

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Kantar GmbH (nachfolgend: „Kantar“)

DEFINITIONEN

In dieser Vereinbarung haben die folgenden Begriffe die folgende Bedeutung:

"Annahme": die schriftliche Annahme eines Angebotes von Kantar durch einen Kunden.

"Kunde": die Partei, für die Kantar 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 Informationen weitergegeben 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 Leistungen": maßgeschneiderte Leistungen, die speziell für den Kunden entwickelt wurden und individuell von Fall zu Fall vom Unternehmen durchgeführt werden.

"Ergebnisse": Projektergebnisse, Berichte, Daten, Zusammenfassungen, Kommentare, Gespräche und/oder Analysen, die Kantar vertragsgemäß an den Kunden liefert.

"Vergütung": die Vergütung, die Kantar 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-Leistungen": nicht kundenspezifische Leistungen oder nicht maßgeschneiderte, kontinuierliche Leistungen, die Kantar 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 Kantar unterbreitet wurde, in dem die Aufgabenstellung, die zu ihrer Erfüllung zu erbringende Leistung, der Zeitbedarf sowie die zu zahlende Vergütung angegeben sind.

"Leistungen": kundenspezifische Leistungen und/ Multi-Client-Leistungen (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.

"WPP Konzernunternehmen": WPP plc und jede Konzerngesellschaft von WPP plc sowie jedes Unternehmen, das zu irgendeinem Zeitpunkt eine Tochtergesellschaft von WPP plc und/oder einer Konzerngesellschaft von WPP plc ist.

Verweise in den vorliegenden Geschäftsbedingungen 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 Kantar und Kantar nimmt diesen Auftrag über die Erbringung der Leistungen und der Lieferung der Ergebnisse gemäß der vorliegenden Geschäftsbedingungen an. Änderungen oder Ergänzungen des Vertrages bedürfen einer schriftlichen Vereinbarung zwischen den Parteien.
- 1.2 Das Angebot gilt als akzeptiert, wenn der Kunde: (i) Kantar schriftlich (auch per E-Mail möglich) davon in Kenntnis setzt, dass er das Angebot annimmt; oder (ii) Kantar anderweitig schriftlich (auch per E-Mail möglich) darüber informiert, dass er wünscht, dass Kantar 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 drei (3) Kalendermonaten annimmt, verliert das Angebot (einschließlich des Kostenvoranschlags des Unternehmens für die Vergütung in dem betreffenden Angebot) seine Gültigkeit, es sei denn, ein bevollmächtigter Vertreter des Unternehmens hat vorab schriftlich erklärt, dass diese Frist verlängert wird. Kantar 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 anderslautende Vereinbarung in schriftlicher Form vorliegt, gilt der vorliegende Vertrag für sämtliche Leistungen, die Kantar für den Kunden erbringt, sowie für sämtliche Ergebnisse, die Kantar dem Kunden liefert.
- 1.5 Verwendet der Kunde eigene Allgemeine Geschäftsbedingungen, so gelten diese nicht, soweit sie von den Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Unternehmens 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 Kantar 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.
- 1.7 Empfehlungen, Schlussfolgerungen und Beratungen, die über die Erläuterung der vertraglich geschuldeten Erhebungsergebnisse hinausgehen, werden nur Gegenstand des Vertrags, sofern die Parteien dies ausdrücklich vereinbart haben.

2 ZAHLUNG DER VERGÜTUNG

- 2.1 Die vereinbarte Vergütung dient zur Finanzierung der Durchführung der jeweiligen Leistung. Soweit nicht schriftlich anderes vereinbart wird, werden Vergütungen zu 25% bei Beginn der Erhebungsarbeit (d.h. mit Abschluss der entsprechenden Vorbereitungsarbeiten), zu 50% bei Abschluss der Erhebungsarbeit und zu 25% bei

Ablieferung der Ergebnisse fällig. Wenn eine Leistung in mehreren Phasen und mit der Lieferung von Zwischenergebnissen durchgeführt werden soll, werden bei Lieferung der jeweiligen Zwischenergebnisse für jede Phase Abschlussrechnungen erstellt.

