

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) der intervista AG

1. Einleitung

1. intervista übt seine Tätigkeit im Sinne beratender Dienstleistungen in Übereinstimmung mit den anerkannten Regeln des Berufsstandes aus.
2. Die anerkannten Regeln des Berufsstandes ergeben sich aus den Kodizes und Richtlinien der ESOMAR, (www.esomar.org) und den Bestimmungen des Reglements und seiner Anhänge über den Gebrauch des Labels Market and Social Research by SWISS INSIGHTS, welches von SWISS INSIGHTS, Swiss Data Insights Association mit Sitz in Alpnach herausgegeben wird. Sie sind für intervista verbindlich.

2. Offerten

1. intervista unterbreitet dem Interessenten eine Offerte grundsätzlich in Form eines Untersuchungsvorschlages, der auf einem detaillierten Briefing des Auftraggebers beruht. Der Untersuchungsvorschlag ist ein Rahmenvorschlag und umfasst Aufgabenstellung, Untersuchungsanlage (methodisches Vorgehen, Stichprobe, Interviewlänge) und Auswertungsgesichtspunkte sowie das geforderte Honorar, der Zeitbedarf für die Untersuchung und die Art der Berichterstattung.
2. Die Auslagen für Arbeiten in Zusammenhang mit der Erstellung von Offerten sind nur dann zu ersetzen, wenn der Interessent darauf hingewiesen worden ist.
3. Eine Offerte behält ihre Gültigkeit während sechs Monaten ab Offertdatum.
4. Erarbeitet intervista mit dem Interessenten zusätzlich auch noch das Briefing, ist von einem Beratungsmandat auszugehen, das - sofern nicht ausdrücklich anders vereinbart - zusätzlich zum offerierten Honorar und unabhängig vom Zuschlag für den Hauptauftrag, separat abgerechnet wird. Der Interessent ist vor Beginn dieses Arbeitsschrittes darauf hinzuweisen, dass das Beratungsmandat kostenpflichtig ist.

3. Leistungen und Honorar

1. intervista informiert den Auftraggeber im Voraus, wenn
 - a. der Auftrag mit Aufträgen anderer Auftraggeber kombiniert oder syndiziert wird. Die Identität der anderen Auftraggeber muss nicht bekannt gegeben werden;
 - b. ein wesentlicher Teil der Leistung von einem Subunternehmen oder einem aussenstehenden Berater erbracht wird. Wurde nichts Gegenteiliges vereinbart, ist intervista zur Übertragung des Auftrages berechtigt. Dem Auftraggeber wird auf Verlangen die Identität der Subunternehmer und Berater bekannt gegeben.
2. Das im Untersuchungsvorschlag genannte Honorar umfasst grundsätzlich alle definierten, von intervista im Zusammenhang mit der Durchführung des Auftrags zu erbringenden Leistungen, inklusive der Leistungen von Subunternehmen und Beratern.

