

Das KAPITAL der KREATIVEN

Geistiges Eigentum und Finanzen in der Kreativwirtschaft

2., aktualisierte und erweiterte Auflage



Impressum

Medieninhaberin und Verlegerin

arge creativ wirtschaft austria (cwa)

Die arge creativ wirtschaft austria ist ein Kompetenzzentrum für Kreativschaffende, das seit 2003 bundesweit die Interessen der österreichischen UnternehmerInnen der Kreativwirtschaft wahrnimmt. Durch unsere Einbettung in die Wirtschaftskammer Österreich bilden wir die Nahtstelle zur Wirtschaft und unterstützen als solche alle Kreativen, die sich unternehmerisch entwickeln wollen.

Idee

Dr. Gertraud Leimüller, MPA (Harvard), www.creativwirtschaft.at

Redaktion & Text

Mag. Cornelia Bredt, www.comalab.at

Unter Mitarbeit von

Mag. Michaela Gutmann, LL.M., www.creativwirtschaft.at; DI Dr. Roland Alton-Scheidl, www.creativwirtschaft.at; Mag. Sonja Burtscher, www.erstebank.at/K

Gestaltung und Produktion

Christoph Lepka, www.christophleпка.at

Druck

Druckerei Leukauf | Robitschek, www.leukauf.at

Diese Publikation wurde unterstützt von:

Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG
Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (BMWFJ)

Diese Publikation ist Teil von evolve, der Initiative des BMWFJ zur Innovationsförderung in der Kreativwirtschaft.

© cwa 2009

Bilder

© Renate Woditschka 2009, www.cardamom.at, Seiten 8, 12, 28, 34, 44, 56, 72, 98

© Marie-Theres Zirm 2009, www.cardamom.at, Seite 64

© Carte Graphics & Art 2009, www.carte.at, Seite 6

Buchbestellung und Kontakt

arge creativ wirtschaft austria
Wirtschaftskammer Österreich
Wiedner Hauptstraße 63, 1040 Wien
E creativwirtschaft@wko.at
T +43 5 90 900 – 4000
W www.creativwirtschaft.at

Eine geschlechtergerechte Sprache ist uns wichtig, daher haben wir für die Beiträge in dieser Publikation gegenderte Formulierungen gewählt. Trotz sorgfältiger Prüfung sämtlicher Beiträge in dieser Broschüre sind Fehler nicht auszuschließen. Es wird darauf hingewiesen, dass für das vorliegende Werk keine Gewährleistung auf Vollständigkeit und Richtigkeit erhoben wird. Dies gilt vor allem auch für die angeführten Fallbeispiele, die rein der praktischen Veranschaulichung theoretischer Kapitelinhalte dienen. Eine Haftung der Herausgeberin oder der AutorInnen ist ausgeschlossen.

Das KAPITAL der KREATIVEN

Geistiges Eigentum und Finanzen in der Kreativwirtschaft

2., aktualisierte und erweiterte Auflage



Die digitale und laufend aktualisierte
Version der Broschüre finden Sie unter

www.creativwirtschaft.at

Inhalt

KREATIVITÄT HAT RECHT	GEISTIGES EIGENTUM	9
Geistiges Eigentum auf einen Blick		11
VON DER IDEE ZUM GESCHÜTZTEN WERK	URHEBERSCHUTZ	13
3 Schritte zur aktiven Urheberschaft		15
<i>Schritt 1: Die klare Kennzeichnung</i>		15
<i>Schritt 2: Die Lizenzierung</i>		18
<i>Schritt 3: Die Verwertung</i>		20
Die Auftragsarbeit: Was Mein ist auch Dein, oder etwa nicht?		22
Was tun, wenn Ideen kopiert werden?		25
Achtung: fremdes Werk!		26
HIER FÜHLEN SICH IDEEN SICHER	CREATIVDEPOT	29
MARKEN MACHEN RICHTIG STARK	MARKENSCHUTZ	35
Auf die Marke, fertig, los!		37
Marke goes international		40
Hoppla, das ist doch meine Marke!		42
GUTER GESCHMACK HAT SEINEN PREIS	MUSTERSCHUTZ	45
Lieber Geschmacksmuster als schlechter Nachgeschmack		46
Ein Geschmack geht um die Welt		49
Alternative für schnelllebige Produkte		51
Wie sich guter Geschmack bezahlt macht		52
WIE AUS DER ERFINDUNG EIN PATENT WIRD	PATENTSCHUTZ	57
Erfindergeist macht Patent		58
Wenn´s schnell gehen soll – das Gebrauchsmuster		60
Grenzenloses Patent – das kann teuer werden!		61
MIT SICHERHEIT IM WETTBEWERB	WETTBEWERBSRECHT	65
In eigener Sache: Warnpflicht für Kreative		69
Mit Sorgfalt zum Ideenschutz		70

KREATIVITÄT BRINGT GELD	FINANZIERUNG&FÖRDERUNG	73
Schritt für Schritt zum Erfolg		74
<i>Schritt 1 – das Konzept</i>		74
<i>Schritt 2 – der Businessplan</i>		75
<i>Schritt 3 – Zugang zu Kapital</i>		78
Gemeinsam zum Erfolg mit der Erste Bank		78
<i>Bankkredite – Finanzmittel von Ihrem Geldinstitut</i>		79
<i>Finanzspritzen tun nicht weh</i>		80
Geistiges Eigentum - Investment in die Zukunft		82
<i>Der Blick über den Tellerrand</i>		82
Wegweiser durch die kreative Förderlandschaft		84
<i>Bundesweite Förderungen für die Kreativwirtschaft</i>		84
<i>Bundesländer-Förderungen für die Kreativwirtschaft</i>		89
<i>Weitere Förderungen, die interessant sein können</i>		92
<i>Ausschreibungen und Awards, die interessant sein können</i>		95
GEMEINSAM SIND WIR STARK	NETZWERKE	99
Bundesweite branchenübergreifende Netzwerke		100
Branchenübergreifende Netzwerke in den Bundesländern		103
Netzwerke für Mode, Design & Architektur		106
Netzwerke für IT & Multimedia		108
Netzwerke für Handwerk		110
Netzwerke für Musik und Film		111
Interessenvertretungen		112
Was sonst noch interessant sein kann		114
STICHWORTVERZEICHNIS		116

Wozu diese Broschüre?



Wozu diese Broschüre?/

Kühne Träume zu haben und diese auch umzusetzen. Das ist Leben.

Gertraud Leimüller

Kreativität und Intelligenz sind das Kapital der Zukunft. Sätze wie diese finden sich in vielen Hochglanzbroschüren. Sie lesen sich gut. Doch stimmen sie mit der Realität überein? Wer seinen Lebensunterhalt in der Kreativwirtschaft bestreitet, weiß, dass es keinen Automatismus zwischen Kreativität und Wohlstand gibt. Nicht alle Kreativen schaffen den Durchbruch. Viele werden zu ewigen Überlebenskünstlern. Das gilt für die Designerin genauso wie für den Schreiber, den Spielehersteller, die Werbefachfrau, die Filmemacherin und den Architekten.

Um diese Regel zu durchbrechen, genügt es nicht, noch härter zu arbeiten. Klüger ist es, anders zu arbeiten: Sich zum Beispiel gute AGBs zuzulegen. Konzepte, in die Zeit und Energie geflossen sind, mit einem Copyright-Zeichen (©) zu versehen, bevor man sie an Interessenten verschickt. Für neue Werke das CreativDepot nutzen, ein neues Online-Service der arge creativ wirtschaft austria, und so den Nachweis der eigenen Urheberschaft zu erleichtern. Oder ein professionelles Geschäftskonzept zu schreiben, bevor man bei der Bank um einen Kredit anklopft.

Es gibt viele Möglichkeiten, den Wert der eigenen Arbeit und damit das „Kapital der Kreativen“ zu erhöhen. Der professionelle Umgang mit geistigem Eigentum und Finanzen, und davon handelt diese Publikation auch in ihrer 2. Auflage, gehört zu den wichtigsten Möglichkeiten. Nicht in der Zukunft, sondern jetzt. Sofort.

Dr. Gertraud Leimüller, MPA (Harvard)

Vorsitzende arge creativ wirtschaft austria



*Kreativität hat Recht/***Geistiges Eigentum**

Nichts auf der Welt ist so mächtig wie eine
Idee, deren Zeit gekommen ist.

Victor Hugo

Ob Texte, Bilder, Designs oder Filme - geistige Leistungen werden im Wirtschaftsleben immer wichtiger. Auch Schutzrechte gewinnen damit immer mehr an Bedeutung. Mit dem Schutz geistigen Eigentums optimieren Sie den Marktwert Ihrer Produkte, gewinnen an Glaubwürdigkeit und werden interessant für potenzielle GeschäftspartnerInnen und Förderer. Dies hilft Ihnen auch bei Finanzierungen und Beteiligungen.

● Factbox

Kreative Leistungen sind **geistiges Eigentum** und genießen Schutz. Dieser gilt oftmals automatisch, verlangt in vielen Fällen allerdings eine Registrierung, um wirksam zu werden. Sie können damit Rechtsstreitigkeiten vorbeugen, Ihren Auftritt, die Einmaligkeit Ihrer Dienstleistung oder Ihr Produkt schützen. Je nach Art des geistigen Eigentums können **Werke verschiedener Formen** (Literatur inklusive Computerprogramme, Musik, Bilder oder Werke angewandter Kunst), **Marken, Designs** und **Erfindungen** unterschieden werden, die auf verschiedene Weise Schutz genießen.

Für Werke, wie etwa ein Logo, einen Text oder ein Musikstück gilt der Urnehberschutz. Für Marken (z.B. Produktnamen) kann ein Markenschutz geltend gemacht werden, für Designs (z.B. Sesselform oder ein Stoffmuster) gilt der Geschmacksmusterschutz und für technische Erfindungen (z.B. ein aufblasbarer Werbeträger) der Patentschutz.

In den Genuss des Urnehberschutzes kommen Werke automatisch, so sie originell und individuell sind, etwa ein Drehbuch. Ein Geschäftsbrief hingegen ist hierfür zu wenig originell und individuell.

Der Urnehmerschutz bedarf weder einer Anmeldung, noch kostet er etwas. Demgegenüber wird der Marken-, Muster- und Patentschutz erst durch eine Anmeldung der zu schützenden Marke, des Musters oder der Erfindung wirksam.

In Österreich ist dafür das Österreichische Patentamt zuständig. Für die Erlangung eines europaweiten oder internationalen Schutzes gibt es neben dem Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) und dem Europäischen Patentamt (EPO) die World Intellectual Property Organization (WIPO).



www.patentamt.at

Österreichisches Patentamt: Information zur Anmeldung österreichischer Marken, Geschmacks- und Gebrauchsmuster und Patenten

<http://oami.europa.eu/de>

Europäisches Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt: Information zur Anmeldung von Gemeinschaftsmarken und Geschmeinschaftsgeschmacksmustern

www.epo.org/index_de.html

Europäisches Patentamt: Information zur europaweiten Anmeldung von Patenten

www.wipo.int

World Intellectual Property Organization: Information zur internationalen Anmeldung von Marken, Geschmacksmustern und Patenten

www.dpma.de und www.uspto.gov

Das Deutsche und US-Amerikanische Patentamt bieten hilfreiche Marken-, Muster- und Patent-Recherchetools in weltweiten Datenbanken

www.xing.com/net/internetundrecht

Xing Forum zum Thema Recht und Internet

www.patentamt.at/Home/Patentamt/Gesetze/12035.html

Gesetzestexte (Geistiges Eigentum) auf der Seite des Österreichischen Patentamtes

www.help.gv.at/Content.Node/71/Seite.716000.html

Begriffserklärungen (Geistiges Eigentum) durch den elektronischen Amtshelfer

www.geistigeseigentum.com

Plattform Geistiges Eigentum: Initiative zur Schaffung einer breiten Öffentlichkeit für den Wert und die Notwendigkeit des Schutzes geistigen Eigentums

Geistiges Eigentum auf einen Blick

Geistiges Eigentum				
Werk	Marke	Design	Erfindung	
Urberschutz	Markenschutz	Geschmacks-musterschutz	Gebrauchs-musterschutz	Patentschutz
Schutzgegenstand	Anmeldung			
	Österreichisches Patentamt			
Schutzart	Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM)			
	World Intellectual Property Organization (WIPO)			
Schutzanspruch	automatisch	Anmeldung		
		Europäisches Patentamt (EPO)		
Gebühren ¹ für einen Schutz in Österreich	keine	Anmeldekosten: inkl. 3 Klassen ca. EUR 350,- Erneuerungs- gebühr (alle 10 Jahre): EUR 500,-	Anmeldekosten: EUR 90,- / 350,- (Sammelmuster ≤ 10 Muster) Erneuerungs- gebühr (alle 5 Jahre): EUR 100,- / 50,- (pro Muster in Mustersammlung)	insgesamt (Anmeldung & Registrierung): ca. EUR 230,- Jahresgebühren von EUR 50,- im 4. Jahr bis EUR 450,- im 10. und letzten Jahr
				insgesamt (Anmel- dung, Prüfung und Veröffentlichung der Patentschrift): ca. EUR 430,- Jahresgebühren von EUR 100,- im 6. Jahr bis EUR 1.700,- im 20. und letzten Jahr
Schutzdauer	70 Jahre post mortem	10 Jahre plus jeweils wei- tere 10 Jahre ohne Begrenzung der Gesamtlauzeit	5 Jahre plus jeweils wei- tere 5 Jahre mit einer begrenzten Gesamtlauzeit von max. 25 Jahren	max. 10 Jahre
				max. 20 Jahre

Die hier angeführten Gebühren treten mit der neuen Gebührenverordnung ab **1.1.2010** in Kraft.

¹ Quelle: Österreichisches Patentamt, Stand Jänner 2010



Von der Idee zum geschützten Werk/ **Urheberschutz**

Möge auch einmal die Stunde schlagen, wo das geistige Eigentum
des Schriftstellers ebenso ernsthaft anerkannt werde wie das
baumwollene Eigentum des Nachtmützenfabrikanten.

Heinrich Heine

betrifft vor allem:

Film, Fotografie & Musik

Buch & Presse

Unternehmensberatung, Werbung & PR

Grafik, Design & Handwerk

IT & Multimedia

Wenn Sie beratend tätig sind, Veranstaltungen organisieren oder Werbekampagnen entwickeln. Wenn Sie konzipieren, komponieren, programmieren oder layouts, texten, fotografieren oder Drehbücher schreiben. Wenn Sie also schöpferisch tätig sind oder die kreativen Schöpfungen anderer in Ihre Arbeit einfließen lassen, dann stellt sich die Frage: „Wem gehört was?“. Hierauf liefert das Urheberrecht die passende Antwort.

Denn das Urheberrecht ist die schützende Hand über den Produkten Ihrer kreativen Leistung und der Leistung anderer. Es regelt die dabei auftretenden Besitzansprüche. Das Urheberrecht kann Ihnen so helfen, aus Ihrer Kreativität und Ihren guten Ideen auch ein gutes Geschäft zu entwickeln. Mit Lizenzen regeln sie, welche Rechte Sie wie weitergeben wollen.

● Factbox

Der Urberschutz² räumt Ihnen viele Rechte an von Ihnen geschaffenen Werken ein. Als UrheberIn haben Sie das alleinige Recht zu bestimmen, wer und in welchem Umfang Ihre Werke bearbeiten, vervielfältigen und verbreiten darf. Und Sie bestimmen, ob und in welcher Höhe dafür Entgelt zu bezahlen ist.

Der Urberschutz verpflichtet Sie aber auch, die Rechte anderer bei der Verwendung fremder Werke zu berücksichtigen. Tun Sie dies nicht, kann Sie eine Urheberrechtsverletzung teuer zu stehen kommen. Nicht alle Rechtsschutzversicherungen übernehmen die hierbei anfallenden Kosten. Zudem können Sie in der Kreativbranche in Misskredit geraten.

² Auch Urheberrechtsschutz

Der Urnehberschutz gilt ausschließlich für Werke, welche originell und individuell sind und dies automatisch ab dem Zeitpunkt, ab dem das Werk vollendet ist. Es bedarf hierfür keiner zusätzlichen Anmeldung oder Registrierung. Um den Nachweis einer Urnehberschaft und den damit verbundenen Besitzanspruch erbringen zu können, sind Sie allerdings gut beraten, Ihr Werk entsprechend zu kennzeichnen (z.B. mit einem Copyright-Vermerk) und es zu hinterlegen (z.B. im CreativDepot).

Ideen, die sich erst im Kopf der SchöpferIn befinden oder nur skizziert sind, genießen den Schutz des Urnehbergergesetzes nicht. Dieser gilt erst, wenn eine Idee niedergeschrieben ist und sich hinter dieser eine originelle und individuelle Leistung verbirgt. Der Urnehberschutz bleibt bis 70 Jahre nach dem Tod des Urnehbers oder der Urneherin wirksam und ist vererbbar.

Der Urnehberschutz gilt für Werke aus den Bereichen Sprache, Audiovision, Informationstechnologie, Kunst und Design und ist somit in allen Sparten der Kreativwirtschaft wirksam.

Urnehberschutz gilt für

Werke der Literatur

Sprachwerke aller Art
(z. B. Drehbuch)
Computerprogramme
(z. B. Programmcode)
Bühnenwerke (z. B. Ballett)
Werke wissenschaftlicher Art
(z. B. Landkarten)

Werke der bildenden Künste

Lichtbildkunst (z. B. Modefotografie)
Baukunst (z. B. Architektur)
Angewandte Kunst (z. B. Gebrauchsgrafik)

Sammelwerke

z. B. Kochbuch

Filmwerke

z. B. Werbefilm

Musikwerke

Kompositionen (z. B.
elektronische Musik)

Datenbankwerk

z. B. Online-Wörterbuch

Der automatische Urberschutz kann sich auf unterschiedliche Weise bezahlt machen. Mit einer Lizenzierung und Verwertung aktivieren Sie Ihr Werk für eine Wertschöpfung.

3 Schritte zur aktiven Urberschaft

Zum Prozess des kreativen Schaffens gehört auch die Veröffentlichung zum richtigen Zeitpunkt. Denn ein Drehbuch in der Schreib-
tischlade, ein Veranstaltungskonzept oder eine Fotografie im
Tresor wird Ihnen nicht viel bringen, außer der 100-prozentigen
Sicherheit, dass niemand Ihre Idee nachahmen oder verwenden
kann. Auch das Urheberrecht hilft Ihnen erst, wenn Sie Ihr Werk
tatsächlich veröffentlichen (z.B. Übermittlung an vertrauenswürdige
Personen, Hinterlegung im CreativDepot u.ä.).

Schritt 1: Die klare Kennzeichnung

Wer ein Werk veröffentlicht, sollte klarstellen, von wem es ist. Sie
müssen als UrheberIn nämlich den Nachweis erbringen können,
dass Sie das Werk auch tatsächlich als Erster oder Erste geschaffen
haben und es daher auch wirklich Ihr geistiges Eigentum ist. Man
spricht hier vom *Prioritätsnachweis*.

Versehen Sie daher Ihre Werke und Ideen vor einer Veröffentlichung
auf jeden Fall mit Ihrem Namen sowie mit einem oder mehreren
**Kennzeichen oder Vermerken, die als Warn- oder Signalhinweis
dienen:**

- © eigener Name oder Initialen
- © Jahreszahl
- © Copyrightzeichen oder
- © Creative Commons Icon
- © „urheberrechtlich geschützt“

■ In der Praxis

Die PR-Beraterin V.M. präsentiert ein von ihr entwickeltes Vermarktungskonzept. Die schriftliche Ausführung des Konzeptes trägt neben dem Copyrightzeichen inkl. Signatur und Jahreszahl „©VM2009“ in der Fußzeile den Schriftzug „urheberrechtlich geschützt“.

