



LANSKY
GANZGER
GOETH
FRANKL

+ partner

LGP RECHTSANWÄLTE/ATTORNEYS

PR- und Werbeagenturen – Haftungsfallen vermeiden und worauf rechtlich zu achten ist

Schwerpunkt Urheberrecht, Persönlichkeitsrechte, Wettbewerbsrecht sowie Datenschutzrecht

RA Dr. Gerald Ganzger
RAA Mag. Daniel Söllner

Wien, am 26.04.2023

- 1) Überblick der relevanten Rechtsgebiete
- 2) Einführung in das Urheberrecht und die Persönlichkeitsrechte
- 3) Was ist bei der Verwendung von Bildern zu beachten?
- 4) Das Impressum und sonstige Kennzeichnungs- und Informationspflichten

- 5) Haftung und Gewährleistung
- 6) Allgemeine Geschäftsbedingungen und Haftungsausschluss
- 7) Grundzüge des Datenschutzrecht und Wettbewerbsrecht
- 8) Häufige Haftungsfallen für PR- und Werbeagenturen

Relevante Rechtsgebiete ⁺

LANSKY
GANZGER
GOETH
FRANKL

partner

LGP RECHTSANWÄLTE/ATTORNEYS

- Urheberrecht
- Persönlichkeitsrechte
- Datenschutzrecht
- Wettbewerbsrecht

Allgemeines zum Urheberrecht

- Urheberrecht ieS – Schutzgegenstand ist das Werk
- verwandte Schutzrechte (Leistungsschutzrechte) – Rechte der ausübenden Künstler, der Produzenten usw.
- Urheberrecht hängt nicht mit körperlichem Eigentum an einer Sache zusammen
 - Schöne Oberösterreicherinnen - 4 Ob 115/04x: Eigentum an CD berechtigt nicht automatisch zur Veröffentlichung der Daten
- Schutzdauer (unverzichtbar) – 70 Jahre ab Todesjahr des Urhebers; Leistungsschutzrechte bei Lichtbildern 50 Jahre ab Erstveröffentlichung (§ 74 UrhG; Puppenfee II – 4 Ob 125/04t)
- Werk ist die persönliche geistige Schöpfung; geschützt werden Verwertungsarten & geistigen Interessen am Werk (§ 1 UrhG)

Was sind Verwertungsrechte

- vererbliche & veräußerliche Rechte des Urhebers bei Werknutzung (§ 14 Abs 1)
 - Bearbeitung (§§ 5, 14 Abs 2)
 - Vervielfältigung (§ 15)
 - Verbreitung (§ 16)
 - Vermieten und Verleihen (§ 16a)
 - Sendung (§§ 17 ff)
 - Vortrag, Aufführung und Vorführung (§ 18)
 - Öffentliche Zurverfügungstellung (§ 18a)
- Wichtig: Dritten können nur jene Rechte eingeräumt werden, über die man selber verfügt, da die Vereinbarung mit Urheber jede weitere Verwendung der Aufnahmen festlegt

- Urheber kann einem Dritten einräumen:
 - Werknutzungsbewilligung (§ 24 Abs 1 1. S); diese kann sich auf alle oder auf einzelne Verwertungsarten beziehen
 - Werknutzungsrecht (§ 24 Abs 1 2. S); ein solches liegt dann vor, wenn ein ausschließliches Recht eingeräumt wird; Werknutzungsrechte sind vererblich und veräußerlich (§ 27)
- Art & Umfang der Berechtigung - festgelegt durch Vereinbarung
- Vereinbarung - auch mündlich oder konkludent geschlossen
- Vereinbarung regelt den Umfang der Rechte (in weiterer Folge können daher einem Dritten nicht mehr Rechte übertragen werden, als einem selbst eingeräumt wurde)
- „creative commons“ – genau den Umfang der Einräumung beachten

Was sind Fotos/Bilder

- zu Werken der bildenden Künste gehören auch Werke der Lichtbildkunst; Lichtbildwerke sind durch ein fotografisches oder durch ein der Fotografie ähnliches Verfahren hergestellte Werke (§§ 3, 73 UrhG)
- Anspruch an Werkhöhe seit Eurobike-Entscheidung sehr gering (4 Ob 179/01d; vgl auch Felsritzbild – 4 Ob 274/02a) => auch Amateurfotos (z.B. Privatfotos) genießen vollen Schutz!
- zu Lichtbildwerken zählen auch Digitalaufnahmen (vol.at – 4 Ob 15/00k) und Gebrauchsgrafiken (Baupläne – 4 Ob 127/00f)
- neben Werkschutz nach § 3 separater Lichtbildschutz nach § 73, der auch für Fotos gilt, die keine Werke iSd § 1 sind

