

ad.view

www.werbungsalzburg.at
 blog.werbungsalzburg.at
 www.facebook.com/werbungsalzburg

Ausgabe 13 | Juli 2016

BILDUNGSOFFENSIVE: DIGITAL EXPERT

EXPERTEN FÜR DIE DIGITALE (KOMMUNIKATIONS-) ZUKUNFT: AUF INITIATIVE DER FACHGRUPPE WERBUNG UND MARKTKOMMUNIKATION DER WIRTSCHAFTSKAMMER SALZBURG FINDEN AB DEM FRÜHJAHR 2017 NEUE AUS- UND WEITERBILDUNGSLEHRGÄNGE IM BEREICH DER DIGITALEN KOMMUNIKATION STATT.

Getreu dem Motto „Lernen von den Besten“ werden hochqualifizierte Vortragende im Rahmen von „Digital Expert“ geballtes Wissen vermitteln. Erstmals in Österreich fungieren auch Experten von Google als Lehrende. Vier Lehrgänge werden am WIFI Salzburg angeboten, an der Fachhochschule Salzburg wird es einen Zertifikatslehrgang geben. „Digital Expert“ wurde auf Wunsch der Salzburger Kommunikationsbranche nach digitalen Fachkräften und qualifiziertem Nachwuchs entwickelt. Im Vorfeld fanden umfangreiche Expertengespräche mit der Branche statt, bei denen der konkrete Bedarf nach digitalen Aus- und Weiterbildungslehrgängen erhoben wurde. Ziel ist, eine Ausbildung zu etablieren, die den steigenden Anforderungen des digitalen Arbeitsalltags entspricht und Salzburg damit als Wirtschaftsstandort stärkt und konkurrenzfähig hält. Das setzt unter anderem auch rasches Handeln voraus.

Digitale Experten

Auf Basis der Ergebnisse dieser Expertengespräche wurden fünf neue Lehrgänge entwickelt. Vier Lehrgänge werden am WIFI Salzburg stattfinden, an der Fachhochschule Salzburg wird es einen Zertifikatslehrgang geben. Alle Lehrgänge werden berufsbegeleitend in zwei Semestern abgehalten. Mit „Digital Expert“ erlangen die TeilnehmerInnen wertvolle Zusatzqualifikationen, die sie für die Arbeit in Web- und Onlineagenturen ebenso qualifizieren, wie für den Einsatz in Kommunikations- und Marketingabteilungen von Unternehmen unterschiedlicher Branchen. Um den Wirtschaftsstandort Salzburg zusätzlich zu unterstützen, werden Lehrgangspätze für TeilnehmerInnen aus Stadt und Land Salzburg reserviert.



v.l.: FH-Rektor Gerhard Blechinger, Eva Reitsperger, Country Manager Google Österreich Markus Kienberger und Michael Mrazek

Google als starker Partner

Als wichtigen Partner konnte die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Google gewinnen. In der Google Suchmaschine präsent zu sein, bedeutet für heimische Unternehmen von einer globalen Kundschaft online gefunden werden zu können und das eigene Geschäftswachstum weltweit vorantreiben zu können. Umso wichtiger, die Mechanismen hinter dem kalifornischen Unternehmen zu verstehen. Markus Kienberger, Country Manager von Google Austria, zeigt sich erfreut über die digitale Bildungsoffensive und das rasche Vorantreiben des Projekts: „Digital Expert verspricht eine zukunftsorientierte Ausbildung am Puls der Zeit. Dass das Projekt in Salzburg so schnell auf Schiene gebracht wird, reflektiert das reale Tempo der Branche.“

Lernen von den Besten

Sowohl an der Fachhochschule Salzburg als auch am WIFI Salzburg werden nationale und internationale Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft ihr Knowhow an die Teilnehmer weitergeben. Die modularen Kurse am WIFI sind in Themenblöcke gegliedert und reichen von Online Media Planung, Analyse und Sales bis hin zu Content Marketing, Text und Online Redaktion. Der Zertifikatslehrgang an der Fachhochschule Salzburg legt den Fokus auf das Thema „Suchmaschinenmarketing“. Google-Zertifizierungen sind jeweils in die Lehrgänge integriert. Eine Besonderheit, die die Kurse am WIFI und den FH-Zertifikatslehrgang verbindet, sind die Keynotes, die einzeln gebucht werden können. Im Rahmen dieser Impulsvorträge wird Wissen in geballter Form vermittelt.

EDITORIAL

■ Das Thema Bildung stand in der ersten Jahreshälfte 2016 ganz im Fokus der Fachgruppen-Agenda. Wir freuen uns sehr, Ihnen die ersten Ergebnisse von "Digital Expert" präsentieren zu dürfen.