Dieses Dokument ist urheberrechtlich geschützt

©VM2009

Verwenden Sie für Ihre Werke eine derartige Kennzeichnung, weist Sie diese für alle klar erkenntlich als UrheberIn Ihres Werkes aus. Ihr daraus resultierender Besitzanspruch bedingt, dass Ihr Werk ohne Ihre Zustimmung und entsprechende Vergütung weder bearbeitet, vervielfältigt noch verbreitet werden darf.

Gleichzeitig bietet Ihnen etwa das **CreativDepot** der arge creativ wirtschaft austria die Möglichkeit, Ihr Werk oder das Rohkonzept einer Idee online zu hinterlegen und es mit einem **digitalen Zeitstempel** zu versehen. Auch das kann Ihnen helfen, einen Prioritätsnachweis für die Urheberschaft zu erbringen. Einen ähnlichen Online-Dienst finden Sie auch bei **Registered Commons**.



www.creativdepot.at

CreativDepot der arge creativ wirtschaft austria

www.registeredcommons.org

Registered Commons: Online-Werkzeuge zum Veröffentlichen und Registrieren

■ In der Praxis

Ein Filmschaffender verfasst ein Drehbuch für einen Werbespot. Dieses hinterlegt er als pdf-Dokument im **CreativDepot**, wo es mit einem digitalen Zeitstempel versehen wird. Eine Bestätigung dieser Hinterlegung kann dem Filmschaffenden im Falle einer Rechtsstreitigkeit helfen, glaubhaft zu machen, dass er der Urheber des Drehbuchs ist. ■



CREATIVDEPOT.AT

Respekt für kreative Leistung!

Mit ein paar Mausklicks gewinnen Sie

- 🔒 **Bewusstsein** für den Wert kreativer Leistungen
- 🔒 **Sicherheit** im Umgang damit
- 🔒 **Anerkennung** bei Kunden und Partnern



CreativDepot

Sicher ist sicher: Geistiges Eigentum ist das **Kapital der Kreativen**. Daher gilt es gerade in Zeiten des „Copy&Paste“, sich des Wertes kreativer Leistungen bewusst zu sein und die eigene Urheberschaft und die Nutzungsbedingungen klar und eindeutig zu kommunizieren.

Hinterlegen Sie von Ihnen verfasste Texte, Bilder, Logos, Soundfiles und andere Werke auf www.creativdepot.at und erhalten Sie kostenlos einen **digitalen Zeitstempel**. Dieser kann Ihnen helfen, Ihre **Urheberschaft** am entsprechenden Werk nachzuweisen. Das CreativDepot bietet neben dieser Schutzfunktion aber auch die Möglichkeit, vorgefertigte Lizenzen auszuwählen oder hochgeladene Inhalte sichtbar zu machen.

Hotline für Kreative

E hotline@creativwirtschaft.at | T +43 (0)5 90 900-4000



CREATIVWIRTSCHAFT.AT



WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

part of



evolve

Schritt 2: Die Lizenzierung

Die Nutzung Ihrer Werke steht anderen Personen nur unter bestimmten Bedingungen zu. Hierfür vereinbaren Sie Lizenzen, in welchen die jeweiligen Nutzungsbedingungen eindeutig festgehalten werden. Eine Lizenzierung ist vor allem in den Bereichen Fotografie, Musik, Film, Design, IT und Multimedia üblich. Für ein Foto, ein Musikstück oder ein Computerprogramm können Sie eine (exklusive) oder mehrere (nicht exklusive) Lizenzen erteilen. Sie räumen hierfür Interessierten sogenannte Verwertungsrechte an Ihrem Produkt ein und können sich diese entsprechend vergüten lassen. Dabei können (nicht exklusive) **Werknutzungsbewilligungen** oder aber (exklusive) **Werknutzungsrechte** zum Einsatz kommen, die wiederum zeitlich wie örtlich begrenzt sind.

Werknutzungsbewilligung

nicht exklusiv

zeitlich und / oder örtlich begrenzt

Werknutzungsrecht

exklusiv

Verwertungsarten

Bearbeitung und Übersetzung
Vervielfältigung
Verbreitung
Vermieten und Verleihen
Sendung
öffentliche Wiedergabe
Online-Nutzung (das sogenannte
„Zurverfügungstellungsrecht“)

■ In der Praxis

Eine Unternehmensberaterin verkauft das zeitlich, sachlich und örtlich uneingeschränkte Werknutzungsrecht an einem von ihr verfassten Buch über Kreativtrainingsmethoden exklusiv an einen Verlag. Dieser Verlag darf nun uneingeschränkt darüber verfügen,

muss die Unternehmensberaterin allerdings auch weiterhin als Urheberin des Buches nennen, sofern sie dies wünscht. Sie selbst darf es nun allerdings nicht mehr verlegen oder einem anderen Verlag verkaufen.

Räumt die Unternehmensberaterin aber mehreren ihrer KundInnen eine bloße Werknutzungsbewilligung ein, dann definiert sie hier im Vorfeld, wie das Buch über ihre Trainingsmethoden benutzt werden darf. Sie kann ihren KundInnen das Recht einräumen, das Buch zu vervielfältigen, ihnen aber gleichzeitig verbieten, eine Bearbeitung (z.B. eine Übersetzung) durchzuführen. Denn durch die Verwendung von Werknutzungsbewilligungen behält sie die Verwertungsrechte an ihrem Produkt und kann es weiterhin grundsätzlich uneingeschränkt nutzen. ■

UrheberInnen von Filmwerken und Computerprogrammen haben generell kein uneingeschränktes Verwertungsrecht!

Der Urheber eines **Filmwerkes** (Regisseur, Kameramann, Kostümdesigner, u.ä.) bleibt immer der Urheber seiner jeweiligen Beiträge zum Film, doch steht das Verwertungsrecht automatisch dem **gewerblichen** Filmhersteller zu.

Von dieser Regelung nicht betroffen sind allerdings die Rechte an so genannten vorbestehenden Werken, wie etwa der Filmmusik, dem Drehbuch oder der Romanvorlage.

Die Urheberin eines **Computerprogramms** räumt ihrem Dienstgeber automatisch kraft Gesetzes ein exklusives Werknutzungsrecht ein, so das Computerprogramm in Erfüllung einer dienstlichen Pflicht geschaffen wurde und zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmerin keine gegenteilige Vereinbarung besteht.

Tipp

 **Creative Commons** ist ein praktisches Baukastensystem für Werknutzungsbewilligungen. Hinter einfachen Lizenzsymbolen steht ein juristischer Lizenztext, der in viele Sprachen übersetzt ist.

Wer ein Werk im CreativDepot einstellt, kann ebenfalls alle verfügbaren Creative Commons Lizenzen auswählen.

 **BY:** Nennung des Namens des/der UrheberIn ist erforderlich

 **NC** (= Non Commercial): nicht kommerzielle Nutzung erlaubt

 **SA** (= Share Alike): Weitergabe unter gleichen Bedingungen erlaubt

 **ND** (= No Derivatives): Bearbeitung nicht gestattet

Die Lizenz lässt sich per Internet auswählen und die Webseite, das Musikstück oder die Komposition wird mit einer entsprechenden Markierung versehen.



www.creativecommons.at / www.creativdepot.at

Schritt 3: Die Verwertung

Wenn Sie in der Musik, Literatur, Fotografie, bildenden und angewandten Kunst, im Film & Fernsehen oder Verlagswesen tätig sind, können Sie – müssen Sie jedoch nicht – Verwertungsgesellschaften

mit der Wahrnehmung Ihrer Rechte betrauen. Diese führen die Lizenzierungen dann in Ihrem Namen durch und sind AnsprechpartnerIn für die Nutzung Ihrer Werke.

■ In der Praxis

Eine Veranstalterin muss bei der Durchführung von Events musikalische Urheberrechte beachten, die aufgrund der Auftritte unterschiedlicher KünstlerInnen entstehen. Der Veranstalterverband übernimmt hier die Verhandlungen mit den einzelnen Verwertungsgesellschaften, wie etwa der AKM, welche unter anderem das Verwertungsrecht für die öffentliche Wiedergabe der Werke von KomponistInnen vertritt und für diese exklusiv die Tantiemen einholt. ■



Musik

www.akm.co.at

AKM - Staatlich genehmigte Gesellschaft der Autoren, Komponisten und Musikverleger

www.lsg.at

LSG – Wahrnehmung von Leistungsschutzrechten GesmbH

www.ifpi.at

Verband der Österreichischen Musikwirtschaft

www.universaledition.com

Musikverlag Universaledition

www.austromechana.at

Austro-Mechana - Gesellschaft zur Wahrnehmung mechanisch-musikalischer Urheberrechte

www.oestig.at

Österreichische Interpretengesellschaft

www.musikergilde.at

Interessenvertretung für freiberuflich Musikschaffende in Österreich

Literatur

www.literar.at

Literar-Mechana - Wahrnehmungsgesellschaft für Urheberrecht und LVG – staatliche genossenschaftliche literarische Verwertungsgesellschaft

Film & Fernsehen

www.vam.cc

VAM - Verwertungsgesellschaft für Audiovisuelle Medien

www.vdfs.at

VDSF – Verwertungsgesellschaft Dachverband der Filmschaffenden Österreichs

www.vg-rundfunk.at

Verwertungsgesellschaft Rundfunk

Diverse

www.vbk.at

VBK - Verwertungsgesellschaft bildender Künstler

www.rsv-fotografen.at

Rechtsschutzverband der Fotografen

www.veranstalterverband.at

Veranstalterverband Österreich

Allerdings: Werden Sie Mitglied einer Verwertungsgesellschaft, treten Sie damit die Wahrnehmung Ihrer Verwertungsrechte an allen bisherigen und zukünftigen Werken an die Verwertungsgesellschaft ab. Sie dürfen nicht mehr selbstständig weitere Lizenzen vergeben.

■ In der Praxis

Ein Komponist hat die AKM mit der Verwertung seiner Kompositionen betraut. Er kann einzelne Musikstücke nun nicht mehr selbstständig etwa unter Creative Commons lizenzieren. Die Wahrnehmung der einzelnen Verwertungsrechte liegt einzig und allein bei der von ihm beauftragten Verwertungsgesellschaft, mit der er einen Wahrnehmungsvertrag abgeschlossen hat. ■

Die Auftragsarbeit: Was Mein ist auch Dein, oder etwa nicht?

Als KreativunternehmerIn haben Sie häufig Auftragsarbeiten zu erledigen, bei denen Verwertungsrechte eine entscheidende

Rolle spielen. Doch in der Praxis sind die Verwertungsrechte oft aufgrund mangelnder schriftlicher Vereinbarungen vor Auftragerteilung nicht geregelt und AuftraggeberInnen dem Irrglauben verfallen, dass mit dem Erwerb eines Werkes automatisch auch alle Rechte an dessen Nutzung übertragen werden. Dem ist allerdings nicht so.

Der Kauf eines Werkes bedingt nicht die Übernahme aller Rechte, die an diesem Werk bestehen!

■ In der Praxis

Ein Fotograf bietet eine von ihm erstellte Fotografie zum Kauf an. Dies bedeutet nicht zwingend, dass KäuferInnen dadurch das Recht erlangen, die Fotografie zu bearbeiten. ■

Die Verwendung Allgemeiner Geschäfts- oder Auftragsbedingungen (AGBs und AABs) bietet Ihnen die Möglichkeit, bereits im Vorfeld einer Auftragsannahme vertraglich klar zu regeln, welche Verwertungsrechte an einem Auftragswerk bestehen und welche Nutzungsarten sich daraus für AuftraggeberInnen ergeben.

■ In der Praxis

Ein Grafiker weist in seinen Allgemeinen Auftragsbedingungen ausdrücklich darauf hin, dass die AuftraggeberInnen eine Änderung, Bearbeitung oder Nachahmung des von ihm geschaffenen Werkes (z.B. ein Firmenlogo) nur nach seiner schriftlichen Bewilligung und gegen ein Honorar durchführen dürfen. ■

Tipp



Achten Sie bei der Vereinbarung Allgemeiner Geschäftsbedingungen darauf, dass Sie Ihre AuftraggeberInnen mittels Werknutzungsbedingungen nicht zu sehr einschränken. Es kann Ihnen nämlich passieren, dass Sie sich damit uninteressant für eine dauerhafte Zusammenarbeit machen.

Bei AGBs und AABs handelt es sich um kreative Leistungen, die geschützt sind. Dies bedeutet, dass AGBs und AABs nicht 1:1 abgekupfert werden dürfen, so sie nicht explizit für die Öffentlichkeit zur Verwendung stehen.

In bestimmten Branchen stellen die Fachorganisationen der Wirtschaftskammer Österreich ihren Mitgliedern allerdings Vorlagen für Allgemeine Geschäftsbedingungen online zur Verfügung. Vorlagen für Allgemeine Auftragsbestimmungen finden sich frei zugänglich auf der Website von design austria. Diese lassen sich vor allem im Bereich Grafik und Design gut einsetzen.



www.wko.at/agb

Vorlagen branchenspezifischer Allgemeiner Geschäftsbedingungen (WKO)

www.designaustria.at/publikationen/agb

Vorlagen Allgemeiner Auftragsbedingungen (design austria)

■ In der Praxis

Eine Eventberaterin präsentiert einem potenziellen Auftraggeber ein Veranstaltungskonzept. Sie vereinbart im Vorfeld, dass der Auftraggeber für den Fall, dass er an dem Konzept nicht interessiert ist, zukünftig weder Elemente daraus noch das gesamte Konzept verwenden darf und alle Informationen aus der Präsentation vertraulich zu behandeln sind. ■

Tipp

! Allgemeine Geschäfts- und Auftragsbedingungen müssen von den AuftraggeberInnen immer vor Vertragsabschluss akzeptiert werden, um Gültigkeit zu erlangen.

● Zudem ist es bei Vertragsabschlüssen empfehlenswert, schriftlichen Verträgen den Vorzug vor mündlichen zu geben und RechtsexpertInnen beratend beizuziehen.

Weiters empfiehlt es sich gerade bei unverbindlichen Werk- oder Rohkonzeptpräsentationen sogenannte **Geheimhaltungs- oder Vertraulichkeitsvereinbarungen** abzuschließen. Diese regeln detailliert, wie mit Werken und Konzepten nach einer Präsentation umzugehen ist und bieten sich daher für alle Branchen an, in welchen Konzeptpräsentationen vor der Auftragserteilung üblich sind.

Kennzeichnungen und gut ausformulierte Verwertungsverträge sind das A&O im Schutz gegen ungewollte Ideendiebstähle und Nachahmungen. Zeigen Sie sich hier auch im Umgang mit großen Unternehmen selbstbewusst und sind Sie sich stets Ihrer Rechte als UrheberIn bewusst.

Was tun, wenn Ideen kopiert werden?

Sie werden als KreativunternehmerIn die Erfahrung machen, dass Sie trotz Kennzeichnung, Lizenzierung und ähnlicher vertraglicher Schutzmaßnahmen nicht immer verhindern können, dass Ihr Urheberrecht verletzt wird.

Nicht immer muss einer solchen Verletzung sofort gerichtlich nachgegangen und auf *Unterlassung*, *Vernichtung der zu Unrecht hergestellten Imitate*, *Urteilsveröffentlichung*, *angemessenes Entgelt* und gegebenenfalls *Schadenersatz* geklagt werden.

Denn sind es nicht gerade die guten Ideen, die kopiert werden? So dürfen Sie bei Nachahmungen Ihrer Produkte durchaus daraus schließen, dass Ihre Arbeit geschätzt wird. Darauf aufbauend können Sie selbstbewusst Forderungen stellen.

■ In der Praxis

Sie haben bei einer Fachtagung einen Vortrag gehalten und finden Ausschnitte aus den dazu verwendeten Unterlagen auf der Website eines anderen Unternehmens wieder. Es handelt sich dabei um eine urheberrechtliche Verletzung. Anstatt dagegen gerichtlich vorzugehen, versuchen Sie die Schieflage zu Ihrem Vorteil zu nutzen:

Sie kontaktieren das Unternehmen und teilen mit, dass Sie sich freuen, welches Interesse Ihr Vortrag hervorgerufen haben muss, dass er es in Auszügen sogar auf die Unternehmenswebsite gebracht hat. Mit dem Hinweis auf die Lizenzverletzung bieten Sie dem Unternehmen eine Zusammenarbeit an. Durchaus möglich, dass sich das Blatt so zu Ihren Gunsten wendet. ■

Diese Strategie verhilft Ihnen möglicherweise zu einem Auftrag. Auf jeden Fall machen Sie PR für sich und Ihre Dienstleistungen. Gerichtlich klagen können Sie immer noch, falls Sie auf taube Ohren stoßen.

Achtung: fremdes Werk!

Urheberrechtsprozesse sind teuer. Achten Sie bei der Verwendung fremder Werke daher stets darauf, dass alle Verwertungsrechte geklärt sind. Denn anfallende Gerichtskosten werden von Rechtsschutzversicherungen häufig nicht beglichen. Es empfiehlt sich, im Vorfeld der Verwendung fremder Werke eine sorgfältige Klärung der Rechte durch direkte Kontaktaufnahme mit dem Urheber, der Urheberin oder den zuständigen Verwertungsgesellschaften. In Einzelfällen gibt es eine freie Werknutzung, wie etwa die Katalogfreiheit, durch welche die Verwendung von Fotos für einen Ausstellungskatalog keiner Nutzungsbewilligung durch den Urheber oder die Urheberin bedarf.

■ In der Praxis

Ein Grafiker erwirbt eine Fotografie und will diese in weiterer Folge als Postkartenmotiv verwenden. Er muss sich dafür vom Urheber oder der Urheberin die notwendige Werknutzungsbewilligung einräumen lassen. ■

Tipp

! Sie sind nach dem Urheberrecht immer selbst dafür verantwortlich, sich darüber zu informieren, wer die Rechte an den Werken besitzt, die Sie benutzen wollen. Dies gilt auch beim Ankauf eines fremden Werkes über Dritte. Nehmen Sie hier stets Kontakt mit dem Urheber, der Urheberin oder der entsprechenden Verwertungsgesellschaft auf!

Filmschaffende aufgepasst – hier kommt das Synchronisationsrecht!

Wollen Sie einen Film mit Musik unterlegen, so müssen Sie im Vorfeld nicht nur die betreffenden Verwertungsrechte einholen, sondern sich die Verwendung des Musikstückes zur musikalischen Begleitung des Films auch durch den Urheber oder die Urheberin genehmigen lassen, am besten schriftlich und ausdrücklich.

Dies kann teuer werden und ist mit ein Grund, warum gerade in Filmen oftmals eigens dafür komponierte Werke zum Einsatz kommen. Alternativ können Sie mittlerweile aus einem großen Repertoire an Creative Commons lizenzierter Musik wählen.



www.faf0.at

Fachverband der Audiovisions- und Filmindustrie: Information zu Urheberrecht und Musterverträgen

www.iRights.info

Informationsportal zum Urheberrecht in der digitalen Welt

www.vap.cc

Verein für Anti-Piraterie in der Film- und Videobranche



*Hier fühlen sich Ideen sicher/***CreativDepot**

Ohne Sicherheit ist keine Freiheit.

