

Wissens-Nugget

Alles rechtens!

Allgemeine Geschäftsbedingungen mit Katharina Raabe-Stuppig

HANDOUT

WANN GELTEN IHRE AGB?

Damit Sie sich im Fall der Fälle auf Ihre AGB berufen können, müssen Sie sicherstellen, dass diese auch Vertragsbestandteil werden. AGB können dabei sowohl ausdrücklich als auch stillschweigend vereinbart werden. Eine ausdrückliche Vereinbarung liegt vor, wenn Sie sich bei den Vertragsverhandlungen explizit auf die Geltung Ihrer AGB berufen. Bei einer stillschweigenden Vereinbarung muss dem Vertragspartner deutlich erkennbar sein, dass der Vertragsschluss auf Grundlage der AGB erfolgt. Zudem muss er die Möglichkeit haben diese vor Vertragsschluss einzusehen. Ein Abdruck auf der Rückseite der Rechnung reicht dafür nicht aus. Das wäre zu spät. Am besten weisen Sie in Ihren E-Mails - beispielweise in der Signatur - auf die Geltung Ihrer AGB hin und betten dort einen Link ein, der zu den AGB auf Ihrer Webseite führt. Alternativ können Sie die AGB auch Ihren E-Mails als Attachment anhängen.

WAS SOLLTE IN IHREN AGB ENTHALTEN SEIN UND WELCHE KLAUSELN SOLLTEN SIE GANZ GENAU PRÜFEN?

Wichtig sind Haftungsregelungen und Regelungen, wie mit allfälligen (Leistungs)Abbrüchen umgegangen werden soll. Sie können z.B. Stornomöglichkeiten samt Stornogebühren vereinbaren. Weiters sollten sich Regelungen finden, wer für die Beschaffung von Rechten verantwortlich ist und wie weit Rechteeinräumungen geht.

Sollten Sie fremde AGB akzeptieren (müssen), achten Sie auf Stolperfallen insbesondere hinsichtlich dieser Punkte. Solche finden sich oftmals auch in Form spezieller Rücktrittsrechte und zu übernehmender Kosten. Ganz genau prüfen sollten Sie aber auch allfällige Gerichtsstands- und/oder Rechtswahlklauseln. Wenn ein ausländisches Gericht vereinbart wird, kann das die Durchsetzung Ihrer Rechte erheblich erschweren. Achten Sie auch darauf, passende Formulierungen für die Klauseln zu finden und prüfen Sie bei der Verwendung von Vorlagen, ob diese für den eigenen Geschäftszweck praktikabel sind.

DER VERTRAGSPARTNER BERUFT SICH AUF SEINE EIGENEN AGB - WAS GILT?

Beruft sich Ihr Vertragspartner während der Vertragsverhandlungen ebenfalls auf die Geltung seiner eigenen AGB, kann es schnell kompliziert werden. Widersprechen seine und Ihre AGB einander in bestimmten Punkten, spricht man von einem „battle of terms“. Dieser bewirkt, dass sich die Vertragspartner hinsichtlich der betroffenen Punkte schlichtweg nicht einig werden und diese damit ungeregelt bleiben (auch „Teildissens“ genannt). Verlassen Sie sich nicht darauf, dass Ihre AGB gelten und die anderen übertrumpfen. Vielmehr ist es in diesem Fall unerlässlich, dass die wichtigsten Punkte außerhalb der AGB geregelt werden und zwar auf Ebene des Einzelvertrags. Diese einzelvertraglichen Regelungen können ganz formell als Vertragsurkunde ausgestaltet werden oder auch nur als Einigung im Zuge der E-Mail-Korrespondenz zustande kommen.

WAS MUSS BEI DER EINRÄUMUNG UND BESORGUNG VON RECHTEN BEACHTET WERDEN?

