

## **ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNG**

Des Markt- und Meinungsforschungsinstitut Zgefragt das Teil des Reeblr Consulting e.U. ist,  
(FN 526144t)

Adresse: Schönlaterngasse 4, 1010 Wien,

Geschäftsführer: Severin Rath

Kontakt: office@zgefragt.com, Telefon: +43 (0) 676 604 4949

### **1. Geltung, Vertragsabschluss**

- 1.1 Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut Zgefragt operierend unter dem Reeblr Consulting e.U. erbringt ihre Leistungen ausschließlich auf der Grundlage der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Diese gelten für alle Rechtsbeziehungen zwischen dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut und dem Kunden, selbst wenn nicht ausdrücklich auf sie Bezug genommen wird. Die AGB sind rein für die Rechtsbeziehung mit Unternehmen sowie Unternehmern anzuwenden.
- 1.2 Geltend ist ausschließlich die zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses gültige Fassung. Abweichungen von diesen sowie sonstige ergänzende Vereinbarungen mit dem Kunden sind nur wirksam, wenn sie von dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut schriftlich bestätigt werden.
- 1.3 Allfällige Geschäftsbedingungen des Kunden werden, selbst bei Kenntnis, nicht akzeptiert, sofern nicht im Einzelfall ausdrücklich und schriftlich anderes vereinbart wird. Die AGB des Kunden widerspricht das Markt- und Meinungsforschungsinstitut ausdrücklich. Eines weiteren Widerspruchs gegen die AGB des Kunden durch das Markt- und Meinungsforschungsinstitut bedarf es nicht.
- 1.4 Änderungen der AGB werden dem Kunden bekannt gegeben und gelten als vereinbart, wenn der Kunde den geänderten AGB nicht schriftlich binnen 14 Tagen widerspricht; auf die Bedeutung des Schweigens sowie auf die konkret geänderten Klauseln wird der Kunde in der Verständigung ausdrücklich hingewiesen. Diese Zustimmungsfiktion gilt nicht für die Änderung wesentlicher Leistungsinhalte und Entgelte.
- 1.5 Sollten einzelne Bestimmungen dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen unwirksam sein, so berührt dies die Verbindlichkeit der übrigen Bestimmungen und der unter ihrer Zugrundelegung geschlossenen Verträge nicht. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame, die dem Sinn und Zweck am nächsten kommt, zu ersetzen.

1.6 Die Angebote des Markt- und Meinungsforschungsinstitut sind freibleibend und unverbindlich.

## **2. Leistungsumfang, Auftragsabwicklung und Mitwirkungspflichten des Kunden**

2.1 Der Umfang der zu erbringenden Leistungen ergibt sich aus der Leistungsbeschreibung auf der Webseite sowie aus den Angebotsunterlagen. Nachträgliche Änderungen des Leistungsinhaltes sind nach Vertragsabschluss nicht mehr möglich. Der Vertrag versteht sich als abgeschlossen, wenn der Kunde das unterfertigte Angebot dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut zu kommen lässt.

2.3 Der Kunde wird dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut zeitgerecht und vollständig alle Informationen und Unterlagen zugänglich machen, die für die Erbringung der Leistung erforderlich sind. Er wird sie von allen Umständen informieren, die für die Durchführung des Auftrages von Bedeutung sind, auch wenn diese erst während der Durchführung des Auftrages bekannt werden. Der Kunde trägt den Aufwand, der dadurch entsteht, dass Arbeiten infolge seiner unrichtigen, unvollständigen oder nachträglich geänderten Angaben von dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut wiederholt werden müssen oder verzögert werden.

