



Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGBs)

Definitionen; Die folgenden Begriffe haben überall in diesem Vertrag folgende Bedeutung:

Annahme

Die schriftliche Annahme eines Angebotes für Markt- und Sozialforschungsleistungen von U-Turn Research durch einen Kunden.

Kunde

Die Partei, für die das Unternehmen die im Angebot beschriebene Leistung erbringt.

Vertrauliche Informationen

In Bezug auf die Leistung sämtliche Informationen, Daten oder Materialien jeglicher Art und in beliebiger Form, die eine der Parteien an die jeweils andere Partei im Rahmen des vorliegenden Vertrages weitergibt, einschließlich des Vertrages und sonstiger Materialien, die die empfangende Partei aus den Informationen, Daten oder Materialien der weitergebenden Partei ableitet oder die darauf basieren. Ausgenommen sind alle Informationen oder Materialien, die: (a) bereits öffentlich bekannt sind oder bekannt werden (ohne dass es sich hierbei um eine Weitergabe seitens der empfangenden Partei oder von Dritten, an die die empfangende Partei diese Information weitergeben hat, handelt); (b) sich bereits vor der Weitergabe durch die weitergebende Partei im rechtmäßigen Besitz der empfangenden Partei befunden haben; (c) die empfangende Partei in der Folge von Dritten erhalten hat, die zur Weitergabe an die empfangende Partei berechtigt sind; oder (d) von Gesetzes wegen oder durch behördliche Verordnung offengelegt werden müssen.

Vertrag

Die vorliegenden Geschäftsbedingungen zusammen mit dem Angebot, die gemeinsam die vollständige Vereinbarung zwischen den Parteien bilden. Bei Konflikten haben die vorliegenden Geschäftsbedingungen Vorrang vor den Bedingungen im Angebot, es sei denn, die Parteien haben schriftlich vereinbart, dass bestimmte Bedingungen im Angebot Vorrang vor den vorliegenden Geschäftsbedingungen haben.

Kundenspezifische Markt- und Sozialforschungsleistungen

Die maßgeschneiderten Forschungsstudien, die speziell für den Kunden entwickelt wurden und individuell von Fall zu Fall von U-Turn Research durchgeführt werden („Custom Research Services“)



Ergebnisse

Umfrageergebnisse, Berichte, Daten, Zusammenfassungen, Kommentare, Gespräche und/oder Analysen die U-Turn Research vertragsgemäß an den Kunden liefert.

Vergütung

Die Vergütung, die U-Turn Research dem Kunden für die Erbringung der Leistungen gemäß Angebot in Rechnung stellt.

Geistige Eigentumsrechte

Urheberrecht, Datenbankrechte, Marken, Handels- oder Unternehmensnamen, Leistungsmarken, eingetragene und nicht eingetragene Entwürfe, Patente und/oder Know-how, Rechte an vertraulichen Informationen sowie alle sonstigen geistigen Eigentumsrechte welcher Art auch immer, und zwar unabhängig davon, ob diese geistigen Eigentumsrechte, die in irgendeinem Teil der Welt bestehen, eingetragen wurden oder nicht.

Multi-Client-Studien

Nicht kundenspezifische Markt- und Sozialforschungsleistungen oder nicht maßgeschneiderte, kontinuierliche Markt- und Sozialforschungsleistungen, die U-Turn Research für einen oder mehrere Kunden erbringt, einschließlich – ohne jedoch darauf beschränkt zu sein – der Gemeinschaftsstudien („Syndicated Studies“).

Angebot

Das endgültige schriftliche Angebot und/oder der Kostenvoranschlag, welches dem Kunden durch U-Turn Research unterbreitet wurde, in dem die Aufgabenstellung, die zu ihrer Erfüllung zu erbringende Leistung, der Zeitbedarf sowie die zu zahlende Vergütung angegeben sind.

Leistungen

Die kundenspezifischen Markt- und Sozialforschungsleistungen und/oder Leistungen von Multi-Client-Studien (je nach Fall), deren Inhalt, Umfang und Zeitbedarf zu ihrer Erbringung im Angebot aufgeführt sind und/oder in einem anderen Dokument zwischen den Parteien vereinbart wurden.

Steuern



Sämtliche Formen von nationalen oder lokalen Steuern, Abgaben, Zöllen, Einbehaltungen, Abzügen, Sätzen, Umlagen und Gebühren, die ihrer Art nach mit Steuern gleichzusetzen sind und von Behörden oder anderen Stellen eingeführt oder erhoben werden, zusammen mit allen zugehörigen Geldbußen, Vertragsstrafen, Zinsen, Kosten und Zuschlägen.

