

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN VON NORMEC FOODCARE GMBH FÜR DIE DURCHFÜHRUNG VON MARKTFORSCHUNGS-AUFTRÄGEN

Artikel 1. Allgemeines

1.1. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Angebote und/oder Kostenvoranschläge und/oder Aufträge und/oder Verträge über die Durchführung von Marktforschung, im Folgenden "Auftrag" genannt, die von einem Marktforschungsinstitut, das Mitglied der MOA ist, im Folgenden "Agentur" genannt, und dem (potentiellen) Kunden, im Folgenden "Kunde" genannt, abgegeben oder angenommen werden.

1.2. Jede Abweichung von diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist schriftlich zu vereinbaren und gilt nur für den Auftrag, auf den sie sich ausdrücklich bezieht. Etwaige Allgemeine Geschäftsbedingungen des Kunden finden keine Anwendung, es sei denn, die Parteien haben schriftlich vereinbart, dass (Teile von) diese(n) Bedingungen zusätzlich zu diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten.

1.3. Sollten sich eine oder mehrere Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen als unwirksam, gesetzeswidrig oder anderweitig nicht durchsetzbar erweisen, so berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht. Anstelle der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung werden die Parteien nach Treu und Glauben über eine neue Bestimmung verhandeln, die dem Zweck der unwirksamen oder undurchführbaren Bestimmung am nächsten kommt.

1.4. Alle Aufträge sind in Übereinstimmung mit dem Kodex für Marketingforschung und Statistik auszuführen. Unter keinen Umständen dürfen Aufträge durchgeführt werden, die gegen die zwingenden Bestimmungen und Vorschriften des internationalen ICC/ESOMAR-Kodex verstoßen.

Artikel 2. Recherche-Briefing

2.1. Die Agentur wird sich bemühen, eine hinreichend klare Vorstellung von den Zielen zu erhalten, die der Kunde mit dem Auftrag erreichen möchte.

2.2. Alle von der Agentur unterbreiteten Forschungsvorschläge basieren auf Informationen, die vom Kunden zur Verfügung gestellt werden. Der Kunde verbürgt sich dafür, dass er nach bestem Wissen und Gewissen alle

Informationen zur Verfügung gestellt hat, die für die Einrichtung und Durchführung des Auftrages als wesentlich erachtet werden. Der Kunde gewährleistet darüber hinaus, dass er berechtigt ist, alle der Agentur zur Verfügung gestellten Informationen, einschließlich der Adressdaten, für Zwecke der Marktforschung zu verwenden.

2.3. Alle Informationen, die der Agentur vom Kunden entweder während des Recherche-Briefings oder während des Recherche-Prozesses zur Verfügung gestellt werden, sind streng vertraulich und die Agentur ist verpflichtet, die Geheimhaltung der Informationen zu wahren. Diese Verpflichtung zur Geheimhaltung der Informationen gilt auch für den Fall, dass die Agentur Informationen vom Kunden erhalten hat, ohne dass ihr in der Folge ein Auftrag erteilt wurde.

Artikel 3. Recherche-Vorschläge und Angebote

3.1. Alle Recherche-Vorschläge und Angebote der Agentur sind freibleibend. Ein Auftrag gilt als angenommen, wenn die Agentur den Auftrag schriftlich bestätigt hat, nachdem eine Einigung über den Recherche-Vorschlag erzielt wurde, oder wenn die Recherche-Tätigkeit mit Wissen des Kunden begonnen hat.

3.2. Die von der Agentur angegebenen Gebühren und Kosten dürfen für einen Zeitraum von vier Monaten nach dem Angebot nicht erhöht werden, es sei denn, dass die Untersuchung innerhalb der im Untersuchungsvorschlag genannten Frist aus Verschulden des Kunden nicht durchgeführt werden kann bzw. dass sich die Agentur eine Erhöhung ihrer Sätze und Kosten vorbehalten hat. Die in den Angeboten genannten Beträge verstehen sich immer zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Artikel 4. Haftung

4.1. Die Agentur führt den Auftrag nach bestem Wissen und Gewissen aus. Diese Zusage gilt, sofern nicht schriftlich etwas anderes vereinbart wurde, als Verpflichtung zur Leistung nach bestem Vermögen.

