

Marketingkonzept  
der Statistischen  
Ämter des Bundes  
und der Länder

Vereinbarungen und  
Leitlinien



**STATISTISCHE ÄMTER**  
DES BUNDES UND DER LÄNDER

Stand Februar 2003

11

546

2704265

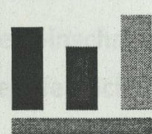






# Marketingkonzept der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

Vereinbarungen und  
Leitlinien



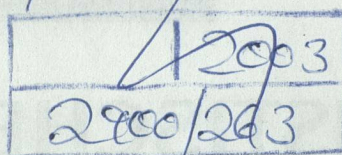
## STATISTISCHE ÄMTER DES BUNDES UND DER LÄNDER

Stand Februar 2003



30. 7. 04  
7C ~~296~~  
696

Statistisches Landesamt  
Hamburg  
+ BIBLIOTHEK +



Statist. Bundesamt - Bibliothek



25-00801

(M - 00546)

Herausgeber:  
Statistische Ämter des Bundes und der Länder

Erstellt vom  
Statistischen Bundesamt  
65180 Wiesbaden  
[www.destatis.de](http://www.destatis.de)  
[gruppe-ic@destatis.de](mailto:gruppe-ic@destatis.de)

Erschienen im März 2003



	INHALT	Seite
1	Ausgangssituation und Ziele	2
2	Konzeption einer zukunftsorientierten Vermarktung	4
2.1	Das Marketing-Modell	4
2.2	Die Marketing-Leitlinien	5
3	Rechtliche Fragen/Copyright	10
3.1	Ausgangssituation	10
3.2	Copyrightregelung für die amtliche Statistik	10
4	Nutzerkategorien	12
5	Ausgestaltung der Angebote	16
5.1	Grundsätze für Gemeinschaftsveröffentlichungen	16
5.2	Gemeinschaftliche Vereinbarungen und Leitlinien für hausspezifische Veröffentlichungen	17
5.3	Informations- und Auskunftsdienste	18
5.4	Beantwortung länderübergreifender Anfragen	20
5.5	Grundsätze für ein koordiniertes Verhalten gegenüber den Medien	22
5.6	Gemeinsame Messeaktivitäten	22
5.7	Gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit und Werbung	23
6	Preis-, Rabattsystem, Lizenzmodell	24
6.1	Preise für Regio-Stat-Tabellen	24
6.2	Rabattsystem für Standardprodukte	26
6.3	Lizenzregelungen für statistische Produkte	27
Anhang 1	Nutzerkategorien mit Beispielen und Erläuterungen	35
Anhang 2	Musterlizenzverträge	40



# 1 Ausgangssituation und Ziele

An der Schwelle zum 21. Jahrhundert definieren die statistischen Ämter ihre Rolle als Informationsdienstleister neu. Relevante Informationen sind das gefragte Produkt auf den Informationsmärkten, und Beratungskompetenz ist in einer Gesellschaft, die Wissen als Anspruch begreift, als Dienstleistung gefordert. Eine zeitgemäße und kundenorientierte Vermarktung statistischer Produkte und Dienstleistungen gewinnt für die statistischen Ämter daher zunehmend an Bedeutung. Darauf hat auch der Statistische Beirat in seinem 1996 verabschiedeten „Rahmenkonzept zur Neuordnung der amtlichen Statistik“ hingewiesen.

Statistische Ergebnisse sind als Teil der staatlich angebotenen Infrastruktur anzusehen. Zwischen dem öffentlichen Anspruch nach allgemeinem und (kosten-)freiem Zugang zu statistischen (Grund-) Informationen einerseits und einer aktiven Vermarktung der vielfältigen Produkte und Dienstleistungen andererseits besteht jedoch nicht notwendigerweise ein Gegensatz. Die statistischen Ämter verkaufen einen Teil ihrer Informationen bereits seit Jahren. Dies geschieht aber weitgehend ohne kohärentes Vermarktungs- und Preissystem, was zu immer neuen „Von-Fall-zu-Fall“-Kalkulationen und Abrechnungsproblemen gegenüber Kunden - und letztendlich zu Imageverlusten - geführt hat.

Die amtliche Statistik will der Öffentlichkeit in stärkerem Maß geschlossen und offensiv ihre Leistungsfähigkeit als bedeutender, kompetenter und zuverlässiger Informationsanbieter und -dienstleister präsentieren. So muss sie Datengewinnung, -verarbeitung und -verbreitung auf ihre Kunden ausrichten. Die Umsteuerung von der Input- zur Outputorientierung der amtlichen Statistik muss schnell, planmäßig und konsequent und zwischen allen statistischen Ämtern einvernehmlich, abgestimmt und koordiniert erfolgen. Außerdem muss die Outputorientierung bei allen statistischen Gremien als Leitlinie fest verankert und bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aller statistischen Ämter zum Maßstab ihrer täglichen Arbeit werden.

Ein wichtiger Meilenstein auf diesem Weg ist die Ausarbeitung eines zukunftsorientierten und zugleich praxisnahen Marketingprofils und Verbreitungskonzeptes für die amtliche Statistik Deutschlands. Dieses Konzept soll von einem Informationsangebot ausgehen, das folgende drei Ebenen abdeckt:

- Informationelle Grundversorgung (Informationen für alle als unentgeltliches Grundangebot)
- Nachfrage- und zielgruppenorientierte Standardangebote
- Kundenspezifische Aufbereitung / Beratung (nach individuellen Bedürfnissen „maßgeschneiderte“ Lösungen).

Die Amtsleiterkonferenz hat 1997 einen Ausschuss „Marketing“ eingerichtet. Er sieht in der Positionierung der amtlichen Statistik als kompetente und kundenorientierte Serviceeinrichtung im Bereich statistischer Informationen den Kern seiner Tätigkeit. Folgende grundlegende Ziele für seine Arbeit wurden in der konstituierenden Sitzung im November 1997 festgelegt und haben auch für die Erstellung eines Bund-Länder-Marketing-Konzeptes Geltung:

- Verankerung der Kundenorientierung in allen statistischen Ämtern,
- Profilierung als kompetenter Informationsdienstleister,
- Schaffung neuer Märkte und Absatzchancen, auch durch Antizipation der Kundenwünsche,
- Konsistenz der Produkte, Dienstleistungen und Preissysteme.



Grundlage für dieses neue Leistungsprofil soll ein Regelwerk für die Verbreitungspolitik der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder sein, das folgende Bereiche umfasst:

- *Konzeption einer zukunftsorientierten Vermarktung* (Darin ist der Kern der Konzeption einer zukunftsorientierten Verbreitung statistischer Produkte und Dienstleistungen zu sehen.)
- *Rechtliche Fragen/Copyright* (Fragen zum Urheberrecht müssen geklärt werden.)
- *Nutzerkategorien* (Systematisierung ist u.a. notwendig, um neue Angebotsformen und Vermarktungsstrategien zu entwickeln.)
- *Ausgestaltung der Angebote* (Die Ausgestaltung der Angebote auf allen Ebenen ist für die Kundenorientierung von großer Bedeutung.)
- *Preis-/Rabattsystem, Lizenzmodell* (Es muss festgelegt werden, zu welchen Konditionen welche Leistungen welchen Nutzergruppen angeboten werden, bzw. zu welchen Konditionen „Dritte“ die Produkte der statistischen Ämter weiter vermarkten können.)

Ausgerichtet an den Interessen der Nutzer der amtlichen Statistik und in Übereinstimmung mit dem föderalen Aufbau und der Arbeitsteilung zwischen den statistischen Ämtern wird bei den einzelnen Themenbereichen bewusst zwischen *Vereinbarungen*, *Leitlinien* und der Möglichkeit *hausspezifischer Regelungen* unterschieden. Damit kann die Notwendigkeit von einheitlichen Regeln auf der einen mit flexiblem Handeln auf der anderen Seite verbunden werden.

*Vereinbarungen* sind für die statistischen Ämter in der angegebenen Form verbindlich. Sie sind im nachfolgenden Text dadurch gekennzeichnet, dass hinter den maßgebenden Überschriften das Wort „Vereinbarung“ in Klammern angefügt ist.

*Leitlinien* sind Soll-Bestimmungen, von deren Anwendung bzw. Befolgung die statistischen Ämter nur in begründeten Fällen abweichen sollten.

### 2.2.2 Die amtliche Statistik als Dienstleistung für die Bürger und die Wirtschaft

Dieses Ziel leitet sich in erster Linie aus der Aufgabe der amtlichen Statistik ab, laufend Daten über Mensch und Ereignisse zu sammeln, zu speichern, aufzubereiten, darzustellen und zu analysieren (vgl. z.B. § 1 BStAG).

Im demokratisch verfassten Staat muss es jedem Bürger und jeder gesellschaftlichen Gruppierung möglich sein, sich über den Zustand und die Entwicklung des eigenen Gemeinwesens im lokalen, regionalen, nationalen und auch internationalen Vergleich zu informieren. Das eigene Gemeinwesen kann etwa der Wohnort, der eigene Stadt- oder Landkreis, das eigene Bundesland oder die Bundesrepublik als Ganzes sein.



## 2 Konzeption einer zukunftsorientierten Vermarktung

### 2.1 Das Marketing-Modell

Im Rahmen der Überlegungen zum Informationsbedarf der Nutzer/Kunden wurde von den Statistischen Ämtern des Bundes und der Länder Einvernehmen über ein Marketing-Modell erzielt, das für weitere strategische Zielformulierungen die gemeinsame Grundlage bildet. Ausgehend von dem gesetzlichen Auftrag zur Veröffentlichung statistischer Daten und dem Ziel, statistische Informationen optimal den verschiedenen Nutzer-/Kundengruppen vermitteln zu können, strukturiert es die Nachfrage nach statistischen Informationen und deren Angebot so, dass drei Segmente unterschieden werden können, mit denen jeweils bestimmte Zielsetzungen verbunden werden:

- Informationelle Grundversorgung als unentgeltliches Grundangebot
- Nachfrage- und zielgruppenorientierte Standardangebote
- Kundenspezifische Aufbereitung / Beratung

Das Modell hat sich als Bezugsrahmen bewährt und wird inzwischen auch im europäischen Ausland zunehmend als Grundlage für Überlegungen zur Verbreitung statistischer Informationen genutzt.





## 2.2 Die Marketing-Leitlinien

Die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder haben einen gesetzlichen Auftrag zur Erhebung, Aufbereitung und Veröffentlichung statistischer Daten. Um dem Auftrag zur Veröffentlichung zeitgemäß gerecht zu werden, ist ein Marketing statistischer Informationen nach folgenden Grundsätzen und Zielen erforderlich:

- Der Bedarf der Kunden steht im Zentrum des Handelns der amtlichen Statistik.
- Die amtliche Statistik stellt eine informationelle Grundversorgung als unentgeltliches Grundangebot bereit. Darüber hinaus bietet sie statistische Produkte und Dienstleistungen am Markt an. Auf Wunsch werden für die Kunden maßgeschneiderte Lösungen erstellt.
- Die amtliche Statistik ermöglicht einen einfachen und schnellen Zugang zu den Informationen.
- Mit ihren Partnern im In- und Ausland arbeitet die amtliche Statistik konstruktiv zusammen und nutzt die Möglichkeiten der Arbeitsteilung.

Es ist wichtig, dass sich die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder mit diesen Grundsätzen und Zielen identifizieren und sie nach innen und außen vermitteln.

### 2.2.1 Der Bedarf der Kunden steht im Zentrum des Handelns der amtlichen Statistik

Ausgehend von einer Analyse der bereits bestehenden Nachfrage kann festgestellt werden, dass der Informationsbedarf der Kunden ein breites Spektrum aufweist. Es werden sowohl hochaktuelle als auch historische, sowohl harte als auch weiche, sowohl globale als auch kleinräumige, sowohl hoch verdichtete als auch fein differenzierte Informationen benötigt. Die Informationen werden als gedruckte oder elektronische Veröffentlichungen, online über Internet, per Brief, Telefon, Fax und zunehmend per E-Mail nachgefragt. Die Kunden möchten die statistischen Daten selbst nutzen oder an andere weitervermitteln. Die strategischen Festlegungen für ein Vermarktungs- und Preissystem sollen sich am Informationsbedarf der Kunden orientieren. Eine kohärente Vermarktungspolitik muss daher diese heterogenen Bedürfnisse berücksichtigen.

Aktives Marketing verlangt ein Konzept, das nicht nur auf die zuvor festgestellten Bedürfnisse der Kunden eingeht, sondern möglichst schon die Flexibilität und den Raum bietet, um künftigen Anforderungen mit innovativen Produkten und Serviceangeboten zu begegnen. Weiterhin soll das Konzept Möglichkeiten bieten, sowohl spezifischen Kundengruppen als auch einzelnen Kunden adäquate Lösungen anzubieten.

### 2.2.2 Die amtliche Statistik stellt eine informationelle Grundversorgung als unentgeltliches Grundangebot bereit

Dieses Ziel leitet sich in erster Linie aus dem gesetzlichen Auftrag der amtlichen Statistik ab, laufend Daten über Massenerscheinungen zu erheben, zu sammeln, aufzubereiten, darzustellen und zu analysieren (vgl. z.B. § 1 BStatG).

Im demokratisch verfassten Staat muss es jedem Bürger und jeder gesellschaftlichen Gruppierung möglich sein, sich über den Zustand und die Entwicklung des eigenen Gemeinwesens im lokalen, regionalen, nationalen und auch internationalen Vergleich zu informieren. Das eigene Gemeinwesen kann etwa der Wohnort, der eigene Stadt- oder Landkreis, das eigene Bundesland oder die Bundesrepublik als Ganzes sein.



Da der Staat den Kenntnisumfang und damit die Entscheidungsfähigkeit der Bürger und Gruppen aktiv fördern soll, vereinbaren die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder im Rahmen der von ihnen bereitgestellten informationellen Infrastruktur ein untereinander in den Kerngedanken abgestimmtes unentgeltliches Basisangebot zur „informationellen Grundversorgung“.