3. Zusätzliche vom Auftraggeber bestellte Dienstleistungen, wie zusätzliche Präsentationen, die Lieferung von weiteren Berichtsexemplaren, zusätzliche Übersetzungen usw. werden separat verrechnet. Der Auftraggeber muss auf die Kostenfolgen aufmerksam gemacht werden.
4. Äussert der Auftraggeber nach Vertragsabschluss Änderungs- oder Zusatzwünsche, kann intervista Mehrkosten in Rechnung stellen, wenn es dem Auftraggeber die über das vereinbarte Honorar hinausgehenden Zusatzleistungen innerhalb von 5 Arbeitstagen, in jedem Falle aber vor der Leistungserstellung offeriert und der Auftraggeber nicht rechtzeitig widerspricht. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Mehrkosten durch Kürzung der anderen, noch nicht erstellten Leistungen von intervista abzudecken, sofern intervista dadurch kein nachweisbarer Schaden entsteht.
5. Das Risiko der richtigen Offertstellung trägt bei einem Pauschalvertrag intervista. Sind im Rahmen einer Pauschalvereinbarung einzelne Leistungselemente quantifiziert worden, d. h. wurden die der Offertstellung zu Grunde liegenden Annahmen offengelegt, kann intervista einen Mehraufwand bei Erbringung dieser Leistungselemente nur in Rechnung stellen, wenn nachgewiesen wird, dass der Mehraufwand bei Auftragserteilung trotz Anwendung der gebotenen Sorgfalt nicht voraussehbar war und der Auftraggeber umgehend informiert wurde.
6. Widerruft der Auftraggeber den Auftrag, hat er intervista das Honorar für die bis zum Widerruf vertragsgemäss erbrachten Leistungen zu bezahlen und ihm alle nachweisbaren Kosten zu ersetzen. Erfolgt der Widerruf zur Unzeit und trifft intervista am Widerruf kein Verschulden, ist intervista berechtigt, nebst dem Honorar für die vertragsgemäss erbrachten Leistungen einen Zuschlag von 10% des Honorars für den entzogenen Auftragsteil zu fordern. Vorbehalten bleibt der Nachweis eines grösseren Schadens.
7. Die Verschiebung eines Auftrages ist dem Widerruf gleichgestellt, wenn kein neuer Termin für die Leistungserbringung festgelegt wird. Bei Terminverschiebungen ist intervista berechtigt, Leistungen und Kosten separat zu verrechnen, die wegen der Terminverschiebung entstehen (z. B. Leistungen für die Umdisponierung, Kosten für die bei Interviewern gebuchte Zeit).
8. Eine Minimum Fee von CHF 1'200 pro Projekt fällt an, wenn das Projekt storniert wird, nachdem bereits Aufwände angefallen sind und diese Aufwände CHF 1'200 nicht überschreiten. Ausserdem ist dies der minimale Betrag, der für ein Projekt in Rechnung gestellt wird, wenn der Projektumsatz unter diesem Betrag liegt.

4. Eigentums- und Urheberrecht

Die Eigentums- und Urheberrechte an dem bei der Durchführung des Auftrages erhobenen Material – Datenträger jeder Art, Fragebogen, weitere schriftliche Unterlagen usw. – bleiben beim Forschungsinstitut. Die Eigentums- und Urheberrechte an den erhobenen Daten gehen in anonymisierter Form an den Auftraggeber über. Das

Urheberrecht des Auftraggebers an Unterlagen, die er erarbeitet hat, bleibt unberührt. Vorbehalten bleiben anderslautende Bestimmungen der nachfolgenden Ziffer 5.

5. Datenherrschaft und Geheimhaltung

a) Grundsatz

Markt-, Meinungs- und Sozialforschungsdaten werden nur in anonymisierter Form an den Auftraggeber weitergegeben, es sei denn, der Auftraggeber sei

- Mitglied von SWISS INSIGHTS und berechtigt das Label Market and Social Research by SWISS INSIGHTS zu tragen
- ein ausländischer Auftraggeber und dort Mitglied einer entsprechenden Organisation, oder
- ein ESOMAR-angeschlossenes Institut oder eine amtliche Stelle, die sich schriftlich verpflichtet hat, die im «Reglement über den Gebrauch des Labels Market and Social Research by SWISS INSIGHTS» festgelegten Regeln und die gesetzliche Bestimmungen über den Daten- und Persönlichkeitsschutz einzuhalten.