Wilhelm von Humboldt

betrifft vor allem:

Film, Fotografie & Musik
Buch & Presse
Unternehmensberatung, Werbung & PR
Grafik, Design & Handwerk
IT & Multimedia

In der Welt des Internets werden Bilder und Texte veröffentlicht und oftmals auch einfach verwendet, was gefunden wird. Viele NutzerInnen gehen sorglos mit Rechten um, oftmals ohne sich einer Rechtsverletzung bewusst zu sein. Die Kultur des „Copy & Paste“ benötigt ein besseres Bewusstsein und die Sichtbarmachung von Urheberschaft, um letztlich den Kreativen Respekt zu zollen und um davor zu warnen, dass insbesondere kommerzielle Nutzungen im Detail vorab abzuklären sind.

● Factbox

Das CreativDepot der arge creativ wirtschaft austria ist ein web-basierendes Instrument, welches Werke mit einem digitalen Zeitstempel versieht. Im Falle von Rechtsstreitigkeiten kann damit der wichtige Prioritätsnachweis der Urheberschaft erleichtert werden. Soweit hinterlegte Dateien öffentlich zugänglich gemacht werden, wird für potenzielle NutzerInnen des Werkes aufgrund der Creative Commons Icons auf einen Blick erkennbar, ob und in welchem Ausmaß Dritten Rechte eingeräumt werden.

Beachten Sie aber, dass das CreativDepot keine neuen Rechte begründet. Um Schutz durch ein Patent oder Gebrauchsmuster zu erlangen, müssen technische Innovationen das Anmeldeverfahren beim Patentamt durchlaufen. Hier ist eine Veröffentlichung im Vorfeld generell zu vermeiden, da diese eine Neuheitsschädigende Wirkung hat und so etwa die Erteilung eines Patents unmöglich macht.

Wie leicht lässt sich Text kopieren, ein Bild downloaden oder Material aus Datenbanken nutzen, ohne dass dessen Besitzer oder Besitzerin sofort Wind davon bekommt. Und was tun, wenn man dahinter kommt, dass jemand kopiert hat und man den Werken des eigenen kreativen Schaffens auf anderen Websites oder gar in der analogen Welt wieder begegnet?

Dann ist guter Rat oft teuer und der Nachweis der Urheberschaft manchmal recht schwierig. Das CreativDepot der arge kreativ wirtschaft austria schafft hier Abhilfe, ist es doch ein webbasierendes Instrument, welches eine **einfache und unkomplizierte** Hinterlegung kreativer Werke ermöglicht. Alle hochgeladenen Files werden mit einem digitalen Zeitstempel versehen. Somit kann dokumentiert werden, dass ein bestimmtes Werk (Texte, Grafikentwürfe, Pläne, Musik und jede andere Art von kreativer Leistung) zu einem gewissen Zeitpunkt auf das CreativDepot geladen wurde. Das CreativDepot hilft Kreativen auf diese Weise, mehr Respekt für ihre Leistungen zu erlangen.

Und das funktioniert so: Man wählt das CreativDepot im Internet an und registriert sich als BenutzerIn. Danach kann man die Datei hochladen, die das Werk erfasst oder ein solches darstellt (pdf-Dokument, Bild, Musikdatei). Diese wird daraufhin mit einem digitalen Zeitstempel versehen. Verschiedene Standardlizenzen stehen zur Auswahl, man kann aber auch auswählen, dass man keine Nutzungsbewilligung ohne einen weiteren Vertrag erteilt. Im Anschluss kann das eigene Werk wahlweise sichtbar, und damit

öffentlich zugänglich gemacht, oder aber nicht sichtbar hinterlegt werden.

■ In der Praxis

Sie haben ein Stoffmuster kreiert, das für Polstermöbel verwendet werden kann, wollen dieses aus Kostengründen aber nicht bei einem Registrierungsamt, z.B. beim Österreichischen Patentamt oder beim Harmonisierungsamt im spanischen Alicante eintragen lassen. Sie können aber auch aufgrund des nicht eingetragenen *Gemeinschaftsgeschmacksmusterrechtes* einen Schutz genießen, der jedoch erst ab dem Zeitpunkt der Veröffentlichung zu wirken beginnt. Durch Hochladen des Musters im CreativDepot sowie durch ein allgemeines Sichtbarmachen können Sie diese Schutzvoraussetzung glaubhaft machen. Der Zeitstempel kann Ihnen beim Prioritätszeitpunkt gute Dienste erweisen!

Sterne symbolisieren im CreativDepot Trust-Levels, welche den BenutzerInnen zeigen, wie viel Information zu ihrer Identität erfasst ist. Die Überprüfung der E-Mail-Adresse ist die einfachste Stufe der Identitätsüberprüfung. ■

Tipp



Es empfiehlt sich, insbesondere bei der Hinterlegung höherwertiger Werke im CreativDepot ein höheres Trust-Level anzuwenden. Dies kann durch eine Registrierung bei einem Web-of-Trust erreicht werden. Hierzu können Sie etwa kostenfrei bei www.cacert.org beitreten. Dann müssen zumindest zwei so genannte Assurer (=BeglaubigerInnen) Ihre Identität persönlich nachweisen, und zwar durch Vorlage eines Ausweises.

■ In der Praxis

Sie wollen einen von Ihnen kreierten, originellen Musikjingle öffentlich anbieten, wollen aber keine kommerzielle Nutzung ohne weitere Erlaubnis. Sie registrieren sich vorerst per Angabe Ihrer E-Mail-Adresse im CreativDepot und laden die Datei hoch. Zudem entscheiden Sie sich dafür, die Komposition sichtbar zu machen, sodass sie potenzielle InteressentInnen anhören können und wählen daher eine Creative Commons Lizenz mit der Option „non commercial“.

Nach einiger Zeit merken Sie, dass der Jingle gut ankommt. Um im Falle einer Rechtsstreitigkeit gut vorbereitet zu sein, erhöhen Sie Ihr Trustlevel auf 5 Vertrauenspunkte und erreichen damit die höchste Stufe des Identitätsnachweises. Sollte es zu einer Rechtsstreitigkeit kommen, kann Ihnen dies helfen einen Prioritätszeitpunkt nachzuweisen. Wer an einer kommerziellen Nutzung Interesse hat, dem könnten Sie eine weitere Werknutzungsbewilligung gegen Entgelt anbieten. ■

Priorität vs. Neuheit

Das CreativDepot kann Ihnen helfen einen Prioritätsnachweis für Ihre kreativen Leistungen zu erbringen. Eine Entscheidung darüber, ob diese auch tatsächlich dem Urheberrechtsanspruch entsprechen, bietet das CreativDepot nicht!

Wenn Sie im CreativDepot Dateien speichern, die technische, möglicherweise patentrechtlich schützbares Erfindungen enthalten, dann bedenken Sie stets, dass Ihnen eine Veröffentlichung das Patent kostet. Denn ein Patent setzt absolute Neuheit voraus. Eine vorab Veröffentlichung steht dieser entgegen.





Das CreativDepot ist ein etabliertes Service für Kreativschaffende, das hilft, die eigene Urheberschaft und die Nutzungsbedingungen klar und eindeutig zu kommunizieren. Es wird den Bedürfnissen seiner KundInnen entsprechend laufend weiterentwickelt, ausgebaut und verbessert. Informieren Sie sich auf www.creativdepot.at über Möglichkeiten und Bedingungen der Nutzung des CreativDepots.



*Marken machen richtig stark/***Markenschutz**

Marken sind die Sirenen im Meer der Kauflust.

Florian Langenscheidt

betrifft vor allem:

Film, Fotografie & Musik
Unternehmensberatung, Werbung & PR
Grafik, Design & Handwerk
IT & Multimedia

Marken machen Ihre Produkte sichtbar. Sie sind Unternehmenskennzeichen mit Signalwirkung und verleihen Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung ein eigenes Image. Eine Marke schafft Klarheit und vermittelt Werte wie Sicherheit und Vertrauen.

Marken sind Teil Ihres unternehmerischen Auftritts und müssen behutsam entwickelt und geschützt werden.

● Factbox

Marken sind unverzichtbare Kennzeichen, wenn Sie sich mit Ihren Produkten und Dienstleistungen von MitbewerberInnen abheben wollen. Dabei darf die von Ihnen verwendete Marke aber keine beschreibende Funktion Ihrer Unternehmenstätigkeit darstellen (z.B. „Schneiderei“ für eine Modemanufaktur) und muss international gültigen Produkt- und Dienstleistungsklassen (z.B. Klasse 24/Bekleidungsstücke) zuordenbar, nicht täuschend (das wäre z.B. „Woll“ befinden für Pullover aus Kunstfasern) und vor allem unterscheidungskräftig sein (bei Wortmarken sind das z.B. frei erfundene, keiner Sprache angehörende Fantasiewörter oder gebräuchliche Worte, die aber mit den Waren oder Dienstleistungen, für die sie bestimmt sind, in keinem Zusammenhang stehen, z.B. Diesel für Jeans).

Für die Anmeldung einer österreichischen Marke ist das Österreichische Patentamt zuständig. Soll Ihre Marke auch in den Ländern der Europäischen Union Gültigkeit haben, können Sie durch eine **Gemeinschaftsmarke** EU-weit Schutz erlangen. Sie melden diese beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) im spanischen Alicante an.

Registrierungen **internationaler Marken** können bei der World Intellectual Property Organization (WIPO) in Genf durchgeführt werden. Dadurch kann grundsätzlich in jenen Ländern der Welt Schutz erlangt werden, die am System der internationalen Registrierung von Marken teilnehmen, vorausgesetzt, Sie haben bereits eine nationale Marke. Ein weltweiter Markenschutz existiert nicht!

Es ist empfehlenswert, dass Sie Ihre Marke in möglichst allen Ländern schützen, in denen Sie geschäftlich aktiv sind. Die Schutzdauer der Marke beträgt dabei 10 Jahre und kann beliebig oft verlängert werden. Damit kann eine Marke unsterblich sein!

Bevor Sie daran gehen, Produkte oder Dienstleistungen als Marke schützen zu lassen, sollten Sie sich ganz genau überlegen, wofür Sie die Marke überhaupt benötigen. Wollen Sie über die Marke ein bestimmtes Produkt- oder Firmenimage etablieren? Wollen Sie mit der Marke am nationalen Markt bleiben oder international reüssieren? Und wie wollen Sie sich durch die Marke von Ihren MitbewerberInnen unterscheiden?

Sie sollten sich die Frage stellen, was Ihr Produkt wert ist und wo dessen Platz am Markt ist. Sie werden hierfür auch eine eingehende Marktanalyse machen und sich genau mit den Marken Ihrer unmittelbaren MitbewerberInnen auseinandersetzen müssen. Haben Sie diese Vorarbeit sorgfältig erledigt, werden Sie wissen, ob Sie, Ihr Unternehmen, Produkt oder Ihre Dienstleistung reif für die Marke sind.

Auf die Marke, fertig, los!

Wenn Sie nun Ihren Firmennamen, ein Logo, in seltenen Fällen auch eine Form und in noch selteneren Fällen eine Farbe zur Marke machen wollen, dann bedarf es hierfür einiger Voraussetzungen.

Eine Marke darf **keine reine Beschreibung** eines Produktes oder einer Dienstleistung darstellen.

■ In der Praxis

Die Bezeichnung „Schneiderei“ für eine Modemanufaktur oder eine einfache Blume als Logo für eine Blumenhandlung werden dem Markenanspruch nicht gerecht. Zudem ist die einfache Blume als alltägliches Motiv in den meisten Fällen nicht als Marke schützbar. ■

*Achtung:
Falle im World Wide Web!*

Achten Sie bei der Benennung einer Domain vor allem darauf, dass der gewählte Name Ihre Unternehmenstätigkeit oder zumindest die Branche, in der Sie tätig sind, möglichst trefflich beschreibt (z.B. www.filmerei.at für eine Filmproduktionsfirma), so gilt gerade diese treffliche Beschreibung als Ausschlussgrund für eine Markenregistrierung. Sie sind also gut beraten, hier unterschiedliche Strategien anzuwenden.

Marken müssen sich nach **international gültigen Vorgaben klassifizieren** lassen. Diese Klassifikationen sind in der *Klassifikation von Nizza* festgelegt.

Überlegen Sie im Vorfeld genau, welche Produkte und Dienstleistungen unter einem Markennamen angeboten werden sollen und denken Sie dabei bereits an zukünftige Entwicklungen. Denn diese

stehen in direktem Zusammenhang mit Ihrer Markenmeldung und den hierbei zu berücksichtigenden Produktklassen.

■ In der Praxis

Eine Modedesignerin betreibt eine Designwerkstatt für Mode und ein kleines Geschäftslokal unter Ihrem Labelnamen „Lilea“. Diesen will sie als Marke schützen. Sie will in ihrem Geschäftslokal aber nicht nur Modekollektionen, sondern auch Schmuck und eventuell sogar ausgewählte Designermöbel anbieten. Also meldet sie ihre Marke sowohl in der Klasse 24 (Bekleidungsstücke) als auch den Klassen 14 (Juwelierwaren) und 20 (Möbel) an. ■



www.patentamt.at/Home/Markenschutz/Klassifikation/24235.html
Internationale Klassifikation von Waren und Dienstleistungen

Es ist sinnvoll, im Vorfeld einer Markenmeldung selbstständig eine Markenrecherche durchzuführen. Sie können dabei das Internet durchsuchen, diverse Online-Recherchertools benützen oder das Österreichische Patentamt mit einer Markenrecherche beauftragen. Bei der Markenmeldung erhalten Sie eine Liste ähnlich lautender Marken zur Durchsicht und können Ihre Anmeldung verfeinern.



<http://tess2.uspto.gov/bin/gate.exe?f=tess&state=4005:gbllvk.1.1>
kostenfreie Markenrecherche-Datenbank des US-Amerikanischen Patentamtes

www.wipo.int/ipdl/en/search/madrid/search-struct.jsp
kostenfreie Markenrecherche-Datenbank der WIPO

www.patentamt.at/Home/servip/32960.html
kostenpflichtige Ähnlichkeitsrecherchen durch das Österreichische Patentamt (national, international und Gemeinschaftsmarken)

www.saegis.com
kostenpflichtiges Recherchetool für Bild-, Wort- und Wortbildmarke

www.markenplatz.de
Marken zum Verkauf und viel Wissenswertes zum Thema Marke

Zur Markenmeldungen ist für einen Schutz in Österreich das **Österreichische Patentamt** zuständig. Sie bekommen dort alle notwendigen Unterlagen zur Markenmeldung, können sich das Anmeldeformular aber auch im Internet ausdrucken und an das Patentamt faxen oder diesem per Post zustellen.



www.patentamt.at/Home/Markenschutz/Info/11709.html
Markenschutzinformation des Österreichischen Patentamtes

Die Anmeldekosten sind dabei immer davon abhängig, in wie vielen Klassen Sie Ihre Marke registrieren lassen. Der Markenschutz ist ab dem Anmeldetag 10 Jahre wirksam und kann unbegrenzt um jeweils 10 Jahre verlängert werden.



www.patentamt.at/Home/Markenschutz/Gebuehren/13333.html
Gebühreninformation des Österreichischen Patentamtes

■ In der Praxis

Melden Sie eine Marke in 3 Klassen an, beträgt die Anmeldegebühr ca. EUR 350,-. Nach 10 Jahren Laufzeit müssen Sie eine Erneuerungsgebühr von EUR 500,- zahlen, um den Markenschutz für weitere 10 Jahre aufrecht zu erhalten. Kommen Sie dieser Zahlung nicht nach, erlischt der Schutz Ihrer Marke. ■

Sie können eine Wortmarke (z.B. Firmenname), eine Bildmarke (z.B. Firmenlogo) oder eine Kombination aus beidem (Wort-Bild-Marke) sowie eine (dreidimensionale) Formmarke (z.B. Schokoladenosterhase) schützen lassen.

Tipp

Überlegen Sie sich sehr genau, ob Sie Veränderungen an einer bereits registrierten Marke durchführen (z.B. an der Logofarbe). Diese können nämlich dazu führen, dass Sie den Markenschutz neu beantragen müssen.

Marken müssen aber nicht nur angemeldet, sondern auch benützt werden, sollen Sie nicht der Gefahr eines Lösungsverfahrens ausgesetzt werden. Dies gilt vor allem für Auslandsanmeldungen, bei denen die Anmeldung der Marke zumeist um einiges früher als die tatsächliche Aufnahme der Geschäftstätigkeit durchgeführt wird.

■ In der Praxis

Sie melden Ihre Marke an, verwenden diese aber acht Jahre lang nicht. Wirft nun die Konkurrenz ein Auge auf Ihre Marke und will sie Ihnen abspenstig machen und kann Ihnen nachweisen, dass Sie mit Ihrer Marke keiner Geschäftstätigkeit nachgehen, kann ein Lösungsverfahren gegen Ihre Marke eingeleitet werden. Die Marke kann dann für Sie verloren sein. ■

Marke goes international

Wollen Sie Ihre Marke auch über die Grenzen Österreichs hinaus schützen, so stehen Ihnen hierfür die **Gemeinschaftsmarke** oder die **internationale Registrierung der Marke** zur Verfügung.

Die Gemeinschaftsmarke bietet einen Markenschutz in allen Ländern der EU und kann beim Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) im spanischen Alicante angemeldet werden (auch online).

Die Kosten sind dabei stark variabel und hängen davon ab, für wie viele Produktklassen Sie Ihre Marke registrieren lassen.



<http://oami.europa.eu/de/office/marque/taxes.htm>

Gebühreninformation des Harmonisierungsamtes für den Binnenmarkt (HABM)

Mit der Gemeinschaftsmarke erhält Ihre **Marke** allerdings nur Schutz in den Ländern der Europäischen Union. Für den Schutz von Marken in anderen europäischen Ländern, die nicht der Europäischen Union angehören, oder Staaten, die außerhalb Europas liegen, müssen Sie jeweils separate Markenmeldungen durchführen. Oder eben eine internationale Registrierung.

Für die internationale Registrierung von Marken ist die World Intellectual Property Organization (WIPO) in Genf zuständig. Sie können Ihre Marke in bis zu 80 Ländern der Welt schützen lassen, nämlich jenen Ländern, die am System der internationalen Registrierung von Marken teilnehmen. Internationaler Schutz ist also nicht mit weltweitem Schutz zu verwechseln. Diesen gibt es leider nicht!

Der Antrag auf internationale Registrierung ist beim Österreichischen Patentamt einzureichen. Dieser setzt voraus, dass Sie in Österreich eine Marke angemeldet haben.

Die Kosten einer internationalen Anmeldung hängen davon ab, in wie vielen Ländern und Klassen eine Marke angemeldet werden soll.



<http://www.wipo.int/madrid/en/fees/calculator.jsp>

Gebührenrechner der World Intellectual Property Organization (WIPO)

Sie sollten beim Antrag auf internationale Markenregistrierung darauf achten, dass diese nicht später als **6 Monate** nach der Anmeldung Ihrer Marke in Österreich durchgeführt wird. Denn nur

dann gilt der Anmeldetag in Österreich (Prioritätstag) auch für die Markenmeldungen im Ausland. Jene Marke mit dem am weitesten zurückliegenden Anmeldetag hat den Vorzug und bekommt damit Markenschutz.

Diese 6-Monatsfrist gilt auch für die Gemeinschaftsmarkenanmeldung (in der EU). Allerdings ist es hier nicht zwingend, vorher eine Marke in Österreich anzumelden.

