

## Reglement

### über den Gebrauch des Labels

### Market and Social Research by SWISS INSIGHTS.

---

#### Inhalt

1. Zweck .....	2
2. Beschlussfassung in der Mitgliederkonferenz .....	2
3. Grundsatz .....	2
4. Aufnahmeverfahren .....	2
5. Anforderungen .....	3
a. Anforderungen an das Institut .....	3
b. Anforderungen an die Geschäftsleitung und Mitarbeitende .....	3
c. Verpflichtungen gegenüber dem Verband .....	3
d. Verpflichtungen gegenüber der Öffentlichkeit .....	4
6. Weitere verbindliche Grundlagen .....	4
a. ESOMAR Kodizes und Richtlinien und Ausführungserlasse .....	4
b. Qualitätsbestimmungen von SWISS INSIGHTS .....	5
7. Offertstellung .....	5
8. Durchführung von Studien .....	5
9. Kontrollwesen .....	5
a. Register .....	5
b. Unternehmensdossier .....	6
c. Kontrollmassnahmen .....	6
10. Sanktionen und Rechtsmittel .....	6
d. Ermahnung .....	6
e. Busse .....	6
f. Entzug des Labels .....	6
g. Publikation .....	6
11. Rechtsmittel .....	7
12. Haftung .....	7
13. Erlöschen des Rechts zum Tragen des Labels .....	7
14. Inkrafttreten .....	7
15. Provisorische Geltung .....	7
Verzeichnis der Anhänge (Ausführungserlasse) .....	7

---

## 1. Zweck

SWISS INSIGHTS, Swiss Data Insights Association, in der Folge jeweils kurz «SWISS INSIGHTS» genannt, ist ein im Handelsregister eingetragener Verein mit Sitz in Alpnach.

SWISS INSIGHTS ist Inhaber des Labels „Market and Social Research by SWISS INSIGHTS“.

Dieses Reglement legt die Voraussetzungen, unter denen das Label verwendet werden darf und die damit verbundenen Rechte und Pflichten fest.

## 2. Beschlussfassung in der Mitgliederkonferenz

Wo es die Statuten oder dieses Reglement nicht anders bestimmen, werden Beschlüsse der Mitgliederkonferenz mit einfachem Mehr der abgegebenen Stimmen gefasst.

Die Stimmkraft der einzelnen Mitgliedsinstitute richtet sich nach seiner Mitgliedschafts- bzw. Stimmkategorie, welche durch die Mitgliederkonferenz aufgrund der gemeldeten massgeblichen Arbeitsplätze (Full Time Equivalent) festgelegt wird.

## 3. Grundsatz

Das Label „Market and Social Research by SWISS INSIGHTS“ darf von Firmen verwendet werden, welche die in nachstehender Ziffer 3 aufgeführten Anforderungen erfüllen und von der Mitgliederkonferenz unter Vorbehalt der Genehmigung durch den Vorstand aufgenommen worden sind.

Diese Firmen dürfen auch das Logo „SWISS INSIGHTS – Corporate Member“ tragen.

## 4. Aufnahmeverfahren

Für die Verwendung des Labels ist ein Gesuch an die Geschäftsstelle von SWISS INSIGHTS zu richten.

Das Gesuch umfasst den vollständig ausgefüllten und unterzeichneten Fragebogen gemäss Anhang I dieses Reglements, einen aktuellen Auszug aus dem Handelsregister, Firmenunterlagen in elektronischer Ausführung und ein rechtsgültig unterzeichnetes Exemplar dieses Reglements.

Die Geschäftsstelle prüft das Gesuch gemeinsam mit einem dafür zuständigen Vorstandsmitglied auf seine Vollständigkeit und leitet es an die Mitgliederkonferenz weiter.

Die Mitgliederkonferenz entscheidet bei ihrer nächsten Sitzung über die Aufnahme. Dabei ist einer Vertretung des antragstellenden Unternehmens Gelegenheit zu geben, sie vorzustellen und Fragen zu klären.

Für die Aufnahme des Antragstellenden müssen sich 2/3 der anwesenden Stimmen aussprechen.

