

Bernd Stauss / Frank Dornach / Christian Coenen

Zufriedenheitsmanagement in Deutschland

Von der Messung zur Unternehmenssteuerung

Die Studie ist die erstmalige und branchenübergreifende Analyse des aktuellen Standes des Zufriedenheitsmanagements in deutschen Unternehmen. Insgesamt wurden über 200 Großunternehmen mit Schwerpunkt "Business-to-Consumer" befragt, die meist mehr als 1000 Mitarbeiter beschäftigen und Jahresumsätze von über 500 Millionen Euro erwirtschaften. Die befragten Unternehmen stammen überwiegend aus den Branchen Finanzdienstleistung, Logistik, Handel und Touristik.



An: <i>ServiceBarometer AG</i> Gottfried-Keller-Str. 12, 81245 München	E-Mail: orga@servicebarometer.de
Fax: 089 / 89 66 69-10	Tel.: 089 / 89 66 69-0

Anforderung Gesamtstudienband

Hiermit bestellen wir verbindlich den gebundenen 80-seitigen Gesamtstudienband zur Studie „Kundenzufriedenheitsmanagement in Deutschland“ zum Einzelpreis von € 49.- (inkl. Versand und 7% MwSt.). Die Lieferung per Post erfolgt innerhalb von 10 Tagen.

Studie	Anzahl
Gesamtstudienband „Zufriedenheitsmanagement in Deutschland“	

Rechnungs- und Lieferanschrift:

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

Datum

Unterschrift

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) von ServiceBarometer AG

Grundlage für die Geschäftsbedingungen von ServiceBarometer AG sind die Empfehlungen des ADM (Arbeitskreis Deutscher Marketingforschungsinstitute e. V.), des "Internationalen Codex für die Praxis der Marketingforschung" der ICC (Internationale Handelskammer) und des "Code of Standards and Ethical Practice" der ESOMAR (European Society for Opinion and Marketing Research).

§ 1 ServiceBarometer AG übt seine Tätigkeit im Sinne beratender Dienstleistungen in Übereinstimmung mit den anerkannten Regeln des Berufsstandes der Markt- und Sozialforscher aus.

§ 2 ServiceBarometer AG unterbreitet dem Interessenten ein Angebot grundsätzlich in Form eines Untersuchungsvorschlags, in dem die Aufgabenstellung, die zu ihrer Erfüllung zu erbringenden Leistungen, der Zeitbedarf für die Untersuchung sowie das zu zahlende Honorar angegeben werden.

Der Interessent erhält den Untersuchungsvorschlag ausschließlich zur Entscheidung über die Auftragsvergabe der angebotenen Leistung. Sein Inhalt darf, wenn nichts anderes vereinbart ist, nur im gegenseitigen Einvernehmen ganz oder teilweise veröffentlicht oder an Dritte weitergegeben werden.

Die Kosten für Besprechungen außerhalb des Sitzes von ServiceBarometer AG sind zu ersetzen, wenn der Interessent vorher darauf hingewiesen worden ist.

Soweit der Auftraggeber mit dem Auftrag ein Ziel verfolgt, das für ServiceBarometer AG nicht offensichtlich ist, weist ihn ServiceBarometer AG darauf hin. Der Auftraggeber muss dann schriftlich sein Ziel offen legen.

§ 3 Das im Untersuchungsvorschlag genannte Honorar umfasst grundsätzlich alle von ServiceBarometer AG im Zusammenhang mit der Durchführung des Auftrags im Untersuchungsvorschlag angebotenen Leistungen.

Für darüber hinausgehende vom Auftraggeber gewünschte Leistungen kann ServiceBarometer AG ein zusätzliches Honorar verlangen.

Mehrkosten, die von ServiceBarometer AG nicht zu vertreten sind und Mehrkosten, die von ServiceBarometer AG bei Auftragserteilung trotz gebotener Sorgfalt nicht voraussehbar waren, kann ServiceBarometer AG gesondert in Rechnung stellen, wenn sie an einen sachlich berechtigten Grund anknüpfen und für den Auftraggeber klar erkennbar und hinreichend bestimmt sind. Das gilt auch, wenn der Auftraggeber diese Kosten nicht zu vertreten hat.

