

# Allgemeine Geschäftsbedingungen

## Display Advertising

### 1 Geltungsbereich

Die vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) regeln die Geschäftsbeziehungen zwischen den Kundinnen und Kunden (nachfolgend auch der Kundschaft) sowie der Post CH AG (Wankdorfallee 4, 3030 Bern, Schweiz; nachfolgend Post) im Zusammenhang mit der Nutzung der Dienstleistung «Digitale Werbung». Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter sowie für eine Mehrzahl von Personen.

### 2 Dienstleistungsbeschreibung

«Display Advertising» bei der Post umfasst folgende Produkte:

- Display Advertising auf sämtlichen Postkanälen
- Display Advertising ausserhalb der Postkanäle

Die Einzelheiten sind unter <https://advertising.post.ch/de/programmatic-advertising/> ersichtlich.

### 3 Leistungen der Kundschaft

#### 3.1 Bezahlung

Die Kundschaft ist für eine fristgerechte Bezahlung der bezogenen Leistungen verantwortlich.

#### 3.2 Avisierung mit Steuerungsoption

Preisänderungen bleiben vorbehalten. Alle Preisangaben verstehen sich exklusive Mehrwertsteuer. Sofern keine abweichende Vereinbarung vorliegt, sind Rechnungen innerhalb von 30 Tagen rein netto zahlbar.

Die Post behält sich das Recht vor, die Zahlung bereits bei Auftragserteilung zu verlangen. Allfällige Mahnungen wegen ausbleibenden Zahlungen werden, nebst weiteren Inkassokosten, der Kundschaft mit 20 Franken je Mahnung belastet.

Ist die Kundin oder der Kunde mit der Zahlung in Verzug, ist ein Verzugszins von 5 Prozent pro Jahr geschuldet. Die Post behält sich vor, nicht bezahlte Rechnungsbeträge nach erfolgloser Mahnung an eine mit dem Inkasso beauftragte Firma abzutreten.

#### 3.3 Anlieferung der Werbemittel

Die Lieferung der Werbemittel muss bis zum im Tarif festgelegten Zeitpunkt erfolgen (spätestens 5 Arbeitstage vor geplantem Go-Live), andernfalls kann die Veröffentlichung nicht termingerecht durchgeführt werden. Die Post haftet nicht für Fehler bei der Übermittlung der Werbeformate.

#### 3.4 Inhalt und Gestaltung des Werbemittels sowie Schadloshaltung

Die Kundschaft ist für den Inhalt und die Gestaltung der Werbemittel alleine verantwortlich. Sie erklärt, die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen und Branchenregeln einzuhalten und ist diesbezüglich gegenüber der Post verantwortlich.

Die Kundschaft verpflichtet sich, die Post sowie ein Organ oder einen Mitarbeiter der Post von sämtlichen Schadenersatzforderungen, Ansprüchen Dritter, allfälligen Bussen und Verfahrenskosten, die mit einer von ihr beauftragten Werbekampagne zusammenhängen, vollständig schadlos zu halten. Gleiches gilt für Kosten, Strafen und Ausgaben, einschliesslich der Kosten für eine Abwehr von Ansprüchen und sonstigen Rechtsvertretungs-, Expertise- und Gerichtskosten, inkl. Rechtswahrung in Strafverfahren, die sich aufgrund oder als Ergebnis von solchen Ansprüchen Dritter oder Vorgehen von Behörden ergeben.

### 4 Werbeausschlüsse

Der Auftraggeber gewährt der Post das uneingeschränkte Recht, die bereitgestellten Werbemittel auf eigenen oder fremden Online-Plattformen zu platzieren oder anderweitig zu veröffentlichen, unter Berücksichtigung der Möglichkeit, diese zu bearbeiten.

Die Post behält sich das jederzeitige Recht vor, Anpassungen an den Werbemitteln zu fordern oder Werbematerialien bzw. Werbeaufträge ohne vorherige Angabe von Gründen abzulehnen oder vorübergehend auszusetzen.

