

## Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für die Nutzung von F.A.Z.-Research

### I. Geltungsbereich

1.) Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) finden Anwendung auf alle Verträge zwischen der Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH (im folgenden „F.A.Z.“), Hellerhofstr. 2-4, 60327 Frankfurt am Main (Tel.: 0049 (0)69 7591 0; E-Mail: faz-archiv@faz.de), Amtsgericht Frankfurt am Main HRB 7344, vertreten durch die Geschäftsführer Thomas Lindner (Vorsitzender) und Burkhard Petzold, und ihren Vertragspartnern (im folgenden „Kunde“) über die Erbringung von Research-Leistungen. Entgegenstehende oder abweichende Geschäftsbedingungen des Kunden werden nicht anerkannt. Eine Anerkennung ist auch dann nicht anzunehmen, wenn den AGB des Kunden nicht in jedem Einzelfall ausdrücklich widersprochen wird.

2.) Vertragspartner der F.A.Z. ist stets der Kunde. Ist der Kunde nach dem Vertragsinhalt berechtigt, die Inhalte weiteren Nutzern zur Verfügung zu stellen (z.B. im Rahmen seiner Informationsvermittlungstätigkeit), bleibt stets der Kunde gegenüber der F.A.Z. für die Einhaltung des vereinbarten Nutzungsumfangs auch durch seine Auftraggeber allein verantwortlich.

### II. Vertragsgegenstand

1.) F.A.Z.-Research ist ein Service für Geschäftskunden und bietet mit einer vielfältigen Produktpalette folgende Leistungen an:

- Management-Summary und Kompaktanalyse: Kompakte Zusammenfassung und Analyse mit Dokumenten, Grafiken und Daten.
- Markt- und Branchenreport: von Fachleute beschriebene und analysierte Fragestellungen zu von Kunden definierten Branchen und Märkten.
- Desk-Research und Themendossier: Systematische Zusammenstellung von Dokumenten.
- Faktencheck, Firmengeschichte, Medienanalyse. Grafikservice: Konzeption und Erstellung von Informationsgrafiken in F.A.Z.-Qualität.

- Corporate Audio Publishing: Hochklassige Audioproduktion. Hörbücher, Podcasts und Audio-Features nach Kundenvorgaben.

- Termindienst: Termine im Lieferrhythmus und Themenarrangement nach Kundenwahl. Verfügbar als Wochen- oder Jahresübersicht.

- Die 100 größten Unternehmen. Business Edition: Geballtes Wissen über die größten Unternehmen Deutschlands, Europas und der Welt.

2.) Der Vertrag kommt mit Bestätigung des F.A.Z.-Angebots durch den Kunden zustande. Die Bestätigung erfolgt schriftlich oder per E-Mail.

3.) Die F.A.Z. liefert die Research-Ergebnisse per E-Mail, FTP-Upload oder Briefpost.

### III. Pflichten des Kunden

1.) Der Kunde haftet für alle aus der Nutzung der Research-Ergebnisse resultierenden Rechtsverletzungen von Rechten Dritter, insbesondere der Urheber-, Marken- und Eigentumsrechte.

2.) Werden die Research-Ergebnisse im Auftrag eines Dritten bestellt, so müssen diese nach Weitergabe an den Dritten beim Kunden unverzüglich gelöscht werden.

3.) Ebenso hat der Kunde seine Auftraggeber auf die Einhaltung des jeweils vertraglich vereinbarten Nutzungsrechts ausdrücklich hinzuweisen und zu verpflichten, um eine missbräuchliche Nutzung der Research-Ergebnisse auszuschließen.

4.) Copyrightzeichen, Autorenvermerke, sowie andere Vermerke müssen unverändert angezeigt werden. Ferner müssen die Quellen (z.B. „Frankfurter Allgemeine Zeitung“) angegeben werden.

5.) Dem Kunden ist es untersagt, die Research-Ergebnisse in einer Art und Weise zu verwenden, die sinnentstellend ist oder von der bekannt ist bzw. der Kunde weiß oder annehmen muss, dass sie eine politisch oder religiös extreme und/oder gewaltverherrlichende, pornografische und/oder sonst wie sittlich anstößige Ausrichtung hat.

## IV. Nutzungsrechte

1.) Der Kunde erwirbt mit Zahlung des vereinbarten Preises das nicht ausschließliche Recht, die Research-Ergebnisse für den Eigenbedarf zu nutzen. Alle darüber hinausgehenden Rechte verbleiben bei der F.A.Z.

2.) Das eingeräumte Nutzungsrecht erlaubt insbesondere nicht die weitere Verwertung durch Vervielfältigungs- und Verbreitungshandlungen oder öffentliche Zugänglichmachung, es sei denn, etwas anderes wurde mit der F.A.Z. ausdrücklich schriftlich vereinbart. Erlaubte Vervielfältigungshandlungen sind die vorübergehende Vervielfältigung, die flüchtig, begleitend und für die Erfüllung des Vertragszwecks erforderlich ist, sowie der Ausdruck der Research-Ergebnisse. Ein Nachdruckrecht oder ein Recht zur dauerhaften Speicherung ist damit nicht verbunden. Der Kunde ist insbesondere nicht berechtigt, die Research-Ergebnisse zum Aufbau eines Datenbanksystems, eines elektronischen Archivs oder Pressespiegels zu nutzen.