Die Daten können ferner weitergegeben werden, wenn die Auskunftsperson dies ausdrücklich wünscht oder der Weitergabe ihrer Identität ausdrücklich zustimmt. In beiden Fällen ist diese Einwilligung durch ausdrückliche, doppelte Abfrage im Fragebogen einzuholen.

b) «Syndicated Studies»

1. Das Urheberrecht an allen dem Auftraggeber übermittelten Informationen und die Datenherrschaft verbleiben vollumfänglich bei intervista. Der Auftraggeber erhält die Studie ausschliesslich zur Nutzung für den Eigengebrauch. Soweit schriftlich nichts anderes vereinbart, verpflichtet er sich, Untersuchungsergebnisse, Berichte usw. sowie das zugrunde liegende Material weder vollständig noch auszugsweise noch in Form von sonst wie verwertbaren Informationen an Dritte weiterzugeben. Nicht als Dritte gelten Personen oder Gesellschaften, mit denen der Auftraggeber über massgebliche Beteiligungen verbunden ist, mit denen er in einem Agenturverhältnis steht oder welche solche Angaben zur Erfüllung einer vertraglichen Pflicht gegenüber dem Auftraggeber benötigen. Der Auftraggeber verpflichtet sich jedoch, solchen Personen und Gesellschaften vertraglich die Pflicht zur Nichtweiterverbreitung der Informationen aufzuerlegen.
2. Sollten besondere Umstände die Bekanntgabe der von intervista ermittelten Daten an Dritte erfordern, wird intervista auf Gesuch des Auftraggebers hin, nötigenfalls nach Rücksprache mit Bezüglern derselben Informationen, über die Bewilligung einer solchen Bekanntgabe an Dritte entscheiden.
3. Der Auftraggeber haftet für die Einhaltung dieser Bestimmung sowie für deren Einhaltung durch Personen und Gesellschaften, welchen der Auftraggeber die Informationen weitergegeben hat. Im Verletzungsfall schuldet der Auftraggeber intervista eine Konventionalstrafe, deren Höhe die Parteien pro Auftrag separat

festsetzen. Der Anspruch auf Nichtweiterverwendung der Daten und die Geltendmachung von Schadenersatz sind dadurch nicht ausgeschlossen.

c) Auftragsstudien

1. Bei Auftragsstudien kann der Auftraggeber die anonymisierten Daten und Schlussfolgerungen der Studie für weitere Forschungsvorhaben, für die Archivierung und Publikation in irgendeiner Form verwenden. Er kann Dritten Nutzungsrechte an Daten und Schlussfolgerungen einräumen. Der Auftraggeber besitzt exklusiv die Datenherrschaft. intervista garantiert dem Auftraggeber, ohne seine ausdrückliche Genehmigung spezifische Daten und/oder mandantenbezogenes Wissen aus der Durchführung der Studie nicht an Dritte weiterzugeben.
2. intervista kann aber generelle Erkenntnisse aus der Studie weiterverwenden, z. B. zur Normierung von Frageformulierungen oder zur Bildung anonymisierter Durchschnittswerte aus mehreren Studien von verschiedenen Kunden. Es sorgt dafür, dass Dritte aus der Verwendung des Knowhows nicht auf die Resultate der Studie und die Identität des Auftraggebers schliessen können.
3. Bei Erhebungen, die zur Veröffentlichung in Medien vorgesehen sind, sind intervista und Auftraggeber bemüht, dass folgende Zusatzinformationen bei der Erstveröffentlichung publiziert werden:
 - den Namen von intervista
 - den Namen des Auftraggebers
 - die Erhebungsmethode
 - der Zeitpunkt der Erhebung
 - die wörtliche Fragenformulierung
 - die Definition der Grundgesamtheit
 - die Beschreibung des Auswahlverfahrens sowie
 - die Anzahl der Interviews
4. Die besonderen Bestimmungen der «Richtlinie zur Durchführung von abstimmungs- und wahlbezogenen Umfragen, die zur Veröffentlichung vor dem Urnengang bestimmt sind» betreffend der zwingend vorgeschriebenen Publikation des methodischen Steckbriefs auf der Homepage <https://swiss-insights.ch> durch intervista selbst bleiben vorbehalten.

6. Kopie der Datensätze

Bei Auftragsstudien kann der Auftraggeber gegen Bezahlung von intervista einen anonymisierten Datensatz verlangen.

