ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

§1. Geltung der Bedingungen

1.1. Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Markt- und Sozialforschungsaufträge und deren Durchführung sowie für zukünftige Markt- und Sozialforschungsaufträge, welche der Auftraggeber dem Institut Mindfacts GmbH erteilt und deren Durchführung. Sie gelten nicht für die Zusammenarbeit zwischen privatrechtlich verfassten Markt- und Sozialforschungsinstituten zur Erfüllung von Aufträgen.

1.2. Für die Trainingsmaßnahmen der Mindfacts GmbH gelten die im AGB-Dokument ‚AGB- Training-Mindfacts.pdf' (abrufbar auf www.mindfacts.de) dargelegten Bedingungen.

1.3. Verwendet der Auftraggeber eigene Allgemeine Geschäftsbedingungen, so gelten diese nicht, soweit sie von den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Instituts abweichen oder diesen widersprechen. Im Fall widerstreitender Klauseln gilt zunächst deren gemeinsames Minimum. Dies gilt auch, wenn der Auftraggeber eine zwingende Geltung seiner Allgemeinen Geschäftsbedingungen beansprucht. Ist das gemeinsame Minimum nicht zu ermitteln, werden diese Klauseln nicht Vertragsbestandteil. Der Inhalt des Vertrags richtet sich dann insoweit nach der getroffenen individuellen Vereinbarung oder den gesetzlichen Bestimmungen.

1.4. Bei abweichenden oder ergänzenden Vereinbarungen bei oder nach Vertragsabschluss ist stets eine schriftliche Zustimmung des Instituts erforderlich.

§2. Vertragsgegenstand

Das Institut führt die übernommenen Aufträge im Sinne beratender Dienstleistungen in Übereinstimmung mit den Berufsgrundsätzen und Standesregeln der Markt- und Sozialforschung aus. Das Institut unterstützt mit seinen Leistungen den Auftraggeber bei dessen Entscheidungen. Es trifft diese aber nicht selbst.

Für den Inhalt und den Umfang, der vom Institut zu erbringenden Leistungen, ist ausschließlich der jeweilige Einzelvertrag maßgeblich, soweit sich dazu nicht aus diesen AGB bereits etwas ergibt.

§3. Angebot, Untersuchungsvorschlag

3.1. Das Institut unterbreitet dem Interessenten sein Angebot grundsätzlich in Form eines Untersuchungsvorschlags, in dem die Aufgabenstellung, die zu ihrer Erfüllung zu erbringender Leistung, der Zeitbedarf für die Untersuchung sowie die zu zahlende Vergütung angegeben sind.

3.2. Die Gültigkeit des Angebots wird in der Regel aufgeführt, beträgt ohne explizite Angaben jedoch maximal 3 Monate. Aufträge, die nach diesem Termin für dieses Angebot erteilt werden, erfordern eine Überprüfung und gegebenenfalls Anpassung des Angebots.

3.3. Die beauftragten Leistungen sind seitens des Kunden innerhalb von 3 Monaten nach Auftragsbestätigung vollständig abzurufen, sofern die vereinbarte Projektdauer diese nicht übersteigt. Zwischen Berichtsabgabe und einer eventuellen telefonischen oder persönlichen Präsentation dürfen maximal 2 Kalenderwochen liegen. Erfolgt der Abruf der Leistungen erst nach Ablauf dieses Zeitraumes behält sich das Institut vor, ein überarbeitetes Angebot zu erstellen bzw. zusätzliche Aufwendungen in Rechnung zu stellen.

3.4. 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 schriftlichen Einvernehmen ganz oder teilweise veröffentlicht oder an Dritte weitergegeben werden.

3.5. Soweit der Auftraggeber mit dem Auftrag ein Ziel verfolgt, das für das Institut nicht offensichtlich ist, weist ihn dieses darauf hin. Der Auftraggeber muss dann schriftlich sein Ziel offenlegen.

3.6. Die Exklusivität für bestimmte Produktfelder, Untersuchungsgegenstände oder Untersuchungsmethoden kann das Institut nicht gewährleisten, es sei denn, sie wird schriftlich vereinbart. Soweit Exklusivität vereinbart wird, sind ihre Dauer und ein gegebenenfalls zusätzlich zu berechnendes Honorar festzulegen.

3.7. Änderungen des Auftrags nach Vertragsabschluss bedürfen einer schriftlichen Bestätigung des Instituts.

