

POGODBA PROGRAMA TRŽENJA LYCONET

za neodvisne marketerje Lyconet (Independent Lyconet Marketer)

Različica: avgust 2020

Preambula

Lyconet Global AG, s sedežem podjetja Tödistrasse 48, 8002 Zurich, Švica, registriran pod št. CHE-359.500.991, vodi marketinški program (v nadaljevanju: »**program trženja Lyconet**«).

Bistveni sestavni del tega programa trženja je pogodba programa trženja Lyconet za neodvisne marketerje Lyconet (v nadaljevanju: »**pogodba programa trženja Lyconet**«), ki samostojnim, obrtno dejavnim tržnim posrednikom omogoča, da razvijejo in širijo lasten program zvestobe strank. Po sklenitvi te pogodbe programa trženja Lyconet s podjetjem Lyconet Global AG (v povezavi s tem v nadaljevanju imenovano: »**Lyconet**«) pridobite naziv neodvisnega marketerja Lyconet (v nadaljevanju: »**marketer**«).

Lyconet je med drugim pooblaščen s strani podjetja myWorld International Limited s sedežom 3rd Floor, 40 Bank Street, London E14 5NR, Združeno kraljestvo, (v nadaljevanju: »**myWorld International**«) za promocijo Cashback World programa. Cashback World program je nakupovalna skupnost, ki jo vodi myWorld International skupaj s svojimi podružničnimi podjetji in poslovnimi partnerji, prek katerih lahko udeleženci (v nadaljevanju: »**člani**«) kupujejo blago in storitve pri partnerskih podjetjih (v nadaljevanju: »**partnerska podjetja**«) in tako prejemajo ugodnosti.

1. Predmet pogodbe

1.1 Marketer je v skladu z pogodbo programa trženja Lyconet upravičen promovirati in širiti Cashback World program in program trženja Lyconet, če so izpolnjene ustrezne zahteve iz klavzure 4,

- (a) tako da pridobiva nove člane in skrbi za obstoječe člane,
- (b) tako da pridobiva nove Marketerje in skrbi za obstoječe Marketerje ter
- (c) tako da pridobiva nova partnerska podjetja in skrbi za obstoječa partnerska podjetja.

1.2 »**Partnerska podjetja**« so partnerska podjetja, ki blago in storitve prodajajo izključno potrošnikom in

- (a) nimajo več kot 100 zaposlenih (Full Time Equivalent),
- (b) nimajo več kot 10 milijonov evrov prometa letno,
- (c) nimajo več kot 10 podružnic in ne razpolagajo s čezmejno verigo podružnic,
- (d) nimajo ali ne uporabljajo programa vezave stalnih strank (z osebno kartico za stalne stranke),
- (e) niso franšizno podjetje, ali
- (f) jih ne nadzira tuje matično podjetje.

Ob tem se za partnerska podjetja smatrajo tudi partnerska podjetja, ki ne izpolnjujejo teh določil, v kolikor bo podjetje myWorld International s svojimi družbami skupine in kooperacijskimi partnerji za to v posameznem primeru podalo pisno izjavo. Pridobivanje in skrb za partnerska podjetja, ki se v smislu te točke 1.2 ne uvrščajo kot partnerska podjetja, ni predmet te pogodbe programa trženja Lyconet. Marketerju je zlasti prepovedano s tovrstnimi podjetji opravljati razgovore o posredovanju ali se z njimi pogajati ali se posluževati drugih oglaševalskih dejavnosti za njihovo pridobivanje.

1.3 V zameno za to dejavnost marketer prejme plačilo skladno s kompenzacijskim načrtom Lyconet v **prilogi 1** k tej pogodbi programa trženja Lyconet pogodbi (za podrobnosti glejte točko 9).

2. Pogodbena podlaga

Za prodajno dejavnost marketerja velja izključno ta pogodba programa trženja Lyconet vključno z vsemi prilogami.

3. Pravno razmerje

3.1 Lyconet marketerju priznava neekskluzivno pravico, da skladno s to pogodbo programa trženja Lyconet svojo obrtno dejavnost opravlja za Lyconet. Za marketerja glede izvajanja njegove prodajne dejavnosti ne veljajo regionalne omejitve, vendar mora stalno na lastno odgovornost zagotavljati, da so izpolnjene v posamezni državi za to veljavne zakonske zahteve; v primeru morebitnih zahtevkov tretjih mora marketer Lyconet razbremeniti vračila vse nastale škode, vseh stroškov, kazni in pritožb.

