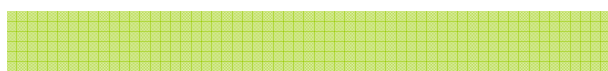




CHARTE
DÉONTOLOGIQUE
Marke "eTIC"

VERSION Nr. 5, verabschiedet vom Aufsichtsgremium am 12.04.2011





Vorwort

Der Informations- und Kommunikationstechnologiesektor (IKT) ist bei Unternehmen und Organisationen, die seine Dienste in Anspruch nehmen, oft kaum bekannt. Dieses Unkenntnis betrifft nicht nur die behandelte Materie sondern auch die Arbeitsweise dieser Spezialisten. Außerdem sind in den letzten Jahren zahlreiche Dienstleister auf dem Markt aufgetaucht, was die Verwirrung der Benutzer erhöht. Diese Situation schafft ein gewisses Misstrauen gegenüber dem gesamten Sektor, das auf die einzelnen Dienstleister zurückfällt, häufig ohne direkten Zusammenhang mit der Qualität der Dienstleistung, die sie tatsächlich bieten oder mit ihren tatsächlichen technischen Fähigkeiten.

Ziel dieser deontologischen Charta ist die Schaffung einer **Austauschbasis** für Dienstleister und potentielle Kunden, die exakt die Verhaltensregeln beschreibt, zu deren Einhaltung sich die unterzeichneten Anbieter in Rahmen einer Geschäftsbeziehung freiwillig verpflichten. Diese Verpflichtung verschafft den Unterzeichnern der Charta (Anbieter im IKT-Sektor) das Recht, die gemeinsame eingetragene Marke "eTIC" zu verwenden. Sie soll eine Qualitätsbeziehung mit klar beschriebenen Bedingungen zwischen Kunden und Anbietern schaffen. Außerdem soll die Charta den unterzeichneten Anbietern durch Annahme der Charta durch diese deontologische Verpflichtung hinsichtlich der Qualität der Annäherung an den Kunden, der Bearbeitung und Erfüllung seines Bedarfs, der Bearbeitung und Lösung von Problemen einen geschäftlichen Trumpf und einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.



Der Geltungsbereich der Charta

Die Marke "eTIC" deckt alle Benelux-Länder ab, der operationelle Abdeckungsbereich umfasst jedoch derzeit Belgien und das Großherzogtum Luxemburg.

Die deontologische Charta bezieht sich auf alle Geschäfts- und Vertragsbeziehungen zwischen einem Kunden und einem Anbieter im Informations- und Kommunikationstechnologiesektor.

Sie kann dagegen nicht angewandt werden, wenn das Zuweisungsverfahren des vom Kunden gewählten Geschäfts keine beiderseitige Verhandlung erlaubt oder ein Kriterium des Typs "Verpflichtungen hinsichtlich der Qualität der vertraglichen Beziehung" nicht berücksichtigt (z.B.: Ausschreibungen, die ein solches Kriterium nicht berücksichtigen).

Unter **Geschäfts- und Vertragsbeziehungen** wird jeder Austausch zwischen dem Anbieter und seinem Kunden verstanden: Beratung, Dokumentation, Briefe, Angebote, Verträge.

Die betroffenen **Kunden** sind alle KMU, Selbständigen, Vereinigungen ohne Gewinnerzielungsabsicht und öffentlichen Organisationen, die IKT nutzen und deren Unternehmenssitz (oder ein Betriebssitz) sich im operationellen territorialen Geltungsbereich der Charta befindet. Verbraucher (nicht gewerbliche Nutzer) und Großunternehmen (Belegschaft von mehr als 250 Mitarbeitern) und multinationale Gesellschaften sind von dieser Charta nicht betroffen.

Die von dieser Charta betroffenen **Anbieter** sind juristische und natürliche Personen, die, unabhängig von ihrer Größe, im IKT-Sektor im operationellen territorialen Geltungsbereich der Charta gewerblich tätig sind.

Unter IKT-Sektor versteht man jede materielle oder immaterielle Lieferung, sowie Dienstleistungen. Es kann sich dabei, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, um Aktivitäten in Zusammenhang mit der Realisierung oder dem Hosting einer Website, der Bereitstellung von Inhalten, der Realisierung oder Verwaltung eines Datennetzwerks, des Verkaufs, der Wartung oder Reparatur von IT-Ausrüstung ("Hardware"), der Realisierung oder Verbesserung von Software, Beratung usw. handeln.



