

Neues aus der Rechtsberatung

Gehören Ideen jedem?

Die Frage nach dem Ideenschutz, ob und wie Ideen vor Nachahmung geschützt sind, stellt sich für Fundraiser/innen im Zusammenhang mit der Präsentation von Konzepten, Kampagnen, Exposés oder Ideen für die Gewinnung von Spendern oder Sponsoren im Rahmen eines Wettbewerbs oder Pitch gegenüber potenziellen Auftraggebern oder Kooperationspartnern.

Zum Thema



Nicole Schmidt ist Rechtsanwältin bei dtb Rechtsanwälte und Dipl.-Kulturmanagerin

Was ist eine Idee und wie kann man Ideen schützen?

Was eine Idee ausmacht, gibt der Gesetzgeber nicht vor, auch wenn er mitunter den Schutz der Idee ausdrücklich ausschließt. Im Duden wird eine Idee definiert als „schöpferischer Gedanke“, „Vorstellung“ oder als „guter Einfall“. Die Interpretation als schöpferischer Gedanke lässt an das Urheberrechtsgesetz (UrhG) denken, das die persönliche geistige Schöpfung schützt.

Im Urheberrecht wird der Schutz von Ideen mit der Begründung abgelehnt, dass Ideen gemeinfrei sind und jedem zur Verfügung stehen sollen. Ideen dürfen demnach von jedem aufgegriffen, bearbeitet und weiterentwickelt werden. Beispiele solcher Ideen sind die Spielidee, die Werbeidee, einen vermenschlichten rosaroten Elefanten einzusetzen, das Fernsehshowformat, Menschen durch ein Labyrinth gehen zu lassen, Schmuckanhänger in Form eines Herzens herzustellen oder bei einer Gedenkstätte die Namen der ermordeten Personen in einer Friedhofsmauer zu verewigen.

Die Idee bleibt jedoch nicht völlig schutzlos. Erreicht sie eine konkrete Form oder Gestalt und bringt sie zusätzlich den individuellen und schöpferischen Gehalt des Urhebers zum Ausdruck, kann sie nach dem UrhG geschützt sein. Nimmt der rosarote Elefant eine konkrete Gestalt an, indem er zeichnerisch umgesetzt wird, kann diese konkrete Gestaltung geschützt sein. Während jeder berechtigt bleibt, einen rosaroten Elefanten in einer Fundraisingkampagne einzusetzen, kann die unberechtigte Übernahme oder Kopie des konkret gestalteten Elefanten vom Urheber oder Rechteinhaber unterbunden werden. Nachzuweisen ist in solchen Fällen, dass der Urheber der Schöpfer des rosaroten

Elefanten ist oder der Rechteinhaber die Rechte für die Nutzung des Elefanten innehat. Texte und Slogans können ebenfalls nach dem UrhG geschützt sein, entscheidend ist auch dabei der Nachweis der Urheberschaft.

Gibt man der Idee einen Namen und/oder ein Bild, können diese Zeichen als Marke, beispielsweise für das Sammeln von Spenden, geschützt werden. Marken können beispielsweise Wörter, einzelne Buchstaben, Wort-Bild-Kombinationen oder dreidimensionale Gestaltungen sein. Ausschlaggebend ist, dass diese Zeichen als Herkunftshinweise geeignet sind, Waren und Dienstleistungen des einen Anbieters von den Waren und Dienstleistungen eines anderen Anbieters zu unterscheiden. Hinsichtlich des Schutzzumfangs ist einzig zu berücksichtigen, dass die Marke zwar den Namen oder das Bild für das Sammeln von Spenden schützt, das dahinterstehende Konzept ist vom Schutzzumfang in der Regel nicht erfasst.

Gleichwohl kann im Fundraising mit starken Marken große Aufmerksamkeit erreicht werden. Da Marken Monopolstellungen gewähren, können Nachahmer und Trittbrettfahrer von der Spendensammlung unter Verwendung registrierter Namen oder Bilder ausgeschlossen werden.

Vertragliche Absicherung

Unabhängig davon, ob eine Idee oder ein Konzept als solche rechtlich geschützt sind, kann deren Schutz mit einer Vertraulichkeitsvereinbarung erreicht werden. Geschäftspartner oder Auftraggeber können so vor der Präsentation zur Geheimhaltung aller Inhalte der Präsentation und zur spätere

ren Nichtverwendung verpflichtet werden. Wird eine Vertragsstrafe vereinbart, ist diese bei einer Verletzung der Vertraulichkeitsvereinbarung zu zahlen. Anderenfalls bleiben Schadenersatzansprüche.