Lehnt die Mitgliederkonferenz den Aufnahmeantrag ab, wird der Antragssteller mit einer Begründung für die Zurückweisung des Gesuchs schriftlich benachrichtigt. Ein neues Gesuch kann nach zwei Jahren gestellt werden.

Gegen diesen Entscheid kann der Antragsstellende innerhalb von 2 Wochen beim Beschwerderat Beschwerde einlegen.

## 5. Anforderungen

Um von der Mitgliederkonferenz aufgenommen zu werden, muss ein Institut die folgenden Anforderungen erfüllen

### *a. Anforderungen an das Institut*

Das Institut muss Mitglied des Vereins SWISS INSIGHTS, Swiss Data Insights Association, sein.

Das Institut gewährleistet die Unabhängigkeit von Auftraggebern. Des Weiteren muss das Institut seinen Sitz in der Schweiz haben und im Handelsregister eingetragen sein.

Die Haupttätigkeit des Institutes muss im Bereich der Markt- und Sozialforschung liegen. Unter dem gleichen Namen darf das Institut kein Direktmarketing, insbesondere kein Telefonmarketing, anbieten.

Mitgliedsinstitute, welche das Label tragen, sind verpflichtet, den internen Prozess betreffend Handhabung von Kundenadressen (Aufbewahrung, Verwendung, Löschung) schriftlich zu dokumentieren.

### *b. Anforderungen an die Geschäftsleitung und Mitarbeitende*

Die Geschäftsleitung, leitende Mitarbeitende sowie Projektleiterinnen und -leiter müssen die aktuelle Dokumentation zum Label kennen und jederzeit darauf Zugriff haben.

Die übrigen Mitarbeitenden müssen die in diesem Reglement und den Anhängen zu diesem Reglement enthaltenen berufsethischen Normen und Qualitätsstandards des Labels soweit kennen, als sie für ihre berufliche Tätigkeit relevant sind.

Das Institut stellt durch Schulung seiner Mitarbeitenden sicher, dass alle beteiligten Personen im Unternehmen die notwendigen Informationen erhalten.

### *c. Verpflichtungen gegenüber dem Verband*

Das Institut meldet wichtige Veränderungen organisatorischer oder personeller Natur pro-aktiv an die Geschäftsstelle von SWISS INSIGHTS. Die Geschäftsstelle publiziert entsprechende (Presse)-Meldungen in Absprache mit dem Institut auf der SWISS INSIGHTS Homepage.

Das Institut verlinkt die SWISS INSIGHTS Website und wichtige Verbandsveranstaltungen auf seiner eigenen Website.

Das Institut meldet SWISS INSIGHTS einmal jährlich die Anzahl der massgeblichen Arbeitsplätze (Full Time Equivalent) zur Bestimmung des Mitgliederbeitrags und der Stimmengewichte in der RTK.

*d. Verpflichtungen gegenüber der Öffentlichkeit*

**1. Swiss-Interview-Liste**

Institute, die CATI Befragungen realisieren, sind verpflichtet, Personen, die dem Institut oder SWISS INSIGHTS gegenüber ausdrücklich erklärt haben, für Befragungen nicht zur Verfügung zu stehen, auf der zentralen Swiss-Interview-Liste (SIL) zu erfassen.

Diese Liste muss bei jeder Stichprobenbildung berücksichtigt werden. Eine Ausnahme davon ist nur zulässig für Befragungen der öffentlichen Hand oder für Befragungen, bei denen der Kunde das Adressmaterial aus dem eigenen Datenstamm zur Verfügung stellt.

Die Anwendungsbestimmungen für die Swiss-Interview-Liste (SIL) sind im Anhang VIII zu diesem Reglement festgehalten.

**2. Kontakt-Zeiten und -Intensität**

Nach 21 Uhr und an Sonntagen dürfen Telefoninterviews nur durchgeführt werden, wenn dies mit der zu befragenden Person ausdrücklich vereinbart worden ist.

Pro Studie und Rufnummer sind höchstens zehn Kontaktversuche zulässig.