Die Gründe hierfür können insbesondere den Inhalt, die Herkunft oder die technische Form der Werbemittel betreffen, sowie Verstöße gegen geltende Gesetze oder behördliche Bestimmungen, oder falls die Veröffentlichung für die Post unzumutbar ist. Es ist untersagt, Werbung mit folgenden Inhalten zu schalten:

- die persönlichkeitsverletzende, sittenwidrige, gewaltverherrlichende oder pornografische Themen beinhaltet;
- die unwahr, irreführend oder unlauter ist;
- die in anderer Weise gegen gesetzliche Vorschriften verstösst Werbung für Waffen
- Werbung, die gegen die Interessen der Post verstösst (Die Post entscheidet dabei frei und unter Berücksichtigung des Gleichbehandlungsgebotes über die Zulassung oder Nichtzulassung entsprechender Werbung).
- Werbeformen, die zu viel Aufmerksamkeit binden

Werbung für Krypto-Assets, Online-Datingplattformen und Werbung für Arzneimittel der Abgabekategorien C-E sind nur nach Absprache mit der Post möglich.

### 5 Geheimhaltung

Die Parteien behandeln alle Informationen, die sie aus oder im Zusammenhang mit diesem Vertrag zur Kenntnis erhalten haben, und die weder allgemein bekannt noch allgemein zugänglich sind, vertraulich.

Diese Geheimhaltungspflicht deckt auch den vorvertraglichen Informationsaustausch und dauert unbegrenzt über die Beendigung des Vertrages hinaus. Die Parteien verpflichten sich, alle wirtschaftlich zumutbaren sowie technisch und organisatorisch möglichen Vorkehrungen zu treffen, damit vertrauliche Tatsachen und Informationen gegen den Zugang und die Kenntnisnahme durch Unbefugte wirksam geschützt sind.

Keine Verletzung der Geheimhaltungspflicht liegt vor bei der Weitergabe vertraulicher Informationen durch die Post innerhalb des Postkonzerns oder an beigezogene Dritte. Die Geheimhaltungspflicht gilt nicht, soweit eine Verpflichtung zur Offenlegung der vertraulichen Informationen durch eine vollstreckbare behördliche oder richterliche Anordnung oder zwingendes Gesetz besteht. Die jeweils andere Partei ist – sofern rechtlich zulässig – vorgängig zu informieren.

Die Post ist berechtigt, die für branchenübliche Werbestatistiken erforderlichen Angaben bezüglich digitaler Werbung (z.B., Werbeformat, Laufzeit, Sprache, Tarif) an einschlägige Institute zu übermitteln.

### 6 Haftung

Jede Haftung der Post für durch leichte und mittlere Fahrlässigkeit verursachte Schäden wird im gesetzlich zulässigen Rahmen ausgeschlossen.

Die Post haftet – soweit gesetzlich zulässig – insbesondere nicht für mittelbare, indirekte oder Folgeschäden, wie z.B. entgangenen Gewinn, Datenverlust oder Schäden infolge Downloads. Die Post haftet nicht für Schäden, die von durch sie beigezogenen Hilfspersonen sowie Dritten (z.B. Subunternehmen, Zulieferanten usw.) infolge leichter oder mittlerer Fahrlässigkeit verursacht werden.

Die Post haftet – soweit gesetzlich zulässig – nicht für Schäden infolge rechts- oder vertragswidriger Nutzung ihrer Dienstleistungen. Vorbehalten bleiben Ansprüche aus Produkthaftungspflicht sowie Personenschäden. Die Post haftet – soweit gesetzlich zulässig – nicht für Schäden aufgrund höherer Gewalt oder Störungen, die insbesondere durch fehlende Internetverbindungen, die insbesondere durch fehlende Internetverbindungen



dung, rechtswidrige Eingriffe in Telekommunikationseinrichtungen und -netze, Überlastung des Netzes, mutwillige Verstopfung der elektronischen Zugänge durch Dritte oder Unterbrüche entstehen.

Der Kunde verpflichtet sich, die Post von sämtlichen Ansprüchen Dritter freizustellen, die aus der rechtswidrigen oder missbräuchlichen Nutzung der Dienstleistung Avisierungsservices resultieren.

## 7 **Datenschutz**

Die Post beachtet bei der Erfassung und Bearbeitung von Personendaten die Bestimmungen des schweizerischen Datenschutzrechts und des Postgesetzes. Sie schützt die Kundendaten durch geeignete Massnahmen und behandelt diese vertraulich. Sie erhebt, bearbeitet und speichert personenbezogene Daten nur soweit diese für die Erbringung der Dienstleistungen, für die Sicherheit von Betrieb und Infrastruktur, für die Rechnungsstellung sowie für die Abwicklung und Pflege der Kundenbeziehung, namentlich für die Gewährleistung einer hohen Dienstleistungsqualität, benötigt werden.