Wichtig: Daraus folgt, dass alle Fotos (auch Schnappschüsse) rechtlichen Schutz genießen

- Wichtig:
 - abklären von Art und Umfang der Nutzung
 - Beispiel: wenn nur einmalige Nutzung erlaubt wurde, beispielsweise für die Benutzung bei einer Werbekampagne, darf das Foto nicht für andere Zwecke verwendet werden
 - Der Urheber muss genannt werden, sodass eine *eindeutige Zuordnung* des genannten Urhebers zu seinem Werk hergestellt wird – konkrete Bezeichnung kann vereinbart und auch ganz abbedungen werden!
 - abklären, ob auch online genutzt werden darf
 - abklären, ob Verwendung auch für Werbung erlaubt ist!
 - im Zweifel will sich Urheber weniger belasten
 - bei Filmfirmen Bildverwendung oft nur für Promotion bei Anlaufen des Filmes gestattet, nicht für andere „Geschichten“
 - Besondere Vorsicht bei Bildzitaten! Diese sind nur im Rahmen der „Zitat- und Belegfunktion“ ohne Zustimmung des Rechteinhabers erlaubt.

Wesentliche Schutzbereiche:

- Schutz der Ehre und des guten Rufs
- Recht auf Achtung der Geheimsphäre / Recht auf Namensanonymität
- Strafrechtlicher Anonymitätsschutz
- Schutz der Privatsphäre
- Schutz der Unschuldsvermutung
- Schutz des Lebensbildes
- Bildnisschutz („Schutz des eigenen Bildes“)

- § 16 Allgemeines Bürgerliches Gesetzbuch (ABGB)
- *„Jeder Mensch hat angeborene, schon durch die Vernunft einleuchtende Rechte, und ist daher als Person zu betrachten.“*
- Recht auf Leben, Recht auf körperliche Unversehrtheit, Recht auf Freiheit, Recht auf Ehre, Namensrecht, Recht am eigenen Bild,...
- § 16 „offene Norm“ da eine vollständige Aufzählung aller angeborenen Rechte kaum möglich ist
- → Charakter einer Generalklausel (Auffangtatbestand)
- § 43 ABGB: Wird jemandem das Recht zur Führung seines Namens bestritten oder wird er durch unbefugten Gebrauch seines Namens (Decknamens) beeinträchtigt, so kann er auf Unterlassung und bei Verschulden auf Schadenersatz klagen.
- § 1328a ABGB: Recht auf Wahrung der Privatsphäre

- Schutz der Ehre § 1330 Abs 1 ABGB
- normiert den Schutz für physische und juristische Personen
- „Wenn jemanden durch Ehrenbeleidigung ein wirklicher Schade oder Entgang des Gewinns verursacht worden ist, so ist er berechtigt, den Ersatz zu fordern.“
- Schutz der Wahrheit § 1330 Abs 2 ABGB
- Sichert den wirtschaftlichen Ruf physischer und/oder juristischer Personen ab, ohne Rücksicht auf die Ehrenrührigkeit des Eingriffs.
- „Dies gilt auch, wenn jemand Tatsachen verbreitet, die den Kredit, den Erwerb oder das Fortkommen eines anderen gefährden und deren Unwahrheit er kannte oder kennen mußte. In diesem Falle kann auch der Widerruf und die Veröffentlichung desselben verlangt werden. Für eine nicht öffentlich vorgebrachte Mitteilung, deren Unwahrheit der Mitteilende nicht kennt, haftet er nicht, wenn er oder der Empfänger der Mitteilung an ihr ein berechtigtes Interesse hatte.“

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG)

- ist Persönlichkeitsrecht
 - Nicht das Eigenbild, sondern damit verknüpfte Interessen sind geschützt
 - Achtung: vererblich
- soll Personen vor ungewollter Veröffentlichung des eigenen Bildes schützen, wenn dadurch ihre berechtigten Interessen verletzt werden
- gilt auch für Prominente
 - Anderer Maßstab, weil durch die Bildnisveröffentlichung selbst ihre Interessen in aller Regel nicht beeinträchtigt werden
- stets kommt es auf die Umstände des Einzelfalles an