© Mindfacts GmbH

§4. Vergütung

4.1. Die im Untersuchungsvorschlag genannte Vergütung umfasst grundsätzlich alle vom Institut im Zusammenhang mit der Durchführung des Auftrags im Untersuchungsvorschlag angebotenen Leistungen. Dies schließt stets eine Berichtslegung in PowerPoint und auf deutscher Sprache ein. Leistungen, die nicht enthalten sind, werden explizit ausgewiesen. Übersetzungen, Zwischenberichte, Sonderauswertungen, Videomaterial etc. werden als optionale Leistungen und vom Auftraggeber zusätzlich zu den angegebenen Konditionen gebucht.

4.2. Nachträgliche Änderungswünsche und / oder zusätzliche Anforderungen, die zum Zeitpunkt der Angebots-abgabe / -annahme für beide Parteien trotz gebotener Sorgfalt nicht voraussehbar waren, können durch das Institut gesondert in Rechnung gestellt werden, wenn sie an einen sachlich berechtigten Grund anknüpfen und für den Kunden klar erkennbar und hinreichend bestimmt sind. Die Vergütung erfolgt je nach Aufwand und den im Angebot genannten Konditionen. Vorab abgestimmte Termine verschieben sich ggf. durch diese neuen Anforderungen.

4.3. Die vereinbarte Vergütung dient zur Finanzierung der Durchführung der jeweiligen Untersuchung. Deswegen ist jeweils eine Hälfte der vereinbarten Vergütung zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer bei Auftragserteilung und bei Ablieferung der Ergebnisse fällig, sofern die Parteien keine andere Zahlungsregelung treffen. Das Zahlungsziel beträgt jeweils 14 Tage ab Rechnungsdatum.

4.4. Die Vergütung ist ohne jeden Abzug sofort nach Rechnungsstellung zahlbar. Im Fall von Zahlungsverzug ist das Institut berechtigt, Verzugszinsen in Höhe von acht Prozentpunkten über dem Basiszinssatz zu verlangen. Das Institut behält sich im Fall säumiger Zahlungen auch das Recht vor, die Leistungen zurückzubehalten.

4.5. Die Aufrechnung mit etwaigen Gegenansprüchen ist dem Auftraggeber nur gestattet, wenn die Gegenansprüche unbestritten oder bereits rechtskräftig gerichtlich festgestellt sind.

4.6. Wird der vereinbarte Untersuchungsbeginn verschoben oder storniert, nachdem das Institut auf Veranlassung des Kunden dafür tätig geworden ist - z. B. Planung, Einrichtung, Rekrutierung, Buchung des Labors - steht es dem Institut frei, dem Auftraggeber diese Arbeit in Rechnung zu stellen bzw. die Kosten für die Verschiebung zu berechnen, es sei denn, das Institut hat die Stornierung oder Verschiebung zu vertreten.

§5. Auftragsdurchführung

5.1. Das Institut führt – § 2 entsprechend – den Auftrag nach wissenschaftlichen Methoden der Markt und Sozialforschung durch.

5.2. Der Auftraggeber sorgt dafür, dass das Institut auch ohne besondere Aufforderung alle für die Erfüllung des Vertrages notwendigen Unterlagen zeitgerecht vorgelegt werden und das Institut von allen Vorgängen und Umständen Kenntnis gegeben wird, die für die Erfüllung des Vertrages von Bedeutung sind.

5.3. Stellt sich nach Auftragserteilung heraus, dass die Untersuchung aus methodischen Gründen, die weder der Auftraggeber noch das Institut vorhersehen konnten und zu vertreten haben, nicht durchgeführt werden kann, informiert das Institut unverzüglich den Auftraggeber. Finden beide Vertragsparteien keine methodische Lösung des Problems, ist das Institut berechtigt, den Auftrag wegen Undurchführbarkeit zurückzugeben.

5.4. Die Mitwirkung des Auftraggebers bei der Untersuchung sowie die Überprüfung der Durchführung und der Ergebnisse der Untersuchung durch den Auftraggeber bedürfen einer gesonderten Vereinbarung. Falls dadurch Mehrkosten entstehen, müssen sie vom Auftraggeber getragen werden. Dabei ist das Institut – wie immer – verpflichtet, die Anonymität der Befragten oder der Testpersonen zu wahren.