Seit Anfang des Jahres ist die Fachgruppe Mitglied des Österreichischen Werberates. Der Werberat ist als Selbstregulierungsgremium ausgestaltet, das der Tendenz, Diskriminierungen durch gesetzliche Vorgaben zu begegnen, entgegentritt. Unsere Obmann-Stellvertreterin Claudia Kanz wurde in das Bundesländer-Expertengremium des Werberates entsandt und wird uns über die Geschehnisse auf dem Laufenden halten.

Am 23. Juni 2016 fand das diesjährige Sommerfest der Kommunikationsbranche, die Adnight 2016 in der Panzerhalle statt. Knapp 250 Gäste aus der Salzburger Agentur- und Kommunikationsszene nutzten die Gelegenheit zu lockeren Branchengesprächen.

Wir wünschen Ihnen einen erfolgreichen Sommer 2016!

Ihr Fachgruppen-Team



Michael Mrazek
Fachgruppen-
obmann



Mag. Eva Reitsperger
Fachgruppen-
geschäftsführerin

URHEBERRECHT: WERKNUTZUNGSRECHTE UND -BEWILLIGUNGEN

IM UMGANG MIT NUTZUNGSRECHTEN TAUCHEN IN DER PRAXIS REGELMÄSSIG FRAGEN AUF. UM MISSVERSTÄNDNISSEN VORZUBEUGEN, MÖCHTEN WIR DIE THEMATIK AUSFÜHRLICH BEHANDELN.



Bild: shutterstock

Die Rechte des Urhebers entstehen automatisch mit der Schaffung des Werkes.

Urheber können Dritten die Nutzung ihrer geschaffenen Werke für verschiedenste Zwecke gestatten

Wird ein urheberrechtsfähiges Werk in Auftrag gegeben, stellt sich die Frage, inwieweit der Auftraggeber berechtigt ist, dieses Werk auch tatsächlich für seine Zwecke zu nutzen. Dies hängt letztlich von den konkreten Vereinbarungen ab, die – idealerweise natürlich ausdrücklich und schriftlich – getroffen werden sollten. Liegen keine speziellen Vereinbarungen vor, ist es mitunter überaus schwierig festzustellen, welche Nutzungsrechte dem Auftraggeber nun wirklich zustehen.

Was ist ein Werk im Sinne des Urheberrechts?

Unter einem Werk versteht der Gesetzgeber "eigentümliche geistige Schöpfungen", also Texte, grafische Gestaltungen, Websites, Fotos, Filme und dergleichen. Diese sind jedenfalls dann vom Urheberrechtsschutz erfasst, wenn in ihnen eine gewisse Originalität (schöpferische Eigenart) zum Ausdruck kommt.

Die Rechte des Urhebers entstehen automatisch mit der Schaffung des Werks. Es bedarf dazu keines Formalakts wie einer Registrierung oder eines so genannten Copyrightvermerks „©“.

Nicht geschützt sind bloße Ideen, auch wenn sie noch so originell sein sollten, solange diese noch keinen konkreten Ausdruck erfahren haben (z. B. in der Form eines schriftlichen Konzepts).

Welche Rechte hat der Auftraggeber eines Werkes?

Wie bereits erwähnt, hängen die Nutzungsrechte des Auftraggebers ausschließlich von den zwischen ihm und dem Urheber schlüssig oder (am Besten) ausdrücklich schriftlich getroffenen Vereinbarungen ab. Im Zweifel geht die Rechtsprechung davon aus, dass dem Auftraggeber kein uneingeschränktes Nutzungsrecht (sogenanntes ausschließliches Werknutzungsrecht) eingeräumt wurde, sondern nur eine sogenannte Werk-

nutzungsbewilligung. Dies bedeutet in der Praxis, dass der Auftraggeber das Werk nur für den konkret (schlüssig oder ausdrücklich) vereinbarten Zweck (z. B. Nutzung der Bilder, Texte oder Grafiken nur für eine bestimmte Werbeaussendung) benutzen darf.

Welche Folgen drohen bei einer Urheberrechtsverletzung?

Überschreitet der Auftraggeber seine ihm vom Urheber oder Werknutzungsberechtigten eingeräumten Rechte, kann er von diesem auf Unterlassung, Beseitigung, Urteilsveröffentlichung, angemessenes Entgelt einschließlich einer Entschädigung für erlittene Kränkung sowie Schadenersatz samt Herausgabe eines allfällig erzielten Gewinnes in Anspruch genommen werden. Ein Unterlassungsanspruch und der Anspruch auf Urteilsveröffentlichung sind von einem Verschulden des Verletzers unabhängig! Schadenersatzansprüche setzen hingegen ein Verschulden des Schädigers voraus. Der Schadenersatz ist bei Verschulden in mindestens der doppelten Höhe des angemessenen Entgelts zu leisten.