3.) Dem Kunde ist es nicht gestattet, die Research-Ergebnisse oder Vervielfältigungen von diesen Dritten zugänglich zu machen oder an Dritte weiterzugeben, es sei denn die Zugänglichmachung oder Weitergabe der Research-Ergebnisse oder Vervielfältigungen von diesen an Dritte wurde mit der F.A.Z. jeweils vertraglich vereinbart oder der Kunde handelt im Auftrag eines Dritten. In diesen Fällen finden die Schranken des eingeräumten Nutzungsrechts entsprechend für die Dritten Anwendung.

## V. Kosten und Zahlungsbedingungen

1.) Es gelten die jeweils zwischen dem Kunden und der F.A.Z. zum Zeitpunkt des Vertragsschlusses vereinbarten Preise.

2.) Die Rechnungsstellung für die Bereitstellung und Nutzung der Research-Ergebnisse erfolgt nach Auftragsbestätigung durch den Kunden. Eine Rückgabe ist ausgeschlossen. Der Rechnungsbetrag ist zahlbar innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungsstellung.

3.) Eine Aufrechnung gegenseitiger Ansprüche ist ausgeschlossen.

## VI. Widerrufsrecht

### Widerrufsbelehrung

### Widerrufsrecht

Wenn Sie Verbraucher sind, haben Sie das Recht, binnen vierzehn Tagen ohne Angabe von Gründen diesen Vertrag zu widerrufen. Die Widerrufsfrist beträgt vierzehn Tage ab dem Tag, an dem Sie oder ein von Ihnen benannter Dritter, der nicht der Beförderer ist, die Waren in Besitz genommen haben bzw. hat. Um Ihr Widerrufsrecht auszuüben, müssen Sie uns

*Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH  
Archive und Informationsprodukte  
Hellerhofstr. 2-4  
60327 Frankfurt am Main*

*Tel: 0049 (0) 69 - 7591 - 2986  
Fax: 0049 (0) 69 - 7591 - 2278  
E-Mail: faz-research@faz.de*

mittels einer eindeutigen Erklärung (z.B. ein mit der Post versandter Brief, Telefax oder E-Mail) über Ihren Entschluss, diesen Vertrag zu widerrufen, informieren.

Sie können dafür das beigefügte Muster-Widerrufsformular verwenden, das jedoch nicht vorgeschrieben ist. Sie können das Muster-Widerrufsformular oder eine andere eindeutige Erklärung auch auf unserer Webseite

<http://www.faz-rechte.de/widerrufsformular.htm>

elektronisch ausfüllen und übermitteln. Machen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, so werden wir Ihnen unverzüglich (z.B. per E-Mail) eine Bestätigung über den Eingang eines solchen Widerrufs übermitteln. Zur Wahrung der Widerrufsfrist reicht es aus, dass Sie die Mitteilung über die Ausübung des Widerrufsrechts vor Ablauf der Widerrufsfrist absenden.

## Folgen des Widerrufs

Wenn Sie diesen Vertrag widerrufen, haben wir Ihnen alle Zahlungen, die wir von Ihnen erhalten haben, einschließlich der Lieferkosten (mit Ausnahme der zusätzlichen Kosten, die sich daraus ergeben, dass Sie eine andere Art der Lieferung als die von uns angebotene, günstigste Standardlieferung gewählt haben), unverzüglich und spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag zurückzuzahlen, an dem die Mitteilung über Ihren Widerruf dieses Vertrags bei uns eingegangen ist.

Für diese Rückzahlung verwenden wir dasselbe Zahlungsmittel, das Sie bei der ursprünglichen Transaktion eingesetzt haben, es sei denn, mit Ihnen wurde ausdrücklich etwas anderes vereinbart; in keinem Fall werden Ihnen wegen dieser Rückzahlung Entgelte berechnet. Wir können die Rückzahlung verweigern, bis wir die Waren wieder zurückerhalten haben oder bis Sie den Nachweis erbracht haben, dass Sie die Waren zurückgesandt haben, je nachdem, welches der frühere Zeitpunkt ist.

Sie haben die Waren unverzüglich und in jedem Fall spätestens binnen vierzehn Tagen ab dem Tag, an dem Sie uns über den Widerruf dieses Vertrags unterrichten, an uns,

*Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH  
Archive und Informationsprodukte  
Hellerhofstr. 2-4  
60327 Frankfurt am Main*

zurückzusenden oder zu übergeben. Die Frist ist gewahrt, wenn Sie die Waren vor Ablauf der Frist von vierzehn Tagen absenden.

Sie tragen die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Waren. Sie müssen für einen etwaigen Wertverlust der Waren nur aufkommen, wenn dieser Wertverlust auf einen zur Prüfung der Beschaffenheit, Eigenschaften und Funktionsweise der Waren nicht notwendigen Umgang mit ihnen zurückzuführen ist.