5.5. Dem Institut ist es gestattet, zur Erfüllung seiner Aufgaben Untersuchungsaufträge in der eigenen oder in anderen Organisationen (zum Beispiel Feldorganisation) zu vergeben. Bei Unteraufträgen außerhalb der eigenen Organisation kann der Auftraggeber die Identität dieser Unterauftragnehmer anfragen.
Das Institut sichert zu, dass bei der Vergabe von Unteraufträgen die erforderliche Vertraulichkeit gewahrt und die Regeln und Methoden der Markt- und Sozialforschung sowie weitere gesetzliche Vorgaben, wie z.B. der DSGVO, eingehalten werden.

5.6. Wenn der Auftraggeber einen bestimmten Unterauftragnehmer fordert, haftet das Institut nicht für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Qualität dessen Arbeit, es sei denn, es liegt eine Pflichtverletzung des Instituts im Sinne von § 8.4 vor.

© Mindfacts GmbH

§6. Urheberrechte, Eigentumsrechte und akzessorische Pflichten

6.1. Dem Institut verbleiben alle Rechte, die ihm nach dem Urheberrechtsgesetz zustehen. Der Auftraggeber erkennt an, dass das alleinige Urheberrecht und alle Schutzrechte an Untersuchungskonzeptionen, Vorschlägen, Methoden, Verfahren und Verfahrenstechniken, grafischen und tabellarischen Darstellungen, die vom Institut stammen, und an in sonstigen Leistungen des Instituts verkörperten Know-how, ausschließlich dem Institut zustehen. Das Urheberrecht des Auftraggebers an Unterlagen, die er erarbeitet hat, bleibt unberührt.

6.2. Das Eigentum an dem bei der 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.

6.3. Das Institut verpflichtet sich, digitale Erhebungsunterlagen für einen Zeitraum von einem halben Jahr nach Ablieferung des Untersuchungsberichts aufzubewahren, soweit nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wird.

6.4. Institut und Auftraggeber verpflichten sich, sämtliche wechselseitig im Rahmen der Auftragsdurchführung ausgetauschten Informationen streng vertraulich zu behandeln und sie ausschließlich für die Durchführung des Auftrags zu verwenden. Die Mitarbeiter sind entsprechend zu verpflichten. Diese Verpflichtung gilt auch für die Zeit nach Beendigung der Auftragsdurchführung. Sie besteht nicht für solche Informationen, für welche die andere Partei nachweist, dass sie vor dem Empfang bekannt waren oder sie der Öffentlichkeit vor dem Empfang bekannt waren oder sie der Öffentlichkeit nach dem Empfang zugänglich wurden, ohne dass die empfangende Partei dafür verantwortlich war.

§7. Verwendung des Untersuchungsberichts und der Untersuchungsergebnisse

7.1. Untersuchungsberichte und Untersuchungsergebnisse stehen dem Auftraggeber nur zum internen Gebrauch zur Verfügung, es sei denn das Institut stimmt ihrer vollständigen oder teilweisen Weitergabe an Dritte oder der Veröffentlichung zu oder das Institut gibt sie aufgrund der Natur der Sache oder aufgrund von Urheberrechten oder Eigentumsrechten (siehe § 6) frei. Sie dürfen ohne vorherige Zustimmung des Instituts zum Zweck der Weitergabe an Dritte oder Veröffentlichung auch nicht vervielfältigt, gedruckt oder in Dokumentations- und Informationssystemen jeder Art gespeichert, verarbeitet oder verbreitet werden. Diese Regelungen gelten auch für Untersuchungsberichte und Untersuchungsergebnisse, die aus Gemeinschaftsstudien (Syndicated Studies) resultieren. Der Auftraggeber erhält an diesen kein alleiniges Nutzungsrecht. Diese Regelungen gelten nicht, soweit es sich lediglich um unwesentliche Teile der Untersuchungsberichte oder Untersuchungsergebnisse handelt.

7.2. Wettbewerbsvergleichende Veröffentlichungen unter Nennung des Instituts sind nur nach ausdrücklicher Zustimmung des Instituts zulässig, nachdem das Institut den konkreten zu veröffentlichenden Text freigegeben hat.

7.3. Der Gebrauch von Untersuchungsergebnissen und Untersuchungsberichten im Vorfeld rechtsförmlicher Verfahren (z.B. Gerichtsverfahren, Schiedsgerichtsverfahren, behördliche Verfahren) ist ohne die vorherige schriftliche Einwilligung des Instituts – vorbehaltlich vorrangiger gesetzlicher / verwaltungsrechtlicher Vorschriften oder gerichtlicher Entscheidungen – untersagt.