Um dem Kunden die bestmögliche Dienstleistung anzubieten, sind technische Analysemittel im Einsatz. Die Post kann solche Daten in anonymisierter Form mit Nutzerinformationen von Dritten abgleichen bzw. Nutzerstatistiken erstellen und diese Statistiken Dritten mitteilen.

Im Hinblick auf die Bereitstellung eines marktgerechten Angebots durch die Post erklärt sich der Kunde damit einverstanden, dass die Post seine Login- und Nutzungsdaten zu Marktforschungs-, Beratungs- und Werbezwecken erfassen und bearbeiten darf.

Zieht die Post zur Leistungserbringung Dritte bei, ist sie berechtigt, die dazu erforderlichen Daten den beigezogenen Dritten zugänglich zu machen, wobei diese denselben Pflichten bezüglich der Wahrung des Datenschutzes unterstellt sind wie die Post selbst. Bearbeitet der Kunde Drittdaten, bleibt er gegenüber den betroffenen Personen ausschliesslich verantwortlich. Die Datenschutzerklärung auf der Webseite [www.post.ch/datenschutzerklaerung](http://www.post.ch/datenschutzerklaerung) informiert ergänzend über die Datenbearbeitung.

## 8 **Auslieferung der Werbemittel & Rapportierung**

Die Impressionen gelten als Schätzung und sind ohne Garantie-zusage zu verstehen. Die Schätzungen werden auf Marktanalysen und historischen Daten getroffen und können Marktschwankungen unterliegen. Die Abrechnung erfolgt auf Basis der tatsächlich erzielten Impressionen. Die Post liefert im Nachgang der Kampagne einen Bericht über Kampagnenleistungen, einschliesslich Click-Through-Rate (CTR), Impressionen und Klicks, aufgeschlüsselt nach Sprache und Sujet.

## 9 **Änderung der AGB**

Die Post kann die AGB und das Dienstleistungsangebot nach Vertragsbeendigung jederzeit ändern oder die Dienstleistung einstellen.

## 10 **Salvatorische Klausel**

Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB ungültig, unvollständig oder rechtswidrig sein oder sollte die Erfüllung unmöglich werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit der übrigen Teile des Vertrages nicht beeinträchtigt. Die Parteien verpflichten sich für diesen Fall, die betreffende Bestimmung unverzüglich durch eine zulässige wirksame Bestimmung zu ersetzen, die nach ihrem Inhalt der ursprünglichen Absicht am nächsten kommt; soweit Konsumentenschutzbestimmungen dem nicht entgegenstehen.

## 11 **Rechteübertragung**

Die Übertragung des Vertrages oder von Rechten oder Pflichten aus diesem Vertrag bedarf beidseitiger schriftlicher Zustimmung. Die Post kann den vorliegenden Vertrag oder Rechte und Pflichten daraus ohne Zustimmung der Kundin oder des Kunden an eine andere Gesellschaft übertragen, sofern die Post diese Gesellschaft direkt oder indirekt kontrolliert. Weiter ist die Post berechtigt, ohne Zustimmung der Kundschaft Verträge oder Forderungen daraus zu Inkasso zwecken an Dritte zu übertragen beziehungsweise abzutreten.

## 12 **Beizug Dritter**

Die Post ist berechtigt, zur Dienstleistungserfüllung Dritte beizuziehen. Sie bleibt für die vertragsgemässe Dienstleistungserfüllung durch die Dritten verantwortlich.

## 13. **Anwendbares Recht und Gerichtsstand**

Der Vertrag untersteht schweizerischem Recht. Gerichtsstand ist Bern. (Teil-)Zwingende Gerichtsstände bleiben vorbehalten.

## 14. **Anwendbares Recht und Gerichtsstand**

Die allein rechtsverbindlichen und Vertragsbestandteil bildenden AGB werden elektronisch publiziert und sind einsehbar unter [www.post.ch/agb](http://www.post.ch/agb). Im Einzelfall kann die Post auf Kundenwunsch hin eine physische Version der AGB aushändigen. Die Kundinnen und Kunden nehmen zur Kenntnis, dass eine physische Version der AGB nur eine Abbildung der zu diesem Zeitpunkt geltenden, allein rechtsverbindlichen elektronisch publizierten AGB darstellt und nur solange eine rechtsgültige Information vermittelt, wie sie mit der elektronischen Version übereinstimmt.

Post CH AG, Mai 2024