4.2. Die Agentur haftet für Mängel bei der Ausführung des Auftrages, soweit diese Mängel darauf zurückzuführen sind, dass die Agentur nicht die erforderliche Sorgfalt und Sachkenntnis hat walten lassen, die bei der

Ausführung eines solchen Auftrages normalerweise erwartet werden kann. Die Haftung für Schäden, die durch ein solches Versäumnis verursacht werden, ist auf die Summe der von der Agentur erhaltenen Vergütung für die im Rahmen des Auftrags durchgeführten Arbeiten beschränkt.

4.3. Etwaige Ansprüche des Kunden sind innerhalb eines Jahres ab dem Zeitpunkt der Feststellung des Schadens geltend zu machen. Durch das Versäumnis, einen Anspruch innerhalb der oben genannten Frist geltend zu machen, verwirkt der Kunde das Recht auf Entschädigung. Eine Haftung der Agentur für Folgeschäden, die dem Kunden entstehen, wird hiermit ausgeschlossen. Unter Folgeschäden werden im Rahmen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen alle Verluste verstanden, die durch irgendeine Form der Nutzung der Recherche-Ergebnisse durch den Auftraggeber oder durch Dritte entstehen. Der Kunde hat die Agentur daher von allen Ansprüchen Dritter in diesem Zusammenhang freizuhalten.

Artikel 5. Liefertermine und Planung

5.1. Vereinbarte Liefertermine sind nicht verbindlich bei einer Verzögerung durch unvorhergesehene Umstände, die eine zwischenzeitliche Änderung des Auftrages zur Folge haben, oder andere Umstände, die weder die Agentur noch der Kunde bei Vertragsabschluss vernünftigerweise in Betracht ziehen mussten. Sieht die Agentur eine Verzögerung voraus, so wird sie den Kunden hiervon unverzüglich unterrichten.

5.2. Wünscht der Kunde eine Änderung des vereinbarten Zeitplanes, so wird sich die Agentur bemühen, die Änderung zu berücksichtigen, sofern der Kunde die Änderung rechtzeitig mit der Agentur bespricht und dies für die Agentur unter Berücksichtigung der Umstände des jeweiligen Falles zumutbar ist. Wenn der Kunde von den geplanten Terminen der Feldarbeit abweicht, hat die Agentur das Recht, dem Kunden die Kosten in Rechnung zu stellen, die durch die vom Kunden gewünschte Änderung des vereinbarten Zeitplans entstehen. Sofern nicht schriftlich eine andere Frist vereinbart wird, hat der Kunde in jedem Fall die Agentur mindestens zehn (10) Arbeitstage vor Beginn der Feldarbeit über Änderungen des vereinbarten Zeitplans zu informieren. Hält der Kunde diese Frist nicht ein, ist die Agentur berechtigt, die volle Zahlung des vereinbarten

Honorars für die Feldarbeit zu verlangen. Alle anderen Einkünfte werden von dieser Gebühr abgezogen.

Artikel 6. Änderungen / zusätzliche Arbeiten

6.1. Wünscht der Kunde bestimmte Änderungen im Aufbau und/oder Inhalt der Recherche, so hat er dies rechtzeitig mit der Agentur zu besprechen. Die Agentur wird sich bemühen, Änderungswünsche des Kunden zu berücksichtigen, sofern dies für die Agentur zumutbar ist und eine Vereinbarung über die Änderungen und die Kosten, die angemessener Weise zusätzlich zum vereinbarten Honorar berechnet oder vom vereinbarten Honorar abgezogen werden können, getroffen wurde.

6.2. Der Agentur ist es unter keinen Umständen gestattet, ohne Zustimmung des Kunden Änderungen an dem vereinbarten Setup und/oder Inhalt eines Forschungsauftrags vorzunehmen.

