

Mit dem Kundenmonitor Deutschland 2003 veröffentlicht *ServiceBarometer AG* (München) jährlich die nationale branchenübergreifende Benchmarkingstudie zur Kundenorientierung im deutschen B-to-C-Markt. Zentraler Untersuchungsgegenstand ist die Kundenzufriedenheit und die Kundenbeziehung sowie deren Zusammenhänge.



Kundenmonitor Deutschland – Jahrbücher zum Sonderpreis von €50 (zuzüglich 7 % Mehrwertsteuer und Versand)

Die Jahrbücher zum Kundenmonitor Deutschland liefern jährlich einen Überblick über den Stand und die Entwicklung der Kundenorientierung in Deutschland sowie Branchenanalysen hinsichtlich verschiedener Leistungsmerkmale der Kundenorientierung.

Hiermit bestellen wir verbindlich folgende Jahrbücher zum Sonderpreis von je € 50
(zuzüglich 7 % Mehrwertsteuer und Versand).
Die Lieferung erfolgt innerhalb von zwei Wochen nach Bestelleingang.

<i>Jahrbuch der Kundenzufriedenheit in Deutschland</i>			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1995	1996	1997	1998
<i>Jahrbuch der Kundenorientierung in Deutschland</i>			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1999	2000	2001	
<i>Yearbook of Customer Satisfaction in Germany</i>			
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
1995	1997	1998	

Lieferanschrift:

Firma:	Straße:
	PLZ/Ort:
	Telefon:
Name:	Telefax:
Abteilung:	E-Mail:

Datum

Unterschrift

Beigefügte AGB's und Nutzungsbedingungen akzeptiert.

Made by

 **ServiceBarometer AG**

Datum

Unterschrift

Gottfried-Keller-Straße 12 · 81245 München
Telefon +49-89-896669-18 · Telefax + 49-89-896669-10
info@servicebarometer.de · www.servicebarometer.de

Vorstand: Dr. Frank Dornach · Stellvertreter: Dr. Matthias Metje
Sitz und Registergericht München, HRB: 122 251
Vors. d. Aufsichtsrates: Dipl.-Vw. Horst Bähr (Stb.)

1 Vorwort/Präambel

Die Studie Kundenmonitor Deutschland dient dem Zweck, einen Beitrag zur Verbesserung der Kundenorientierung in Deutschland zu leisten. Hierzu werden Marktforschungsstudien auf Basis objektiver Befragungen erstellt und ausgewählte Ergebnisse veröffentlicht.

2 Geltungsbereich

Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) für Kundenmonitor Deutschland gelten für die vertragliche Rechtsbeziehung – Verkauf der Studienergebnisse – zwischen der ServiceBarometer AG und den Käufern der Studienergebnisse.

3 Vertragsverhältnis

(1) Unsere Angebote sind freibleibend und unverbindlich. Annahmeerklärungen und Bestellungen sind für uns nur verbindlich, soweit wir sie bestätigen oder ihnen durch Übersendung der Ware nachkommen. Mündliche Nebenabreden sind nur verbindlich, wenn wir sie schriftlich bestätigen.

(2) Abweichungen von diesen Geschäftsbedingungen, insbesondere die Geltung von Bezugsvorschriften des Käufers, bedürfen unserer ausdrücklichen schriftlichen Anerkennung.

(3) Der Käufer ist verpflichtet, die jeweils gültigen Preise lt. jährlichem Preisverzeichnis zu zahlen für Jahrbuch, Branchenberichtsbande und Sonderbande. Sonderauswertungen und Zusatzerhebungen sowie Mehrexemplarverkäufe werden im Einzelfall gesondert, dem Aufwand angemessen angeboten und berechnet.

(4) Unsere Rechnungen sind ohne Abzug 14 Tage nach Rechnungsdatum zahlbar rein netto Kasse (inkl. MwSt.). Rechnungen sind zahlbar per Überweisung an die aufgeführte Bankverbindung von ServiceBarometer AG.

4 Leistungen

(1) Die veröffentlichte Ergebniszusammenfassung.

(2) Der Branchenberichtsband für die jeweilige Branche mit Ergebnissen zu den jeweils angebotenen Fragestellungen für die bezogene Branche überwiegend in Tabellenform.

