

**Satzung und Schiedsvertrag der Arbeitsgemeinschaft
Media-Analyse e.V. in der von der Mitgliederversammlung
am 17. November 2023 verabschiedeten Form**

Ehrenmitglieder

Hans-Kurt Krüger-Nordquist, Hamburg
Alfred Müller, Frankfurt am Main †
Paul-Gerhard Siebel, Dreieich-Götzenhain †
Jürgen Wilke, Lübeck †
Friedrich Wendt, Hamburg †
Prof. Hans Georg Stolz, Mainz †
Dieter K. Müller, Frankfurt
Henriette Hoffmann, Hamburg

Anschrift der Vereinsgeschäftsstelle:
Franklinstraße 52,
60486 Frankfurt am Main
www.agma-mmc.de

Rückblick

Im Frühjahr 1954 wurde zum Zweck der Durchführung einer Leseranalyse für die werbungtreibende Wirtschaft in Frankfurt am Main die „Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse GbR“ gegründet. Gesellschafter waren zunächst nur Verlagshäuser und Werbeagenturen. Im Jahr 1968 erfolgte die Gründung der Tochtergesellschaft, der Media-Micro-Census GmbH für die organisatorische und kaufmännische Betreuung der kontinuierlichen Studienprojekte.

Mit der Öffnung der Aufnahme für werbungtreibende Unternehmen ab 1970, den erweiterten Zielen des Vereins und der grundsätzliche Öffnung für alle im Rahmen von Media-Analysen erfassbaren Werbeträger erfolgte im Oktober 1971 seine Umbenennung in „Arbeitsgemeinschaft Media- Analyse e.V. (agma)“.

Der ursprüngliche Ansatz einer Single-Source-Erhebung wurde mit der ma 87 zugunsten einer gesonderten Erhebung von Fernsehen und Radio/Audio (im folgenden nur Radio genannt) sowie der Printmedien aufgegeben, um den Bedürfnissen nach Datenbreite und Datentiefe besser zu entsprechen.

In den Jahren 2000 und 2003 traten Unternehmen mit Werbeträgern aus den Gattungen Out of Home und Internet als neue Mitglieder der agma bei, was letztlich mit der Neuregelung und Gleichstellung aller Medien-(Gattungen) ab der Mitgliederversammlung 2007 ihre Berücksichtigung fand.

Die zurückliegenden Anpassungen der Satzung an die veränderten Mitgliederstrukturen, deren Berücksichtigung in Vorstand und weiteren Vereinsorganen und die Gewährleistung adäquater finanzieller Beteiligung aller Mitglieder nach ihrem Verursachungsanteil waren daher Ursache für zahlreiche Veränderungen der Satzung in der Vergangenheit. Eine lebendige Auseinandersetzung mit der Satzung und deren flexible Modifikation an neue Marktentwicklungen sind daher selbstverständliche Herausforderungen, um den Verein auch in Zukunft sicher aufzustellen.

Vorwort

Zweck des Vereins ist laut der Satzung seit der Gründung im Jahr 1954 die Förderung der wissenschaftlichen Erforschung der Massen-Kommunikation für die Media- und Marketingplanung und die Sicherung eines hohen Leistungsstandards derartiger Untersuchungen.

Die agma hat daher den Anspruch, die modernsten Erkenntnisse und die besten wissenschaftlichen Methoden anzuwenden oder diese selbst weiterzuentwickeln. Hier Standards zu setzen, die ein Höchstmaß an Genauigkeit bieten und jeder Überprüfung standhalten, ist für die agma Aufgabe und Ziel zugleich.

Die agma ist ein Zusammenschluss von mehr als 200 Unternehmen der deutschen Werbewirtschaft. Sie versteht sich als offene Dachorganisation für alle Medien. Ziel der Allmedia-Dachorganisation ist es, im Konsens aller Marktpartner Werbeträger aus den Mediengattungen Tageszeitungen, Zeitschriften, Kino, Out of Home, Internet, Radio/Audio und TV zu erheben. Die Rahmenbedingungen wie auch die Finanzierung der Forschungsvorhaben und deren Nutzung durch die Mitglieder sind neben der Satzung in weiteren Richtlinien geregelt.

Die Ergebnisse dieser kontinuierlichen Befragungen werden als Werbewährung für Deutschland von allen Unternehmen der Branche akzeptiert. Dabei gilt unverändert das Grundprinzip der agma: Agenturen und Werbungtreibende als Käufer der Medialeistung haben die entscheidende Stimme im Verein, dadurch wird die Neutralität der Nutzer gegenüber allen Mediengattungen in der agma manifestiert. Als klassisches „Joint Industry Committy“ hat die agma in der Vergangenheit erfolgreich gewirkt und bewiesen, dass eine gemeinschaftliche „Kultur des Konsenses“ als Fundament für alle Entscheidungen des Vereins funktioniert. Die Arbeit der agma lebt vom Zusammenwirken ihrer Mitglieder für dieses gemeinsame Ziel.

Frankfurt am Main, im Mai 2021

Inhaltsverzeichnis

- Art. 1 Name und Sitz
- Art. 2 Zweck des Vereins
- Art. 3 Mitgliedschaft
- Art. 4 Beiträge und Kostenumlagen
- Art. 5 Vereinsorgane
- Art. 6 Mitgliederversammlung
- Art. 7 Vorstand
- Art. 8 Technische Kommission
- Art. 9 Arbeitsausschuss
- Art. 10 Sanktionierung von Fehlverhalten
- Art. 11 Geschäftsstelle
- Art. 12 Ehrenmitglieder
- Art. 13 Mitgliederpflichten, Schiedsklausel, Haftungsbeschränkung gegenüber Mitgliedern
- Art. 14 Untersuchungsergebnisse, Untersuchungsmaterial
- Art. 15 Auflösung des Vereins
- Anlage: Schiedsvertrag

Satzung und Schiedsvertrag der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma)¹

Artikel 1

Name und Sitz

Der Verein führt den Namen „Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e. V. (agma)“. Er hat seinen Sitz in Frankfurt am Main.

Artikel 2

Zweck des Vereins

- (1) Zweck des Vereins ist die Förderung der wissenschaftlichen Erforschung der Massenkommunikation für die Media- und Marketingplanung und die Sicherung eines hohen Leistungsstandards derartiger Untersuchungen. Im Besonderen veranlasst der Verein die Durchführung von Media-Analysen.
- (2) Die erhobenen Daten, die Erkenntnisse und andere Leistungen des Vereins stehen grundsätzlich allen Mitgliedern zur Verfügung. Einschränkungen hierzu werden durch die „agma-Aufnahme-, Erhebungs-, Ausweisungs- und Finanzierungs-Richtlinien“ festgelegt oder sind vom Vorstand unterjährig jeweils zu beschließen. Die nächste Mitgliederversammlung entscheidet über das weitere Vorgehen.
- (3) Die Tätigkeit des Vereins ist nicht auf Erwerb gerichtet

Artikel 3

Mitgliedschaft

- (1) Mitglieder können folgende Unternehmen sein:

- a) Werbeagenturen

Werbeagenturen im Sinne dieser Satzung sind Dienstleistungsunternehmen, die für Unternehmen und Werbungtreibende die Konzeption, Planung, Gestaltung, Realisierung und Verbreitung von Werbe- und sonstigen Kommunikationsmaßnahmen übernehmen.

Werbeagenturen in diesem Sinne sind damit insbesondere:

- (i) die Mitglieder der Unternehmensverbände „OMG e.V. Organisation der Mediaagenturen“ und des „Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA e.V.“.

¹ Der nachfolgende Text versteht sich in allen Teilen geschlechtsneutral.