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG)

- Früher war es klare ständige Rechtsprechung, dass man sich (bei Vorliegen einer Interessensverletzung) NUR gegen das Veröffentlichen von Fotos zur Wehr setzen kann.
- Nun jedoch sprach der OGH in einer Leitentscheidung (6 Ob 256/12h – „zur Belustigung“) aus, dass bereits das Herstellen von Lichtbildern (d.h. die Aufnahme selbst) untersagt werden kann!!!
- Das Unterlassungsbegehren wurde sogar ohne Einschränkung (auf Verletzung berechtigter Interessen) aufgetragen („[...] es zu unterlassen, vom Kläger Lichtbilder oder sonstige Bildnisse vergleichbarer Art anzufertigen.“)
- Der OGH begründete die Entscheidung mit der Übernahme der Rechtsprechung des deutschen BGH.
- Die Entscheidung wurde in der Lehre stark kritisiert, weil sie nicht mit den Grundsätzen der österr. Rechtslage (klarer Wortlaut § 78 UrhG) in Einklang zu bringen ist.

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG)

- OGH 6 Ob 6/19d: Trendwende?
- Zulässigkeit der filmischen Dokumentation von polizeilichen Einsätzen
- Maskierte Cobra-Einsatzbeamte und mehrere nicht maskierte Polizisten wurden vom Gericht zur Unterstützung bei einer Fahrnisexekution gegen einen Unternehmer beigezogen. Die Ehefrau hat diese Amtshandlung mit ihrem Handy gefilmt, das Video wurde anschließend auf YouTube veröffentlicht. Einer der auf diesem Video eindeutig erkennbaren Polizeibeamten hat die Ehefrau geklagt, die sich damit verteidigt hat, dass sie diese Aufnahmen nur "zur Dokumentation" gemacht habe.
- Wieder eine klare Unterscheidung zwischen Anfertigen und Veröffentlichen.
- § 78 UrhG nur Veröffentlichen
- § 16 ABGB Maßstab für Anfertigen / Interessensabwägung
- Datenschutzrecht?

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG)

- Veröffentlichung zulässig, wenn kein negativer Konnex (z.B. Bildunterschrift) und keine kommerzielle Absicht (Werbung)
 - harmloses Bild kann aufgrund Artikelumfeld dennoch berechnigte Interessen des Abgebildeten verletzen
 - Beispiel: Foto eines schlafenden Menschen ist idR ok, aber mit Bericht über faule Beamte werden berechnigte Interessen verletzt (eingenickeeter Offizier – 4 Ob 268/02v)
- es genügt, dass Abgebildeter erkennbar ist (4 Ob 184/97f)
 - OGH: Berechnigte Interessen iSv § 78 UrhG können nur verletzt sein, wenn der Abgebildete für Personen, die ihn schon öfter gesehen haben, erkennbar ist.
 - etwa durch Gesichtszüge, Frisur, Statur – Erkennbarkeit kann sich auch aus dem Begleittext ergeben
 - Mangelnde Erkennbarkeit in Polizeibeamter II – OGH 4 Ob 52/11t und Polizeibeamter III – OGH 4 Ob 82/11d

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG)

- Was sind berechnigte Interessen? (Fallgruppen)
 - entstellende bzw bloßstellende Bildnisse („Frau des Skandalrichters“ – 4 Ob 5/89)
 - Verletzung der Intimsphäre (Fiona G. „Fehlgeburt“ – 4 Ob 233/08f,– „Des Kaisers neue Kleider“ Nacktfotomontage – 4 Ob 2249/96f)
 - Verwendung für Werbezwecke („Fußballerabziehbilder“ – 4 Ob 127/94)
 - abträglicher Begleittext
- Daher ist die Frage, ob berechnigte Interessen des Abgebildeten (oder im Todesfall naher Angehöriger) verletzt werden
 - objektive Prüfung des Einzelfalls, Würdigung des Gesamtzusammenhangs
 - 2. Schritt: Interessenabwägung (sollte auch an der Verbreitung ein Interesse bestehen): hat das Geheimhaltungsinteresse des Abgebildeten Vorrang, handelt es sich um ein berechnigtes Interesse iSd § 78 UrhG

