

AIKA kompakt

Alles Recht? – Aktuelle Rechtsfragen für Agenturen praxisnah präsentiert

06. September 2010
Maritim Hotel Würzburg

„Verträge von Agenturen und Kunden – welche Klauseln sind wichtig, welche gefährlich?“

Die Zusammenarbeit zwischen Kunde und Agentur benötigt gerade beim ersten Auftrag eine Basis, in der Vorstellungen und Ziele beider Parteien erfasst werden und eine Grundverständigung erfolgt. Anhand einer Vertragsstruktur können dabei einzelne Punkte der Zusammenarbeit beleuchtet und ausgehandelt werden.

Die Gestaltungsmöglichkeiten für Agenturen sind dabei vielfältig: Von Rahmenverträgen über angepasste Einzelverträge bis hin zum einfachen Angebot. Jede Agentur sollte die Vor- und Nachteile der jeweiligen Gestaltung kennen, um hier flexibel agieren zu können.

Leistungsabnahme, Wettbewerbsverbote, Rechteübertagung, Haftung... Klauseln, auf deren Inhalt Agenturen achten sollten, um Risiken für sich und Fehlerwartungen beim Kunden zu vermeiden.

RA York Freiling zeigt die Kernpunkte von Regelungen anhand von Beispielen auf und bietet Formulierungsmöglichkeiten zum Praxisgebrauch. Gemeinsam mit AIKA entwickelt er gerade „best practice tools“, die den Agenturen hierbei Unterstützung liefern können.

York Freiling ist Partner der Kanzlei HOPPENSTEDT & WOLTERS. In den Bereichen Wettbewerbs-, Marken-, Urheberrecht, Recht des e-commerce und allgemeinem Zivilrecht berät er überwiegend Agenturen, Unternehmen und Künstler bei Vertragsverhandlungen, Kampagnenprüfungen, sowie der Durchsetzung und Verteidigung von Rechtsansprüchen. Er veröffentlicht regelmäßig Beiträge zu branchenspezifischen Rechtsthemen, unter anderem im Rahmen seines Engagements für AIKA.

„Pitch – Teilnahme und rechtliche Auswirkungen“

U.a. werden dabei folgende Themen angerissen:

- Rechtliche Grundlagen
- Rücksichtnahmepflichten während des Pitches
- Schutz der Agenturleistung im Pitch
- Die Vergütung
- Die Rechtefrage
- Der Pitchberater

Alexander Unverzagt ist Rechtsanwalt und Gründungs-Partner der Anwalts-Sozietät „Unverzagt von Have“ in Hamburg, Berlin und Köln, die mit ihren 17 Anwälten auf nationales wie internationales Medien- und Kulturrecht und dabei u. a. auf die Bereiche Film-, Presse-, PR-, Werbe-, Musik-, Foto-, Design- und Verlagsrecht spezialisiert ist.

Er ist seit ca. 15 Jahren Lehrbeauftragter für den Bereich Urheber- und Verlagsrecht an der Universität Hamburg, Lehrbeauftragter der Universität



RA York Freiling,
Kanzlei HOPPENSTEDT
& WOLTERS, Frankfurt
a.M.



RA Alexander
Unverzagt, Kanzlei
Unverzagt von Have,
Hamburg

Leipzig zum Thema „PR-Recht“ und Dozent bei der depak Presseakademie GmbH in Berlin. Ferner ist er Autor diverser Buchwerke und Zeitschriftenbeiträge wie u. a. des soeben erschienenen, umfangreichen „Handbuch PR Recht“ sowie des „Wörterbuch der Musikwirtschaft – 1000 Fachbegriffe aus Musik, Wirtschaft und Recht“.

„Urheberrecht in der Werbung“

Werber müssen die zahlreichen urheberrechtlichen Fragen in der Werbung nicht selbst lösen, sie sollten jedoch wissen, wo die Probleme liegen:

- Dürfen Bilder aus dem Internet entnommen werden?
- Was ist und wie weit reicht ein Nutzungsrecht?
- Was passiert, wenn der Urheber nicht genannt ist ?
- Welche Kosten können entstehen?

Dr. Peter Schotthöfer ist seit mehr als 20 Jahren vorwiegend im Bereich des nationalen und internationalen Werberechts als Anwalt tätig. Er ist Herausgeber des Buches "Werberecht in den Mitgliedstaaten der EU und Nordamerika" in deutscher und in englischer Sprache. Dr. Schotthöfer ist Autor zahlreicher Veröffentlichungen (u.a. „Werberecht im Internet“; „Recht im Direktmarketing“ etc.), Referent zu werberechtlichen Themen im In- und Ausland , Gründer und ehemaliger Präsident der „European Advertising Lawyers Association“ , ständiger Kolumnist für werberechtliche Themen bei „w&v“, „absatzwirtschaft“ sowie Herausgeber eines eigenen Presseinformationsdienstes zu werberechtlichen Fragen.



RA Dr. Peter Schotthöfer, Kanzlei Schotthöfer & Steiner, München

„Datenschutznovelle 2009 - Wichtige Änderungen und mögliche Fallstricke beim Umgang mit Daten, Newslettern und cold calls“

Datenschutz ist in aller Munde, Verbraucherschützer, Politiker und Unternehmen stehen sich oft unversöhnlich gegenüber. Immer wieder finden Vorwürfe von Gesetzesverstößen ihren Weg in die Medien. Die maßgebliche Neufassung des Bundesdatenschutzgesetzes, u.a. des § 28 BDSG, ist mittlerweile seit 01.09.2009 und 01.04.2010 in Kraft. Über die Auswirkungen der Novelle für Agenturen und ihr Leistungsangebot für die Kunden herrscht jedoch bis heute weit verbreitete Unklarheit. Mit seinem Vortrag gibt RA Christian Hoppenstedt diesbezüglich Hilfestellung und zeigt Risiken sowie Anforderungen nach aktueller Rechtslage auf. Dazu werden Gestaltungsmöglichkeiten für Agenturen erläutert, um verbliebene Möglichkeiten noch auszuschöpfen, ohne die Gesetzesschranken zu verletzen.

Christian Hoppenstedt ist Medienanwalt und Gründungspartner der Kanzlei HOPPENSTEDT & WOLTERS Rechtsanwälte in Frankfurt am Main. Seine Tätigkeitsschwerpunkte liegen im Urheber-, Lizenzvertrags- und Wettbewerbsrecht. Er ist Experte in den Bereichen Film, Games, Werbung und Musik und berät sowohl Unternehmen als auch Kreative. Herr Hoppenstedt verfügt über langjährige Branchenkenntnis aus Tätigkeiten als freiberuflicher Filmproduzent und Regieassistent. Er veröffentlicht zu aktuellen Rechtsthemen und hält Vorträge und Workshops. Als Mitinitiator der Initiative M2 MedienMittwoch engagiert er sich ehrenamtlich für den Medienstandort Rhein-Main.



RA Christian Hoppenstedt, Kanzlei HOPPENSTEDT & WOLTERS, Frankfurt a.M.