3.2 Marketer trguje v okviru svoje obrtne dejavnosti kot samostojni podjetnik. Med Lyconetom, tj. Lyconet Global AG, in marketerjem ni vzpostavljeno nobeno delovno, službeno ali kakršno koli drugo družbeno razmerje. Marketer svoje storitve, ki so predmet pogodbe, opravlja izključno na lastno odgovornost v okviru samostojne, od programa Lyconet pravno neodvisne dejavnosti in ni vezan na navodila programa Lyconet.

3.3 Marketerju je pri poslovanju izrecno prepovedano dajati vtis, da je uslužbenec ali drugi zaposleni pri Lyconetu, tj. Lyconet Global AG, ali enega, z njim povezanega podjetja.

3.4 Marketerju je prepovedano zastopati Lyconet, zlasti pa ni upravičen v imenu Lyconeta, tj. Lyconet Global AG, sklepati pogodb ali sprejemati storitev. Enako je marketerju prepovedano zastopati druge družbe skupine Lyconet oz. myWorld. Kršitev te točke 3.4 predstavlja tehtni razlog, zaradi katerega ima Lyconet pravico odpovedati to pogodbo programa trženja Lyconet skladno s točko 13.2.

3.5 Vsem fizičnim ali pravnim osebam je dovoljena le enkratna registracija (to pomeni ena članska številka). Registracija poteka glede na

navedbo stalnega prebivališča oz. naslov (sedež) marketerja. V primeru ugotovljene večkratne registracije zaradi prejemanja neupravičenih ugodnosti po kompenzacijskem načrtu Lyconet, ima Lyconet pravico marketerju odpovedati pogodbeno razmerje iz tehtnega razloga ter odvzeti po tej poti pridobljene ugodnosti. Ob večkratni registraciji bodo nazadnje registrirane identifikacijske številke izbrisane. Ugodnosti po kompenzacijskem načrtu Lyconet, ki so nastale zaradi večkratne registracije, propadejo.

4. Pogoji za dejavnost in pravica do plačila

- 4.1 Pogoj za sklenitev pogodbe programa trženja Lyconet s fizično osebo je njegova polnoletnost.
- 4.2 Marketer mora – kot pogoj za nastanek njegove pravice do plačila – opravljati obrtno (poslovno) dejavnost. Ob tem mora marketer sam poskrbeti za to, da je njegova obrt/dejavnost pravilno registrirana in prijavljena ter da razpolaga s potrebnimi uradnimi dovoljenji, ki so nujna za izvajanje njegove obrti/dejavnosti. Marketer je dolžan redno in pravilno plačevati davke in dajatve ter v tem oziru v primeru zahtevkov tretjih, Lyconet razbremeniti vračila vse nastale škode in vseh pritožb.
- 4.3 Pogoj za pridobivanje partnerskih podjetij je aktiviranje prijave s strani družbe myWorld International in njenimi družbami skupine in kooperacijskimi partnerji ter opravljeno posebno izobraževanje.

5. Pravice in obveznosti marketerja

- 5.1 Marketer ima pravico, da ima za organizacijsko pomoč pri svoji prodajni dejavnosti podporo tretje osebe (npr. asistenta). Samo prodajno dejavnost pa mora marketer vedno opravljati sam osebno. Marketer mora zagotoviti, da dolžnosti iz te pogodbe spoštujejo tudi tretji, ki jih je izbral za sodelavce.
- 5.2 Marketer ima obveznost, da o programu trženja Lyconet, o podjetjih povezanih s programom trženja Lyconet, o poslovnem modelu Lyconet ter njegovem širjenju in trženju, podaja samo takšne izjave, ki so skladne z uradnimi dokumenti Lyconet.
- 5.3 Če marketer ugotovi ali zazna kršitev določil te pogodbe programa trženja Lyconet s strani drugih marketerjev, mora o tem nemudoma obvestiti Lyconet.
- 5.4 Če namerava marketer organizirati prireditve, ki so povezane s stroški, ali nuditi druge, s stroški povezane storitve tretjim v povezavi s Cashback World programom ali programom trženja Lyconet, mora pred tem pridobiti pisno (elektronsko obvestilo zadošča) soglasje Lyconeta.