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG)

Wahrheit des Begleittextes

- Leitentscheidung 4 Ob 132/09d („Aufruhr-Versand“): „Ältere Entscheidungen, wonach die Veröffentlichung eines an sich unbedenklichen Lichtbilds (Portraitfotos) auch bei Vorliegen eines nach § 1330 Abs 2 ABGB zulässigen Begleittext untersagt werden könne, weil sie zu einer Prangerwirkung führe, sind damit überholt.“
- daher ohne Eingriff in Privatsphäre grundsätzlich zulässig, zumindest bei an sich unbedenklichen Lichtbildern
- bei Eingriffen in Privatsphäre bzw. Opfer- und Täterberichterstattung ist Bildnisveröffentlichung auch bei Wahrheit des Begleittextes höchst riskant!
- auch das In-Verbindung-Bringen des Abgebildeten mit Vorgängen, mit denen er nichts zu tun hat, ist problematisch (Bsp „Slackeliner bei Wetten, dass...“)

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG)

- Personen der Öffentlichkeit (z.B. Politiker, Celebrities) haben das Recht zu entscheiden, ob sie mit ihren Aufnahmen werben wollen
- wichtig daher:
 - immer Zustimmung des Abgebildeten einholen
 - aber: bei nachträglicher Änderung der Verhältnisse widerrufbar; auch bei Aufnahmen von Models
 - Rechte abtreten lassen
 - Kinder – verpixeln!
 - „Grauzone“ Imagewerbung mit Prominenten
 - Es gibt auch im öffentlichen Raum einen geschützten Bereich der „Privatheit“ (z.B. Disco-Fotos von Natascha Kampusch)

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG)

- § 78 analog auf Stimme anwendbar (MA 2412 – 6 Ob 270/01a)
- häufiges Problem bei „Abschüssen“ - Verwendung eines durch z.B. Eigentumsverletzung erlangten Fotos => Unterlassungsklage (Schwimmbad – 4 Ob 266/01y)
- unter Schutz des Eigentums und das Hausrecht fallen nicht nur Gegenstände der Privatsphäre, sondern auch Personen und Gegenstände bei Veranstaltungen (z.B. bei Fotografierverbot) (Internationales Freistilringturnier – 4 Ob 26/94)
- besondere Vorsicht bei Berühren des höchstpersönlichen Lebensbereichs; Eingriff in Intimsphäre jedenfalls unzulässig!

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG)

- Genannte Grundsätze sind in der Regel auch auf Social Media anwendbar:
 - Das Verbreiten von Bildern auf einer Social-Media-Plattform ist nur unter denselben Voraussetzungen wie das Verbreiten von Bildern im Print oder auf (ganzen) Websites erlaubt (§78 UrhG)
 - Das Verwenden von auf der Plattform veröffentlichten Bildern ist nicht ohne Weiteres erlaubt, vielmehr bedarf es grundsätzlich einer ausdrücklichen Zustimmung des Rechteinhabers am Foto sowie des Abgebildeten.
 - Das Öffentlichmachen von Fotos und anderem auf der Plattform kann noch nicht als konkludente Zustimmung an Dritte gewertet werden, diese zu verwenden.
 - Problematik „Verlinkung“, „Teilen“, etc.?

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG)

- Die Verwendung des auf die Plattform gestellten Materials durch Dritte kann unter Umständen auch in den AGB des Plattformbetreibers geregelt sein. Dieser kann dabei Dritten nur solche Rechte zur Verbreitung des Bildes einräumen, die er *selbst* vom User erhalten hat (dh: User, die gar nicht über entsprechende Urheberrechte verfügen, können solche Rechte auch niemandem anderen einräumen!)
- Problem: Der User bildet selbst (urheber-)rechtswidrig ein Foto ab und stimmt ausdrücklich dessen Verwendung durch Dritte zu (Verschulden des Dritten?)