(3) Anbieter- und branchenindividuelle Sonderauswertungen, die bei/nach Bezug des Branchenberichtsbandes bestellt werden können.

(4) Herausgegebene Sonderbande.

(5) Zusatzerhebungen nach Auftrag und Exklusivuntersuchungen in Verbindung mit dem Kundenmonitor Deutschland.

(6) Der Bezug von mehreren Exemplaren einer Leistung (d. h. Kopien) ist gegen Bezahlung möglich. Für den Bezug von mehreren Exemplaren einer Leistung gilt Punkt 5 (3) entsprechend.

5 Urheberrechte – Nutzung und Verwertung der Untersuchungsergebnisse durch den Käufer

(1) Das Urheberrecht an allen Unterlagen liegt bei der ServiceBarometer AG, sofern dies nicht durch getrennte schriftliche Vereinbarung auf den Käufer übertragen wurde.

(2) Falls keine gegenseitige schriftliche Vereinbarung besteht, hat der Käufer nicht das Recht auf alleinige Inanspruchnahme eines Teils oder der gesamten Leistung.

(3) Die im Rahmen des Kundenmonitor Deutschland erstellten Berichte – Original- und Vervielfältigungsstücke – sind nur für die ausschließliche Benutzung durch den Käufer bestimmt. Eine Weitergabe oder Verbreitung der unter Punkt 4 genannten Leistungen in Original- und Vervielfältigungsstücken an andere natürliche und juristische Personen sowie Handelsgesellschaften – eingeschlossen verbundene Unternehmen – ist in ihrer Gesamtheit oder auszugsweise ohne schriftliche Genehmigung der ServiceBarometer AG nicht gestattet.

(4) Ist die Zustimmung zur Weitergabe und Veröffentlichung durch die ServiceBarometer AG erfolgt, ist immer der Urheber als Herausgeber der Ergebnisse des Kundenmonitor Deutschland sowie das Erhebungsjahr zu nennen.

(5) Allgemeine Veröffentlichungen von Ergebnissen durch den Käufer in den Medien z. B. Hörfunk, Fernsehen, Zeitungen, Zeitschriften, Prospekte, Onlinedienste, Informations- und Dokumentationssysteme etc. sind grundsätzlich mit der ServiceBarometer AG abzustimmen. Diese behält sich ausdrücklich das Recht vor, Veröffentlichungen, die gegen die Praxis der Veröffentlichung von Meinungsumfrage-Ergebnissen und deren Auslegungsrichtlinien verstoßen, zu untersagen (Basis: internationaler Kodex).

(6) Unabhängig von der Zustimmung durch die ServiceBarometer AG ist grundlegend bei der Veröffentlichung von Ergebnissen, dass

- Käufer nicht fälschlicherweise den Eindruck erwecken dürfen, Voraussetzungen, Erfahrungen, Fähigkeiten oder Zugang zu Einrichtungen oder Ergebnissen zu besitzen, die sie in Wahrheit nicht haben;
- ungerechtfertigte Kritik und Verunglimpfung von Konkurrenten unzulässig ist;
- wesentlich keine Schlussfolgerungen aus dem Forschungsprojekt oder seinen Ergebnissen verbreitet werden, die mit den festgestellten Fakten z. B. bei geringen Fallzahlen unvereinbar oder durch sie nicht belegt sind;
- die für die Studie eingetragenen Schutzrechte und Markenzeichen berücksichtigt werden;
- eine deutliche Unterscheidung zwischen den Ergebnissen einerseits und den eigenen Meinungen und Empfehlungen andererseits gemacht wird.

Der Käufer muss alles in seinen Kräften stehende tun, um die Möglichkeit einer falschen Interpretation oder einer Wiedergabe der Ergebnisse außerhalb des richtigen Zusammenhangs zu vermeiden.

(7) Die Rechte des Punkt 5 beziehen sich auch auf im Zusammenhang mit der Studie erstellte Fragebögen.

6 Haftung/Gewährleistung

(1) Der Käufer erklärt hiermit, dass die Nutzung bzw. Umsetzung der bestellten Leistung auf seine Verantwortung geschieht, sofern dies nicht gesetzlich ausgeschlossen ist.