Verweise im vorliegenden Vertrag auf die Singularform umfassen automatisch auch die Pluralform und umgekehrt (sofern der Kontext keine abweichende Interpretation erfordert).

1. Der Vertrag

1.1. Der Kunde beauftragt U-Turn Research mit der Erbringung von Dienstleistungen im Bereich Marktforschung und U-Turn Research nimmt diesen Auftrag gemäß des vorliegenden Vertrages an. Änderungen oder Ergänzungen bedürfen der Schriftform.

1.2. Das Angebot gilt als akzeptiert, wenn der Kunde:

(i) U-Turn Research schriftlich (auch per E-Mail möglich) davon in Kenntnis setzt, dass er das Angebot annimmt; oder

(ii) U-Turn Research anderweitig schriftlich (auch per E-Mail möglich) darüber informiert, dass er wünscht, dass U-Turn Research mit der Erbringung der Leistung beginnt (einschließlich – ohne jedoch darauf beschränkt zu sein – durch die Ausfertigung einer Bestellung für die Leistung oder einen Teil davon).

1.3. Wenn der Kunde das Angebot nicht innerhalb von neunzig (90) Tagen annimmt, verliert das Angebot (einschließlich des Kostenvoranschlags von U-Turn Research für die Vergütung in dem betreffenden Angebot) seine Gültigkeit, es sei denn, ein bevollmächtigter Vertreter von U-Turn Research hat vorab schriftlich erklärt, dass diese Frist verlängert wird. U-Turn Research behält sich das Recht vor, das Angebot (einschließlich des Kostenvoranschlags für die Vergütung in dem betreffenden Angebot) jederzeit zu ändern oder zurückzuziehen, solange es nicht wirksam vom Kunden angenommen wurde.

1.4. Sofern keine anders lautende Vereinbarung in schriftlicher Form vorliegt, gilt der vorliegende Vertrag für sämtliche Leistungen, die U-Turn Research für den Kunden erbringt, sowie für sämtliche Ergebnisse, die U-Turn Research dem Kunden liefert.

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



1.6. Exklusivität für bestimmte Produktfelder, Untersuchungsgegenstände oder Untersuchungsmethoden kann U-Turn Research nicht gewähren, es sei denn, sie wird ausdrücklich schriftlich vereinbart. Soweit Exklusivität vereinbart wird, ist ihre Dauer und ein gegebenenfalls zusätzlich zu berechnendes Honorar festzulegen.

2. Vergütung und Zahlung

2.1. Bei der zwischen U-Turn Research und Kunde vereinbarten Vergütung handelt es sich stets um Netto-Preise. Die vereinbarte Vergütung dient zur Finanzierung der Durchführung der jeweiligen Leistung. Soweit nicht schriftlich anderes vereinbart wird, stellt U-Turn Research 50% der geschätzten Gesamtprojektkosten (ausgenommen Incentives) bei Auftragserteilung in Rechnung. Diese Rechnung ist sofort fällig. Die verbleibenden 50% werden nach Abschluss des Projektes bei U-Turn Research in Rechnung gestellt und sind 30 Tage nach Rechnungsdatum zahlbar.

2.2. 100% aller geschätzten Aufwendungen für Incentives werden bei Auftragserteilung in Rechnung gestellt und sind bei Rechnungserhalt (d.h. sofort) zahlbar.

2.3 Die Kosten werden in der Währung in Rechnung gestellt, die im Angebot aufgeführt ist, und gelten zzgl. MwSt. Die Mehrwertsteuer wird nur bei Rechnungen an Kunden in Deutschland berechnet.

2.4. U-Turn Research behält sich das Recht vor, die Arbeit an einem Projekt einzustellen, sollten die entsprechenden Rechnungen nicht wie vereinbart gezahlt werden. Wenn eine Leistung in mehreren Phasen und mit der Lieferung von Zwischenergebnissen durchgeführt werden soll, können bei Lieferung der jeweiligen Zwischenergebnisse für jede Phase Abschlussrechnungen erstellt werden. Dies ist dann im Voraus durch die Parteien schriftlich festzuhalten.

2.5. Im Falle von Zahlungsverzug ist U-Turn Research berechtigt, Verzugszinsen in Höhe von 8 (acht) Prozentpunkten über dem Basiszinssatz zu verlangen. U-Turn Research behält sich im Falle säumiger Zahlungen auch das Recht vor, die Leistung zurück zu behalten.