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG) - Ansprüche

- Grundsätzliches:
 - Haftung nach UrhG setzt kein Verschulden voraus
 - z.B. Zeitungsreporter interviewt Familie; Familie gibt ihm Familienfoto zum Zwecke der Veröffentlichung. Nach Veröffentlichung klagt Fotostudio, das das Foto seinerzeit aufgenommen hat. Medieninhaber rechtfertigt sich damit, dass er guten Glaubens war, das Foto veröffentlichen zu dürfen. Hilft das? NEIN!
 - Klage ohne vorherige Aufforderung
 - Inhaber von Rechten kann immer nur die Rechte weitergeben, die er selbst hat (Eurobike – 4 Ob 179/01d)
 - Verwertungsrechte liegen auch ohne besonderen Hinweis (Copyright-Symbol) solange beim Werkhersteller, als dieser sie nicht weitergegeben hat
 - Urheber kann Werk mit Urheberbezeichnung versehen, die beibehalten werden muss (§ 20)

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG) - Ansprüche

- Unterlassungsanspruch (§ 81):
 - Wiederholungsgefahr wird regelmäßig vermutet
 - Beklagter obsiegt nur, wenn er beweisen kann, dass er mit Sicherheit Urheberrecht des Klägers nicht mehr verletzen wird
- Beseitigungsanspruch (§ 82):
 - Vernichtung von Bildmaterial und elektronischen Daten
- Urteilsveröffentlichung (§ 85):
 - Art und Umfang orientieren sich an Urheberrechtsverletzung
- Angemessenes Entgelt (§ 86):
 - Höhe orientiert sich daran, was üblicherweise für gleichartige Leistung bei vorab eingeholter Einwilligung des Urhebers bezahlt hätte werden müssen
 - Verbandsempfehlung der Bundesinnung für Berufsfotografen

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG) - Ansprüche

- Schadenersatz und Herausgabe des Gewinnes (§ 87):
 - bei Verschulden Schadenersatz in mindestens doppelter Höhe des angemessenen Entgeltes; weder Schaden noch Höhe muss nachgewiesen werden (OGH 4 Ob 63/98p)
 - Entgangener Gewinn bereits bei leichtem Verschulden zu ersetzen
 - Ersatz ideellen Schadens bei besonders empfindlicher Kränkung
- Prozesskosten:
 - meist höher als Entgelt und Schadenersatz zusammen, da Unterlassungsbegehren meist hoch bewertet wird, was Gerichts- und Anwaltskosten höher ansetzen lässt
- Weitere mögliche Folgen:
 - Klage nach §§ 111, 115 StGB (üble Nachrede; Beleidigung)
 - Klage nach § 190 StGB (Störung der Totenruhe)
 - Klage nach §§ 1 ff UWG (z.B. Nachahmung)

Recht am eigenen Bild (§ 78 UrhG) - Ausschlussgründe

- Art 10 EMRK, wenn Interesse an Veröffentlichung überwiegt (News/Binder – EGMR 11.01.2000)
- Kriminalberichterstattung; amtliche Veranlassung – Warnfunktion
- Bekanntheitsgrad
 - aber: Vermeidung der Prangerwirkung; wenn Abbildung im Zusammenhang mit Artikel entbehrlich ist, ist sie unzulässig (OGH 4 Ob 100/92), es sei denn, es gibt ein höherrangiges Veröffentlichungsinteresse
- Zustimmung – wer zu erkennen gibt, dass er kein Interesse am Unterbleiben der Veröffentlichung seines Bildes hat, leistet Verzicht auf Rechtsschutz; kann stillschweigend erklärt werden (Blauensteiner III – 4 Ob 2226/96y)
 - aber: Zustimmung zu Bild deckt nicht unsachliche Kritik, pauschale Herabsetzung
 - Problem: Archivfotos; Zustimmung ist widerrufbar

- Verschiedene gesetzliche Quellen der „Impressumspflicht“ (UGB, GewO, MedienG, ECG)
- § 14 UGB: für ins Firmenbuch eingetragene Unternehmen
- § 63 GewO: für nicht ins Firmenbuch eingetragene Unternehmen
- §§ 24, 25 MedienG: für alle (private und kommerzielle) Webseiten
- § 5 ECG: für kommerzielle Webseiten
- Anzugebende Informationen überschneiden sich teilweise

- § 5 ECG:
 - Anschrift der Niederlassung
 - Kontaktdaten (E-Mail, Telefon, Web-Formular, etc.)
 - Kammermitgliedschaft
 - Aufsichtsbehörde
 - Anwendbare gewerbe- und berufsrechtliche Vorschriften
 - Spezielle Berufsbezeichnung (falls vorhanden)
 - UID-Nummer (falls vorhanden)