Hoppla, das ist doch meine Marke!

Wird Ihre Marke nachgeahmt oder in anderer Weise missbräuchlich verwendet, kann dies einen negativen Einfluss auf Ihre Geschäftstätigkeit haben. Daher kann es sich bei Markenverletzungen bezahlt machen, gerichtlich vorzugehen. Bei Markenverletzungen, die in einem direkten Zusammenhang mit Umsatzeinbußen stehen, haben Sie auch Anspruch auf Schadenersatzforderungen.

Hierzu ist erwähnenswert, dass auch Namen, die nicht als Marke registriert sind, geschützt sein können. So können etwa Ihr Vor- und Nachname (bürgerlicher Name), Ihr Firmenname, ebenso wie etwaige Künstler- oder Etablissementnamen, also Fantasienamen, die Sie für die Bezeichnung Ihrer Geschäftstätigkeit verwenden, durch das **Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb** (UWG) geschützt sein. Dieses schützt Sie davor, dass jemand Ihre Firmenbezeichnung oder Ihren Namen in einer Weise verwendet, die zu einer Verwechslung führen kann. Details dazu im Kapitel Wettbewerbsrecht (S. 65 ff.)

■ In der Praxis

Ihr Tonstudio trägt den Etablissementnamen „C-Dur“. Einige Monate nach Geschäftseröffnung sperrt neben Ihnen ein Musikgeschäft auf, welches denselben Namen als Geschäftsbezeichnung verwendet. Sie haben die Möglichkeit, dagegen wegen unlauteren Wettbewerbs zu klagen. ■

Tipp

Achten Sie bei der Wahl Ihres Firmennamens also stets darauf, dass dieser nicht in Konkurrenz zu einer bereits im Firmenbuch eingetragenen Firmenbezeichnung steht.

Es ist empfehlenswert, im Vorfeld einer Firmenbenennung eine **Firmenwortlautrecherche** in der österreichischen Firmenbuchdatenbank durchzuführen sowie im Internet und im Branchenverzeichnis zu suchen.



www.bmj.gv.at/firmenbuch/content.php?nav=115

Online-Zugänge zur österreichischen Firmenbuchdatenbank

Wenn Sie eine Marke anmelden, zahlt es sich aus, auf das Fachwissen von RechtsexpertInnen zu vertrauen. Denn, effizienter Markenschutz ist eine komplizierte Sache. Gleichzeitig können Sie aber allgemeine Informationen zu Markenmeldungen selbstständig einholen und im Vorfeld einer Markenmeldung eine Markenrecherche durchführen. Dies verschafft Ihnen den nötigen Überblick über bereits registrierte Marken und einen Einblick in die Materie, der für Sie als MarkeninhaberIn in spe nur von Vorteil sein kann.



www.patentamt.at/Home/Markenschutz/Publikationen/26711.html

Markenanzeiger des Österreichischen Patentamtes

www.mav.at

Österreichischer Verband der Markenartikelindustrie

<http://oami.europa.eu>

Alles zum Thema Gemeinschaftsmarke (HABM)

www.wipo.int

Alles zum Thema Internationale Marke (WIPO)

<http://factoryjoe.com/blog/2006/01/14/the-case-for-community-marks>

Community Mark – die Geschäftsmarke der digitalen Welt



*Guter Geschmack hat seinen Preis/***Musterschutz**

Der Einfall ersetzt nicht die Arbeit.

Max Weber

betrifft vor allem:
Grafik, Design & Handwerk

Ihr Design lässt Produkte als etwas Besonderes erscheinen. Diese Besonderheit in der optischen Erscheinungsform animiert KundInnen zum Kauf. Damit ist Design ein ganz wesentliches Instrument der Absatzförderung und für Unternehmen von wirtschaftlich größter Bedeutung.

Design kann sich in der Form einer Trinkflasche, eines Sessels oder eines anderen Gebrauchsgegenstandes ausdrücken. Es kann aber auch ein Stoffmuster, eine Grafik oder das Layout einer Website und vieles mehr sein, das einem einfachen Gegenstand oder einer Oberfläche eine einzigartige Erscheinungsform verleiht.

● Factbox

Ein Design kann als so genanntes **Geschmacksmuster** geschützt werden. Dabei muss das Design neu sein, sich von Bekanntem klar unterscheiden, also eine Eigenart aufweisen und darf nicht länger als 12 Monate vor seiner Anmeldung der Öffentlichkeit bekannt gemacht worden sein. Für die Erlangung des Muster-schutzes ist eine Registrierung notwendig. Sie können auch mehrere Designs, die ein- und derselben Produktklasse zugeordnet werden können, in Form einer **Sammelanmeldung** schützen lassen. Dies stellt gerade bei mehreren Musterstücken oftmals die kostengünstigere Variante dar.

Musterschutz in Österreich erlangen Sie durch Registrierung des Musters beim Österreichischen Patentamt. Einen in den Ländern der Europäischen Union einheitlichen Musterschutz können Sie durch das sogenannte **Gemeinschaftsgeschmacksmuster** erlangen. Gemeinschaftsgeschmacksmuster können beim Harmonisierungsamt (HABM) in Alicante, Spanien, angemeldet werden. Man spricht hier auch von eingetragenen Geschmacksmustern. Daneben gibt es auch nicht eingetragene Gemeinschaftsgeschmacksmuster, die zwar geringen, aber doch Schutz genießen.

Ein **internationales Geschmacksmuster** können Sie bei der World Intellectual Property Organization (WIPO) in Genf anmelden. Ein Schutz kann für alle Länder erlangt werden, die das *Haager Abkommen über die internationale Hinterlegung gewerblicher Muster und Modelle* unterzeichnet haben und für die man den Musterschutz angemeldet hat. Dies sind allerdings sehr wenige!

Die Schutzdauer für Geschmacksmuster beträgt 5 Jahre und kann bis zu einem Gesamtzeitraum von 25 Jahren um jeweils 5 weitere Jahre verlängert werden. Beim nicht eingetragenen Geschmacksmuster ist die Schutzdauer kürzer. Sie endet nach 3 Jahren.

Geschmacksmuster haben nichts mit schmecken, dafür umso mehr mit gutem Geschmack zu tun.

Lieber Geschmacksmuster als schlechter Nachgeschmack

Der Begriff Geschmacksmuster ist vielleicht etwas verwirrend, assoziiert man mit Geschmack doch eher süß und sauer als die äußere Erscheinungsform von Gebrauchsgegenständen und Gebrauchsgrafiken. Doch beziehen sich Geschmacksmuster gerade eben auf diese, nämlich *zweidimensionale Muster* (z.B. eine Grafik) und *dreidimensionale Modelle* (z.B. die Form einer Flasche).

Sie können ein Geschmacksmuster beim Österreichischen Patentamt schriftlich anmelden und müssen hierfür auch entsprechende Abbildungen des zu schützenden Musters oder Modells (=Design) vorlegen. Sie können ein Modell auch beistellen. Für dieses ist allerdings eine Aufbewahrungsgebühr zu entrichten.

Ihrer Geschmacksmusteranmeldung muss ein Warenverzeichnis beiliegen, in welchem Sie angeben, in welchen **Warenklassen** Ihr Muster geschützt werden soll. Dabei kommt die Warenklassifizierung nach dem *Abkommen von Locarno* zum Einsatz.



www.patentamt.at/Home/Designschutz/Formulare/12831.html
Klassifikation für gewerbliche Muster und Modelle

■ In der Praxis

Sie entwerfen ein Muster für bedruckte Spannteppiche. Dieses kann in weiterer Folge in der Warenklasse der Teppiche als auch für den Einsatz in der Innenausfertigung von Kraftfahrzeugen in der Klasse für Automobilteppiche angemeldet werden. ■

Sie haben weiters die Möglichkeit, mehrere von Ihnen entworfene Designs im Rahmen einer Sammelanmeldung schützen zu lassen. Diese erlaubt die Anmeldung von bis zu 50 Mustern in einer Warenklasse und ist kostensparend.

Tipp

Lassen Sie ein Muster oder Modell schützen, dann muss auch das kleinste Detail genauestens abgebildet sein, damit der Musterschutz wirklich effizient ist. Gerade bei Sammelmusteranmeldungen gilt es, hier alle möglichen Varianten eines Musters oder Modells als Abbildung beizulegen.

■ In der Praxis

Eine Möbeldesignerin entwirft einen Sessel, dessen Eigenart eine stark geschwungene Sitzfläche darstellt. Sie kann nun verschiedene Varianten des Sessels in einem Sammelmuster schützen lassen. Sie kann beispielsweise eine unterschiedliche Anzahl an Sesselbeinen angeben oder für die Sitzoberfläche unterschiedliche Oberflächenstrukturen als Sammelanmeldung einreichen. Dies schützt das Design ihres Sessels aufgrund der Fülle an angemeldeten, möglichen Designvarianten auf höchst effiziente Weise. ■

Die Schutzdauer für Geschmacksmuster beträgt 5 Jahre und kann bis zu einer Gesamtdauer von 25 Jahren um jeweils 5 weitere Jahre verlängert werden. Die dabei entstehenden Anmeldekosten belaufen sich für Einzelmuster auf ca. EUR 90,-. Bei Sammelmustern mit bis zu 10 Mustern müssen Sie mit ca. EUR 350,- rechnen.



www.patentamt.at/Home/Onlinezugriff/GebuehrengesamtOkt2007.pdf
Gebühreninformation des Österreichischen Patentamtes

Für jede Geschmacksmusteranmeldung gilt, dass das Design neu sein muss. Dies bezieht sich auf Merkmale der Linienführung ebenso, wie auf Konturen, Farben oder die Gestalt an sich. Auch neuartige Verwendungen von Werkstoffen und daraus resultierende Oberflächenstrukturen und Verzierungen können als Geschmacksmuster geschützt werden.

Sie müssen ein Design, damit es als neu gilt, spätestens 12 Monate nach der ersten öffentlichen Präsentation als Geschmacksmuster anmelden. Versäumen Sie diese Frist, verlieren Sie jeglichen Schutzanspruch.

Neben der Neuheit bedarf ein zu schützendes Design einer so genannten Eigenart. Dies bedeutet, dass es sich in seinem Gesamteindruck von bisher Dagewesenem abheben und unterscheiden muss.

■ In der Praxis

Ein Interiordesigner entwirft das Design für eine Stofftapete. Dieses besteht aus vertikal verlaufenden, roten und grünen Linien vor einem weißen Hintergrund. Er wird das Muster nur schwerlich schützen lassen können, da es weder dem Anspruch auf Neuheit noch jenem auf Eigenart gerecht wird.

Verwendet er für die Linien der Stofftapete fluoreszierende Kunststoffäden, welche er in einer völlig neuartigen Weise mit der Tapete verwebt, entsteht ein in seinem Gesamteindruck völlig neues Design, welches auch dem Anspruch auf Eigenart gerecht wird. Er kann dieses Design schützen lassen und für den Fall, dass er überregional tätig ist, auch eine europaweite oder internationale Anmeldung in Erwägung ziehen. ■

Ein Geschmack geht um die Welt

Ein Geschmacksmuster kann in den Ländern der Europäischen Union als sogenanntes **Gemeinschaftsgeschmacksmuster** geschützt werden. Hierfür ist das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt im spanischen Alicante zuständig. Für die Anmeldung Ihres Geschmacksmusters im EU-Raum gelten dieselben Voraussetzungen wie für die nationale Geschmacksmusteranmeldung.

Sollten Sie schon eine Musteranmeldung in Österreich vorgenommen haben, und sich dazu entschließen, auch einen EU-weiten Schutz erlangen zu wollen, dann können Sie das Prioritätsrecht der österreichischen Anmeldung in Anspruch nehmen, wenn Sie die Gemeinschaftsgeschmacksmusteranmeldung innerhalb von 6 Monaten nach ihrer Anmeldung in Österreich vornehmen.



<http://oami.europa.eu/de/design>

Alles zum Thema Gemeinschaftsgeschmacksmuster (HABM)

Tipp

Die Online-Anmeldung eines Gemeinschaftsgeschmacksmusters ist sehr benutzerfreundlich und das betreffende Muster muss bloß hochgeladen werden.

Einfachheit in der Benutzung bedeutet jedoch nicht, dass Sie damit auch effizienten Schutz bekommen. Denken Sie daran, dass Sie eventuell mehrere Variationen Ihres Musters schützen lassen sollten und überlegen Sie genau, ob das Bild, welches Sie von Ihrem Muster hochladen, auch tatsächlich alle entscheidenden Details bzw. Merkmale erkennen lässt. Vielleicht sind auch mehrere Bilder aus verschiedenen Ansichten erforderlich. Es empfiehlt sich hierfür den Rat von RechtsexpertInnen einzuholen.

Die Kosten für die Anmeldung von Gemeinschaftsgeschmacksmustern sind unterschiedlich und hängen davon ab, wie viele Muster Sie anmelden möchten.



<http://oami.europa.eu/de/design/practical.htm>

Gebührenrechner des Harmonisierungsamtes für den Binnenmarkt (HABM)

Die World Intellectual Property Organization (WIPO) in Genf bietet Ihnen die Möglichkeit, ein **internationales Geschmacksmuster** anzumelden. Allerdings haben nur wenige Länder das sogenannte *Haager Abkommen zur internationalen Hinterlegung gewerblicher Muster und Modelle* unterzeichnet. Ein Musterrecht kann demnach nur in wenigen Ländern angemeldet werden.

Die Bedeutung eines internationalen Geschmacksmusters kann deshalb auf keinen Fall mit jener einer internationalen Marke verglichen werden.

Für die Kosten einer internationalen Geschmacksmusteranmeldung ist die Anzahl der Muster und Länder ausschlaggebend.



www.wipo.int/hague/en/fees/calculator.jsp

Gebührenrechner der World Intellectual Property Organization (WIPO)

www.wipo.int/treaties/en/documents/pdf/hague.pdf

Liste der Unterzeichnerstaaten des Haager Abkommens zur internationalen Hinterlegung gewerblicher Muster und Modelle

Alternative für schnelllebige Produkte

Es gibt seit Kurzem in der EU einen eingeschränkten, kostenfreien Musterschutz, der sich vor allem für schnelllebige Produkte eignet, für die sich ein eingetragenes Geschmacksmuster nicht auszahlt, z.B. für Modedesigns, die nur eine Saison lang verkauft werden. Der Vorteil dieses nicht eingetragenen Gemeinschaftsgeschmacksmusters liegt in seiner unkomplizierten Erlangung. Es ist keine Anmeldung erforderlich. Von Nachteil ist aber, dass der Schutz nur gegen die vorsätzliche Nachbildung des Musters zum Tragen kommt. Gegen eine unbewusste Nachahmung kann man kaum vorgehen.

Im Unterschied zum eingetragenen Musterschutzrecht beträgt die Schutzdauer nicht 5, sondern 3 Jahre (ohne Verlängerungsmöglichkeit). Der Schutz beginnt mit der öffentlichen „Zugänglichmachung“ des Musters oder Modells. Das CreativDepot kann Ihnen dabei behilflich sein: Wenn Sie eine Abbildung Ihres Designs im CreativDepot online stellen, können Sie dieses öffentlich zugänglich machen.

Doch Vorsicht: Falls Sie sich doch noch entschließen sollten, ein eingetragenes Geschmacksmuster zu beantragen, müssen Sie schnell sein. Die Veröffentlichung darf nicht länger als 12 Monate zurückliegen.

Wie sich guter Geschmack bezahlt macht

Als DesignerIn haben Sie nicht nur den guten Geschmack auf Ihrer Seite, sondern im Prinzip auch alle Rechte an der Nutzung Ihrer Arbeiten. Daher tun Sie gerade bei **Auftragsarbeiten** gut daran, diese Nutzungsrechte vertraglich zu vereinbaren und so festzulegen, in welchem Umfang Sie diese Rechte an Ihre AuftraggeberInnen abtreten. Und es gilt: Je mehr Rechte umso höher der Preis.

Die Nutzungsrechte sollten Sie in Ihren **Allgemeinen Geschäfts- und Auftragsbedingungen** (AGBs und AABs) festhalten, wobei zu beachten ist, dass diese Ihren AuftraggeberInnen vor Vertragsunterzeichnung bekannt sein müssen.

Vertreiben Sie Ihre Produkte selbst, bietet es sich an, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen etwa auf Ihrer Homepage anzuführen und darin neben den Liefer- und Zahlungsbedingungen auch Verpackungs- und Transportkosten anzugeben.

Vorlagen zu Allgemeinen Auftragsbedingungen sind über design austria zu beziehen. Für bestimmte Branchen sind AGBs bei den Fachorganisationen der Wirtschaftskammer erhältlich.



www.wko.at/agb

Vorlagen branchenspezifischer Allgemeiner Geschäftsbedingungen (WKO)

<http://designaustria.at/publikationen/agb>

Vorlagen Allgemeiner Auftragsbedingungen (design austria)

Tipp

! Sie sollten in Angeboten, die Sie an potenzielle KundInnen schicken, unbedingt auf Ihre Allgemeinen Geschäfts- oder Auftragsbedingungen verweisen und diese den AuftraggeberInnen zugänglich machen. Nimmt der Kunde oder die Kundin das Angebot an, haben diese Bedingungen automatisch Gültigkeit.

Bei Mustern oder Modellen, die Sie zur Ansicht an potenzielle KundInnen versenden, ist es wichtig, klar zu kommunizieren, dass die jeweiligen Ansichtsexemplare urheberrechtlich geschützt sind. Sie können zu diesem Zweck die Produkte mit Klebeband umwickeln und an diesem ein Schreiben festmachen, das die AGBs beinhaltet und den Empfänger oder die Empfängerin eindeutig darauf hinweist, dass er oder sie mit dem Entfernen des Klebebandes und Öffnen des Päckchens das Einverständnis zu den AGBs und eventuellen Geheimhaltungsabkommen gibt.



■ In der Praxis

Sie entwerfen eine Lampe mit außergewöhnlichem Design, bei der es sich um eine Auftragsarbeit handelt und Sie vertraglich alle Rechte an die Auftraggeberin abgetreten haben. In diesem Fall ist die Auftraggeberin auch automatisch Besitzerin des Designs und als Einzige berechtigt, dieses als Geschmacksmuster schützen zu lassen. ■

Die Vergabe exklusiver Nutzungsrechte an einem Design kann tückenreich sein und Sie sind gut beraten, vorher genau zu überlegen, was sie wie vertraglich regeln wollen.

Manchmal ist das Angebot eines Exklusivvertrages sehr verlockend, doch lassen Sie sich nicht täuschen! Bietet Ihnen etwa ein Unternehmen an, Ihr Produkt exklusiv unter Vertrag zu nehmen, so verlangen Sie vor Vertragsabschluss eine **Pauschalgebühr** für die Erteilung der Exklusivlizenz.

■ In der Praxis

Einer Handtaschendesignerin wird von einem Modegroßhändler ein Exklusivvertrag für ihre neue Kollektion angeboten. Die Designerin verlangt keine Pauschalgebühr vor der Lizenzerteilung, sondern geht von einem guten Umsatz und einer dementsprechenden Umsatzbeteiligung aus.

Der Großhändler erwirbt nun die Exklusivlizenz an ihrer Kollektion, bringt diese aber nicht auf den Markt, da er nur Handtaschen aus seiner Fertigung vertreibt. Die Exklusivlizenz an den Handtaschen hat er nur erworben, um sie als Designerin vom Markt und vor allem seinen direkten KonkurrentInnen fernzuhalten.