2.6. U-Turn Research hat das Recht, erstattungsfähige Kosten, die im Rahmen der Leistungserbringung entstehen, in Rechnung zu stellen, sofern diese Kosten nicht bereits in der Vergütung enthalten sind.

2.7. Die angebotenen Preise basieren auf der Studiengestaltung und den Leistungen, die in den Spezifikationen des Kunden genannt werden. Für den Fall, dass sich die in den Spezifikationen angegebenen Informationen im Nachhinein als unvollständig oder falsch erweisen, hat U-Turn Research das Recht, die Vergütung entsprechend anzupassen, um eventuellen zeitlichen Mehraufwand, der bei der Erbringung der Leistungen entstanden ist (ohne zusätzliche Leistungen), sowie alle notwendigen zusätzlichen Kosten in Rechnung zu stellen. Andere Mehrkosten, die U-Turn Research nicht zu vertreten hat, und Mehrkosten, die vom Unternehmen bei Auftragserteilung trotz gebotener Sorgfalt nicht voraussehbar waren, kann U-Turn Research gesondert in Rechnung stellen, wenn sie an einen sachlich berechtigten Grund anknüpfen und für den Kunden klar erkennbar und hinreichend bestimmt sind. Das gilt auch, wenn der Kunde diese Kosten nicht zu vertreten hat.



2.8. Sofern nicht ausdrücklich eine anders lautende Vereinbarung getroffen wurde, wird die Vergütung in den Angeboten in Euro angegeben. Wenn der Vertrag ausdrücklich eine andere Währung als Euro vorsieht, hat die Zahlung durch den Kunden in dieser Währung zu erfolgen und nicht in der Landeswährung des Kunden zum jeweils gültigen Wechselkurs.

2.9. Wenn für eine Vergütung, die gemäß des vorliegenden Vertrages an U-Turn Research (oder die von ihm benannte Person) zu zahlen ist, Steuern anfallen (z.B. Umsatzsteuer, Quellensteuer), wird diese Vergütung entsprechend erhöht, um sicherzustellen, dass die Nettovergütung, die das Unternehmen (oder die von ihm benannte Person) erhält, nach Abzug der Steuern der Summe entspricht, die ohne Aufschlag der betreffenden Steuern zu zahlen gewesen wäre.

3. Kündigung

3.1. Jede der Parteien kann den vorliegenden Vertrag mit sofortiger Wirkung kündigen, wenn

(a) sich die jeweils andere Partei einer wesentlichen Vertragsverletzung schuldig gemacht hat, für die keine Abhilfemaßnahme möglich ist, oder, falls eine Abhilfemaßnahme möglich ist, diese Maßnahme nicht innerhalb von 30 Tagen nach der schriftlichen Benachrichtigung der verletzenden Partei durchgeführt wird, oder

(b) die jeweils andere Partei Insolvenz anmeldet oder in (freiwillige oder angeordnete) Liquidation geht, aufgelöst wird, ein Insolvenz- oder Vermögensverwalter für alle Vermögenswerte des Unternehmens oder einen Teil davon bestellt wird, ein entsprechender Antrag eingereicht wird oder eine Zusammenkunft einberufen wird, bei der ein Beschluss über die Abwicklung, die Insolvenz oder die Auflösung der anderen Partei gefasst werden soll, oder gegen die andere Partei entsprechend den Gesetzen ihres Wohnsitzes oder Gerichtsstands ähnliche Maßnahmen eingeleitet werden.

4. Änderung, Verzögerung oder Stornierung.

4.1. Wenn der Kunde Änderungen für die Leistung (einschließlich Zeitplan) wünscht, behält sich U-Turn Research das Recht vor, das Angebot diesbezüglich zu überarbeiten (einschließlich – ohne jedoch darauf beschränkt zu sein – einer entsprechenden Anpassung der Vergütung).

4.2. Wird eine Leistung vom Kunden gekürzt, verzögert, storniert oder vorzeitig beendet, enthält die Abschlussrechnung die vereinbarte Vergütung abzüglich ersparter Aufwendungen gemäß § 649 BGB zuzüglich aller angemessenen Kosten, die U-Turn Research aufgrund der Handlungen oder Unterlassungen des Kunden entstanden sind, zusammen mit allen nicht stornierbaren Kosten Dritter, zu denen sich U-Turn Research verpflichtet hat. So haftet der Kunde beispielsweise für die Kosten, die U-Turn Research für vorab bestellte Leistungen vor Ort entstehen, die sich infolge der Handlungen oder Unterlassungen des Kunden verzögern oder nicht oder nicht vollständig ausgeführt werden.