- (ii) weitere Kommunikationsagenturen, deren Arbeitsgebiet im Schwerpunkt ausgerichtet ist auf die Agenturdisziplinen Media-Beratung, Media-Planung, Media-Forschung und Media-Einkauf.

b) Werbungtreibende

Werbungtreibende im Sinne dieser Satzung sind insbesondere:

- (i) die Mitglieder des Unternehmensverbandes „OWM Organisation Werbungtreibende im Markenverband“.
- (ii) weitere Unternehmen, die für sich, ihre Produkte oder Dienstleistungen oder die von ihnen vertriebenen Produkte oder Dienstleistungen Werbung betreiben und/oder in Auftrag geben.
- (iii) sowie Unternehmen, die Werbung überwiegend für mit ihnen im Sinne der § 15 ff. AktG verbundene Gesellschaften betreiben und/oder in Auftrag geben.

c) Medienanbieter und Vermarkter

Medienanbieter und Vermarkter (nachfolgend zusammen auch „**Anbieter**“ genannt) im Sinne dieser Satzung sind insbesondere:

- (i) Unternehmen, deren eigene Produkte (Werbeträger) nach den „agma Aufnahme-, Erhebungs-, Ausweisungs- und Finanzierungs-Richtlinien“ Untersuchungsobjekt einer der durch den Verein veranlassten Media-Analyse (ma) sein können („**Medienanbieter**“).
- (ii) Unternehmen, die Werbeflächen und/oder -zeiten an Werbungtreibende und/oder Werbeagenturen vermitteln. Dies können Werbeflächen und/oder -zeiten in Online-Medien (Internet, Mobile) oder auch Offline-Medien (Fernsehen, Radio, Out of Home, Print) sein. Dies können Medienangebote aus verbundenen Unternehmen sein, aber auch Werbemöglichkeiten, die im Auftrag Dritter dauerhaft vermarktet werden („**Medien-Vermarkter**“).
- (iii) Anzeigenkooperationen, Lesezirkel und Landesmedienanstalten als Vertreter lokalen Radios, wenn
 - (a) sie auf Dauer angelegt sind.
 - (b) sie einen (gemeinsamen) Vertreter benennen, der zur Abgabe und Entgegennahme aller Erklärungen im Rahmen der Mitgliedschaft befugt ist, solange nicht an seiner Stelle ein anderer Vertreter namhaft gemacht ist und zwar auch dann, wenn der Vertreter selbst das Erlöschen seiner Vertretungsmacht mitgeteilt hat.
 - (c) nach billigem Ermessen des Vereins die Erfüllung der sich aus der Mitgliedschaft ergebenden Verpflichtungen sichergestellt ist.

Anmerkung

In der Mitgliederversammlung des Vereins am 2. Dezember 2016 sind Ergänzungen von Artikel 3 Abs. (1) beschlossen worden („**Neuregelung**“). Sie werden mit der Eintragung im Vereinsregister („**Eintragungszeitpunkt**“) wirksam (§ 71 BGB). Führt das Wirksamwerden der Neuregelung dazu, dass Unternehmen, die im Eintragungszeitpunkt Mitglieder des Vereins sind („**Bestandsmitglieder**“), nicht mehr als Mitglieder im Sinne des Abs. 1 zu behandeln wären, besteht für diese Bestandsmitglieder ein Bestandsschutz. Der Bestandsschutz bewirkt, dass die Bestandsmitglieder unverändert und auf unbestimmte Zeit Mitglieder des Vereins bleiben. Nicht dem Bestandsschutz unterliegt die vor dem Eintragungszeitpunkt erfolgte Zuordnung des Bestandsmitgliedes zu einer der in Abs. (1) a), b) und c) geregelten Mitgliedergruppen, die vom Vorstand geändert werden kann.

- (2) Die Mitglieder bilden im Verein nach dem Schwerpunkt ihrer Unternehmenstätigkeit folgende Gruppen bzw. Anbieter:
- a) Gruppen:
- Werbeagenturen
 - Werbungtreibende
- b) Anbieter:
- Ein Anbieter kann Werbeträger in einer oder mehreren der folgenden Mediengattungen anmelden:
- Fernsehen
 - Radio/Audio
 - Internet
 - Out of Home
 - Publikumszeitschriften
 - Tageszeitungen.
- Die konkreten Regelungen hierzu finden sich in den „agma-Aufnahme-, Erhebungs-, Ausweisungs- und Finanzierungsrichtlinien“.
- (3) Die Entscheidung, ob die Voraussetzungen für eine Mitgliedschaft erfüllt sind, trifft der Vorstand, der sie allgemein oder im Einzelfall an die Geschäftsstelle delegieren kann. Umfang und Art des Stimmrechts sowie die Verpflichtung zur Zahlung von Beiträgen/Kostenumlagen für Zusammenschlüsse von Anbietern, die überwiegend bzw. ausschließlich Werbeträger von agma-Mitgliedern repräsentieren, sowie die Form der Ausweisung legt der Vorstand fest.
- (4) Der Beitritt zum Verein kann jederzeit schriftlich beantragt werden.
- (5) Lehnt der Vorstand den Beitritt ab, so steht dem Antragsteller innerhalb einer Frist von einem Monat nach schriftlicher Bekanntgabe der Ablehnung die Berufung an die Mitgliederversammlung zu, die beim Vorstand schriftlich einzulegen ist. Bis zur Entscheidung der Mitgliederversammlung ist der Rechtsweg ausgeschlossen.
- (6) Die Mitglieder sind an die vom Verein nach Maßgabe dieser Satzung erlassenen Richtlinien gebunden, sofern sie nicht ausdrücklich von der Anwendbarkeit der Richtlinie ausgenommen werden. Sämtliche Richtlinien sind im vollständigen Wortlaut in ihrer jeweils gültigen Fassung auf der Internetseite des Vereins (www.agma-mmc.de) zugänglich oder können bei der Geschäftsstelle angefordert werden.

- (7) Die Mitgliedschaft endet durch Austritt (a) oder Abmeldung sämtlicher Werbeträger von der/den Medianalyse/n (b) oder Ausschluss des Mitglieds (c). Die Mitgliedschaft endet nicht durch die Reduzierung oder Erhöhung der Anzahl der gemeldeten Werbeträger (b) (ii) und (iii)).
- a) Erklärt ein Mitglied den Austritt gegenüber dem Vorstand schriftlich bis spätestens zum 31. Juli eines Kalenderjahres („**Stichtag**“), endet die Mitgliedschaft mit Ablauf des 31. Dezember des Kalenderjahres, in dem der Austritt erklärt wird. Erfolgt die Austrittserklärung gegenüber dem Vorstand nach dem 31. Juli eines Kalenderjahres, endet die Mitgliedschaft am 31. Dezember des nachfolgenden Kalenderjahres. Bis zum Ende der Mitgliedschaft bleiben die Rechte an den von dem Mitglied mitfinanzierten Erhebungen sowie bestehende Verpflichtungen des Mitglieds unberührt.
- b) Für Abmeldung oder Reduzierung von Werbeträgern durch das den Werbeträger meldende Mitglied ist der Stichtag wie nachfolgend geregelt zu beachten:
- (i) Werden sämtliche Werbeträger von der/den Media-Analyse/n bis zum 31. Juli eines Kalenderjahrs durch schriftliche Erklärung gegenüber dem Vorstand abgemeldet, endet ihre Teilnahme an der/den Media-Analyse/n insgesamt und damit auch die Mitgliedschaft zum 31. Dezember des Kalenderjahres, in dem die Abmeldung erfolgt. Erfolgt die vollständige Abmeldung nach dem 31. Juli eines Kalenderjahres, endet die Teilnahme der Werbeträger und die Mitgliedschaft zum 31. Dezember des nachfolgenden Kalenderjahres. Bis zum Ende der Mitgliedschaft bleiben die Rechte an den von dem Mitglied mitfinanzierten Erhebungen sowie bestehende Verpflichtungen des Mitglieds und des Werbeträgers unberührt.
- (ii) Wird die Anzahl der gemeldeten Werbeträger durch Abmeldung reduziert, ohne sämtliche Werbeträger von der/den Media-Analyse/n abzumelden, gilt (i) entsprechend, ohne dass aber die Mitgliedschaft endet. Erfolgt somit die Mitteilung der Reduzierung durch das Mitglied an den Vorstand erst nach dem 31. Juli eines Kalenderjahres, nehmen die ausscheidenden Werbeträger noch am Vereins- und Forschungsetat bis zum 31. Dezember des nachfolgenden Kalenderjahres teil.
- (iii) Die Anmeldung einer Erhöhung der Anzahl der gemeldeten Werbeträger ist jederzeit auch unterjährig möglich. Das Mitglied wird durch Beschluss des Vorstandes anteilig an den Kosten der Media-Analyse beteiligt.
- (iv) Gleiche Regeln und Fristen gelten für Werbeträger, die als Studienteilnehmer an den Studien der agma teilnehmen. Detaillierte Regelungen für die Studienteilnehmer sind in den „agma-Aufnahme-, Erhebungs-, Ausweisungs- und Finanzierungs-Richtlinien“ formuliert.
- c) Über den Ausschluss eines Mitglieds entscheidet der Vorstand. Der Ausschluss ist aus wichtigem Grund jederzeit mit sofortiger Wirkung zulässig. Als wichtiger Grund gilt insbesondere die Nichterfüllung von Mitgliedspflichten und der Verstoß gegen die Satzung oder die Interessen des Vereins. Der Vorstand kann ein Mitglied ferner dann ausschließen, wenn:
- (i) es seine geschäftliche Tätigkeit eingestellt hat oder über sein Vermögen Antrag auf Eröffnung des Insolvenz- oder Vergleichsverfahrens gestellt ist.