Da sie den Vertrag ohne klar definierte Nutzungsbedingungen abgeschlossen hat, ist der Großhändler auch nicht gezwungen, ihr Produkt tatsächlich auf den Markt zu bringen. Die Designerin verdient an ihrer Exklusivlizenz keinen Cent. Eine im Vorfeld vereinbarte Pauschalgebühr hätte Abhilfe geschaffen und möglicherweise die wahren Vorhaben des Großhändlers frühzeitig zutage gebracht. ■

Effizienter Schutz für Muster und Modelle ist oftmals eine heikle und detailreiche Angelegenheit. Es bedarf hierfür einer Menge Fachwissen und Sie sind gut beraten, sich vor allem im Vorfeld von Vertragsabschlüssen von RechtsexpertInnen unterstützen zu lassen. Zudem gilt es, dass Sie gerade im Umgang mit großen Unternehmen selbstbewusst auftreten, sich Ihrer Rechte bewusst und gut vorbereitet sind und auch durchaus mit Nachdruck auf Ihre Vertragsbedingungen pochen. Kreative UnternehmerInnen erhalten kostenlose Rechtsauskünfte bei ihrer Wirtschaftskammer.



http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=496424&dstid=16&opennavid=0
kostenlose Rechtsauskünfte durch die Wirtschaftskammer Österreich

www.designaustria.at

Interessensverband für österreichische Designer

www.icsid.org/resources/case_studies/articles49.htm

International Council of Societies of Industrial Design: Information zum Designschutz



Wie aus der Erfindung ein Patent wird/ **Patentschutz**

Wirklich innovativ ist nur, wer dorthin geht,
wo die anderen nicht sind.

Reinhold Messner

betrifft vor allem:
Grafik, Design & Handwerk
IT & Multimedia

Ihre KundInnen schätzen die Funktionalität Ihrer Produkte und Sie wissen genau, dass gerade diese Funktionalität die Basis für Ihren Geschäftserfolg ist. Liegt der Funktionalität dabei eine innovative technische Entwicklung zugrunde, können Sie sich diese schützen und damit patentieren lassen.

Patentierungsverfahren sind langwierig und oftmals kostspielig, doch machen sie sich bei einer einmaligen und zukunftsweisenden Erfindung allemal bezahlt!

● Factbox

Nur technische Innovationen lassen sich als Patent oder Gebrauchsmuster schützen. Dabei verlangt das **Patent** nach einer technischen Erfindung, welche neu und dem aktuellen Stand der Technik weit voraus ist. Diese Voraussetzungen gilt es vor einer Patenterteilung anhand einer eingehenden Prüfung festzustellen.

Ein **Gebrauchsmuster** wird auch „kleines Patent“ genannt. Bei einer Gebrauchsmusteranmeldung werden vom Patentamt – im Gegensatz zu Patenten – die Neuheit und der erfinderische Schritt nicht geprüft.

Für nationale Patentanmeldungen in Österreich ist das Österreichische Patentamt zuständig. Wollen Sie Ihr Patent in Europa schützen lassen, dann wenden Sie sich hierfür an das Europäische Patentamt (EPO) in München. Internationale Patentanmeldungen können bei der World Intellectual Property Organization (WIPO) in Genf durchgeführt werden, wobei auch das Österreichische Patentamt solche Anmeldungen entgegennimmt. Der internationale Schutz kann in den ca. 130 Unterzeichnerstaaten des Patent Cooperation Treaty erlangt werden.

Die Schutzdauer von Patenten beträgt 20 Jahre, die von Gebrauchsmustern 10 Jahre und kann weder beim Patent noch beim Gebrauchsmuster verlängert werden. Patentanmeldungen sind langwierige und oftmals kostspielige Verfahren, Gebrauchsmuster daher oftmals die schnellere und kostengünstigere Lösung.

Umgangssprachlich wird der Patentschutz oftmals mit dem Marken- und Musterschutz in einen Topf geworfen. So werden dann plötzlich Firmennamen, Logos oder Lampenschirme „patentiert“. Dies ist natürlich eine unkorrekte Anwendung des Patentbegriffs, der sich ausschließlich auf technische Erfindungen bezieht.

Erfindergeist macht Patent

Im Zuge Ihrer Arbeit als DesignerIn oder MultimediaspezialistIn haben Sie ein technisches Verfahren erfunden, welches eine absolute Innovation darstellt. Sie wissen, dass sich dieses gewerblich anwenden lässt und erwarten sich einen durchschlagenden Erfolg. Sie wollen sich diese Erfindung patentieren lassen.



www.patentamt.at/Home/Erfindungsschutz/Info/12202.html
Österreichisches Patentamt: Information zur Patentanmeldung

■ In der Praxis

Sie sind Innenarchitektin und haben ein außergewöhnliches Stieggeländer konzipiert, welches vor allem auf einem von Ihnen entwickelten Herstellungsverfahren beruht.

Sie können hier zwei Schutzansprüche geltend machen:

Musterschutz: Das Design wird als Geschmacksmuster geschützt.

Patentschutz: Das Herstellungsverfahren wird als Patent geschützt.

Sie werden im vorliegenden Fall das Herstellungsverfahren schützen lassen. Dadurch sind Sie nämlich bei weiteren Entwürfen von Stieggeländern nicht eingeschränkt. Würden Sie nämlich das Design des Stieggeländers zum Musterschutz anmelden, müssten Sie alle in Frage kommenden Designvarianten schützen lassen, um einen wirklich effizienten Schutz zu erlangen.

Melden Sie ein Patent an, dann ist hierfür das Österreichische Patentamt zuständig. Der Schutzanspruch gilt für 20 Jahre und kann nicht verlängert werden. ■

Tipp

! Wenn Sie bereits vor der Fertigstellung einer Erfindung mit dem Gedanken einer Patentierung spielen, sind Sie gut beraten mit etwaigen ProjektpartnerInnen oder Förderern **Geheimhaltungsabkommen** abzuschließen. Denn sobald Informationen über Ihre Erfindung vor der Patentanmeldung an die Öffentlichkeit gelangen, geht die „Neuheit“ verloren und Sie haben die Aussicht auf eine Patentierung für immer verspielt!

Die Kosten für ein Patent belaufen sich auf EUR 430,- dazu kommen noch Jahresgebühren von EUR 100,- ab dem 6. Jahr des Schutzes, die kontinuierlich ansteigen und im 20. und damit letzten Jahr der Schutzdauer EUR 1.700,- ausmachen.

Wenn's schnell gehen soll – das Gebrauchsmuster

Die Lebenszyklen von Produkten und Technologien werden immer kürzer und die Entwicklung im Bereich der Technik immer schneller. Aus diesem Grund sind auch schnell und unkompliziert zu erlangende Schutzmechanismen für technische Erfindungen immer mehr gefragt.

Das Gebrauchsmuster bietet raschen und effizienten Schutz ohne langwierige Prüfverfahren. Die Kriterien „Neuheit“, „erfinderischer Schritt“ und „gewerbliche Anwendbarkeit“ gelten zwar auch für das Gebrauchsmuster, doch muss der erfinderische Schritt nicht so groß sein wie bei einem Patent. Insbesondere werden diese Kriterien vom Patentamt im Anmeldeverfahren nicht geprüft. Das Gebrauchsmuster ist daher aber auch leichter von Dritten angreifbar. Es bietet kurzlebigen Innovationen ebenso wie jenen, die nicht die hohen Voraussetzungen für den Patentschutz mitbringen, einen idealen Schutz, ist aber, wie bereits erwähnt, leichter angreifbar als ein Patent.

Das Gebrauchsmuster wird aufgrund seiner Nähe zum Patent auch „kleines Patent“ genannt und kann beim Österreichischen Patentamt angemeldet werden. Es bietet einen Schutz von 10 Jahren, der nicht verlängert werden kann. Die Anmeldekosten belaufen sich auf EUR 230,-. Jahresgebühren fallen ab dem 4. Jahr an und betragen EUR 50,-. Sie steigen bis zum 10. und letzten Jahr auf EUR 450,-.



www.patentamt.at/Home/Onlinezugriff/InfoJahresgebuehrenOkt2007.pdf
Gebühreninformation des Österreichischen Patentamtes

Sie können Ihr Gebrauchsmuster auch in ein Patent umwandeln lassen, so Sie nach der Gebrauchsmusteranmeldung nicht mehr als 12 Monate verstreichen lassen.

■ In der Praxis

Sie erfinden ein Multimedia-Liegesofa. Gerade im Multimedia-Bereich ist die Entwicklung rasant und die von Ihnen verwendeten Techniken vielleicht schon bald veraltet. Sie wollen schnellen und zuverlässigen Schutz und verzichten auf ein Prüfverfahren. Sie melden ein Gebrauchsmuster an.

Sie können das Gebrauchsmuster aber immer noch in ein Patent umwandeln lassen, sofern zwischen der Gebrauchsmuster- und der Patentanmeldung nicht mehr als 12 Monate vergangen sind. ■

Tipp

! Das Gebrauchsmuster ist ein praktikables Schutzinstrument, es hat aber auch seine Nachteile. Einerseits kennt nicht jedes Land einen Gebrauchsmusterschutz, wodurch gerade bei internationalen Anmeldungen Schwierigkeiten auftreten können, andererseits kommt es gerade in Schwellen- und Entwicklungsländern oftmals missbräuchlich zum Einsatz.

Es empfiehlt sich daher gerade vor einer Gebrauchsmusteranmeldungen im Ausland auf das Fachwissen von PatentanwältInnen zu vertrauen. Das Erstgespräch ist bei allen PatentanwältInnen kostenfrei!



www.patentanwalt.at

Information zu PatentanwältInnen in Österreich

Grenzenloses Patent – das kann teuer werden!

Wollen Sie Ihre Erfindung auch außerhalb der Grenzen Österreichs als Patent schützen lassen, müssen Sie mit einem erheblichen Kosten- und Zeitaufwand rechnen, welcher unter anderem mit den notwendigen Übersetzungen der Dokumente und diversen Gebühren in Zusammenhang steht.

Wie aus der Erfindung ein Patent wird

Wollen Sie Ihre Erfindung im Ausland schützen lassen, macht sich beim Schutz in nur 1 bis 3 weiteren Staaten eine **nationale Folgeanmeldungen** bezahlt. Dazu melden Sie Ihr Patent oder Gebrauchsmuster in jedem der in Frage kommenden Länder separat an.

Wollen Sie für Ihr Patent Schutz in ganz Europa erlangen, werden Sie eine Anmeldung beim Europäischen Patentamt in München vornehmen. Die Patentprüfung und Erteilung erfolgt in diesem Fall zentral durch das Europäische Patentamt. Der Schutz gilt in all jenen Mitgliedsländern der Europäischen Patentorganisation, die Sie in Ihrer Anmeldung angegeben haben.



www.epo.org/about-us/epo/member-states_de.html
Mitgliedstaaten der Europäischen Patentorganisation

www.epo.org/patents/One-Stop-Page_de.html
Wissenswertes zur europäischen Patentanmeldung

Die Kosten für ein europäisches Patent sind variabel und hängen davon ab, in wie vielen Ländern Sie Ihr Patent schützen lassen.



www.epoline.org
Gebührenverzeichnis der Europäischen Patentorganisation

Wollen Sie Ihre Erfindung auch am internationalen Markt einführen und daher schützen lassen, besteht die Möglichkeit einer sogenannten **PCT-Anmeldung**, welche beim Österreichischen Patentamt durchgeführt werden kann.

Mit der PCT-Anmeldung bekommen Sie die Möglichkeit in bis zu 136 Ländern Schutz zu erhalten. Internationale Patentanmeldungen können sehr kostspielig sein und sich bei aufwendigen Anmeldeverfahren durchaus auf 100.000,- bis 150.000,- EUR belaufen!



www.wipo.int/pct/guide/en/gdvol1/annexes/annexa/ax_a.pdf
Auflistung der PCT-Mitgliedsstaaten

<http://depatisnet.dpma.de>
kostenfreies Recherchetool des Deutschen Patentamtes

<http://patft.uspto.gov>
kostenfreies Recherchetool des US-Amerikanischen Patentamtes

Tipp



Sie sollten sich im Vorfeld jeder Patent- und Gebrauchsmusteranmeldung überlegen, ob Ihre Erfindung tatsächlich und im wahrsten Sinne des Wortes das Patent oder Gebrauchsmuster wert ist. Beachten Sie dabei, dass eine patentierte Erfindung nur dann wirtschaftlich ist, wenn sie zumindest die Kosten für die Patentierung wieder einspielt.

Patentanmeldungen sind aufwendige und oftmals kostspielige Verfahren. Vor allem wenn Sie eine Erfindung international schützen lassen wollen. Es gibt eine Unzahl an Fristen und Voraussetzungen, die zu beachten sind und die es für Laien oft schwierig machen, sich im Dschungel des Patentrechts zurechtzufinden. Hier ist es auf alle Fälle empfehlenswert, im Vorfeld eines Anmeldeverfahrens Rat bei PatentanwältInnen einzuholen. In allen Bundesländern gibt es „Patentsprechtag“ des Unternehmensservice-Netzwerks der Wirtschaftskammern für innovative Unternehmen. Hier kann man sich kostenlos von PatenanwältInnen beraten lassen.



www.unternehmensservice.at
www.innovatives-unternehmen.at
Information zu den „Patenttagen“ des Unternehmensservice-Netzwerks der Wirtschaftskammer Österreich.



MIT SICHERHEIT IM WETTBEWERB / **Wettbewerbsrecht**

Es gibt zwei Möglichkeiten, Karriere zu machen: Entweder leistet man wirklich etwas, oder man behauptet, etwas zu leisten. Ich rate zur ersten Methode, denn hier ist die Konkurrenz bei weitem nicht so groß.

Danny Kaye

betrifft vor allem:

Film, Fotografie & Musik

Buch & Presse

Unternehmensberatung, Werbung & PR

Grafik, Design & Handwerk

IT & Multimedia

Nicht nur Urheberrecht, Markenrecht & Co. bieten Schutz für Ihre kreativen Leistungen, auch das Wettbewerbsrecht kann weiterhelfen. Und zwar unabhängig davon, ob die von Ihnen geschaffene kreative Leistung Urheberschutz oder Schutz als Marke, Muster oder Patent genießt. Dies bedeutet, dass durch das Wettbewerbsrecht auch jene kreativen Leistungen einen Schutz genießen können, die nicht unbedingt als geistiges Eigentum geschützt sind, wie dies etwa bei Werbeslogans oder Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Fall sein kann.

● Factbox

Das Wettbewerbsrecht verbietet Ihren KonkurrentInnen kreative Leistungen, die Sie geschaffen haben, 1:1 abzukupfern oder unmittelbar – sozusagen „copy & paste“ – zu übernehmen. Es schützt dabei auch kreative Leistungen, für die kein Urheberrecht oder ein gewerbliches Schutzrecht (Marken-, Muster-, Patentschutz) besteht. So kann Ihnen das Wettbewerbsrecht helfen, wenn Sie etwa als Kunsthandwerker arbeiten und ein von Ihnen entworfenes Balkongeländer von einem Konkurrenten ohne Ihr Einverständnis originalgetreu nachgeahmt wird. Oder ein von Ihnen kreierter Werbeslogan plötzlich, und vor allem ohne Ihre ausdrückliche Erlaubnis, im Werbeprospekt einer Mitbewerberin auftaucht. In beiden Fällen können Sie auf Unterlassung klagen und für den Fall, dass es für Sie bereits zu Umsatzeinbußen und/oder einem Imageschaden gekommen ist, auch Schadenersatz

verlangen. Beispielsweise dann, wenn Ihre Konkurrenz ein minderwertiges Produkt, welches in seiner äußeren Erscheinung mit einem Ihrer hochwertigen Produkte verwechselt werden kann, auf den Markt gebracht hat.

Aber auch das Wettbewerbsrecht hat seine Grenzen und so lässt sich eine reine Information, wie dies etwa auf eine Gebrauchsanweisung zutreffen kann, auch im Wettbewerbsrecht nicht schützen. Es fehlt ihr an einer gewissen Eigenart, die eine Voraussetzung für diesen Schutz ist.



Geistiges Eigentum und Wettbewerbsrecht sind die Schutzschilder vor Ihren kreativen Leistungen. Urheber-, Marken-, Muster- und Patentschutz verhelfen Ihnen als UrheberIn zu einer Monopolstellung, die Sie zum alleinigen Herrscher über Ihre kreative Leistung macht. Sie bestimmen, wer was und in welchem Umfang mit Ihrer kreativen Leistung machen darf. Das Wettbewerbsrecht hält Ihre Konkurrenz in Schach, greift ein, wenn MitbewerberInnen Ihre kreativen Leistungen unerlaubt nachahmen und übernehmen, oder Ihren Namen (z.B. Firmennamen) und Kennzeichen (z.B. Firmenbriefkopf) in einer Weise verwenden, die Sie nicht erlaubt haben.

Aber es gibt auch Fälle, in denen eine kreative Leistung weder als geistiges Eigentum noch durch das Wettbewerbsrecht geschützt ist. In diesen Fällen gilt es, sich der Konkurrenz bewusst zu sein, und die eigene kreative Leistung so zu optimieren und unternehmerisch zu verwerten, dass sie am Markt trotz Konkurrenz erfolgreich ist.



<http://wko.at/wettbewerbsrecht>

Information zum Wettbewerbsrecht auf der Website der Wirtschaftskammer Österreich

Gerade im Zeitalter des Copy & Paste sind 1:1 Übernahmen von kreativen Leistungen anderer (z.B. Texte, Fotos oder Grafiken) eine häufig vorkommende Unsitte, und das, obwohl diese Übernahmen rechtswidrig sind.

■ In der Praxis

Sie arbeiten als Designerin und erarbeiten gemeinsam mit Ihrem Anwalt Allgemeine Geschäftsbedingungen, die vor allem im Bereich der Lieferbedingungen und Transportkosten einige Besonderheiten aufweisen und Ihnen gegenüber Ihrer Konkurrenz einen Wettbewerbsvorteil versprechen. Da Sie einen Online-Shop betreiben, sind Ihre AGBs über das Internet abrufbar. Einige Zeit nach

Veröffentlichung dieser bemerken Sie, dass einer Ihrer Mitbewerber dieselben AGBs für seine Tätigkeit verwendet. Da diese AGBs nicht unter den Urheberschutz fallen, werden Sie das Wettbewerbsrecht zur Hilfe nehmen und ihr Recht an Ihren AGBs darüber einfordern. Sie werden Ihren Konkurrenten auffordern, die Verwendung Ihrer AGBs zu unterlassen und können ihn sogar auf Schadenersatz klagen, wenn es für Sie durch sein Handeln zu Umsatzeinbußen und/oder einem Imageschaden gekommen ist. ■

Tipp

! Vorlagen Allgemeiner Geschäfts- oder Auftragsbedingungen, wie sie die Wirtschaftskammer Österreich oder design austria zur Verfügung stellen, dürfen freilich ohne rechtliche Einschränkung heruntergeladen und verwendet werden.