4.3. Der Kunde muss U-Turn Research unverzüglich alle Materialien zur Verfügung stellen, die U-Turn Research zumutbar für die Erbringung der Leistungen und die Lieferung der Ergebnisse verlangen kann. Wenn der Kunde diese Vertragsklausel nicht erfüllt, haftet er für die nachfolgenden Verzögerungen und die angemessenen zusätzlichen Kosten, die U-Turn Research bei der Erbringung der Leistung entstehen.

4.4. Stellt sich nach Auftragserteilung heraus, dass die Untersuchung aus methodischen Gründen, die weder der Kunde noch U-Turn Research vorhersehen konnten und zu vertreten haben, nicht durchgeführt werden kann, (z.B. weil die vorgegebene Quote der zu befragenden Personen nicht erreicht werden kann), informiert U-Turn Research unverzüglich den Kunden. Finden beide Vertragsparteien keine methodische Lösung des Problems, ist U-Turn Research berechtigt, den Auftrag wegen Undurchführbarkeit zurückzugeben

5. Unterbeauftragung

5.1. U-Turn Research ist berechtigt, seine Rechte im Rahmen des vorliegenden Vertrages an ein anderes Unternehmen der U-Turn Research-Gruppe abzutreten, ohne dass diesbezüglich die vorherige schriftliche Zustimmung des Kunden erforderlich ist.

5.2. Vorbehaltlich der vorstehenden Bestimmung darf keine der Parteien den Vertrag ganz oder teilweise ohne die vorherige schriftliche Zustimmung der jeweils anderen Partei abtreten, wobei diese Zustimmung nicht unberechtigterweise verweigert werden darf.

5.3. Zur Unterstützung der Leistungserbringung hat U-Turn Research das Recht, Teile der Leistungen und Ergebnisse an ein anderes Unternehmen der U-Turn Research-Gruppe oder geeignete Dritte weiterzugeben. U-Turn Research ist nur für die Qualität der Leistung, die von Subunternehmern erbracht wird, verantwortlich, wenn die betreffenden Subunternehmer U-Turn Research ausgewählt wurden und direkt von U-Turn Research bezahlt werden. Wenn der Kunde einen bestimmten Subunternehmer angibt, ist U-Turn Research nicht für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Qualität der von diesem Subunternehmer geleisteten Arbeit verantwortlich.

5.4. U-Turn Research sichert zu, dass auch 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. zum Datenschutz, eingehalten werden.

6. Pflichten von U-Turn Research

6.1. U-Turn Research führt die übernommenen Aufträge im Sinne beratender Leistungen in Übereinstimmung mit den Berufsgrundsätzen und Standesregeln der Markt- und Sozialforschung (BVM, ADM und ESOMAR) aus.



6.2. U-Turn Research garantiert, die Leistung fachgerecht und mit der nötigen Sorgfalt in Übereinstimmung mit den wissenschaftlichen Methoden der Markt- und Sozialforschung zu erbringen.

6.3. U-Turn Research steht nicht dafür ein, dass die von ihm nach den Regeln und Methoden der Markt- und Sozialforschung fehlerfrei erhobenen Daten vom Kunden in einer bestimmten Weise kaufmännisch verwertet werden können. U-Turn Research schließt alle sonstigen ausdrücklichen oder stillschweigenden Garantien aus, einschließlich der Garantien für Marktgängigkeit und Eignung für einen bestimmten Zweck

6.4. U-Turn Research unternimmt alle zumutbaren Anstrengungen, um innerhalb des geschätzten Zeitrahmens, der im betreffenden Angebot angegeben wird, die Leistungen zu erbringen und Ergebnisse zu liefern. U-Turn Research haftet jedoch nicht für die Nichteinhaltung des angegebenen Zeitrahmens oder für Verluste oder Schäden, die der Kunde erleidet, sofern diese Nichteinhaltung und diese Verluste oder Schäden auf eine Verzögerung zurückzuführen sind, die direkt oder indirekt durch eine Handlung oder Unterlassung des Kunden und/oder Dritter, für die U-Turn Research nicht vertraglich haftbar ist, verursacht wurden.

6.5. Falls sich U-Turn Research damit einverstanden erklärt, ein Ergebnis in elektronischer Form an den Kunden zu liefern, müssen beide Parteien alle zumutbaren Anstrengungen unternehmen, um sämtliche Sicherheitsbestimmungen zu erfüllen, die U-Turn Research dem Kunden zu gegebener Zeit mitteilen kann.