- (ii) seine in der ma erhobenen Werbeträger die Aufnahmebedingungen gemäß den „agma-Aufnahme-, Erhebungs-, Ausweisungs- und Finanzierungs-Richtlinien“ nicht mehr erfüllen.
- (iii) seine Geschäftstätigkeit nicht deckungsgleich ist mit den Definitionen zur Mitgliedschaft von Werbeagenturen und Werbungtreibenden. In einem solchen Fall ist der Vorstand berechtigt, den Zugang zu den Erhebungsdaten der agma für das ausscheidende Mitglied neu zu regeln.

Der Beschluss des Vorstands über den Ausschluss ist dem Mitglied unter Angabe der Gründe schriftlich mitzuteilen. Der Ausschluss tritt mit Ablauf des 3. Tages nach der Aufgabe zur Post in Kraft. Gegen den Beschluss steht dem Mitglied innerhalb eines Monats die Berufung an die Mitgliederversammlung zu, die beim Vorstand in Schrift- oder Textform einschließlich E-Mail (§ 126 b BGB) einzulegen ist. Bis zur Entscheidung der Mitgliederversammlung ist der Rechtsweg ausgeschlossen. Unabhängig davon ist der Vorstand verpflichtet, auf der nächst folgenden Mitgliederversammlung über den Ausschluss zu informieren.

- d) In allen Fällen der Beendigung der Mitgliedschaft werden bereits entstandene Rechte an den von dem Mitglied mitfinanzierten Erhebungen sowie bestehende Verpflichtungen des Mitglieds ohne Rücksicht auf den Zeitpunkt der Fälligkeit durch die Austrittserklärung und die Beendigung der Mitgliedschaft nicht berührt, sondern sind von dem austretenden Mitglied noch über den Zeitpunkt des Mitgliedschaftsendes zu erfüllen.

Artikel 4

Beiträge und Kostenumlagen

- (1) Der Verein erhebt von seinen Mitgliedern Beiträge zur Erfüllung seiner satzungsgemäßen Aufgaben. Der Arbeitsausschuss hat der Mitgliederversammlung jährlich einen Vereinsetat zu unterbreiten.
- (2) Zum Vereinsetat zahlen zunächst alle Mitglieder einen festen Grundbeitrag, dessen Höhe jeweils auf Vorschlag des Vorstandes die Mitgliederversammlung festlegt. Darüber hinaus verpflichtet der Verein die Mediengattungen zur Aufbringung des nach Abzug des Grundbeitrages verbleibenden Vereinsetats. Die Aufteilung auf die einzelnen Mediengattungen erfolgt gemäß den „agma-Aufnahme-, Erhebungs-, Ausweisungs- und Finanzierungs-Richtlinien“.
- (3) Der Verein verpflichtet die Mediengattungen zur Übernahme der Kosten für Media-Analysen und andere Forschungsvorhaben, die der Verein für ihre Rechnung nach den Beschlüssen der Mitgliederversammlung durchführen lässt. Hierfür schlägt der Arbeitsausschuss den Mediengattungen zur Verabschiedung auf der Mitgliederversammlung Forschungsetats vor. Der Verein darf die Kostenübernahme durch einen Dritten auf eigene Rechnung des Dritten geltend machen, insbesondere durch die MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH.
- (4) Die Kosten des Forschungsetats werden auf die einzelnen Mediengattungen gemäß der „agma-Aufnahme-, Erhebungs-, Ausweisungs- und Finanzierungs-Richtlinien“ aufgeteilt.

Eine Mediengattung ist berechtigt, Studienteilnehmer für ihre jeweilige(n) Studie(n) aufzunehmen. Für die Teilnahme an der Studie kann die Mediengattung Lizenz- oder andere anteilige Kosten festlegen. Nähere Regelungen hierzu liefern die AEF-Richtlinien der jeweiligen Gattungen.

Artikel 5

Vereinsorgane

Organe des Vereins sind

- a) die Mitgliederversammlung
- b) der Vorstand
- c) die Technische Kommission
- d) der Arbeitsausschuss.

Die Organe können sich jeweils selbst eine Geschäftsordnung geben, die allen Mitgliedern zur Einsicht zur Verfügung steht.

Artikel 6

Mitgliederversammlung

- (1) Die ordentliche Mitgliederversammlung tritt jährlich nach Einberufung durch den Vorstand zusammen. Ihr obliegen insbesondere:
- a) die Entgegennahme des Berichts über die Tätigkeit und die Entwicklung des Vereins.
 - b) die Feststellung der Überschussrechnung des Vereins und die Entgegennahme des Berichts der Kassenprüfer.
 - c) die Entlastung des Vorstands.
 - d) die Erteilung von Weisungen in Bezug auf die Feststellung der Bilanz der MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH.
 - e) die Erteilung von Weisungen in Bezug auf die Entlastung der Geschäftsführer der MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH sowie des Aufsichtsrats und des Aufsichtsratsvorsitzenden.
 - f) die Bestätigung der von den Gruppen bzw. Mediengattungen entsandten Mitglieder für den Vorstand, die Technische Kommission und den Arbeitsausschuss; die Bestätigung kann nur wegen Verletzung satzungsgemäßer Vorschriften für die Entsendung verweigert werden.
 - g) die Beschlussfassung über den nächstjährigen Vereinsetat.
 - h) die Beschlussfassung über die zu veranlassenden Forschungsvorhaben und deren Finanzierung durch die Mediengattungen und den daraus resultierenden Etat der MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH.

