

(MERCHANDISING-)LIZENZEN IN DER PRAXIS – DIE GRUNDLAGEN DER VERMARKTUNG BEKANNTER THEMEN, CHARAKTERE, KUNST, MARKEN, NAMEN UND PERSONEN

DR. URSULA FEINDOR-SCHMIDT, LL.M.

Die Vergabe von Lizenzen an Charakteren, Kunst, Marken oder bekannten Persönlichkeiten ist seit langem fester Bestandteil der Verlags- und Medienindustrie. Starke Marken können ihre Anziehungskraft auf viele andere Bereiche übertragen und die Investitionen in den Markenaufbau in Gewinne umwandeln. Gleichzeitig entfalten die Lizenzprodukte eine Werbewirkung für das Ausgangsprodukt. Entscheidend in diesem Geschäft ist, dass stets das Recht selbst Gegenstand des Geschäfts ist. Sicherung und Schutz der eigenen Rechte sowie rechtssichere und gleichzeitig praxisnahe Lizenzverträge bilden deshalb den Schlüssel für finanziellen Erfolg. Doch welche Schutzmechanismen gibt es, wie setzt man sie ein und was kosten sie? Wann kann etwas ohne Einholung einer Lizenz genutzt werden? Was ist bei den Verträgen für nationale und internationale Lizenzen zu beachten? Was sollte bei der Zusammenarbeit mit einer Lizenzagentur beachtet werden?

Erarbeiten Sie sich die rechtlichen und wirtschaftlichen Grundlagen und sichern Sie sich so einen entscheidenden Marktvorteil.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen Überblick über die rechtlichen Probleme, die die Vermarktung bekannter Charaktere, Kunst, Marken und Persönlichkeiten mit sich bringt. Es zeigt die wirtschaftlichen Möglichkeiten, die ein Lizenzthema eröffnet. Anhand von Fallbeispielen wird insbesondere darauf eingegangen, wie ein Thema am besten für die Vermarktung geschützt werden kann, durch welche Arten der Verwertung Rechte Dritter verletzt werden und welche Möglichkeiten es bei der vertraglichen Gestaltung gibt.

THEMEN

- Schutz der Rechte: Praxisleitfaden zur Erlangung und Absicherung von Rechten, Unterschiede im Hinblick auf Reichweite, Umfang und Dauer des Schutzes sowie im Hinblick auf Formalitäten und Kosten von
 - Urheberrechten
 - Markenrechten
 - Titelrechten
 - Namensrechten
 - Persönlichkeitsrechten
 - Rechten nach UWG
- Der (Merchandising-)Lizenzvertrag
 - Wie verhandeln Sie richtig?
 - Welche Fallstricke sind zu beachten?
 - Klauseln in internationalen Lizenzverträgen
 - Besonderheiten bei Agenturverträgen

METHODEN

Referat, Diskussion, Fallbeispiele der Teilnehmer, Arbeit an Verträgen und Formularen.

ZIELGRUPPE

Produktmanager, Rechteinhaber, Mitarbeiter aus Marketing-Abteilungen und Lizenzagenturen, Lizenzeinkäufer, für das Lizenzgeschäft zuständige Mitarbeiter aus der Rundfunk-, Film- und Verlagsbranche, Juristen im Lizenzbereich.

MIT WEM?

Dr. Ursula Feindor-Schmidt, LL.M.,
Fachanwältin für Urheber- und
Medienrecht, Lausen Rechtsanwältin

WANN?

25.06.2014

WER?

ca. 15 Teilnehmer

WO?

Literaturhaus München

WIE VIEL?

€ 490,-

SEMINAR-NR.

19294