6. Registracija članov

- 6.1 Marketer lahko z originalnim obrazcem za vpis pridobiva nove člane Cashback World programa ter tako širi Cashback World program. Pri tem mora marketer upoštevati, da nima nobenih pooblastil za zastopanje, niti nima pravice za sprejemanje izjav v okviru Cashback World programa. Šele s potrditvijo vloge za vpis s strani določenega pogodbenega partnerja člana je potrjeno članstvo v Cashback World programu.
- 6.2 Marketer ima pri registraciji novih članov naslednje obveznosti:
 - 6.2.1 Marketer mora zagotoviti, da so Splošni pogoji poslovanja za člane Cashback World programa v veljavni verziji (v nadaljevanju »**Cashback World SPP**«) na voljo, kjer poteka registracija, da lahko novi član preuči in pregleda Cashback World SPP. Lyconet da marketerju na spletni strani www.lyconet.com (področje prijave) na razpolago ustrezno verzijo Cashback World SPP, ki se lahko prenese. Vloge za vpis v natisnjeni obliki marketer prejme po ustreznem naročilu neposredno pri Lyconetu.
 - 6.2.2 Pri izpolnjevanju obrazca za vpis, torej pred sklenitvijo članstva, mora marketer novemu članu sam in brez poziva predložiti Cashback World SPP ter ga pri tem izrecno opozoriti, da ti predstavljajo sestavni del pogodbe, ki se sklepa.
 - 6.2.3 Marketer mora pred zaključkom registracije vnesti svoje podatke v predvidene rubrike na obrazcu za vpis. Da se registracija člana lahko dokončno zaključi, mora marketer v predvideno mesto obrazca naložiti jasno prepoznavno fotografijo popolnoma izpolnjenega in s strani člana podpisanega obrazca za vpis.
 - 6.2.4 Nadalje se marketer obvezuje, da bo imel na voljo vedno zadostno število kopij aktualnih Cashback World SPP, ki bodo na vidnem mestu ter jih bo na zahtevo izročil potencialnemu članu.
 - 6.2.5 Marketer mora vse izvirne obrazce za vpis varno shraniti in jih na zahtevo Lyconeta kadar koli dati na razpolago.
 - 6.2.6 Lyconet ima pravico, da pri marketerju izvede naključno preverjanje obrazcev za vpis.
- 6.3 Marketerjeva odgovornost pri registraciji članov:
 - 6.3.1 Marketer neomejeno odgovarja za škodo, ki nastane zaradi neupoštevanja določil iz te točke 6. Odgovornost marketerja se razteza tudi na vse zaposlene osebe pri marketerju, kot tudi tretje osebe, ki marketerju pomagajo pri izpolnjevanju njegovih pogodbenih obveznosti,
 - 6.3.2 Marketer mora vse podatke članov, ki se registrirajo, evidentirati s posebno skrbnostjo ter v primeru morebitne kršitve teh dolžnosti odgovarjati za vso škodo, ki bi zaradi tega nastala Lyconetu.
 - 6.3.3 Vsaka kršitev te točke 6 s strani marketerja daje Lyconetu pravico do izredne odpovedi celotnega pogodbenega razmerja.