- i) die Bestellung und Abberufung der Mitglieder des Beirats, einschließlich des Beiratsvorsitzenden, der MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH, eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Frankfurt am Main HR B 11639, solange die agma alleinige Gesellschafterin dieser Gesellschaft ist. Die Mediengattungen, die ihre Studien bei der agma und ihrer Tochtergesellschaft durchführen und ausweisen lassen, haben gegenüber der Mitgliederversammlung ein Vorschlagsrecht für den Beiratsvorsitzenden.
 - j) die Wahl der Kassenprüfer.
 - k) die Verabschiedung der vom Arbeitsausschuss vorgeschlagenen „agma-Aufnahme-, Erhebungs-, Ausweisungs- und Finanzierungs-Richtlinien“.
 - l) die Entscheidung in allen anderen von der Satzung vorgesehenen Fällen.
- (2)** Der Termin für die Mitgliederversammlung wird mindestens sechs Wochen vorher den Mitgliedern mitgeteilt. Die Einberufung der Mitgliederversammlung erfolgt mindestens zwei Wochen vorher durch den Vorstand in Schrift- oder Textform einschließlich E-Mail (§126 b BGB) unter Vorgabe der Tagesordnung. Über weitere Gegenstände kann auch ohne vorherige Bekanntgabe in der Tagesordnung rechtswirksam Beschluss gefasst werden, wenn die erschienenen Mitglieder mit einfacher Stimmenmehrheit einen entsprechenden Antrag zulassen. Satzungsänderungen sowie die Auflösung des Vereins sind davon ausgeschlossen.
- (3)** Neben der Möglichkeit, die Mitgliederversammlung mit Präsenz der Mitglieder abzuhalten, kann auch eine virtuelle Mitgliederversammlung durchgeführt werden.
- a) Über die Durchführung der Mitgliederversammlung als virtuelle Mitgliederversammlung und die Ausübung der nachfolgenden Ermächtigungen zu ihrer Ausgestaltung entscheidet der Vorstand durch Beschluss.
 - b) Der Vorstand ist ermächtigt vorzusehen, dass Mitglieder ihre Stimmen, auch ohne an der virtuellen Mitgliederversammlung teilzunehmen, schriftlich oder im Wege elektronischer Kommunikation abgeben dürfen (Briefwahl). Der Vorstand ist ermächtigt, Umfang und Verfahren der Briefwahl im Einzelnen zu regeln. Die Ermöglichung der Briefwahl und die dazu getroffenen Regelungen sind mit der Einberufung der virtuellen Mitgliederversammlung bekanntzugeben.
 - c) Der Vorstand ist ermächtigt vorzusehen, dass Mitglieder an der virtuellen Mitgliederversammlung auch ohne Anwesenheit an deren Ort und ohne einen Bevollmächtigten teilnehmen und sämtliche oder einzelne ihrer Rechte ganz oder teilweise im Wege elektronischer Kommunikation ausüben können (Online-Teilnahme). Der Vorstand ist ermächtigt, kombinierte Abstimmungsformen zu bestimmen, insbesondere in Textform (§ 126b BGB) und per Video- und Telefonkonferenz. Der Vorstand ist auch ermächtigt, Bestimmungen zum Verfahren der Online-Teilnahme sowie über die vollständige oder teilweise Bild- und Tonübertragung der Mitgliederversammlung zu treffen. Eine etwaige Ermöglichung der Online-Teilnahme und die dazu getroffenen Bestimmungen sind mit der Einberufung der virtuellen Mitgliederversammlung bekannt zu machen.
 - d) Soweit in diesem Absatz nicht abweichend geregelt, gelten die Regelungen der Satzung für die mit Präsenz der Mitglieder durchgeführten Mitgliederversammlungen entsprechend.

- (4) Eine außerordentliche Mitgliederversammlung ist einzuberufen, wenn Mitglieder, die – gem. Absatz 6 – zusammen über mindestens ein Viertel aller Stimmen verfügen, dies unter Angabe des Zwecks und der Gründe schriftlich dem Vorstand gegenüber verlangen oder wenn vom Vorstand oder Arbeitsausschuss ein entsprechender Beschluss gefasst wird.
- (5) Die Mitgliederversammlung ist ohne Rücksicht auf die Zahl der erschienenen bzw. durch Vollmacht vertretenen Mitglieder beschlussfähig. Satzungsänderungen erfordern eine Dreiviertel-Mehrheit der abgegebenen Stimmen. Zusätzlich ist es erforderlich, dass in jeder Mediengattung mit 25% der abgegebenen Stimmen gem. Art. 6 Abs. 7 (c) zugestimmt wird.
- (6) Der Vorstand kann Beschlüsse der Mitglieder auch ohne die Durchführung einer Mitgliederversammlung herbeiführen („schriftliches Verfahren“).
- a) Die Stimmabgabe im schriftlichen Verfahren kann in Schrift- oder Textform sowie elektronischer Form erfolgen. Die Stimmabgabe erfolgt durch Zugang der abgegebenen Stimme des Mitglieds bei der Geschäftsstelle des Vereins.
- b) Die Durchführung des schriftlichen Verfahrens setzt weder die Zustimmung aller Mitglieder zur Durchführung des schriftlichen Verfahrens noch zum Beschlussgegenstand voraus. Die Abstimmung im schriftlichen Verfahren hat aber zu unterbleiben, wenn der Geschäftsstelle des Vereins innerhalb der zur Stimmabgabe gesetzten Frist von Mitgliedern, die zusammen über mindestens ein Viertel aller – gewichteten – Stimmen verfügen, die ausdrückliche schriftliche Erklärung zugeht, dass der Beschlussfassung im schriftlichen Verfahren widersprochen wird. Die Beschlussfassung muss dann in einer Mitgliederversammlung erfolgen.
- c) Die Einzelheiten zur Durchführung des schriftlichen Verfahrens legt der Vorstand fest, insbesondere:
- den Beschlussgegenstand oder die Beschlussgegenstände
 - Frist und Form der Stimmabgabe.
 - das Verfahren zur Stimmenauszählung sowie Feststellung und Bekanntgabe des Abstimmungsergebnisses.
- d) Für die Beschlussfassung im schriftlichen Verfahren gelten Absatz (4) und (5) entsprechend.
- (7) Die Berechnung der Stimmenzahl erfolgt nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen.
- a) Die Gesamtstimmenzahl in der Mitgliederversammlung wird auf 100 normiert. Hiervon entfallen auf die Gruppen der Werbeagenturen und Werbungtreibenden je 17 und auf die Mediengattungen je 11 Stimmen. Stimmberechtigt sind alle anwesenden oder durch Vollmacht vertretenen Mitglieder. Ein Antrag gilt mit 67 Stimmen als angenommen, sofern die Gruppen Werbeagenturen und Werbungtreibende als Gesamtheit mit mehr als 50% ihrer stimmberechtigten Mitglieder zustimmen. Enthaltungen rechnen als Ablehnung. Anträge, die ausschließlich eine Mediengattung betreffen, können abweichend von der Mehrheit von 67 Stimmen auch angenommen werden, indem sich sowohl die Gruppen Werbeagenturen und Werbungtreibende als Gesamtheit, als auch die betroffene Mediengattung mit einer Dreiviertel-Mehrheit dafür entscheiden.

- b) Beschlussfassungen über Werbeträger- bzw. Werbemittelkontakt-Definition bzw. Veränderungen der Erhebungsinstrumente sowie kostenwirksame Entscheidungen, die eine Erhöhung der von der betroffenen Mediengattung für das jeweilige Kalenderjahr bereitgestellten Mittel um mehr als 10% zur Folge haben, bedürfen einer Dreiviertel-Mehrheit sowohl der betroffenen Mediengattung, als auch der Gruppen Werbeagenturen und Werbungtreibende als Gesamtheit.
 - c) Für jedes Mitglied einer Mediengattung errechnet sich ein Anteil an der normierten Stimmenzahl von 11 nach Maßgabe der „agma-Aufnahme-, Erhebungs-, Ausweisungs- und Finanzierungs-Richtlinien“. Für jedes Mitglied der Gruppe der Werbeagenturen und der Werbungtreibenden errechnet sich ein Anteil an der normierten Stimmenzahl von je 17 nach Maßgabe der jeweiligen Geschäfts- und Wahlordnung.
- (8) Eine Übertragung der Stimmen ist nur durch schriftliche Vollmacht und nur auf ein anderes Mitglied der gleichen Mediengattung oder der gleichen Gruppe möglich.
- (9) Die gefassten Beschlüsse werden durch den Vorstandsvorsitzenden, bei Verhinderung durch einen Vertreter, protokolliert.
- (10) Die Gruppen bzw. Mediengattungen können in getrennten Sitzungen tagen und Empfehlungen ausarbeiten.