(2) Die ServiceBarometer AG gewährleistet die ordnungsgemäße Durchführung aller angenommenen Bestellungen/Aufträge unter Hinweis auf die notwendigen Mitwirkungspflichten (Auswertungswünsche) des Käufers. Werden notwendige Mitwirkungspflichten, die sich aus der Natur der Sache ergeben, nicht erfüllt, entfällt jede Gewährleistung, wenn der Käufer eine entsprechende substantiierte Behauptung nicht widerlegt, dass erst die unterlassene Mitwirkung den Mangel herbeigeführt hat.

(3) Ist der Liefergegenstand mangelhaft oder fehlen ihm zugesicherte Eigenschaften, beschränken sich etwaige Gewährleistungsansprüche auf das Recht des Käufers nach Wahl der ServiceBarometer AG Ersatz zu liefern oder nachzubessern; mehrfache Nachbesserungen sind zulässig. Erfolgt die Ersatzlieferung nicht in angemessener Frist oder schlägt die Nachbesserung nach angemessener Frist fehl, kann der Käufer nach seiner Wahl Herabsetzung des Kaufpreises oder Rückgängigmachung des Vertrages verlangen.

(4) Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, aus Verschulden bei Vertragsabschluss und aus unerlaubter Handlung sind sowohl gegen die ServiceBarometer AG als auch gegen deren Erfüllungs- bzw. Verrichtungshelfen ausgeschlossen, soweit der Schaden nicht vorsätzlich oder grob fahrlässig verursacht wurde.

7 Änderung der Leistung

(1) Stellt die ServiceBarometer AG während der Auswertungsphase fest, dass die vereinbarte Leistung in Teilen nicht geliefert werden kann, wird der Käufer darüber zum frühest möglichen Zeitpunkt informiert. ServiceBarometer AG macht Änderungsvorschläge zu einzelnen Punkten im Hinblick auf die Gesamtzielsetzung der Auswertung.

(2) Entstehen nach Bestellung durch Änderung oder Zusatzwünsche des Käufers Mehrkosten, so kann ServiceBarometer AG diese berechnen.

8 Höhere Gewalt

Fälle höherer Gewalt – als solche gelten Umstände und Vorkommnisse, die mit der Sorgfalt einer ordentlichen Betriebsführung nicht verhindert werden können – suspendieren die Vertragsverpflichtungen der Vertragsparteien für die Dauer der Störung und im Umfang ihrer Wirkung. Überschreiten daraus sich ergebende Verzögerungen den Zeitraum von 6 Wochen, hat der Käufer das Recht, eine Nachfrist zu setzen und nach deren Nichteinhaltung Rückgängigmachung des Vertrages oder Herabsetzung der Vergütung zu verlangen.

9 Gerichtsstand/Anwendbares Recht

Erfüllungsort und Gerichtsstand ist München. Es gilt deutsches Recht.

10 Teilunwirksamkeit

(1) Im Falle der Teilunwirksamkeit einzelner Vertragsbestandteile bleibt die Wirksamkeit der übrigen Vertragsbestimmungen unberührt. Anstelle der unwirksamen vertraglichen Vereinbarung verpflichten sich die Vertragsparteien, diese unverzüglich im Wege der ergänzenden Vereinbarungen durch eine solide Abrede zu ersetzen, die dem Ergebnis unwirksamer Bestimmungen am nächsten kommt.

(2) Der Vertrag wird unwirksam, wenn das Festhalten an ihm wegen Unwirksamkeit einer Bestimmung dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen eine unzumutbare Härte für eine Vertragspartei darstellen würde.

Kundenmonitor Deutschland 2003
ServiceBarometer AG, München

Kundenmonitor, Kundenmonitor Deutschland und © sind eingetragene Warenzeichen der ServiceBarometer AG.

Nutzungsbedingungen Kundenmonitor Deutschland 2003



1. Geltung

Folgende Nutzungsbedingungen gelten für die Bereitstellung von Ergebnissen zum Kundenmonitor Deutschland 2003 über die Domänen *kundenmonitor.de*, *kunden-monitor.de*, *servicebarometer.de*, *servicebarometer.com*, *servicemonitor.de* und *touristikmonitor.de*. Durch die Nutzung der Seiten und Dienste von *ServiceBarometer AG* akzeptiert der Nutzer die Nutzungsbedingungen. Wenn der Nutzer nicht mit den hier aufgeführten Bedingungen einverstanden ist, darf er die Sites nicht nutzen bzw. muss deren Nutzung umgehend beenden. Ein Verstoß gegen diese Nutzungsbedingungen durch den Nutzer führt zur dauerhaften Sperrung der Zugangsberechtigung.

