

Q | Agentur für Forschung GmbH Julius-Hatry-Strasse 1 68163 Mannheim

Allgemeine Geschäftsbedingungen 2011

Diese Geschäftsbedingungen basieren auf der vom Bundeskartellamt genehmigten Empfehlung des Arbeitskreises Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM) sowie dem "IHK/ESOMAR internationaler Kodex für die Praxis der Markt- und Sozialforschung" sowie der ergänzenden "Erklärung für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland" zu diesem Kodex des ADM sowie des BVM (Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.) Q | Agentur für Forschung GmbH (nachfolgend: das Institut) wird ausschließlich auf der Grundlage dieser Geschäftsbedingungen tätig. Von ihnen abweichende Vereinbarungen bedürfen zu ihrer Wirksamkeit stets der Schriftform.

§ 1 Die Q | Agentur für Forschung GmbH übt ihre Tätigkeit im Sinne beratender Dienstleistungen in Übereinstimmung mit den anerkannten Regeln des Berufsstandes der Markt- und Sozialforscher aus.

§ 2 Die Q | Agentur für Forschung GmbH unterbreitet dem Interessenten ein Angebot grundsätzlich in Form eines Untersuchungsvorschlags, in dem die Aufgabenstellung, die zu ihrer Erfüllung zu erbringenden Leistungen, der Zeitbedarf für die Untersuchung sowie das zu zahlende Honorar angegeben werden.

Der Interessent erhält den Untersuchungsvorschlag ausschließlich zur Entscheidung über die Auftragsvergabe der angebotenen Untersuchung. Sein Inhalt darf, wenn nichts anderes vereinbart ist, nur im gegenseitigen Einvernehmen ganz oder teilweise veröffentlicht oder an Dritte weitergegeben werden.

Soweit der Auftraggeber mit dem Auftrag ein Ziel verfolgt, das für die Q | Agentur für Forschung GmbH nicht offensichtlich ist, weist ihn das Institut darauf hin. Der Auftraggeber muss dann schriftlich sein Ziel offenlegen. Soll das Institut ein Angebot abgeben, das über den Umfang eines Rahmenvorschlags hinausgeht, teilt es dem Interessenten vor Ausarbeitung des Untersuchungsvorschlags mit, in welchem Umfang die Ausarbeitung besonderer Untersuchungsunterlagen (z. B. Fragebogen, Stichprobenpläne, Dokumentationen etc.) erforderlich wird und welches Honorar hierfür zu entrichten ist. Es kann das angegebene Honorar verlangen, wenn der Interessent trotz entsprechenden Hinweises und Einräumung einer angemessenen Äußerungsfrist nicht widersprochen hat. Das Urheberrecht des Instituts bleibt hiervon unberührt.

§ 3 Das im Untersuchungsvorschlag genannte Honorar umfasst grundsätzlich alle von der Q | Agentur für Forschung GmbH im Zusammenhang mit der Durchführung des Auftrags im Untersuchungsvorschlag angebotenen Leistungen.

Für darüber hinausgehende vom Auftraggeber gewünschte Leistungen kann das Institut ein zusätzliches Honorar verlangen. Mehrkosten, die vom Institut nicht zu vertreten sind und Mehrkosten, die bei Auftragserteilung trotz gebotener Sorgfalt nicht voraussehbar waren, kann das Institut gesondert in Rechnung stellen, wenn sie an einen sachlich berechtigten Grund anknüpfen und für den Auftraggeber klar erkennbar und hinreichend bestimmt sind. Das gilt auch, wenn der Auftraggeber diese Kosten nicht zu vertreten hat. Änderungen des Auftragsvolumens nach Vertragsabschluss bedürfen einer ausdrücklichen Vereinbarung zwischen den Parteien.

§ 4 Die Exklusivität für bestimmte Produktfelder, Untersuchungsgegenstände oder Untersuchungsmethoden kann die Q | Agentur für Forschung GmbH nicht gewähren, es sei denn, sie wird ausdrücklich vereinbart. Soweit Exklusivität vereinbart wird, sind ihre Dauer und ein gegebenenfalls zusätzlich zu berechnendes Honorar festzulegen.