Änderungen des Auftragsvolumens nach Vertragsabschluss bedürfen einer ausdrücklichen Vereinbarung zwischen den Parteien.

§ 4 Die Exklusivität für bestimmte Produktfelder, Untersuchungsgegenstände oder Untersuchungsmethoden kann ServiceBarometer AG 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.

§ 5 Der Auftraggeber erhält die Untersuchungsberichte ausschließlich zu seinem eigenen Gebrauch. Ihr Inhalt darf, wenn nichts anderes vereinbart ist, nur im gegenseitigen Einvernehmen ganz oder teilweise veröffentlicht oder an Dritte weitergegeben werden. Zu einem solchen Zweck dürfen die Untersuchungsberichte auch nicht vervielfältigt, gedruckt oder in Informations- und Dokumentationssystemen jeder Art gespeichert, verarbeitet oder verbreitet werden. Diese Regelungen gelten nicht für die Untersuchungsergebnisse selbst (vgl. § 6). Will der Auftraggeber ganz oder teilweise aus dem Untersuchungsbericht zitieren, so muss er die Zitate als solche kenntlich machen und dabei Ser-

viceBarometer AG als Verfasser des Untersuchungsberichts benennen.

§ 6 Die Untersuchungsergebnisse stehen, wenn nichts anderes schriftlich vereinbart wird, nur dem jeweiligen Auftraggeber zu dessen freier Verfügung.

Der Auftraggeber stellt ServiceBarometer AG von allen Ansprüchen frei, die gegen ServiceBarometer AG geltend gemacht werden, weil der Auftraggeber die ordnungsgemäß gewonnenen Ergebnisse vorsätzlich oder fahrlässig rechtswidrig verwendet hat (z. B. rechtswidrig und / oder falsch mit ihnen wirbt).

§ 7 ServiceBarometer AG verbleiben alle Rechte, die ihr nach dem Urheberrechtsgesetz zustehen.

Das Eigentum an dem bei Durchführung des Auftrags angefallenen Material – Datenträger jeder Art, Fragebogen, weitere schriftliche Unterlagen usw. – und der angefallenen Daten liegt, wenn nichts anderes vereinbart wird, bei ServiceBarometer AG. Die Anonymität der Befragten oder der Testpersonen darf durch solche Vereinbarungen nicht gefährdet werden.

Das Urheberrecht des Auftraggebers an Unterlagen, die er erarbeitet hat, bleibt unberührt.

§ 8 Die Mitwirkung des Auftraggebers bei der Untersuchung sowie die Überprüfung der Durchführung und der Ergebnisse der Untersuchung durch den Auftraggeber bedürfen einer gesonderten Vereinbarung. Dabei ist ServiceBarometer AG verpflichtet, die Anonymität der Befragten oder der Testpersonen zu wahren.

Deswegen entstehende Mehrkosten müssen vom Auftraggeber getragen werden.

§ 9 ServiceBarometer AG verpflichtet sich, Erhebungunterlagen für einen Zeitraum von einem Jahr und Datenträger für einen Zeitraum von zwei Jahren nach Ablieferung des Untersuchungsberichts aufzubewahren, soweit nicht eine andere Vereinbarung ausdrücklich getroffen wurde.

§ 10 ServiceBarometer AG ist verpflichtet, sämtliche ihr vom Auftraggeber gegebenen Informationen streng vertraulich zu behandeln und sie ausschließlich für die Durchführung des Auftrages zu verwenden.

§ 11 Gewährleistung und Haftung von ServiceBarometer AG richten sich, sofern nachfolgend nichts anderes bestimmt ist, nach den gesetzlichen Vorschriften.

Will der Auftraggeber bei nicht termingerechter Übermittlung, die auf Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit von ServiceBarometer AG beruht, Rechte aus der Behauptung geltend machen, die erbrachte Teilleistung habe für ihn kein Interesse mehr, so muss er dieses fehlende Interesse glaubhaft machen.

Nicht vorhersehbare, atypische Schäden und Schäden, die dem Herrschafts- und Risikobereich des Auftraggebers zuzurechnen sind, sind sowohl bei Verzug als auch bei Schlechterfüllung dem Auftraggeber nicht zu ersetzen, wenn der Auftraggeber Kaufmann im Sinne des HGB ist.