Ausnahmen betreffend die Kontakt-Zeit und –Intensität sind möglich, wenn nachweislich methodische Gründe geltend gemacht werden können oder es der Auftraggeber aus methodischen Gründen ausdrücklich verlangt. Bei einer Überschreitung der maximalen Kontaktversuche, ist das Institut verpflichtet, die Gründe hierfür intern zu dokumentieren und auf Nachfrage dem Vorstand vorzulegen.

**3. Nummernunterdrückung**

Bei der Durchführung von CATI-Befragungen darf die Telefonnummer des Instituts nicht unterdrückt werden. Eine Ausnahme stellen Mystery-Call-Studien dar.

**4. Einsatz von Predictive Dialing**

Beim Einsatz von Predictive Dialing für CATI-Befragungen beträgt die maximale Hurdle-Rate 3%.

**5. Information in Publikumsmedien**

Bei Studien oder Teilen davon, die zur Veröffentlichung in Publikumsmedien vorgesehen sind, weist das Institut den Auftraggeber ausdrücklich darauf hin, dass ein Methodensteckbrief gemäss Anhang IX dieses Reglements öffentlich zugänglich gemacht werden muss. Die Veröffentlichung kann z.B. auf der Homepage des Instituts oder des Auftraggebers erfolgen. Für Studien der öffentlichen Hand gelten die gesetzlichen Bestimmungen.

**6. Weitere verbindliche Grundlagen**

Mit der Aufnahme eines Institutes verpflichtet sich dieses zur Einhaltung der folgenden Grundlagen

*a. ESOMAR Kodizes und Richtlinien und Ausführungserlasse*

Verbindlich sind sämtliche Kodizes und Richtlinien des Weltverbandes ESOMAR, Amsterdam, Niederlande. Die jeweils geltenden ESOMAR-Normen ([www.esomar.org](http://www.esomar.org)) sind Bestandteil dieses Reglements.

SWISS INSIGHTS erlässt Ausführungsbestimmungen zu den ESOMAR-Kodizes und Richtlinien um diese soweit notwendig der Schweizerischen Gesetzgebung oder den Schweizerischen Gegebenheiten anzupassen.

Soweit direkt das Label bzw. die Label tragenden Institute betroffen sind, hört der Vorstand von SWISS INSIGHTS die Mitgliederkonferenz vor dem Erlass von Ausführungsbestimmung an.

*b. Qualitätsbestimmungen von SWISS INSIGHTS*

SWISS INSIGHTS erlässt eigene Bestimmungen, i.d.R. Anhänge zu diesem Reglement, die der Qualitätssicherung und der Aufwertung des Labels dienen. Insbesondere erlässt SWISS INSIGHTS Bestimmungen betreffend Selbstbeschränkungsmassnahmen in der politischen Forschung.

Die Ausführungserlasse und deren Änderungen werden nach dem Verfahren für den Erlass des vorliegenden Reglements beschlossen.

## **7. Offertstellung**

Mitgliedsinstitute, welche das Label tragen, verpflichten sich, in allen Offerten mit Ausnahme der in Ziffer 2 definierten Fälle zwingend zu allen Punkten der Liste der „*verbindlichen Transparenzkriterien von SWISS INSIGHTS*“ gemäss angebotenen Methoden eindeutige, verbindliche und nachvollziehbare Aussagen zu machen.

Mit Ausnahme der in Ziffer 2 definierten Fälle sind sie verpflichtet, folgenden Text zusammen mit dem Label gut erkennbar in die Offerte aufzunehmen:

*„Diese Offerte wurde nach den Normen von SWISS INSIGHTS, Swiss Data Insights Association erstellt. Sie weist in allen Punkten volle Transparenz auf gemäss der Swiss Interview Liste der Transparenzkriterien [www.swiss-insights.ch/transparenzkriterien](http://www.swiss-insights.ch/transparenzkriterien)“*