7.4. Will der Auftraggeber ganz oder teilweise aus dem Untersuchungsbericht zitieren, so muss er die Zitate als solche kenntlich machen und dabei das Institut als Verfasser des Untersuchungsberichts nennen.

7.5. Der Auftraggeber stellt das Institut von allen Ansprüchen frei, die gegen das Institut geltend gemacht werden, weil der Auftraggeber die ordnungsgemäß gewonnenen Ergebnisse vorsätzlich oder fahrlässig rechtswidrig verwendet hat, insbesondere durch rechtswidrige und/oder falsche Werbung.

§8. Gewährleistung und Haftung

8.1. Die Haftung des Instituts und Mängelansprüche des Auftraggebers richten sich nach den gesetzlichen Vorschriften, sofern nachfolgend nichts anderes bestimmt ist. Das Institut gewährleistet die ordnungsgemäße Durchführung und wissenschaftliche Auswertung der Untersuchung. Gewährleistungsansprüche bestehen bei offensichtlichen Mängeln nur dann, wenn der Auftraggeber diese zwei Wochen nach Erhalt des Untersuchungsberichts und der Untersuchungsergebnisse schriftlich dem Institut gegenüber rügt. Bei nicht offensichtlichen Mängeln gilt diese Frist ab Kenntnisnahme des Mangels, spätestens jedoch nach drei Monaten ab Bekanntgabe der letzten rechtserheblichen Daten. Die Gewährleistungsfrist beginnt mit Erhalt der letzten rechtserheblichen Daten und beträgt ein Jahr.

© Mindfacts GmbH

8.2. Das Institut steht nicht dafür ein, dass die von ihm nach den Regeln und Methoden der Markt- und Sozialforschung erhobenen, ausgewerteten und analysierten Daten vom Auftraggeber in einer bestimmten Weise kaufmännisch verwertet werden können.

8.3. Das Institut haftet nicht für Schäden, die aus oder in Verbindung mit der Auslegung der gelieferten Daten / Ergebnisse durch den Auftraggeber entstehen, es sei denn es liegt eine Pflichtverletzung auf Seiten des Instituts im Sinne von Nr. 8.4 vor.

8.4. Schadensersatzansprüche des Auftraggebers gegen das Institut oder seine gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen bestehen nur bei schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit, einer vertragswesentlichen Pflicht oder bei einer vorsätzlichen oder grob fahrlässigen Pflichtverletzung durch das Institut, seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen oder bei arglistigem Verschweigen eines Mangels der Untersuchung.

8.5. Bei durch fahrlässige Verletzung wesentlicher Vertragspflichten verursachten Schäden haftet das Institut nur für vertragstypische, vorhersehbare Schäden. Die Höhe des Schadensersatzes ist dabei auf die Gesamthöhe der vereinbarten Nettovergütung des jeweiligen Einzelauftrags beschränkt. Der Ersatz von mittelbaren Schäden und unvorhersehbaren Folgeschäden ist ausgeschlossen.

8.6. Sofern der Auftraggeber wegen angeblicher Pflichtverletzungen des Instituts in Anspruch genommen wird und der Auftraggeber beim Institut regressieren möchte, ist das Institut frühestmöglich zu informieren. Das Institut ist berechtigt, den Rechtsstreit zu führen oder zu betreuen. Dieses Recht des Instituts lässt die Verteidigungsrechte des Auftraggebers unberührt.

§9. Verzug

9.1. Gerät der Auftraggeber mit der Erteilung der für die Durchführung der Untersuchung notwendigen Informationen oder mit dem zur Verfügung stellen der dafür erforderlichen Unterlagen in Verzug, ist das Institut nicht verpflichtet, vereinbarte Liefer- und Leistungsfristen einzuhalten. Kommt der Auftraggeber trotz angemessener Nachfristsetzung durch das Institut der Erfüllung seiner Mitwirkungspflichten nicht nach, ist das Institut berechtigt, das Vertragsverhältnis aus wichtigem Grund zu kündigen und Schadensersatz zu verlangen.

9.2. Bei verspäteter Lieferung haftet das Institut nur bei Verzug. Schadensersatzansprüche kann der Auftraggeber nur nach Maßgabe der § 8 geltend machen.