Das Wettbewerbsrecht kann Ihnen auch helfen **Namen und Kennzeichen** zu schützen, die Sie nicht als Marke oder Muster registriert haben, oder die nicht unter den Urheberschutz fallen. Dies kann Ihre Geschäftsbezeichnung, Verpackungsdesigns, Geschäftspapiere und ähnliches mehr betreffen. Grundsätzliche Voraussetzung ist allerdings, dass das Zeichen Unterscheidungskraft besitzt. Diese Eigenschaft weisen etwa rein beschreibende Begriffe oder Gattungsbezeichnungen (z.B. Grafiker) grundsätzlich nicht auf, Fantasiebegriffe aber schon. Zudem müssen Namen und Kennzeichen im Geschäftsverkehr verwendet werden, um Schutz zu erlangen.

■ In der Praxis

Sie arbeiten als PR-Unternehmer und verwenden für Angebotschreiben an deutsche GeschäftspartnerInnen ein Briefpapier, welches in der Kopfzeile Ihren Firmennamen trägt, der nicht als Marke geschützt ist. Plötzlich taucht eine Konkurrentin am deutschen Markt auf, die einen Geschäftsnamen führt, der dem Ihren zum Verwechseln ähnlich ist. Da

Sie aufgrund Ihrer Anbotschreiben an deutsche KundInnen nachweisen können, dass Sie den Firmennamen bereits VOR Ihrer Konkurrentin geführt haben und dieser bei Ihren KundInnen, LieferantInnen und KonkurrentInnen bekannt war, werden Sie ihn auch behalten und der Konkurrentin die Verwendung untersagen können. ■

Der Kennzeichenschutz ist gerade beim sogenannten *Domaingrabbing* ein permanenter Streitpunkt. Grundsätzlich gilt, wer einen Namen als Erste/r führt und dafür den nötigen Nachweis erbringen kann, darf ihn behalten.

■ In der Praxis

Sie arbeiten als Veranstalterin und haben eine von Ihnen ins Leben gerufene Veranstaltung unter dem Namen „Fete Noir“ als Marke registrieren lassen. Die Veranstaltung ist sehr erfolgreich und Sie wollen nun auch eine Website unter diesem Namen anmelden. Allerdings müssen Sie feststellen, dass die gewünschte Webadresse bereits vergeben ist – an einen Ihrer Konkurrenten. Nun kommt Ihnen das Wettbewerbsrecht zu Hilfe, zumal Sie Ihrem Konkurrenten *Namensanmaßung* und *böse Absicht* in seinem Handeln aus wettbewerbsrechtlicher Sicht unterstellen können. Sie haben gute Karten, Ihren Anspruch auf die gewünschte Webadresse durchzusetzen. Dies würde auch dann gelten, wenn Sie keine Marke angemeldet hätten. ■

In eigener Sache: Warnpflicht für Kreative

Für Sie als KreativunternehmerIn gilt, wie für andere Berufsgruppen auch, die sogenannte **Sachverständigenhaftung**. Dies bedeutet, dass Sie für Material, welches Sie für AuftraggeberInnen bearbeiten und an jene weitergeben, bei Urheberrechtsverletzungen oder Verletzungen des Marken-, Muster- oder Patentschutzes haften. Auch wenn Ihnen AuftraggeberInnen kreative Leistungen anderer zur freien Verwendung zukommen lassen, besteht für Sie immer eine sogenannte Warnpflicht. Sie sind es, die Ihre KundInnen auf mög-

liche Schutzverletzungen kreativer Leistungen hinweisen müssen. Idealerweise dokumentieren Sie Ihr Vorgehen daher schriftlich und lassen sich Rechtfreigaben und ähnliches gegenzeichnen. So sind Sie im Falle von Rechtsstreitigkeiten gut gewappnet.

■ In der Praxis

Sie arbeiten als Kunsttischler und eine Kundin bestellt bei Ihnen ein Balkongeländer mit ausgefallenem Design. Sie ist in einem Nachbarort darauf aufmerksam geworden, hat es fotografiert und bittet Sie nun, dieses anhand der Fotografie nachzuahmen. Sie müssen Ihre Kundin nun darauf aufmerksam machen, dass Sie den Auftrag nur durchführen können, wenn jene Person, die das Geländer ursprünglich entworfen hat, ihr Einverständnis zur Nachahmung des Designs gibt. ■

Mit Sorgfalt zum Ideenschutz

In die Präsentationsfalle zu tappen, muss nicht unbedingt ein Fehler sein, denn hinter dem Begriff verbirgt sich ein für Kreativschaffende nützliches Werkzeug zum Schutz ihrer Leistungen – die **vorvertraglichen Schutz- und Sorgfaltspflichten**. Diese können Sie als KreativunternehmerIn davor schützen, dass potenzielle AuftraggeberInnen Ihre kreativen Leistungen vor einem Vertragsabschluss verwenden. Damit sind die vorvertraglichen Schutz- und Sorgfaltspflichten speziell dann interessant für Sie, wenn kreative Leistungen ohne bestehenden Vertrag im Zuge von Präsentationen vorgestellt werden.

■ In der Praxis

Sie betreiben eine Werbeagentur und präsentieren einem potenziellen Kunden ein Konzept, das vor allem durch seinen Slogan besticht. Ihre Präsentationsunterlagen sind mit dem Copyrightzeichen ©, Ihren Initialen samt Jahreszahl (VM 2009) und dem Vermerk „Der Slogan ist von der Agentur VM entworfen und eine Verwendung in dieser oder

verwechselbarer Form ist ohne die Zustimmung der Agentur VM nicht gestattet!“ versehen. Kurz nach der Präsentation teilt Ihnen der Kunde, ein Getränkeunternehmer, mit, dass er sich dafür entschieden hat, die Werbekampagne im eigenen Haus entwickeln zu lassen. Einige Monate später entdecken Sie ein Werbeinserat des Unternehmens, welches den von Ihnen präsentierten Slogan beinhaltet. Dieser ist als Werbeslogan aber weder durch das Urheberrecht geschützt, noch hilft Ihnen in diesem Fall das Wettbewerbsrecht, da der Nachahmer ein Getränkehändler ist und damit aus wettbewerbsrechtlicher Sicht keinen Konkurrenten darstellt. Aber Sie können sich auf die vorvertraglichen Schutz- und Sorgfaltspflichten berufen, die es potenziellen KundInnenen untersagen, kreative Leistungen aus Präsentationen ohne die Zustimmung jener Person, die sie geschaffen hat, zu übernehmen. ■

Gerade im Bereich der Innovationen und damit auch in der Kreativbranche bauen zahlreiche kreative Leistungen auf bereits Dagewesenem auf. Aus Altem wird Neues, kreative Leistungen anderer werden adaptiert, weiterentwickelt, nachgeahmt und übernommen. Der Grad zwischen erlaubter und unerlaubter Handlung ist oftmals dünn. Im Zweifelsfall gilt es, sich bei RechtsexpertInnen Rat zu holen. Die Wirtschaftskammer Österreich, ihre Landeskammern und die Fachgruppen und -verbände bieten ihren Mitgliedern kostenlose Rechtsauskünfte an.



http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=496424&dstdid=16&opennavid=0
kostenlose Rechtsauskünfte bei der Wirtschaftskammer Österreich

www.fachverbandwerbung.at
Rechtsberatung für Mitglieder beim Fachverband Werbung und Marktkommunikation

www.oerak.or.at
Info zu RechtsexpertInnen auf der Website der Österreichischen Rechtsanwaltskammer

www.ris.bka.gv.at
Rechtsinformationssystem des Bundeskanzleramtes



Kreativität bringt Geld/ **Finanzierung & Förderung**

If it doesn't sell, it isn't creative

David MacKenzie Ogilvy

Zur Umsetzung guter Ideen braucht es in vielen Fällen Kapital. Etwa zur Anmietung eines Geschäftslokals, für den Kauf von Produktionsgeräten oder für eine PR-Kampagne zur Markteinführung.

Welche Wege zu den notwendigen finanziellen Mitteln führen und welche Voraussetzungen Sie dabei beachten und erfüllen sollten, wird im Folgenden näher erläutert.

● Factbox

Eine Geschäftsidee sollte niedergeschrieben werden, bevor sie umgesetzt wird. Sie brauchen zumindest ein mehrseitiges **Konzept**, um mit potenziellen GeldgeberInnen oder PartnerInnen über Ihre Idee reden zu können. Wer noch professioneller an die Sache herangeht, schreibt einen fundierten **Businessplan**, in dem die ersten Jahre der Geschäftstätigkeit dargestellt werden, z.B. Kundengruppen, Marktchancen, eine Abschätzung zukünftiger Umsätze und damit die finanzielle Situation.

Einen schriftlichen Plan zu machen, hilft Ihnen, sich selbst mit Ihrem Vorhaben intensiver auseinanderzusetzen, und auch bei der Suche nach PartnerInnen und möglichen GeldgeberInnen.

Eventuell können Ihnen hierbei ExpertInnen und InvestorInnen aus Ihrem familiären und sozialen Umfeld behilflich sein. Sie können sich auf der Suche nach finanzieller Unterstützung aber auch an Banken (z.B. Erste Bank), Förderinstitutionen (z.B. aws – austria wirtschaftsservice), Interessenvertretungen (z.B. WKÖ – Wirtschaftskammer Österreich) und die Wirtschaftsabteilungen der Landesregierungen wenden. Auch dort werden Förderungen vermittelt. Daneben sind Private Equity und Venture Capital AnbieterInnen eine Alternative.

Schritt für Schritt zum Erfolg

Eine gute Geschäftsidee allein macht noch kein Geschäft. Es bedarf einiger und vor allem sorgfältiger Vorarbeit, um eine Idee plausibel darzustellen und in weiterer Folge auch potenziellen PartnerInnen, KreditgeberInnen und Förderstellen vorstellen zu können.

Schritt 1 – das Konzept

Eine Idee zu haben, ist eine Sache, ob diese am Markt funktioniert, und das möglichst nachhaltig, eine andere. Um sich selbst darüber Klarheit zu verschaffen, sollten Sie Ihre Idee in einem mehrseitigen Konzept niederschreiben. Ist die Idee gut, wird auch das Konzept überzeugen, sofern es ausgearbeitet ist. Nehmen Sie sich daher Zeit und versuchen Sie, Ihre Idee auf den Punkt zu bringen.



Tipp

Fragen, die Sie noch nicht beantworten können, sollten Sie recherchieren, z.B. im Internet, bei Fachorganisationen und anderen UnternehmerInnen. Manchmal ist es notwendig Annahmen zu treffen, denn mit 100-prozentiger Gewissheit lässt sich nicht alles voraussagen.

Schritt 2 – der Businessplan

Eine noch detailliertere Planung als ein mehrseitiges Konzept ist ein Businessplan. Dieser umfasst im Idealfall nicht mehr als 30 Seiten und beschreibt die Geschäftstätigkeit in den ersten drei Jahren nach Gründung Ihres Unternehmens. Keine Angst, Sie brauchen kein Wirtschaftsstudium, um einen Businessplan schreiben zu können.

Ein Businessplan ist in der Gründungsphase die Visitenkarte des Unternehmens. Er ist die Grundlage bei Verhandlungen, etwa mit Banken und InvestorInnen.

Ein Businessplan sollte zumindest folgende Informationen enthalten:

- ⌚ Executive Summary am Anfang
- ⌚ Unternehmensbeschreibung
- ⌚ Geschäftsidee samt angebotenen Produkten
- ⌚ GründerIn oder Gründungsteam
- ⌚ Marktumfeld und KonkurrentInnen
- ⌚ Marketingkonzept
- ⌚ Stärken- und Schwächen-Analyse / Risiken
- ⌚ Finanzplanung und Finanzierung
- ⌚ Zeitplan

MUST HAVES

Tipp

! Nehmen Sie sich für den Businessplan nicht nur Zeit, sondern auch den Rat von ExpertInnen an. Wenden Sie sich etwa an unternehmerisch erfahrene FreundInnen und Familienmitglieder, damit Ihnen diese weiterhelfen. Zudem bietet das Gründer-Service der Wirtschaftskammern professionelle Unterstützung beim Start ins Unternehmertum. Aber auch im Internet gibt es hilfreiche Werkzeuge: Das Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI) bietet für JungunternehmerInnen in den ersten drei Jahren stark geförderte Beratungen und Coachings an. Das kann beim Schreiben eines Konzeptes oder Businessplans weiterhelfen. Weiters bietet das GO! GründerCenter der Erste Bank kompetente Beratung in allen Belangen der Unternehmensgründung. ExpertInnen unterstützen Sie hier mit Rat und Tat, um häufig vorkommende Fehler beim Start zu vermeiden, und informieren über Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten.



www.gruenderservice.at

Gründerportal der Wirtschaftskammern mit umfangreichen Informationen und Services rund um den Start.

www.go-gruendercenter.net

Das Portal von Erste Bank und Sparkassen bietet GründerInnen Zugang zu Werkzeugen, Checklisten sowie Infos zu Beratungsangeboten und Workshops.

www.izb.at

In der Rubrik „Unser Service“ / „Nützliche Tools“ finden Sie das interaktive Businessplan-Tool „Plan4You Easy“.

www.izb.at/handbuch

Keine Angst vor dem Businessplan – Ein Handbuch für Gründerinnen und Gründer zum Downloaden. Kostenlose Druckexemplare erhalten Sie z.B. in den GO! GründerCentern der Erste Bank und Sparkassen und den Gründer-Servicestellen der Wirtschaftskammern sowie unter contact@izb.at.

www.izb.at/Wettbewerb

izb & GO! Businessplan-Wettbewerb

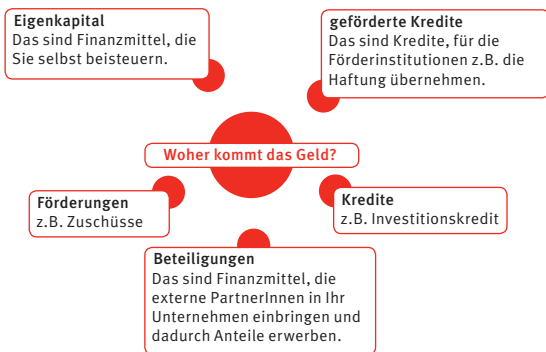
Wenn Sie hier einreichen, bekommen Sie kostenlose Rückmeldungen und Verbesserungsvorschläge von ExpertInnen und können zudem attraktive Preise gewinnen. Ihre Unterlagen werden dabei streng vertraulich behandelt.

www.unternehmerservice.at

Die Wirtschaftsförderungsinstitute (WIFI) der Wirtschaftskammern in den Bundesländern bieten geförderte Beratungs- und Coachingprogramme an, die beim Verfassen eines Konzeptes oder Businessplans hilfreich sein können.

Schritt 3 – Zugang zu Kapital

Die Realisierung einer Geschäftsidee benötigt Kapital. Der Businessplan gibt Ihnen Auskunft darüber, wie viel Kapital die Realisierung Ihrer Geschäftsidee benötigt. Für Sie stellt sich nun die Frage, wie Sie diesen Bedarf am besten decken:



Tipp

Gerade im Umgang mit GeldgeberInnen ist es wichtig, dass Sie Ihr Geschäftsmodell selbstbewusst darstellen können und sich Ihrer Sache sicher sind. InvestorInnen, Banken und Förderinstitutionen wollen Ihnen vertrauen können und auf Nummer sicher gehen.

In den Verhandlungen sollten Sie hervorheben, dass Ihre Idee wirtschaftlich ist. Achten Sie darauf, dass Sie alle nötigen Unterlagen gut aufbereitet haben und genau wissen, was Sie wollen. Unsicherheiten sind hier fehl am Platz. Ihr Ideenkonzept und der Businessplan werden von den GeldgeberInnen in Einzelteile zerlegt und hinterfragt werden. Mit einer guten Vorbereitung brauchen Sie dies aber nicht zu fürchten.

Gemeinsam zum Erfolg mit der Erste Bank¹

Die Erste Bank hat spezielles Knowhow über die Kreativwirtschaft aufgebaut. Die KundenbetreuerInnen gehen dabei speziell auf Bedürfnisse der Kreativbranche ein. Sie bemühen sich, Ihnen die nötige Unterstützung bei der finanziellen Realisierung Ihrer Geschäftsidee zu geben.

Zum Start Ihres Unternehmens bietet die Erste Bank das **s Gründer Konto** an:

- Das ist ein Kommerz-Girokonto, für das im ersten Jahr nur die halben Gebühren verrechnet werden.
- Bankomatkarte und Netbanking sind im ersten Jahr gratis.
- Auf die s Business Class Versicherung, eine Sachversicherung für Selbständige, werden Sonderkonditionen gewährt.

Bei erbrachtem Nachweis der Gründung sind drei Monatsprämien im ersten Jahr gratis.

- Außerdem: ein Gutschein über EUR 50,- für die Teilnahme an der GO! Gründer Akademie

Für die Finanzierung Ihres Vorhabens stehen sowohl eine Vielzahl an geförderten Krediten als auch die sogenannten „klassischen“ Finanzierungsformen zur Verfügung.



www.erstebank.at/K

Unter „Services“ finden Sie AnsprechpartnerInnen, die speziell für Unternehmen der Kreativwirtschaft zuständig sind.

Bankkredite – Finanzmittel von Ihrem Geldinstitut

Beim Bankkredit unterscheidet man grundsätzlich zwischen **Investitions- und Betriebsmittelkredit**. Welcher Kredit für Ihr Vorhaben in Frage kommt, hängt davon ab, wofür Sie das Geld brauchen.

Investitionskredit

Zur Finanzierung von z.B. Grundstücken, Gebäuden, Maschinen, Fahrzeugen und Büromöbeln.

Betriebsmittelkredit

Zum Ankauf von Waren, Roh- und Hilfsstoffen, zur Vorfinanzierung von Kundenzahlungszielen, zum Ausnützen des Lieferantenskontos.

Tipp

Wissenswertes zum Thema finden Sie in der Broschüre *„Richtig finanzieren für kleine und mittlere Unternehmen“*. Bestellen Sie Ihr kostenloses Exemplar unter www.erstebank.at/K unter „Bestellung Infomaterial“ oder holen Sie sich die Broschüre direkt in einer Erste Bank Filiale.

¹Die Erste Bank ist Kooperationspartner der arge kreativ wirtschaft austria und unterstützt diese Publikation.

Finanzspritzen tun nicht weh

Förderungen¹ kann man entweder direkt, oder vielfach auch über seine Hausbank beantragen. Im GO! GründerCenter der Erste Bank können Sie sich über die für Ihr Vorhaben in Frage kommenden Förderungen informieren. Die Beratungsgespräche sind selbstverständlich kostenfrei.

Nehmen Sie eine Förderung über die Erste Bank in Anspruch, so werden viele damit in Verbindung stehende administrative Angelegenheiten von ihr abgewickelt und Sie treten meist nicht in direkten Kontakt mit der Förderinstitution.

Einmalzuschüsse

Vermindern die Ausgaben für Investitionen – es fließt also Geld, das nicht zurückgezahlt werden muss.

Haftungen

Hier übernimmt eine Förderinstitution die Haftung für Kredite gegenüber dem Geldgeber oder der Geldgeberin. Das macht Kredite für Sie günstiger.

Förderarten

begünstigte Kreditkonditionen

Hier bedingt die Förderung eine günstige Kondition. Auch das macht Kredite günstiger.