## **8. Durchführung von Studien**

Mitgliedsinstitute, welche das Label tragen, sind verpflichtet

- zuhanden des Auftraggebers zu jeder Studie einen Methodensteckbrief gemäss Anhang IX dieses Reglements zu erstellen,
- bei Face-to-Face Interviews den Befragten die offizielle SWISS INSIGHTS-Information über den Umgang mit persönlichen Daten abzugeben (Anhang III),
- bei schriftlichen Umfragen die Befragten auf das Vorliegen der SWISS INSIGHTS-Information über den Umgang mit persönlichen Daten (Anhang III) auf der SWISS INSIGHTS Homepage hinzuweisen,
- vor der Durchführung von Mystery-Studien vom Auftraggeber eine Bestätigung über die rechtsgenügende Information der Mitarbeitenden einzuholen (Anhang VI).

Die Institute müssen ferner sicherstellen, dass

- die entsprechenden Formulare zur Einhaltung des Datenschutzes (Anhang VII A-D) vom Auftraggeber unterzeichnet werden, wenn dieser mithört oder Bild- und Tonmaterial an den Auftraggeber weitergegeben wird,
- das schriftliche Einverständnis der Befragten vorliegt, bevor Befragungen aufgezeichnet, weitergegeben oder via Videostreaming oder anderer internetbasierten Technologien beobachtet werden (Anhang VII-E).
- Subunternehmer im In- und Ausland sich an die vorliegenden Richtlinien halten. Das Institut informiert den Auftraggeber darüber, wenn ein Subunternehmer eingesetzt wird und erteilt Auskunft über die Identität des Subunternehmers.

Bei der Befragung von Kindern ist besondere Sorgfalt geboten. Soweit möglich ist vor der Befragung eine Einverständniserklärung eines Elternteils oder einer sorgeberechtigten Person einzuholen.

## **9. Kontrollwesen**

*a. Register*

SWISS INSIGHTS führt ein Register mit allen Firmen, die zur Führung des Labels berechtigt sind unter Angabe des Aufnahmedatums (Datum des Aufnahmebeschlusses).

*b. Unternehmensdossier*

SWISS INSIGHTS führt zu jedem Unternehmen, das ein Aufnahmegesuch gestellt hat, ein Unternehmensdossier mit folgendem Inhalt: Gesuchsunterlagen, Aufnahme- oder Ablehnungsentscheid, weitere Entscheide der Vereinsorgane, sowie die hierfür zugrunde gelegten Unterlagen.

Die Dossiers sind nicht öffentlich und werden vertraulich behandelt. Einsichtsrecht besteht nur, wenn dies für die Ausübung der jeweiligen Funktion notwendig ist, für Vorstandsmitglieder, Mitglieder des Beschwerderats und die Geschäftsstelle. Die betroffenen Firmen können jederzeit Einsicht in die eigenen Dossiers nehmen.

*c. Kontrollmassnahmen*

Die Geschäftsstelle geht allen Hinweisen nach, die darauf schliessen lassen, dass ein Mitgliedsinstitut den Bestimmungen dieses Reglements oder seiner Anhänge zuwiderhandelt. Erachtet sie eine Verletzung dieses Reglements als wahrscheinlich, informiert sie das zuständige Vorstandsmitglied.

Kann der Vorwurf nicht ohne Weiteres zerstreut werden, informiert die Geschäftsstelle den Vorstand, welcher weitere Untersuchungsmassnahmen anordnet. Hierfür kann eine unabhängige, externe Stelle beauftragt werden.

## 10. Sanktionen und Rechtsmittel

Erfüllt ein Mitgliedsinstitut die in diesem Reglement oder seinen Anhängen genannten Verpflichtungen nicht oder nicht mehr, so hat der Vorstand die Möglichkeit nachstehende Sanktionen zu erlassen.

Ist der Vorstand bei diesen Entscheidungen befangen oder wird dies vom betroffenen Institut verlangt, so entscheidet allein der Beschwerderat über Sanktionen. Die Durchsetzung dieser Sanktionen obliegt wiederum dem Vorstand.

*d. Ermahnung*

Bei erstmaligem Verstoss eines Institutes gegen eine Verpflichtung aus diesem Reglement setzt der Vorstand eine Frist an, in der das Institut angehalten ist den regelkonformen Zustand wiederherzustellen.