6.3. Für den Fall, dass die Agentur voraussichtlich mehr Arbeiten durchführen wird als ursprünglich in dem Auftrag zugrundeliegenden Recherche-Vorschlag vorgesehen war, wird die Agentur den Kunden in dieser Angelegenheit konsultieren. Alle von der Agentur auszuführenden zusätzlichen Arbeiten sind vom Kunden zu bezahlen, es sei denn, diese zusätzlichen Arbeiten sind aufgrund von Fahrlässigkeit seitens der Agentur erforderlich oder weil die Agentur den Umfang der betreffenden Arbeiten nicht richtig eingeschätzt hat oder dies vernünftigerweise hätte vorhersehen können. Das Honorar für die betreffende zusätzliche Arbeit wird von den Parteien einvernehmlich festgelegt.

Artikel 7. (Vorzeitige) Beendigung des Auftrags/Aussetzung und Aufhebung des Auftrags

7.1. Wird der Auftrag aufgrund eines der Agentur zuzurechnenden Verschuldens nicht entsprechend dem Auftrag zugrundeliegenden Recherche-Vorschlag ausgeführt, so hat der Kunde die Agentur schriftlich in Verzug zu setzen und ihr Gelegenheit zu geben, den Auftrag unter Einhaltung einer Frist von einer Woche vereinbarungsgemäß auszuführen. Nur wenn dies dem Kunden nicht zugemutet werden kann, ist der Kunde nicht verpflichtet, der Agentur die Möglichkeit zur ordnungsgemäßen Durchführung des Auftrages zu geben. Alle zusätzlichen Kosten, die der Agentur nach der Inverzugsetzung entstehen, sind nicht erstattungsfähig. Nur für den Fall, dass die

Agentur ihren Verpflichtungen auch nach Inverzugsetzung weiterhin nicht nachkommt, ist der Kunde berechtigt, den Auftrag zu kündigen.

7.2. Ist die Agentur aufgrund eines dem Kunden zuzurechnenden Verschuldens nicht in der Lage, den Auftrag auszuführen, oder kann sie den Auftrag nicht gemäß dem Auftrag zugrundeliegenden Recherche-Vorschlag ausführen, so hat die Agentur den Kunden schriftlich in Verzug zu setzen und unter Einhaltung einer Frist von einer Woche anzubieten, den Auftrag vereinbarungsgemäß auszuführen, es sei denn, dass dies der Agentur nicht zugemutet werden kann. Die Mehrkosten, welche die Agentur dafür aufwenden muss, gehen zu Lasten des Kunden. Nimmt der Kunde dieses Angebot nicht an, so ist er verpflichtet, der Agentur den aus der Nichterfüllung des Auftrages entstandenen Schaden zu ersetzen. Die Agentur ist berechtigt, den Auftrag zu kündigen und/oder die Ausführung des Auftrags auszusetzen, ohne dass es einer Inverzugsetzung bedarf, wenn der Kunde seinen Verpflichtungen gegenüber der Agentur insgesamt, zeitlich gesehen oder vereinbarungsgemäß nicht nachkommt.

7.3. Sollten die Agentur oder der Kunde in Konkurs gehen, einen (vorübergehenden) Zahlungsaufschub beantragen oder ihren Betrieb einstellen, ist die jeweils andere Partei berechtigt, den Auftrag mit sofortiger Wirkung zu beenden.

Artikel 8. Zahlungsbedingungen

8.1. Sofern nicht anders angegeben, enthalten die in einem Recherche-Vorschlag und/oder Angebot angegebenen Sätze die Reisekosten und die Kosten für Unterkunft und Verpflegung. Auf Anfrage des Kunden wird die Agentur eine grundlegende Aufschlüsselung solcher Kosten, die dem Kunden in Rechnung gestellt werden können, zur Verfügung stellen.

8.2. Soweit nicht anders vereinbart, ist die Zahlung innerhalb von 21 Tagen nach Rechnungsdatum fällig. Ausstehende Zahlungen sind ab dem Zeitpunkt der Fälligkeit mit dem gesetzlichen Zinssatz zu verzinsen. Für den Fall, dass der Kunde gegenüber der Agentur eine oder mehrere seiner Verpflichtungen nicht erfüllt, sind alle angemessenen Kosten, die bei der außergerichtlichen Geltendmachung der Forderung entstehen, vom Kunden zu tragen, mindestens jedoch 15% der Forderung. Der Kunde ist nicht berechtigt, irgendeine seiner Verpflichtungen gegenüber der Agentur

auszusetzen, noch ist der Kunde berechtigt, irgendeine seiner Verpflichtungen mit Verpflichtungen seitens der Agentur zu verrechnen.