- 2.2 Die Vergütung ist ohne jeden Abzug sofort nach Rechnungsstellung zahlbar. Im Falle von Zahlungsverzug ist Kantar berechtigt, Verzugszinsen in Höhe von acht Prozentpunkten über dem Basiszinssatz zu verlangen. Kantar behält sich im Falle säumiger Zahlungen auch das Recht vor, die Leistung zurück zu behalten.
- 2.3 Kantar 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.
- 2.4 Wenn die Vergütung auf vom Kunden zur Verfügung gestellten Informationen basiert, die sich im Nachhinein als unvollständig oder falsch erweisen, hat Kantar das Recht, die Vergütung zu erhöhen, um eventuellen zeitlichen Mehraufwand, der bei der Erbringung der Leistungen entstanden ist (ohne zusätzliche Leistungen), sowie alle notwendigen zusätzlichen Kosten des Unternehmens in Rechnung zu stellen. Andere Mehrkosten, die vom Unternehmen nicht zu vertreten sind, und Mehrkosten, die vom Unternehmen bei Auftragserteilung trotz gebotener Sorgfalt nicht voraussehbar waren, kann Kantar 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.
- 2.5 Sofern nicht ausdrücklich eine anderslautende Vereinbarung getroffen wurde, wird die Vergütung in den Angeboten in Euro angegeben. Wenn der Vertrag ausdrücklich eine andere Währung als Euro vorsieht, unterliegt dieser den Wechselkursschwankungen im Zeitraum zwischen der Auftragserteilung und der Bezahlung vom Kunden. Sollten Wechselkursschwankungen eintreten und dem Unternehmen dadurch zusätzliche Kosten entstehen, die zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses nicht absehbar sind, hat Kantar das Recht, diese zusätzlichen Kosten an den Kunden weiter zu berechnen. Zusätzliche Kosten müssen dem Kunden zu gegebener Zeit vom Unternehmen schriftlich mitgeteilt und in die nächste Rechnung des Unternehmens einbezogen werden.
- 2.6 Wenn für eine Vergütung, die gemäß des vorliegenden Vertrages an Kantar (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 Kantar (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 Kantar 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 dem Unternehmen aufgrund der Handlungen oder Unterlassungen des Kunden entstanden sind, zusammen mit allen nicht stornierbaren Kosten Dritter, zu denen sich Kantar verpflichtet hat. So haftet der Kunde beispielsweise für die Kosten, die dem Unternehmen für vorab bestellte Befragungen 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 dem Unternehmen unverzüglich alle Materialien zur Verfügung stellen, die Kantar 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 dem Unternehmen bei der Erbringung der Leistung entstehen.
- 4.4 Stellt sich nach Auftragserteilung heraus, dass die Leistungen aus methodischen Gründen, die weder der Kunde noch Kantar vorhersehen konnten und zu vertreten haben, nicht durchgeführt werden können, (z.B., weil die vorgegebene Quote der zu befragenden Personen nicht erreicht werden kann), informiert Kantar unverzüglich den Kunden. Finden beide Vertragsparteien keine methodische Lösung des Problems, ist Kantar berechtigt, den Auftrag wegen Undurchführbarkeit zurückzugeben.

5 UNTERBEAUFTRAGUNG

- 5.1 Kantar ist berechtigt, seine Rechte im Rahmen des vorliegenden Vertrages an ein anderes WPP Konzernunternehmen 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 unbedingterweise verweigert werden darf.
- 5.3 Zur Unterstützung der Leistungserbringung hat Kantar das Recht, Teile der Leistungen und Ergebnisse an ein

anderes WPP Konzernunternehmen oder geeignete Dritte, Agenturen oder externe Außenmitarbeiter weiter zu vergeben. Kantar ist nur für die Qualität der Leistung, die von Subunternehmern erbracht wird, verantwortlich, wenn die betreffenden Subunternehmer vom Unternehmen ausgewählt wurden und direkt vom Unternehmen bezahlt werden. Wenn der Kunde einen bestimmten Subunternehmer angibt, ist Kantar nicht für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Qualität der von diesem Subunternehmer geleisteten Arbeit verantwortlich.

