



## VERBAND DRUCK & MEDIENTECHNIK (1/2)

Print & Publishing Ausgabe 250/2019 | Seite 26, 27 | 19. September 2019  
Auflage: 4.500 | Reichweite: 13.050

CMS

• Business & Markt

# VERBAND DRUCK & MEDIENTECHNIK NEUE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN AUF AUGENHÖHE

*Die letzte aktuelle Variante der AGB für die Druckbranche stammt aus dem Jahr 2010. Ein guter Grund für den Verband Druck & Medientechnik diese auf einen aktuellen und zukunftssicheren Stand zu bringen. Seit April ist das Ergebnis fertig und zeichnet sich durch Einfachheit, Klarheit und Sicherheit aus.*

*Wir haben genauer nachgefragt ...*

TEXT . Michael SEIDL



Mag. Alexandra Zotter  
✕ @ . Michael Baumgartner



Dr. Jens Winter  
✕ @ . Michael Sazel

**S**eit 2010 hat sich in der Industrie in technologischer Hinsicht viel verändert, ebenso hat sich viel in Bezug auf rechtliche Belange getan. Stichwort Datenschutzgrundverordnung oder E-Commerce. Darauf wollte man seitens des Verbands reagieren und hat in Zusammenarbeit mit Dr. Jens Winter von der Kanzlei CMS neue Allgemeine Geschäftsbedingungen entwickelt, die dem Zeitgeist entsprechen und eine vernünftige Basis für Auftraggeber und Drucker bzw. vice versa bieten.

Angesprochen auf die Herangehensweise meint Mag. Christian Handler, der seitens des Verbands das Projekt mitgestaltet hat: »Wir haben uns unter den Mitgliedern umgehört, was denn in der täglichen Praxis deren Probleme und Aufgabenstellungen seien, und dann versucht, diese Rückmel-

dungen zu berücksichtigen.« Ebenso war es wichtig die sogenannten »klassischen Branchenusancen« in Wort und Schrift zu fassen, um so eine rechtskonforme Grundlage zu schaffen. »Wir haben uns auch viel in Deutschland umgesehen, da es dort viel mehr ausjudizierte Präzedenzfälle gibt als hierzulande«, betont Dr. Jens Winter. Mag. Alexandra Zotter, Geschäftsführerin des Verbandes Druck & Medientechnik, ergänzt: »Wir haben mit professioneller anwaltlicher Betreuung die Geschäftsbedingungen für Druckereien somit auf vollkommen neue Beine gestellt.«

### Wichtige Themen reflektieren

Neu ist tatsächlich, dass es nun eine Variante für B2B und eine Variante für B2C gibt, die auch mit Inhalten in Bezug auf Konsumenten-

tenschutz aufbereitet wurde. Für beide Varianten gibt es noch eine »Extension« für Webshop-Anwendungen, in denen alles angeführt ist, worauf man achten sollte, wenn man einen Webshop betreibt, was wirklich eine richtungsweisende Arbeit darstellt.

Maßgeblich für die Gestaltung der neuen AGB war, dass der Kunde einer Druckerei genau informiert darüber ist, was und wie ein Job anzuliefern ist, damit der Auftrag funktioniert, und umgekehrt, was er sich von der Druckerei in punkto Leistungserfüllung zu erwarten hat, ohne Diskussionen um nachfolgende »Hundertstel Millimeter« beim Papierschnitt. »Die neuen AGB sind – wenn man so will – eine neue Guideline für industrielle Prozesse«, so Handler. »Neben dem Informationsgehalt für Auftraggeber werden damit auch Druckereien gefordert, damit es keine Ausreden mehr gibt«, erklärt er schmunzelnd. »Wir haben in der Praxis beide Fälle – den professionellen Reklamierer auf der einen Seite und andererseits die Druckerei, die eher auf die gebotene Schlampigkeit pocht.« Mit den neuen AGB soll nun Schluss sein mit diesen Verwirrnissen.

### Die Usancen berücksichtigt

Was ist zum Beispiel eine Branchenusance? Beispielsweise das Thema Überlieferung/ Unterlieferung. Oft diskutiert, als auch missverstanden und nun zu Papier gebracht. Ein Auftraggeber muss akzeptieren, dass seine bestellte Auflage um fünf Prozent überliefert wird und dass er das auch zu bezahlen hat. Eine Druckerei kann auch um fünf Prozent unterliefern. Blöd nur, wenn der Auftraggeber dann auf diese fünf Prozent an Gedrucktem pocht und dies man



## VERBAND DRUCK & MEDIEN TECHNIK (2/2)

Print & Publishing Ausgabe 250/2019 | Seite 26, 27 | 19. September 2019  
Auflage: 4.500 | Reichweite: 13.050

CMS

A PRODUCT OF APA-DEFACTO  
**CLIPPING**  
SERVICE



Mag. Christian Handler

✘ @ . Froschauer

teuer nachdrucken soll. Alles lässt sich verstehen und verifizieren... die neuen AGB helfen dabei manch »undurchsichtige« Usancen der Branche für Auftraggeber verständlich zu machen und führt für beide Seiten zu einer klaren Sprache der Zusammenarbeit.

### Denksportaufgaben

Ebenso durchdacht wurde, dass die neuen technischen Richtlinien nun ein losgelöstes Beiwerk zu den AGB sind. Warum erklärt Jens Winter: »Die Inhalte der AGB sind rechtlich auf neuestem Stand und ändern sich in absehbarer Zeit nicht. Bei der Technik ändert sich ständig etwas. Deswegen wurden die technischen Richtlinien von den AGB losgelöst, jedoch flexibel verbunden, damit Änderungen einfach vonstattengehen können.«

Weiters hat man überlegt, wie man die seit mehr als einem Jahr geltende Datenschutzgrundverordnung berücksichtigen soll. Gelöst wurde diese Frage mit einem verschlankten Auftragsdatenvertrag »light«,

der in den AGB mit den wichtigsten Punkten berücksichtigt wurde. »Das ist ein Novum, das es bislang nur im Banken- und Versicherungsbereich gibt«, so Winter.

Eine Gruppe, die sich über die neuen AGB freut, sind die Sachverständigen/Gutachter. Endlich hat man ein Regelwerk in den Händen, das auch vor Gericht hält, weil es höchst professionell die Besonderheiten der Branche berücksichtigt. Es habe sogar Vorbildcharakter für den deutschsprachigen Raum.

Seit April werden die neuen AGB versendet, das Echo war äußerst positiv. Begleitet wurde die Einführung von einer Seminartour durch die Bundesländer. »Mit den neuen AGB geben wir unseren Mitgliedern ein Arbeitsinstrument in die Hände, das professionell mit aktuellen Rechtsgrundlagen aufbereitet wurde. Viele Druckereien haben gar nicht die Zeit so etwas zu gestalten. Es bedeutet einen großen Aufwand«, meint Alexandra Zotter und betont: »Solche Leistungen zu erbringen ist genau die Aufgabe eines Verbandes.«