Artikel 9. Geistiges Eigentum

9.1. Alle Rechte (einschließlich des Urheberrechts) an den folgenden (Recherche-) Materialien verbleiben beim Kunden bzw. gehen auf ihn über:

a. Vom Kunden zur Verfügung gestellte Fragebögen, Anleitungen, Spezifikationen und Dateien sowie sonstige vom Kunden zur Verfügung gestellte Informationen.

b. Die Ergebnisse der Marktforschung – in Form von Berichten, Empfehlungen und anderen derartigen Dokumenten – für den Fall, dass es sich bei dem Auftrag um eine speziell zugeschnittene Recherche handelt, unter der Bedingung, dass der Kunde alle ausstehenden Gebühren im Zusammenhang mit dem Auftrag beglichen hat. Unter speziell zugeschnittener Forschung werden im Rahmen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen alle Marktforschungsaktivitäten verstanden, sowohl qualitative als auch quantitative, die speziell oder ausschließlich im Auftrag des Kunden durchgeführt werden.

9.2. Der Agentur ist es nicht gestattet, den Inhalt des in Artikel 9.1 genannten Recherche-Materials (oder einen Teil davon) ohne die Zustimmung des Kunden an Dritte weiterzugeben.

9.3. Alle Rechte, einschließlich des Urheberrechts, an den folgenden Recherche-Materialien verbleiben bei der Agentur:

a. Forschungsvorschläge, Aufwandserklärungen, Kostenvoranschläge und andere derartige Unterlagen.

b. Alle von der Agentur entwickelten Forschungsmaterialien, wie z. B. Recherche-Modelle, Techniken, Fragebögen, Instrumente und Software.

c. Die Ergebnisse der Marktforschung in Form von Berichten, Empfehlungen und anderen derartigen Unterlagen, falls der Auftrag eine Multi-Client-Recherche umfasst. Unter Multi-Client-Recherche werden im Rahmen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen alle Marktforschungsaktivitäten verstanden, sowohl qualitative als auch quantitative, die im Rahmen einer Recherche durchgeführt werden, soweit die Daten von mehr als einem Kunden zur Verfügung gestellt und/oder für mehr als einen Kunden erhoben werden.

9.4. Dem Kunden ist es nicht gestattet, den Inhalt des in Artikel 9.3 genannten Recherche-Materials (oder einen Teil davon) ohne die Zustimmung der Agentur an Dritte weiterzugeben. Der Kunde ist berechtigt, das in Artikel 9.3. unter dem Buchstaben c. genannte Material für den internen Gebrauch zu vervielfältigen und dieses Material für andere interne Zwecke zu verwenden.

Artikel 10. Schäden, die am oder durch das Testmaterial verursacht wurden

10.1. Alle Schäden, die an dem der Agentur vom Kunden zur Verfügung gestellten Testmaterial entstehen, sind von der Agentur zu bezahlen, es sei denn, diese Schäden wurden durch Faktoren verursacht, welche außerhalb des Einflussbereichs der Agentur liegen.

10.2. Alle Schäden, die durch das der Agentur vom Kunden zur Verfügung gestellte Testmaterial (oder durch die Verwendung dieses Materials) (u. a. Geschmacksproben) verursacht werden, gehen zu Lasten des Kunden, es sei denn, diese Schäden wurden durch Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit seitens (der von) der Agentur (eingesetzten Mitarbeiter) verursacht. Der Kunde hält die Agentur (bzw. das von ihr eingesetzte Personal) von etwaigen Ansprüchen Dritter in dieser Angelegenheit frei.

Artikel 11. Höhere Gewalt

11.1. Wird die Agentur durch höhere Gewalt an der Erfüllung ihrer Verpflichtungen gehindert, so wird sie den Kunden hiervon unverzüglich unterrichten und Rücksprache mit ihm halten. Der Kunde wird an der gewünschten Fristverlängerung mitwirken, soweit dies dem Kunden zugemutet werden kann; hierüber sowie über die zumutbaren, zu berechnenden bzw. in Abzug zu bringenden Mehrkosten wird eine Vereinbarung getroffen.