§ 5 Der Auftraggeber erhält die Untersuchungsberichte ausschließlich zu seinem eigenen Gebrauch. Ihr Inhalt darf, wenn nichts anderes vereinbart ist, nur im gegenseitigen Einvernehmen ganz oder teilweise veröffentlicht oder an Dritte weitergegeben werden. Zu einem solchen Zweck dürfen die Untersuchungsberichte auch nicht vervielfältigt, gedruckt oder in Informations- und Dokumentationssystemen jeder Art gespeichert, verarbeitet oder verbreitet werden. Diese Regelungen gelten nicht für die Untersuchungsergebnisse selbst (vgl. § 6). Will der Auftraggeber ganz oder teilweise aus dem Untersuchungsbericht zitieren, so muss er die Zitate als solche kenntlich machen und dabei die Q | Agentur für Forschung GmbH als Verfasser des Untersuchungsberichts benennen.

§ 6 Die Untersuchungsergebnisse stehen, wenn nichts anderes schriftlich vereinbart wird, nur dem jeweiligen Auftraggeber zu dessen freier Verfügung. Der Auftraggeber stellt die Q | Agentur für Forschung GmbH von allen Ansprüchen frei, die gegen sie geltend gemacht werden, weil der Auftraggeber die ordnungsgemäß gewonnenen Ergebnisse vorsätzlich oder fahrlässig rechtswidrig verwendet hat (z.B. rechtswidrig und / oder falsch mit ihnen wirbt).

§ 7 Der Q | Agentur für Forschung GmbH verbleiben alle Rechte, die ihr nach dem Urheberrechtsgesetz zustehen. Das Eigentum an dem bei Durchführung des Auftrags angefallenen Material - Datenträger jeder Art, Fragebogen, weitere schriftliche Unterlagen usw. - und der angefallenen Daten liegt, wenn nichts anderes vereinbart wird, beim Institut. Die Anonymität der Befragten oder der Testpersonen darf durch eine solche Vereinbarung nicht gefährdet werden. Das Urheberrecht des Auftraggebers an Unterlagen, die er erarbeitet hat, bleibt unberührt.

§ 8 Die Mitwirkung des Auftraggebers bei der Untersuchung sowie die Überprüfung der Durchführung und der Ergebnisse der Untersuchung durch den Auftraggeber bedürfen einer gesonderten Vereinbarung. Dabei ist die Q | Agentur für Forschung GmbH verpflichtet, die Anonymität der Befragten oder der Testpersonen zu wahren. Deswegen entstehende Mehrkosten können vom Auftraggeber getragen werden.

§ 9 Die Q | Agentur für Forschung GmbH verpflichtet sich, Erhebungsunterlagen für einen Zeitraum von einem Jahr und Datenträger für einen Zeitraum von zwei Jahren nach Ablieferung des Untersuchungsberichts aufzubewahren, soweit nicht eine andere Vereinbarung ausdrücklich getroffen wurde.

§ 10 Die Q | Agentur für Forschung GmbH ist verpflichtet, sämtliche ihr vom Auftraggeber gegebenen Informationen streng vertraulich zu behandeln und sie ausschließlich für die Durchführung des Auftrags zu verwenden.

§ 11 Gewährleistung und Haftung der Q | Agentur für Forschung GmbH richten sich, sofern nachfolgend nichts anderes bestimmt ist, nach den gesetzlichen Vorschriften. Will der Auftraggeber bei nicht termingerechter Übermittlung, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit des Instituts beruhen, Rechte aus der Behauptung geltend machen, die erbrachte Teilleistung habe für ihn kein Interesse mehr, so muss er dieses fehlende Interesse glaubhaft machen. Nicht vorhersehbare, atypische Schäden und Schäden, die dem Herrschafts- und Risikobereich des Auftraggebers zuzurechnen sind, sind sowohl bei Verzug als auch bei Schlechterfüllung dem Auftraggeber nicht zu ersetzen, wenn der Auftraggeber Kaufmann im Sinne des HGB ist.