Schadenersatzansprüche sind auch in Verbindung mit dem Wettbewerbsrecht (UWG), das den fairen Wettbewerb regelt, möglich. Werden Vorlagen, beispielsweise Werbekonzepte, einem anderen anvertraut, beispielsweise einem potenziellen Geschäftspartner, und verwendet dieser diese Vorlagen unbefugt zu Zwecken des Wettbewerbs, macht er sich schadenersatzpflichtig, strafbar und ist zur Unterlassung verpflichtet. Um im Zweifel nachweisen zu können, dass es sich um anvertraute Vorlagen handelt, ist auch in diesem Fall eine ausdrückliche schriftliche Vereinbarung ratsam, die von beiden Parteien unterzeichnet

werden sollte, bevor der Ideengeber seine Unterlagen dem potenziellen Geschäftspartner anvertraut.

Ergebnis

Zwar sind Ideen als solche regelmäßig schutzlos, doch schützt das UrhG die Idee, sobald sie eine konkrete Form oder Gestalt annimmt. Ein auf jeden Fall wirksamer Schutz der Idee, Präsentation oder des Konzepts ist durch eine Vertraulichkeitsvereinbarung zu erreichen. Diese sollte klar, verständlich und eindeutig formuliert sein und vor der Präsentation vereinbart werden. Gleichzeitig ist es ratsam, den Präsentationsinhalt beim Rechtsanwalt oder Notar vor dem Pitch zu hinterlegen.

Nicole Schmidt

Buchtipp

Rheinischer Kapitalismus. Eine Streitschrift für mehr Gerechtigkeit

(Meurer, Franz; Ott, Jochen; Sprong, Peter)

Der Rheinische Kapitalismus ist die soziale Antwort auf die kapitalistische Marktwirtschaft nach anglo-amerikanischem Vorbild. Nach dem Zweiten Weltkrieg entwickelte sich der Rheinische Kapitalismus mit der Politik Adenauers und Erhards in Bonn am Rhein, nahm mehr Rücksicht auf Arbeitnehmer und sorgte für ein gewisses Maß an sozialer Gerechtigkeit – eine gute Mischung aus Kapitalismus und Sozialismus.

Rheinischer Kapitalismus meint, dass der Umsatz dann am größten ist, wenn alle mittrinken, wird Kabarettist Jürgen Becker zitiert. Der anglo-amerikanische Kapitalismus hingegen besagt, dass der Umsatz am größten ist, je mehr es zu trinken gibt. Der Rheinische Kapitalismus legt dabei seinen Fokus auf den Menschen im System, der anglo-amerikanische Kapitalismus auf das System um den Menschen. Denn es ist noch lange nicht an alle gedacht, wenn nur jeder an sich denkt.

Der Text beginnt mit einem metaphorisch geladenen Bild: Ein Unternehmensberater, ein Politiker und ein Pfarrer,

stellvertretend für Wirtschaft, Politik und Gesellschaft, sitzen zusammen in einem Boot auf dem Rhein. Gemeinsam machen sie eine Zeitreise durch die wirtschaftliche, politische und soziale Geschichte in Deutschland und nehmen Theorie und Praxis unter die Lupe.

Sie sitzen in einem Boot, sind aber aufgrund ihrer Hintergründe nicht immer einer Meinung. Praktische Beispiele zeigen jedoch, dass die Welt besser wird, wenn sie „rheinischer“ wird, zum Beispiel, wenn Mitarbeiter gemeinsam an einem Strang ziehen und Einsatz zeigen, dafür aber auch einen Anteil am Gewinn sowie Wertschätzung erhalten. „Das ‚Prinzip Kooperation‘ ist in der menschlichen Natur (...) ebenso angelegt wie das ‚Prinzip Wettbewerb‘“, lautet die Meinung der Autoren.

Meurer, Ott und Sprong nehmen sich aktuelle Themen vor, die in den Medien kursieren, diskutieren diese und sind um einen konstruktiven „dritten Weg“ bemüht, der das Beste aus beiden Welten, aus Liberalismus und Kollektivismus, vereint. Hier und da lockern sie die Beschreibung der wirtschaftlichen, politischen und sozialen Wirklichkeit durch persönliche Fußnoten und teils humorvolle Kommentare auf und sorgen so gelegentlich für ein nachdenkliches Schmunzeln.

Viktoria Lehr



ISBN: 3774306311, Preis: 9,90