- 5.4 Wenn Unteraufträge außerhalb der WPP Konzernunternehmen vergeben werden sollen, teilt Kantar dieses dem Kunden sobald wie möglich vorher mit. Auf Anforderung des Kunden ist ihm die Identität dieser Unterauftragnehmer mitzuteilen.
- 5.5 Kantar sichert zu, dass auch bei der Vergabe von Unteraufträgen die erforderliche Vertraulichkeit gewahrt sowie weitere gesetzliche Vorgaben, wie z.B. zum Datenschutz, eingehalten werden.

6 PFLICHTEN DES UNTERNEHMENS

- 6.1 Kantar steht nicht dafür ein, dass die von ihm fehlerfrei erhobenen, ausgewerteten und analysierten Daten vom Kunden in einer bestimmten Weise kaufmännisch verwertet werden können. Kantar schließt alle sonstigen ausdrücklichen oder stillschweigenden Garantien aus, einschließlich der Garantien für Marktgängigkeit und Eignung für einen bestimmten Zweck.
- 6.2 Kantar unternimmt alle zumutbaren Anstrengungen, um innerhalb des geschätzten Zeitrahmens, der im betreffenden Angebot angegeben wird, die Leistungen zu erbringen und Ergebnisse zu liefern. Kantar 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 Kantar nicht vertraglich haftbar ist, verursacht wurden.
- 6.3 Falls sich Kantar 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 Kantar dem Kunden zu gegebener Zeit mitteilen kann.

7 LEISTUNGEN DER MARKT- UND SOZIALFORSCHUNG, ANONYMISIERUNGSGEBOT

- 7.1 Bei den von Kantar angebotenen Leistungen handelt es sich, sofern Kantar im Angebot nicht anderes erklärt (vgl. Ziffer 8.1 der AGB), um Leistungen der Markt- und Sozialforschung.
- 7.2 Kantar erbringt Leistungen der Markt- und Sozialforschung in Übereinstimmung mit den Berufsgrundsätzen und Standesregeln des Arbeitskreises deutscher Marktforschungsinstitute (ADM e.V.) sowie dem ICC/ESOMAR internationaler Kodex zur Markt-, Meinungs- und Sozialforschung sowie zur Datenanalytik (zu finden unter: <https://www.esomar.org/>). Der Kunde erkennt die Berufsgrundsätze und Standesregeln des ADM e.V. (zu finden unter <https://www.adm-ev.de/>), insbesondere die Deutsche Erklärung für das Gebiet der Bundesrepublik Deutschland zum ICC/ESOMAR Internationaler Kodex

zur Markt-, Meinungs- und Sozialforschung sowie zur Datenanalytik an.

- 7.3 Insbesondere erkennt der Kunde an, dass Kantar sich bei der Erbringung von Leistungen der Markt- und Sozialforschung zur Einhaltung des Anonymisierungsgebots des ADM e.V. verpflichtet: Hiernach dürfen Daten, die bei natürlichen oder juristischen Personen durch Befragung, Beobachtung, Aufzeichnung oder auf andere Art erhoben werden, dem Auftraggeber und anderen Dritten, welche nicht als (Unter-)Auftragsverarbeiter von Kantar tätig werden, nur in einer Form übermittelt oder bereitgestellt werden, die die Teilnehmer der Untersuchung nicht erkennen lässt oder identifizierbar macht. Das Anonymisierungsgebot kann nicht dadurch aufgehoben werden, dass die betroffenen Personen in die Übermittlung, Bereitstellung oder Verwendung der erhobenen Daten in personenbezogener Form einwilligen. Wegen des Vorrangs der Anonymisierung darf in der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung eine solche Einwilligung nicht eingeholt werden.
- 7.4 Bei der Erbringung von Leistungen der Markt- und Sozialforschung ist eine Übermittlung oder Bereitstellung der erhobenen Daten in personenbezogener Form nur zwischen privatwirtschaftlichen und öffentlichen Forschungsinstituten und Forschungseinrichtungen und ausschließlich zu wissenschaftlichen Forschungszwecken zulässig. Sie muss zwischen den beteiligten Forschungsinstituten oder Forschungseinrichtungen vorab vertraglich geregelt werden. Die betroffenen Personen müssen unter Berücksichtigung methodischer Aspekte über die Übermittlung, Bereitstellung und Verwendung sie betreffender personenbezogener Daten informiert werden und darin einwilligen.
- 7.5 Gesetzliche Pflichten zur Bereitstellung von Daten an den Auftraggeber oder Dritte, insbesondere im Rahmen von Unterstützungspflichten aus Art. 28 EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), bleiben von den vorstehenden Regelungen unberührt.