7. Geistige Eigentumsrechte und öffentliche Erklärungen

7.1. Die geistigen Eigentumsrechte an einem von U-Turn Research erstellten Angebot sind und bleiben das ausschließliche Eigentum von U-Turn Research.

7.2 Bei Multi-Client-Studien liegen die geistigen Eigentumsrechte an den Ergebnissen jederzeit bei U-Turn Research. Der Kunde hat Anspruch auf den Abschluss der Leistungen und nach Zahlung des gesamten Vergütungsbetrags, der an U-Turn Research fällig ist, auf die Nutzung der Ergebnisse in gutem Glauben und für zulässige interne Unternehmenszwecke oder andere, im Angebot angegebene Zwecke, darf jedoch anderen keine Nutzungsrechte/Lizenzen gewähren.

7.3. Für kundenspezifische Forschungsleistungen liegen die geistigen Eigentumsrechte an den Ergebnissen beim Kunden, sofern er den gesamten Vergütungsbetrag, der für diese Ergebnisse an U-Turn Research fällig ist, bezahlt hat

7.4. Es wird vereinbart, dass U-Turn Research sowohl während der Laufzeit des vorliegenden Vertrages als auch nach seiner Kündigung oder seinem Ablauf das Recht hat, alle Ergebnisse und sonstigen Erkenntnisse und Informationen aus den Leistungen für interne Zwecke, als Teil seiner Datenbanken, und für eigene Zwecke einschließlich in Verbindung mit einem relevanten Rechtsstreit, zu nutzen. Dabei ist U-Turn Research verpflichtet, die Anonymität des Kunden, der Befragten oder der Testpersonen zu wahren.



7.5. Ungeachtet der obigen Bestimmungen bleiben das gesamte Know-how und alle geistigen Eigentumsrechte welcher Art auch immer an Verfahren, Prinzipien und Formaten sowie an allen proprietären Materialien, Software, Programmen, Makros, Algorithmen, Modulen, Methoden und sonstigen Materialien, die von U-Turn Research im Rahmen der Angebotserstellung oder der Leistungserbringung verwendet oder erstellt wurden und allgemeiner Natur sind oder nicht ausschließlich für den Kunden erzeugt wurden, stets das ausschließliche Eigentum von U-Turn Research. Wenn U-Turn Research im Rahmen der Leistungen Software zur Verfügung stellt, erkennt der Kunde an, dass seine Nutzung dieser Software separaten Lizenzbedingungen unterliegen kann. Es liegt in der Verantwortung des Kunden sicherzustellen, dass er im Besitz der erforderlichen Lizenzen für die Nutzung von Software Dritter ist, die für den Zugriff auf die Ergebnisse oder deren anderweitige Verwendung erforderlich sind. Sofern die Parteien dies nicht ausdrücklich vereinbaren, ist U-Turn Research nicht verpflichtet, dem Kunden im Rahmen der Leistungen Lizenzen für die Software Dritter zu beschaffen.

7.6. Der Kunde darf Ergebnisse nicht auf eine Weise veröffentlichen, durch die die von U-Turn Research gelieferten Erkenntnisse oder Daten übertrieben, verzerrt oder falsch dargestellt werden. Außerdem muss er darauf achten, dass die Publikation weder dem Ruf noch dem Geschäft von U-Turn Research schadet. Wettbewerbsvergleichende Veröffentlichungen unter Nennung von U-Turn Research sind nur nach ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung von U-Turn Research zulässig, nachdem U-Turn Research den konkreten zu veröffentlichenden Text freigegeben hat.

7.7. Der Kunde stellt U-Turn Research von allen Ansprüchen frei, die gegen U-Turn Research geltend gemacht werden, weil der Kunde die ordnungsgemäß gewonnenen Ergebnisse vorsätzlich oder fahrlässig rechtswidrig verwendet hat, insbesondere durch rechtswidrige und/oder falsche Werbung.