7. Komunikacijski material

- 7.1 Lyconet da marketerju na voljo reklamni in informacijski material (dokumentacijo, kataloge, predstavitve itd.) (v nadaljevanju: »**komunikacijski material**«), ki ga marketer potrebuje za izvajanje svoje prodajne dejavnosti skladno s to pogodbo programa trženja Lyconet, na način da ga ta brezplačno prenese iz www.lyconet.com (območje za vpis).
- 7.2 Marketer sme uporabljati izključno pooblaščen komunikacijski material, ki ga v tistem določenem trenutku Lyconet daje na razpolago na spletni strani www.lyconet.com. Marketer mora pred uporabo komunikacijskega materiala preveriti, ali gre za aktualno verzijo. V primeru krivdne uporabe nedovoljenega komunikacijskega materiala s strani marketerja, ima Lyconet pravico to pogodbo programa trženja Lyconet odpovedati iz tehtnega razloga brez odpovednega roka skladno s točko 13.2.
- 7.3 V primeru prenehanja te pogodbe programa trženja Lyconet mora marketer eventualni komunikacijski material, ki ga še ima, nemudoma uničiti in pisno potrdilo o uničenju posredovati Lyconetu.
- 7.4 Za objavo in oglaševanje ter uporabo prijavljenih in/ali vpisanih zaščiteneh znamk programa Lyconet ali z njim povezanih podjetij, kot je na primer logotip podjetja in znamke Lyconet, Child & Family Foundation, Greenfinity Foundation itd., je potrebno pisno soglasje programa Lyconet. Za objavo ter uporabo prijavljenih in/ali vpisanih blagovnih znamk družbe myWorld International z njenimi družbami skupine in kooperacijskimi partnerji, kot sta na primer Cashback World ali myWorld, je potrebno pisno soglasje družbe myWorld International z njenimi družbami skupine in kooperacijskimi partnerji. To velja tudi za uporabo prek spleta ali drugih elektronskih medijev. Marketerjeva pravica do uporabe komunikacijskega materiala, ki ga odobri Lyconet, skladno s točko 7.2 ostane nespremenjeno v veljavi.
- 7.5 Marketer mora Lyconet na prvi poziv varovati in razbremeniti pred vsemi zahtevki tretjih, ki jih ti uveljavljajo proti Lyconetu zaradi marketerjeve krivdne kršitve njihovih premoženjskih in/ali intelektualnih pravic.

8. Lifeline

- 8.1 »**Lifeline**« vsakega marketerja je sestavljen iz marketerjev oz. članov, ki jih je pridobil sam, marketerjev oz. članov, ki so jih pridobili njegovi marketerji oz. člani, ki jih je prodobil sam (druga stopnja), in marketerjev oz. članov, ki jih pridobijo marketerji oz. člani drugega reda (tretja stopnja) itd. Lifeline je torej sestavljen iz vseh marketerjev oz. članov, ki jih je na podlagi njegovega priporočila ali nadaljnjih priporočil mogoče pripisati marketerju, ne glede na to iz katere stopnje izhajajo. Lifeline se označuje tudi kot »**Downline**«. »**Upline**« je sestavljen iz priporočiteljev. Naslednji marketer v Upline-u se imenuje »**Coach**« in še naslednji »**Senior Coach**«.
- 8.2 Plačilo marketerja po kompenzacijskem načrtu Lyconet Compensation Plan se izračuna ob upoštevanju vseh nakupov vseh marketerjev oz. članov vsake stopnje njegovega Lifeline-a. Nakupi iz drugih Lifeline-ov se ne upoštevajo v korist marketerja (četudi je marketer posredoval pri sklenitvi pogodbe programa trženja Lyconet z marketerjem).
- 8.3 Lifeline-a načeloma ni mogoče spreminjati. Njegova ohranitev predstavlja osnovo programa trženja Lyconet za zaščito vseh članov in marketerjev. Marketerju, ki v zadnjih dvanajstih mesecih niso dosegli pravice do nadomestila, lahko menjajo svojega priporočitelja, tako da Lyconetu kot priporočitelja ob njegovem soglasju imenujejo drugega marketerja. Če je marketer istočasno tudi član, je menjava priporočitelja dopustna samo, če so dodatno izpolnjeni tudi pogoji za menjavo kot člana. To pomeni, da Marketer ni opravil nakupov pri myWorld-u ali pri partnerskih podjetjih v zadnjih šestih mesecih in da ni dosegel upravičenosti do povračil v zadnjih dvanajstih mesecih. V tem primeru ostanejo marketerji oz. člani, ki jih je neposredno ali posredno (ne glede na to katere stopnje) pridobil marketer, ki želi menjavo, prvotnemu priporočitelju v prvotnem položaju. Pravica do nadomestila je določena in urejena v kompenzacijskem načrtu Lyconet, priloga 1.
- 8.4 Če marketer konča svoje sodelovanje v programu trženja Lyconet ali skladno s točko 8.3 te pogodbe ali kot član menja Lifeline, to ne vpliva na položaj ostalih marketerjev oz. članov zadevnega Lifeline-a (v spodnjem ali zgornjem delu).
- 8.5 Prenos članske številke (ID) na tretje (npr. zaradi prodaje članske številke) je načelno možen samo ob pisnem soglasju Lyconeta in ob sočasnem prenosu vseh pogodbenih razmerij, ki obstajajo med marketerjem in Lyconetom ter (morda) skupino myWorld, na tretjega. V primeru, da marketer umre, pa preidejo med njim in Lyconetom ter (morda) skupino myWorld obstoječa pogodbeno razmerja (vključno z njegovo ID) po veljavnem dednem pravu na njegove dediče.