7. Einsichtnahme / Anonymität

Der Auftraggeber hat das Recht, in den Geschäftsräumen von intervista die Erhebungsunterlagen im Original einzusehen. Die Anonymität der Informanten darf jedoch nicht verletzt werden. Wenn Massnahmen, die zum Schutz der Anonymität

erforderlich werden, Kosten verursachen, müssen diese vom Auftraggeber getragen werden, sofern er im Voraus darüber informiert wurde.

8. Aufbewahrungspflicht

intervista ist verpflichtet, Erhebungsunterlagen während einem Jahr und Datenträger und anderes Material während zwei Jahren nach Ablieferung des Untersuchungsberichtes aufzubewahren. Längere Fristen müssen ausdrücklich vereinbart werden.

9. Vertraulichkeit

1. intervista gibt die Identität des Auftraggebers im Zusammenhang mit einem bestimmten Auftrag nicht bekannt. Es ist verpflichtet, sämtliche vom Auftraggeber erhaltenen Informationen streng vertraulich zu behandeln und sie ausschliesslich für die Durchführung des Auftrages zu verwenden. Gegenteilige Abmachungen bleiben vorbehalten.
2. Die gewonnenen Ergebnisse stehen nur dem jeweiligen Auftraggeber zur Verfügung, ausser es handle sich um «Syndicated Studies» oder um Dienstleistungen, die erkennbar für verschiedene Kunden erbracht werden sollen.
3. intervista ist berechtigt, den Namen des Kunden, ohne Hinweis auf einen bestimmten Auftrag, als Referenz zu erwähnen.

10. Haftung des Instituts

1. intervista führt die Untersuchungen (Erhebung, Erfassung, Auswertung und Ausfertigung von Daten) mit der gebotenen Sorgfalt nach den anerkannten Regeln der Markt- und Sozialforschung durch. Lässt die Auftragserteilung Ermessensspielräume offen, werden diese durch intervista nach bestem Wissen ausgefüllt. Ein Mangel bei der Durchführung der Untersuchung liegt nur vor, wenn intervista die Sorgfaltspflicht schuldhaft verletzt.
2. intervista verpflichtet sich, die Untersuchungsanlage und die damit erhobenen Informationen nach bestem Wissen und Gewissen («Best practice») so zu definieren, dass sie dem im Kundenbriefing deklarierten Gebrauch entsprechen. Ebenso hat die Studienrealisation nach den in der Marktforschung gültigen «Best practice»-Regeln zu erfolgen. Die Haftung für Folge- oder indirekte Schäden, wie insbesondere entgangener Gewinn, Datenverlust oder Verdienstausschluss, wird in jedem Fall wegbedungen.
3. Die Einstandspflicht des Marktforschungsinstituts für Schäden, die es zu vertreten hat, ist der Höhe nach beschränkt auf die Gesamthöhe des vereinbarten Honorars des jeweiligen Einzelauftrages.
4. Mängelrügen müssen innerhalb von 60 Tagen nach Erhalt der Informationen schriftlich an intervista gerichtet werden.

5. Werden Auswertungsprogramme vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt, haftet intervista nicht für Mängel, die auf dieses Auswertungsprogramm zurückzuführen sind.
6. intervista 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 ausserhalb des betrieblichen Bereichs des Marktforschungsinstituts liegen, oder von intervista nicht schuldhaft herbeigeführt worden sind, so bei Naturkatastrophen und sonstigen Fällen höherer Gewalt, bei hoheitlichen Eingriffen und bei Arbeitskämpfen.

11. Haftung des Auftraggebers

Der Auftraggeber haftet verschuldensunabhängig für alle mittelbaren und unmittelbaren Schäden, die intervista oder Dritten aus der Verwendung des von ihm zur Verfügung gestellten Testmaterials entstehen.