2.4 Der Kunde ist weiters verpflichtet, falls es beispielsweise bei der Marktforschung benötigt wird, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos etc.) auf allfällige Urheber-, Marken-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen (Rechteclearing) und garantiert, dass die Unterlagen frei von Rechten Dritter sind und daher für den angestrebten Zweck eingesetzt werden können. Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut haftet im Falle bloß leichter Fahrlässigkeit oder nach Erfüllung ihrer Warnpflicht - jedenfalls im Innenverhältnis zum Kunden - nicht wegen einer Verletzung derartiger Rechte Dritter durch zur Verfügung gestellte Unterlagen. Wird das Markt- und Meinungsforschungsinstitut wegen einer solchen Rechtsverletzung von einem Dritten in Anspruch genommen, so hält der Kunde das Markt- und Meinungsforschungsinstitut schad- und klaglos; er hat ihr sämtliche Nachteile zu ersetzen, die ihr durch eine Inanspruchnahme Dritter entstehen, insbesondere die Kosten einer angemessenen rechtlichen Vertretung. Der Kunde verpflichtet sich, das Markt- und Meinungsforschungsinstitut bei der Abwehr von allfälligen Ansprüchen Dritter zu unterstützen. Der Kunde stellt dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut hierfür unaufgefordert sämtliche Unterlagen zur Verfügung.

## **3. Fremdleistungen / Beauftragung Dritter**

- 3.1 Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut ist nach freiem Ermessen berechtigt, die Leistung selbst auszuführen, sich bei der Erbringung von vertragsgegenständlichen Leistungen sachkundiger Dritter als Erfüllungsgehilfen zu bedienen und/oder derartige Leistungen zu substituieren („Fremdleistung“).
- 3.2 Die Beauftragung von Dritten im Rahmen einer Fremdleistung erfolgt im eigenen Namen. Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut wird diesen Dritten sorgfältig auswählen und darauf achten, dass dieser über die erforderliche fachliche Qualifikation verfügt.

#### **4. Termine**

- 4.1 Angegebene Liefer- oder Leistungsfristen gelten, sofern nicht ausdrücklich als verbindlich vereinbart, nur als annähernd und unverbindlich. Verbindliche Terminabsprachen sind schriftlich festzuhalten bzw. von dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut schriftlich zu bestätigen.
- 4.2 Verzögert sich die Lieferung/Leistung des Markt- und Meinungsforschungsinstitut aus Gründen, die sie nicht zu vertreten hat, wie z.B. Ereignisse höherer Gewalt und andere unvorhersehbare, mit zumutbaren Mitteln nicht abwendbare Ereignisse, ruhen die Leistungsverpflichtungen für die Dauer und im Umfang des Hindernisses und verlängern sich die Fristen entsprechend. Sofern solche Verzögerungen mehr als zwei Monate andauern, sind der Kunde und das Markt- und Meinungsforschungsinstitut berechtigt, vom Vertrag zurückzutreten.
- 4.3 Befindet sich das Markt- und Meinungsforschungsinstitut in Verzug, so kann der Kunde vom Vertrag nur zurücktreten, nachdem er dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut schriftlich eine angemessene Nachfrist von zumindest 14 Tagen gesetzt hat und diese fruchtlos verstrichen ist. Schadenersatzansprüche des Kunden wegen Nichterfüllung oder Verzug sind ausgeschlossen, ausgenommen bei Nachweis von Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit.

#### **5. Vorzeitige Auflösung**

- 5.1 Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut ist berechtigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen mit sofortiger Wirkung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere vor, wenn
- a) die Ausführung der Leistung aus Gründen, die der Kunde zu vertreten hat, unmöglich wird oder trotz Setzung einer Nachfrist von 14 Tagen weiter verzögert wird;

- b) der Kunde fortgesetzt, trotz schriftlicher Abmahnung mit einer Nachfristsetzung von 14 Tagen, gegen wesentliche Verpflichtungen aus diesem Vertrag, wie z.B. Zahlung eines fällig gestellten Betrages oder Mitwirkungspflichten, verstößt.
  - c) berechnigte Bedenken hinsichtlich der Bonität des Kunden bestehen und dieser auf Begehren des Markt- und Meinungsforschungsinstitut weder Vorauszahlungen leistet noch vor Leistung des Markt- und Meinungsforschungsinstitut eine taugliche Sicherheit leistet;
- 5.2 Der Kunde ist berechnigt, den Vertrag aus wichtigen Gründen ohne Nachfristsetzung aufzulösen. Ein wichtiger Grund liegt insbesondere dann vor, wenn das Markt- und Meinungsforschungsinstitut fortgesetzt, trotz schriftlicher Abmahnung mit einer angemessenen Nachfrist von zumindest 14 Tagen zur Behebung des Vertragsverstoßes gegen wesentliche Bestimmungen aus diesem Vertrag verstößt.