8 INDIVIDUALISIERTE BEFRAGUNGSLEISTUNGEN

- 8.1 In Einzelfällen erklärt Kantar im Angebot, dass es sich bei den angebotenen Leistungen um Individualisierte Befragungsleistungen handelt: die angebotenen Leistungen sehen in diesem Fall vor, dass Daten, die bei natürlichen oder juristischen Personen durch Befragung, Beobachtung, Aufzeichnung oder auf andere Art erhoben werden, dem Auftraggeber oder sonstigen Dritten, welche nicht als (Unter-)Auftragsverarbeiter von Kantar tätig werden, in einer Form übermittelt oder bereitgestellt werden können, die die Teilnehmer der Erhebung erkennen lässt oder identifizierbar macht.
- 8.2 Individualisierte Befragungsleistungen werden in Übereinstimmung mit dem internationalen ICC/ESOMAR Kodex (zu finden unter: <https://www.esomar.org/>) sowie mit sämtlichen anwendbaren Gesetzen erbracht, insbesondere im Einklang mit der EU-Datenschutzgrundverordnung, dem deutschen Bundesdatenschutzgesetz und dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb.
- 8.3 Individualisierte Befragungsleistungen gelten in Deutschland gleichwohl nicht als Leistungen der Markt- und Sozialforschung im Sinne der Berufsgrundsätze und

Standesregeln des Arbeitskreises deutscher Marktforschungsinstitute (ADM e.V.) und dürfen weder vom Kunden noch von Kantar so bezeichnet werden.

9 GEISTIGE EIGENTUMSRECHTE UND ÖFFENTLICHE ERKLÄRUNGEN

- 9.1 Die geistigen Eigentumsrechte an einem vom Unternehmen erstellten Angebot sind und bleiben das ausschließliche Eigentum des Unternehmens.
- 9.2 Bei Multi-Client-Studien liegen die geistigen Eigentumsrechte an den Ergebnissen jederzeit beim Unternehmen. Der Kunde hat Anspruch auf den Abschluss der Leistungen und nach Zahlung des gesamten Vergütungsbetrags, der an Kantar 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.
- 9.3 Für kundenspezifische Forschungsleistungen liegen die geistigen Eigentumsrechte an den Ergebnissen beim Kunden, sofern er den gesamten Vergütungsbetrag, der für diese Ergebnisse an Kantar fällig ist, bezahlt hat.
- 9.4 Es wird vereinbart, dass Kantar 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 Kantar verpflichtet, die Anonymität des Kunden, der Befragten oder der Testpersonen zu wahren.
- 9.5 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 vom Unternehmen 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 des Unternehmens. Wenn Kantar 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 Kantar nicht verpflichtet, dem Kunden im Rahmen der Leistungen Lizenzen für die Software Dritter zu beschaffen.
- 9.6 Ungeachtet der obigen Bestimmungen unter Ziffer 9.2 und 9.3 stehen die Ergebnisse dem Kunden nur zum internen Gebrauch zur Verfügung, es sei denn Kantar stimmt ihrer vollständigen oder teilweisen Weitergabe an Dritte oder Veröffentlichung zu oder Kantar gibt sie aufgrund der Natur der Sache frei. Sie dürfen ohne vorherige Zustimmung des Unternehmens zum Zweck der Weitergabe an Dritte oder Veröffentlichung auch nicht

vervielfältigt, gedruckt oder in Dokumentations- und Informationssystemen jeder Art gespeichert, verarbeitet oder verbreitet werden.

