

## Pitches II

## Gut präsentiert – schlecht abgeschnitten?

Der Pitch ist gelaufen, die Arbeit getan. Was aber, wenn sich für Agenturen herausstellt, dass kein Auftrag daraus wird, die eigenen Ideen jedoch verwertet worden sind? Ein paar Beispiele aus der Praxis. — von Reinhard Fischer

**P**itches sind für die meisten Agenturen eher Fluch als Segen: Wenn nach harter Arbeit der Auftrag an die Konkurrenz geht, ist die Enttäuschung groß. Noch ärgerlicher ist es aber, wenn die eigenen Ideen trotzdem verwertet werden. Daher tun Kreative gut daran, mit dem Unternehmen, das den Pitch auslobt, eine vertragliche Vereinbarung zu treffen. Hiermit können sie die Nutzung ihrer Ideen effektiv untersagen, sofern es nicht zum Auftrag kommt (siehe auch Ausgabe 6/2017, Seite 41).

Was aber, wenn – wie in der Regel – keine Vereinbarung getroffen wurde? Dann kommt es vor allem darauf an, ob die Agentur Urheberrechte geltend machen kann: Dafür müssen die präsentierten Arbeitsergebnisse über bloße Ideen oder Konzepte hinausgehen. In einem Fall aus dem Jahr 2009 entschied das Oberlandesgericht Köln etwa gegen die Urheberrechtsfähigkeit eines Werbekonzepts. Die Nutzung des Konzepts ohne Zustimmung der Agentur war aus Sicht der Richter nicht zu beanstanden. Dies soll nach einigen Urteilen auch gelten, wenn die Agentur Vorlagen als vertraulich gekennzeichnet und die Verwendung durch ausdrücklichen Vermerk untersagt hat.

Wer bereits konkrete Ausgestaltungen liefert, kann sich unter Umständen auf den Urheberrechtsschutz berufen, muss dafür aber mit der Idee eine bestimmte

»Gestaltungshöhe« – also einen gewissen Grad an Individualität – erreicht haben. Das zeigt ein Urteil des Landgerichts Mannheim aus dem Jahr 2010: In dem betreffenden Fall

hatte eine Agentur bei einem Pitch der Buchhandelskette Thalia den Slogan »Thalia verführt zum Lesen« vorgeschlagen. Die Kette lehnte ab, nutzte aber den Slogan. Die Agentur klagte auf Schadenersatz. Das Landgericht Mannheim wies die Klage ab. Die Begründung der Richter: Die erforderliche Gestaltungshöhe des Slogans sei nicht erreicht, der Slogan daher frei verwendbar.

Bei Logos und anderen grafischen Gestaltungen dürfte der Fall einfacher sein: Sie fallen in der Regel als Werke der bildenden Kunst unter urheberrechtlichen Schutz. Allerdings gibt es auch Negativbeispiele – wie eine, wenn auch ältere, Entscheidung des Oberlandesgerichts Köln zeigt: In den 1980er Jahren hatte eine Werbeagentur Klage gegen Mitglieder der ARD eingereicht. Der Vorwurf: Der Sender hätte ein Signet verwendet, das die Agentur zuvor in einem Pitch als Vorschlag präsentiert hatte. Die Richter hatten die Klage jedoch zurückgewiesen, da sie in dem Signet keine ausreichende Gestaltungshöhe sahen. Unterliegt ein Logo dem Urheberrechtsschutz, kann aber ebenfalls nur die Übernahme dieses Logos (gegebenenfalls mit geringen Änderungen) beanstandet werden. Die Übernahme der Konzeptidee in einer abweichenden Gestaltung dürfte demgegenüber in der Regel eine freie Bearbeitung und damit zulässig sein.

Was aber gilt für Produkt- und Verpackungsdesigns? Konkrete Gestaltungen können als Werke der angewandten Kunst ebenfalls Urheberrechtsschutz genießen. Geringere Anforderungen gelten für den Designschutz. Agenturen, die versäumt haben, für ihren Entwurf Designschutz anzumelden und womöglich feststellen, dass ihr Auftraggeber dies nach einer Präsentation getan hat, können aber immerhin die Designübertragung verlangen.

Es mag Fälle geben, in denen eine Agentur mit dem ausschreibenden Unternehmen eine Vereinbarung trifft, dass die präsentierten Entwürfe verwertet werden dürfen. Das kann zum Beispiel geschehen, wenn ein Pitch-Honorar gezahlt wird (laut dem Statistik-Portal Statista war das bei 30 Prozent der ausschreibenden Unternehmen aber noch nie der Fall). Dann hat die Agentur für die Nutzung urheberrechtsgeschützter Werke Anspruch auf eine angemessene Vergütung. Sollte sich das gezahlte Pitch-Honorar als unangemessen herausstellen, kann die Agentur eine Nachvergütung verlangen. ⓘ



**Dr. Reinhard Fischer**  
Cohausz & Florack  
Patent- und Rechts-  
anwälte Düsseldorf  
[www.cohausz-florack.de](http://www.cohausz-florack.de)