

(Merchandising-)Lizenzen in der Praxis

Die Grundlagen der Vermarktung bekannter Themen, Charaktere,
Kunst, Marken, Namen und Personen

28.06.2019



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 ist hier: Das Recht selbst ist Gegenstand des Geschäfts. 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 ein Thema, ein Begriff oder ein Bild ohne Einholung einer Lizenz genutzt werden? Welche Besonderheiten sind in den oft umfangreichen internationalen Lizenzverträgen enthalten? Was ist gesetzt und was verhandelbar? Und 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.



Seminarleitung:
Dr. Ursula Feindor-Schmidt, LL.M., Fachanwältin für
Urheber- und Medienrecht, Lausen Rechtsanwälte

28.06.2019

Tagungsort in München

15 Teilnehmer

€ 595,-

15% Rabatt für Mitglieder der Deutschen Fachpresse

Mitglieder u.a.v. BVDW, SBVV und Marketing Club München u. Berlin erhalten ebenfalls Rabatt. Details s. www.medien-akademie.de/FAQ

Seminar-Nr. 190053