Diese Regelungen gelten auch für Ergebnisse, die aus Multi-Client-Studien oder Gemeinschaftsstudien (Syndicated Studies) resultieren. Der Kunde erhält an diesen Ergebnissen kein alleiniges Nutzungsrecht.

- 9.7 Der Kunde darf Ergebnisse nicht auf eine Weise veröffentlichten, durch die die vom Unternehmen gelieferten Erkenntnisse oder Daten übertrieben, verzerrt oder falsch dargestellt werden. Außerdem muss er darauf achten, dass die Publikation weder dem Ruf, noch dem Geschäft des Unternehmens oder eines WPP Konzernunternehmens schadet. Wettbewerbsvergleichende Veröffentlichungen unter Nennung des Unternehmens sind nur nach ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Unternehmens zulässig, nachdem Kantar den konkreten zu veröffentlichenden Text freigegeben hat.
- 9.8 Der Gebrauch von Ergebnissen im Vorfeld rechtsförmlicher Verfahren (z.B. Gerichtsverfahren, Schiedsgerichtsverfahren, behördliche Verfahren) ist ohne die vorherige schriftliche Einwilligung des Unternehmens – vorbehaltlich vorrangiger gesetzlicher/verwaltungsrechtlicher Vorschriften oder gerichtlicher Entscheidungen – untersagt.
- 9.9 Will der Kunde ganz oder teilweise aus den Ergebnissen zitieren, so muss er die Zitate als solche kenntlich machen und dabei Kantar als Verfasser des Ergebnisberichts nennen.
- 9.10 Der Kunde stellt Kantar von allen Ansprüchen frei, die gegen Kantar geltend gemacht werden, weil der Kunde die ordnungsgemäß gewonnenen Ergebnisse vorsätzlich oder fahrlässig rechtswidrig verwendet hat, insbesondere durch rechtswidrige und/oder falsche Werbung.

10 VERTRAULICHKEIT

- 10.1 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.
- 10.2 Ohne Einschränkung der Allgemeingültigkeit von Ziffer 10.1 oben enthalten vom Unternehmen erstellte Angebote vertrauliche Informationen über Kantar. 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 des Unternehmens 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 Kantar zur Erbringung der im Angebot genannten Leistungen verwenden.

11 REFERENZEN GEGENÜBER DRITTEN

- 11.1 Die Parteien erteilen einander die Einwilligung, dass sie und die mit ihnen i.S.d. § 15 AktG verbundenen Unternehmen den Firmen-/Markennamen der jeweils anderen Partei, deren Firmenlogo und das Projektthema/-typ (z.B. „Mitarbeiter-Commitment“, „Kundenzufriedenheit“) als Referenz gegenüber Dritten aufführen dürfen. Diese Einwilligung kann jederzeit von einer der Parteien gegenüber der anderen schriftlich widerrufen werden.
- 11.2 Die Parteien werden Referenzen nicht in falscher, rufo- oder geschäftsschädigender Weise darstellen, insbesondere nicht rechtswidrig oder falsch werben.