Die Angebote beschränken sich auf schnell und leicht nachvollziehbare Informationen. Dabei können die potenziellen Nutzer passiv (z. B. über die Medien) oder aufgrund eigener aktiver Recherche bei einem statistischen Amt (z. B. über den Auskunftsdienst oder das Internet) informiert werden

Die Informationsbereitstellung umfasst alle statistischen Dimensionen:

- Der räumliche Aspekt kann die Skala der Regionaleinheiten von Bund und Ländern bis hin zu Gemeinden und Gemeindeteilen überspannen.
- Der zeitliche Aspekt berücksichtigt das Bedürfnis nach aktuellen wie nach historischen Informationen und Zeitreihen.
- Sachlich konzentriert sich die angebotene Grundversorgung auf relevante, für die öffentliche Diskussion und Entscheidungsfindung fundamentale Informationen aus allen Bereichen der amtlichen Statistik. Die Feststellung der informationellen Relevanz, die von der regionalen Tiefengliederung nicht unabhängig gesehen werden darf, ist ständige Aufgabe der statistischen Ämter bzw. der von ihnen damit betrauten Gremien. Da die Themen des gesellschaftlichen Diskurses wechseln, wechselt auch die Definition dessen, was als informationelle Grundversorgung angesehen wird.

#### **Angebote zur informationellen Grundversorgung**

Das Angebot der informationellen Grundversorgung ist für alle Nachfrager sachlich gleich definiert, d.h. allen Nachfragern steht - unabhängig von ihrer Zugehörigkeit zu bestimmten Nutzerkategorien oder vom Zweck der Datennutzung - das gleiche Datenangebot zur Verfügung.

Die informationelle Grundversorgung, die nur Ausschnitte aus dem Gesamtangebot der amtlichen Statistik umfasst, soll so abgegrenzt sein, dass möglichst für alle wesentlichen Interessentenkreise eine Grunddeckung des Bedarfs erreicht wird.

Die informationelle Grundversorgung wird sowohl über vorgefertigte Produkte als auch über individuell erbrachte Dienstleistungen gewährleistet. Im erstgenannten Bereich ist es zweckmäßig, genau bestimmte Erzeugnisse unentgeltlich abzugeben. Für die individuell erbrachten Dienstleistungen ist es sinnvoll, jene Aufwendungen in Rechnung zu stellen, die über einen Freibetrag hinausgehen.

#### **Andere Gründe für eine unentgeltliche Abgabe von Produkten und Leistungen**

Aus der Tatsache, dass alle für die informationelle Grundversorgung erbrachten Angebote unentgeltlich sind, darf nicht geschlossen werden, dass umgekehrt alle den Kunden unentgeltlich zur Verfügung gestellten Produkte und Leistungen Teil der informationellen Grundversorgung sind. Die unentgeltliche Abgabe einer Leistung oder eines Produkts kann vielmehr auch gerechtfertigt sein, wenn sie

- Teil der Öffentlichkeitsarbeit ist,
- der Absatzförderung dient,
- Belegcharakter hat,



- Komponente einer Austauschbeziehung ist,
- auch bei Anlegen strenger Maßstäbe aus Billigkeitsgründen zweifelsfrei erforderlich ist,
- einem vorrangigen Landes- bzw. Bundesinteresse dient oder
- Fakturierungs- und Buchungskosten einspart, die höher als die erzielbaren Erlöse wären.

Eine aus politischen Erwägungen beabsichtigte besondere Förderung bestimmter Publikationsformen oder Kundengruppen ist ebenfalls nicht in die Kategorie der informationellen Grundversorgung einzuordnen.

### **Medienservice**

Ein wichtiges Instrument der informationellen Grundversorgung ist die Pressearbeit. Darüber hinaus leitet sich die kostenfreie Versorgung der Medien zu journalistischen Zwecken aus dem besonderen Auskunftsrecht ab, das der Gesetzgeber kodifiziert hat, um über diese Multiplikatoren eine informationelle Grundversorgung der Gesellschaft sicherzustellen.

### **Auskünfte**

Auskunftsleistungen gelten bis zu einer dafür festgelegten Aufwandsgrenze als individuell erbrachte Leistungen der informationellen Grundversorgung. Ein über diese Grenze hinausgehender Aufwand wird in Rechnung gestellt.

### **Offline-Veröffentlichungen**

Als standardisierte Offline-Angebote der informationellen Grundversorgung werden besondere Produkte in gedruckter Form oder auf Datenträgern gefertigt, die auch in größerer Anzahl unaufwändig zu erstellen sind und an jedermann unentgeltlich oder gegen eine geringe Schutzgebühr abgegeben werden. Sie können auch durch Multiplikatoren weiterverbreitet werden. Als Beispiele zu nennen sind Kurzbroschüren und thematische Faltblätter, aber auch vergleichbare Publikationen auf CD-ROM.

### **Internet**

Der Anteil der Internet-Nutzer unter den Statistik-Interessenten ist schon heute hoch. Diesen Nutzern kann über dieses Medium eine qualifizierte informationelle Grundversorgung zur Verfügung gestellt werden.

Die statistischen Ämter bieten webgerechte Tabellen mit ausgewählten Eckdaten unentgeltlich an. Zur Arrondierung des Angebotes können darüber hinaus

- Inhalte von Veröffentlichungen, die originär in gedruckter Form oder auf Datenträger erscheinen, unentgeltlich auch zum Download bereitgestellt und/oder
- unentgeltliche Abrufe aus Datenbanken ermöglicht werden.

### **2.2.3 Die amtliche Statistik bietet statistische Produkte und Dienstleistungen am Markt an**

Zu diesem Segment gehören alle Produkte und Dienstleistungen, die über die Grundversorgung hinausgehen und vorgefertigt werden können. Sie decken insbesondere den standardisierbaren wiederkehrenden Informationsbedarf der Kunden ab. Dazu gehören Print-Veröffentlichungen ebenso wie elektronische Offline-Angebote (z.B. CD-ROMs oder public use files auf Disketten) und Online-Angebote (z.B. im Internet). Auch vorgefertigte Serviceleistungen (z.B. Faxabruf) könnten in dieses Segment passen. Für diese



Standardprodukte und Dienstleistungen werden Marktpreise festgelegt und Preislisten veröffentlicht. Für einzelne Kundengruppen sollen Rabatte, für Weiterverbreiter Lizenzgebühren bzw. Aufschläge festgelegt werden.

Die Entwicklung solcher Produkte und Dienstleistungen ist im Hinblick auf Zielgruppen zu forcieren. Die Weiterentwicklung der Angebote soll durch Marktuntersuchungen begleitet und der Markterfolg regelmäßig bewertet werden. Mit anderen, auch privaten Informationsanbietern soll kooperiert werden. Dabei gilt die Maxime, den Markt mit den vorgefertigten Produkten so breit abzudecken, wie es unter Berücksichtigung eines effizienten Ressourceneinsatzes möglich ist.

#### 2.2.4 Auf Wunsch erstellt die amtliche Statistik maßgeschneiderte Lösungen

Dieses Segment umfasst problemorientierte maßgeschneiderte Produkte und Serviceleistungen, die auf spezielle Nachfrage individuell für die Kunden entwickelt werden. Hierbei werden Aufträge entgegengenommen und gegen Kostenerstattung aufgrund von individuellen Verträgen mit den Kunden bearbeitet. Dazu gehören die Beantwortung komplexer Anfragen und Sonderauswertungen ebenso wie Beratungsleistungen, Experteneinsätze oder Dozenten- bzw. Lehrtätigkeit. Das Spektrum umfasst auch statistische Sonderarbeiten im Auftrag sowie Kooperations- und Beratungsprojekte. Alle Aufträge, für die die amtliche Statistik als Auftragnehmer spezielle Lösungen erarbeitet, die nicht als Standardprodukte oder standardisierte Serviceleistungen angeboten werden, gehören zu diesem Segment. Die für diese Leistungen entstehenden Kosten werden kalkuliert und den Kunden als Kostenvoranschlag mitgeteilt.

Dieses Segment ist weiter auszubauen. Dabei sollen alle als standardisierbar erkannten Produkte und Leistungen in das mittlere Marktsegment verschoben werden, um qualitativ hochwertige Ressourcen für die Aufgaben des inneren Kreises freizumachen. Bei qualitativ hochwertigen Leistungen in diesem Bereich ist mit positiven Auswirkungen auf das Image der amtlichen Statistik und mit dynamischen Einnahmewachsen zu rechnen. Wirtschaftlich bietet dieses Segment die größten Chancen für die Schaffung eigener finanzieller Spielräume.

#### 2.2.5 Die amtliche Statistik ermöglicht einen einfachen und schnellen Zugang zu den Informationen

Dieses Ziel kann nur dann erreicht werden, wenn die entsprechende Infrastruktur für die Informationsverbreitung so geschaffen wird, dass - unter Wahrung von Statistikgeheimnis und Datenschutz - der jeweilige Informationsbedarf ohne bürokratischen Aufwand zügig gedeckt werden kann. Für die drei o.g. Segmente ergeben sich jeweils unterschiedliche Verbreitungswege.

Beim *äußeren Kreis* kommt es darauf an, in der Öffentlichkeit möglichst präsent zu sein. Alle Wege, auch solche über andere Informations- und Kommunikationseinrichtungen, sollen beschritten werden. In erster Linie ist die Verbreitung statistischer Informationen über die Massenmedien zu nennen. Die eigenen Angebote über Internet bieten ebenfalls große Möglichkeiten der Präsenz. Die Bibliotheken der statistischen Ämter, ihre allgemeinen Auskunfts- und Besucherdienste sowie die Beteiligung an Messen bieten den Kunden die Möglichkeit der direkten Kontaktaufnahme. Faltblätter und Kurzbroschüren werden auch durch Multiplikatoren weiterverbreitet.



Beim *mittleren Kreis* kommt es vor allem auf eine schnelle und zielgruppengerechte Verbreitung der Produkte an. Auch über jede Buchhandlung sollen die Veröffentlichungen kurzfristig beziehbar sein. Datenbank-Recherchen über Internet müssen „rund um die Uhr“ möglich sein. Die Weiterverbreitung durch andere Informationsanbieter soll bei diesen Standardprodukten explizit gefördert werden. Ziel ist weiterhin, die Zahl der Abonnements kontinuierlich zu erhöhen. Die Ansprache der einzelnen Zielgruppen ist zu verbessern. Dabei sollen verstärkt auch Direct-Mailing-Aktionen durchgeführt werden, die sich unter Kosten-Nutzen-Aspekten als besonders effektiv erwiesen haben.

Einfacher Zugang bedeutet hier auch, dass bei elektronischen Produkten oder Online-Angeboten die Software komfortabel ohne eine spezielle Schulung oder ständige Hilfestellung zu nutzen ist. Weiterhin muss das Preis- und Vertriebssystem für die Kunden transparent sein (Preislisten, Telefon- und Faxnummern, Abrechnungs- und Registrierverfahren bei Internet, Lizenzregelungen usw.).

Beim *inneren Kreis* ist der individuelle Kontakt zum Kunden ausschlaggebend. Die Fachkompetenz für diese Produkte und Serviceleistungen darf nicht aus der Hand gegeben werden; Verträge mit Kunden sollen von den statistischen Ämtern selbst geschlossen werden und nicht über Dritte. Die Kunden sind in diesem Fall die Auftraggeber, die statistischen Ämter sind die Auftragnehmer. Einfacher und schneller Zugang für diese Kunden bedeutet, dass ihre Aufträge individuell bearbeitet werden und dass jeweils nach adäquaten Lösungen gesucht wird. Einfacher Zugang bedeutet auch, dass die Preis- und Zeitvorstellungen für die Kunden transparent und verlässlich sein müssen. Kostenvoranschläge und Zieltermine müssen dabei selbstverständlich eingehalten werden.

#### 2.2.6 Mit ihren Partnern im In- und Ausland arbeitet die amtliche Statistik konstruktiv zusammen und nutzt die Möglichkeiten der Arbeitsteilung

Verschiedene Gründe können dafür sprechen, ein Produkt oder eine Serviceleistung kooperativ oder arbeitsteilig zu erstellen, zu präsentieren oder zu vermarkten. Dies können z.B. Image-, Kapazitäts- oder Kostengründe sein, aber auch die Chance, über Kooperation externes Know-how zu erwerben. Die arbeitsteilige Erstellung von Veröffentlichungen (z.B. Europroms, Statistik Regional) oder einer gemeinsamen Datenbank (GENESIS) und die Kooperation bei Messen (STAT EXPO) sind Beispiele für Projekte der Zusammenarbeit zwischen statistischen Institutionen. Ebenso sind Kooperationen bei der Erstellung und beim Vertrieb eines Produkts mit Privaten denkbar.

Jedes Kooperationsvorhaben ist hinsichtlich der o.g. Faktoren zu prüfen, und dabei ist besonderer Wert darauf zu legen, dass das Profil der deutschen amtlichen Statistik gewahrt bleibt. Dies gilt insbesondere für maßgeschneiderte Produkte des inneren Kreises. Weitere Möglichkeiten einer Kooperation sollen insbesondere bei Produkten des mittleren Kreises geprüft werden. Bei der Öffentlichkeitsarbeit (äußerer Kreis) sollen Multiplikatoren miteinbezogen werden. Andererseits besteht dabei das Risiko, für andere Zwecke vereinnahmt zu werden und das eigene Profil zu verlieren. Deshalb müssen die statistischen Ämter als Urheber der Informationen in diesen Fällen besonders herausgestellt werden.



### 3 Rechtliche Fragen/Copyright

#### 3.1 Ausgangssituation

Die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder erfüllen den gesetzlichen Auftrag, statistische Ergebnisse zusammenzustellen und für allgemeine Zwecke zu veröffentlichen. Die Ergebnisse werden in der erforderlichen sachlichen und regionalen Gliederung strukturiert und in vielfältiger Art dargestellt und angeboten.