11.2. Verzögert sich die Durchführung des Auftrages aufgrund höherer Gewalt um mehr als drei (3) Monate, sind sowohl die Agentur als auch der Kunde berechtigt, den Auftrag als aufgehoben zu betrachten. In diesem Fall hat die Agentur nur Anspruch auf Ersatz der ihr entstandenen Kosten.

Artikel 12. Geheimhaltung und Exklusivität

12.1. Die Parteien sind verpflichtet, alle vertraulichen Informationen, die sie im Rahmen des Auftrags voneinander oder aus einer sonstigen Quelle erhalten haben, gegenüber

Dritten, die nicht an der Ausführung des Auftrags beteiligt sind, geheim zu halten. Informationen gelten als vertraulich, wenn sie von der Gegenpartei mitgeteilt werden oder wenn dies aus der Art der Informationen abgeleitet werden kann, in jedem Fall aber die Informationen im Sinne von Artikel 2.3 der Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

12.2. Der Kunde ist verpflichtet, die datenschutzrechtlichen Interessen der Befragten zu gewährleisten. Der Kunde ist nur befugt, die im Anschluss an die Marktforschung gewonnenen Forschungsergebnisse zu statistischen oder vergleichenden Zwecken zu verwenden, soweit diese Ergebnisse nicht auf einzelne Befragte zurückgeführt werden können. Dem Kunden und den einzelnen Befragten steht es jedoch frei, in gemeinsamer Absprache von dieser Regelung abweichende Vereinbarungen zu treffen.

12.3. Im Falle eines Verstoßes gegen die in diesem Artikel genannten Bestimmungen schuldet der Kunde der Agentur eine sofort fällige Vertragsstrafe in Höhe des Zehnfachen (10-fachen) der vereinbarten Vergütung für den Auftrag, unbeschadet des Rechts der Agentur, Schadenersatz zu fordern.

Artikel 13. Übertragung von Rechten und Pflichten

13.1. Der Kunde ist nicht berechtigt, die Rechte und Pflichten, die sich für ihn aus dem Auftrag ergeben, ganz oder teilweise auf Dritte zu übertragen, es sei denn mit schriftlicher Zustimmung der Agentur.

Artikel 14. Schlussbestimmungen

14.1. Der Kunde ist niemals berechtigt, eine Verpflichtung seinerseits, ob fällig oder nicht, mit einer Verpflichtung der Agentur gegenüber dem Kunden zu verrechnen.

14.2. Alle rechtlichen Ansprüche des Kunden gegenüber der Agentur, welche aus einem Auftrag oder Gesetz resultieren, verjähren nach Ablauf eines Jahres nach Beginn der gesetzlichen Verjährungsfrist.

14.3. Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind bei der Industrie- & Handelskammer hinterlegt. Es gilt die zuletzt eingereichte Version.

14.4. Die Agentur ist berechtigt, Änderungen der Allgemeinen Geschäftsbedingungen vorzunehmen. Diese Änderungen werden mit dem angekündigten Zeitpunkt des Inkrafttretens wirksam. Ausgenommen davon

sind Aufträge, die vor diesem Zeitpunkt vereinbart wurden. Die Agentur wird dem Kunden die geänderten Allgemeinen Geschäftsbedingungen rechtzeitig zusenden. Wird kein Zeitpunkt des Inkrafttretens mitgeteilt, so werden Änderungen gegenüber dem Kunden wirksam, sobald ihm die Änderung mitgeteilt oder bekannt wird, es sei denn, es handelt sich um bereits zuvor vereinbarte Aufträge.

Artikel 15. Anzuwendendes Recht / Regeln für die Beilegung von Streitigkeiten

15.1. Alle Vereinbarungen zwischen dem Kunden und der Agentur unterliegen ausschließlich niederländischem Recht. Alle Streitigkeiten, die sich aus oder im Zusammenhang mit der Ausführung eines Vertrages oder von Verträgen zwischen den Parteien ergeben, sind vom zuständigen Richter am Ort des Sitzes der Agentur zu entscheiden, es sei denn, die Agentur beschließt, den Streitfall vor das Bezirksgericht am Ort des Geschäftssitzes des Kunden zu bringen.