## **6. Honorar**

- 6.1 Wenn nichts anderes vereinbart ist, entsteht der Honoraranspruch des Markt- und Meinungsforschungsinstitut für jede einzelne Leistung, sobald diese erbracht wurde. Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut ist berechnigt, zur Deckung ihres Aufwandes Vorschüsse zu verlangen. Ab einem Auftragsvolumen mit einem Budget von tausend Euro oder solchen, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken ist das Markt- und Meinungsforschungsinstitut berechnigt, Zwischenabrechnungen bzw. Vorausrechnungen zu erstellen oder Akontozahlungen abzurufen.
- 6.2 Das Honorar versteht sich als Netto-Honorar zuzüglich der Umsatzsteuer in gesetzlicher Höhe. Mangels Vereinbarung im Einzelfall hat das Markt- und Meinungsforschungsinstitut für die erbrachten Leistungen und die Überlassung der urheber- und kennzeichenrechtlichen Nutzungsrechte Anspruch auf Honorar in der marktüblichen Höhe.
- 6.4 Kostenvoranschläge des Markt- und Meinungsforschungsinstitut sind unverbindlich.
- 6.5 Wenn der Kunde eine in Auftrag gegebene Umfrage einseitig abbricht, hat er dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut, sofern der Abbruch nicht durch eine grob fahrlässige oder vorsätzliche Pflichtverletzung des Markt- und Meinungsforschungsinstitut begründet ist, das gesamte für diesen Auftrag vereinbarte Honorar (Provision) zu erstatten. Weiters ist das Markt- und Meinungsforschungsinstitut bezüglich allfälliger Ansprüche Dritter, insbesondere von Auftragnehmern des Markt- und Meinungsforschungsinstitut, schad- und klaglos zu stellen.

## **7. Zahlung**

- 7.1 Das Honorar ist sofort mit Rechnungserhalt und ohne Abzug zur Zahlung fällig, sofern nicht im Einzelfall besondere Zahlungsbedingungen schriftlich vereinbart werden. Die Leistung (Befragung) des Markt- und Meinungsforschungsinstitut wird erst nach vollständigem Erhalt des Honorars durchgeführt. Nach Abschluss der Erhebung erhält der Kunde die Nutzungsrechte der erhobenen Daten (Statistiken).
- 7.2 Bei Zahlungsverzug des Kunden gelten die gesetzlichen Verzugszinsen in der für Unternehmergeschäfte geltenden Höhe. Weiters verpflichtet sich der Kunde für den Fall des Zahlungsverzugs, das Markt- und Meinungsforschungsinstitut die entstehenden Mahn- und Inkassospesen, soweit sie zur zweckentsprechenden Rechtsverfolgung notwendig sind, zu ersetzen. Dies umfasst jedenfalls die Kosten zweier Mahnschreiben in marktüblicher Höhe von derzeit zumindest € 20,00 je Mahnung sowie eines Mahnschreibens eines mit der Eintreibung beauftragten Rechtsanwalts. Die Geltendmachung weitergehender Rechte und Forderungen bleibt davon unberührt.
- 7.3 Im Falle des Zahlungsverzuges des Kunden kann das Markt- und Meinungsforschungsinstitut sämtliche, im Rahmen anderer mit dem Kunden abgeschlossener Verträge, erbrachten Leistungen und Teilleistungen sofort fällig stellen.
- 7.4 Weiters ist das Markt- und Meinungsforschungsinstitut nicht verpflichtet, weitere Leistungen bis zur Begleichung des ausstehenden Betrages zu erbringen (Zurückbehaltungsrecht). Die Verpflichtung zur Entgeltzahlung bleibt davon unberührt.
- 7.5 Wurde die Bezahlung in Raten vereinbart, so behält sich das Markt- und Meinungsforschungsinstitut für den Fall der nicht fristgerechten Zahlung von Teilbeträgen oder Nebenforderungen das Recht vor, die sofortige Bezahlung der gesamten noch offenen Schuld zu fordern (Terminverlust).
- 7.6 Der Kunde ist nicht berechtigt, mit eigenen Forderungen gegen Forderungen des Markt- und Meinungsforschungsinstitut aufzurechnen, außer die Forderung des Kunden wurde von dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut schriftlich anerkannt oder gerichtlich festgestellt.