Aus diesen Arbeiten heraus erwachsen regelmäßig Werke im Sinne des § 2 Urheberrechtsgesetz, an denen Urheberrechte für die Bundesrepublik Deutschland und/oder die einzelnen Bundesländer entstehen. Diese Rechte schließen auch ein, die Werke wirtschaftlich zu verwerten und Vertriebsrechte an Dritte zu übertragen.

Ausgehend von dieser Grundsatzposition wird für die amtliche Statistik die in Abschnitt 3.2 genannte Copyrightregelung vereinbart.

#### 3.2 Copyrightregelung für die amtliche Statistik (Vereinbarung)

Die Copyrightregelung geht von folgenden Grundsätzen aus:

- Die Regelung wird auf die drei im Marketing-Modell genannten Segmente abgestellt.
- Die Regelung besitzt sowohl für Print- als auch elektronische Medien Gültigkeit.

**3.2.1** Bei allen Angeboten der **Informationellen Grundversorgung**, wie Broschüren, thematischen Faltblättern, Internet (unentgeltliches Programm ohne Datenbanken) etc., die von den statistischen Ämtern jedermann kostenfrei zur Verfügung gestellt werden, sind Vervielfältigung und Verbreitung mit Quellenangabe ohne Einschränkungen gestattet.

##### Copyrightregelung

© Name des Amtes, Ort, Jahr

Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet.

Für **Pressemitteilungen**, die ausschließlich mit dem Ziel der Verbreitung erstellt werden, gilt folgende Copyright-Formulierung:

Verbreitung mit Quellenangabe erwünscht.

**3.2.2** Bei kostenpflichtigen nachfrage- und zielgruppenorientierten Standardangeboten, wie Jahrbüchern, Monatsheften, Fachserien bzw. Statistischen Berichten, Internet (kostenpflichtiges Programm sowie Datenbanken), Zeitreihenservice etc. sind für nichtgewerbliche Zwecke Vervielfältigung und unentgeltliche Verbreitung ebenfalls mit Quellenangabe gestattet. Für gewerbliche Zwecke und/oder entgeltliche Verbreitung bedarf es der vorherigen Zustimmung, die grundsätzlich mit einem Lizenzpreis verbunden ist. Die Weitergabe bzw. Verbreitung über elektronische Systeme bedarf stets der vorherigen Zustimmung.



## Copyrightregelung

© Name des Amtes, Ort, Jahr

Für nichtgewerbliche Zwecke sind Vervielfältigung und unentgeltliche Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet. Die Verbreitung, auch auszugsweise, über elektronische Systeme/Datenträger bedarf der vorherigen Zustimmung. Alle übrigen Rechte bleiben vorbehalten.

**3.2.3** Bei der kundenspezifischen Aufbereitung handelt es sich um eine Auftragsbearbeitung, in die das Know-how der amtlichen Statistik für einen ganz bestimmten Kunden einfließt. In diesem Falle gilt das Copyright uneingeschränkt.

## Copyrightregelung

© Name des Amtes, Ort, Jahr

Alle Rechte vorbehalten.



## 4 Nutzerkategorien

Die amtliche Statistik stellt nicht nur eine Vielfalt statistischer Informationen bereit, sondern ihr tritt auch eine Vielfalt an Nutzern dieser Informationen gegenüber.

Eine Kategorisierung dieser Nutzer ist insbesondere aus folgenden Zwecksetzungen heraus notwendig:

- nutzergruppenbezogene Marktforschung
- nutzergruppenadäquate Produktgestaltung
- nutzergruppengerechte Preissetzung (einschl. der Fragen der Freilieferung, Rabattierung u.ä.)
- nutzergruppenspezifische Ansprache (z.B. Werbung)
- nach Nutzergruppen differenzierende Erfolgskontrolle (z.B. Absatzstatistik)

Aus diesen Zielsetzungen lassen sich auch die Maßstäbe für eine sinnvolle Gestaltung der Gruppenbildungen ableiten.

Insbesondere für die praktische Nutzung der Kategorisierung entsprechend den einzelnen Zielsetzungen ist eine hierarchische Strukturierung zweckmäßig. Dabei soll die erste Hierarchieebene möglichst nicht viel mehr als zehn Gliederungspositionen umfassen, um sie z.B. für eine Klassifizierung der in den Auskunftsdiensten bearbeiteten Anfragen praktikabel zu halten. Die zweite Hierarchieebene dagegen wird sicher in vielen Fällen für die übrigen Einsatzzwecke ausreichend sein. Diese beiden Hierarchieebenen sind zwischen den Ämtern verbindlich vereinbart, damit u.a. vergleichende Analysen und Aussagen möglich sind. Den statistischen Ämtern wird im weiteren für ihre eigenen Zwecke die Untergliederungsmöglichkeit auf tieferen Ebenen freigestellt.

Die folgende Übersicht gliedert die Nutzer auf zwei hierarchische Ebenen. Die erste umfasst 13, die zweite 58 Kategorien. Die Systematisierung reicht damit einerseits tief genug, um den genannten Zielsetzungen gerecht zu werden, bleibt aber andererseits auch noch für die praktische Arbeit übersichtlich genug (Eine ausführliche Übersicht mit Beispielen und Erläuterungen befindet sich im Anhang 1, Seite 35).

### Nutzerkategorien (Vereinbarung)

#### 1 Politik und Verwaltung auf internationaler Ebene

- 1.1 Statistisch orientierte internationale und supranationale Organisationen
- 1.2 Sonstige internationale und supranationale Organisationen, Mitglieder und Fraktionen des Europäischen Parlaments
- 1.3 Ausländische Vertretungen
- 1.4 Ausländische Regierungen, Streitkräfte und Verwaltungen
- 1.5 Sonstige



- 2 Politik und Verwaltung auf Bundesebene**
  - 2.1 Bundespräsidialamt, Bundestag, MdB und Fraktionen, Bundestagsverwaltung, Bundesrat
  - 2.2 Bundesregierung, Bundeskanzleramt, Ministerien, Oberste Bundesbehörden, Oberste Gerichte und Gerichtshöfe, Vertretungen der BRD im Ausland
  - 2.3 Statistisch orientierte Bundesbehörden
  - 2.4 Sonstige Bundesbehörden, -anstalten, -gerichte, Bundeswehr
  - 2.5 Sonstige
- 3 Politik und Verwaltung auf Länderebene**
  - 3.1 Landtag, MdL und Fraktionen, Landtagsverwaltung des eigenen Landes
  - 3.2 Landesregierung, Staatskanzlei, Ministerien, Oberste Landesbehörden, Oberste Gerichte des eigenen Landes, Vertretungen der Bundesländer im Ausland
  - 3.3 Statistisch orientierte Institutionen auf Landesebene
  - 3.4 Sonstige Landesbehörden, Anstalten und Gerichte des eigenen Landes
  - 3.5 Einrichtungen anderer Bundesländer
  - 3.6 Sonstige
- 4 Politik und Verwaltung auf kommunaler Ebene**
  - 4.1 Kommunale Spitzenverbände auf Bundesebene und des eigenen Landes
  - 4.2 Landkreise und kreisfreie Städte des eigenen Landes
  - 4.3 Gemeinden (ohne kreisfreie Städte) und Gemeindeverbände (ohne Kreise) des eigenen Landes
  - 4.4 Sonstige kommunale Einrichtungen des eigenen Landes
  - 4.5 Kommunen, kommunale Spitzenverbände und kommunale Einrichtungen anderer Bundesländer
- 5 Amtliche Statistik**
  - 5.1 Statistische Ämter des Auslands
  - 5.2 Eurostat
  - 5.3 Statistisches Bundesamt
  - 5.4 Statistische Landesämter
  - 5.5 Statistische Ämter von Kommunen
  - 5.6 Nutzer innerhalb des eigenen Amtes



## **6 Parteien, Interessen- und Berufsverbände, Kirchen u.ä.**

- 6.1 Parteien
- 6.2 Kammern, Innungen
- 6.3 Wirtschaftsverbände
- 6.4 Gewerkschaften
- 6.5 Sozial- und Wohlfahrtsverbände/-einrichtungen
- 6.6 Kirchliche Einrichtungen
- 6.7 Sonstige inländische derartige Institutionen
- 6.8 Ausländische derartige Institutionen

## **7 Bildung, Wissenschaft, Kultur**

- 7.1 Hochschulen
- 7.2 Allgemeinbildende und berufsbildende Schulen, Fachschulen
- 7.3 Forschungsinstitute
- 7.4 Staatsarchive, kommunale und sonstige Archive, öffentliche Bibliotheken
- 7.5 Schüler/innen und Studierende
- 7.6 Sonstige Bildungs- und kulturelle Einrichtungen
- 7.7 Ausländische Bildungs- und wissenschaftliche Einrichtungen

## **8 Wirtschaft**

- 8.1 Land- und Forstwirtschaft, Fischerei und Fischzucht
- 8.2 Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden, Verarbeitendes Gewerbe, Energie- und Wasserversorgung, Baugewerbe
- 8.3 Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern, Gastgewerbe, Verkehr- und Nachrichtenübermittlung
- 8.4 Kredit- und Versicherungsgewerbe, Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Dienstleistungen überwiegend für Unternehmen, Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen, Sonstige öffentliche und persönliche Dienstleistungen
- 8.5 Ausländische Unternehmen und Firmen



## **9 Medien**

- 9.1 Nachrichtenagenturen
- 9.2 Zeitungen, Zeitschriften
- 9.3 Rundfunk, Fernsehen
- 9.4 Freie Journalisten
- 9.5 Ausländische Medien

## **10 Informationsdienstleister**

- 10.1 Markt-, Meinungs- und Konsumforschung
- 10.2 Buchhandel
- 10.3 Sonstige inländische Informationsanbieter und -vermittler
- 10.4 Ausländische Informationsanbieter und -vermittler

## **11 Privatnutzer**

- 11.1 Inländische Privatnutzer
- 11.2 Ausländische Privatnutzer

## **12 Unbestimmte, nicht zuordenbare Nutzer**

## **13 Sondernutzer**



## 5 Ausgestaltung der Angebote

Grundsätzlich sind die statistischen Ämter in der inhaltlichen und formalen Gestaltung ihrer Angebote frei. Gleichwohl ist es im Interesse der Nutzer wünschenswert, wenn die amtliche Statistik nach außen ein möglichst einheitliches bzw. vergleichbares Bild bietet.

Dies wird dadurch erreicht, dass die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder:

- mit Gemeinschaftsveröffentlichungen am Markt präsent sind,
- bei ihren hausspezifischen Veröffentlichungen bestimmte Elemente abstimmen,
- allen Nutzern den Zugang zu Informationen durch Informations- und Auskunftsdienste erleichtern,
- länderübergreifende Anfragen koordiniert beantworten,
- sich gegenüber den Medien einheitlich verhalten,
- sich gemeinsam auf ausgewählten Fach- und Verbrauchermessen präsentieren, in der Öffentlichkeitsarbeit zusammenarbeiten.

### 5.1 Grundsätze für Gemeinschaftsveröffentlichungen (Vereinbarung)

Gemeinschaftsveröffentlichungen werden von den Ämtern gemeinsam erstellt; mit ihnen treten die Häuser nach außen als Einheit auf. Sie bauen auf einem Gerüst von Vereinbarungen über die Organisation der Zusammenarbeit auf und legen zugleich eine Harmonisierung des Marktauftritts der Ämter in diesem spezifischen Segment nahe.

Im einzelnen gelten für die gemeinschaftlichen Standardveröffentlichungen die folgenden Regelungen:

Projektauftrag	Ertelung durch den Ausschuss "Marketing" / die ALK, ggf. auf Grund von Anregungen, die durch unterschiedliche Gremien formuliert werden können
Projektleitung	AK „PDV“, ggf. in Zusammenarbeit mit einem fachlich zuständigen Arbeitskreis
Herausgeberschaft	alle statistischen Ämter gemeinsam, von denen Ergebnisse enthalten sind
Produkterstellung	durch ein Amt oder einige Ämter nach Absprache
Marketingplan	Erstellung durch das federführende Amt
Layout	in den Grundzügen einheitliches Layout für alle Gemeinschaftsveröffentlichungen; dabei Verdeutlichung der gleichrangigen Beteiligung der Häuser
Übernahme der Produktionskosten	Übernahme der internen Kosten i.d.R. durch den oder die Ersteller (Dabei wird davon ausgegangen, dass auf Grund der arbeitsteiligen Erledigung von Gemeinschaftsaufgaben in prinzipiell <i>allen</i> Ämtern ein hinreichender Ausgleich der Lasten stattfindet.)  Umlage der externen Kosten auf die Ämter über einen entsprechend kalkulierten Abgabepreis des Erstellers



Vertrieb	durch jedes Mitglied der Herausberggemeinschaft auf eigene Rechnung und eigenes Risiko
Abnahmemengen	grundsätzlich nach eigener Entscheidung jedes Amtes
Verkaufspreis	einheitliche Preissetzung durch einen Beschluss der Projektleitung Rabatte, Freixemplare einheitliche Regelung auf Grundlage der gemeinsamen Marketing-Empfehlungen (Abschnitt 6)
Wahrnehmung der Urheberrechte	in der Regel durch ein federführendes Amt im Auftrag der Herausberggemeinschaft
Verkaufseinnahmen	verbleiben bei dem Amt, das die Gemeinschaftsveröffentlichung verkauft
Lizenzentgelte	Empfänger wird durch Beschluss der Projektleitung festgelegt

## 5.2 Gemeinschaftliche Vereinbarungen und Leitlinien für hausspezifische Veröffentlichungen

### Kennziffernsystem für Statistische Berichte (Vereinbarung)

Statistische Berichte sind das Hauptinstrument der marktgerechten und zeitnahen Verbreitung fachlich detaillierter statistischer Informationen durch die statistischen Landesämter. Diese nutzen für die systematische Gliederung und zeitliche Einordnung der Statistischen Berichte ein einheitliches Kennziffernsystem, das den Konsumenten über die Veröffentlichungsverzeichnisse mitgeteilt wird und ihnen als Orientierungshilfe dient. Es wird zentral von einem statistischen Landesamt gepflegt und koordiniert und ist für alle Länder verbindlich.