Nutzen Sie das Service-Angebot der Fachgruppe

Um den Umgang mit Nutzungsrechten in der Praxis einfacher zu gestalten und bösen Überraschungen vorzubeugen, stellt die Fachgruppe Vertragsmuster für Allgemeine Geschäftsbedingungen zur Verfügung. Die Textbausteine können individuell zusammengestellt und an die jeweiligen Bedürfnisse angepasst werden. Für Agenturleistungen empfiehlt sich im Zusammenhang mit Nutzungsrechten die Formulierung:

„Der Kunde ist weiters verpflichtet, die für die Durchführung des Auftrages zur Verfügung gestellten Unterlagen (Fotos, Logos etc.) auf allfällige Urheber-, Marken-, Kennzeichenrechte oder sonstige Rechte Dritter zu prüfen (Rechteclearing) und garantiert, dass die Unterlagen frei von Rechten Dritter sind und daher für den angestrebten Zweck eingesetzt werden können.“

Die Muster-AGB's der Fachgruppe finden Sie in deutscher sowie englischer Fassung unter https://www.wko.at/Content.Node/branchen/sbg/sparte_iuc/Werbung-und-Marktkommunikation/Startseite---Werbung-und-Marktkommunikation--Fachgruppe.html

**Gerne können Sie sich auch persönlich an das Fachgruppenbüro wenden:
0662/8888 -647 bzw. ereitsperger@wks.at**

IMPRESSUM

Herausgeber und Verleger: Wirtschaftskammer Salzburg, Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, Julius-Riedl-Platz 1, 5020 Salzburg, www.werbung-salzburg.at, Redaktion: Mag. Eva Reitsperger, Michael Mrazek, Clemens Jäger, Druck: Offset 5020, Salzburg



Bild: Stuart Miles - Fotolia



SPONSORING-VERTRAG

Immer häufiger nutzen Unternehmen verschiedener Branchen Sponsoring als Kommunikationsinstrument. Damit einer erfolgreichen Arbeit nichts im Wege steht, stellt der Fachverband Werbung und Marktkommunikation einen exemplarischen Sponsoring-Vertrag zur Verfügung.

Download:
www.wko.at (Recht/Musterverträge)

DER ÖSTERREICHISCHE WERBERAT ETHIK ALS WETTBEWERBSVORTEIL

WETTBEWERB UND ETHIK STEHEN NICHT IN KONKURRENZ ZUEINANDER
 – ZUMINDEST NICHT IM SINNE DES ÖSTERREICHISCHEN WERBERATES.

Das Prinzip ist einfach: Der Österreichische Werberat stellt gemeinsam mit der Branche ein Wertegerüst – sprich den Ethik-Kodex – auf, das von allen Vertretern der drei wesentlichen Kernbereiche der Kommunikationswirtschaft – Agenturen, Medien und Werbetreibende Wirtschaft – getragen und akzeptiert wird.

„Im Schulterschluss mit den größten Kommunikationsverbänden des Landes ist es uns in den vergangenen Jahren gelungen, Selbstregulierung als echten Mehrwert zu etablieren und für Unternehmen einen klaren Wettbewerbsvorteil zu lukrieren“, erklärt ÖWR-Präsident Michael Straberger.

Gleichzeitig spiegelt der Ethik-Kodex gesellschaftliche Entwicklungen wider und wird entsprechend auch von Konsumenten hoch geschätzt. Das zeigt auch das tatsächliche Kaufverhalten. „Entsprechend unserer Konsumentenstudie aus dem Jahr 2015 gaben 62 Prozent der Befragten an, dass sie aufgrund einer für sie nicht akzeptablen Werbung schon einmal etwas bewusst nicht gekauft haben“, erläutert Straberger.

Ein weiterer wichtiger Eckpfeiler des Österreichischen Werberates ist das Bundesländer-Experten-Gremium, das im Frühjahr 2015 etabliert wurde und seit Jahresbeginn mit dem Beitritt der Fachgruppe Werbung Salzburg mit allen neun Bundesländern eine starke Stimme und Stellung im ÖWR hat und vertritt.

Gemeinsam gegen Werbeverbote

Besondere Bedeutung erhält die starke Zusammenarbeit beispielsweise im Kampf gegen Werbeverbote. „Selbstbeschränkungs-

maßnahmen greifen oft im Vorfeld und in Ergänzung zu den gesetzlichen Regelungen. Das ist der große Vorteil von Selbstdisziplin gegenüber Fremddisziplinierung und staatlicher Regulierung. Durch Selbstbeschränkungsmechanismen können Fehlentscheidungen nicht nur rasch und kostengünstig überwacht und korrigiert werden, sie sind auch in grundsätzlichen Fragen wie Ethik und Moral der Rechtsordnung überlegen“, so Straberger.