8. Vertraulichkeit

8.1. Die empfangende Partei verpflichtet sich, (a) die vertraulichen Informationen ausschließlich zur Erfüllung ihrer Pflichten im Rahmen des vorliegenden Vertrages zu verwenden; (b) alle vertraulichen Informationen der weitergebenden Partei vertraulich zu behandeln und weder zu kopieren noch an Dritte weiterzugeben; (c) ohne die ausdrückliche schriftliche Zustimmung der weitergebenden Partei die vertraulichen Informationen auch nicht auszugsweise an andere Personen weiterzugeben, bei denen es sich nicht um Geschäftsführer, Mitarbeiter, die Muttergesellschaft, Tochtergesellschaften oder vereinbarte Subunternehmer handelt, die diese vertraulichen Informationen im Zusammenhang mit den Leistungen kennen müssen und eine Vereinbarung unterschrieben haben, die sie zur Geheimhaltung und Nichtverwendung verpflichtet; und (d) unverzüglich jeder schriftlichen Aufforderung seitens der weitergebenden Partei Folge zu leisten und vertrauliche Informationen (sowie sämtliche Kopien, Zusammenfassungen und Auszüge davon) der weitergebenden Partei, die sich zum jeweiligen Zeitpunkt unter der Kontrolle oder im Besitz der empfangenden Partei befinden, zu vernichten oder zurückzugeben.

8.2 Ohne Einschränkung der Allgemeingültigkeit von Ziffer 8.1 oben enthalten von U-Turn Research erstellte Angebote vertrauliche Informationen über U-Turn Research. Der Kunde muss den Inhalt von Angeboten sowie alle Informationen oder Ideen in welcher Form auch immer, die während eines



Verkaufsgesprächs oder einer Beratung weitergegeben werden, geheim halten. Ohne die vorherige schriftliche Zustimmung von U-Turn Research darf er sie nicht an Dritte weitergeben oder anderweitig nutzen oder anderes Material daraus ableiten oder Angebote zu anderen Zwecken als der Prüfung im Hinblick auf eine Auftragsvergabe an U-Turn Research zur Erbringung der im Angebot genannten Leistungen verwenden.

9. Datenschutz, Dateneigentum und Datenspeicherung.

9.1. Soweit die Leistung von U-Turn Research die Bereitstellung der Namen von Personen und / oder anderer personenbezogener Daten durch den Kunden oder seine Erfüllungsgehilfen bzw. von ihm benannter Dritter zur Verarbeitung oder Nutzung dieser Daten voraussetzt, muss der Kunde sicherstellen, dass er gemäß den gesetzlichen Bestimmungen zur Bereitstellung dieser Daten berechtigt ist oder – soweit erforderlich – die Einwilligung der betroffenen Personen eingeholt hat.

9.2. Im Zusammenhang mit personenbezogenen Daten, die der Kunde bereitstellt: (a) darf U-Turn Research diese Daten nur zur Erbringung der Leistung verwenden; (b) muss U-Turn Research unter Berücksichtigung des Stands der technischen Entwicklung und der Kosten die erforderlichen technischen und organisatorischen Sicherheitsmaßnahmen zum Schutz personenbezogener Daten vor unbefugter oder rechtswidriger Verarbeitung, versehentlichem Verlust, Vernichtung oder Beschädigung ergreifen; (c) muss U-Turn Research auf berechtigte Anfragen des Kunden antworten, um es diesem zu ermöglichen, die Einhaltung dieses Vertragspunkts seitens U-Turn Research zu überwachen. U-Turn Research verpflichtet sich, die gültigen Datenschutzgesetze einzuhalten und die vom Kunden bereitgestellten personenbezogenen Daten sicher aufzubewahren und ausschließlich gemäß den gültigen datenschutzrechtlichen Bestimmungen zu verwenden. Vorbehaltlich der vorherigen Zustimmung der betreffenden Person behält sich U-Turn Research das Recht vor, zwecks Teilnahme an weiteren Umfragen erneut mit dieser Person Kontakt aufzunehmen.

9.3. Ausgefüllte Fragebögen, Audio- und Videobänder sowie Computeraufzeichnungen, die im Zusammenhang mit der Erbringung der Leistung von U-Turn Research und/oder dessen Subunternehmer erstellt werden, sind Eigentum des Kunden und werden gemäß den gültigen gesetzlichen Bestimmungen, Vorschriften sowie internen Richtlinien von U-Turn Research aufbewahrt, gespeichert, vernichtet bzw. gelöscht.

9.4. Soweit gemäß obiger Ziffer 9.3 Umfrageunterlagen von U-Turn Research aufbewahrt werden, können dem Kunden auf Anfrage und auf seine Kosten Kopien hiervon zur Verfügung gestellt werden. Voraussetzung für eine solche Bereitstellung ist die Wahrung der Anonymität der befragten Personen. U-Turn Research ist nicht verpflichtet, dem Kunden Kopien von Umfrageergebnissen zur Verfügung zu stellen, wenn eine solche Bereitstellung nach dem alleinigen Ermessen von U-Turn Research einen Verstoß gegen ADM-Richtlinien, die deutsche Erklärung zum ESOMAR-Kodex und/oder die gültigen datenschutzrechtlichen Bestimmungen darstellen würde. Der Kunde sichert zu, alle Umfrageunterlagen, die ihm von U-Turn Research zur Verfügung gestellt werden, entsprechend den gültigen datenschutzrechtlichen Bestimmungen und Vorschriften aufzubewahren und zu verwenden.