### Richtlinien zur Gestaltung statistischer Tabellen für die Verbundprogrammierung (Vereinbarung)

Die Tabellengestaltung fußt in allen statistischen Ämtern auf der DIN 55 301 "Gestaltung statistischer Tabellen". Der Gestaltungsspielraum dieser Norm wird in den einzelnen Ämtern unterschiedlich ausgefüllt.

Alle im Verbund erstellten Tabellen sind nach den "Richtlinien zur Gestaltung statistischer Tabellen für die Verbundprogrammierung" zu gestalten.

### Leitlinie für die Gestaltung von Graphiken

Verbindliche Vorgaben für die Gestaltung von Graphiken werden weder der möglichen Themenvielfalt noch dem Reichtum an Darstellungsmöglichkeiten gerecht. Andererseits haben sich in der Praxis einige allgemeine Prinzipien bewährt, die die Auswahl eines zum darzustellenden Gegenstand passenden Graphiktyps, die Vermeidung von Fehlinterpretationen, die Berücksichtigung von Sehgewohnheiten u.a.m. betreffen. Diese Grundsätze werden in einer Leitlinie zusammengefasst.

### Mindestveröffentlichungsprogramme (Vereinbarung)

Es liegt im Interesse der Kundenfreundlichkeit, wenn es gelingt, die Vorteile der föderalen Struktur des deutschen Statistiksystems mit einem nach außen hin in wesentlichen Teilen einheitlichen Datenangebot



der statistischen Ämter zu verbinden. Diese haben daher vereinbart, gemeinsame Kerninhalte ihres statistischen Programms als Mindestveröffentlichungsprogramme zu publizieren.

#### **Zahlenspiegel (Vereinbarung)**

Im monatlichen Zahlenspiegel veröffentlichen die statistischen Landesämter Eckwerte aus den monatlichen bzw. vierteljährlichen Statistiken aller Fachgebiete. Zwischen den Ämtern abgestimmt ist sowohl eine gemeinsame Merkmalsliste als auch die Konvention, neben dem aktuellen Monat jeweils die drei vorangehenden Monate sowie den Vorjahresmonat und dessen beide Vorgängermonate nachzuweisen. Dem Nutzer werden somit sowohl inhaltlich als auch zeitlich vergleichbare aktuelle Daten angeboten.

#### **Regio-Stat-Katalog (Vereinbarung)**

Es wurde ein gemeinsamer Datenkatalog zur Bereitstellung statistischer Ergebnisse vereinbart, der kurzfristig auf Datenträger lieferbare Ergebnisse aus allen Bereichen der amtlichen Statistik auf Gemeinde- und Kreisebene umfasst.

#### **Internet-Angebote**

Die Internet-Angebote der statistischen Ämter sind je nach technischer Ausstattung und verfügbarer Kapazität unterschiedlich.

Einige Rubriken werden jedoch – bei i.d.R. dezentraler Gestaltung und Pflege – als Grundstandard festgelegt:

- Darstellung des Amtes
- Pressemitteilungen
- Publikationsliste.

Darüber hinaus werden auf den Servern ausgewählter statistischer Ämter bestimmte Angebotsteile für die ganze amtliche Statistik zentral bereitgestellt und gepflegt. Nach dem gegenwärtigen Stand betreffen die Vereinbarungen folgende Informationen:

- vergleichende Bund-Länder-Tabellen
- Auszüge aus "Statistik regional"
- Link-Seite (Verknüpfung der statistischen Ämter untereinander).

### **5.3 Informations- und Auskunftsdienste**

Informations- und Auskunftsdienste dienen als wichtige Schnittstelle zwischen der wachsenden Nachfrage nach Informationen und dem umfangreichen Informationsangebot der amtlichen Statistik. Diese Dienste müssen daher so organisiert und ausgestattet sein, dass sie die unterschiedlichen Informationsbedürfnisse und Wünsche der Nutzer effizient erfüllen können.

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, orientiert sich die Arbeit der Informations- und Auskunftsdienste an folgenden Leitlinien:



1. Informationsdienstleistungen kundenorientiert bereitzustellen ist eine Aufgabe für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Jede Nachfrage und jeder Nutzer der amtlichen Statistik stellen eine Verpflichtung zur bestmöglichen Versorgung dar. Die Erfordernisse der Nachfrageseite müssen dabei im Mittelpunkt der Bemühungen stehen.
2. Gemäß den vielfältigen Bedürfnissen der Nachfrageseite werden die Informationsdienstleistungen durch kooperative Arbeitsteilung zwischen zentralen Informations- und Auskunftsdiensten und Fachabteilungen erbracht. Die organisatorischen Festlegungen berücksichtigen funktional sinnvolle Zuständigkeiten und fördern die Zusammenarbeit.
3. Die zentralen Informations- und Auskunftsdienste bieten Service in allen Angebotssegmenten der Informationsversorgung:
  - Sie dienen als erste Anlauf- und Clearingstelle, sie kanalisieren die Anfragen und helfen auf den jeweils passenden Wegen weiter,
  - sie bieten allgemeine Beratung zu allen Produkten und Dienstleistungen und informieren über spezielle fachliche Ansprechpartner,
  - sie stellen Produkte und Dienstleistungen der informationellen Grundversorgung und im Segment der Standardangebote bereit oder vermitteln diese,
  - bei individuellen, weitergehenden Wünschen stellen sie die Verbindung zu den fachspezifischen Dienstleistungen der Fachabteilungen her,
  - sie koordinieren fach- bzw. länderübergreifende Anfragen.
4. Die Qualität der Informations- und Auskunftsdienste wird entscheidend von der am Arbeitsplatz verfügbaren Infrastruktur sowie dem schnellen und einfachen Zugang zu verschiedenen Informations- und Datenquellen (z.B. Internet, Bibliothek, Datenbanken) geprägt:
  - Kommunikationsmittel/Technik (z.B. Telefon/Anrufbeantworter, Fax, E-Mail, Internet, PC, Scanner),
  - Organisationsmittel (z.B. Auftragsdatenbank/Auftragsbearbeitung),
  - interne und länderübergreifende Informationsmittel (bzgl. Statistiken, Definitionen, Schlagworten, Adressen, Ansprechpartnern/Zuständigkeiten, Produktions- und Veröffentlichungsterminen u.Ä.),
  - geeignete Räumlichkeiten.
5. Die fachlichen und funktionalen Anforderungen an die Informations- und Auskunftsdienste erfordern breite Qualifikationen und Erfahrungen des eingesetzten Personals mit regelmäßigen Möglichkeiten zur Fortbildung und Gelegenheiten zum Erfahrungsaustausch:
  - Umfassende Kenntnisse des Informationsangebots der amtlichen Statistik auf allen Medien,
  - breite statistische Kompetenz (fachlich/begrifflich, methodisch),
  - Kenntnisse der Strukturen des Amtes und der amtlichen Statistik,
  - systematisches und selbstkritisches Denken,
  - hohe kommunikative Kompetenz und Dialogfähigkeit (ggfs. einschl. Fremdsprachenkenntnis),



- Fähigkeit, einen positiven und freundlichen Eindruck zu vermitteln,
- Organisationstalent und Selbstständigkeit,
- Teamfähigkeit.

6. Die Erwartungen, die mit der Rolle als moderner Informationsdienstleister und den beschriebenen Funktionen verbunden sind, verpflichten die Informations- und Auskunftsdienste auf hohe Qualitätsstandards in folgenden Bereichen:

- Kundenorientierung (z.B. kurze Reaktions- und Bearbeitungszeiten),
- Erreichbarkeit (z.B. Auftragsannahme auch außerhalb von Dienstzeiten),
- Verlässlichkeit (z.B. bei Termin- und Kostenvereinbarungen oder Liefermodalitäten),
- Transparenz (z.B. über Zugangswege, Ansprechpartner, Produkte und Dienstleistungen).

#### 5.4 Beantwortung länderübergreifender Anfragen (Vereinbarung)

Die Beantwortung länderübergreifender Anfragen nach regionalstatistischen Daten wird im Auftrag der übrigen Statistischen Ämter vom Amt des Landes koordiniert, in dem der Anfrager seinen Sitz hat (auch wenn die Anfrage keine Daten des eigenen Landes beinhaltet oder z.B. nur zwei Länder betrifft). Davon ausgenommen sind Anfragen von supra- und internationalen Institutionen, Bundesbehörden u.ä., Anfragen aus dem Ausland sowie Anfragen aller Kunden bis auf Länderebene. Diese werden vom Statistischen Bundesamt koordiniert. Die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder bieten dem Kunden die Koordinierung als Dienstleistung an. Der Kunde kann die Koordinierung ablehnen.

Ob eine Koordinierung erforderlich ist, klärt das zuständige Statistische Amt. Im Interesse des Kunden kann eine Koordinierung unterbleiben, wenn das zuständige Amt die Anfrage aus vorliegenden Veröffentlichungen schnell und in guter Qualität beantworten kann. Gegebenenfalls informiert das Amt alle Statistischen Ämter des Bundes und der Länder über die erfolgte Beantwortung.

In den Statistischen Ämtern des Bundes und der Länder gibt es jeweils eine zentrale Koordinierungsstelle. Diese zentrale Koordinierungsstelle ist – ggf. in Kooperation mit den Fachabteilungen – für die Organisation der Zusammenarbeit zwischen den Statistischen Ämtern des Bundes und der Länder und der effizienten Abarbeitung von länderübergreifenden Anfragen zuständig.

Das koordinierende Land ermittelt die Nutzerkategorie des Anfragers und teilt diese den anderen Ämtern mit.

Für die einzelnen Koordinierungsschritte wurden Zeiträume vereinbart (siehe nachfolgende Übersicht). Eine Koordinierung dauert maximal 22 Arbeitstage zuzüglich der Zeit bis zur Angebotsbestätigung durch den Kunden und der vereinbarten Lieferzeit.



### Ablauf einer Koordinierung

Lfd. Nr.	Maximale Bearbeitungszeit (in Arbeitstagen)	Aufgabe
1	1	Anfrage geht bei der Koordinierungsstelle ein Entscheidungen: Liegt Koordinierung vor? Wer koordiniert? Sofortige Rückmeldung an die anderen Koordinierungsstellen
2	4	Rückmeldung an Kunden Fachliche Spezifizierung <sup>(*)</sup> unter Berücksichtigung von Standardprodukten
3	1	Verbindliche Angebote von den Koordinierungsstellen einholen <sup>(*)</sup>
4	10	Antworten der Koordinierungsstellen Datenverfügbarkeit und Alternativen Geheimhaltungsprobleme Lieferzeit Kosten Liefermedium
5	2	Gesamtangebot an den Kunden - ohne Offenlegung der Kosten je Land - einschließlich verbindlichen Liefertermins Bitte um Angebotsbestätigung innerhalb von 4 Wochen
6		Angebotsbestätigung vom Kunden einschließlich Kostenübernahmeerklärung  Falls keine Rückmeldung des Kunden innerhalb von 4 Wochen nach dem Angebot: Nachfrage durch Koordinator, ob noch Interesse besteht --> Info an alle Koordinierungsstellen
7	2	Datenlieferung laut Angebot anfordern evtl. Konkretisierung der Anforderung Liefermodalitäten festlegen
8		Datenlieferung laut Angebot an Koordinator Rechnung an Koordinator
9	2	Gesamtlieferung und Gesamtrechnung an den Kunden
10		Zahlungseingang vom Kunden beim Koordinator umgehende Überweisung der Teilbeträge an beteiligte Länder

Bei Koordinierungen ist in der Post- oder Mailanschrift „Koordinierungsstelle“ und im Betreff „Länderübergreifende Koordinierung für .....“ anzugeben.

<sup>(\*)</sup> Folgende Angaben sind erforderlich:

- Statistik, Systematik, Merkmale, Maßeinheit
- Regionale Gliederungstiefe (ggf. detailliertere Anforderung an Stadtstaaten), Gebietsstand
- Zeitangaben
- Datenformat (in der Regel CSV), Liefermedium
- Liefertermin



## 5.5 Grundsätze für ein koordiniertes Verhalten gegenüber den Medien

Die Medien sind der zentrale Multiplikator bei der Verbreitung statistischer Informationen an die breite Öffentlichkeit. Ein wesentliches Ziel der Informationspolitik der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder ist es, durch eine aktive und dialogorientierte Zusammenarbeit mit den Journalisten das Profil eines modernen, unabhängigen und objektiven Informationsdienstleisters über die Medien in der Öffentlichkeit zu verankern. In diesem Sinne ist Pressearbeit ein Teil der Marketingpolitik der statistischen Ämter. Sie unterstützen die Presse in ihrem Auftrag als Informations- und Meinungsverbreiter. Einschränkungen journalistischer Recherchen, z.B. durch restriktive Auskunftspolitik und Preisgestaltung, schaden dem Ansehen der amtlichen Statistik.

### 5.5.1 Vereinbarungen

- Neben der laufenden Presseinformation umfasst die Pressearbeit der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder einen schnellen und mediengerechten Informationsservice sowie kompetente Beratung für Journalisten.
- Alle Journalisten haben den gleichen Zugang zu statistischen Ergebnissen.
- Die Beantwortung von Anfragen im Rahmen journalistischer Recherchen erfolgt schnell und im Grundsatz unentgeltlich.

### 5.5.2 Leitlinien

- Standardprodukte können für Rezensionen und journalistische Recherchen unentgeltlich zur Verfügung gestellt werden.
- Die länderübergreifende Koordinierung von Presseanfragen erfolgt in Anlehnung an die unter Punkt 5.3 beschriebene Vorgehensweise.
- Erheblicher zusätzlicher Aufwand kann in Rechnung gestellt werden.