Die Klauseln der deontologischen Charta

Die Charta soll ein Verhaltenskodex sein, der das Management der Kundenbeziehung im Bereich IKT auf eine professionelle Basis stellt. Die freiwillig unterzeichneten Anbieter sind an die folgenden Klauseln gebunden und haben sich verpflichtet, sie zum Nutzen ihrer Kundschaft zu befolgen. Sie beziehen sich dabei auf den Geist und auf den Wortlaut dieser Klauseln. Bei Problemen oder Streitigkeiten hinsichtlich der Erfüllung des Vertrags nehmen sie eine konziliante Haltung ein. Sie begünstigen die Zufriedenstellung des Kunden und die und die fristgerechte Erfüllung des Vertrags ohne Gefährdung des vom Kunden gewünschten Projekts. Wenn es zu einer Streitigkeit kommt, bevorzugen sie den Rückgriff auf Vermittlung, bevor sie Gerichtsverfahren einleiten.

1 • Angemessenheit des Service an die Bedürfnisse des Kunden

Der Anbieter hat die Verantwortung, Waren oder Dienstleistungen anzubieten und bereitzustellen, die den Bedürfnissen des Kunden entsprechen, die dieser klar äußern muss (tatsächliche Bedürfnisse und voraussichtliche Entwicklungen).

Wenn der vom Kunden geäußerte Bedarf nicht klar, ausreichend vollständig oder direkt umsetzbar ist, hat der Anbieter die Aufgabe, dem Kunden, mit den am besten geeigneten Mitteln und gemäß zu vereinbarenden Bedingungen, zu helfen, den Bedarf und seine voraussichtliche Entwicklung zu formulieren.

Im Laufe der Erarbeitung des Projekts überzeugt sich der Anbieter in regelmäßigen Abständen bei seinem Kunden von der Eignung der bereitgestellten Produkte/Dienstleistungen für die geäußerten Bedürfnisse.

2 • Umfang des Projekts

Der Umfang des Projekts ist klar definiert, Grenzen und Ausschlüsse sind festgelegt.

Aus dem Angebot oder dem Vortrag geht der Inhalt des Projekts hinsichtlich Lieferungen und Verpflichtungen eindeutig hervor. Ausschlüsse und Optionen sind klar formuliert.



Bereitstellungen oder Lieferungen, für die der Kunde verantwortlich ist, müssen mit Angabe des Datums oder Zeitpunkts der Bereitstellung aufgelistet werden.

Wenn eine Lieferung oder Bereitstellung seitens des Kunden hinsichtlich der Frist kritisch ist, muss dies aus dem Angebot oder dem Vertrag hervorgehen.

3 • Management von Kosten und Fristen

Der Kunde muss das globale Budget und die Frist kennen, die zur Erfüllung der von ihm geäußerten Anforderungen erforderlich sind. Preise müssen klar und eindeutig genannt werden.

Der Anbieter muss einmalige Kosten und sich wiederholende Kosten, sowie ihre Dauer, deutlich aufführen.

Der Anbieter übernimmt eventuelle sich wiederholende Kosten seiner Lieferung, wenn diese nicht im Angebot oder im Vertrag genannt wurden.

Jede Veränderung von Preisen im Laufe der Erfüllung des Vertrags wird genannt, das Zustandekommen dieser Veränderung wird erläutert.

Sollten im Laufe des Projekts Zustimmungen seitens des Kunden erforderlich sein, wird dies angegeben, eine Antwortfrist wird genannt.

4 • Verantwortung

Der Anbieter ist für die einwandfreie Erfüllung des Vertrags durch sein Personal oder eventuelle Subunternehmer verantwortlich. Er muss sich regelmäßig darum kümmern, dass Zwischenlieferungen vom Kunden abgenommen werden.

Der Kunde muss seinerseits seinen tatsächlichen Bedarf und seine voraussichtliche Entwicklung definieren. Er muss seinen Anbieter über jede Veränderung dieses Bedarfs im Laufe des Vertrags informieren. Zu guter Letzt muss er seine vertraglichen Verpflichtungen einhalten.



5 • Verfügbare Ressourcen

Der Anbieter informiert seinen Kunden über die Ressourcen und Qualifikationen, über die er und seine eventuellen Subunternehmer zur Realisierung des Projekts verfügen.