- § 24 MedienG: Name/Firma des Medieninhabers und Herstellers, Verlags- und Herstellungsort, Name/Firma und Anschrift des Medieninhabers, der Redaktion und des Herausgebers (bei periodischen Medien)
- § 25 MedienG: Unterscheidung zwischen „großen“ und „kleinen“ Webseiten
- „große“ Webseite: Informationsgehalt geht über Präsentation des Unternehmens hinaus und ist geeignet, die Meinungsbildung zu beeinflussen
- „kleine“ Webseite: jede nicht „große“ Webseite
- Mindestinhalt: Name/Firma, Unternehmensgegenstand, Wohnort/Sitz
- Zusätzlich bei „großen“ Webseiten: „Blattlinie“, vertretungsbefugte Organe (bei jur. Personen), Gesellschafterverhältnisse, Beteiligungen an weiteren Medienunternehmen

Sonstige Kennzeichnungs- und Informationspflichten

- § 26 MedienG: Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen und politischer Werbung
 - Kennzeichnung als „Anzeige“, „entgeltliche Einschaltung“ oder „Werbung“, wenn für die Veröffentlichung in einem periodischen Medium ein Entgelt bezahlt wurde
 - Bei Werbungen für politische Wahlen muss zusätzlich auch der Auftraggeber der entgeltlichen Veröffentlichung genannt werden
- Keine Verschleierung der Entgeltlichkeit (UWG und PrAG)
- Preise für Verbraucher immer als Bruttobeträge (UWG und PrAG)
- Bei über Fernabsatz und außerhalb von Geschäftsräumen geschlossenen Verträgen sind zusätzlich die Informationspflichten des § 4 FAGG zu berücksichtigen

- Gewährleistung:
 - Haftung für Mängel, die bereits beim Verkauf vorhanden waren
 - Verschuldensunabhängig
 - Gewährleistungsfristen (Achtung: seit 01.01.2022 gilt für Waren und digitale Leistungen auch das VGG)
 - Primäre und sekundäre Gewährleistungsansprüche
- Garantie:
 - Im Gegensatz zur Gewährleistung eine freiwillige Verpflichtung
 - Umfang legt Unternehmer in Garantieberklärung fest

- Schadenersatz:
 - Haftung für verursachte Schäden
 - Verschuldensabhängig
 - Haftungsfristen (3 Jahre ab Kenntnis von Schaden und Schädiger, absolute Frist von 30 Jahren)
 - Haftung auch für MitarbeiterInnen und Subunternehmer
- Produkthaftung:
 - Haftung für durch ein fehlerhaftes Produkt verursachte Folgeschäden
 - Haftungspflicht trifft Hersteller und Importeur
 - Haftungsfristen (3 Jahre ab Kenntnis von Schaden und Hersteller bzw. Importeur, absolute Frist von 10 Jahren nach Inverkehrbringen)

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)

- Vereinheitlichung einer Vielzahl von weitgehend gleichen, abzuschließenden Verträgen
- Geltung von AGB muss zwischen den Vertragspartnern vereinbart werden
- Bei Verwendung widersprüchlicher AGB („battle of forms“) kommt gesetzliche Regelung zur Anwendung
- Ungewöhnliche, überraschende und gröblich benachteiligende AGB-Bestimmungen sind grundsätzlich unwirksam
- Bei Verbrauchern ist zusätzlich der § 6 KSchG zu berücksichtigen
- Bei AGB für Verbraucher können Vereinigungen (insbesondere der VKI und die AK) auf Unterlassung und Urteilsveröffentlichung nach dem UWG klagen

- Haftungsausschlüsse sind nicht unbeschränkt möglich – Grenzen der Sittenwidrigkeit sind zu beachten
- Jedenfalls unzulässig: Haftungsausschluss für Vorsatz und/oder Personenschäden
- Im Verhältnis zu Unternehmern sind Haftungseinschränkungen grundsätzlich möglich:
 - Gewährleistungsfristen können eingeschränkt werden (Rügepflicht beachten)
 - Haftungsausschluss für leichte Fahrlässigkeit grundsätzlich zulässig, für grobe Fahrlässigkeit kann im Einzelfall zulässig sein (ausgenommen Personenschäden)
 - Produkthaftungspflichten können nicht ausgeschlossen werden
- Im Verhältnis zu Verbrauchern sind Haftungseinschränkungen nur sehr beschränkt möglich:
 - Gewährleistungspflichten können nicht ausgeschlossen werden
 - Haftungsausschluss für leichte Fahrlässigkeit kann im Einzelfall zulässig sein (ausgenommen Personenschäden)
 - Produkthaftungspflichten können nicht ausgeschlossen werden