Der Werberat in der Praxis

Soweit die Theorie. Die praktischen Vorteile des Werberates für ein Unternehmen sind vielerlei Natur. „Gemeinsam mit unserem neuen Partner FG Werbung Salzburg können wir bereits jetzt unterschiedlichste Services für werbetreibende Unternehmen und Agenturen anbieten“, erklärt Michael Straberger (siehe Kasten). „Im Fokus dabei stehen immer der direkte Austausch mit Unternehmen und die unbürokratische und schnelle Lösungsfindung für das Unternehmen“, ergänzt Eva Reitsperger, GFin der FG Werbung Salzburg.

Neben den bisher angebotenen Leistungen werden auch dieses Jahr zusätzliche praxisrelevante Lösungen erarbeitet. „In Diskussionsrunden und Gesprächen mit unseren Fachgruppen-Vertretern arbeiten wir Serviceangebote heraus, die Mitgliedsunternehmen unmittelbar einen Vorteil verschaffen“. Gemeint sind damit die Entwicklung eines Verhaltens-Leitfadens für Agenturen oder auch eines Papiers über „Dos & Don'ts“ in der Werbung.

SERVICELEISTUNGEN DES ÖWR

■ **Pre-Copy-Advice:** Mitgliedern der FG Werbung Salzburg wird ein Kontingent an kostenlosen Vorbegutachtungen ihrer Werbemaßnahmen hinsichtlich des Ethik-Kodex zur Verfügung gestellt.

■ **Pro-Ethik-Siegel:** Mitglieder der FG Werbung Salzburg können beim Österreichischen Werberat um das Pro-Ethik-Siegel der Werbewirtschaft ansuchen und erhalten dieses um 50% ermäßigt.

■ **Veranstaltungen:** Einladungen zu ÖWR-Veranstaltungen sind für FG-Mitglieder kostenlos

■ **Kommunikations-Vorteil:** FG-Mitglied erhalten regelmäßig Informationen über alle nationalen und internationalen Entwicklungen – Stichwort: Beschwerdebilanz, aktuelle Studienergebnisse, internationale werberelevante Themenanalyse.

■ **Aktive Mitsprache:** FG-Mitglieder können sich als Werberat nominieren lassen. Die Aufnahme ins Entscheidungsgremium erfolgt nach unabhängigem Wahlverfahren.

■ **Praxisrelevanter Leitfaden:** Ein Verhaltens-Leitfaden (was tun, wenn meine Werbemaßnahme beim Werberat aufschlägt) sowie ein Leitfaden über „Dos & Don'ts in der Werbung“ (praxisrelevante Orientierungshilfe über „Grenzen in der Werbung“).



Eva Reitsperger und Michael Mrazek gratulieren der WDA-Absolventin Stefanie Breituß zum Abschluss mit Auszeichnung

SUMMER ADNIGHT 2016

Am Donnerstag, 23. Juni fand in der Salzburger Panzerhalle die diesjährige Summer Adnight statt. Im Vordergrund stand der lockere Branchentalk, wozu die gesamte Salzburger Kreativ-Wirtschaft - insbesondere der kreative Nachwuchs - eingeladen war. Um 18.00 startete die Verleihung der Diplome an die StudentInnen der Werbedesign-Akademie (WDA) des WIFI Salzburg.



Traumhaftes Grill-Wetter



Gute Stimmung



Stilvolles Ambiente

Bild: wildbild

SALZBURGER LANDESPREIS 2016

800 Werber, Kreative, Marketer und Kommunikationsprofis lockte die diesjährige „Nacht der Werbung“ im Februar zum großen Finale des Salzburger Landespreises für Marketing, Kommunikation & Design ins republic und seine benachbarten Lokalitäten. Nach der Adnight im Juni 2015 als Auftaktveranstaltung, einer heißen Einreichphase im Herbst und dem Nominée-Event in der Panzerhalle wurden die Sieger der insgesamt 16 Kategorien gekürt. Mit dabei waren neben den bekannten Namen auch viele neue Agenturen, die Salzburgs Werbeszene bereichern. Als Newcomer hat man beim Landespreis ebenso Chancen wie als Arrivierter!“, verweist Mrazek auf den einfachen Zugang zu den „Ausgezeichneten Köpfen“, wie das Motto des Landespreises lautete.



Die glücklichen Gewinner des Salzburger Landespreises

Bild: WKS

BEST MOMENTS

TERMINKALENDER

Dienstag, 4. Oktober 2016

Unternehmertag
Salzburg Business Opening im
Kongresshaus



Alle Informationen
finden Sie hier

Veranstaltungen der Sparte IC

Dienstag, 11. Oktober 2016

16.00-20.00 Uhr
„ABC des Arbeitsrechts“

Dienstag, 6. Dezember 2016

16.00-20.00 Uhr
„Mitarbeiter führen und die
Motivation unterstützen“

Save the date:

**UNTERNEHMERTAG
4. OKTOBER '16**