12 DATENSCHUTZ, DATENEIGENTUM UND DATENSPEICHERUNG

- 12.1 Soweit die Leistung des Unternehmens 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.
- 12.2 Im Zusammenhang mit personenbezogenen Daten, die der Kunde bereitstellt: (a) darf Kantar diese Daten nur zur Erbringung der Leistung verwenden; (b) muss Kantar 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 Kantar auf berechtigte Anfragen des Kunden antworten, um es diesem zu ermöglichen, die Einhaltung dieses Vertragspunkts seitens des Unternehmens zu überprüfen. Kantar 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 Kantar das Recht vor, zwecks Teilnahme an weiteren Befragungen erneut mit dieser Person Kontakt aufzunehmen.
- 12.3 Ausgefüllte Fragebögen, Audio- und Videobänder sowie Computeraufzeichnungen, die im Zusammenhang mit der Erbringung der Leistung vom Unternehmen und/oder dessen Subunternehmer erstellt werden, sind Eigentum des Unternehmens und werden gemäß den gültigen gesetzlichen Bestimmungen, Vorschriften sowie internen Richtlinien des Unternehmens aufbewahrt, gespeichert, vernichtet bzw. gelöscht.
- 12.4 Soweit gemäß obiger Ziffer 12.3 Befragungsunterlagen vom Unternehmen aufbewahrt werden, können dem

Kunden auf Anfrage und auf seine Kosten Kopien hiervon zur Verfügung gestellt werden. Voraussetzung für eine solche Bereitstellung ist im Falle von Leistungen der Markt- und Sozialforschung (vgl. Ziffer 7) die Wahrung der Anonymität der befragten Personen. Kantar ist nicht verpflichtet, dem Kunden Kopien von Befragungsergebnissen zur Verfügung zu stellen, wenn eine solche Bereitstellung nach dem alleinigen Ermessen des Unternehmens einen Verstoß gegen die gültigen datenschutzrechtlichen Bestimmungen bzw. im Falle von Leistungen der Markt- und Sozialforschung einen Verstoß gegen die datenschutzrechtlichen Bestimmungen, ADM-Richtlinien oder die deutsche Erklärung zum ESOMAR-Kodex darstellen würde. Der Kunde sichert zu, alle Befragungsunterlagen, die ihm vom Unternehmen zur Verfügung gestellt werden, entsprechend den gültigen datenschutzrechtlichen Bestimmungen und Vorschriften aufzubewahren und zu verwenden.

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

13 VERANTWORTLICHKEIT FÜR DIE ZULÄSSIGKEIT DER KONTAKTIERUNG, DATENERHEBUNG, -VERARBEITUNG UND -NUTZUNG

- 13.1 Der Kunde garantiert, dass die Kontaktierung der Befragten, Datenerhebung, -verarbeitung und -nutzung rechtlich zulässig ist, insbesondere dass, sofern gesetzlich erforderlich, gültige Einwilligungen der Befragten vorliegen.
- 13.2 Im Falle eines Verstoßes gegen die vorstehende Regelung ist Kantar zur außerordentlichen Kündigung berechtigt. Daneben stellt der Kunde Kantar von sämtlichen Ansprüchen, Forderungen und Kosten im Zusammenhang mit einem Verstoß gegen diese Regelung frei, soweit nicht Kantar diese schuldhaft verursacht hat.

14 GEWÄHRLEISTUNG

- 14.1 Mängelansprüche des Kunden richten sich nach den gesetzlichen Vorschriften, sofern nachfolgend nichts anderes bestimmt ist.
- 14.2 Kantar gewährleistet die ordnungsgemäße Durchführung und Auswertung der Leistungen.
- 14.3 Gewährleistungsansprüche bestehen bei offensichtlichen Mängeln nur dann, wenn der Auftraggeber diese zwei Wochen nach Erhalt der Ergebnisse schriftlich Kantar gegenüber rügt. Bei nicht offensichtlichen Mängeln gilt diese Frist ab Kenntnisaufnahme des Mangels.
- 14.4 Die Gewährleistungsfrist beginnt mit Erhalt der letzten rechtserheblichen Ergebnisse (Daten) und beträgt ein Jahr.

15 HAFTUNG

- 15.1 Kantar haftet nach den gesetzlichen Bestimmungen, sofern der Kunde Schadensersatzansprüche geltend macht, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit auf Seiten von Kantar, einschließlich Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der Vertreter, Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen von Kantar beruhen.

- 15.2 Kantar haftet nach den gesetzlichen Bestimmungen, sofern Kantar oder die Vertreter, Erfüllungs- oder Verrichtungsgehilfen von Kantar leicht fahrlässig eine wesentliche Vertragspflicht verletzen; in diesem Fall ist jedoch die Schadenersatzhaftung der Höhe nach auf den bei Vertragsabschluss vorhersehbaren, vertragstypischen Schaden begrenzt.