Die Q | Agentur für Forschung GmbH haftet nicht für leichte Fahrlässigkeit. Dies gilt auch, soweit das Verhalten zugleich eine unerlaubte Handlung darstellt. Dieser Haftungsausschluss bezieht sich nicht auf wesentliche Vertragspflichten, auf deren Einhaltung der Auftraggeber deshalb vertrauen können muss und nicht auf die Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit.

§ 12 Sollte die Lieferung der Untersuchungsberichte / Untersuchungsergebnisse nicht termingerecht erfolgen oder sollte Testmaterial beschädigt werden oder verloren gehen, kann der Auftraggeber der Q | Agentur für Forschung GmbH eine angemessene Frist zur Leistung oder Nacherfüllung setzen. Im Übrigen gelten die gesetzlichen Bestimmungen.

Die Q | Agentur für Forschung GmbH steht nicht für die Folgen verspäteter Lieferung bzw. des Verlustes oder der Beschädigung von Testmaterial ein, soweit die Verspätung bzw. der Verlust oder die Beschädigung auf Umständen beruht, die a) außerhalb des betrieblichen Bereichs des Instituts liegen; insbesondere im Bereich des Auftraggebers, vom Institut nicht schuldhaft herbeigeführt worden sind, bei Naturkatastrophen oder sonstigen Fällen höherer Gewalt, bei hoheitlichen Eingriffen und bei Arbeitskämpfen; oder b) die zwar innerhalb des

betrieblichen Bereichs der Q | Agentur für Forschung GmbH liegen, jedoch von dieser nicht zu vertreten sind, insbesondere bei Beeinträchtigungen des Betriebsablaufs aufgrund höherer Gewalt, aufgrund hoheitlicher Eingriffe oder aufgrund von Arbeitskämpfen. Ein Rücktrittsrecht des Auftraggebers nach den gesetzlichen Bestimmungen bleibt hiervon unberührt.

§ 13 Für Produkttests gelten die folgenden Bestimmungen:

Der Auftraggeber stellt die Q | Agentur für Forschung GmbH von allen Ansprüchen frei, die wegen Schäden, die durch einen Fehler des zu testenden Produkts verursacht werden, gegen das Institut selbst oder gegen Mitarbeiter gestellt werden. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung dafür, dass alle erforderlichen chemischen, medizinischen, pharmazeutischen oder sonstigen Prüfungen / Untersuchungen / Analysen des Testprodukts durchgeführt worden sind. Er übernimmt die Verantwortung dafür, dass das Produkt für den Test geeignet ist, und sofern eine Überprüfung (siehe oben) notwendig war und stattgefunden hat, sich dabei kein Hinweis ergab, dass das Produkt irgendwelche Schäden hervorrufen kann.

Der Auftraggeber trägt die Verantwortung dafür, dass alle durch Gesetz oder Verordnung vorgeschriebenen und / oder für die Verwendung des Produkts notwendigen Informationen der Q | Agentur für Forschung GmbH zur Verfügung gestellt werden, damit diese den Testteilnehmern weitergegeben werden können.

Im Übrigen gelten die Bestimmungen des Produkthaftungsgesetzes.

§ 14 Die vereinbarten Honorare dienen zur Finanzierung der Durchführung der jeweiligen Untersuchung. Deswegen ist jeweils eine Hälfte der vereinbarten Honorarsumme zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer bei Auftragserteilung und bei Ablieferung der Ergebnisse fällig. Es kann eine abweichende Regelung getroffen werden.

§ 15 Erfüllungsort ist der Sitz der Q | Agentur für Forschung GmbH, Heidelberg. Gerichtsstand ist das Amtsgericht Mannheim: HRB 83042.

§ 16 Falls einzelne Bestimmungen unwirksam sind oder unwirksam werden, wird davon die Gültigkeit der anderen Bestimmungen nicht berührt. Unwirksame Bestimmungen sind durch Regelungen zu ersetzen, deren wirtschaftlicher Erfolg dem mit der unwirksamen Klausel beabsichtigten soweit wie möglich entspricht.

§ 17 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen betreffen nicht die Zusammenarbeit zwischen privatrechtlich verfassten Markt- und Sozialforschungsinstituten zur Erfüllung von Aufträgen.

Stand: März 2011