Der Anbieter informiert den Kunden eindeutig über den Teil des Auftrags, der an Subunternehmer vergeben wird.

Der Anbieter (Prime Contractor) behält die Gesamtverantwortung für das Projekt, auch wenn es an Subunternehmer vergeben wird.

6 • Fortbestand oder Portabilität der Lösung oder Dienstleistung

Der Anbieter informiert den Kunden über die Maßnahmen, die er trifft, um diesen vor dem Verschwinden des Anbieters oder von Subunternehmern oder dem Wegfall der Fortführung der verkauften Lösung zu schützen.

Im Rahmen einer geistigen Arbeit verpflichtet sich der Anbieter, die realisierte Arbeit bei jedem erheblichen Fortschreiten des Projekts bereitzustellen, es sei denn, diese Maßnahme läuft dem Schutz seiner geistigen Eigentumsrechte zuwider. Er übergibt dem Kunden selbst oder einem Dritten seines Vertrauens (beispielsweise einem Notar) die Quellcodes des laufenden Projekts.

7 • Geistige Eigentumsrechte

Im Rahmen der vorliegenden Charta verpflichtet sich der Anbieter, den Kunden ab der Unterbreitung des Angebots transparent und eindeutig über die geistigen Eigentumsrechte und die Rechte im Zusammenhang mit dem Datenschutz zu informieren, indem er ihm mitteilt, welche geistigen Eigentumsrechte ihm abgetreten werden und welche ihm nicht abgetreten werden, indem er nach Maß erstellte oder für den Kunden angepasste Ergebnisse von anderen Lieferungen unterscheidet, damit dieser klar erkennt, was in sein Eigentum übergeht. Eventuelle Modalitäten und Grenzen der Abtretung werden schriftlich im Hauptvertrag oder in einer Vereinbarung über geistiges Eigentum, die dem Hauptvertrag beigelegt wird, festgelegt.



Ergänzend können die deontologischen Verpflichtungen "eTIC - Gewerbe" freiwillig von den Anbietern eingegangen werden. Sie ergänzen die oben genannten Verpflichtungen für diejenigen, die sie unterzeichnet haben. Sie unterliegen demselben System, sofern nichts anderes angegeben ist.

Ergänzende deontologische Verpflichtungen für "natürlichen Linkaufbau"

Eine dieser ergänzenden Verpflichtungen, die sich auf "natürlichen Linkaufbau" bezieht, wurde jetzt durch Entscheidung des Aufsichtsgremiums der Charta (mit Beratung der Unterzeichner der Charta) nach 24 Monaten der Einführung auf der Grundlage eines freiwilligen Beitritts generalisiert (mehr als 30 Unterzeichner).

Seit dem 01.07.2010 sind diese ergänzenden deontologischen Verpflichtungen für alle Unterzeichner der eTIC Charta, die in ihren Angeboten natürlichen Linkaufbau zu Kunden anbieten, die von der eTIC Charta betroffen sind (auch wenn es sich um eine Aufgabe handelt, die nicht regelmäßig durchgeführt wird oder zusätzlich in den Vertrag aufgenommen wurde und auch, wenn die Aufgabe an Subunternehmer vergeben wurde).

Bei der Festlegung dieser Verpflichtungen wurde von zwei Feststellungen ausgegangen:

1. KMU, die Kunden sind, mangelt es an aussagekräftigen Informationen über die Funktionsweise von natürlichem Linkaufbau, sowie über die Risiken eines unsachgemäßen "Boosts" der Positionierung;
2. Bestehen, wenn auch glücklicherweise marginal, unredlicher Praktiken im Bereich SEO, die das Gewerbe in Misskredit bringen können. Ziel der eTIC Charta ist die deontologische Ächtung dieser unredlichen Praktiken.



1 • Verstärkung der Verpflichtungen der guten Kommunikation mit dem potentiellen Kunden

1. Der Anbieter verpflichtet sich, vor Vertragsschluss zu erläutern:

- die zu erfüllenden Bedingungen, damit eine Internet-Seite mit der oder den gewünschten Suchmaschinen verlinkt werden kann,
- die Hauptelemente, die die Positionierung in der oder den gewünschten Suchmaschinen beeinflussen,
- die Risiken von Praktiken zur Irreführung dieser Suchmaschinen (Spamdexing), um künstlich eine bessere Positionierung zu erreichen.