Eine weitergehende Haftung von Kantar (insbesondere für mittelbare, unvorhersehbare Schäden und Folgeschäden) ist in diesem Falle ausgeschlossen.

Wesentliche Vertragspflichten sind solche, auf deren Erfüllung der Kunde vertraut hat und auch vertrauen durfte.

Die Parteien sind sich einig, dass der jeweilige Auftragswert als Haftungshöchstsumme sämtliche vertragstypischen und vorhersehbaren Schäden abdeckt.

- 15.3 Sofern Kantar oder die Vertreter, Erfüllungs-, oder Verrichtungsgehilfen von Kantar leicht fahrlässig eine nicht-wesentliche Vertragspflicht im Sinne von Ziffer 15.2 Unterabsatz 3 verletzen, ist die Haftung von Kantar vollständig ausgeschlossen.
- 15.4 Die Haftung wegen schuldhafter Verletzung des Lebens, des Körpers, oder der Gesundheit bleibt von den vorstehenden Bestimmungen unberührt; dies gilt auch für die zwingende Haftung aus einer verschuldensunabhängigen Garantie, nach dem Produkthaftungsgesetz und anderen gesetzlich zwingend vorgeschriebenen verschuldensunabhängigen Haftungstatbeständen.
- 15.5 Der Kunde erkennt hiermit an, dass er allein für die Folgen der Maßnahmen verantwortlich ist, die er aufgrund der Ergebnisse trifft, es sei denn, es liegt eine Pflichtverletzung auf Seiten von Kantar vor. Bei Vorliegen einer Pflichtverletzung von Kantar gelten die vorgenannten Bestimmungen zur Haftung unverändert.
- 15.6 Sofern der Kunde wegen angeblicher Pflichtverletzungen von Kantar in Anspruch genommen wird und der Kunde Kantar auf Regress in Anspruch nehmen will, ist Kantar unverzüglich zu informieren. Kantar ist berechtigt, sich an dem Rechtsstreit zu beteiligen. Dieses Recht lässt die Verteidigungsrechte des Kunden unberührt.

16 PRODUKTTESTS

- 16.1 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 dem Unternehmen zur Verfügung gestellt werden, damit diese den Testteilnehmern weitergegeben werden können.

- 16.2 Der Kunde muss Kantar sowie die WPP Konzernunternehmen für alle Verluste, Ansprüche Dritter, Forderungen, Schäden, Kosten, Aufwendungen oder Verbindlichkeiten (oder Klagen, Untersuchungen oder sonstige Verfahren im Zusammenhang damit) entschädigen, die dem Unternehmen oder WPP Konzernunternehmen unter Umständen direkt oder indirekt aus oder in Verbindung mit den Tests oder der Verwendung dieser Produkte, Muster oder Testmaterialien entstehen. Falls vom Unternehmen verlangt, muss der Kunde einen Nachweis für die ausreichende Produkthaftung oder für eine andere, vom Unternehmen bestimmte Haftpflichtversicherung vorlegen.
- 16.3 Kantar haftet nicht für die Verwendung, den Verlust oder die Beschädigung dieser Produkte, Muster oder Testmaterialien, nachdem sie den Befragten übergeben wurden.
- 16.4 Im Übrigen gelten die Bestimmungen des Produkthaftungsgesetzes.

17 VERSCHIEDENES

- 17.1 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.
- 17.2 Schriftform im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind auch Telefax und E-Mail.
- 17.3 Kantar 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.
- 17.4 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 des Unternehmens für Betrug oder falsche Darstellung in betrügerischer Absicht aus.
- 17.5 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 Durchsetz-

barkeit dieser oder einer anderen Bestimmung des vorliegenden Vertrages nach den Gesetzen eines anderen Rechtssystems.

- 17.6 Keine Bestimmung des vorliegenden Vertrages kann von Dritten durchgesetzt werden.
- 17.7 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.