bestehen, wird Mr. Campaigning die bezahlte Vergütung für die Leistung rückerstatten unter Abzug eines anteilmässigen Betrags für die bereits erfolgte Nutzung der Leistung bezogen auf die Gesamtlauzeit (der Leistung) oder die übliche Nutzung (des Produkts). Vorbehalten bleibt ferner die Haftung von Mr. Campaigning für allfällige Schäden gemäss Ziffer 3.2

3.2 Schadenshaftung

3.2.1 Mr. Campaigning haftet für den von ihm, seinen Hilfspersonen und einbezogenen Subunternehmern im Zusammenhang mit dem Vertragsverhältnis verursachten Schaden, wenn ihn, die Hilfspersonen oder ein Subunternehmer ein Verschulden trifft.

3.2.2 Ausgeschlossen ist, soweit gesetzlich möglich, die Haftung für entgangenen Gewinn.

3.2.3 Ist in der Vertragsurkunde nicht etwas Abweichendes vereinbart, so ist die Haftung für leichte Fahrlässigkeit auf maximal CHF 10'000 pro Vertrag beschränkt.

3.2.4 Mr. Campaigning wird im Rahmen seiner Möglichkeiten alle Anstrengungen unternehmen, um die beschriebenen Aufgaben zur Zufriedenheit des Auftraggebers zu erledigen.

3.3 Vertraulichkeit und Datensicherheit

3.3.1 Die Vertragspartner verpflichten sich zur Geheimhaltung von Tatsachen und Daten, die weder offenkundig noch allgemein zugänglich sind. Diese Pflicht ist auch einbezogenen Dritten aufzuerlegen.

3.3.2 Im Zweifelsfall sind Tatsachen und Daten vertraulich zu behandeln.

3.3.3 Die Geheimhaltungspflichten bestehen schon vor Vertragsabschluss und auch nach Beendigung des Vertragsverhältnisses bzw. nach der Erfüllung der vereinbarten Leistungen. Vorbehalten bleiben gesetzliche Aufklärungs- und Informationspflichten.

3.3.4 Mr. Campaigning darf die Tatsache und den wesentlichen Inhalt der Offertanfrage möglichen zu beauftragenden Subunternehmern bekanntgeben, hat die Offertanfrage aber ansonsten vertraulich zu behandeln.

3.3.5 Werbung und Publikationen über projektspezifische Leistungen bedürfen der vorgängigen schriftlichen Zustimmung des Vertragspartners, ebenso dessen Nennung als Referenz.

3.3.6 Verletzt ein Vertragspartner oder ein von ihm einbezogener Dritter vorstehende Geheimhaltungspflichten, so schuldet der verletzende Vertragspartner dem anderen Vertragspartner eine Konventionalstrafe, sofern er nicht beweist, dass weder ihn noch einbezogene Dritte ein Verschulden trifft. Diese beträgt je Fall 10% der gesamten Vergütung, höchstens jedoch CHF 50'000 je Fall. Die Bezahlung der Konventionalstrafe befreit nicht von den Geheimhaltungspflichten. Schadenersatzansprüche gemäss allgemeinen Haftungsgrundsätzen (OR 97 ff.) bzw. Ziffer 3.2 bleiben vorbehalten; die Konventionalstrafe wird auf den allenfalls zu leistenden Schadenersatz angerechnet.

3.3.7 Mr. Campaigning verpflichtet sich und sein Personal zur Einhaltung der betrieblichen, technischen und sicherheitsrelevanten Vorschriften des Auftraggebers, insbesondere der Zutrittsrichtlinien, Zugriffsvorgaben auf Systeme etc., sofern diese von Mr. Campaigning vor Vertragsabschluss schriftlich bekanntgegeben bzw. nachträglich vereinbart werden.

3.3.8 Geltende Datenschutz- und Sicherheitsbestimmungen sowie die Vorschriften über das Amts- beziehungsweise Berufsgeheimnis (Art. 320 bzw. 321 StGB) sind einzuhalten. Insbesondere ist Mr. Campaigning verpflichtet, an ihn weitergegebene oder ihm zugängliche Personendaten aus dem Bereich des Auftraggebers nur in dem Umfang und ausschliesslich zu denjenigen Zwecken zu bearbeiten, wie dies für die Vertragserfüllung notwendig ist. Die Parteien können weitere vertragliche Abmachungen, z.B. Vertraulichkeitsvereinbarungen, abschliessen.