Er legt dem potentiellen Kunden ein Dokument vor, in dem seine Erläuterungen zusammengefasst sind und das auch die Liste der unten genannten unredlichen Praktiken enthält.

2. Der Anbieter verpflichtet sich, gemeinsam mit seinem potentiellen Kunden, die Mittel festzulegen, um zur optimalen Positionierung zu gelangen, unter Berücksichtigung der betreffenden Website, der Bekanntheit und der Ansprüche des Kunden.

Er informiert den potentiellen Kunden sofort, wenn, aus technischen Gründen oder unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation in der Branche, eine korrekte Positionierung unrealistisch ist oder wenn eine zusätzliche Intervention keine signifikanten Folgen hinsichtlich der aktuellen Positionierung der Website hätte.

3. Der Anbieter verpflichtet sich, in seinem Angebot eine Analyse der genauen Herkunft und der Art des Verkehrs vor und nach seiner Intervention anzubieten (wobei Häufigkeit und Modalitäten im Vertrag zu vereinbaren sind), damit der Kunde über ein Hilfsmittel verfügt, um die Auswirkungen der bereitgestellten Dienstleistungen ermessen und spätere Interventionen optimieren/anpassen zu können. Falls das Angebot nicht erneut vorgelegt wird, informiert er den Kunden über die Existenz dieser Option, bevor er seine Aufgabe aufnimmt.



4. **Vor Beginn der Aufgabe übergibt der Anbieter dem Kunden** (oder teilt ihm schriftlich mit, dass er es auf Anfrage erhalten kann) **ein Dokument, in dem seine Arbeitsmethoden klar und präzise beschrieben werden:** eingesetzte Technologien, Optimierungsmethoden, Linking-Verfahren usw.

Der Anbieter ist in der Wahl der Methoden zum Aufbau von Links zu den Websites seiner Kunden frei, sofern er sich an das vorliegende Dokument hält.

5. **Sollte sich herausstellen, dass der Anbieter deontologisch geächtete Praktiken anwandte, ist er verpflichtet, die gesamten Kosten seiner Linking-Leistungen zu erstatten.**

Der Anbieter verpflichtet sich außerdem, wenn seine Leistungen zu einem Blacklisting der Internet-Seiten des Kunden führten, sorgfältig und auf seine Kosten die nötigen Schritte zu unternehmen, damit die Website durch diese Suchmaschine wirksam wieder indexiert wird, es sei denn, er kann nachweisen, dass spätere fremde Eingriffe auf diesen Seiten die Ursache sind.

6. **Wenn sich die Regeln oder Praktiken der Suchmaschine innerhalb von 6 Monaten nach der Intervention ändern und die Gefahr besteht, dass es zu einem Blacklisting kommt, ist der Anbieter verpflichtet, seinen Kunden zu informieren, damit dieser rechtzeitig eine Entscheidung treffen kann.**

7. **Bei der Schließung des Vertrags bestätigt der Anbieter dem Kunden schriftlich, dass er ihm die geistigen Eigentumsrechte bezüglich der realisierten Linking-Leistungen abtritt** (etwa Analyse von Schlüsselbegriffen, Copywriting usw.) und alle Elemente bezüglich der im Rahmen der Linking-Leistung realisierten Arbeiten übergibt, um seinen Kunden die Möglichkeit zu bieten, den Dienstleister zu wechseln, falls sie mit der erbrachten Leistungen nicht zufrieden sein sollten. Diese Übertragung erfolgt automatisch, sobald der Kunde die Leistungen bezahlt hat, sofern nicht ausdrücklich etwas anderes zwischen den beiden Parteien vereinbart wurde.



2 • Ächtung von Praktiken, die als deontologisch schlecht eingestuft werden

In deontologischer Hinsicht unterlässt es der Anbieter:

1. Praktiken anzuwenden, die persönliche Rechte oder geistige Eigentumsrechte beeinträchtigen oder der Verlinkung von Mitbewerbern schaden könnten;
2. Positionierungsergebnisse zu versprechen (zu garantieren), die auf eine Suche und eine Suchmaschine begrenzt sind und allgemeiner, Ergebnisse zu versprechen, die nicht eingehalten oder vom Kunden überprüft werden können. Er verpflichtet sich, mit der erforderlichen Sorgfalt zu vermeiden:
3. jede Abweichung von den allgemeinen Nutzungsbedingungen der festgelegten Suchmaschinen. Er unterlässt unter anderem die automatische Übermittlung von Seiten, sowie alle von Suchmaschinen als "Spamdexing" eingestuften Praktiken (siehe zum Beispiel <http://www.google.com/webmasters/guidelines.html>) ;
4. die Anzeige von Inhalten, die für die Suchmaschine UND für den Internet-Nutzer nicht exakt identisch sind (der Nutzer darf hinsichtlich der Richtigkeit der erzielten Suchergebnisse nicht getäuscht werden);
5. die Datenbank der Suchmaschinen unberechtigt zu korrumpieren (zum Beispiel: über doppelt vorhandene Seiten, Seiten, die dem Nutzer einen anderen Inhalt zeigen oder ihn auf eine andere Seite umleiten, Seiten, die "on the spot" erzeugt wurden usw.);
6. eine Website auf einen Domain-Namen zu optimieren, der nicht im Besitz des Kunden ist (es sei denn, dieser verlangt dies ausdrücklich);
7. von der Website des Kunden aus sichtbar oder unsichtbar auf seine eigene Website zu verlinken (es sei denn, dies ist eindeutig im Vertrag vorgesehen, der zwischen den beiden Parteien geschlossen wurde) ;
8. kontextuelle Werbung zu platzieren, indem der Eindruck vermittelt wird, die Anzeige dieser Werbung sei das Ergebnis des natürlichen Linkaufbaus;
9. seinen Kunden nicht die geistigen Eigentumsrechte bezüglich der Linking-Leistungen abzutreten;
10. sich wegen des eventuellen Rückgriffs auf Subunternehmer seiner Verantwortung gegenüber dem Kunden zu entledigen.



Registrierungsprozess und öffentlicher Charakter

Die Gewährung des Rechts für Anbieter, die gemeinsame, in Benelux eingetragene Marke "eTIC" zu verwenden, erfordert das schriftliche vorbehaltlose Einverständnis mit den Klauseln der vorliegenden deontologischen Charta, das Einverständnis mit der Veröffentlichung auf jedem neu erstellten Geschäftsdokument und die Anerkennung der Autorität des "eTIC" Ausschusses und des Aufsichtsgremiums der Marke bei der Schlichtung von Streitigkeiten sowie der Anpassung der Charta (siehe Regelungen und Verfahren).

Ein spezielles Logo wurde entwickelt, um zu zeigen, dass ein Anbieter Unterzeichner dieser Charta ist. Dieses Logo darf nur zu diesem Zweck verwendet werden.

Die Anbieter vermeiden jede Unklarheit, insbesondere bezüglich einer Qualitätszertifizierung (insbesondere von Leistungen), einer Zertifizierung einer Website bezüglich einer Vorschrift oder Norm oder einer gewerblichen Zulassung des Anbieters, die von einer Behörde erteilt wurde.

Die Liste der registrierten Anbieter ist jederzeit im Internet auf der Website <http://www.charte-etic.be> zugänglich.

Der Widerruf des Rechts, die Marke "eTIC" zu verwenden, erfolgt entweder freiwillig durch den Anbieter oder bei Feststellung der Nichtbefolgung der Charta durch den eTIC Ausschuss.

Der unterzeichnete Anbieter verpflichtet sich, auf jedem neuen Geschäftsdokument (Geschäftsdokumentation, Angebote und Verträge), das im Rahmen von IKT-Aufgaben verwendet wird, die in den Anwendungsbereich der vorliegenden Charta fallen, zu erwähnen, dass der Anbieter die deontologische Charta "eTIC", die unter der Adresse <http://www.charte-etic.be> eingesehen werden kann, unterzeichnet hat. Eventuelle Mängel dieser Charta können unter der Adresse plainte@charte-etic.be gemeldet werden.

Angeboten im gedruckten Format muss er eine "eTIC" Broschüre beifügen, in der die Charta präsentiert wird und bei elektronischen Angeboten den Hyperlink zur elektronischen Version der Broschüre übermitteln.



Der Anbieter muss diese Informationen auch auf seiner Website angeben, wobei das Logo gezeigt werden und der aktive Hyperlink zur Website www.charte-etic.be vorhanden sein muss. Dieser Hyperlink wird durch die Anzeige des personalisierten digitalen Stempels auf der Website ersetzt, sobald dieser bereitgestellt ist.