12. Zusätzliche Bedingungen für "Sampling Only"-Projekte

a) Änderungen im Studiensetup

intervista muss in folgenden Fällen unverzüglich benachrichtigt werden:

- wenn sich der Zeitpunkt der Lieferung der Befragungslinks und dadurch der Zeitpunkt des Feldstarts verzögert (bei Projekten mit externer Weiterleitung)
- bei Hinzufügen, Änderung oder Entfernung von Screening-Kriterien
- bei Hinzufügen, Änderung oder Entfernung von Quoten-Kriterien
- bei Änderung von anderen Aspekten der Studie, welche die in der Offerte getroffenen Annahmen beeinflussen

b) Stichprobengrösse

Falls nicht anders besprochen, wird intervista die in der Offerte angegebene Stichprobengrösse realisieren.

Falls die realisierte Stichprobengrösse nicht mehr als 5% abweicht, ändern sich die Interviewkosten (CPI) nicht. Abweichungen von mehr als 5% führen zu einer Nachkalkulation der Interviewkosten.

c) Interviewlänge

intervista bestimmt die Interviewlänge mit einer Messung der durchschnittlichen Ausfüllzeit (Median) 24 Stunden nach Full Launch der Studie.

Ein wesentlicher Bestandteil unseres Grundsatzes "Fairness gegenüber den Panelisten" ist, dass wir den Befragungsteilnehmern die tatsächliche zu erwartende Befragungsdauer mitteilen. Ausserdem garantieren wir unseren Panelisten, dass die kommunizierte Befragungsdauer und somit das Incentive nach dem Full Launch einer Befragung nicht mehr gesenkt wird.

Falls die Messung 24 Stunden nach Full Launch der Befragung eine durchschnittliche Befragungsdauer (Median) ergibt, die mehr als 2 Minuten länger als die kommunizierte

Befragungszeit ist, behalten wir uns vor, die kommunizierte Befragungszeit und das ausbezahlte Incentive entsprechend anzupassen. Daraus resultierende Mehrkosten müssen vom Kunden getragen werden.

intervista akzeptiert grundsätzlich keine Studien mit einer Befragungsdauer von mehr als 25 Minuten (Median).

d) Inzidenzrate (IR)

Basierend auf den Angaben des Kunden schätzen wir die Inzidenzrate für jede (Sub-)Stichprobe. Nach Abschluss der Feldphase kalkuliert intervista die effektive Inzidenzrate anhand der folgenden Formel:

$$\frac{\text{beendete Interviews}}{\text{beendete Interviews} + \text{Screen Outs (aus nicht identifizierten Variablen)}}$$

Ausser Alter, Geschlecht und Sprachregion gelten alle Variablen (z.B. Check von IP-Adressen, Ausschluss von Teilnehmern aus bestimmten Branchen) als nicht identifizierte Variablen.

So lange die effektive IR nicht mehr als 10% von der in der Offerte angegebenen IR abweicht, ändern sich die Interviewkosten (CPI) nicht. Abweichungen von mehr als 10% führen zu einer Nachkalkulation der Interviewkosten (ein Beispiel: bei einer geschätzten IR von 50% ändert sich der Preis nicht, solange sich die effektive IR im Bereich zwischen 45% und 55% bewegt).

Studien mit Inzidenzraten unter 30% (gemäss obenstehenden Kriterien) bieten wir nur einem Kurzinterviewansatz an: Personen, die nicht der Zielgruppe angehören, beantworten dabei einige inhaltliche Fragen und werden dafür geringfügig incentiviert.

e) Befragungsqualität

intervista überprüft alle Befragungen vor dem Feldstart in Bezug auf Qualität. Dies beinhaltet Rechtschreibung, Grammatik, Korrektheit von Übersetzungen und technische Funktionalität. Falls intervista die Qualität der Befragung als ungenügend erachtet, informieren wir den Kunden unverzüglich und behalten uns das Recht von, den Feldstart bis zur Behebung der Mängel zu verschieben.