Artikel 7 Vorstand

- (1) Dem Vorstand obliegt die Führung des Vereins. Er beruft und entlässt den Geschäftsführer des Vereins und trifft die für die Geschäftsstelle erforderlichen Entscheidungen.
- (2) Der Vorstand besteht aus acht Mitgliedern. Die Gruppen Werbeagenturen und Werbungtreibende sowie die Mediengattungen Fernsehen, Radio/Audio, Internet, Out of Home, Publikumszeitschriften und Tageszeitungen entsenden jeweils einen Vertreter für zwei Jahre bis zu der im letzten Jahr der Amtszeit stattfindenden Mitgliederversammlung („**Entsendungszeit**“). Die erneute Entsendung von Vorstandsmitgliedern ist zulässig.
- a) Im Vorstand dürfen nicht zwei oder mehr seiner Mitglieder bei einem Vereinsmitglied oder einem mit dem Vereinsmitglied im Sinne der §§ 15 ff. AktG verbundenen Unternehmen als Arbeitnehmer, freier Mitarbeiter oder Berater beschäftigt sein.
 - b) Die jeweilige Gruppe wählt bzw. die einzelnen Mediengattungen (Gruppen und Mediengattungen nachfolgend zusammen auch die „**Entsender**“) wählen ihren Vertreter in einer eigenen Wahl. Die Mitgliederversammlung erlässt für alle Gruppen und Mediengattungen eine Geschäfts- und Wahlordnung. Diese ist anzuwenden, wenn eine Gruppe oder Mediengattung keine eigene oder ergänzende Geschäfts- oder Wahlordnung beschließt. Eigene oder ergänzende Geschäfts- und Wahlordnungen der Gruppen oder Mediengattungen sind dem Vorstand und der Geschäftsstelle zur Kenntnis zu bringen.

- c) Es steht jedem Entsender zu, ihren jeweiligen Vertreter mit einer Dreiviertel-Mehrheit abzuberufen.
 - d) Die Entsendung erfolgt (i) durch Mitteilung der Wahlentscheidung des Entsenders an die Geschäftsstelle des Vereins (unten e)) und (ii) durch Bestätigung durch die Mitgliederversammlung (unten f)). Für die Fälle des vorzeitigen Ausscheidens eines Vorstands vor Ablauf seiner Amtszeit sowie länger dauernder Verhinderung gilt Absatz (8).
 - e) Die Geschäftsstelle prüft bei Entsendungen, ob damit die Voraussetzung nach lit. a) erfüllt wird, nicht zwei oder mehr Vorstände aus einem Unternehmen zu entsenden. Für die Vornahme dieser Prüfung kann sich jeder Entsender (i) vor der Wahl oder (ii) nach der Wahl eines zu entsendenden Vorstandsmitglieds an die Geschäftsstelle wenden. Die Geschäftsstelle teilt unverzüglich mit, wenn die Voraussetzung nach lit. a) nicht erfüllt wird und fordert den Entsender auf, eine andere Person in den Vorstand zu entsenden und/oder sich mit dem anderen Entsender, der eine Person aus dem selben Unternehmen gewählt hat, über die Entsendung abzustimmen. Eine wirksame Entsendung liegt erst vor, wenn die Voraussetzung nach lit. a) erfüllt ist. Wird zwischen den Entsendern keine Einigung über die zu entsendenden Personen unter Einhaltung der Voraussetzung nach lit. a) erreicht, entfällt das Entsendungsrecht jeder der uneinigen Entsender und in der nächstmöglichen Mitgliederversammlung wählt diese die fehlenden Vorstände.
 - f) Die Zugehörigkeit zum Vorstand beginnt mit der Bestätigung durch die Mitgliederversammlung. Wird diese verweigert, so steht der Gruppe bzw. Mediengattung, deren von ihr entsandtes Mitglied nicht bestätigt wird, die Berechtigung zu, ein anderes Mitglied zu entsenden.
- (3)** Gewählt werden können Personen, die in einem Beschäftigungs- oder Auftragsverhältnis mit einem oder mehreren Mitgliedern einer Mediengattung oder einer Gruppe stehen. Wiederwahl ist zulässig. Die Vertreter dürfen in keinem unmittelbaren Wettbewerbs- und in keinem Abhängigkeitsverhältnis zur MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH stehen. Sollte die MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH oder ein Gremium planen, einen Auftrag an einen Gremienvertreter zu vergeben, so muss der Arbeitsausschuss in jedem einzelnen Fall über diese Auftragsvergabe entscheiden. Die Mitglieder des Vorstandes können nur persönlich mitwirken.
- (4)** Vorsitzender des Vereins ist das Vorstandsmitglied aus der Gruppe Werbeagenturen. Der Vorstand ist beschlussfähig, wenn mindestens vier der sechs Mitglieder der Mediengattungen sowie der Vorstandsvorsitzende oder dessen Vertreter, insgesamt somit mindestens fünf Mitglieder, an der Sitzung teilnehmen. Der Vorstand beschließt in Sitzungen mit einfacher Mehrheit der abgegebenen Stimmen, außerhalb von Sitzungen mit einfacher Mehrheit seiner Mitglieder. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme des Vorstandsvorsitzenden.
- (5)** Der Vorstand vertritt den Verein gerichtlich und außergerichtlich. Rechtsverbindliche Erklärungen im Sinne des § 26 BGB können nur durch mindestens zwei Vorstandsmitglieder gemeinsam abgegeben werden. Die Vertretungsmacht des Vorstands ist dahin beschränkt, dass er den Verein nur im Rahmen des Vereinszwecks und nach den Beschlüssen der Mitgliederversammlung bzw. des Arbeitsausschusses verpflichten darf.
- (6)** Der Vorstand hat im Arbeitsausschuss den Vorsitz, er ist an dessen Beschlüsse gebunden.

- (7) Artikel 6 Absatz (6) (Schriftliches Verfahren) und Artikel 6 Abs. (3) (Virtuelle Mitgliederversammlung) gelten für die Beschlussfassung im Vorstand entsprechend. Über die Ausübung der entsprechenden Ermächtigungen entscheidet der Vorstandsvorsitzende oder im Falle seiner Verhinderung ein Stellvertreter. Solange der Verein alleiniger Gesellschafter der MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH ist, kann deren Beiratsvorsitzender nach seinem billigen Ermessen an Sitzungen des Vorstands teilnehmen. Er ist deshalb zu den Vorstandssitzungen einzuladen. Der Beiratsvorsitzende hat im Vorstand keine Stimmrechte.
- (8) Für den Fall vorzeitigen Ausscheidens oder länger dauernder Verhinderung eines Vorstandsmitgliedes kann die betreffende Gruppe oder Mediengattung bis zur nächsten Wahl aus ihren Reihen ein stimmberechtigtes Ersatzmitglied in den Vorstand entsenden. Eine Bestätigung durch die Mitgliederversammlung ist in diesem Fall nicht erforderlich. Dabei kann das Ersatzmitglied auch den im Arbeitsausschuss bereits vertretenen Delegierten der betreffenden Gruppe oder Mediengattung entstammen; seine bisherige Stelle wäre dann ebenfalls ersatzweise bis zur nächsten Wahl zu besetzen. Betrifft das vorzeitige Ausscheiden oder die länger dauernde Verhinderung den Vorsitzenden des Vereins, werden dessen Aufgaben von den übrigen Vorstandsmitgliedern übernommen, bis der ersatzweise von der Gruppe Werbeagenturen unverzüglich zu entsendende Vorsitzende sein Amt antritt.