2. Leistungen

Hinsichtlich der beschriebenen Sites bezieht sich die Leistung von *ServiceBarometer AG* als Betreiber der Sites darauf, den Nutzern Ergebnisse zur Studie Kundenmonitor Deutschland zur Verfügung zu stellen.

3. Urheberrecht

Alle auf diesen Sites erschienenen Beiträge und Informationen sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, auch Übersetzungen, sind vorbehalten. Reproduktionen gleich welcher Art, ob Vervielfältigungen, Mikrofilm oder Erfassung in Datenverarbeitungsanlagen, sind nur mit schriftlicher Genehmigung des Herausgebers *ServiceBarometer AG* zulässig. Aus der Veröffentlichung kann nicht geschlossen werden, dass die beschriebenen Lösungen oder verwendeten Bezeichnungen frei von gewerblichen Schutzrechten Dritter sind.

4. Haftung

Für den Fall, dass auf dieser Site unzutreffende Informationen oder in veröffentlichten Ergebnissen oder Programmen Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Herausgebers oder seiner Mitarbeiter und Dienstleister in Betracht.

5. Pflichten des Nutzers

Die Nutzer verpflichten sich, sämtliche Inhalte der Sites ausschließlich für den persönlichen Gebrauch zu verwenden. Es ist den Nutzern nicht gestattet, ohne schriftliche Genehmigung von *ServiceBarometer AG* die kostenlos bereitgestellten Ergebnisse der Sites im Rahmen der nutzereigenen Vermarktung von Leistungen zu verwenden. Die Ergebnisnutzung auf Basis mit der *ServiceBarometer AG* geschlossener Kaufverträge regelt die dafür relevanten Allgemeinen Geschäftsbedingungen. Eine Veröffentlichung von Ergebnissen bedarf grundsätzlich der Zustimmung des Herausgebers.

6. Beendigung

Der Nutzer oder *ServiceBarometer AG* kann das Vertragsverhältnis zu jeder Zeit ohne Angabe von Gründen beenden.

7. Nutzung durch Dritte

Die Benutzerdaten sind nur für den persönlichen Gebrauch bestimmt. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht zulässig. Der Nutzer erklärt, dass er, wenn er Dritten die Benutzung seiner Zugangsinformationen ermöglicht, voll verantwortlich ist für alle Online-Handlungen dieser Personen und die Folgen jeder Art von Missbrauch. Der Nutzer erkennt an, dass er als Inhaber eines Zugangs für alle Aktivitäten, die über denselben ausgeübt werden, voll verantwortlich ist.

8. Teilnichtigkeit

Sollten einzelne Bestimmungen dieser Nutzungsbedingungen gemäß geltendem Recht nicht gültig sein oder gemäß künftigem Recht ungültig werden, so ist die jeweilige Bestimmung durch die jeweils gültige Formulierung zu ersetzen, die den angestrebten Zweck am ehesten erfüllt. Die Gültigkeit dieser vertraglichen Vereinbarung als Ganzes bleibt hiervon unberührt.

9. Änderung dieser Nutzungsbedingungen

ServiceBarometer AG behält sich das Recht vor, die Nutzungsbedingungen zu ändern, sofern die Änderung der Nutzungsbedingungen unter Berücksichtigung der Interessen von *ServiceBarometer AG* für den Nutzer zumutbar sind. Sofern der Nutzer mit der Änderung der Nutzungsbedingungen nicht einverstanden ist, hat er das Recht, diese Vereinbarung jederzeit mit sofortiger Wirkung zu kündigen. Die Änderung der Nutzungsbedingungen für die Nutzung der Sites von *ServiceBarometer AG* gilt als genehmigt, wenn der Nutzer den Zugang nach Inkrafttreten weiter nutzt. Es gilt die jeweils auf den Sites veröffentlichte Fassung der Nutzungsbedingungen.