Geschützt sind:

- Personenbezogene Daten von identifizierten oder identifizierbaren natürlichen Personen. Darunter fallen auch z.B. IP-Adressen, SV-Nummer, Autokennzeichen, Telefonnummern, Kundennummern etc.
- Im B2B-Bereich gilt die DSGVO für alle Partner, die natürliche Personen sind
- Die DSGVO gilt grundsätzlich nicht für juristische Personen

Rechtmäßigkeit der Verarbeitung und Erhebung von Daten

Jede Datenanwendung erfordert eine Rechtsgrundlage
Grundsätzlich kommen insbesondere folgende
Rechtsgrundlagen in Frage:

- Erforderlichkeit der Datenverarbeitung für die Vertragserfüllung
- Berechtigte Interessen des Verantwortlichen (kann im Einzelfall auch Marketing sein)
- Vorliegen einer rechtsgültigen Einwilligung

DSGVO vs. TKG (§ 174 TKG)

- Der § 174 TKG (Regelungen für die Zusendung elektronischer Post) ist auch weiterhin zu beachten.
- Zulässig ist E-Mail-Werbung an Kunden
 - Direktmarketing für eigene, ähnliche Produkte
 - Unbedingtes Widerspruchsrecht des Kunden (Opt-Out bei Datenerhebung und bei jeder Zusendung)
 - Eintragungen in Robinson-Liste beachten
- Angebote von Kooperationspartnern in Newslettern oder ähnlichem Infomaterial zu kommunizieren, ist auch nach der neuen Rechtslage nur dann möglich, wenn eine Zustimmungserklärung des Adressaten für den konkreten Kooperationspartner vorliegt.

Freiwilligkeit der Einwilligung zur Datenverarbeitung

- Entscheidung der Datenschutzbehörde (DSB) zum Online-Abo
- „Eine freiwillige Einwilligung kann auch dann vorliegen, wenn ein bestimmter Verarbeitungsvorgang auch zum erkennbaren Vorteil der betroffenen Person gereicht“
- Zugang zum Online-Angebot mit Einwilligung vs. Abschluss eines Online-Abos (frei von Werbung, frei von Daten-Tracking und frei von der Setzung von Fremd-Cookies)

- Pflicht zur transparenten Information der Betroffenen bei Erhebung der Daten, insbesondere über
 - sämtliche Datenverarbeitungsvorgänge samt Zweck und Rechtsgrundlage der Datenverarbeitung
 - Betroffenenrechte

a) Auskunftsrecht:

Betroffener hat das Recht zu verlangen zu erfahren, ob und in welchem Ausmaß personenbezogene Daten von ihm von einem Verantwortlichen verarbeitet werden.

Greift nicht, wenn Geschäfts- und Betriebsgeheimnisse des Verantwortlichen oder eines Dritten berührt sind.

b) Recht auf Berichtigung:

Betroffener hat das Recht auf Berichtigung seiner personenbezogenen Daten.

c) Recht auf Löschung:

Betroffener hat das Recht, dass seine personenbezogenen Daten gelöscht werden, es sei denn, es besteht beispielsweise eine gesetzliche Aufbewahrungspflicht (BAO)

d) Recht auf Einschränkung der Verarbeitung:

Betroffener hat das Recht, die Einschränkung der Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten zu verlangen.

e) Recht auf Datenübertragbarkeit:

Betroffener hat das Recht, dass die über ihn gespeicherten Daten ihm auf einem Datenträger übergeben werden oder an einen vom Gast genannten Dritten weitergegeben werden.

f) Widerspruchsrecht:

Betroffener hat das Recht, Widerspruch gegen die Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten zu erheben.

g) Beschwerderecht:

Betroffener hat das Recht, eine Beschwerde bei der Datenschutzbehörde zu erheben.