Artikel 8

Technische Kommission

- (1) Zur fachlich-methodischen Förderung der Vereinsziele besteht eine Technische Kommission. Der Technischen Kommission obliegt die Aufsicht über die methodischen Belange der ma-Studien. Ihr Ziel ist die Sicherstellung von Repräsentativität, Validität und Transparenz der angewandten Methoden. Sie ist hierfür Ansprechpartner der Geschäftsstelle.
- (2) Sie wird gebildet von bis zu zwei entsendeten Marktforschern pro Gruppe und Gattung sowie aus bis zu insgesamt zwei weiteren Marktforschern aus den Gruppen Werbungtreibende und/oder Werbeagenturen, die Mitgliedern des Vereins angehören müssen. Jede Gruppe bzw. Mediengattung bestimmt ihre zu entsendenden Marktforscher entsprechend ihrer Wahl- und Geschäftsordnung. Gewählt werden können Personen, die in einem Beschäftigungs- oder Auftragsverhältnis mit einem oder mehreren Mitgliedern einer Mediengattung oder einer Gruppe stehen. Die gewählte Person kann nur eine Mediengattung oder Gruppe vertreten. Wiederwahl ist zulässig. Die Vertreter dürfen in keinem unmittelbaren Wettbewerbs- und in keinem Abhängigkeitsverhältnis zur MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH stehen. Sollte die MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH oder ein Gremium planen, einen Auftrag an einen Gremienvertreter zu vergeben, so muss der Vorstand in jedem einzelnen Fall über diese Auftragsvergabe entscheiden.
- (3) An den Sitzungen der Technischen Kommission nimmt mindestens ein Geschäftsführer der MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH teil. Er beruft die Technische Kommission ein und leitet die Sitzung. Nach Abstimmung mit den Marktforschern und dem Geschäftsführer der MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH können für bestimmte Aufgaben weitere Fachleute, auch Nichtmitglieder, als Gäste ohne Stimmrecht herangezogen werden.
- (4) Die Technische Kommission erhält ihre Aufgaben von der Mitgliederversammlung und vom Vorstand. Sie soll ihre Empfehlungen einstimmig abgeben. Kommt eine einstimmige Empfehlung nicht

zustande, tragen die Kommissionsmitglieder ihre unterschiedlichen Auffassungen dem Vorstand vor.

- (5) Die Mitglieder der Technischen Kommission können nur persönlich mitwirken. Sie sind ehrenamtlich tätig.
- (6) Für den Fall des vorzeitigen Ausscheidens oder einer länger dauernden Verhinderung eines Mitglieds der Technischen Kommission kann die betreffende Gruppe bzw. Mediengattung bis zur nächsten Wahl aus ihren Reihen ein stimmberechtigtes Ersatzmitglied als Marktforscher in die Technische Kommission delegieren. Die Namen ersatzweise berufener Mitglieder sind von der Geschäftsstelle allen Vereinsmitgliedern bekannt zu geben.

Artikel 9

Arbeitsausschuss

- (1) Der Arbeitsausschuss schlägt der Mitgliederversammlung die „agma-Aufnahme-, Erhebungs-, Ausweisungs- und Finanzierungs-Richtlinien“ vor. Außerdem obliegen ihm die ihm nach der Satzung, insbesondere in Artikel 4 zugewiesenen Aufgaben.
- (2) Der Arbeitsausschuss besteht aus den Mitgliedern des Vorstandes, den Marktforschern der Technischen Kommission und weiteren Vertretern. Die Gruppen bzw. Mediengattungen sind zur Entsendung von weiteren Vertretern wie folgt berechtigt:
 - a) die Gruppen Werbeagenturen und Werbungtreibenden entsenden zusammen mindestens sechs bis maximal 14 weitere Vertreter. Es bleibt den Gruppen Werbeagenturen und Werbungtreibenden überlassen, in welchem Verhältnis sie die Sitze untereinander aufteilen.
 - b) jede Mediengattung entsendet mindestens drei bis maximal zehn weitere Vertreter.

Die Entsendung erfolgt für die Dauer von zwei Jahren.

Das Stimmenverhältnis im Arbeitsausschuss (siehe Art. 9 Abs. (6)) bleibt, unabhängig von der Anzahl der Vertreter, unverändert.

- (3) Gewählt werden können Personen, die in einem Beschäftigungs- oder Auftragsverhältnis mit einem oder mehreren Mitgliedern einer Gruppe bzw. Mediengattung stehen. Wiederwahl ist zulässig. Die Vertreter dürfen in keinem unmittelbaren Wettbewerbs- und in keinem Abhängigkeitsverhältnis zur MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH stehen. Sollte die MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH oder ein Gremium planen, einen Auftrag an einen Gremienvertreter zu vergeben, so muss der Arbeitsausschuss in jedem einzelnen Fall über diese Auftragsvergabe entscheiden.

Die Listen mit den Namen und Firmenzugehörigkeiten der von den Gruppen bzw. Mediengattungen in den Arbeitsausschuss entsendeten weiteren Vertretern sind der Geschäftsstelle des Vereins mindestens 20 Tage vor der Mitgliederversammlung in Schrift- oder Textform einschließlich E-Mail (§ 126 b BGB) zuzuleiten. Liegt bis zu diesem Zeitpunkt eine gültige Namensliste nicht vor, stimmt die betreffende Gruppe bzw. Mediengattung vor der Mitgliederversammlung über ihre weiteren

Vertreter ab. Die einzelnen Gruppen bzw. Mediengattungen können die Wahl auch über die Geschäftsstelle durchführen lassen.

- (4) Für den Fall des vorzeitigen Ausscheidens oder einer länger dauernden Verhinderung eines Arbeitsausschussmitglieds kann die betreffende Gruppe bzw. Mediengattung bis zur nächsten Wahl aus ihren Reihen ein stimmberechtigtes Ersatzmitglied in den Arbeitsausschuss delegieren. Die Namen ersatzweise berufener Mitglieder sind von der Geschäftsstelle allen Vereinsmitgliedern bekannt zu geben.
- (5) Die Mitglieder des Arbeitsausschusses sind ehrenamtlich tätig. Sie können sich durch ein anderes Mitglied des Arbeitsausschusses der gleichen Gruppe bzw. Mediengattung vertreten lassen. Hierzu ist eine Vollmacht notwendig, die der Schriftform bedarf. Die Vertretungsvollmacht gilt nur für jene Abstimmungspunkte, die auf der verschickten Tagesordnung stehen.
- (6) Wie in der Mitgliederversammlung haben die Gruppen Werbeagenturen und Werbungtreibende jeweils 17% und die Mediengattungen Fernsehen, Radio/Audio, Internet, Out of Home, Publikumszeitschriften und Tageszeitungen jeweils 11% der Stimmen. Die Abstimmungsmodalitäten entsprechen denen der Mitgliederversammlung (Art. 6 (7) a), b), c)).

Jeder Mediengattung steht gegen Beschlussfassungen des Arbeitsausschusses ein Widerspruch zu. Der Widerspruch ist

- a) gegen einen in einer Sitzung des Arbeitsausschusses gefassten Beschluss in der Sitzung zu Protokoll zu erklären und zu begründen.
- b) gegen einen nicht in einer Sitzung, also auf andere Weise gefassten Beschluss spätestens fünf Werktage nach seiner Feststellung schriftlich gegenüber dem Verein zu erheben und gleichzeitig zu begründen.

Der Widerspruch ist nur mit Zustimmung aller stimmberechtigten Mitglieder der jeweiligen Mediengattung zulässig.

Über den Widerspruch entscheidet der Vorstand innerhalb einer Frist von vier Wochen, entweder auf seiner nächsten Sitzung oder im schriftlichen Verfahren. Wird über den Widerspruch im schriftlichen Verfahren entschieden, hat die Frist zur Stimmabgabe wenigstens zwei Wochen zu betragen. Dabei sind nur die im Widerspruch genannten Gründe zu berücksichtigen. Gegen die Entscheidung des Vorstands ist kein weiterer Widerspruch möglich.

- (7) Artikel 6 Absatz (6) (Schriftliches Verfahren) und Artikel 6 Abs. (3) (Virtuelle Mitgliederversammlung) gelten für die Beschlussfassung im Arbeitsausschuss entsprechend. Über die Ausübung der entsprechenden Ermächtigungen entscheidet der Vorstandsvorsitzende oder im Falle seiner Verhinderung sein Stellvertreter. Im Übrigen geltend die Bestimmungen des Artikel 8 Absatz 6 Satz 1 und 2, Absätze (8) bis (12) entsprechend.
- (8) An den Sitzungen des Arbeitsausschusses nehmen ohne Stimmrecht der bzw. die Geschäftsführer des Vereins, Geschäftsführer der MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH und der Aufsichtsratsvorsitzende der MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH teil. Zu den Sitzungen des Arbeitsausschusses wird ferner ein Geschäftsführungsmittglied des Zentralverbandes der Deutschen Werbewirtschaft ZAW

eingeladen. Darüber hinaus können nach Beschluss des Arbeitsausschusses weitere Gäste ohne Stimmrecht eingeladen werden.