9.5. Der Kunde entschädigt U-Turn Research oder von diesem unterbeauftragte Stellen voll und ganz für alle Forderungen und immateriellen Schäden, die U-Turn Research oder dessen Subunternehmern im Zusammenhang mit einem Verstoß des Kunden gegen gültige datenschutzrechtliche Bestimmungen oder sonstige Vorschriften entstehen, insbesondere die vorstehenden Bestimmungen.

10. Gewährleistung und Haftung

10.1. Die Haftung von U-Turn Research und Mängelansprüche des Kunden richten sich nach den gesetzlichen Vorschriften, sofern nachfolgend nichts anderes bestimmt ist. U-Turn Research gewährleistet die ordnungsgemäße Durchführung und wissenschaftliche Auswertung der Untersuchung in Übereinstimmung mit den wissenschaftlichen Methoden der Markt- und Sozialforschung gemäß Ziffer 6.2. Gewährleistungsansprüche bestehen bei offensichtlichen Mängeln nur dann, wenn der Auftraggeber diese zwei Wochen nach Erhalt des Untersuchungsberichts und der Untersuchungsergebnisse schriftlich U-Turn Research gegenüber rügt. Bei nicht offensichtlichen Mängeln gilt diese Frist ab Kenntnisnahme des Mangels, spätestens jedoch bis zu drei Monaten ab Bekanntgabe der letzten rechtserheblichen Ergebnisse (Daten). Die Gewährleistungsfrist beginnt mit Erhalt der letzten rechtserheblichen Ergebnisse (Daten) und beträgt ein Jahr.

10.2. U-Turn Research haftet gegenüber dem Kunden nicht für Verluste oder Schäden welcher Art auch immer in Verbindung mit Schlussfolgerungen oder Empfehlungen, die der Kunde im Rahmen der Leistungen ausgesprochen hat und die in den Ergebnissen enthalten sind. Der Kunde erkennt hiermit an, dass er allein für die Folgen der Maßnahmen verantwortlich ist, die er aufgrund der Ergebnisse oder infolge seiner Interpretation der Ergebnisse trifft, es sei denn es liegt eine Pflichtverletzung auf Seiten von U-Turn Research im Sinne von Ziffer 10.3 vor.

10.3. Schadensersatzansprüche des Kunden gegen U-Turn Research oder seine gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungs- und 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 U-Turn Research, seiner gesetzlichen Vertreter oder Erfüllungsgehilfen oder bei arglistigem Verschweigen eines Mangels der Untersuchung.

10.4. Bei durch fahrlässige Verletzung wesentlicher Vertragspflichten verursachten Schäden haftet U-Turn Research nur für vertragstypische, vorhersehbare Schäden.

10.5. Die Höhe des Schadenersatzes ist dabei auf die Gesamthöhe der vereinbarten Nettovergütung des jeweiligen Einzelauftrags beschränkt. Der Ersatz von mittelbaren Schäden und unvorhersehbaren Folgeschäden ist ausgeschlossen.

10.6. Sofern der Kunde wegen angeblicher Pflichtverletzungen von U-Turn Research in Anspruch genommen wird und der Kunde bei U-Turn Research regressieren möchte, ist U-Turn Research frühest möglich zu informieren. U-Turn Research ist berechtigt, den Rechtsstreit zu führen oder zu betreuen. Dieses Recht von U-Turn Research lässt die Verteidigungsrechte des Kunden unberührt.