## 5.6 Gemeinsame Messeaktivitäten

Die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder präsentieren sich gemeinsam auf ausgewählten Fach- und Verbrauchermessen. Die organisatorische und finanzielle Abwicklung mit der jeweiligen Messengesellschaft, die Standplanung und die Bereitstellung der Messestandteile übernimmt dabei das Statistische Bundesamt. Die Koordinierung der Beteiligung der statistischen Landesämter wird von dem Landesamt vorgenommen, in dessen Land die Messe ihren Standort hat. Die Kosten für Standmiete, Ausstattung und Logistik werden je zur Hälfte vom Statistischen Bundesamt und – nach einem im einzelnen festzulegenden Schlüssel – den statistischen Landesämtern getragen. Die Auswahl der Messen, auf denen sich die statistischen Ämter mit einem Gemeinschaftsstand präsentieren, wird im Arbeitskreis „Medien, Öffentlichkeitsarbeit, Marktanalysen“ abgestimmt (AK „MÖM“).



## 5.7 Gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit und Werbung

Durch gemeinsame PR-Angebote (Faltblätter, Broschüren, Plakate, spezielle Internetangebote etc.) nutzen die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder Synergieeffekte. Dies dient z.B. der Unterstützung der Feldarbeit für Erhebungen und Großzählungen, der Werbung für gemeinsame Produkte oder der gemeinsamen Präsentation auf Messen. Im Sinne des Marketing-Modells handelt es sich bei diesen Angeboten um unentgeltliche Produkte der informationellen Grundversorgung. Für ihre Erstellung gelten die in Abschnitt 5.1 dargelegten Regelungen analog unter Federführung des AK „MÖM“.



## 6 Preis-, Rabattsystem, Lizenzmodell

### 6.1 Preise für Regio-Stat-Tabellen (Vereinbarung)

#### 6.1.1 Regio-Stat-Tabellen sind Standardprodukte

Regio-Stat-Tabellen gehören entsprechend dem Marketingmodell zum „mittleren Kreis“. Es sind Standardprodukte, die verkauft werden. Standardprodukte in diesem Sinne sind sie nur bei Lieferung der jeweils kompletten Tabelle; wenn Kunden regionale oder sachliche Auszüge aus einer Tabelle wünschen, so sind dies individuelle Wünsche. Für diese werden in diesem Zusammenhang keine Regelungen getroffen.

#### 6.1.2 Vereinbarung gilt für Flächenländer und Stadtstaaten

Die Vereinbarung bezieht sich auf Kreis- und Gemeindedaten der 13 Flächenländer. Die Stadtstaaten verfahren bei Lieferung von Regio-Stat-Tabellen auf Bezirksebene (Berlin 23 Bezirke, Bremen inkl. Bremerhaven 7 Bezirke, Hamburg 7 Bezirke) analog zum Preisschema für Kreistabellen, Kategorie I (vgl. Abschnitt 6.1.5). Sollten die Stadtstaaten bei Datenlieferungen aus Regio-Stat-Tabellen auf Landesebene (Land Bremen: Stadt Bremen und Bremerhaven) Preise berechnen, liegen diese nicht über denen der Kreistabellen, Kategorie I.

#### 6.1.3 Bearbeitungspauschale

Für Lieferungen von Regio-Stat-Tabellen wird eine Bearbeitungspauschale von 5,- EUR pro Bundesland erhoben. Darin sind enthalten: Verpackungs- und Versandkosten und die Lieferung wahlweise auf Papier, Diskette bzw. anderem elektronischem Datenträger oder über E-Mail. Die Pauschale wird einmal pro Lieferung berechnet.

#### 6.1.4 Prinzipien der Preisberechnung

Die Preise pro Tabelle und Berichtsjahr bzw. Stichtag sind der unter Abschnitt 6.1.5 folgenden Übersicht zu entnehmen. Als „Kreistabelle“ gelten dabei Tabellen mit Kreisdaten, also z.B. auch eine Regio-Stat-Gemeindetabelle, die nur auf Kreisebene gewünscht wird. Die Preise ergeben sich nach den folgenden Prinzipien:

Die Preisfestsetzung erfolgt einheitlich, unkompliziert und übersichtlich. Den Kunden wird bezüglich der Kosten Transparenz, Berechenbarkeit und Verlässlichkeit garantiert.

Die Preise können nicht für alle Länder und alle Tabellen gleich sein. Der Preis für eine Tabelle, die Daten für 2305 Gemeinden enthält, muss höher sein als der für eine Tabelle mit 52 Gemeindedaten. Der Preis für eine differenzierte Tabelle muss höher sein als der für eine Tabelle, die nur ein einziges Aggregatdatum enthält:

- Die Länder haben unterschiedlich viele regionale Einheiten, die dargestellt werden. So hat z.B. das Saarland 6 Kreise, Bayern hat 96. Rheinland-Pfalz hat 2305 Gemeinden, Nordrhein-Westfalen 396.
- Die Tabellentypen unterscheiden sich einerseits nach Kreis- und Gemeindetabellen, andererseits nach dem Umfang der Tabellen. Das Spektrum reicht von Tabellen mit nur einem Wertfeld (z.B. 171-01, Gebietsfläche) bis zu Tabellen mit sehr vielen Wertfeldern (z.B. 179-31, Sterbefälle, 108 Wertfelder).



Es soll aber auch nicht einfach proportional der Zahl der gelieferten Regionaleinheiten mal Zahl der Wertfelder oder ähnlich gerechnet werden. Dies wäre für den Kunden schwer überschaubar und würde große Preisdiskrepanzen zwischen den Ländern verursachen. Außerdem wäre es für einen Kunden nur schwer einsichtig, warum er z.B. für eine sachsen-anhaltinische Gemeindetabelle dreimal mehr als für eine nordrhein-westfälische zahlen müsste, obwohl Nordrhein-Westfalen mehr Einwohner hat.

Vereinbart wird eine **Preismatrix** mit folgenden Dimensionen:

- a) Tabellen mit Gemeindedaten oder Tabellen mit Kreisdaten (inkl. Regio-Stat-Gemeindetabellen auf Kreisebene)
- b) Sehr große Tabellen (XL) mit 50 und mehr Wertfeldern pro Regionaleinheit, große Tabellen (L) mit 20 bis 49 Wertfeldern pro Regionaleinheit, mittelgroße Tabellen (M) mit 10 bis 19 Wertfeldern pro Regionaleinheit, kleine Tabellen (S) mit bis zu neun Wertfeldern pro Regionaleinheit.

c1) **Gemeindetabellen** differenzieren sich in vier Preiskategorien:

- Kategorie I: 4 Länder mit weniger als 750 Gemeinden (*Hessen, Nordrhein-Westfalen, Saarland, Sachsen*)
- Kategorie II: 5 Länder mit 750 bis unter 1250 Gemeinden (*Baden-Württemberg, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Thüringen*)
- Kategorie III: 2 Länder mit mehr als 1250 bis unter 1750 Gemeinden (*Brandenburg, Sachsen-Anhalt*)
- Kategorie IV: 2 Länder mit 1750 Gemeinden und mehr (*Bayern, Rheinland-Pfalz*)

c2) **Kreistabellen** differenzieren sich in zwei Preiskategorien:

- Kategorie I: 8 Länder mit bis zu 36 Kreisen plus Regierungsbezirken (*Brandenburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen*)
- Kategorie II: 5 Länder mit 37 und mehr Kreisen plus Regierungsbezirken (*Baden-Württemberg, Bayern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz*)



### 6.1.5 Preisschema für Regio-Stat-Tabellen

Tabellen- größe	Gemeindetabelle				Kreistabelle	
	Kategorie I	Kategorie II	Kategorie III	Kategorie IV	Kategorie I	Kategorie II
	in EUR					
S	7,70	12,80	17,90	23,00	5,10	7,70
M	11,50	19,20	26,80	34,50	7,70	11,50
L	15,30	25,60	35,80	46,00	10,20	15,30
XL	19,20	32,00	44,70	57,50	12,80	19,20

### 6.1.6 Künftige Änderungen der Preise

Änderungen dieses Preisgefüges sind nur durch Mehrheitsbeschluss im AK „PDV“ möglich.

## 6.2 Rabattsystem für Standardprodukte

### 6.2.1 Ausgangssituation

Die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder haben

- sehr unterschiedliche Rechtsgrundlagen für die Preis- bzw. Gebührenfestsetzung sowie Freiverteilungsregelungen

Die Vorschriften in den Ämtern sind Weisungen von Fachaufsichtsbehörden, Festlegungen in Haushaltsgesetzen, in Verwaltungskostengesetzen oder in Gebührenordnungen, zum Teil gibt es auch hausinterne Regelungen.

Heterogen sind auch die Freiverteilungsregelungen. Es gibt Ämter, die durch öffentlich-rechtliche Normen (Verwaltungskostengesetze) an äußerst großzügige Belieferungsmodalitäten gegenüber anderen Behörden und juristischen Personen des öffentlichen Rechts, zumindest im eigenen Land, gebunden sind. Andere Ämter müssen restriktiv sogar gegenüber Behörden ihres eigenen Verwaltungsträgers verfahren. Wiederum andere Ämter müssen z. B. Behörden im eigenen Land oder Parlamentarier limitiert bis zu einer bestimmten Höhe unentgeltlich beliefern.

- unterschiedliche Vertriebswege

Einige Ämter kooperieren mit einem Verlag und/oder setzen einen großen Teil ihrer Produkte über den Buchhandel ab. Andere Ämter produzieren ihre Produkte in Eigenproduktion und haben einen eigenen Vertrieb.

- unterschiedliche Kundenkreise

Das Statistische Bundesamt hat in ungleich höherem Maß als jedes statistische Landesamt Auslandskunden, -partner und -verpflichtungen.



### 6.2.2 Vereinbarungen für Gemeinschaftsprodukte

- Gemeinschaftsprodukte werden **grundsätzlich verkauft**. Freiverteiler sollen restriktiv gehandhabt werden.
- Die Gemeinschaftsprodukte werden von jedem statistischen Amt **zum gleichen Preis** abgegeben.
- Das produzierende Land liefert die **nationalen Pflichtexemplare** an die entsprechenden Stellen, z.B. Deutsche Bibliothek (das Statistische Bundesamt erstellt eine Liste).
- Weitere **Pflichtexemplare** an Landes-/Staatsbibliotheken und -archive werden durch das jeweilige Amt abgeliefert.
- **Ausländische Verpflichtungen** aller Art (auch gegenüber Eurostat) übernimmt das Statistische Bundesamt.
- Wiederverkäufern wird ein **Rabatt** gewährt.

Abnahmemenge je Veröffentlichung bis unter 100 Exmpl.	25 %
von 100 bis unter 200	30 %
von 200 bis unter 300	35 %
ab 300 Expl.	40 %

Abweichende Regelungen können im Einzelfall vom AK „PDV“ vereinbart werden.
- Endverbraucher erhalten bei **Abnahme von 10 oder mehr** einen Rabatt von 10 Prozent.

Die Vereinbarungen gelten z. B. für

Statistik regional, Kreiszahlen, Krankenhausverzeichnis, Veröffentlichungen des AK „VGR der Länder“ und des AK „Erwerbstätigenrechnung des Bundes und der Länder“, Atlas zur Regionalstatistik.

Die Umsetzung der Vereinbarungen für Gemeinschaftsprodukte wird nach einem Jahr im AK „PDV“ ausgewertet.

### 6.2.3 Leitlinien für hausspezifische Standardprodukte

- Wiederverkäufern kann ein Buchhandelsrabatt von 25 bis 55 Prozent gewährt werden.
- Endverbraucher können bei Abnahme von 10 oder mehr Exemplaren im 10er-Schritt je ein Partie-Exemplar erhalten oder einen entsprechend der Abnahmemenge gestaffelten Rabatt.
- Bestimmten Nutzergruppen (z. B. Hochschulen, allgemeinbildende und berufliche Schulen, Fachschulen, öffentliche und wissenschaftliche Bibliotheken sowie Schüler/innen und Studierende für Unterrichts- und Ausbildungszwecke) können Rabatte bis zu 50 Prozent gewährt werden.
- Besondere Abonnementspreise können festgelegt werden.

## 6.3 Lizenzregelungen für statistische Produkte

### 6.3.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

In zunehmendem Maße wird von Informationsanbietern der Wunsch geäußert, die Daten der amtlichen Statistik für die unterschiedlichsten Zwecke weiterverbreiten zu dürfen. Hierzu sind Lizenzregelungen erforderlich.



### 6.3.2 Grundprinzipien

- Lizenzregelungen sind nur für den mittleren und inneren Kreis des Marketing-Modells der amtlichen Statistik, also für Standardprodukte und kundenspezifische Aufbereitungen, erforderlich. Produkte des äußeren Kreises (informationelle Grundversorgung als unentgeltliches Grundangebot) dürfen nach der entsprechenden Copyrightregelung von Dritten weiterverbreitet werden und bedürfen daher keiner Lizenzregelung.
- Die Lizenzregelungen gelten im Falle von Gemeinschaftsprodukten und länderübergreifenden Anfragen als *Vereinbarung*, bei länderspezifischen Produkten und bei Produkten des Statistischen Bundesamtes sowie bei entsprechenden Anfragen als *Leitlinie*.
- Der Gesamtpreis setzt sich aus einer Bearbeitungspauschale, dem Produktpreis und dem Lizenzpreis zusammen. Bei Lizenzpreisen unter 20 EUR kann auf einen Lizenzvertrag verzichtet werden.
- Als Basis für die Berechnung des Lizenzpreises wird das Wertfeld herangezogen. Das Wertfeld ist die kleinste Grundeinheit, die eine statistische Information enthält bzw. beschreibt.
- Werden von den Statistischen Ämtern Indikatoren geliefert, so gelten dieselben Lizenzpreise wie für Wertfelder (ein Indikator = ein Wertfeld). Für Indikatoren, die der Nutzer aus den Originaldaten selbst berechnet, werden keine Lizenzpreise berechnet, es sei denn, diese Indikatoren werden von den Ämtern als Standardprodukt selbst veröffentlicht.
- Die Lizenzpreise gelten in gleicher Weise für Standardprodukte und kundenspezifische Aufbereitungen, für alle Produktarten und Lieferformen sowie für gewerbliche und nichtgewerbliche Informationsanbieter, soweit diese nicht von der Lizenzpflicht befreit sind (siehe Copyrightregelung, Abschnitt 3).
- Die Lizenzregelung unterscheidet zwei Weiterverbreitungsformen durch den Kunden, und zwar Offline (Print, Diskette, CD-ROM, E-Mail-Versand) und Online.
- Nicht unter die Lizenzregelung fällt die interne Mehrfachnutzung (z.B. Inhouse-Netz, Local-Area-Network) von elektronischen Standardprodukten. Zu berechnen ist hier lediglich der doppelte Produktpreis. Eine Bearbeitungspauschale sowie eine Staffelung nach der Zahl der Nutzer ist in diesem Fall nicht erforderlich.