## **8. Eigentumsrecht und Urheberrecht**

- 8.1 Alle Leistungen des Markt- und Meinungsforschungsinstitut bleiben im Eigentum des Markt- und Meinungsforschungsinstitut. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars das Recht der Nutzung für den vereinbarten Verwendungszweck.

- 8.3 Für die Nutzung von Leistungen des Markt- und Meinungsforschungsinstitut, die über den ursprünglich vereinbarten Zweck und Nutzungsumfang hinausgeht, ist - unabhängig davon, ob diese Leistung urheberrechtlich geschützt ist - die Zustimmung des Markt- und Meinungsforschungsinstitut erforderlich. Dafür steht dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut und dem Urheber eine gesonderte angemessene Vergütung zu.
- 8.6 Der Kunde haftet dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut für jede widerrechtliche Nutzung in doppelter Höhe des für diese Nutzung angemessenen Honorars.

## **9. Kennzeichnung**

- 9.1 Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut ist berechtigt, auf allen Statistiken auf den Urheber hinzuweisen, ohne dass dem Kunden dafür ein Entgeltanspruch zusteht.
- 9.2 Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut ist vorbehaltlich des jederzeit möglichen, schriftlichen Widerrufs des Kunden dazu berechtigt, auf ihrer Internet-Website mit Namen und Firmenlogo auf die zum Kunden bestehende oder vormalige Geschäftsbeziehung hinzuweisen (Referenzhinweis).

## **10. Gewährleistung**

- 10.1 Der Kunde hat allfällige Mängel unverzüglich, jedenfalls innerhalb von acht Tagen nach Leistung durch das Markt- und Meinungsforschungsinstitut, verdeckte Mängel innerhalb von acht Tagen nach Erkennen derselben, schriftlich unter Beschreibung des Mangels anzuzeigen; andernfalls gilt die Leistung als genehmigt. In diesem Fall ist die Geltendmachung von Gewährleistungs- und Schadenersatzansprüchen sowie das Recht auf Irrtumsanfechtung aufgrund von Mängeln ausgeschlossen.
- 10.2 Im Fall berechtigter und rechtzeitiger Mängelrüge steht dem Kunden das Recht auf Verbesserung oder Austausch der Leistung durch das Markt- und Meinungsforschungsinstitut zu. Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut wird die Mängel in angemessener Frist beheben, wobei der Kunde dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut alle zur Untersuchung und Mängelbehebung erforderlichen Maßnahmen ermöglicht. Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut ist berechtigt, die Verbesserung der Leistung zu verweigern, wenn diese unmöglich oder für das Markt- und Meinungsforschungsinstitut mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden ist. In diesem Fall stehen dem Kunden die gesetzlichen Wandlungs- oder Minderungsrechte zu. Im Fall der Verbesserung obliegt es dem Auftraggeber die Übermittlung der mangelhaften (körperlichen) Sache auf seine Kosten durchzuführen.

- 10.3 Es obliegt auch dem Auftraggeber, die Überprüfung der Leistung auf ihre rechtliche, insbesondere wettbewerbs-, marken-, urheber- und verwaltungsrechtliche Zulässigkeit durchzuführen. Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut ist nur zu einer Grobprüfung der rechtlichen Zulässigkeit verpflichtet. Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut haftet im Falle leichter Fahrlässigkeit oder nach Erfüllung einer allfälligen Warnpflicht gegenüber dem Kunden nicht für die rechtliche Zulässigkeit von Inhalten, wenn diese vom Kunden vorgegeben oder genehmigt wurden.
- 10.4 Die Gewährleistungsfrist beträgt sechs Monate ab Lieferung/Leistung. Das Recht zum Regress gegenüber dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut gemäß § 933b Abs 1 ABGB erlischt ein Jahr nach Lieferung/Leistung. Der Kunde ist nicht berechtigt, Zahlungen wegen Bemängelungen zurückzuhalten. Die Vermutungsregelung des § 924 ABGB wird ausgeschlossen.

