

Bayern
18.07.2012

Veranstaltungsreihe zum Thema Recht

Recht haben und Recht bekommen - DPRG- Landesgruppe Bayern im Münchner Justizpalast

Mit diesem Vortragsabend krönte die DPRG-Landesgruppe Bayern ihre erfolgreiche Veranstaltungsreihe zum Thema Recht: Im großen Schwurgerichtssaal des Münchner Justizpalastes, wo am 22. Februar 1943 der Prozess gegen die Geschwister Scholl stattfand, referierte Rechtsanwalt Rainer Rothe über "Rechtsfragen bei der grenzüberschreitenden PR in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Liechtenstein". Unter den zahlreichen Gästen waren auch Vertreter der Münchner Justizbehörden, denn das Thema Medienrecht wird immer bedeutender.

Wichtigste Empfehlung des langjährig erfahrenen DPRG-Anwaltes war, die Vereinbarung zwischen Agentur/Berater und Auftraggeber schriftlich zu formulieren. Rothe: "Selbst ein Zweizeiler ist besser als gar kein schriftlichen Vertrag." Idealerweise sollte der Vertragsgegenstand klar beschrieben sein, außerdem welches Landesrecht anzuwenden ist. Immerhin ist die Schweiz kein Mitglied der EU, Liechtenstein auch nicht, aber das Fürstentum gehört dem Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) an und bildet mit der Europäischen Freihandelsassoziation (EFTA) und den bilateralen Verträgen mit der Schweiz einen europäischen Rechtsraum. Im B2B-Bereich, wenn also der Berater eine juristische Person ist, sollte für den Fall des Falles auch der Gerichtsstand vereinbart werden.

Sind Kunde und Agentur mit dem Ergebnis der Beratungsleistung zufrieden, ist alles in Ordnung. Ist das allerdings nicht der Fall, können Haftungs- und Verjährungsfragen zu einem großen Problem werden, gerade im Verhältnis zwischen der Schweiz und Deutschland, wo hierfür sehr unterschiedliche Fristen gelten.

Rothe, der seit vielen Jahren DPRG-Mitglieder in Bayern berät und profunde Einblicke in die Problematik von PR-Agenturen und deren Kunden hat, wusste von zahlreichen konkreten Fällen aus Rechtsstreitigkeiten zu berichten. Daher wies er mit Nachdruck darauf hin, dass man vor Beginn einer Zusammenarbeit einige Gedanken auf die Art der Vertragsgestaltung verwenden sollte. Immerhin umfasst die Tätigkeit von PR-Agenturen in aller Regel sowohl Werk- als auch Dienstleistungselemente. Häufig handelt es sich auch um Mischformen. Ist das nicht klar geregelt, entscheiden im schlimmsten Fall die Gerichte. RA Rothe: "Beim Werkvertrag muss die Agentur (oder der Berater) dem Kunden ein fertiges 'Werk' gemäß der vertraglichen Vereinbarung abliefern. Die Agentur schuldet also den Erfolg. Ist der nicht gegeben, muss der Kunde auch nicht zahlen. Beim Dienstleistungsvertrag dagegen schuldet der Berater eine Dienstleistung - ohne jedes Erfolgsversprechen." Auch dies wird in den vier Ländern unterschiedlich gesehen.

Beim Werkvertrag kann der Kunde jederzeit die Fertigstellung des Werkes ablehnen und ohne Grund kündigen. Dann muss er allerdings der Agentur den Ersatz des entgangenen Gewinnes zahlen.

Breiten Raum in der Diskussion nahm das Thema Urheberrecht ein. Sofern keine klare Vereinbarung getroffen wurde,

gilt das sogenannte Schutzlandprinzip. Das heißt, nationale Urheberrechte gelten grundsätzlich nur national begrenzt. Das Deutsche Urheberrecht kann nur in Deutschland und ausländische Rechte nur im Ausland verletzt werden.