### 6.3.3 Lizenzmodell

#### Bearbeitungspauschale

Für die Lizenzvergabe, unabhängig ob Offline oder Online, wird eine einmalige Bearbeitungspauschale von 40 EUR erhoben. Für Koordinierungsaufträge wird die doppelte Pauschale berechnet.

#### Lizenzpreise

Die reinen Lizenzpreise sind abhängig von der **Verbreitungsform** und der **Zahl der weitergegebenen Wertfelder**. Staffelpreise bei der Offline- und Onlineverbreitung machen größere Datenmengen preisgünstiger. Die Mengendegression bei den Wertfeldern ist stetig.



## Verbreitungsform Offline

Bei der Offline-Verbreitung richtet sich der Lizenzpreis nach der tatsächlich verkauften Auflage des einzelnen Produkts, zusätzlich wird eine gestaffelte Rabattierung gewährt. Zu einem Produkt zählen sämtliche Ausgaben, die als Updates oder aktualisierte Gesamtausgaben innerhalb eines Jahrgangs herausgegeben werden (Bsp.: vorläufige – endgültige Zahlen; unterschiedliche Berechnungsstände VGR). Bei einer Auflage größer als 500 können Sondervereinbarungen geschlossen werden. Die Abrechnung erfolgt jährlich zum Jahresende.

### Ausgewählte Lizenzpreise mit Rabattstaffeln und Stückpreise je weiterverbreitetes Produkt

Anzahl der Wertfelder	Staffel 1: bei 1 bis 50 St.		Staffel 2: bei 51 bis 100 St.		Staffel 3: bei 101 bis 250 St.		Staffel 4: bei 251 bis 500 St.	
	Preis in EUR							
	max. *)	je Stück	max. *)	je Stück	max. *)	je Stück	max. *)	je Stück
1.000	9,32	0,19	16,77	0,17	34,93	0,14	58,22	0,12
2.000	16,45	0,33	29,60	0,30	61,67	0,25	102,78	0,21
3.000	22,93	0,46	41,28	0,42	85,99	0,35	143,32	0,29
4.000	29,03	0,58	52,26	0,53	108,87	0,44	181,45	0,37
5.000	34,86	0,70	62,75	0,63	130,73	0,53	217,88	0,44
6.000	40,48	0,81	72,87	0,73	151,81	0,61	253,02	0,51
7.000	45,94	0,92	82,69	0,83	172,27	0,69	287,11	0,58
8.000	51,25	1,03	92,26	0,93	192,20	0,77	320,33	0,64
9.000	56,45	1,13	101,61	1,02	211,69	0,85	352,81	0,71
10.000	61,55	1,23	110,78	1,11	230,79	0,93	384,65	0,77
20.000	108,65	2,18	195,57	1,96	407,43	1,63	679,06	1,36
30.000	151,50	3,03	272,71	2,73	568,14	2,28	946,89	1,90
40.000	191,81	3,84	345,26	3,46	719,29	2,88	1198,81	2,40
50.000	230,32	4,61	414,58	4,15	863,71	3,46	1439,51	2,88
60.000	267,47	5,35	481,44	4,82	1002,99	4,01	1671,65	3,35
70.000	303,50	6,07	546,30	5,47	1138,13	4,56	1896,88	3,80
80.000	338,62	6,77	609,52	6,10	1269,83	5,08	2116,38	4,24
90.000	372,96	7,46	671,32	6,72	1398,59	5,60	2330,98	4,66
100.000	406,61	8,13	731,90	7,32	1524,79	6,10	2541,32	5,09
200.000	717,84	14,36	1292,10	12,92	2691,88	10,77	4486,47	8,98
300.000	1000,97	20,02	1801,74	18,02	3753,62	15,02	6256,03	12,51
400.000	1267,27	25,35	2281,09	22,81	4752,26	19,01	7920,43	15,84
500.000	1521,72	30,44	2739,10	27,39	5706,45	22,83	9510,75	19,02
600.000	1767,11	35,34	3180,80	31,81	6626,66	26,51	11044,44	22,09
700.000	2005,21	40,11	3609,38	36,10	7519,54	30,08	12532,56	25,07
800.000	2237,25	44,75	4027,04	40,27	8389,67	33,56	13982,77	27,97
900.000	2464,10	49,28	4435,38	44,36	9240,38	36,96	15400,63	30,80
1.000.000	2686,46	53,73	4835,62	48,36	10074,21	40,30	16790,34	33,58
1.100.000	2904,84	58,10	5228,71	52,29	10893,13	43,58	18155,22	36,31
1.500.000	3746,06	74,92	6742,90	67,43	14047,71	56,19	23412,85	46,83
2.000.000	4742,68	94,86	8536,83	85,37	17785,06	71,14	29641,77	59,29

\*) Preis für den Maximalwert



## Verbreitungsform Online

Bei der **Online-Verbreitung** wird der Lizenzpreis pauschaliert (unabhängig von der Anzahl der Zugriffe) festgelegt. Die Abrechnung erfolgt jährlich zum Jahresende und berechnet sich nach der Anzahl der in diesem Jahr eingestellten Wertfelder.

### Ausgewählte Lizenz- und Wertfeldpreise

Anzahl der eingestellten Wertfelder	Preis	Preis je eingestelltem Wert
	in EUR	
10.000	24,62	0,0025
20.000	43,46	0,0022
30.000	60,60	0,0020
40.000	76,73	0,0019
50.000	92,13	0,0018
60.000	106,99	0,0018
70.000	121,40	0,0017
80.000	135,45	0,0017
90.000	149,19	0,0017
100.000	162,65	0,0016
200.000	287,14	0,0014
300.000	400,39	0,0013
400.000	506,91	0,0013
500.000	608,69	0,0012
600.000	706,85	0,0012
700.000	802,09	0,0011
800.000	894,90	0,0011
900.000	985,64	0,0011
1.000.000	1074,58	0,0011
2.000.000	1897,08	0,0010
3.000.000	2645,33	0,0009
4.000.000	3349,11	0,0008
5.000.000	4021,57	0,0008
6.000.000	4670,07	0,0008
7.000.000	5299,32	0,0008
8.000.000	5912,53	0,0007
9.000.000	6512,06	0,0007
10.000.000	7099,69	0,0007



### 6.3.4 Lizenzregelung für die Verbreitung von Anschriften (Adressverzeichnissen)

Die Weiterverbreitung von Anschriften ist an das zuvor beschriebene Lizenzmodell angelehnt. Der Grundpreis für die Weitergabe einer Anschrift beträgt 0,008 EUR. Die Preisgestaltung für Adressen ist nicht degressiv.

#### Verbreitungsform Offline

Auf die tatsächlich verkaufte Auflage wird eine gestaffelte Rabattierung gewährt. Die Abrechnung erfolgt jährlich zum Jahresende.

#### Ausgewählte Lizenzpreise und Stückpreise je weiterverbreitetes Produkt nach Auflagenstaffeln

Anzahl der Adressen	Staffel 1:		Staffel 2:		Staffel 3:		Staffel 4:	
	bei 1 bis 50 St.		bei 51 bis 100 St.		bei 101 bis 250 St.		bei 251 bis 500 St.	
	Preis in EUR							
	max. *)	je Stück	max. *)	je Stück	max. *)	je Stück	max. *)	je Stück
100	40	0,80	72	0,72	150	0,60	250	0,50
200	80	1,60	144	1,44	300	1,20	500	1,00
300	120	2,40	216	2,16	450	1,80	750	1,50
400	160	3,20	288	2,88	600	2,40	1.000	2,00
500	200	4,00	360	3,60	750	3,00	1.250	2,50
600	240	4,80	432	4,32	900	3,60	1.500	3,00
700	280	5,60	504	5,04	1.050	4,20	1.750	3,50
800	320	6,40	576	5,76	1.200	4,80	2.000	4,00
900	360	7,20	648	6,48	1.350	5,40	2.250	4,50
1.000	400	8,00	720	7,20	1.500	6,00	2.500	5,00
1.500	600	12,00	1.080	10,80	2.250	9,00	3.750	7,50
2.000	800	16,00	1.440	14,40	3.000	12,00	5.000	10,00
2.500	1.000	20,00	1.800	18,00	3.750	15,00	6.250	12,50
3.000	1.200	24,00	2.160	21,60	4.500	18,00	7.500	15,00
3.500	1.400	28,00	2.520	25,20	5.250	21,00	8.750	17,50
4.000	1.600	32,00	2.880	28,80	6.000	24,00	10.00	20,00
4.500	1.800	36,00	3.240	32,40	6.750	27,00	11.25	22,50
5.000	2.000	40,00	3.600	36,00	7.500	30,00	12.50	25,00
5.500	2.200	44,00	3.960	39,60	8.250	33,00	13.75	27,50
6.000	2.400	48,00	4.320	43,20	9.000	36,00	15.00	30,00
6.500	2.600	52,00	4.680	46,80	9.750	39,00	16.25	32,50
7.000	2.800	56,00	5.040	50,40	10.50	42,00	17.50	35,00
7.500	3.000	60,00	5.400	54,00	11.25	45,00	18.75	37,50
8.000	3.200	64,00	5.760	57,60	12.00	48,00	20.00	40,00
8.500	3.400	68,00	6.120	61,20	12.75	51,00	21.25	42,50
9.000	3.600	72,00	6.480	64,80	13.50	54,00	22.50	45,00
9.500	3.800	76,00	6.840	68,40	14.25	57,00	23.75	47,50
10.000	4.000	80,00	7.200	72,00	15.00	60,00	25.00	50,00
10.500	4.200	84,00	7.560	75,60	15.75	63,00	26.25	52,50
11.000	4.400	88,00	7.920	79,20	16.50	66,00	27.50	55,00
11.500	4.600	92,00	8.280	82,80	17.25	69,00	28.75	57,50
12.000	4.800	96,00	8.640	86,40	18.00	72,00	30.00	60,00
12.500	5.000	100,0	9.000	90,00	18.75	75,00	31.25	62,50
13.000	5.200	104,0	9.360	93,60	19.50	78,00	32.50	65,00
13.500	5.400	108,0	9.720	97,20	20.25	81,00	33.75	67,50
14.000	5.600	112,0	10.08	100,8	21.00	84,00	35.00	70,00
14.500	5.800	116,0	10.44	104,4	21.75	87,00	36.25	72,50
15.000	6.000	120,0	10.80	108,0	22.50	90,00	37.50	75,00

\*) Preis für den Maximalwert



### Verbreitungsform Online

Bei der Online-Verbreitung wird der Lizenzpreis pauschaliert (unabhängig von der Anzahl der Zugriffe) festgelegt. Die Abrechnung erfolgt jährlich zum Jahresende und berechnet sich nach der Anzahl der in diesem Jahr eingestellten Adressen.

### Ausgewählte Lizenzpreise

Anzahl der eingestellten Adressen	Lizenzpreis	Preis je eingestellte Adresse
	in EUR	
200	32,00	0,16
500	80,00	0,16
1000	160,00	0,16
5000	800,00	0,16
10.000	1.600,00	0,16
15.000	2.400,00	0,16
20.000	3.200,00	0,16
30.000	4.800,00	0,16
40.000	6.400,00	0,16
50.000	8.000,00	0,16
60.000	9.600,00	0,16
70.000	11.200,00	0,16
80.000	12.800,00	0,16
90.000	14.400,00	0,16
100.000	16.000,00	0,16
200.000	32.000,00	0,16
300.000	48.000,00	0,16
400.000	64.000,00	0,16
500.000	80.000,00	0,16



### 6.3.5 Verfahren der Lizenzvergabe bei länderübergreifenden Kundenanfragen und bei Gemeinschaftsprodukten

Die Lizenzverhandlung und -vergabe erfolgt gemäß den Regelungen von 5.3. Das koordinierende Amt verteilt die Lizenzeinnahmen. Ihm steht die doppelte Bearbeitungspauschale zu. Der Verteilungsschlüssel richtet sich in Anlehnung an den Bevölkerungsanteil der Länder nach folgenden Punktzahlen (für das Statistische Bundesamt wurde ein Sechzehntel der Bevölkerung Deutschlands zugrundegelegt):

#### Verteilungsschlüssel für die Lizenzeinnahmen

Statistische Ämter	Punkte
Baden-Württemberg	120
Bayern	139
Berlin	39
Brandenburg	30
Bremen	8
Hamburg	20
Hessen	69
Mecklenburg-Vorpommern	20
Niedersachsen	90
Nordrhein-Westfalen	206
Rheinland-Pfalz	46
Saarland	12
Sachsen	51
Sachsen-Anhalt	30
Schleswig-Holstein	32
Thüringen	28
Statistisches Bundesamt	59
Insgesamt	1.000

Die Verteilung wird prozentual nach den Punktzahlen der jeweils Beteiligten vorgenommen.