intervista akzeptiert nur Befragungen, die von den Teilnehmern unterbrochen werden können und die nach einem Unterbruch einen erneuten Einstieg in die Befragung erlauben. Bei nicht mobil darstellbaren Fragebogen behalten wir uns Nachkalkulationen vor.

intervista akzeptiert grundsätzlich keine Befragungen mit Abbruchraten von mehr als 30%.

intervista akzeptiert seitens des Auftraggebers einen Ausschluss von maximal 5% der in der Offerte angegebenen Stichprobengrösse aufgrund von Qualitätskriterien. Die vom Auftraggeber hierbei angewendeten Ausschlusskriterien müssen intervista mitgeteilt werden und den gängigen Branchenstandards entsprechen. Auf dieser Basis

ausgeschlossene Interviews werden von intervista nicht in Rechnung gestellt und falls gewünscht mit zusätzlichen Interviews kompensiert.

f) Feldzeit

Unsere minimale Feldzeit beträgt 5 Tage ab Start des Full Launch.

Wir behalten uns vor, die minimale Feldzeit aufgrund von komplexen Quoten, tiefen Inzidenzraten oder hoher Interviewlänge zu verlängern.

Bitte beachten Sie, dass wir keine Fragen akzeptieren, in denen persönliche Daten unserer Panelisten wie Name, Adresse, Telefonnummer oder E-Mail-Adresse erhoben werden.

13. Rechnungsstellung

Die vereinbarten Honorare dienen zur Finanzierung der jeweiligen Forschungsvorhaben. Bei Studien, deren Auftrags Honorar über CHF 25'000 liegt, kann 30% der Honorarsumme bei Auftragserteilung eingefordert werden, der Rest wird nach Ablieferung der Ergebnisse fällig. Bei Nichtbezahlung der ausstehenden Teilbeträge hat intervista das Recht, die Auslieferung der Daten aufzuschieben.

14. Exklusivität

1. Die Exklusivität für bestimmte Produktfelder, Untersuchungsgegenstände und Untersuchungsmethoden kann das Marktforschungsinstitut nicht gewährleisten, es sei denn, sie wird ausdrücklich vereinbart. Soweit die Exklusivität vereinbart wird, sind ihre Dauer und das allenfalls zusätzlich zu berechnende Honorar festzulegen.
2. Erhält intervista aber eine Anfrage für eine Fragestellung, die der Kunde im breiten Publikum oder bei einer enger definierten Zielgruppe (z. B. für Kundenakquisition) publizieren will und die aktuell schon mit einem anderen Auftraggeber zusammen oder auf eigene Rechnung bearbeitet wird, so muss intervista möglichst bei Offertanfrage, spätestens aber bei Auftragserteilung diese Anfrage
 - a. ablehnen oder
 - b. den ersten Auftraggeber informieren und um seine Einwilligung nachsuchen und dann den Interessenten ebenfalls über das erste laufende Projekt informieren.

15. Beendigung des Vertragsverhältnisses

1. Verträge, welche auf unbestimmte Dauer abgeschlossen sind und periodisch zu erbringende Leistungen zum Inhalt haben, können – wenn nichts anderes vereinbart – sowohl vom Auftraggeber als auch von intervista jederzeit unter Einhaltung einer Kündigungsfrist von drei Monaten durch eingeschriebenen Brief gekündigt werden.
2. Der Vertrag kann jederzeit mit sofortiger Wirkung gekündigt werden, wenn eine Partei mit der Erfüllung ihrer vertraglichen Verpflichtungen nachweisbar seit vier Wochen in Verzug ist.

16. Anwendbares Recht / Gerichtsstand

Der Vertrag untersteht schweizerischem Recht. Für alle Streitigkeiten vereinbaren die Parteien den Sitz von intervista als Gerichtsstand.

intervista hat jedoch das Recht, den Auftraggeber an dessen ordentlichem Gerichtsstand zu belangen.