

DHL im All

Genießen Werbekonzeptionen und Ideen für Werbekampagnen urheberrechtlichen Schutz? Mit dieser insbesondere für die Werbewirtschaft nicht uninteressanten Frage hatte sich jüngst das Oberlandesgericht Köln im Zusammenhang mit der Kampagne „DHL im All“ zu beschäftigen.

Im Jahr 2004 wurde ein Werbekonzept in Zusammenarbeit mit der European Space Agency (ESA) für DHL mit dem Titel „DHL Goes Space“ entwickelt.

Im Jahr 2008 setzte DHL Ideen des Konzeptes in einer Kampagne „DHL im All“ um, wohl ohne die Firma die das Konzept „DHL Goes Space“ entwickelt hatte zu beteiligen.

Die so übergangene Firma sah in der Umsetzung ihrer Konzepte und Ideen ihre Urheberrechte verletzt und nahm das werbende Unternehmen auf Unterlassung in Anspruch.

Entscheidung des Gerichts

Das OLG Köln ([Urteil vom 22.06.2009 – 6 U 226/08](#)) hatte sich bei seiner Entscheidung mit der Frage zu beschäftigen, ob die Ideen und Konzepte aus dem Jahr 2004 urheberrechtlichen Schutz genießen.

Im Ergebnis verneinen die Kölner Oberlandesrichter einen solchen Schutz. Das Urheberrecht schütze nicht alle Ergebnisse individueller geistiger Tätigkeit, sondern nur Werke. Eine bloße Idee zu einer Konzeption sei kein solches Werk. Auch schützt das Urheberrecht nicht davor, eine Idee als Vorbild für eigene Konzepte zu nehmen.

Motive, Themen, Ideen und Konzepte sind im Interesse der Allgemeinheit für sich genommen frei und können von jedermann benutzt werden. Urheberrechtlicher Schutz könne erst mit der Umsetzung der Konzeption zu einer konkreten Werbegestaltung entstehen.

Fazit

Dass Werbekonzepte in der Regel keinen urheberrechtlichen Schutz genießen kann für Werbeagenturen oft problematisch sein. So besteht die Gefahr, dass der Kunde eine ihm präsentierte Idee umsetzt ohne hierfür die präsentierende Werbeagentur zu beauftragen. Um dem vorzubeugen, empfiehlt sich soweit möglich eine vertragliche Vereinbarung um die berechtigten Interessen der Agentur zu sichern.