### 6.3.6 Lizenzverträge

Für die Verbreitungsformen Offline und Online wurden Musterverträge entwickelt (Anhang 2, Seite 40).

### 6.3.7 Abdruckgenehmigung

Wenn Teile aus Veröffentlichungen der Statistischen Ämter von Dritten drucktechnisch reproduziert und weiterverbreitet werden, bedarf es einer **Abdruckgenehmigung** und keiner Lizenzvereinbarung.

Bei unverändertem Nachdruck staffelt sich das Entgelt in von der Auflage abhängigen Stufen.

#### Preise für Abdruckgenehmigungen

Art der Darbietung	Preis je Basis-einheit	Staffel 1: bei 1 bis 500 St.		Staffel 2: bei 501 bis 1000 St.		Staffel 3: bei 1001 bis 2500 St.		Staffel 4: bei 2501 bis 5000 St.	
		Preis in EUR							
		max. *)	je Stück	max. *)	je Stück	max. *)	je Stück	max. *)	je Stück
Textabdruck (je DIN A 4 Seite)	0,005	2,50	0,005	4,50	0,005	9,38	0,005	15,63	0,005
Grafiken (pro Stück)	0,010	5,00	0,010	9,00	0,010	18,75	0,010	31,25	0,005
Thematische Karten (je Stück)	0,015	7,50	0,015	13,50	0,015	28,13	0,010	46,88	0,010
Tabellen bis DIN A 4 bzw. als Datei bis zu 30 KB	0,005	2,50	0,005	4,50	0,005	9,38	0,005	15,63	0,005

\*) Preis für den Maximalwert



Nr.	Nutzerkategorie	Beispiele und Erläuterungen	Bemerkungen
1	Politik und Verwaltung auf internationaler Ebene		
1.1	Statistisch orientierte internationale und supranationale Organisationen	OECD, ILO, WHO, UNSTAT, IWF	
1.2	Sonstige internationale und supranationale Organisationen, Mitglieder und Fraktionen des Europäischen Parlaments	EU (ohne Eurostat), UN (ohne UNSTAT), EFTA, NATO, Euroregionen	
1.3	Ausländische Vertretungen	Botschaften, Konsulate	
1.4	Ausländische Regierungen, Streitkräfte und Verwaltungen		
1.5	Sonstige		
2	Politik und Verwaltung auf Bundesebene		
2.1	Bundespräsidialamt, Bundestag, MdB und Fraktionen, Bundestagsverwaltung, Bundesrat	einzelne Abgeordnete und deren Dienste	
2.2	Bundesregierung, Bundeskanzleramt, Ministerien, Oberste Bundesbehörden, Oberste Gerichte und Gerichtshöfe, Vertretungen der BRD im Ausland	Bundesrechnungshof, Verfassungsgericht, Finanzgerichtshof, Bundesanwaltschaft	
2.3	Statistisch orientierte Bundesbehörden	Bundesbank, Bundesanstalt für Arbeit	
2.4	Sonstige Bundesbehörden, -anstalten, -gerichte, Bundeswehr	Bundesliegenschaftsamt, Schifffahrtsdirektionen, BfA, BBR, Umweltbundesamt	
2.5	Sonstige		



Nr.	Nutzerkategorie	Beispiele und Erläuterungen	Bemerkungen
3	Politik und Verwaltung auf Länderebene		
3.1	Landtag, MdL und Fraktionen, Landtagsverwaltung des eigenen Landes	einzelne Abgeordnete und deren Dienste	Für das Statistische Bundesamt entfällt die Unterscheidung nach "eigenem" und "anderem" Land
3.2	Landesregierung, Staatskanzlei, Ministerien, Oberste Landesbehörden, Oberste Gerichte des eigenen Landes, Vertretungen der Bundesländer im Ausland	Landesrechnungshöfe, Verwaltungsgerichtshöfe	
3.3	Statistisch orientierte Institutionen auf Landesebene	Landeszentralbank, Landesarbeitsamt, Arbeitsämter	
3.4	Sonstige Landesbehörden, Anstalten und Gerichte des eigenen Landes	Regierungspräsidien, Polizeidirektionen, Schulämter	
3.5	Einrichtungen anderer Bundesländer		
3.6	Sonstige		
4	Politik und Verwaltung auf kommunaler Ebene		
4.1	Kommunale Spitzenverbände auf Bundesebene und des eigenen Landes	Städtetage, Gemeindetage, Kreistage	Für das Statistische Bundesamt entfällt die Unterscheidung nach "eigenem" und "anderem" Land
4.2	Landkreise und kreisfreie Städte des eigenen Landes	Landratsämter	
4.3	Gemeinden (ohne kreisfreie Städte) und Gemeindeverbände (ohne Kreise) des eigenen Landes	Ämter der Gemeinden, Verwaltungsgemeinschaften, Zweckverbände	
4.4	Sonstige kommunale Einrichtungen des eigenen Landes	Berufsfeuerwehren, freiwillige Feuerwehren, kommunale Krankenhäuser, wenn nicht zu Wirtschaftsunternehmen zu zählen	
4.5	Kommunen, kommunale Spitzenverbände und kommunale Einrichtungen anderer Bundesländer		



Nr.	Nutzerkategorie	Beispiele und Erläuterungen	Bemerkungen
5	<b>Amtliche Statistik</b>		
5.1	Statistische Ämter des Auslands		
5.2	Eurostat		
5.3	Statistisches Bundesamt		
5.4	Statistische Landesämter		
5.5	Statistische Ämter von Kommunen		
5.6	Nutzer innerhalb des eigenen Amtes		
6	<b>Parteien, Interessen- und Berufsverbände, Kirchen u.ä.</b>		
6.1	Parteien		
6.2	Kammern, Innungen	Ärzttekammern, IHK, DIHT, LWK	
6.3	Wirtschaftsverbände	Arbeitgeberverbände, Fachverbände, Berufsverbände	
6.4	Gewerkschaften		
6.5	Sozial- und Wohlfahrtsverbände/-einrichtungen	Rotes Kreuz, Caritas, Malteser	Soweit nicht zu 2, 3, 4 oder 8 zugeordnet
6.6	Kirchliche Einrichtungen	Diözesen, EKD	Soweit nicht 6.5, 7.1, 7.2, 7.4, 7.6, 9.1, 9.2 oder 10.3 zugeordnet
6.7	Sonstige inländische derartige Institutionen	Vereine	
6.8	Ausländische derartige Institutionen		



Nr.	Nutzerkategorie	Beispiele und Erläuterungen	Bemerkungen
7	Bildung, Wissenschaft, Kultur		
7.1	Hochschulen	Universitäten, Fachhochschulen, Seminare, Lehrpersonal	
7.2	Allgemeinbildende und berufsbildende Schulen, Fachschulen	Lehrpersonal	
7.3	Forschungsinstitute	Private und öffentlich rechtliche soweit nicht 7.1	
7.4	Staatsarchive, kommunale und sonstige Archive, öffentliche Bibliotheken		
7.5	Schüler/innen und Studierende		
7.6	Sonstige Bildungs- und kulturelle Einrichtungen	Museen, Volkshochschulen	
7.7	Ausländische Bildungs- und wissenschaftliche Einrichtungen		
8	Wirtschaft		
8.1	Land- und Forstwirtschaft, Fischerei und Fischzucht	vergleichbar mit NACE-Abschnitte "A,B"	
8.2	Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden, Verarbeitendes Gewerbe, Energie- und Wasserversorgung, Baugewerbe	vergleichbar mit NACE-Abschnitte "C-F"	
8.3	Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen und Gebrauchsgütern, Gastgewerbe, Verkehr- und Nachrichtenübermittlung	vergleichbar mit NACE-Abschnitte "G-I"	ohne 10.2
8.4	Kredit- und Versicherungsgewerbe, Grundstücks- und Wohnungswesen, Vermietung beweglicher Sachen, Dienstleistungen überwiegend für Unternehmen, Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen, Sonstige öffentliche und persönliche Dienstleistungen	vergleichbar mit NACE-Abschnitte "J,K,N,O"	ohne 1-7, 10.1, 10.3 und 10.4
8.5	Ausländische Unternehmen und Firmen		



Nr.	Nutzerkategorie	Beispiele und Erläuterungen	Bemerkungen
<b>9</b>	<b>Medien</b>		
9.1	Nachrichtenagenturen		
9.2	Zeitungen, Zeitschriften	Tageszeitungen, Wochen- und Monatszeitschriften, Fach- und Verbandszeitschriften	
9.3	Rundfunk, Fernsehen		
9.4	Freie Journalisten		
9.5	Ausländische Medien		
<b>10</b>	<b>Informationsdienstleister</b>		
10.1	Markt-, Meinungs- und Konsumforschung		
10.2	Buchhandel		
10.3	Sonstige inländische Informationsanbieter und -vermittler	Hoppenstedt, Munzinger Archiv	ohne 9
10.4	Ausländische Informationsanbieter und -vermittler		ohne 9
11	Privatnutzer		
11.1	Inländische Privatnutzer		
11.2	Ausländische Privatnutzer		
12	Unbestimmte, nicht zuordenbare Nutzer	z.B. anonymen Zugriff über Online-Dienste	
13	Sondernutzer		

Anmerkung: Bei den Kategorien 6 – 10 wird, sofern sie explizit Nutzer aus dem Ausland betreffen, vom Standort des Nutzers ausgegangen



## Musterlizenzvertrag Bund/Länder

Offline

Die Bundesrepublik Deutschland / das Land ..... / der Freistaat .....  
 vertreten durch .....  
 im Auftrag der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

nachstehend Lizenzgeber genannt

und die Firma .....  
 vertreten durch .....

nachstehend Lizenznehmer genannt

schließen folgenden

Vertrag Nr. .... - Offline

## § 1 Vertragsgegenstand

(1) Der Lizenzgeber gestattet dem Lizenznehmer nach Maßgabe dieses Vertrages, das ihm zur Verfügung gestellte Datenmaterial

- a) mit anderen Daten/Dateien ganz oder teilweise zu verknüpfen, zu bearbeiten oder umzugestalten und diese
- b) auf elektronischen Speichermedien (z.B. Magnetband, Diskette, CD-ROM) oder als Druckwerk an Dritte ausschließlich zu deren eigenen Gebrauch (Endnutzung) weiterzuverbreiten.

(2) Eine Weiterverbreitung

- a) über Wiederverkäufer ist gestattet,
- b) an Informationsanbieter ist nicht gestattet.

(3) Durch die Einräumung der in Abs. 1 und Abs. 2, Buchstabe a) bezeichneten Rechte erwirbt der Lizenznehmer kein ausschließliches Verbreitungsrecht an den von ihm nach Abs. 1 verwendeten Daten.

Dem Lizenzgeber bleibt insbesondere vorbehalten, die nach Abs. 1 gelieferten Daten nach Form, Art, Umfang und Erscheinungsweise zu ändern, an Dritte weiterzuverbreiten oder durch andere als den Lizenznehmer verbreiten zu lassen sowie die Herausgabe oder Veröffentlichung einzustellen.



## **§ 2 Allgemeine Pflichten des Lizenznehmers**

- (1) Der Lizenznehmer ist bei Ausübung der nach § 1 Abs. 1 und Abs. 2, Buchstabe a) eingeräumten Rechte verpflichtet, mittels für den Empfänger der Daten deutlich erkennbaren Copyright-Vermerks auf die Urheberrechtsstellung des Lizenzgebers hinzuweisen und die unbefugte Weiterverbreitung der Daten zu untersagen.
- (2) Der Lizenznehmer trägt dafür Sorge, seine Kunden und Empfänger der Daten auf die ihm vom Lizenzgeber mit den Daten übermittelten zugehörigen Metainformationen (z.B. Anmerkungen, definitorische Erläuterungen) hinzuweisen und diese in geeigneter Form zugänglich zu machen.
- (3) Der Lizenzgeber erhält von den nach § 1 Abs. 1 unter Verwendung der von ihm gelieferten Daten hergestellten und zur Weiterverbreitung bestimmten Produkten, einschließlich aller Aktualisierungen, unmittelbar nach Erscheinen jeweils eine kostenlose Version in der für die Verbreitung vorgesehenen Form zum Verbleib.

## **§ 3 Lizenzpreis / Zahlungspflicht**

- (1) Als Gegenleistung für die dem Lizenznehmer gem. § 1 Abs. 1 und Abs. 2, Buchstabe a) eingeräumten Rechte der Vervielfältigung und Verbreitung der Daten an Dritte, ist der Lizenznehmer verpflichtet, an den Lizenzgeber Lizenzentgelte nach Maßgabe des § 4 zu zahlen.
  - (2) Kommt der Lizenznehmer seinen Zahlungsverpflichtungen auch nach einmaliger Mahnung nicht binnen zwei Wochen nach, ist der Lizenzgeber berechtigt, sämtliche Datenlieferungen an den Lizenznehmer - unabhängig davon, ob diese Daten zur Weiterverbreitung vorgesehen waren oder sind - einzustellen.
- Gleichzeitig gilt das Verbreitungsrecht für die bereits gelieferten und vom Lizenznehmer in seine Produkte aufgenommenen Daten, die Grundlage der Berechnung der fälligen und nicht entrichteten Lizenzgebühr sind, als nicht erteilt.

Darüber hinaus behält sich der Lizenzgeber das Recht zur außerordentlichen Kündigung gemäß § 7 Abs. 3 vor.