- (9) Der Arbeitsausschuss tagt auf Einladung des Vorstandes mindestens einmal im Jahr. Der Vorstand hat im Arbeitsausschuss den Vorsitz, er ist an dessen Beschlüsse gebunden. Unterjährig kann jeder Vorstand einzeln die Mitglieder seiner Gruppe bzw. Gattung zu Teil-Arbeitsausschuss-Sitzungen einladen. Dazu können auch Gäste eingeladen werden. Die jeweiligen Vorstandsmitglieder sowie die in die Technische Kommission entsendeten Marktforscher sind dazu verpflichtet, unterjährig die weiteren Vertreter im Arbeitsausschuss ihrer jeweiligen Mediengattung oder Gruppe über wesentliche Vorgänge zu informieren.
- (10) Der Arbeitsausschuss ist beschlussfähig, wenn mindestens die Hälfte der gewählten oder benannten Mitglieder der Gruppen Werbeagenturen und Werbungtreibende, bzw. der jeweiligen Mediengattung(en) persönlich, nicht lediglich kraft Vertretung durch ein anderes Mitglied, an der Sitzung teilnimmt.
- (11) Die Einladung zur Sitzung des Arbeitsausschusses muss mindestens zwei Wochen vorher durch den Vorstand unter Angabe der Tagesordnung erfolgen. Der Termin für die Sitzung des Arbeitsausschusses wird den Mitgliedern des Arbeitsausschusses mindestens sechs Wochen vorher mitgeteilt.
- (12) Die Protokollierung der Beschlüsse erfolgt durch den Vorstandsvorsitzenden, bei Verhinderung durch einen Vertreter.

Artikel 10

Sanktionierung von Fehlverhalten

- (1) Anbieter, die Mitglied der agma sind (Artikel 3 Abs. (1) c)) sowie die für sie tätigen Personen dürfen weder selbst noch durch die Einschaltung von Dritten Maßnahmen ergreifen, die einen unerlaubten Einfluss auf Erhebungen nehmen können, die zur Erstellung der ma einer Mediengattung („ma“) durchgeführt werden. Denn eine solche Einflussnahme kann zu einer Verzerrung der erhobenen Daten und damit zu einem Verstoß gegen das methodische Vorgehen der agma bzw. der von ihr beauftragten Dienstleistungsunternehmen führen. Eine solche unzulässige Promotion in eigener Sache liegt insbesondere vor, wenn den Nutzern eines Werbeträgers bestimmte Aussagen zu ihrem Nutzungsverhalten der durch einen Anbieter vertretenen Werbeträger wie zum Beispiel Internetseiten, Zeitschriften oder Fernseh- sowie Radioprogrammen nahegelegt werden.
- (2) Zur Sanktionierung eines im Sinne von Absatz (1) festgestellten oder vermuteten Fehlverhaltens eines Anbieters wird durch den Vorstand ein jeweils aus fünf Personen bestehender Ehrenrat eingesetzt. Der Ehrenrat setzt sich zusammen aus dem Vorstandsvorsitzenden, dem Medienvorstand der betroffenen Gattung, dem gewählten Marktforscher der betroffenen Gattung, einem Marktforscher der Werbeagenturen/Werbungtreibende und einem Geschäftsführer der agma/MEDIA-MICRO-CENSUS.
- (3) Nach Hinweis durch Mitglieder der agma, Mitglieder oder Dritte auf ein Fehlverhalten nach Absatz (1) kann der vom Vorstand nach Absatz (2) eingesetzte Ehrenrat nach sachgerechtem Ermessen bei dem Anbieter anfragen, aus welchen Gründen der Anbieter vom Nichtvorliegen eines

Fehlverhaltens ausgehen will („**Berechtigungsanfrage**“), eine Abmahnung des Mitglieds und eine Geldbuße beschließen. Die Kosten der Abmahnung trägt der betroffene Anbieter.

- (4) Der Ehrenrat ist verpflichtet, den Vorstand in seiner nächsten turnusmäßigen Sitzung über festgestellte oder vermutete Sachverhalte sowie die Maßnahmen und Beschlüsse des Ehrenrats zu informieren.
- (5) Verwirklicht ein Anbieter ein Fehlverhalten durch Verstoß gegen eine Abmahnung oder ein erneutes Fehlverhalten innerhalb eines Zeitraumes von zwei vollen Kalenderjahren nach einer Abmahnung, ist der Ehrenrat verpflichtet, den Sachverhalt dem Vorstand vorzulegen. Diese Vorlage an den Vorstand soll neben einer Sachverhaltsdarstellung eine Empfehlung des Ehrenrates zu der gegen das Mitgliedsunternehmen zu verhängenden Sanktion enthalten. Der Vorstand kann nach sachgerechtem Ermessen alternativ oder kumulativ folgende Sanktionen gegen den Anbieter beschließen:
 - (i) Nichtausweisung des bzw. der betroffenen Werbeträger des Anbieters in der ma der entsprechenden Mediengattung.
 - (ii) Zeitlich begrenzter oder dauernder Ausschluss des betroffenen Anbieters als Mitglied der agma.
 - (iii) Verhängung einer Geldbuße.
- (6) Die Sanktionierung durch den Ehrenrat und/oder den Vorstand setzt kein Verschulden des betroffenen Anbieters am Fehlverhalten voraus.
- (7) Dem betroffenen Anbieter muss durch den Ehrenrat und/oder den Vorstand vor Verhängung einer Sanktion schriftlich mitgeteilt werden
 - (i) aus welchem Grund er zur Unterlassung aufgefordert wird.
 - (ii) dass die Absicht besteht, das Fehlverhalten zu sanktionieren.
 - (iii) welche Sanktion in Betracht kommt.
 - (iv) dass eine Möglichkeit des betroffenen Anbieters zur Stellungnahme in Schrift- oder Textform einschließlich E-Mail (§ 126 b BGB) innerhalb einer, unter Berücksichtigung etwa bestehender Eilbedürftigkeit, bestimmten angemessenen Frist besteht.
- (8) Die Entscheidungen des Ehrenrates und/oder des Vorstandes müssen begründet und dem Anbieter in Textform, für deren Einhaltung E-Mail (§ 126 b BGB) ausreichend ist, bekannt gemacht werden.
- (9) Die nächst folgende Mitgliederversammlung ist zu informieren, sofern Sanktionen nach Absatz (5) verhängt wurden.

Artikel 11

Geschäftsstelle

Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) unterhält eine Geschäftsstelle, die mit einem Geschäftsführer und weiteren Mitarbeitern besetzt ist. Die Geschäftsstelle erhält ihre Weisungen vom Vorstand und ist ihm gegenüber verantwortlich.

Artikel 12 Ehrenmitglieder

- (1) Die Mitgliederversammlung kann auf Vorschlag des Vorstandes Personen, die sich um die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) verdient gemacht haben, zu Ehrenmitgliedern wählen.
- (2) Die Ehrenmitglieder werden zur Mitgliederversammlung eingeladen und können auch um Übernahme von besonderen Aufgaben gebeten werden.
- (3) Die Ehrenmitglieder haben Anspruch auf Erstattung ihrer Auslagen für ihre Teilnahme an den Mitgliederversammlungen und für andere Tätigkeiten im Interesse des Vereins.