Ende der Widerrufsbelehrung

## VII. Gewährleistung und Haftung

1.) Die F.A.Z. übernimmt keine Gewähr dafür, dass die zur Verfügung gestellten Research-Ergebnisse inhaltlich richtig, vollständig oder für einen bestimmten Zweck geeignet sind. Insoweit ist jegliche Haftung der F.A.Z. ausgeschlossen.

2.) Die F.A.Z. haftet nicht für solche Schäden und/oder Rechtsverteidigungskosten, die dem Kunden und/oder den weiteren Nutzern der Research-Ergebnisse dadurch entstehen, dass Dritte insbesondere, aber nicht nur, wettbewerbs-, presse- oder urheberrechtliche Ansprüche oder Schutzrechte ausschließlich gegenüber dem Kunden und/oder den weiteren Nutzern der der Research-Ergebnisse geltend machen. Soweit die F.A.Z., der Kunde und/oder die weiteren Nutzer jeweils alleine, gemeinsam oder nebeneinander insbesondere, aber nicht nur, wettbewerbs-, presse- oder urheberrechtlich in Anspruch genommen werden, trägt jeder von ihnen seinen Schaden(-santeil) und/oder seine Rechtsverteidigungskosten (-quote) selbst.

3.) Für alle übrigen Schäden, gleich woraus diese resultieren, haftet die F.A.Z. unbeschränkt bei Vorsatz oder grober Fahrlässigkeit der F.A.Z., ihrer gesetzlichen Vertreter, Angestellten oder sonstigen Erfüllungsgehilfen. Dies gilt entsprechend im Falle der Verletzung vor- oder nebenvertraglicher Pflichten, bei unerlaubter Handlung, bei Mangel- und Mangelfolgeschäden sowie bei Verzug und Unmöglichkeit.

4.) Bei leichter Fahrlässigkeit haftet die F.A.Z. nur, soweit wesentliche Vertragspflichten, d.h. Pflichten, deren Erfüllung die ordnungsgemäße Durchführung des Vertrages überhaupt erst ermöglicht und auf deren Einhaltung der Vertragspartner regelmäßig vertrauen darf („Kardinalpflichten“) verletzt werden und nur insoweit, als die Schäden vorhersehbar waren. Die Haftung ist in diesen Fällen der Höhe nach begrenzt auf EUR 10.000,-- pro Schadensfall.

5.) Die vorstehend in Ziffer VII.4. aufgeführten Haftungsausschlüsse bzw. -beschränkungen gelten nicht bei Schäden aufgrund des Fehlens abgegebener Zusicherungen, bei einer Haftung nach dem Produkthaftungsgesetz sowie bei Schäden aufgrund

der Verletzung des Lebens, des Körpers oder der Gesundheit.

6.) Die vorstehend aufgeführten Haftungsausschlüsse bzw. -beschränkungen gelten gleichermaßen bei Ansprüchen des Kunden und/oder der weiteren Nutzer gegenüber den gesetzlichen Vertretern der F.A.Z. sowie deren leitenden Angestellten und sonstigen Erfüllungsgehilfen.

## VIII. Vertraulichkeit und Datenschutz

1.) Die F.A.Z. und der Kunde vereinbaren Vertraulichkeit bzgl. Informationen zum Vertragsverhältnis und Vertragsinhalt. Diese Verpflichtung besteht auch über das Vertragsende hinaus.

2.) Die F.A.Z. garantiert die Einhaltung datenschutzrechtlicher Bestimmungen bei der Speicherung der persönlichen sowie der zu Abrechnungs- und Auswertungszwecken jeweils protokollierten Daten des Kunden.

## IX. Sonstige Bestimmungen

1.) Die Nutzung der Inhalte erfolgt ausschließlich auf Grundlage dieser Geschäftsbedingungen.

2.) Die F.A.Z. behält sich das Recht vor, angebotene Dienstleistungen jederzeit ganz oder teilweise einzustellen oder abzuändern.

3.) Sondervereinbarungen gelten nur bei schriftlicher Bestätigung durch die F.A.Z. Mündliche Nebenabreden bestehen nicht.

4.) Der mit dem Kunden zustande gekommene Vertrag unterliegt ausschließlich deutschem Recht unter Ausschluss des UN-Kaufrechts.

5.) Ist der Kunde Kaufmann, eine juristische Person des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtliches Sondervermögen, so ist ausschließlicher Gerichtsstand der Sitz der F.A.Z.

6.) Sollte eine Klausel dieses Vertrages unwirksam sein, so berührt dies die Wirksamkeit der übrigen Klauseln nicht. Unwirksame Bestimmungen sind durch solche zu ersetzen, die der mit der un-

wirksamen Bestimmung beabsichtigten Bedeutung wirtschaftlich am nächsten kommen. Entsprechendes gilt für etwaige Lücken im Vertragstext.

7.) Wir weisen darauf hin, dass wir an einem Streitbeilegungsverfahren vor einer Verbraucherschlichtungsstelle nicht teilnehmen.