9. Plačilo

- 9.1 Marketer je za svojo delo za Lyconet plačan po kompenzacijskem načrtu Lyconet v prilogi 1. Marketer ni upravičen do povračila stroškov s strani Lyconeta, ki mu nastanejo pri izvajanju njegove dejavnosti (zlasti ne do nadomestila potnih stroškov in stroškov potovanja, materiala ter osebja).
- 9.2 Lyconet lahko h kompenzacijskemu načrtu Lyconet po lastni presoji določi še dodatne nagrade. Odločanje o dodatnih nagradah je v diskrecijski pravici in izključni pristojnosti Lyconeta.
- 9.3 Obračun vseh plačil poteka tedensko oz. mesečno ob upoštevanju vseh točk Shopping Points, ki se pripišejo v dobro v okviru programa trženja Lyconet (skladno s kompenzacijskim načrtom Lyconet v prilogi 1). V obračunih, ki so marketerju dostopni prek njegovega dostopa na www.lyconet.com v področju prijave (Login), upodobi Lyconet vse informacije, ki so skladno s kompenzacijskim načrtom Lyconet pomembne za plačilo marketerja.
- 9.4 Marketer mora ta obračun nemudoma preveriti in morebitne pripombe prek dostopa na lyconet.com v obliki, ki jo določa Lyconet, pisno posredovati Lyconetu najpozneje v roku enega tedna po ureditvi dostopa do obračuna. V primeru opustitve te dolžnosti s strani marketerja, lahko Lyconet uveljavlja pravico do odškodnine.
- 9.5 Plačilo Marketerju iz naslova programa trženja Lyconetbo zbrano in izplačano Marketerju, pod pogojem, da skupni znesek povračila znaša vsaj 5 EUR in ima Marketer ob tem tudi 5 aktivnih strank (Customerjev).

* Aktivne stranke (Customerji) Marketerja so vsi registrirani člani Cashback World programa, ki so v liniji Marketerja (vse do naslednjega Marketerja) in niso podpisali pogodbe Lyconet in zato sami niso Marketerji ter so opravili nakupi pri partnerskem podjetju v znesku vsaj 10 €. Neposredno priporočeni Marketerji kot tudi neposredno priporočena partnerska podjetja, ki so člani Cashback World programa, bodo tudi upoštevani kot aktivne stranke, v kolikor bodo opravili nakup pri partnerskem podjetju v višini vsaj 10 €. Nakup eVoucherje se enači z nakupi.

10. Varovanje tajnosti in zaupnost

- 10.1 Marketer mora kot zaupne varovati poslovne skrivnosti Lyconeta, ki so mu bile zaupane ali je bil z njimi seznanjen med svojim delom v programu Lyconet, med trajanjem in tudi po prenehanju te pogodbe programa trženja Lyconet.
- 10.2 Dokumentacijo o internih poslovnih postopkih, ki je bila zaupana marketerju, mora biti po njeni uporabi nemudoma vrnjena Lyconetu skladno z naročilom, vendar najpozneje ob prenehanju te pogodbe programa trženja Lyconet.
- 10.3 Marketer ima obveznost, da varovanje poslovne skrivnosti in molčečnosti zagotovi tudi pri svojih pomočnikih.