Artikel 13 Mitgliederpflichten, Schiedsklausel, Haftungsbeschränkung gegenüber Mitgliedern, Umgang mit agma-Daten

- (1) Die Mitglieder sind verpflichtet, die Ziele des Vereins zu fördern; insbesondere ist bei der werblichen Verwendung anderer Media-Untersuchungen jegliche Gefahr der Verwechslung mit den Ergebnissen von Untersuchungen der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) zu vermeiden (durch deutliche Quellenangabe, durch Hinweis auf Methodenunterschiede o.ä.).
- (2) Die Mitglieder der genannten Vereinsorgane sind verpflichtet, Erkenntnisse und Daten, die sie in ihrer Funktion als Mitglied dieser Gremien erhalten haben, als vertraulich zu behandeln, solange sie nicht durch Beschluss eines Vereinsorgans freigegeben und damit öffentlich sind. Diese Verpflichtung endet nicht mit der Beendigung ihrer Funktion.
- (3) Für Auswertungen und Veröffentlichungen, die ein Mitglied unter Verwendung von Material der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) vornimmt, trägt das Mitglied allein die Verantwortung. Von der Mitgliederversammlung verabschiedete Verfahrensregeln sind einzuhalten. In Streitfällen hat das Mitglied die Richtigkeit aller Angaben zu beweisen, die nicht unmittelbar aus Veröffentlichungen des Vereins ablesbar sind.
- (4) Für Streitigkeiten des Vereins mit Mitgliedern oder von Mitgliedern untereinander, die sich aus der Mitgliedschaft oder aus der Anwendung oder der Verwertung von Ergebnissen der Media-Analyse (ma) oder anderen von der agma veranlassten Untersuchungen ergeben oder die Rechte und Pflichten des Vereins oder des Mitglieds bei Anwendung der Satzung, der Richtlinien und Regeln betreffen, ist ein Schiedsgericht nach Maßgabe des von der Mitgliederversammlung beschlossenen Schiedsvertrages in seiner bei Anrufung des Schiedsgerichts gültigen Fassung zuständig. Der Schiedsvertrag ist Bestandteil der jeweils aktuellen Satzung.
- (5) Der Verein haftet seinen Mitgliedern gegenüber nur für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit.
- (6) Die Geschäftsführung ist berechtigt, nach vorheriger Zustimmung und unter Mitwirkung des Vorstands auch anderen Unternehmen als den Mitgliedern der agma („**Dritten**“) den Bezug und/oder die Nutzung von ma-Daten entgeltlich zu überlassen. In diesen Fällen ist die Geschäftsführung verpflichtet, durch geeignete vertragliche Regelungen mit den Dritten sicherzustellen, dass sie

bezüglich der ma-Daten verpflichtet sind, sämtliche für Mitglieder der agma geltenden Regelungen einzuhalten.

Artikel 14

Untersuchungsergebnisse, Untersuchungsmaterial

- (1) Die Nutzung der Urheber- und Verwertungsrechte an den Ergebnissen der Untersuchungen, auch soweit sie nicht veröffentlicht werden, stehen dem Verein sowie der MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH zu. Der Zugang zu dem Urmaterial ist dem Vorstand oder von ihm Bevollmächtigten vorbehalten.
- (2) Die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) besitzt die Rechte an der Kurzform „agma“, die als Dienstleistungsmarke beim Bundespatentamt eingetragen ist. Ebenfalls eingetragen ist die Kurzform „ma“ zugunsten der Tochtergesellschaft des Vereins, MEDIA-MICRO-CENSUS GmbH.

Artikel 15

Auflösung des Vereins

- (1) Der Verein wird aufgelöst, wenn dies in einer Mitgliederversammlung mit mindestens drei Viertel der Stimmen der erschienenen Mitglieder beschlossen wird. Zu dieser Mitgliederversammlung muss vom Vorstand durch eingeschriebenen Brief spätestens vier Wochen vorher unter Vorlage der Tagesordnung eingeladen werden, die den Punkt „Auflösung des Vereins“ enthält.
- (2) Bei Auflösung des Vereins entscheidet die Mitgliederversammlung über die Verwendung des veröffentlichten Untersuchungsmaterials.
- (3) Über das nach Abwicklung aller laufenden Geschäfte und nach Abdeckung der Verbindlichkeiten verbleibende Vereinsvermögen entscheidet die Mitgliederversammlung.

SCHIEDSVERTRAG

in der von der Mitgliederversammlung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V.
am 24. November 2005 beschlossenen Fassung

§ 1

Über alle in Art. 13 Abs. (4) der Satzung der agma benannten Streitigkeiten entscheidet ein Schiedsgericht unter Ausschluss der ordentlichen Gerichte.

§ 2

Das Schiedsgericht hat nach dem geltenden materiellen Recht zu entscheiden. Es bestimmt das Verfahren nach freiem Ermessen (§ 1042 IV 1 ZPO).

§ 3

Das Schiedsgericht wird auf Antrag eines Mitgliedes oder des Vereins tätig.

§ 4

- (1) Das Schiedsgericht besteht aus zwei Schiedsrichtern und einem Obmann. Die betreibende Partei hat unter Namhaftmachung des von ihr gewählten Schiedsrichters die Gegenseite mit eingeschriebenem Brief aufzufordern, ihrerseits einen Schiedsrichter zu benennen. Hierfür gilt eine Frist von einer Woche nach Erhalt des Briefes. Falls die Gegenseite innerhalb dieser Frist keinen Schiedsrichter benennt, wobei für die Einhaltung der Frist von einer Woche die Absendung des eingeschriebenen Briefes an die betreibende Partei entscheidend ist, so wird der Schiedsrichter der Gegenseite auf Antrag der betreibenden Partei durch den Präsidenten des Landgerichts Frankfurt am Main bestellt. Sind auf beiden Seiten Schiedsrichter bestellt, bestellen diese beiden Schiedsrichter den dritten Schiedsrichter, der als Obmann des Schiedsgerichts tätig wird. Können sich die beiden Schiedsrichter innerhalb einer Frist von zwei Wochen nach ihrer Bestellung nicht auf einen Obmann einigen, wird der Obmann auf Antrag einer der beiden Parteien vom Präsidenten des Landgerichts Frankfurt am Main bestellt.
- (2) Zu Schiedsrichtern einschließlich des Obmanns können nur Persönlichkeiten vorgeschlagen bzw. bestellt werden, die zu keiner der beiden Parteien in einem wirtschaftlichen Abhängigkeitsverhältnis steht.
- (3) Die Schiedsrichter müssen aus dem Kreis der Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) kommen.

§ 5

Die Parteien sind im Schiedsverfahren mündlich zu hören. Sie können sich aller in der ZPO vorgesehenen Beweismittel bedienen. Auf übereinstimmenden Antrag beider Parteien kann das Verfahren schriftlich durchgeführt werden. Eine Vertretung, auch durch Anwälte, ist zulässig.

§ 6

Entscheidungen werden durch die Mehrheit der Mitglieder des Schiedsgerichts gefällt. Sie müssen schriftlich abgefasst und mit Gründen versehen sein. Je eine Abschrift der Entscheidung erhalten die Parteien und der Vorstand der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma). Letzterer ist gehalten, die Entscheidung in einer vom Schiedsgericht festzusetzenden Fassung und im Allgemeinen ohne Namensnennung der Parteien den Mitgliedern durch Rundschreiben zur Kenntnis zu bringen. Auf Antrag einer der beiden Parteien muss das Schiedsgericht entscheiden, ob diese Veröffentlichung mit Namensnennung beider Parteien geschehen soll.

§ 7

Die Kosten des Schiedsverfahrens richten sich nach dem Rechtsanwaltsvergütungsgesetz, wobei dem Obmann jeweils Gebühren in Höhe von 13/10 und den anderen Schiedsrichtern Gebühren in Höhe von 10/10 der Gebührensätze zustehen. Das Schiedsgericht ist befugt, Vorschüsse zur Deckung der Kosten einzufordern.

§ 8

Tagungsort des Schiedsgerichts und Gerichtsstand ist Frankfurt am Main. Auf Antrag kann der Obmann einen anderen Tagungsort bestimmen. Die Verfahrenssprache ist Deutsch.

§ 9

Dieser Schiedsvertrag ist integraler Bestandteil der Vereinssatzung der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (agma) (siehe Art. 13 Abs. (4) der Satzung).