## **§ 4 Abrechnungsmodus**

- (1) Das Lizenzentgelt setzt sich aus dem Lizenzpreis und einer Bearbeitungspauschale zusammen. Der Lizenzpreis richtet sich nach der Anzahl der Wertfelder, die in dem Produkt verarbeitet sind und der Zahl der tatsächlichen Weitergaben.
- (2) Das Lizenzentgelt ist für jedes vom Lizenznehmer herausgegebene Produkt zu berechnen. Zu einem Produkt zählen sämtliche Ausgaben, die als updates oder aktualisierte Gesamtausgaben innerhalb eines Jahrgangs herausgegeben werden.
- (3) Der Lizenznehmer teilt spätestens vier Wochen nach Ablauf eines Kalenderjahres dem Lizenzgeber die genaue Anzahl der auf seinen Produkten und deren Ausgaben gespeicherten bzw. vorhandenen Wertfelder sowie die Zahl der tatsächlichen Weitergaben innerhalb des Abrechnungszeitraums vom 01.01. bis einschließlich 31.12. des jeweils zurückliegenden Kalenderjahres mit.
- (4) Aufgrund dieser Angaben wird gemäß den Lizenzbedingungen der statistischen Ämter des Bundes und der Länder das Lizenzentgelt ermittelt und eine entsprechende Rechnung gestellt.



## **§ 5 Buchführungspflicht des Lizenznehmers**

- (1) Der Lizenznehmer ist verpflichtet, über die Verwendung der Daten des Lizenzgebers in seinen Produkten und über die Weiterverbreitung der Auflagen seiner Produkte nach Art und Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns Buch zu führen, durch die dem Lizenzgeber eine Prüfung der Einhaltung der vertraglichen Nutzung nach diesem Vertrag ermöglicht wird.
- (2) Der Lizenznehmer gewährt dem Lizenzgeber oder einem von ihm beauftragten, zur Berufsverschwiegenheit verpflichteten Dritten (Rechtsanwalt, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, vereidigten Buchsachverständigen bzw. den Prüfungsämtern des Bundes und der Länder) auf Verlangen zur Überprüfung u.a. der Lizenzabrechnungen Einsicht in die Bücher und Unterlagen.

## **§ 6 Änderung der Lizenzbedingungen und Preise**

- (1) Die Lizenzbedingungen und Preise der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder können nach einer Ankündigungsfrist von zwei Kalendermonaten jederzeit geändert werden, ohne dass es dazu der Zustimmung des Lizenznehmers bedarf.
- (2) Mit Ablauf der Ankündigungsfrist, spätestens jedoch mit dem Zeitpunkt der Gültigkeit der neuen Bedingungen und/oder Preise, werden die früheren Bedingungen und/oder Preise gegenstandslos, ohne dass es einer zusätzlichen Vertragsvereinbarung oder einer sonstigen schriftlichen Änderung des Vertrages bedarf.
- (3) Der Lizenznehmer ist berechtigt, den Vertrag innerhalb der Ankündigungsfrist ohne Einhaltung einer Frist zu kündigen.

## **§ 7 Vertragsdauer, Vertragsbeendigung**

- (1) Der Vertrag tritt mit seiner Unterzeichnung durch beide Vertragsparteien in Kraft.
- (2) Der Vertrag kann von jeder Partei mit einer Frist von drei Kalendermonaten zum Ablauf eines Kalendermonats gekündigt werden. Aus wichtigem Grunde kann der Vertrag auch ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist gekündigt werden. Als wichtiger Grund, der zur außerordentlichen Kündigung berechtigt, ist es insbesondere anzusehen, wenn ein Vertragspartner seine vertraglichen Verpflichtungen grob verletzt.
- (3) Der Lizenzgeber ist insbesondere zur außerordentlichen Kündigung berechtigt, bei Verstößen des Lizenznehmers gegen die Verpflichtungen nach § 1 Abs. 1, Buchstabe b) i.V.m. § 1 Abs. 2, Buchstabe b), § 2, § 3 und § 4 Abs. 3.
- (4) Tritt an die Stelle des Lizenznehmers ein Rechtsnachfolger, ist der Lizenznehmer verpflichtet, hiervon unverzüglich den Lizenzgeber zu unterrichten.
- (5) Bei Beendigung des Vertragsverhältnisses - gleich aus welchem Grunde - erlöschen sämtliche dem Lizenznehmer nach diesem Vertrag zustehenden Rechte. Insbesondere ist der Lizenznehmer mit dem Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Beendigung nicht mehr berechtigt, die Produkte, die unter Verwendung der Daten des Lizenzgebers erstellt wurden, weiterzuverbreiten.

Für den Fall von Zuwiderhandlungen, behält sich der Lizenzgeber die Geltendmachung von Schadenersatzansprüchen vor.



## § 8 Gerichtsstand und Erfüllungsort

- (1) Erfüllungsort ist ..... (Dienstort des Lizenzgebers)
- (2) Für die Auslegung und Anwendung dieses Vertrages, für die Rechte, Ansprüche, Pflichten und Verpflichtungen im Zusammenhang mit diesem Vertrag sowie für Rechtsstreitigkeiten aus diesem Vertrag gilt ausschließlich das in der Bundesrepublik Deutschland geltende Recht, insbesondere das deutsche Urheberrechtsgesetz in der jeweils geltenden Fassung.
- (3) Gerichtsstand des ersten Rechtszuges ist ..... (Dienstort des Lizenzgebers).

Für den Lizenzgeber

Für den Lizenznehmer

.....,den.....

.....,den.....

Präsident/Direktor des

.....

.....

.....

Unterschrift

Unterschrift



## Musterlizenzvertrag Bund/Länder

### Online

Die Bundesrepublik Deutschland / das Land ..... / der Freistaat .....  
vertreten durch .....  
im Auftrag der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder

nachstehend Lizenzgeber genannt

und die Firma .....  
vertreten durch .....  
nachstehend Lizenznehmer genannt

schließen folgenden **Vertrag Nr. .... - Online**

### **§ 1 Vertragsgegenstand**

- (1) Der Lizenzgeber gestattet dem Lizenznehmer nach Maßgabe dieses Vertrages, das ihm zur Verfügung gestellte Datenmaterial
  - a) mit anderen Daten/Dateien ganz oder teilweise zu verknüpfen, zu bearbeiten umzugestalten und diese
  - b) in computergestützten Datenbanken und im Internet an Dritte ausschließlich zu deren eigenen Gebrauch (Endnutzung) weiterzuverbreiten.
- (2) Eine Weiterverbreitung an Informationsanbieter ist nicht gestattet.
- (3) Durch die Einräumung der in Abs. 1 bezeichneten Rechte erwirbt der Lizenznehmer kein ausschließliches Verbreitungsrecht an den von ihm nach Abs. 1 verwendeten Daten.

Dem Lizenzgeber bleibt insbesondere vorbehalten, die nach Abs. 1 gelieferten Daten nach Form, Art, Umfang und Erscheinungsweise zu ändern, an Dritte weiterzuverbreiten oder durch andere als den Lizenznehmer verbreiten zu lassen sowie die Herausgabe oder Veröffentlichung einzustellen.

### **§ 2 Allgemeine Pflichten des Lizenznehmers**

- (1) Der Lizenznehmer ist bei Ausübung der nach § 1 Abs. 1 eingeräumten Rechte verpflichtet, mittels für den Empfänger der Daten deutlich erkennbaren Copyright-Vermerks auf die Urheberrechtsstellung des Lizenzgebers hinzuweisen und die Weiterverbreitung ohne vorherige Zustimmung des Lizenzgebers zu untersagen.
- (2) Der Lizenznehmer trägt dafür Sorge, seine Kunden und Empfänger der Daten auf die ihm vom Lizenzgeber mit den Daten übermittelten zugehörigen Metainformationen (z.B. Anmerkungen, definitorische Erläuterungen) hinzuweisen und diese in geeigneter Form zugänglich zu machen.
- (3) Der Lizenznehmer liefert dem Lizenzgeber als Belegstück einen Auszug aus dem von ihm verwalteten Datenbanksystem bzw. Internetangebot als Papiausdruck, aus dem die Art und Form der Verwendung der Daten des Lizenzgebers sowie die Copyright-Formulierung ersichtlich ist.



### **§ 3 Lizenzpreis / Zahlungspflicht**

- (1) Als Gegenleistung für die dem Lizenznehmer gem. § 1 Abs. 1 eingeräumten Rechte der Verarbeitung und Verbreitung der Daten an Dritte, ist der Lizenznehmer verpflichtet, an den Lizenzgeber Lizenzentgelte nach Maßgabe des § 4 zu zahlen.
- (2) Kommt der Lizenznehmer seinen Zahlungsverpflichtungen auch nach einmaliger Mahnung nicht binnen zwei Wochen nach, ist der Lizenzgeber berechtigt, sämtliche Datenlieferungen an den Lizenznehmer - unabhängig davon, ob diese Daten zur Weiterverbreitung vorgesehen waren oder sind - einzustellen.  
Gleichzeitig gilt das Verbreitungsrecht für die bereits gelieferten Daten, die Grundlage der Berechnung der fälligen und nicht entrichteten Lizenzentgelte sind, als nicht erteilt.  
Darüber hinaus behält sich der Lizenzgeber das Recht zur außerordentlichen Kündigung gemäß § 7 Abs. 3 vor.

### **§ 4 Abrechnungsmodus**

- (1) Das Lizenzentgelt setzt sich aus dem Lizenzpreis und einer Bearbeitungspauschale zusammen. Der Lizenzpreis richtet sich nach der Anzahl der Wertfelder, die in das Produkt – also Datenbank- oder Internetangebot des Lizenznehmers – eingestellt wurden und den Kunden des Lizenznehmers zur Verfügung stehen.
- (2) Der Lizenznehmer teilt dem Lizenzgeber spätestens vier Wochen nach Ablauf eines Kalenderjahres die genaue Anzahl der Wertfelder mit, die im Zeitraum vom 01.01. bis 31.12. des jeweils zurückliegenden Kalenderjahres zur Verbreitung an Dritte in sein Datenbank- bzw. Internetangebot eingestellt wurden.
- (3) Aufgrund dieser Angaben wird gemäß den Lizenzbedingungen der statistischen Ämter des Bundes und der Länder die Lizenzgebühr ermittelt und eine entsprechende Rechnung gestellt.

### **§ 5 Buchführungspflicht des Lizenznehmers**

- (1) Der Lizenznehmer ist verpflichtet, über die Aufnahme von Daten des Lizenzgebers in sein Datenbank- bzw. Internetangebot (Option 1) und über die Kundenabrufe dieser Daten (Option 2) nach Art und Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns Buch zu führen, durch die dem Lizenzgeber eine Prüfung der Einhaltung der vertraglichen Nutzung nach diesem Vertrag ermöglicht wird.
- (2) Der Lizenznehmer gewährt dem Lizenzgeber oder einem von ihm beauftragten, zur Berufsverschwiegenheit verpflichteten Dritten (Rechtsanwalt, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, vereidigten Buchsachverständigen bzw. den Prüfungsämtern des Bundes und der Länder) auf Verlangen zur Überprüfung u.a. der Lizenzabrechnungen Einsicht in die Bücher und Unterlagen.

### **§ 6 Änderung der Lizenzbedingungen und Preise**

- (1) Die Lizenzbedingungen und Preise der Statistischen Ämter des Bundes und der Länder können nach einer Ankündigungsfrist von zwei Kalendermonaten jederzeit geändert werden, ohne dass es dazu der Zustimmung des Lizenznehmers bedarf.
- (2) Mit Ablauf der Ankündigungsfrist, spätestens jedoch mit dem Zeitpunkt der Gültigkeit der neuen Bedingungen und/oder Preise, werden die früheren Bedingungen und/oder Preise gegenstandslos, ohne dass es einer zusätzlichen Vertragsvereinbarung oder einer sonstigen schriftlichen Änderung des Vertrages bedarf.
- (3) Der Lizenznehmer ist berechtigt, den Vertrag innerhalb der Ankündigungsfrist ohne Einhaltung einer Frist zu kündigen.



## § 7 Vertragsdauer, Vertragsbeendigung

- (1) Der Vertrag tritt mit seiner Unterzeichnung durch beide Vertragsparteien in Kraft.
- (2) Der Vertrag kann von jeder Partei mit einer Frist von drei Kalendermonaten zum Ablauf eines Kalendermonats gekündigt werden. Aus wichtigem Grunde kann der Vertrag auch ohne Einhaltung einer Kündigungsfrist gekündigt werden. Als wichtiger Grund, der zur außerordentlichen Kündigung berechtigt, ist es insbesondere anzusehen, wenn ein Vertragspartner seine vertraglichen Verpflichtungen grob verletzt.
- (3) Der Lizenzgeber ist insbesondere zur außerordentlichen Kündigung berechtigt, bei Verstößen des Lizenznehmers gegen die Verpflichtungen nach § 1 Abs. 1, Buchstabe b) i.V.m. § 1 Abs. 2, § 2, § 3, § 4 Abs. 2.
- (4) Tritt an die Stelle des Lizenznehmers ein Rechtsnachfolger, ist der Lizenznehmer verpflichtet, hiervon unverzüglich den Lizenzgeber zu unterrichten.
- (5) Bei Beendigung des Vertragsverhältnisses - gleich aus welchem Grunde - erlöschen sämtliche dem Lizenznehmer nach diesem Vertrag zustehenden Rechte. Insbesondere ist der Lizenznehmer mit dem Zeitpunkt des Wirksamwerdens der Beendigung nicht mehr berechtigt, die Daten des Lizenzgebers weiterzuverbreiten. Für den Fall von Zuwiderhandlungen, behält sich der Lizenzgeber die Geltendmachung von Schadenersatzansprüchen vor,

## § 8 Gerichtsstand und Erfüllungsort

- (1) Erfüllungsort ist ..... (Dienstort des Lizenzgebers)
- (2) Für die Auslegung und Anwendung dieses Vertrages, für die Rechte, Ansprüche, Pflichten und Verpflichtungen im Zusammenhang mit diesem Vertrag sowie für Rechtsstreitigkeiten aus diesem Vertrag gilt ausschließlich das in der Bundesrepublik Deutschland geltende Recht, insbesondere das deutsche Urheberrechtsgesetz in der jeweils geltenden Fassung.
- (3) Gerichtsstand des ersten Rechtszuges ist ..... (Dienstort des Lizenzgebers).

Für den Lizenzgeber

Für den Lizenznehmer

.....,den.....

.....,den.....

Unterschrift

Unterschrift

.....

.....