## **11. Haftung und Produkthaftung**

- 11.1 In Fällen leichter Fahrlässigkeit ist eine Haftung des Markt- und Meinungsforschungsinstitut und die ihrer Angestellten, Auftragnehmer oder sonstigen Erfüllungsgehilfen („Leute“) für Sach- oder Vermögensschäden des Kunden ausgeschlossen, gleichgültig ob es sich um unmittelbare oder mittelbare Schäden, entgangenen Gewinn oder Mangelfolgeschäden, Schäden wegen Verzugs, Unmöglichkeit, positiver Forderungsverletzung, Verschuldens bei Vertragsabschluss, wegen mangelhafter oder unvollständiger Leistung handelt. Das Vorliegen von grober Fahrlässigkeit hat der Geschädigte zu beweisen. Soweit die Haftung des Markt- und Meinungsforschungsinstitut ausgeschlossen oder beschränkt ist, gilt dies auch für die persönliche Haftung ihrer „Leute“.
- 11.2 Jegliche Haftung des Markt- und Meinungsforschungsinstitut für Ansprüche, die auf Grund der von dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut erbrachten Leistung (z.B. Werbemaßnahme) gegen den Kunden erhoben werden, wird ausdrücklich ausgeschlossen, wenn das Markt- und Meinungsforschungsinstitut ihrer Hinweispflicht nachgekommen ist oder eine solche für sie nicht erkennbar war, wobei leichte Fahrlässigkeit nicht schadet. Insbesondere haftet das Markt- und Meinungsforschungsinstitut nicht für Prozesskosten, eigene Anwaltskosten des Kunden oder Kosten von Urteilsveröffentlichungen sowie für allfällige Schadenersatzforderungen oder sonstige Ansprüche Dritter; der Kunde hat das Markt- und Meinungsforschungsinstitut diesbezüglich schad- und klaglos zu halten.
- 11.3 Schadenersatzansprüche des Kunden verfallen in sechs Monaten ab Kenntnis des Schadens; jedenfalls aber nach drei Jahren ab der Verletzungshandlung des Markt- und

Meinungsforschungsinstitut. Schadenersatzansprüche sind der Höhe nach mit dem Netto-Auftragswert begrenzt.

## **12. Anzuwendendes Recht**

Der Vertrag und alle daraus abgeleiteten wechselseitigen Rechte und Pflichten sowie Ansprüche zwischen dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut und dem Kunden unterliegen dem österreichischen materiellen Recht unter Ausschluss seiner Verweisungsnormen und unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

## **13. Erfüllungsort und Gerichtsstand**

13.1 Erfüllungsort ist der Sitz des Markt- und Meinungsforschungsinstitut.

13.2 Der Gerichtsstand ist für alle sich zwischen dem Markt- und Meinungsforschungsinstitut und dem Kunden ergebenden Rechtsstreitigkeiten im Zusammenhang mit diesem Vertragsverhältnis wird, das für den Sitz des Markt- und Meinungsforschungsinstitut sachlich zuständige Gericht (Handelsgericht Wien) vereinbart. Ungeachtet dessen ist das Markt- und Meinungsforschungsinstitut berechtigt, den Kunden an seinem allgemeinen Gerichtsstand zu klagen.

13.3 Soweit in diesem Vertrag auf natürliche Personen bezogene Bezeichnungen nur in männlicher Form angeführt sind, beziehen sie sich auf Frauen und Männer in gleicher Weise. Bei der Anwendung der Bezeichnung auf bestimmte natürliche Personen ist die jeweils geschlechtsspezifische Form zu verwenden.