Diese Veröffentlichungspflicht gilt nicht für Aufgaben, die nicht in den Anwendungsbereich der Charta fallen:

1. potentielle Kunden, die weder ihren Gesellschaftssitz noch einen Betriebssitz im operationellen territorialen Geltungsbereich der Charta (Belgien oder Herzogtum Luxemburg) haben;
2. potentielle Kunden aus dem Privatsektor, die weder KMU noch Selbstständige sind;
3. im Rahmen einer Ausschreibung vergebener öffentliche Auftrag (System des preisgünstigsten Angebots);

Anbieter, die diese Charta nicht unterzeichnet haben oder mit einer Aufhebung oder einem Widerruf sanktioniert wurden, sind nicht berechtigt, die in Benelux eingetragene gemeinsame Marke "eTIC" und das entsprechende Logo zu verwenden. Sie müssen die Verwendung dieser Marke umgehend einstellen.

Anbieter können strafrechtlich verfolgt werden, insbesondere wegen Fälschung der eingetragenen Marke.

Management von Beschwerden

Eine Sonderkommission zur Überprüfung von Beschwerden (eTIC Ausschuss) wird eingerichtet, um mutmaßliche Verstöße gegen die vorliegende Charta zu untersuchen. Der Ausschuss hat nicht die Aufgabe, bei eventuellen geschäftlichen Streitigkeiten ein Urteil zu fällen, sondern Position bezüglich der Befolgung der deontologischen Charta zu beziehen.

Die genaue Zusammensetzung des Ausschusses (und seiner möglichen Kammern), die Verfahren zur Wahl und zur Ablösung seiner Mitglieder, die Dauer des Mandats der Mitglieder, die Häufigkeit von Sitzungen und andere Aspekte werden in einem separaten Dokument "Regelungen und Verfahren" festgelegt.



Verfahren bezüglich Einlegung, Zulässigkeit und Prüfung von Beschwerden, verwendete Sprache und Gültigkeitsdauer der Verfahren, sowie die Berufungsmöglichkeiten werden ebenfalls im Dokument "Regelungen und Verfahren" festgelegt.

Bei Verstößen gegen die Charta kann der Ausschuss (oder die Kammer des Ausschusses, die die Beschwerde prüfte) abhängig von der Art, der Schwere und eventuell der Wiederholung des Verstoßes eine der folgenden Entscheidungen treffen:

- > ein Urteil ohne weitere Folgen
- > eine Mitteilung an den Anbieter (eventuell mit Aufhebung des Rechts, die Marke "eTIC" zu verwenden, für einen festgelegten Zeitraum von mindestens 2 und höchstens 12 Monaten)
- > einen begründeten Widerruf des Rechts, die Marke "eTIC" zu verwenden
- > die Protokollierung der Maßnahmen, die vom Anbieter durchgeführt oder beschlossen wurden, um das Problem zu beheben, vorbehaltlich der Möglichkeit, eine Mitteilung oder eine Aufhebung auszusprechen, wenn der Anbieter nicht innerhalb einer Frist von 6 Monaten in der Lage ist, die Wirksamkeit dieser Maßnahmen nachzuweisen.

Revision der Charta

Die Charta, sowie die Regelung und die Verfahren, können vom Aufsichtsgremium der Marke "eTIC" in Benelux revidiert werden und zwar auf Initiative oder auf Antrag des eTIC Ausschusses (oder einer seiner Kammern) oder wenn mindestens 20 % der registrierten Anbieter das Sekretariat über ihren Wunsch in Kenntnis setzen, die Charta zu ändern.

Das detaillierte Verfahren wird in einem separaten Dokument "Regelungen und Verfahren" dargelegt.



Rechtsbehelf des Unterzeichneten

Der unterzeichnete Anbieter wird darüber informiert und akzeptiert ausdrücklich, dass Entscheidungen, die im Rahmen eines Vermittlungsverfahrens gefällt werden, solche, die vom Ausschuss ausgesprochen werden und/oder eventuelle Versäumnisse hinsichtlich der in der vorliegenden Charta vorgesehenen Verpflichtungen seinem Ruf und seiner wirtschaftlichen Entwicklung schaden könnten und nicht Gegenstand einer Entschädigung sind.

Es ist Aufgabe der Unterzeichneten, sich über eventuelle Anpassungen des Wortlauts der Charta, die möglicherweise vom Ausschuss beschlossen wurden, auf dem Laufenden zu halten. Die neueste gültige Version ist permanent auf der Website einsehbar.