

(Merchandising-)Lizenzen in der Praxis



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

Egal ob Snoopy-Tasse, Biene-Maja-Knuspermüsli oder Harry-Potter-Shirt – die Vergabe von Lizenzen an populären Marken, (fiktiven) Figuren, bekannten Logos oder Persönlichkeiten zu Merchandising-Zwecken bietet sowohl für Lizenznehmer als auch Lizenzgeber klare Vorteile. Lizenznehmer können ihren Produkten Alleinstellungsmerkmale verschaffen, sie emotional aufladen, ihre Zielgruppen ohne Streuverluste erreichen und sich echte Wettbewerbsvorteile sichern. Lizenzgeber können mit Produkten, die weit über ihr Kerngeschäft hinausgehen, ihre Markenbasis ausbauen und so die Einnahmen über das Lizenzgeschäft steigern. Doch welche rechtlichen Aspekte sind zu beachten, damit die Sekundärvermarktung von Charakteren, Marken oder bekannten Persönlichkeiten für beide Seiten zum Erfolg wird? Wie können die eigenen Rechte geschützt werden? Wie sehen rechtssichere Lizenzverträge aus und welche Besonderheiten sind in internationalen Lizenzverträgen enthalten? Und was sollte bei der Zusammenarbeit mit einer Lizenzagentur beachtet werden? Erarbeiten Sie sich die rechtlichen und wirtschaftlichen Grundlagen des Lizenzgeschäfts im Bereich Merchandising und sichern Sie sich so einen entscheidenden Marktvorteil.

SEMINARZIEL

Das Seminar vermittelt einen Überblick über die rechtlichen Probleme und Herausforderungen, die die Vermarktung bekannter Charaktere, Kunst, Marken und Persönlichkeiten mit sich bringt. Die Teilnehmer lernen die wirtschaftlichen Möglichkeiten kennen, die das Lizenzgeschäft eröffnet. Anhand von Fallbeispielen erfahren sie, 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 Gestaltung von (Merchandising-)Lizenzverträgen gibt.

THEMEN

- Übersicht Lizenzgeschäft (mit Fokus auf Merchandising)
 - Relevante Begrifflichkeiten – Von Werk über Lizenz bis hin zu Merchandising
 - Player und Beteiligte – Vom Autor oder Grafiker über Verlage oder Produktionsfirmen bis hin zur Lizenzagentur
- Verwertungsobjekte – Definition und Auswahlkriterien
- Schutz und Erwerb der Rechte an Verwertungsobjekten
 - Betroffene Rechte
 - Urheberrecht
 - Markenrecht
 - Titelrecht
 - Namensrecht
 - Persönlichkeitsrecht
 - Designrecht
 - Erlangung und Absicherung der Rechte
 - Umfang und Dauer des Schutzes
 - Formalitäten und Kosten
- Der (Merchandising-)Lizenzvertrag
 - Inhalt und Definition
 - Vorschriften und Klauseln – National und international
 - Besonderheiten bei Agenturverträgen
 - Musterverträge und Checklisten
 - Verhandlungsleitfäden

METHODEN

Präsentation, Fachreferat, Diskussion, Fallbeispiele der Teilnehmer, Arbeit an Verträgen und Formularen.

ZIELGRUPPE

Produktmanager, Rechteinhaber, Mitarbeiter aus Marketing-Abteilungen und Lizenzagenturen, Lizenzekäufer, für das Lizenzgeschäft zuständige Mitarbeiter aus Verlagen, Medienhäusern und Unternehmen, Juristen im Lizenzbereich.



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

Termin: 25.06.2020

Tagungsort in München

Alle weiteren Termine finden Sie online unter www.medien-akademie.de.

Teilnehmer: 15

Preis: € 595,-

Seminar-Nr.: 190083