11. Varovanje podatkov

- 11.1 Če je potrebno za izvajanje pogodbe programa trženja Lyconet, torej zlasti za obračun Shopping Points točk in plačil skladno s kompenzacijskim načrtom Lyconet v prilogi 1, Lyconet Global AG kot pravno odgovoren za obdelavo osebnih podatkov zbira, shranjuje in obdeluje osebne podatke ter podatke o podjetju in prodajnih dejavnostih marketerjev.
- 11.2 Vsa vprašanja glede informacij, sprememb ter brisanja podatkov lahko marketer posreduje neposredno na Lyconet Global AG, Tödistrasse 48, 8002 Zurich, Švica, ali po e-pošti na international@lyconet.com. Ostale določbe, pomembne za varstvo osebnih podatkov pri uporabi Lyconetove spletne strani, so navedene v Izjavi o varstvu osebnih podatkov na spletni strani www.lyconet.com
- 11.3 Lyconet uporablja mednarodne varnostne tehnologije za zaščito osebnih podatkov marketerjev pred nedovoljenimi dostopi.
- 11.4 Če marketer uporablja IT-podprte dodatne storitve in Lyconet v povezavi s tem obdeluje osebne podatke, ki jih je vnesel marketer, skleneta stranki dodatno pogodbo o naročeni obdelavi podatkov.

12. Prepoved konkurence/prevzemanja

- 12.1 Marketer tekom veljave te pogodbe programa trženja Lyconet brez predhodnega pisnega soglasja Lyconeta ne bo niti neposredno, niti posredno, sam ali s pomočjo tretjih, delal za konkurenčno podjetje, ki nudi identično ali enako storitev kot program Lyconet, ne bo ustanovil ali vodil takšnega podjetja, imel deleže v konkurenčnem podjetju ali jih kakorkoli drugače podpiral ali jim svetoval.
- 12.2 Enako velja za konkurenčna podjetja, ki so na splošno dejavna v panogi Network (strukturna prodaja).
- 12.3 Ob sklenitvi te pogodbe programa trženja Lyconet so že obstoječe in v pisni (zadostuje elektronsko sporočilo) obliki posredovane marketerjeve dejavnosti za konkurenčna podjetja izvzete iz tega dogovora o konkurenci.
- 12.4 Marketer tekom veljave te pogodbe programa trženja Lyconet prav tako ne bo prevzel marketerjev, članov ali partnerskih podjetij, zlasti ne v korist drugih podjetij s strukturno prodajo, ali tega ne bo niti poskusil.
- 12.5 V primeru krivdne kršitve zgornjih določil pod točko 12 s strani marketerja ali njegovih pomočnikov, ima Lyconet pravico zahtevati opustitev zgoraj omenjenih dejanj. Nespremenjeno ostane v veljavi pravica programa Lyconet do izredne odpovedi te pogodbe programa trženja Lyconet in uveljavitve nastale ali nastajajoče škode.