3.3.9 Bei unvollständiger Entschädigung von Mr. Campaigning durch den Auftraggeber verfallen sämtliche Vertraulichkeitspflichten von Mr. Campaigning unmittelbar und rückwirkend.

3.3.10 Sofern im Vertrag nicht anders geregelt, erfolgt die Bearbeitung von Daten, welche Mr. Campaigning für den Auftraggeber vornimmt, in der Schweiz unter Zuhilfenahme eines handelsüblichen Cloud-Dienstes unter Anwendung von Schweizer Recht. Ausnahme hiervon können im Vertrag festgehalten werden.

3.3.11 Der Auftraggeber hat das Recht, die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen zu kontrollieren.

3.4 Anwendbares Recht und Gerichtsstand

3.4.1 Auf das Vertragsverhältnis ist schweizerisches Recht anwendbar.

3.4.2 Die Bestimmungen des Wiener Kaufrechtes (Übereinkommen der Vereinten Nationen über Verträge über den internationalen Warenkauf, abgeschlossen in Wien am 11.4.1980) werden wegbedungen.

3.4.3 Gerichtsstand ist der Sitz der Leistungsbezügerin, sofern im Vertrag nicht etwas Abweichendes festgehalten ist.

4. Inkrafttreten

4.1 Sofern die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht bereits mit der Auftragsbestätigung akzeptiert wurden, erklärt sich der Auftraggeber ohne Gegenbericht innert 3 Tagen nach Eingang automatisch mit den vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Mr. Campaigning einverstanden.

4.2 Als Bestätigung für den «Eingang der Auftragsbestätigung» genügt es, wenn Mr. Campaigning mittels eine an sich selbst verschickten Kopie aufzeigen kann, dass diese dem Auftraggeber per E-Mail zugestellt wurde. Spätestens mit Beginn der ersten Arbeiten gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen automatisch als akzeptiert.

5. Abtretung, Übertragung und Verpfändung

5.1 Rechte und Pflichten aus dem Vertragsverhältnis dürfen ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Vertragspartners an Dritte weder abgetreten, übertragen noch verpfändet werden. Der Auftraggeber wird die Zustimmung zur Abtretung und Verpfändung von Forderungen durch Mr. Campaigning nur in begründeten Fällen verweigern.

5.2 Mr. Campaigning übernimmt mit der Lieferung die Verpflichtungen des Auftraggebers aus Einfuhrzertifikaten, sofern und soweit dies vertraglich geregelt ist.

6. Beendigung

6.1 Die Vertragspartner regeln im Vertrag, welche im Rahmen des Vertragsverhältnisses zur Verfügung gestellten Betriebsmitteln, Daten und Unterlagen bei Beendigung des Vertragsverhältnisses und innerhalb welcher Frist dem anderen Vertragspartner zurückzugeben oder unwiederbringlich zu vernichten sind.

6.2 Mr. Campaigning ist berechtigt, nach Ablauf eines Jahres seit Projektabschluss die in seinem Besitz befindlichen Daten und Unterlagen zu vernichten, sofern vor Ablauf dieser Frist keine schriftliche Aufforderung zur Rückgabe vom Auftraggeber an Mr. Campaigning ergangen ist.

Anhang: Richtpreise

Honorarpauschalen, exkl. MWSt.