9.3. Bei Nichteinhaltung vereinbarter Lieferfristen durch Verzögerung aufgrund höherer Gewalt, Aufruhr, Streik, hoheitlicher Maßnahmen, Aussperrung oder vom Institut nicht zu vertretender Betriebsstörungen auch bei einem Subunternehmer verlängert sich die Leistungszeit um den Zeitraum bis zur Behebung der Störung. Beginn und Ende der Störung teilt das Institut dem Auftraggeber mit. Bei dauerhaften Betriebsstörungen durch höhere Gewalt oder vom Institut nicht zu vertretenden dauerhaften Betriebsstörungen hat das Institut das Recht, unter Ausschluss jedweder Ersatzansprüche das Vertragsverhältnis aus wichtigem Grund zu kündigen.

§10. Datenschutz / Schweigepflicht

10.1. Das Institut und der Auftraggeber verpflichten sich, sämtliche wechselseitig im Rahmen der Auftragsdurchführung ausgetauschten Informationen streng vertraulich zu behandeln und sie ausschließlich für die Durchführung des Auftrags zu verwenden. Die Mitarbeiter sind entsprechend zu verpflichten. Diese Verpflichtung gilt auch für die Zeit nach Beendigung der Auftragsdurchführung. Sie besteht nicht für Informationen, für welche die andere Partei nachweist, dass sie vor dem Empfang bekannt waren oder sie der Öffentlichkeit vor dem Empfang bekannt waren oder sie der Öffentlichkeit nach dem Empfang zugänglich wurden, ohne dass die empfangende Partei dafür verantwortlich war.

10.2. Jeder Vertragspartner darf Daten des anderen im Rahmen der Auftragsabwicklung automatisiert verarbeiten oder durch Dritte verarbeiten lassen. Sofern Sie uns Ihre E-Mail-Adresse angegeben haben, willigen Se ein, dass das Institut den Auftraggeber per E-Mail kontaktiert und in unregelmäßigen Abständen über weitere Angebote informiert. Basis ist die Wahrung unserer berechtigten Interessen nach Art. 6 Abs. 1 S 1 lit. f DSGVO sowie unter Wahrung der Vorgaben aus Paragraph 7, Absatz 3 UWG. Sie können der Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse zu diesem Zweck jederzeit widersprechen. Senden Sie uns dazu bitte eine Mail mit dem Betreff „Abmelden“ an info@mindfacts.de oder klicken Sie auf den Abmeldelink im entsprechenden Mailing.

10.3. Der Auftraggeber erlaubt Mindfacts ihn gegenüber Dritten als Kunden nennen zu dürfen. Insbesondere darf Mindfacts den Kunden auf seiner Website (www.mindfacts.de) als Kunden nennen. Alle weiteren, ausführlicheren Nennungen bzw. Vertriebsmaßnahmen erfordern eine entsprechende, gesonderte Vereinbarung mit dem Auftraggeber.

© Mindfacts GmbH

§11. Produkttests

11.1. Der Auftraggeber stellt das Institut von allen Ansprüchen frei, die wegen Schäden, die durch das zu testende Produkt verursacht wurden, gegen das Institut oder Mitarbeiter des Instituts gestellt werden.

11.2. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung dafür, dass alle erforderlichen chemischen, medizinischen, pharmazeutischen oder sonstigen technischen 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 dem Institut zur Verfügung gestellt werden, damit diese den Testteilnehmern weitergegeben werden können.

11.3. Im Übrigen gelten die Bestimmungen des Produkthaftungsgesetzes.

§12. Schlussbestimmungen

12.1. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist München.

12.2. Für die Vertragsbeziehung zwischen dem Institut und dem Auftraggeber gilt das Recht der Bundesrepublik Deutschland, soweit nicht ausdrücklich schriftlich etwas anderes vereinbart wird. Soweit für Auslandskunden das ins deutsche Recht übernommene UN-Kaufrecht anzuwenden wäre, wird dieses ausgeschlossen.

12.3. Falls einzelne Bestimmungen dieser Bedingungen 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.

12.4. Änderungen und Ergänzungen dieser Bedingungen oder des Vertrages bedürfen der Schriftform und müssen als solche ausdrücklich gekennzeichnet sein.

12.5. Schriftform im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist eine E-Mail.

Anmerkung

Diese Geschäftsbedingungen orientieren sich an den Empfehlungen des ADM (Arbeitskreis Deutscher Marktforschungs-Institute e.V.) und entsprechen den Anforderungen des von der ICC (International Chamber of Commerce) und der E.S.O.M.A.R. (European Society for Opinion and Marketing Research) herausgegebenen “Internationalen Kodex für die Praxis der Markt- und Sozialforschung”.

© Mindfacts GmbH