¹ Keine Kunst- und Kulturförderungen oder Subventionen

Tipp



- Ⓢ Bitte nehmen Sie sich Zeit für das Ausfüllen des Förderantrags. Es geht nicht darum, einen Mäzen für Ihre Idee zu finden, sondern diese als potenziell erfolgreiche Innovation auch Nichtfachleuten verständlich zu präsentieren. Im Fokus stehen dabei die Wirtschaftlichkeit und die Plausibilität der Daten.
- Ⓢ Förderanträge müssen immer vor Investitionsbeginn eingereicht werden. Alle Rechnungen, die davor bezahlt wurden, werden nicht berücksichtigt, da eine rückwirkende Förderung gesetzlich verboten und damit ausgeschlossen ist!
- Ⓢ Förderanträge brauchen einige Monate bis zur Beschlussfassung, beantragen Sie Ihre Förderung daher rechtzeitig vor Investitionsbeginn.
- Ⓢ Ohne Eigenkapital gibt es keine Finanzierung. Sie sollten ca. 25 – 30 % an Eigenkapital vorweisen können, um einen Kredit und die damit verbundene Förderung zu bekommen.
- Ⓢ Sie dürfen das Geld aus Förderungen nur widmungsgemäß verwenden, also nur für die Zwecke, für die Sie es bekommen haben. Der Nachweis erfolgt durch nachträgliche Rechnungslegung.

Bitte beachten Sie, dass bei allen hier angeführten Förderarten als Voraussetzung gilt, dass Sie ein gewerbliches Unternehmen betreiben und damit Mitglied der WKO sind.

Geistiges Eigentum – Investment in die Zukunft

Geistiges Eigentum hilft Ihnen nicht nur bei der Durchsetzung Ihrer Urheberschaft, es kann auch für InvestorInnen eine entscheidende Größe darstellen, in Ihre kreative Leistung zu investieren. Denn kreative Leistungen, die einem – vor allem gewerblichen – Schutzrecht, wie dem Marken-, Muster, oder Patentschutz unterliegen, lassen sich am Markt leichter gegen KonkurrentInnen durchsetzen als ungeschützte kreative Leistungen. Zudem können Rechte an geistigem Eigentum veräußert werden, was gerade bei einer negativen Wirtschaftsentwicklung eines Unternehmens (z.B. Konkurs) eine attraktive Option darstellen kann.

Wie wichtig und strategisch gut einsetzbar geistiges Eigentum für Ihr Unternehmen sein kann, können Sie mithilfe der Analyse-methode discover.IP der aws – austria wirtschaftsservice in Kooperation mit dem Österreichischen Patentamt überprüfen. discover.IP bietet Klein- und Mittelbetrieben die Möglichkeit, unternehmensinternes geistiges Eigentum aufzuspüren und wirtschaftlich möglichst effizient einzusetzen.



<http://www.awsg.at/portal/cCardDatabase.php?dgn=29&dse=5&dsi=26030>
discover.IP - Unterstützung beim effizienten Einsatz von unternehmensinternem geistigen Eigentum

Der Blick über den Tellerrand

Geistiges Eigentum hat vor allem im angelsächsischen Raum eine lange Tradition als entscheidende Größe bei Investitionen und Firmenübernahmen, gewinnt aber im Zuge der Globalisierung auch hierzulande immer mehr an Bedeutung, wenn es um Finanzierungen und Förderungen geht.

Speziell im Umgang mit international agierenden, potenziellen Geld-

geberInnen und ausländischen InvestorInnen sollten Sie stets die Ihrer kreativen Leistung zugehörigen Schutzrechte kommunizieren. Geht es doch bei Finanzierungen und Förderungen immer öfter nicht mehr rein um die Frage, was Sie entwickelt haben, sondern auch darum, wie diese kreative Leistung geschützt ist.

■ In der Praxis

Sie arbeiten als Spieleentwickler und sind auf der Suche nach InvestorInnen für ein von Ihnen hergestelltes Computerspiel. Das Spiel ist nach US-amerikanischem Patentrecht geschützt, der Name des Spiels zudem noch als internationale Marke angemeldet. Auf Ihrer Suche nach GeldgeberInnen werden Sie sowohl potenzielle heimische wie auch internationale InvestorInnen für Ihre Entwicklung zu begeistern versuchen. Überlegen Sie dabei im Vorfeld genau, was für die einzelnen InvestorInnen das Interessante an Ihrem Produkt sein kann und welche (gewerblichen) Schutzrechte damit in Verbindung stehen. So kann der heimische Geldgeber primär an der Vermarktung der Spin-Offs Ihres Spieles, wie ein Brettspiel, Merchandisingartikel und ähnlichem interessiert sein, damit wird für ihn vor allem die Marke von Interesse sein. Ein internationaler Geldgeber sieht in der Beteiligung an Ihrem Spiel vielleicht eine Möglichkeit, den heimischen Markt auch für von ihm entwickelte Computerspiele zu erschließen, indem er diese unter Ihrer Marke vertreibt. Eine weitere Möglichkeit wäre auch, dass sich eine potenzielle Geldgeberin die Lizenz an ihrem Spiel für ein bestimmtes Land oder eine Region sichern will oder die Rechte an zukünftigen Versionen des Computerspiels. ■

Die Beweggründe, sich finanziell an Ihrer kreativen Leistung zu beteiligen, können gerade für PrivatinvestorInnen vielfältigst und unterschiedlichst sein. Es ist ratsam, sich diesen Umstand vor jeder Kontaktaufnahme mit potenziellen GeldgeberInnen vor Augen zu führen und auch „Bittschreiben“ an InvestorenInnen inklusive Unternehmens- und Produktpräsentationen dahingehend aufzubereiten. Präsentieren Sie Ihr Produkt so, dass es Interesse bei GeldgeberInnen weckt und besinnen Sie sich dabei auf das wirtschaftliche Potenzial Ihres geistigen Eigentums!

Aufgrund der Entwicklung im Bereich der Kreativwirtschaft darf davon ausgegangen werden, dass geistiges Eigentum in Fragen der Finanzierung & Förderung zukünftig nicht nur Thema bei PrivatinvestorInnen sein, sondern auch bei Verhandlungen mit Banken und öffentlichen Förderstellen eine gewichtige Entscheidungsgröße darstellen wird.



www.europeanfounders.de

European Founders - Venture Capital und Growth Capital für gute Ideen

<http://isinvest.com>

Businessinkubator für erfolgreiche Online- und Mobile-Geschäftsmodelle

Wegweiser durch die kreative Förderlandschaft

In Österreich existieren mehrere Förderschienen und Anlaufstellen, die speziell auf Unternehmen der Kreativwirtschaft zugeschnitten sind. Hier finden Sie, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, einen Überblick über die wichtigsten Förderinstitutionen sowie Förderprogramme speziell für Unternehmen der Kreativwirtschaft.

Bundesweite Förderungen für die Kreativwirtschaft

evolve – Österreichs Initiative zur Innovationsförderung in der Kreativwirtschaft

evolve unterstützt Kreativschaffende, ihre Idee am Anfang des schöpferischen Prozesses weiterzuentwickeln und in wirtschaftlich erfolgreiche Bahnen zu lenken. evolve ist eine Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend und wird von „impulse“ der austria wirtschaftsservice (aws) und der arge creativ wirtschaft austria (cwa) umgesetzt.



www.evolve.or.at



evolve

kreativwirtschaft
in österreich



Österreichs Initiative zur Innovationsförderung in der Kreativwirtschaft

evolve unterstützt dabei, die kreative Idee
am Anfang des schöpferischen Prozesses
weiterzuentwickeln und in wirtschaftlich
erfolgreiche Bahnen zu lenken.

www.evolve.or.at

Eine Initiative des
Wirtschaftsministeriums.
Umgesetzt von:



impulse

www.impulse-awsg.at



CREATIVWIRTSCHAFT.AT

www.creativwirtschaft.at

impulse laws

impulse der austria wirtschaftsservice ist das bundesweite Förderprogramm für die Kreativwirtschaft in Österreich. impulse ist Teil von „evolve“, der Initiative des Wirtschaftsministeriums zur Innovationsförderung in der Kreativwirtschaft.

Mit 3 aufeinander abgestimmten Förderlinien (impulse XS, impulse XL, impulse Leitprojekte) bildet „impulse support“ das Herzstück von impulse. Mittels monetärer Förderungen werden innovative Projekte im Kontext der Kreativwirtschaft unterstützt.

impulse XS ist ein monetärer Zuschuss (bis zu 70% der förderbaren Projektkosten, max. EUR 45.000,-) für kreativwirtschaftliche Projekte. Gefördert werden Aktivitäten der experimentellen Entwicklung, die zur Prüfung der inhaltlichen und wirtschaftlichen Machbarkeit erforderlich sind.

impulse XL ist ein monetärer Zuschuss (bis zu 50% der förderbaren Projektkosten, max. EUR 200.000,-) für kreativwirtschaftliche Projekte. Gefördert werden Aktivitäten der experimentellen Entwicklung, die im Rahmen der Entwicklung sowie gegebenenfalls auch der ersten Anwendung und/oder Marktüberleitung erforderlich sind.

impulse LEAD ist ein monetärer Zuschuss (bis zu 80% der förderbaren Projektkosten, max. EUR 300.000,-) für die Etablierung von zukunftsweisenden Best-Practice-Modellen mit Disseminierungs- und Diffundierungscharakter in der Kreativwirtschaft.



www.impulse-aws.at

creativity sells

Die Außenwirtschaft Österreich (AWO) fördert Veranstaltungen im Ausland, die von österreichischen Unternehmen aus dem Bereich der Kreativwirtschaft als Marketingbühne genutzt werden. Durch die monetäre Förderung haben österreichische Unternehmen die Chance, sich und ihre Produkte im Ausland einem breiteren Publikum zu präsentieren, was die Erschließung neuer Märkte ermöglicht. Zudem organisiert die AWO spezialisierte Zukunftsreisen zu renommierten „Hot Spots“ der Kreativwirtschaft. Die go-international Initiative der Wirtschaftskammer Österreich und des Bundesministeriums für Wirtschaft, Familie und Jugend unterstützt bei der internationalen Vernetzung und beim Auf- und Ausbau des Auslandsgeschäftes.



<http://wko.at/awo/kreativwirtschaft>
www.go-international.at

Netidee

Netidee vergibt bis zu EUR 50.000,- an die besten Internetideen. Organisiert und finanziert wird Netidee von der Internet Foundation Austria (IPA), die vom österreichischen Internet-Providerverband ISPA gegründet wurde.



www.netidee.at

Österreichisches Filminstitut

Das Österreichische Filminstitut unterstützt Filmproduktionen und gibt zudem einen guten Überblick über andere Filmförderungen und Wettbewerbe.



www.filminstitut.at

Weitere nationale und internationale Anlaufstellen für Filmförderungen sind:

 ACP Films	www.acpfilms.eu
 Austrian Film Commission (AFC)	www.afc.at
 CINESTYRIA Filmcommission and Fonds	www.cinestyria.steiermark.at
 Cine Tirol	www.cinetirol.com
 Eurimages	www.coe.int/t/dg4/eurimages
 Fernsehfonds Austria	www.rtr.at/de/ffat/Fernsehfonds
 Filmförderung des Landes Niederösterreich	www.noel.gv.at/Kultur-Freizeit/Kunst-Kultur/Film-Und-Kinokultur.html
 Filmfonds Wien	www.filmfonds-wien.at
 Förderung des Landes Salzburg für kommerzielle Filmproduktionen	www.salzburgagentur.at
 MEDIA Programme	www.mediadesk.at/TCgi/TCgi.cgi?Target=home&P_KatSub=2

Österreichischer Musikfonds

Der Österreichische Musikfonds fördert Musikproduktionen auf Tonträgern oder sonstigen audiovisuellen Medien (Albumproduktionen) und mit dem Toursupport-Programm die Verbesserung der Rahmenbedingungen für Live-Auftritte im Rahmen von Österreich-Tourneen.



www.musikfonds.at
www.toursupport.at

Weitere nationale Anlaufstellen für Musikförderungen sind:

 *Projekt POP!*

www.projektpop.com

 *Soziale und kulturelle Einrichtungen der austro mehana*

www.ske-fonds.at

Unit F büro für mode

Für den Modebereich bietet Unit F spezifische Förderungen, Beratung und ein Netzwerk an.



www.unit-f.at

Bundesländer-Förderungen für die Kreativwirtschaft

departure

Die Agentur departure fördert Unternehmen der Kreativwirtschaft in Wien und bietet folgende Förderschienen an: departure_classic und departure_focus als Projektförderung für bestehende Unternehmen und GründerInnen, departure_experts als ExpertInnenunterstützung für bestehende Unternehmen und departure_pioneer als Unterstützung für UnternehmensgründerInnen. Interessant ist, dass im Bereich departure_focus auch Architekturschaffende angesprochen werden.

Sie können Ihr Unternehmen auch im Rahmen mehrerer departure Programme fördern lassen. Dabei darf die Fördersumme für drei Jahre allerdings höchstens EUR 200.000,- betragen.



www.departure.at

Einfalls!Reich – Förderung für kreative Impulse

Diese Förderung gilt für Kreativunternehmen in der Steiermark. Hier steht die finanzielle Förderung der Entwicklung und Umsetzung kreativer und innovativer Geschäftsideen im Vordergrund.



www.sfg.at/cms/2049

„Innovation“ – Beratungsstandards

Die Wirtschaftskammer Oberösterreich fördert mit den Maßnahmen *Ideenbewertung mit dem Innovationsradar*, *Innovationen finanzieren*, *Innovationen vermarkten und verwerten*, *Innovative Strategien entwickeln* und *Neue Ideen entwickeln* Beratungsleistungen, die UnternehmerInnen in Anspruch nehmen können, um Innovationspotenziale zu finden und erfolgreich umzusetzen.



http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?AngID=1&StID=127713&DstID=6788

Kreatives Handwerk Oberösterreich

Mit dem Förderprogramm „Kreatives Handwerk“ werden gezielt oberösterreichische Gewerbe- und Handwerksbetriebe angesprochen und motiviert, mit Produkt- und IndustriedesignerInnen zusammenzuarbeiten. Ziel ist es, die vielfach vorhandenen kreativen Ideen für neue Produkte und Innovationen mit DesignerInnen weiterzuentwickeln und umzusetzen.



www.netzwerk-design.at/1067_DEU_HTML.php

Kreatives Handwerk Salzburg

Bei der Initiative des ITG Salzburg und der Wirtschaftskammer werden Handwerksbetriebe, die eine kreative und zugleich wirtschaftlich vielversprechende Idee mitbringen, finanziell aber auch organisatorisch unterstützt. Das Förderprogramm im Rahmen der Initiative „Kreatives Handwerk“ unterstützt kleine und mittlere Handwerksunternehmen mit attraktiven Förderquoten.



www.kreativeshandwerk.at

Kreatives Handwerk Tirol

Das Förderprogramm gilt der Stärkung des Innovationspotenzials von Gewerbe- und Handwerksbetriebe durch Entwicklungspartnerschaften mit Unternehmen der Kreativwirtschaft. Es kann von KMUs in Tirol in Anspruch genommen werden und diesen dabei helfen, neue Produkte, Prozesse und Technologien einzuführen und damit die Innovation und den Kreativanteil im Tiroler Handwerk zu erhöhen.



www.createtirol.at

Weitere Förderungen, die interessant sein können

aws – austria wirtschaftsservice

- Ⓜ **Jungunternehmerförderung:** Unterstützung für Investitionen in ein junges Unternehmen.
- Ⓜ **Gründungsbonus:** Für UnternehmerInnen attraktiv, die erst in den nächsten Jahren gründen wollen.
- Ⓜ **Unternehmensdynamik:** Gefördert werden besonders innovative Projekte von Klein- und Mittelbetrieben.
- Ⓜ **ProTRANS:** Kooperationen von Kreativen mit traditionellen Unternehmen werden gefördert.
- Ⓜ **Mikrokredite:** Kleinunternehmen wird die Inanspruchnahme kleiner Kredite erleichtert.
- Ⓜ **Double Equity Garantiefonds:** Erleichterung der Finanzierung in der Gründungs- und Frühphase durch Verdoppelung von privatem Eigenkapital.
- Ⓜ **KMU-Haftungen:** Erleichterung der Fremdfinanzierung von bestehenden und neu gegründeten kleinen und mittleren Unternehmen.
- Ⓜ **ERP-Kleinkredite:** Kleinkredite von bis zu EUR 30.000,- für Modernisierungs- und Erweiterungsinvestitionen für kleine gewerbliche Unternehmen.
- Ⓜ **tecnet und tecma:** Unterstützung bei Markt- und Technologierecherchen sowie bei der Patentverwertung.
- Ⓜ **i2 - Börse für Business Angels:** Vermittlung von privaten Risikokapital-GeberInnen an innovative Unternehmen.



www.awsg.at

www.impulse-aws.at/foerderungen/aws_foerderinstrumente

AplusB

Das AplusB-Programm unterstützt AkademikerInnen in umfas-

sender Weise beim Weg in die Selbstständigkeit. Nähere Information erhalten Sie in den AplusB-Zentren der Bundesländer:

 Wien :	INITS	www.inits.at
 Niederösterreich	accent	www.accent.at
 Oberösterreich	tech2b	www.tech2b.at
 Salzburg	BCCS	www.bccs.at
 Tirol	CAST	www.cast-tyrol.at
 Vorarlberg	v-start	www.v-start.at
 Kärnten	build!	www.build.or.at
 Steiermark	SPG-Science Park Graz	www.sciencepark.at
 Steiermark	ZAT-Zentrum für Angewandte Technologie	www.unternehmerwerden.at



www.ffg.at/content.php?cid=68

COIN

Die Initiative unterstützt High-Tech-Unternehmensgründungen und unterstützt die Forschungs- und Technologieentwicklungstätigkeit von Unternehmen mit dem Fokus auf kleine und mittlere Betriebe.



www.ffg.at/content.php?cid=769

EU-Gateway Programm

Unterstützung und Beratung von innovativen Unternehmen beim Markteintritt in Japan und Korea.



<http://eu-gateway.eu>

Exportförderung und Web 2.0 für Wiener klein- und mittelständische Unternehmen

Unterstützung bei der Erschließung neuer Märkte und Einführung von modernen E-Commerce-Techniken für Wiener KMUs.



http://portal.wko.at/wk/format_detail.wk?AngID=1&StID=209720&DstID=1389

Innovationsscheck

Der Innovationsscheck (EUR 5.000, pro Jahr) ist ein Förderprogramm für Klein- und Mittelbetriebe mit dem Ziel, ihnen den Einstieg in eine kontinuierliche Forschungs- und Innovationstätigkeit zu ermöglichen.



www.ffg.at/content.php?cid=735

Innovationsschutzprogramm – ipp

Das Innovationsschutzprogramm – ipp bietet Unterstützung in Patentfragen, wenn technische Innovationen in die Märkte von Entwicklungs- und Schwellenländern eingeführt werden.



www.awsg.at/portal/index.php?n=686

Start-up Förderung

Diese Förderung richtet sich an junge, innovative und technologieorientierte Unternehmen und umfasst mehrere Maßnahmen zur Unterstützung dieser (z.B. bis zu 70% der Projektfinanzierung).



www.ffg.at/content.php?cid=45

Ausschreibungen und Awards, die interessant sein können

7. Europäisches Forschungsrahmenprogramm

Dieses kann speziell für Unternehmen im Bereich der Informationstechnologie und Multimedia interessant sein.



http://cordis.europa.eu/fp7/home_de.html

iF International Forum Design

Vermittlungsstelle zwischen Design und Wirtschaft, vergibt namhaftes Markenzeichen für „ausgezeichnetes“ Design.



www.ifdesign.de

.KUNST Service des bm:ukk

Aktuelle Ausschreibungen des Bundesministeriums für Unterricht, Kunst und Kultur (bm:ukk).



