

Anwendungsbestimmungen verbindliche Transparenzkriterien

Art. 1

Die Mitgliedsinstitute verpflichten sich, in allen Offerten mit Ausnahme der in Art 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.

Die Aussagen zu den Transparenzkriterien können im Offertext integriert werden. In diesem Fall wird empfohlen, auf die Nummern der Liste der Transparenzkriterien zu verweisen, zum Beispiel in Klammern “(TK 1.1)” oder am Rand des entsprechenden Offertextes. Alternativ können die Aussagen in einem Anhang enthalten sein, der gemäss Liste der Transparenzkriterien nummeriert ist.

Die Verbandsmitglieder, welche das Label tragen verpflichten sich, mit Ausnahme der in Art. 2 definierten Fälle, folgenden Text gut erkennbar in die Offerte aufzunehmen:

Label «Market and Social Research by SWISS INSIGHTS» – Diese Offerte wurde nach den Normen von SWISS INSIGHTS erstellt. Sie weist in allen Punkten volle Transparenz auf gemäss der Liste der verbindlichen Transparenzkriterien von SWISS INSIGHTS

Art 2

In folgenden Ausnahmefällen kann das Mitgliedsinstitut auf Aussagen zu den Transparenzkriterien in der Offerte verzichten:

Ausnahme 1 bilden Kurzofterten, Wiederholungsstudien, Offerten für Kunden mit intensiver Kunden-Beziehung, die ein wiederholtes Deklarieren der Transparenzkriterien überflüssig macht.

In diesem Ausnahmefall verpflichtet sich das Mitgliedsinstitut, folgenden Text gut erkennbar in die Offerte aufzunehmen:

Label «Market and Social Research by SWISS INSIGHTS» – Dies ist eine xy (z.B. Kurzofterte). Sie beinhaltet deshalb nicht alle von SWISS INSIGHTS vorgegebenen Transparenzkriterien. Auf Wunsch erstellen wir Ihnen gerne eine diesen Normen entsprechende detaillierte Offerte.

Ausnahme 2 bilden WTO-Ausschreibungen oder Ausschreibungen mit vom Kunden vorgegebenen Beurteilungsrastern.

In diesem Ausnahmefall verpflichtet sich das Mitgliedsinstitut, folgenden Text gut erkennbar in die Offerte aufzunehmen:

Label «Market and Social Research by SWISS INSIGHTS» – Diese Offerte wurde nach dem von Ihnen vorgegebenen Raster erstellt. Sie richtet sich deshalb nicht nach den von SWISS INSIGHTS vorgegebenen Transparenzkriterien.