

Ideentresor

Kampf gegen den Ideenklau - der Ideentresor. Gute Eingebungen fallen meistens nicht vom Himmel. Sie erfordern eine gehörige Portion Kopfarbeit und in ihnen stecken viel Zeit sowie Mühe. Daher ist es umso verständlicher, dass Urheber ihre kreativen Werke schützen wollen. Das passende Tool für die Werbebranche ist der kostenfreie Ideentresor. Hinzu kommt eine Serviceleistung der Wirtschaftskammer Österreich, mit der innovativen Blockchain-Technologie.

Nichts ist für einen Kreativen unangenehmer, wenn dieser seine Einfälle präsentiert, um dann zu entdecken oder vom Kunden zu hören, dass genau dieser Entwurf bereits beim Patentamt registriert ist. Damit das nicht passiert, stellt der Fachverband Werbung und Marktkommunikation ein hilfreiches Werkzeug – den Ideentresor – zur Verfügung.

Check der Markenidee
Bereits in der Entwurfsphase ist es sinnvoll, grob abzuklären, ob es sich lohnt, den Gedanken weiterzuverfolgen. Direkt auf der Website des Ideentresors findet sich eine Verlinkung, die zu einem Vorcheck führt. Der sogenannte „Marken-Quick-Check“ überprüft kostenfrei, ob eine Registrierung vorliegt. Das Werkzeug entbindet aber niemanden vor einer patentamtlichen Recherche und einer markenrechtlichen Anmeldung.

Nach dem Pitch taucht die Idee plötzlich woanders auf
Jeder kennt das: Ein hervorragender Einfall für Werbekonzepte, Illustrationen, Markennamen oder anderen Werbesujets wird bis spät in die Nacht hinein für einen Pitch entwickelt. Morgens geht es siegessicher zur Präsentation beim Kunden. In diesem Zeitraum entsteht oft ein Vakuum, in dem die kreative Schöpfung des Ideengebers in höchster Gefahr schwebt. Nach einer gelungenen Darstellung kommt es – wie die Praxis zeigt – gar nicht so selten vor, dass eine Agentur den Pitch nicht gewinnt. Wochen später stellt sie voller Überraschung fest, dass die eigene Idee plötzlich woanders aufscheint. Was nun?

Abwehr von Plagiatsvorwürfen
Der Ideentresor ist aber auch noch in einer anderen Situation hilfreich. Wenn der Spieß umgedreht und der Agentur vorgeworfen wird, eine Konzeption kopiert zu haben. Denn in solchen Momenten von Ideeklau beginnt ein langer Weg einer urheberrechtlichen Auseinandersetzung. Die ersten berechtigten Fragen der Anwälte und Richter sind: Können Sie wirklich belegen, dass Sie tatsächlich der Urheber sind, und haben Sie einen objektiven zeitlichen Nachweis zur Verfügung? Mit dem Ideentresor ist die Bestätigung von Zeitpunkt und Urheberschaft klar vorhanden.

Hier geht es zum Ideentresor des Fachverbands Werbung.
Im Ideentresor werden alle einlangenden Ideen katalogisiert und über einen Zeitraum von sieben Jahren in einem Tresor kostenfrei aufbewahrt. Der Fachverband akzeptiert nur Einreichungen in einem verschlossenen Kuvert. Nach Einlangen des Kuverts erhalten Sie eine Empfangsbestätigung. Bitte beachten Sie: Die Kuverts werden selbstverständlich nicht geöffnet. Es erfolgt auch keine Überprüfung, ob es sich bei den einlangenden Ideen um "schützenswerte Ideen" handelt. Durch Hinterlegung Ihrer Idee beim Fachverband stellen Sie jedoch die zeitgerechte Einreichung bei einer zuverlässigen Stelle sicher.

Per Post schicken Sie Ihre Ideen an:
FV Werbung und Marktkommunikation, "Ideentresor"
Wiedner Hauptstraße 63, 1040 Wien

Schutz des Urhebers mit der Blockchain-Technologie
Mit dem **Datenzertifizierungsservice der Wirtschaftskammer Österreich** lässt sich die Echtheit digitaler Daten mithilfe der neuesten Blockchain-Technologie zuerst bestätigen und im Fall der Fälle überprüfen.

Um Urheberrechts-Streitigkeiten aus dem Weg zu gehen empfehlen wir:

Recherche (vor allem bei Logos) vor der Entwurfsarbeit, so umfassend, wie möglich
Suche in Datenbanken und Markenverzeichnissen
Thematische, regionale Eingrenzung
Überblick über Slogans, Logos, Marken der Kundenkonkurrenz
Gesucht wird im Internet:

www.wipo.int/wipogold/en/ (Madrid Express Markendatenbank)
www.brandsoftheworld.com
www.dpma.de (Deutsches Marken- und Patentamt)
www.patentamt.at (Markenregister).
In Österreich können Logos doppelt geschützt sein: durch das Urheberrecht (bei ausreichender Individualität und Originalität) und durch das Markenrecht als Wort- und/oder Bild-Marke. Der Urheberrechtsschutz ergibt sich automatisch durch die Schaffung des Werkes, der Markenschutz erst durch Eintragung in das Markenregister. Die Schutzfristen sind unterschiedlich lang. Urheberrecht: 70 Jahre ab Tod des Urhebers. Markenrecht: 10 Jahre ab Eintragung ins Markenregister (kann aber beliebig oft verlängert werden).