13. Trajanje in odpoved te pogodbe programa trženja Lyconet

- 13.1 Pogodba programa trženja Lyconet je sklenjena za nedoločen čas in jo lahko vsaka stranka odpove ob upoštevanju 30-dnevnega odpovednega roka.
- 13.2 Obe stranki imata pravico to pogodbo programa trženja Lyconet kadarkoli odpovedati iz tehtnega razloga brez odpovednega roka. Za tehtni razlog za odpoved s strani Lyconeta gre predvsem v naslednjih primerih:
 - (a) marketer ob sklenitvi te pogodbe programa trženja Lyconet namerno poda napačne navedbe;
 - (b) marketer uporablja neodobreni komunikacijski material in krši točko 7.2;
 - (c) marketer uporablja prijavljene in/ali vpisane zaščitene znamke programa Lyconet ali z njim povezanih podjetij – krši točko 7.4;
 - (d) marketer krši pravila o prepovedi konkurence ali prevzemanja po točki 12 ali svoje dolžnosti glede varovanja tajnosti in zaupnosti po točki 10.;
 - (e) marketer večkrat napačno svetuje glede Cashback World programa ali programa trženja Lyconet; znak za napačno svetovanje je, če nadpovprečno število pogodb (s člani, z marketerji ali s partnerskimi podjetji), pri katerih je posredoval, posredovani pogodbeni partnerji izpodbijajo, prekličejo ali jih v naslednjem možnem roku redno odpovejo;
 - (f) marketer obrtno nadalje prodaja bone partnerskih podjetij;
 - (g) marketer brez pisnega soglasja programa Lyconet organizira s stroški povezano prireditev ali tretjim nudi s stroški povezane storitve v povezavi s Cashback World programom ali programom trženja Lyconet;
 - (h) marketer je bil utemeljeno osumljen ali obsojen zaradi naklepnega kaznivega dejanja, (i) ki ga je storil v breme Lyconeta ali enega z njim povezanega podjetja in/ali (ii) v povezavi z izvajanjem njegove prodajne dejavnosti skladno s to pogodbo programa trženja Lyconet, (iii) ki ima stvarno povezavo z dejavnostjo marketerja po tej pogodbi programa trženja Lyconet (npr. premoženjski delikt, kot je goljufija) ali (iv) ki je tako težko, da od Lyconeta ni več mogoče zahtevati nadaljnjega sodelovanja zaradi izgube potrebnega zaupanja ali preteče nevarnosti za izgubo dobrega imena;
 - (i) marketer večkrat zamuja z izpolnjevanjem pogodbene zahteve glede plačila ali njegovega pomembnega dela;
 - (j) se premoženjske razmere marketerja bistveno poslabšajo, tako da postane njegova plačilna sposobnost vprašljiva na podlagi konkretnih indicev (npr. partnersko podjetje redno zamuja s plačili zapadlih obveznosti ali enkratno več kot tri tedne zamuja s plačilom zapadle obveznosti večje premoženjske vrednosti),
 - (k) ob bistvenem škodovanju gospodarskim interesom ali slovesu/imenu Lyconeta ali partnerskih podjetij sodijo med tehtne odpovedne razloge zlasti kršitve bistvenih pogodbenih dolžnosti.
 - (l) Pogoj za odpoved iz tehtnega razloga zaradi kršitve te pogodbe je običajno neuspešni potek roka, ki je bil dan za odpravo kršitve oz. prehodno neuspešno izdan opomin. Določitev roka za odpravo kršitev oz. opomin ni potreben, če je konkretna kršitev tako huda, da od Lyconeta ni upravičeno pričakovati nadaljevanje te pogodbe programa trženja Lyconet.

- 13.3 Odpoved pogodbe mora biti v vsakem primeru podana v pisni obliki. Za upoštevanje roka je merodajen datum vročitve dopisa o odpovedi.
- 13.4 Morebitno sodelovanje v Cashback World programu ostane v primeru prenehanja te pogodbe programa trženja Lyconet nespremenjeno v veljavi.

14. Posledice odpovedi

- 14.1 Že izplačana plačila ostanejo marketerju. Ob tem ima marketer pravico do izplačila plačil za vse, ob času prenehanja že izpolnjene pogoje po kompenzacijskem načrtu Lyconet. Nadaljnje pravice marketerja do Lyconeta so s pridržkom nujnih zakonskih pravic izključene.
- 14.2 V kolikor ni dogovorjeno drugače, plačila, ki jih je izvedel marketer (npr. za storitve ali naročilo bonov), ne bodo vrnjena. Marketerjevi stroški ne bodo povrnjeni.

15. Odgovornost

- 15.1 Lyconet neomejeno odgovarja za škodo, nastalo zaradi smrti, telesne poškodbe ali okvare zdravja, ki temelji na naklepni ali malomarni kršitvi Lyconetovih dolžnosti. Lyconet neomejeno odgovarja tudi za drugo škodo, ki temelji na naklepni ali malomarni kršitvi Lyconetovih dolžnosti.
- 15.2 Za škodo, ki je posledica malomarnega ravnanja, zaradi tega pa so bile neizpolnjene obveznosti, ki so bistvenega pomena za pravilno izpolnitev pogodbe ter obveznosti, za katere je marketer utemeljeno pričakoval, da bodo izpolnjene (bistvene sestavine), odgovarja Lyconet le za tisto škodo, ki bi jo glede na znane okoliščine bilo mogoče pričakovati in predvideti – t.i. tipično in predvidljivo škodo.
- 15.3 Drugi odškodninski zahtevki so, z izjemo po točki 15.4, izključeni. To velja zlasti, ko gre za nekrivdno ravnanje Lyconeta.
- 15.4 Če je Lyconetova odgovornost omejena ali izključena, veljajo omejitve ali izključitve tudi za osebno odgovornost zaposlenih, zakonitih zastopnikov in izpolnitvenih pomočnikov Lyconeta.
- 15.5 Omejitve in izključitve odgovornosti skladno s točko 15 ne zadevajo Lyconetove odgovornosti, določene s pravno veljavnimi obligatornimi predpisi, ki urejajo odgovornost za proizvode zaradi naklepnega zamolčanja pomanjkljivosti ter prevzema garancije za kakovost predmeta.