<http://www.bmukk.gv.at/kunst/service/ausschreibungen.xml>

mingo award des Wiener Wirtschaftsförderungsfonds

Auszeichnung für kreative und innovative Wiener Klein- und Mittelbetriebe.



www.mingo.at

Staatspreis

Dieser Wirtschaftspreis dient Unternehmen, die außergewöhnliche Leistungen zeigten, in ihren Marketingbemühungen. Hier sind vor allem die Staatspreise für *Werbung*, *Public Relations*, *Vorbildliche Verpackung*, der Adolf Loos Staatspreis für *Design*, der Staatspreis für *Architektur*, für *Multimedia* und *e-Business* und jener für *Innovation* im Zusammenhang mit der Kreativwirtschaft erwähnenswert.



www.bmwfj.gv.at/BMWA/Service/Staatspreise/default.htm

Tipp



Es gibt viele unterschiedliche Förderungen. Online-Förderdatenbanken helfen, sich einen ersten Überblick zu verschaffen. Die Förderdatenbank der Wirtschaftskammer Österreich bietet hier eine einzigartige Übersicht über die Wirtschaftsförderungen in Österreich, zudem gibt es in den Wirtschaftskammern aller Bundesländer eigene FörderberaterInnen, die eine kostenlose Beratung über Fördermöglichkeiten anbieten. Informationen zu Förderungen bieten u.a. auch die *austria wirtschaftsservice* oder der Förderassistent der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft.



<http://wko.at/foerderungen>

Förderdatenbank der Wirtschaftskammer Österreich

www.awsg.at/portal/index.php?n=422&m666mlp=2

Landesförderungen in der Förderdatenbank der aws - *austria wirtschaftsservice*

www.ffg.at/content.php?cid=307

Förderassistent der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft





*Gemeinsam sind wir stark/***Netzwerke**

Mit einer Hand lässt sich kein Knoten knüpfen.

Spruchwort

Der Mehrwert funktionierender Netzwerke ist nicht in Zahlen festzumachen. Oft sind es informelle oder formelle Netzwerke, in denen sich Aufträge aufspüren lassen, ein reger Fachaustausch stattfindet und sich Projektgemeinschaften finden.

Netzwerke sind ein unverzichtbarer Ort, um sich mit anderen auszutauschen, sich Anregungen zu holen und die eigene Kreativität in der Community unter Beweis zu stellen.

Die folgende Linksammlung bietet einen kurzen Überblick über Netzwerke in der Kreativbranche.

Bundesweite branchenübergreifende Netzwerke

arage creativ wirtschaft austria

Kompetenzzentrum für Kreative, das eingebettet in die Wirtschaftskammer Österreich, die Interessen der Kreativwirtschaft vertritt und ihren wirtschaftlichen Erfolg unterstützt.



www.creativwirtschaft.at

CreativDepot

Online-Tool zur Registrierung kreativer Leistungen mithilfe eines digitalen Zeitstempels.



www.creativdepot.at

dasauge.at – Kreative im Netz

Netzwerk für Kreative inklusive Stellenmarkt – mit der Möglichkeit Profile, Einträge und eine Werkschau zu erstellen.



www.dasauge.at

European Institute for Progressive Cultural Policies

Netzwerk und Informationspool für alle Kreativschaffenden.



<http://eipcp.net>

GO! Gründer Offensive

Das Portal der GO! Gründer Offensive der Erste Bank und Sparkassen.



www.go-gruendercenter.net

Fachhochschule Salzburg

Kompetenzzentrum für den kreativen Nachwuchs in den Bereichen IT, Medien & Design.



www.fh-salzburg.ac.at

Fachhochschule Vorarlberg

Kompetenzzentrum für den kreativen Nachwuchs im Bereich IT & Multimedia.



www.fhv.at

Initiative Kulturwandel

Arbeitskreis mit Fokus auf das Thema Unternehmenskultur.



www.kulturwandel.eu

Innovatives Unternehmen – Jeder kann innovativ sein

Initiative zur Unterstützung von Innovationen in kleinen und mittleren Unternehmen.



www.innovatives-unternehmen.at

Institut für Kulturkonzepte

Kompetenzzentrum für Kulturmanagement, Training und Beratung.



www.kulturkonzepte.at

izb & GO! Businessplan-Wettbewerb

Initiative zur Erstellung von Unternehmenskonzepten, mit den Schwerpunkten Information, Feedback, Wettbewerb und Netzwerk.



www.izb.at

JULAND BarcelonaVienna

Entwicklung kreativer Lösungen aus den Bereichen Design, Multimedia und Architektur.



www.julandscape.com

MQ Wien

Kulturareal und Kompetenzzentrum für Mode, Kunst, Design, Architektur, Tanz, Theater, Literatur, Musik und digitale Kunst.



www.mqw.at

shapeshifters

Internationale Wissensagentur und Netzwerk für Kreativschaffende. Einige Bereiche sind nur mittels Registrierung über Empfehlung zugänglich!



www.shapeshifters.net

Unternehmerweb

Österreichs unabhängige Plattform für GründerInnen.



www.unternehmerweb.at

we-workshops for entrepreneurs

Ausbildungsprogramm mit praxisnahen Vorträgen hochkarätiger ReferentInnen.

www.we-workshops.at

Branchenübergreifende Netzwerke in den Bundesländern

C hoch 3 – Creative Community Coaching

Creative Community Coaching sind Workshops zur Vernetzung und zum Ausbau unternehmerischer Kompetenzen, die von der arge creativ wirtschaft austria (cwa) in Kooperation mit regionalen Partnern für Kreativschaffende kostenlos angeboten werden. C hoch 3 – Creative Community Coaching gibt es in der Steiermark, Niederösterreich und ab 2010 in Vorarlberg.



www.creativwirtschaft.at

Information zu den regionalen Anbietern.



Niederösterreich:

www.noewifi.at



Steiermark:

www.cis.at



Vorarlberg:

www.designforum.at

Clusterland Oberösterreich

Kooperationskompetenzzentrum für Unternehmensnetzwerke in Oberösterreich.



www.clusterland.at

Creative Community

Die Creative Community ist eine Initiative der Stadt Linz mit dem Netzwerk Design & Medien / Clusterland OÖ GmbH. Kreative werden mit geförderten Mieten in kreativen Gründerzentren, Coaching, Informationsservice und gemeinsamen Austausch- und Vernetzungsmöglichkeiten unterstützt.



www.creativecommunity.linz.at

Creative:Graz

Unterstützung kreativer Impulse durch die Wirtschaftsabteilung der Stadt Graz.



www.creative.graz.at

Creative Industries Styria

Netzwerkorganisation die Bewusstsein für die Kreativwirtschaft auf regionaler und internationaler Ebene schafft.



www.cis.at

Creativespace

Vernetzungsplattform der Wirtschaftskammer Wien zwischen traditionellen Unternehmen mit den Creative Industries.



www.creativespace.at

departure

Zentrale Anlaufstelle und Förderorganisation der Creative Industries in Wien.



www.departure.at

forum mozartplatz

Vernetzungszentrum zwischen UnternehmerInnen aus klassischen Unternehmensbereichen und jenen der Kreativwirtschaft.



www.forum-mozartplatz.at

ITG - Innovations- & Technologietransfer Salzburg GmbH

Gemeinnützige Gesellschaft zur Unterstützung neuer Ideen und der Förderung der Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Wissenschaft sowie zwischen Betrieben.



www.itg-salzburg.at

Konnex Creative Communities Rochuspark, Schrauben- und Hutfabrik

Wiener Unternehmenszentren für Kreativschaffende.



www.rochuspark.at

www.schraubenfabrik.at

www.hutfabrik.com

mingo

Kompetenzzentrum des Wiener Wirtschaftsförderungsfonds für die Kreativwirtschaft.



mingo.at

Prisma Zentrum für Standort- und Regionalentwicklung

Denkwerkstatt und Partner für die Realisierung innovativer Standort- und Regionalentwicklungsprojekte.



www.prisma-zentrum.com

Regionalmanagement Burgenland

Beratungsstelle mit Schwerpunkt EU-Förderprogramme für burgenländische Unternehmen.



www.rmb.at

Wirtschaftsstandort Vorarlberg

Serviceunternehmen zur Stärkung innovativer Geschäftsideen in Vorarlberg.



www.wisto.at

Zentrum für Kreativwirtschaft

Vernetzungs-, Service- und Beratungsstelle für die Kreativwirtschaft im Burgenland.



www.kreativwirtschaft.net

Netzwerke für Mode, Design & Architektur

AustrianFashion.Net

Offene Kommunikationsplattform österreichischer Modeschaffender.



www.austrianfashion.net

AUT architektur und tirol

Kompetenzzentrum und Netzwerk für Architektur.



www.aut.cc

designerdock

Personalberatung inklusive Stellenmarkt für die Kommunikationsbranche.



www.designerdock.at

designforum

Verein zur Förderung österreichischen Designs.



www.designforum.at

MODABOT

Nachrichtenagentur für Avantgarde Mode.



www.modabot.de

neigungsgruppe design

Initiative zur Wahrnehmungsförderung von Design in Österreich.



www.neigungsgruppe-design.org

ndu - New Design University

Kompetenzzentrum für den kreativen Nachwuchs in den Bereichen IT und Design.



www.ndu.ac.at

PAD - Pure Austrian Design

Präsentationsplattform für österreichisches Design.



pureaustriandesign.com

Unit F büro für mode

Förderplattform für zeitgenössisches österreichisches Modedesign.



www.unit-f.at

Netzwerke für IT & Multimedia

Ars Electronica Futurelab

Arbeitsraum, Präsentationsplattform und Kompetenzzentrum für KünstlerInnen mit Blick auf das Spannungsfeld Kunst, Technologie und Gesellschaft der Zukunft.



www.aec.at/futurelab

Barcamp Austria – Barcamp Vienna

International ausgerichtetes Netzwerk für Kreativschaffende und Web 2.0. Affine.



www.barcamp.at

International Center for New Media (ICNM)

Unterstützung, Beratung und Training im Bereich New Media und Hilfe bei der Erschließung neuer Märkte für Produkte aus diesem Bereich.



www.icnm.net

Internet Service Providers Austria (ISPA)

Vereinigung der österreichischen Internet Service Provider und Dachorganisation der Internet-Wirtschaft.



www.ispa.at

media coop

Kompetenznetzwerk für Mediengestaltung.



<http://fhplus.media.coop>

Netzkulturwerkstätten

Weblog aus den Netzkulturwerkstätten in Wien und Dornbirn.



<http://lab.netculture.at>

Netzwerk Design und Medien

Informations- und Kommunikationsplattform rund um das Thema Design.



www.netzwerk-design.at

Ninc NetWorks

Plattform für junge Kreative mit genügend Platz für Präsentationen, Zusammenarbeit und vor allem dem notwendigen Netzwerken.



www.nnw.at

Quartier für Digitale Kultur

Netzwerkort für Kreative und Interessierte aus dem Bereich der digitalen Kultur.



<http://qdk.blogsome.com>

Netzwerke für Handwerk

Kreatives Handwerk Oberösterreich

Vernetzung von Gewerbe- und Handwerksbetrieben in Oberösterreich mit Unternehmen aus der Kreativwirtschaft.



www.netzwerk-design.at/1067_DEU_HTML.php

Kreatives Handwerk Salzburg

Vernetzung von Gewerbe- und Handwerksbetrieben in Salzburg mit Unternehmen aus der Kreativwirtschaft.



www.kreativeshandwerk.at

Kreatives Handwerk Tirol

Vernetzung von Gewerbe- und Handwerksbetrieben in Tirol mit Unternehmen aus der Kreativwirtschaft.



www.createtirol.at

Meisterstraße Austria

Kompetenznetzwerk für Handwerkskultur in Österreich.



www.meisterstrasse.at

meister-stück

Informationsplattform und Netzwerk für österreichische Handwerkskunst.



www.kudweis.at/meister-stueck

Werkraum Bregenzerwald

Plattform für das Neue Handwerk aus dem Bregenzerwald.



www.werkraum.at

Netzwerke für Musik und Film

AMAN - Austrian Music Ambassador Network

International ausgerichtete Vereinigung österreichischer Musiklabels.



www.aman.ag

Austrian Film Commission - Filmpromo international

Organisation zur Bewerbung und weltweiten Vermarktung des österreichischen Films.



www.afc.at

Drehbuchforum Wien

Kompetenzzentrum für Filmschaffende und FilmproduzentInnen mit den Schwerpunkten Ausbildung, Vermittlung und Service.



www.drehbuchforum.at

mica – music information center austria

Servicezentrum und Interessenvertretung für Musikschaaffende aus Österreich.



www.mica.at

Interessenvertretungen

arge creativ wirtschaft austria



www.creativwirtschaft.at

austrian illustration



www.austrianillustration.com

Bundeskammer der Architekten und Ingenieurkonsulenten



www.arching.at

Creativ Club Austria



www.creativclub.at

designaustria



www.designaustria.at

Fachverband der Audiovisions- und Filmindustrie



www.fao.at

Fachverband Ingenieurbüros



www.ingenieurbueros.at

Fachverband Werbung und Marktkommunikation



www.fachverbandwerbung.at

Interessenvertretung der österreichischen Film- und Fernsehregisseure



www.directors.at

Kulturrat Österreich – Interessenvertretungen von Kunst-, Kultur- und Medienschaffenden



www.kulturrat.at

Public Relations Verband Austria



www.prva.at

Typographische Gesellschaft Austria



www.typographischegesellschaft.at

Verband Druck & Medientechnik



www.druckmedien.at

Verband Filmregie



www.austrian-directors.com

Was sonst noch interessant sein kann

Horizont.at

Online-Informationsdienst für Werbung, Medien & Marketing.



www.horizont.at

Lürzer's Archive

Weltweites Online-Archiv für Werbung.



www.luerzersarchive.net



Stichwortverzeichnis

A

Allgemeine Auftragsbedingungen (AABs)	22 f., 52 f.
Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGBs)	22 f., 52 f.
Anmeldegebühr	11, 39, 48, 60, 62
arge creativ wirtschaft austria	7, 16, 29f., 79, 84, 100ff.
Auftragsarbeit	23 ff., 52f., 69f.
Ausland	40f., 60 f., 87

B

Bankkredit	79
Beteiligungen	9, 54, 78
Businessplan	73 ff., 102

C

Copyright	7, 15f., 70
CreativDepot	7, 15ff., 29ff., 51, 100
Creative Commons	15ff., 29f.

E

Erfindung	9 ff., 32, 56 ff.
Europäisches Patentamt	10 f., 62 ff.
Exklusivlizenz	54 f.

F

Finanzierung	9, 72 ff.
Förderungen	73ff.,
Förderantrag	81
Institutionen	73, 78 ff.
Programme	77, 84 ff.

G

Gebrauchsmuster	10 f., 30, 57 ff.
Gebühreninformation	<i>siehe Anmeldegebühren</i>
Gebührenrechner	41, 50f.

Geistiges Eigentum	7, 8 ff., 15, 65f., 82f.
Gemeinschaftsgeschmacksmuster	31, 46 ff.
Gemeinschaftsmarke	10, 36 ff.
Geschäftsidee	73 ff., 90, 106
Geschmacksmuster	9f., 31, 45ff.
GO! GründerCenter der Erste Bank	76, 102

H

Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt	10 f., 31, 36ff., 49f.
--	------------------------

I

Idee	8, 12ff., 28ff., 73ff.
Interessenvertretung	21, 73, 111f.
Investition	74 ff.

K

Kennzeichnung	15 ff.
Konzept	7, 15ff., 70 ff.
Kreativwirtschaft	7, 14, 79ff., 100ff.
Kredit	<i>siehe Bankkredit</i>

L

Lizenzierung	15ff.,
--------------	--------

M

Marke	9 ff., 34ff., 50, 65ff., 82ff., 114
Marktwert	9
Muster	<i>siehe Geschmacksmuster</i>

N

Netzwerke	98 ff.
-----------	--------

O

Österreichisches Patentamt	10 f., 31ff., 46ff., 57ff., 82
----------------------------	--------------------------------

P

Patent	10 f., 30 f., 36 ff., 46 ff., 57 ff., 82, 92 f.
PCT - Anmeldung (Internationales Patent)	62 f.
Priorität	15, 29 ff., 42, 49

R

Registered Commons	16
--------------------	----

S

Sammelanmeldung	45 ff.
Schutzart	11
Schutzdauer	11, 36, 46 ff., 58 f.
Schutzgegenstand	11
Schutzrechte	9, 21, 83
s Gründer Konto	78

U

Urheberschutz	9 ff., 65 ff.
---------------	---------------

V

Veröffentlichung	15, 25, 31 f., 51, 68
Vertrag	22 ff., 52 f., 71
Verwertung	15 ff.
Verwertungsarten	18
Verwertungsgesellschaften	20 ff.
Verwertungsrechte	23 ff.

W

Wettbewerbsrecht	42, 64 ff.
Werk	9, 13 ff.
Werknutzungsbewilligungen	18 ff.
Werknutzungsrechte	18 f.
World Intellectual Property Organization	10 f., 36 ff., 46 ff., 58

Ein Danke ans Netzwerk

Die Aufbereitung der teils sehr komplexen Informationen wäre ohne ein Netzwerk an UnternehmerInnen und ExpertInnen, die ihr Wissen eingebracht haben, nicht möglich gewesen.

ExpertInnen

Mag. Rene Bogendorfer	www.wko.at
Dr. Georg Buchtela, MAS	www.awsg.at
DDr. Meinhard Ciresa	www.ciresa.at
Mag. Oliver Ertl	www.g-recht.at
Dr. Karin Gmeiner	www.karingmeiner.at
Mag. Katharina Großbauer	www.lansky.at
Dr. Harald Karl	www.pepelnik.at
Mag. Rudolf Lichtmanegger	www.creativwirtschaft.at
Mag. Huberta Maitz-Strassnig	www.wko.at
Mag. Claudia S. Parenti, LL.M	www.lansky.at
DI Dr. Siegfried Pfandler	www.klimenthenhapel.at
Dr. Andrea Scheichl, MAS	www.patentamt.at

Hilfreicher Input aus UnternehmerInnensicht:

Mag. Stefan Leitner-Sidl	www.schraubenfabrik.at
Mag. Martina Schubert	www.fofos.at

Folgende UnternehmerInnen standen für Fotos zur Verfügung:

Karin Beinstainer	www.squareunion.at
Paul Hemetsberger	www.dict.cc
Mag. Erika Huber	www.aifs.at
Ivan Iliev	www.commquest.at
Mag. Michael Pöll	www.rochuspark.at
Freddy Prost	www.werbung.ch
Robert Six	www.squareunion.at
Dikran Telfeyan	www.ohmtv.com
DI Hans Unterfrauner	www.landschaftsoekologie.at
Markus Zahradnik	www.zahradnik.at

Kreativität ist der Wert der Zukunft – Ihrer Zukunft als KreativunternehmerIn! Dabei stellt neben Ihrer Kreativität und Ihrem Können vor allem der professionelle Umgang mit geistigem Eigentum und Finanzen eine entscheidende Grundvoraussetzung für Ihren Geschäftserfolg dar. Wissenswertes und Praktisches zum Schutz geistigen Eigentums, Förderungen & Finanzierungen und Netzwerken in der Kreativwirtschaft erfahren Sie hier. Erhöhen Sie den Wert Ihrer Arbeit. Nicht irgendwann. Jetzt!



CREATIVWIRTSCHAFT.AT



WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

part of



evolve

