

INTERVIEW

„Achten Sie auf die Rechte von Kunden und Lieferanten“



Rechtsanwältin Cornelia M. Bauer von der Berliner Kanzlei Karsten & Schubert rät im hm-Interview zur Vorsicht beim Werben mit Referenzobjekten.

hm: Wer gute Arbeit abliefern, darf damit auch werben, denkt mancher Unternehmer – und tut es einfach. Doch ganz so simpel ist es in der Praxis wohl nicht?

Bauer: Nein, denn der Präsentation der eigenen Arbeitsergebnisse können Rechte Dritter entgegenstehen.

hm: Welche zum Beispiel?

Bauer: Geheimhaltungsinteressen können eine Rolle spielen, denken Sie etwa an Produktentwicklungen im Maschinenbau. Insbesondere bei Privatkunden können auch Persönlichkeitsrechte tangiert sein. Wenn ein Ofenbauer zum Beispiel auf seiner Internetseite den neuen Kamin im Wohnzimmer von Familie Mustermann zeigen möchte,

geht das meist nur mit ausdrücklicher Zustimmung der Familie. Mein Rat: Handwerker sollten ihre Kunden in jedem Falle um Erlaubnis fragen, bevor sie ein Projekt als Referenz nutzen.

hm: Wer außer den Kunden könnte noch ein Wörtchen mitreden in Sachen Referenzen?

Bauer: In Betracht kommen alle, die an dem Arbeitsergebnis mitgewirkt haben. Wenn ein Schreiner zum Beispiel Designermöbel fertigt, dann darf er dies in der Regel nur mit ausdrücklicher Zustimmung des Designers auf seiner Homepage oder anderswo präsentieren. Und wer mit fremden Marken – etwa von Lieferanten oder Geschäftspartnern – für das eigene Unternehmen wirbt, muss die Rechte des Markeninhabers beachten.

hm: Geheimhaltungs- und Persönlichkeitsrecht, Urheber- und Markenrecht ... Die Fettnäpfchen, in die man tapfen kann, scheinen ja sehr vielfältig zu sein. Gibt es noch weitere Fallen?

Bauer: Nicht zu vergessen sind wettbewerbs- und standesrechtliche Bestimmungen. So darf natürlich niemand mit falschen Titeln, nicht vorhandenen Qualifikationen oder anderen unwahren Behauptungen werben. Wer etwa als Subauftragnehmer an einem Projekt mitgearbeitet hat, darf nicht einfach den „Endkunden“ seines Auftraggebers als eigenen Referenzkunden benennen. Wird ein Gemeinschaftsprojekt vorgestellt, muss klar herauskommen, worin der eigene Beitrag besteht.

hm: Wie sollten solche Absprachen mit Kunden oder Auftraggebern getroffen werden?

Bauer: Wenn die Parteien sich gut kennen und ihre wirtschaftlichen Interessen sich decken, sind mündliche Absprachen zwar die Regel, nach dem Motto: „Du wirbst für mich, ich werbe für Dich.“ Dennoch sollten die Vereinbarungen, insbesondere wenn es um ungleich gelagerte Interessen, große Vorhaben und hohe Werte geht, schriftlich fixiert werden.