11. Produkttests

11.1. Wenn die Leistungen das Testen oder Verwenden von Produkten, Mustern oder Testmaterialien (einschließlich Prototypen) des Kunden und/oder von Produkten Dritter, die der Kunde zur Verfügung stellt, umfasst, trägt der Kunde ungeachtet gegenteiliger Bestimmungen im vorliegenden Vertrag dafür Sorge, dass (i) sämtliche Inhalte, Verpackungen und Etikettierungen allen geltenden Gesetzen in den jeweiligen Ländern entsprechen; und (ii) ist der Kunde dafür verantwortlich, Ausschlussklauseln/Verzichtserklärungen von Befragten entweder bereitzustellen oder vom Unternehmen erstellte Entwürfe für Ausschlussklauseln / Verzichtserklärungen von Befragten zu genehmigen, die unter Umständen für die betreffenden Produkte, Muster oder Testmaterialien vorgeschrieben sind. Der Kunde trägt die Verantwortung dafür, dass alle erforderlichen chemischen, medizinischen, pharmazeutischen oder sonstigen Prüfungen / Untersuchungen / Analysen des Testproduktes 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 kein Hinweis ergab, dass das Produkt irgendwelche Schäden hervorrufen kann. Der Kunde trägt die Verantwortung dafür, dass alle durch Gesetz oder Verordnung vorgeschriebenen und / oder für die Verwendung des Produktes notwendigen Informationen U-Turn Research zur Verfügung gestellt werden, damit diese den Testteilnehmern weitergegeben werden können.

11.2. Der Kunde muss U-Turn Research für alle Verluste, Ansprüche Dritter, Forderungen, Schäden, Kosten, Aufwendungen oder Verbindlichkeiten (oder Klagen, Untersuchungen oder sonstige Verfahren im Zusammenhang damit) entschädigen, die U-Turn Research unter Umständen direkt oder indirekt aus oder in Verbindung mit den Tests oder der Verwendung dieser Produkte, Muster oder Testmaterialien entstehen. Falls von U-Turn Research verlangt, muss der Kunde einen Nachweis für die ausreichende Produkthaftung oder für eine andere, von U-Turn Research bestimmte Haftpflichtversicherung vorlegen.

11.3. U-Turn Research haftet nicht für die Verwendung, den Verlust oder die Beschädigung dieser Produkte, Muster oder Testmaterialien, nachdem sie den Befragten übergeben wurden.

11.4. Im Übrigen gelten die Bestimmungen des Produkthaftungsgesetzes.

12. Verschiedenes

12.1. Die Pflichten im vorliegenden Vertrag, die aufgrund ihrer Art die Kündigung oder den Ablauf dieses Vertrages überdauern, behalten auch nach der Kündigung oder dem Ablauf des Vertrages ihre Gültigkeit.

12.2. Schriftform im Sinne dieses Vertrages sind auch Telefax und E-Mail.

12.3. U-Turn Research haftet nicht für die Nichterfüllung seiner Pflichten im Rahmen des vorliegenden Vertrages infolge von Brand, Sturm, Aufständen, Streiks, Krankheit, Materialknappheit, Aussperrungen,



Krieg, Überschwemmungen, inneren Unruhen, Terrorismus, behördlichen Verfügungen, lokalen oder nationalen Restriktionen oder Verboten

12.4. Die Parteien erklären, dass sie den vorliegenden Vertrag nicht auf der Grundlage irgendwelcher (fahrlässig oder gutgläubig gemachter) Äußerungen, Versicherungen, Verpflichtungen, Garantien oder Interpretationen einer Person (die Vertragspartei ist oder nicht) abgeschlossen haben, sondern sich ausschließlich auf die expliziten Informationen in diesem Vertrag gestützt haben. Diese Klausel schließt jedoch nicht die Haftung seitens des Kunden oder U-Turn Research für Betrug oder falsche Darstellung in betrügerischer Absicht aus.

12.5. Sollte eine Bestimmung des vorliegenden Vertrages nach den Gesetzen eines Rechtssystems ungesetzlich, ungültig oder nicht durchsetzbar sein oder werden, so bleiben davon unberührt: (i) die Gesetzmäßigkeit, Gültigkeit oder Durchsetzbarkeit der übrigen Bestimmungen dieses Vertrages in dem betreffenden Rechtssystem; oder (ii) die Gesetzmäßigkeit, Gültigkeit oder Durchsetzbarkeit dieser oder einer anderen Bestimmung des vorliegenden Vertrages nach den Gesetzen eines anderen Rechtssystems.

12.6. Keine Bestimmung des vorliegenden Vertrages kann von Dritten durchgesetzt werden.

12.7. Der vorliegende Vertrag unterliegt dem in Deutschland geltenden Recht. Die Parteien verpflichten sich, sich im Falle eines Rechtsstreits der Gerichtsbarkeit der Gerichte in Deutschland zu unterwerfen, bei denen die ausschließliche Zuständigkeit liegt, wobei diese Gerichte jedoch hinsichtlich der Durchsetzung von Urteilen nicht ausschließlich zuständig sind.