ServiceBarometer AG haftet nicht für leichte Fahrlässigkeit. Dies gilt auch, soweit das Verhalten zugleich eine unerlaubte Handlung darstellt. Dieser Haftungsausschluss bezieht sich nicht auf wesentliche Vertragspflichten, auf deren Einhaltung der Auftraggeber deshalb vertrauen können muss und nicht auf die Verletzung von Leben, Körper und Gesundheit.

§ 12 Sollte die Lieferung der Untersuchungsberichte / Untersuchungsergebnisse nicht termingerecht erfolgen oder sollte Testmaterial beschädigt werden oder verloren gehen, kann der Auftraggeber ServiceBarometer AG

eine angemessene Frist zur Leistung oder Nacherfüllung setzen. Im Übrigen gelten die gesetzlichen Bestimmungen. ServiceBarometer AG steht nicht für die Folgen verspäteter Lieferung bzw. des Verlustes oder der Beschädigung von Testmaterial ein, soweit die Verspätung bzw. der Verlust oder die Beschädigung auf Umständen beruht, die

a) außerhalb des betrieblichen Bereichs von ServiceBarometer AG liegen, insbesondere im Bereich des Auftraggebers und von ServiceBarometer AG nicht schuldhaft herbeigeführt worden sind, bei Naturkatastrophen oder sonstigen Fällen höherer Gewalt, bei hoheitlichen Eingriffen und bei Arbeitskämpfen; oder

b) die zwar innerhalb des betrieblichen Bereichs von ServiceBarometer AG liegen, jedoch von ihr nicht zu vertreten sind, insbesondere bei Beeinträchtigungen des Betriebsablaufs aufgrund höherer Gewalt, aufgrund hoheitlicher Eingriffe oder aufgrund von Arbeitskämpfen.

Ein Rücktrittsrecht des Auftraggebers nach den gesetzlichen Bestimmungen bleibt hiervon unberührt.

§ 13 Für Produkttests gelten die folgenden Bestimmungen:

Der Auftraggeber stellt ServiceBarometer AG von allen Ansprüchen frei, die wegen Schäden, die durch einen Fehler des zu testenden Produkts verursacht werden, gegen ServiceBarometer AG oder gegen Mitarbeiter von ServiceBarometer AG gestellt werden.

Der Auftraggeber trägt die Verantwortung dafür, dass alle erforderlichen chemischen, medizinischen, pharmazeutischen oder sonstigen Prüfungen / Untersuchungen / Analysen des Testprodukts 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 dabei kein Hinweis ergab, dass das Produkt irgendwelche Schäden hervorrufen kann.

Der Auftraggeber trägt die Verantwortung dafür, dass alle durch Gesetz oder Verordnung vorgeschriebenen und / oder für die Verwendung des Produkts notwendigen Informationen ServiceBarometer AG zur Verfügung gestellt werden, damit diese den Testteilnehmern weitergegeben werden können.

Im Übrigen gelten die Bestimmungen des Produkthaftungsgesetzes.

§ 14 Die vereinbarten Honorare dienen zur Finanzierung der Durchführung der jeweiligen Untersuchung. Deswegen ist jeweils ein Drittel der vereinbarten Honorarsumme zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer bei Auftragserteilung, bei Beginn der Erhebungsarbeit und bei Ablieferung der Ergebnisse jeweils mit 14 Tagen Zahlungsziel fällig. Soweit es der Untersuchungsansatz oder die Auftragssumme angezeigt erscheinen lassen, kann eine abweichende Regelung getroffen werden.

§ 15 Erfüllungsort und Gerichtsstand ist, wenn die Vertragsparteien Kaufleute sind, der Sitz von ServiceBarometer AG.

§ 16 Falls einzelne Bestimmungen unwirksam sind oder unwirksam werden, wird davon die Gültigkeit der anderen Bestimmungen nicht berührt. Unwirksame Bestimmungen sind durch Regelungen zu ersetzen, deren wirtschaftlicher Erfolg dem mit der unwirksamen Klausel Beabsichtigten soweit wie möglich entspricht.

§ 17 Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen betreffen nicht die Zusammenarbeit zwischen privatrechtlich verfassten Markt- und Sozialforschungsinstituten zur Erfüllung von Aufträgen.

München, Mai 2005