Achten Sie darauf, in welchem Umfang Sie dem Vertragspartner Rechte einräumen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Konzepte und Ideen (insbesondere Eigentums- und Urheberrechte) ausreichend geschützt sind und der Vertragspartner diese nicht eigenmächtig für seine Zwecke verwenden kann.

Stellen Sie zudem sicher, dass Sie keine Haftung für die Besorgung fremder Rechte (zB für Persönlichkeits-, Marken- oder Urheberrechte) übernehmen, ohne dass sich dieser Umstand in Ihrem Honorar entsprechend wiederfindet.

STOLPERFALLE WERBEAUSSAGEN - WAS MUSS BEACHTET WERDEN?

Da es Ihnen selten möglich sein wird, den Inhalt von Werbeaussagen zu überprüfen und Sie sich damit auf die Richtigkeit der Angaben Ihres Auftraggebers verlassen müssen, ist es wichtig, dass Sie auch keine Haftung für den Inhalt dieser Angaben übernehmen. Stellen Sie daher sicher, dass Ihr Auftraggeber allein für den Inhalt von Werbeaussagen verantwortlich ist. Unabhängig davon sollten Sie sich aber trotzdem einen Überblick über etwaige Werbebeschränkungen verschaffen. Solche bestehen für bestimmte Branchen (zB im Medizin- und Arzneimittelbereich) oder für bestimmte Medien. Achten Sie auch auf die Einhaltung der Regelungen zu unlauteren Geschäftspraktiken, etwa bei Vergleichen mit Mitbewerbern. Wenn ihr Auftraggeber mit Spitzenstellungen werben möchte, sollten Sie sie hinsichtlich dieser Angabe eine Schad- und Klagelöschung von ihm eingeräumt erhalten.

Katharina Raabe-Stuppig leitet die Praxisgruppe Telekommunikation, Medien und Technologie (TMT) bei LANSKY, GANZGER + partner (LGP).

Sie ist spezialisiert auf Medienrecht, Urheberrecht und Telekommunikationsrecht sowie auf Verfahren wegen unlauteren Wettbewerbs (UWG). Weitere Schwerpunkte liegen im Datenschutzrecht und im Schutz der Persönlichkeitsrechte. In diesen Bereichen arbeitet Katharina Raabe-Stuppig seit 2009, zunächst als Konzipientin in drei spezialisierten Medienkanzleien, seit 2012 als Rechtsanwältin und seit 2019 als Managing Partner bei LGP.

Zu ihren Klienten zählen namhafte Verlagshäuser, Privatsender (Radio und TV) sowie ein Mobilfunkanbieter.

In ihrer Tätigkeit berät Katharina Raabe-Stuppig auch Journalisten und Marketer in Fragen des Medien- und Wettbewerbsrechts. Sie ist seit 2011 bei LGP aktiv, neben ihrer Tätigkeit als Rechtsanwältin führt sie als Lehrbeauftragte am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien Studierende in das Medien- und Rundfunkrecht ein. Zu Beginn ihrer beruflichen Laufbahn sammelte Katharina Raabe-Stuppig beim Europäischen Parlament internationale Erfahrung. Die in Wien zugelassene Rechtsanwältin (2012) ist Absolventin der Rechtswissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien (Mag. iur.).

→ lansky.at

„**Wissens-Nuggets**“ ist ein Projekt von Konrad Maric umgesetzt von Birgit Wagner für die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien.

„**Schnapp Dein Wissen und mach Dein Geschäft**“ lautet das Motto dazu. In unseren Wissens-Nuggets geben erfahrene Kolleginnen und Kollegen und Personen, die viel spezielles Wissen und Erfahrung haben, ihr hilfreiches Know-how gerne weiter. Danke dafür!

Wissens-Nuggets sind Glieder einer Wissenskette die sich aneinandergereiht zu einem sich ständig verlängernden Branchen-Wissensstrang entwickeln und möglichst viele Themen abdeckt.

Weitere Wissens-Nuggets unter → <https://videolearnings.werbungwien.at/wissens-nuggets>