*e. Busse*

Wird innerhalb der vom Vorstand angesetzten Frist der regelkonforme Zustand nicht wiederhergestellt, so ist der Vorstand verpflichtet eine Nachfrist zur Wiederherstellung anzusetzen und eine Busse bis zu CHF 50'000.00 auszusprechen.

Die Höhe der Busse bemisst sich nach dem Verschulden und der Schwere des Verstosses.

Der Entscheid ist vom Vorstand schriftlich zu begründen.

*f. Entzug des Labels*

Wird die Nachfrist nicht genutzt um den regelkonformen Zustand wiederherzustellen, so kann der Vorstand in schweren Fällen neben der Busse auch den sofortigen Entzug des Rechts zum Tragen des Labels verfügen.

Dieser Entscheid ist schriftlich zu begründen.

*g. Publikation*

Der Vorstand hat die Pflicht den Entscheid über die Verhängung einer Busse oder den Entzug des Labels unter Nennung des Instituts, des Sachverhalts sowie der ausgesprochenen Sanktion zu veröffentlichen.

#### 11. **Rechtsmittel**

Gegen die Entscheide des Vorstandes kann Beschwerde beim Beschwerderat eingereicht werden. Dieser entscheidet endgültig.

Solange eine Beschwerde hängig ist, kann eine Sanktion nicht vollzogen werden. Insbesondere kann das Label während des Beschwerdeverfahrens getragen werden und eine Publikation ist nicht zulässig.

#### 12. **Haftung**

Für die Entscheidungen aus diesem Reglement haftet SWISS INSIGHTS mit seinem Verbandsvermögen nur für grob fahrlässige Verstösse und Vorsatz. Insbesondere haftet SWISS INSIGHTS nicht für entgangenen Gewinn oder jeden sonstigen direkten und indirekten Folgeschaden. Für einen durch Hilfspersonen verursachten Schaden schliesst SWISS INSIGHTS jede Haftung aus.

#### 13. **Erlöschen des Rechts zum Tragen des Labels**

Das Recht zum Tragen des Labels erlöscht durch Verzicht, durch Austritt aus dem Verband oder durch den Entzug.

#### 14. **Inkrafttreten**

Dieses Reglement wurde am 11.03.2021 von der Mitgliederkonferenz beschlossen und vom Vorstand genehmigt.

Es tritt mit der Statutenänderung durch die Mitgliederversammlung vom 11.03.2021 sofort in Kraft.

#### 15. **Provisorische Geltung**

Bis zum Inkrafttreten der totalrevidierten Statuten gilt das Reglement nach Annahme durch die Mitgliederkonferenz gestützt auf Ziff. 7.7 der geltenden Statuten kraft Vorstandsbeschluss.

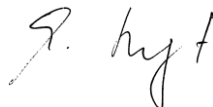
Mit der Annahme der Statutenänderung durch die Mitgliederversammlung fällt diese Bestimmung dahin und kann gelöscht werden.

Alpnach, 10.02.2022



Stefan Langenauer

Präsident



Nicole Siegrist

Geschäftsführerin



## **Verzeichnis der Anhänge (Ausführungserlasse)**

Anhang I	Antragsformular für Neumitglieder
Anhang II	Richtlinie zur Durchführung von abstimmungs- und wahlbezogenen Umfragen, die zur Veröffentlichung vor dem Urnengang bestimmt sind
Anhang III	Ihre Meinung ist wichtig! Informationen über die Markt- und Sozialforschung sowie über den Umgang mit Ihren persönlichen Daten und Antworten
Anhang IV	Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) SWISS INSIGHTS
Anhang V	Zusatzvereinbarung: Durchführung der Mystery-Studie – Informationsbestätigung
Anhang VI	Zusatzvereinbarung alle Methoden Quali
Anhang VII	Anwendungsbestimmungen Swiss-Interview-Liste (SIL)
Anhang VIII	Anforderungen an die Veröffentlichung von Studienresultaten
Anhang IX	Anwendungsbestimmungen und Liste der Transparenzkriterien