16. Spremembe

- 16.1 Marketer se zavezuje, da bo Lyconet nemudoma pisno obvestil o spremembi vseh, za to pogodbo pomembnih podatkov. Ta dolžnost se nanaša zlasti na spremembo naslova in bančnih podatkov. Nadalje je marketer dolžan Lyconet nemudoma obvestiti o nelikvidnosti, v vsakem primeru pa o neizbežni plačilni nesposobnosti ali prezadolžitvi. Če sprememba sedeža podjetja ni nemudoma posredovana, se vsa korespondenca, ki jo je Lyconet po pošti poslal na zadnji znani naslov, smatra kot prejeta s strani marketerja.
- 16.2 V posameznem primeru dogovorjeni individualni dogovori imajo v vsakem primeru prednost pred to pogodbo programa trženja Lyconet. Za veljavnost takih dogovorov je pogoj pisna oblika oz. najmanj pisna potrditev s strani Lyconeta. Domneva se, da stranki nista sklenili ustnih dogovorov. Lyconet ima poleg tega pravico, da pošlje marketerju pogodbeno pojasnila in informacije, ki so potrebne za izvajanje pogodbe, tudi prek SMS-sporočila ali elektronske pošte, če marketer navede ustrezne kontaktne podatke in temu ne ugovarja.
- 16.3 Spremembe te pogodbe in kakršnega koli drugega pogodbenega sporazuma med Marketerjem in Lyconetom, ki so Marketerju sporočeni v pisni obliki na naslov ali e-poštni naslov, ki ga je navedel Marketer, se štejejo, da jih je Marketer sprejel, če ni posredoval ugovora v roku 30 dni od prejema pisnega obvestila. Lyconet bo v začetku obdobja obvestil Marketerja, da se šteje, da je njegovo soglasje k priglašnim spremembam sporazuma podano, če v določenem roku pisno ne nasprotuje njegovi veljavnosti. Šteje se, da Marketer sprejema spremembe pogodbe le, če je bilo obvestilo dejansko podano.

17. Izbira pravnega reda in pristojnost

- 17.1 Ta sporazum je predmet švicarskega prava. Konvencija Združenih narodov o pogodbah o mednarodni prodaji blaga za to pogodbo ne velja.
- 17.2 Za vse spore iz ali v povezavi s to pogodbo programa trženja Lyconet je izključno pristojno sodišče na sedežu podjetja Lyconet.
- 17.3 Če pred postopkom ne sledi javni arbitražni postopek, morajo stranke opraviti sestanek na sedežu podjetja Lyconetu preden se prične pravni postopek.

18. Splošna določila

- 18.1 Brez predhodnega pisnega soglasja Lyconeta marketer nima pravice prenesti te pogodbe programa trženja Lyconet ali na osnovi te pogodbe programa trženja Lyconet med strankama dogovorjene pravice in dolžnosti odstopiti tretjim osebam, ali jih prenesti na drugačni način, tudi ne v smislu univerzalnega pravnega nasledstva. V primeru, da marketer umre, pa preidejo med njim in Lyconetom obstoječa pogodbeno razmerja po veljavnem dednem pravu na njegove dediče. Marketerju nadalje brez predhodnega pisnega dovoljenja Lyconeta ni dovoljeno morebitnih obstoječih pravic obremeniti z zastavno pravico.
- 18.2 Marketer nima pravice pobotati svojih terjatev do Lyconeta, razen če gre za obojestranske, soodvisne terjatve ali če marketer pobot izvede z nesporno pravnomočno ugotovljeno terjatvijo.
- 18.3 Če je ali postane eno določilo te pogodbe programa trženja Lyconet v celoti ali delno neveljavno oz. neizvedljivo, to ne vpliva na veljavnost ali izvajanje ostalih določil.