ACHTUNG: Die Erledigung der Anträge von Betroffenen sind fristgebunden (in der Regel 4 Wochen)

- Sicherstellung des fairen Leistungswettbewerbs
- Rechtsmittel gegen unlautere Geschäftspraktiken und sonstige unlautere Handlungen von Mitbewerbern
- Unlautere Geschäftspraktiken können irreführend und/oder aggressiv sein
- Sonstige unlautere Handlungen werden in 4 Fallgruppen unterteilt:
 - Kundenfang
 - Behinderungen
 - Ausbeutung fremder Leistungen
 - Rechtsbruch
- Bundesgesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) enthält schwarze Liste mit Geschäftspraktiken, die jedenfalls als unlauter gelten
- Weitere Schutzbestimmungen des UWG zur Herabsetzung anderer Unternehmen („Anschwärzung“), vergleichender Werbung und Missbrauch fremder Unternehmenskennzeichen

ACHTUNG:

Werbeäußerungen müssen UWG-konform (Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb) sein

- Vergleichende Werbung muss richtig sein und darf nicht aggressiv und herabsetzend sein

ACHTUNG:

Alleinstellungswerbung / Superlativwerbung muss richtig sein. Der behauptete Vorsprung gegenüber Produkten / Dienstleistungen von Mitbewerbern muss in allen wesentlichen Kriterien gegeben sein, muss stetig sein und darf nicht nur unwesentlich sein

Beispiel: „Die größte Immo-Online-Börse“ (muss auch tatsächlich die meisten Angebote und die meisten User haben)

- Ausbeutung des guten Rufs von bedeutenden Marken

„Der Fernseher X ist der Rolls-Royce unter den Fernsehern.“

- Vorsicht bei der Verwendung von Bildern und Fotos aus dem Internet; unbedingt vorab die Rechtesituation abklären
- Vorsicht bei der Verwendung und Übernahme von fremden Texten. Quellenangaben nicht vergessen!
- Vorsicht bei der Versendung von Newslettern; unbedingt vorab die telekommunikations- und datenschutzrechtlichen Voraussetzungen abklären
- Vorsicht bei der Hinzunahme von Subunternehmen; unbedingt eine umfassende Schad- und Klagloshaltung für vom Subunternehmer verursachte Schäden vereinbaren
- Vorsicht bei der Veröffentlichung von entgeltlichen Beiträgen; unbedingt als solche kennzeichnen
- Beachten sämtlicher Impressumspflichten auf der Webseite
- Verjährungsfristen entsprechend vermerken



RA Dr. Gerald
GANZGER

Managing Partner

- Seit Ende der 80er Jahre als Rechtsanwalt aktiv
- Schwerpunkte: Datenschutz, Wettbewerbsrecht, Medien, Konfliktlösung und Litigation PR
- Kunden: Glücksspielunternehmen, Gesundheit & Tourismus, Medien und Verlagshäuser, Telekommunikations- und Internetanbieter
- im Spitzenfeld namhafter Branchenrankings (Format/Trend, Chambers, Legal 500)
- Lektor an der Fachhochschule Wien für Medienrecht und Fachbeirat des European Brand Institute
- Autor für die Zeitschrift Horizont / Hotel & Tourismus: Medien- und IP-Recht sowie zu allen Fragen des Persönlichkeitsschutzes, einschließlich Datenschutz
- Delegato der ITKAM (Austrian Desk der Italienischen Handelskammer in Deutschland)
- In Wien und Bratislava als Rechtsanwalt zugelassen



RAA Mag. Daniel
SÖLLNER

Rechtsanwaltsanwärter

- Seit September 2016 juristischer Mitarbeiter bei LANSKY, GANZGER, GOETH, FRANKL & Partner Rechtsanwälte
- Erfolgreicher Abschluss des Studiums an der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien (Mag. iur.) im April 2019
- Seit Jänner 2020 Rechtsanwaltsanwärter bei LANSKY, GANZGER, GOETH, FRANKL & Partner Rechtsanwälte
- Erfolgreicher Abschluss der Rechtsanwaltsprüfung im Jänner 2023
- Schwerpunkte: Zivilrecht und Litigation, Medien- und Urheberrecht



LANSKY
GANZGER
GOETH
FRANKL

+

partner

LGP RECHTSANWÄLTE/ATTORNEYS

Kontakt

Dr. Gerald Ganzger
Managing Partner

Lansky, Ganzger, Goeth, Frankl & Partner
Rechtsanwälte GmbH

Biberstraße 5
1010 Wien
Österreich

T: +43 1 533 33 30 - 0
E: office@lansky.at
W: www.lansky.at