In Österreich ist das übrigens durch höchstrichterliche Judikatur (OGH) zu Gunsten der Agentur (<http://portal.wko.at/>) geregelt: "Beauftragt ein Kunde eine Agentur mit der Erstellung von Textvorschlägen für einen Prospekt oder veranstaltet die Agentur ein Fotoshooting, so kann der Kunde die Texte und Fotos nicht ohne weiteres auch für die Gestaltung der Homepage verwenden. Haben Kunde und Agentur eine konkrete Kampagne vereinbart, so deckt eine darin getroffene urheberrechtliche Vereinbarung nicht die Benutzung für eine gleichartige Kampagne im Folgejahr. Nach Beendigung der Zusammenarbeit ist die Agentur zur Herausgabe nur verpflichtet, wenn die Herausgabe der entsprechenden Dokumente auf elektronischem Weg ausdrücklich vereinbart ist. Ohne vertragliche Abtretung der Nutzungsrechte auch für "elektronische Arbeiten" hat der Auftraggeber keinen Rechtsanspruch darauf. Das ergibt sich aus der derzeitigen Rechtslage nach dem Urhebergesetz und der herrschenden höchstrichterlichen Judikatur des OGH".

Dem folgend regt Rothe an, im Agenturvertrag zusätzlich zur Vereinbarung der Nutzungsrechte die Formulierung der wko.at in Österreich generell zu übernehmen: "Alle Leistungen der Agentur, einschließlich jener aus Präsentation (z.B. Anregungen, Ideen, Skizzen, Vorentwürfen, Skribbles, Reinzeichnungen, Konzepte, Negative, Dias), auch einzelne Teile daraus, bleiben ebenso wie die einzelnen Werkstücke und Entwurfsoriginale im Eigentum der Agentur und können von der Agentur jederzeit - insbesondere bei Beendigung des Vertragsverhältnisses - zurückverlangt werden. Der Kunde erwirbt durch Zahlung des Honorars das Recht der Nutzung für den vereinbarten Verwendungszweck."

Ein seriöser PR-Berater weist den Erfolg von PR-Maßnahmen seinem Kunden auch nach. Doch das ist nicht ohne Probleme. Das zeigte Rothe am Beispiel internationaler Pressespiegel im grenzüberschreitenden Konzern. Solange die Agentur den Pressespiegel in Deutschland erstellt und verbreitet, gilt deutsches Urheberrecht. Dieses ist auch anzuwenden, wenn der Autor deutscher Staatsbürger ist, unabhängig davon, wo der Artikel erschienen ist. International lässt sich das Problem derzeit nur durch Erwerb der Rechte bei Verwertungsgesellschaften für die jeweiligen Länder lösen (www.pressemonitor.de/quellen/quellen-international/).

Das Internetzeitalter macht Rechtsfragen noch komplizierter. So lässt sich die Frage nur schwer klären, wo die Leistung erbracht wurde. In der Regel - so Rothe - gilt beim Internet: Handlungsort ist neben dem Einspeisungsstaat auch jeder (weitere) Staat, in dem die betreffende Website bestimmungsgemäß abrufbar ist. Bei einem Internetauftritt in englischer Sprache wird dies allerdings schwierig.

Besonderes Interesse bei den Zuhörern fand das Thema, wie Agenturen/Berater Forderungen gegen ihre Kunden geltend machen können. Denn viele Probleme in der täglichen Praxis bestehen darin, das Vereinbarte für die Agentur zu beweisen. Die sich eigentlich vertragswidrig verhaltenen Kunden nutzen hier immer wieder die Gutgläubigkeit der Agenturen und deren Beweisprobleme aus, um im Nachhinein nicht oder nur einen geringeren Betrag zahlen zu müssen. RA Rothe zeigte, wie die unterschiedlichen Vertragsformen diese Frage beeinflussen. So sollte die Agentur bei einem vom Kunden gekündigten Werkvertrag zunächst eine angemessene Frist zur Abnahme des Werkes setzen, auch wenn dies zum Zeitpunkt der Kündigung noch unvollendet ist. Danach wird gemahnt und gegebenenfalls geklagt. Bei einem Dienstleistungsvertrag kann die Agentur den ihr durch die Kündigung entstandenen Schaden berechnen und in Rechnung stellen.

Mehr als zwei Stunden referierte und diskutierte Rothe über diese und viele andere Rechtsfragen aus der Praxis der PR-Tätigkeit. Wer mehr dazu wissen möchte, kann sich die Präsentations-Charts bei Christina Kahlert (christina.kahlert@indoc.de), der Landesvorsitzenden der DPRG in Bayern, bestellen. Für alle, die dabei waren, ist das in der Teilnahmegebühr von zehn Euro enthalten, also kostenlos. Wer nicht dabei war, zahlt eine Schutzgebühr von zehn Euro.

Thomas Achelis, München