

Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Markt- und Sozialforschungsaufträge

planung & analyse 1/2000, S. 11

Bundeskartellamt verabschiedet AGB-Empfehlung des ADM

Mit einer Bekanntmachung Nr. 177/99 des BKartA vom 4. November 1999 wurde die vom Arbeitskreis Deutscher Marktforschungsinstitute e.V. (ADM) angemeldete Neufassung der Allgemeinen Geschäftsbedingungen wirksam. Ganz exakt formuliert handelt es sich um "Empfehlungen für Geschäftsbedingungen zwischen Auftraggebern und privat rechtlich verfassten Markt- und Sozialforschungsinstituten als Auftraggeber".

Inhalt der AGB für jeden Markt- und Sozialforscher und für jeden Auftraggeber von größter Bedeutung

Die empfohlenen Allgemeinen Geschäftsbedingungen regeln vor allem: Inhalt des Auftrages; Durchführung des Auftrages als Dienst-, nicht als Werkleistung; Vergütungsmodalitäten; regelmäßig keine Exklusivität; nur Verwendung für den Eigengebrauch; Urheber- und Eigentumsrechte; Mitwirkung des Auftraggebers unter Wahrung der Anonymität der Befragten; Aufbewahrungspflichten; Vertraulichkeit; Gewährleistung und Haftung; Termine; Produkttests; Erfüllungs- und Gerichtsstand. Der vollständige Text ist als pdf-Datei abrufbar über die Homepage des ADM www.adm-ev.de; auch in englischer Sprache. Siehe auch context 26/99.

Sinn und Zweck der Allgemeinen Geschäftsbedingungen

Das Gesetz ist nicht speziell auf Forschungsaufträge hin formuliert. Die Geschäftsbedingungen der Auftraggeber befassen sich mit andersartigen Aufträgen. Die Lücke muss mit speziellen Regelungen geschlossen werden; eben mit diesen AGB.

Interessen der Auftraggeber gewahrt

Das Anmeldeverfahren stellte sicher, dass die Interessen der Betroffenen und sonstigen Beteiligten voll gewahrt werden. Zu den vom ADM empfohlenen AGB haben insbesondere der Bundesverband der Deutschen Industrie und auch der Bundesverband Deutscher Markt- und Sozialforscher (BVM) Stellung genommen. Das BKartA hat dann schließlich umfassend geprüft und dabei vor allem auf die Auftraggeberinteressen geachtet.

Vereinbarung erforderlich

Die AGB sind nicht automatisch verbindlich, auch für die ADM-Institute und die BVM-Mitglieder nicht. Die Institute und die Auftraggeber müssen vereinbaren, dass die empfohlenen Geschäftsbedingungen für den einzelnen Auftrag verbindlich sind. Beliebiger, aber untauglich ist, erst nach Abschluss des Vertrages einseitig auf die Geschäftsbedingungen hinzuweisen; zum Beispiel auf der ersten Rechnung. Vereinbart sind die Geschäftsbedingungen selbst dann nicht, wenn sie auf der Vertragsrückseite abgedruckt sind, im Vertragstext selbst jedoch nicht wörtlich oder

sinngemäß erklärt wird: "Die auf diesem Blatt auf der Rückseite abgedruckten Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Bestandteil dieses Vertrages."

Wer kann die vom ADM empfohlenen AGB vereinbaren?

Jeder, auch wenn er nicht Mitglied des ADM ist, darf und sollte die vom ADM empfohlenen Allgemeinen Geschäftsbedingungen verwenden. Die Vorteile der ADM-Mitglieder bestehen darin, dass die Mitgliedsinstitute stets in alle Themen und Entwicklungen der empirischen Markt- und Sozialforschung professionell eingebunden sind und mitgestalten können.

Abweichungen

Jedem Markt- und Sozialforscher, auch den ADM-Instituten, steht frei, von den empfohlenen AGB abzuweichen. Teile können gestrichen, Ergänzungen dürfen hinzugefügt werden. Stets muss jedoch das Gesetz zur Regelung des Rechts der Allgemeinen Geschäftsbedingungen gewahrt bleiben. Vorsicht: Es besteht die Gefahr, dass sich Änderungen mit anderen Bestimmungen der AGB widersprechen.

Summa summarum

Auch wenn sich im Einzelnen noch Probleme ergeben können, unfraglich ist: Wer als Auftragnehmer oder als Auftraggeber die in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen geregelten Fragen vertraglich negiert, forscht unprofessionell und wird sich über kurz oder lang schaden; unter Umständen sogar ruinieren. Die Forderungen können, wie die Praxis zeigt, schnell in die Hunderttausende gehen. Institutsmitarbeitern und Mitarbeitern der Auftraggeber droht gleichermaßen, dass ihr Arbeitgeber bei ihnen Schaden regressiert.