Produkt	Schwierigkeit	Mikrofir­men / NGO	KMU/Verband	GU / Wirtschaftsverba
Konzept	Einfach	2'000	3'000	4'000
	Kompliziert	4'000	6'000	8'000
	Komplex	8'000	12'000	16'000
Corporate / Brand Identity	Einfach	4'000	6'000	8'000
	Kompliziert	12'000	12'000	16'000
	Komplex	16'000	24'000	32'000
Corporate Design (Logo, Typographie, Briefschaften)	Einfach	3'000	4'500	6'000
	Kompliziert	6'000	9'000	12'000
	Komplex	12'000	18'000	24'000
Medienmitteilung	Einfach	1'000	1'500	2'000
	Kompliziert	2'000	3'000	4'000
	Komplex	6'000	9'000	12'000
Medienkonferenz	Einfach	3'000	4'500	6'000
	Kompliziert	6'000	9'000	12'000
	Komplex	12'000	18'000	24'000
Basispauschale Retainer / Monat (PR, Social Media, Krisenbereitschaft, andere)	Einfach	1'360	1'700	3'400
	Kompliziert	2'720	3'400	6'800
	Komplex	5'440	6'800	13'600
Facebook-Seite	Einfach	1'360	1'700	3'400
	Kompliziert	2'720	3'400	6'800
	Komplex	5'440	6'800	13'600
Website	Einfach	5'000	7'500	10'000
	Kompliziert	10'000	15'000	20'000
	Komplex	30'000	45'000	60'000
Webdesign	Einfach	2'000	3'000	4'000
	Kompliziert	4'000	6'000	8'000
	Komplex	12'000	18'000	24'000
Bildkonzept (ohne Bilder)	Einfach	1'200	2'400	4'800
	Kompliziert	2'400	4'800	9'600
	Komplex	4'800	9'600	19'800

Stundenansätze und Spesen, exkl. MWSt.

	Mikrofirma / NGO	KMU / Nonprofit Verband	Gross-Unternehmen / Wirtschaftsverband
Senior Campaigner	300.00	400.00	500.00
Campaigner	225.00	300.00	375.00
Junior Campaigner	135.00	180.00	225.00
Assistenz	112.50	150.00	180.00
Grafik & Design	180.00	180.00	180.00
Webdesign	180.00	180.00	180.00
Kopien (pro Stck.)	0.5	0.5	0.5
Beamer-Miete pro Einsatz	100	120	150
Auto / Motorrad pro km	1	1	1
Bahn	2. Kl. Halbtax	1. Kl. Halbtax	1. Kl. Halbtax
Flugzeug innerhalb Europa	Economy-Class	Economy-Class	Economy-Class
Flugzeug ausserhalb Europa	Economy-Class tagsüber, Business-Class bei Nacht-Flügen und/oder Flügen mit einer Dauer von mehr als 6 Stunden	Business-Class	Business-Class

- KMU: 10–149 Mitarbeitende oder 0.5–10 Mio. CHF/a Umsatz
- Gross-Unternehmen: > 150 Mitarbeiter oder >10 Mio. CHF/a Umsatz
- **Mikrofirma--Tarife gelten nur in Kombination mit einer Erfolgsbeteiligung oder anderweitigen Gegenleistung.**
- Ein Tageshonorar entspricht 8 Stunden.
- Bei länger dauernden Mandaten oder bei grösserem Umfangs gelten ermässigte Honorare, wobei die Höhe der Ermässigung abhängt von der Anzahl Tage pro Monat und der Anzahl Monate, die das Mandat dauert. Je länger und je mehr Tage pro Monat, desto höher ist die Ermässigung. Sie wird anhand einer separaten Tabelle errechnet.
- Bei kurzfristigen Einsätzen mit weniger als vier Wochen Vorlaufzeit wird im ersten Monat ein Aufschlag von 25% auf das Honorar erhoben.

Ermässigungen bei grossen Auftrags-Volumina

Die folgende Tabelle kommt bei längerfristigen Mandaten zur Anwendung. Sie beschreibt die Reduktion der Stundensätze in Abhängigkeit der Anzahl Tage pro Kalenderjahr, die das Mandat dauert.

Tage / Jahr	<<	Stundensätze								
		500	400	375	300	225	180	150	135	112.5
1	0%	500	400	375	300	225	180	150	135	112.5
6	5%	475	380	356	285	214	171	143	128	—
11	10%	450	360	338	270	203	162	135	122	—
16	15%	425	340	319	255	191	153	128	—	—
21	20%	400	320	300	240	180	144	120	—	—
26	25%	375	300	281	225	169	135	—	—	—