



Prototypisch für die Branche und daher prämiert: Die „Schmuck ist ...“-Kampagne der JRG

Ausgezeichnet

Die Kampagne „Schmuck ist ...“ wurde Anfang Januar für das Jahrbuch der Werbung 2008 ausgewählt. Entwickelt und gestaltet wurde sie von der CKK Claus Kuge Creative Kommunikations- und Werbeagentur in Pforzheim, im Namen und Auftrag der Jewellery Relations Group GmbH JRG Pforzheim. Nach Auffassung der Jury hat die Kampagne den hohen Wettbewerbs-Kriterien entsprochen:

- Die Kampagne sei prototypisch für ihre Branche, das heißt, sie hat thematische Substanz und Aktualität.
- Die Kampagne sei in der inhaltlichen und formalen Struktur prägnant und setze sich vom üblichen Durchschnitt positiv ab.
- Die Kampagne habe ein klar definiertes Konzept der Marketing-Kommunikation transparent gemacht, sei also kein Gelegenheitsspot oder eine Zufallsanzeige.
- In der Kampagne würden Kontinuität und Konsequenz in der verfolgten Strategie deutlich werden.
- Die Werbung habe exemplarischen Wert, vor allem hinsichtlich ihrer konzeptionellen und gestalterischen Qualität.

Das Jahrbuch der Werbung ist seit 45 Jahren deutschlandweit der wichtigste Wettbewerb für Branchenwerbung. Es hat sich in der Medien- und Kommunikationswelt als Standardwerk etabliert. Ungefähr 400 Agenturen mit mehr als 1300 Kampagnen beteiligen sich jährlich am Wettbewerb. Die Jury setzt sich aus 19 unabhängigen Experten der Medien- und Kommunikationsbranche aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zusammen. Die Ergebnisse des Wettbewerbs finden Eingang in die nationalen Kreativ-Rankings der Werbe- und Kommunikationsbranche, die in den führenden Fachzeitschriften W&V (Werben & Verkaufen) und Horizont geführt werden. Das Jahrbuch der Werbung 2008 erscheint im März 2008.

www.jrg-schmuck-ist.de

Urheberrecht bei Fotos beachten

Wer ein Foto von einem Fotografen anfertigen lässt, hat nach § 60 UrhG das Recht, sich Vervielfältigungen oder Kopien anfertigen zu lassen und diese zu verbreiten. Eingeschränkt wird dieses Recht jedoch durch den Urheberrechtsschutz des Fotografen, warnt die Deutsche Anwalts- und Steuerberatungsvereinigung für die mittelständische Wirtschaft (DASW) und zwar unabhängig davon, ob das Bild privat oder gewerblich genutzt wird. Lichtbilder und Fotos sind mindestens für 50 Jahre nach ihrem ersten Erscheinen und maximal bis 70 Jahre nach Tod des Urhebers geschützt. Daraus folgt, dass jedes Foto nach dem Urheberrecht geschützt und jede Verwertung im Internet ohne Zustimmung des Urhebers rechtswidrig ist. Nur wenn der Fotograf zumindest einen Teil der Nutzungsrechte auf den Auftraggeber überträgt, ist dieser in der Lage, die Aufnahme durch Veröffentlichung im gewünschten Umfang zu verwerten. Ausschlaggebend ist demnach, was bei der Auftragsvergabe zwischen Fotograf und Kunde vereinbart wurde. Dies kann die Nutzung zum einmaligen Gebrauch, privat oder gewerblich zu einem bestimmten Zeitpunkt, in einem bestimmten Medium oder die Erlaubnis zur vollumfänglichen räumlichen und zeitlich unbegrenzten Nutzung sein. Unbedingt ist hier eine klare, schriftliche vertragliche Regelung nötig. Andernfalls dürfte es teuer werden. Grundsätzlich kann der Fotograf die weitere Nutzung untersagen und dazu auffordern, das Foto binnen einer Frist aus dem Internet zu entfernen. Alternative wäre ein Angebot, das Foto gegen Bezahlung eines angemessenen Honorars, weiter zu nutzen. Unabhängig davon hat der Fotograf Anspruch auf Schadenersatz in Höhe des entgangenen Gewinns, das heißt, das Honorar, das bei einer erlaubten Veröffentlichung fällig gewesen wäre. Beachtet werden muss, so die DASW, dass der Schadenersatz auch Steuern und Sozialabgaben, die auf das Honorar entfallen, einschließt. Zusätzlich kann Schadenersatz für die Klärung und Rechtsverfolgung der unerlaubten Nutzung verlangt werden. Hierzu gehören die Kosten für Sicherungskopien usw., sonstige Aufwendungen wie entgangener Gewinn für die Zeit, welche für die Sachverhaltsaufklärung verwendet werden musste sowie Rechtsanwaltskosten für die Verfolgung der Rechtsverletzung und die Durchsetzung der Ansprüche.



Rechnen

Sie mit Qualität und Leistung. Sie garantieren, dass Sie mit **Schmuck-Halbfabrikaten** von Dietrich immer TOP sind.

Fordern Sie ausführliche Informationen über unser **Fertigungs-Programm** an:

Kugeln · Zwischenteile
Brisuren · Ohrstecker
Creolen-Mechaniken
Kalotten · Endkapseln
Krokodil-Klemmen
Krawatten-Schieber

DIETRICH

SCHMUCK-
HALBFABRIKATE
seit 1850

Verkauf nur an
Fabrikation und Großhandel.



Wilhelm Dietrich GmbH
Burgstr. 31 · D-75179 Pforzheim
Tel. 072 31/44 1450 · Fax 072 31/41 61 82