

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, digitale Medien, Hörfunk, TV und Film

Schlagzeilen/Headlines sind nicht isoliert auszulegen

Eine für das Presserecht ausgesprochen relevante Entscheidung hat das **Hanseatische Oberlandesgericht** getroffen und im Urteil vom 23. Juni 2015 verkündet (Az.: 7 U 73/12). Den Hinweis auf das Urteil sowie den nachfolgenden Text verdanken wir der Hamburger Kanzlei **Damm & Mann**. Die Kanzlei weist auch extra darauf hin, dass das Urteil noch nicht rechtskräftig sei.

DAMM & MANN

Das Hanseatische Oberlandesgericht hat sich in dieser Entscheidung zu den Grundsätzen der Auslegung von Schlagzeilen geäußert. Gegenstand der Entscheidung war eine Veröffentlichung in einer Wirtschaftszeitung und deren Online-Ausgabe unter der Überschrift „Razzia bei XY“. In den Zwischenüberschriften der Beiträge hieß es „Vermögensberatung gerät durch Steuer-CD unter Verdacht. Behörden prüfen weitere Ankäufe“ bzw. unter anderem „Ein Tochterunternehmen von XY wurde durchsucht.“ Der Kläger war der Auffassung, dass die Überschrift „Razzia bei XY“ isoliert auszulegen sei, da sie einen eigenständigen Aussage-Gehalt aufweise

und unabhängig vom Rest der Berichterstattung wahrgenommen werde.

Dem war bereits die erste Instanz (**Landgericht Hamburg**, Aktenzeichen 324 O 636/11) nicht gefolgt. Das Oberlandesgericht führte dazu nach allgemeinen Hinweisen auf die Berücksichtigung des Zusammenhangs bei der Auslegung von Äußerungen aus:

„Dieser Grundsatz gilt auch für Artikel-Überschriften, die nicht eine in sich abgeschlossene und aus sich heraus interpretierbare Tatsachenbehauptung enthalten, sondern die – mehr oder weniger plakative – Hinlenkung des Leser-Interesses auf die im folgenden Text zu lesende Detail-Darstellung; derartige Überschriften können daher nicht als selbstständige und damit auch rechtlich selbstständig zu wertende Sach-Aussagen angesehen werden.

Im Interesse der Pressefreiheit ist die erhebliche Bedeutung herkömmlicher Artikel-Überschriften für eine gegliederte und dadurch lesbare Aufmachung eines Printmediums zu berücksichtigen.

Diesen Überschriften kann daher nicht generell die Funktion aus sich selbst heraus verständlicher Tatsachen-Behauptungen oder einer unverkürzten Wiedergabe der Gesamtdarstellung zugewiesen werden; zumal wenn zwischen die Artikel-Überschrift und den eigentlichen redaktionellen Text eine besonders hervorgehobene kurze Zusammenfassung gesetzt ist, darf die Überschrift nicht ohne Einbeziehung dieses ihr unmittelbar nachgeordneten Textes gewertet werden. Etwas anderes gilt dann, wenn eine Schlagzeile auf dem Titelblatt einer Tageszeitung oder Zeitschrift als eigenständige Tatsachen-Behauptung wirkt. ... Ausnahmen von dem grundsätzlichen Gebot der Textinterpretation aus dem Kontext mögen auch in Sonderfällen geboten sein, in denen etwa die Überschrift im Widerspruch zum Inhalt des Artikels steht oder keinen inhaltlichen Bezug dazu hat oder in anderer Weise eine konkrete in sich abgeschlossene Aussage mitteilt.

Für die hier zu beurteilenden Artikel-Überschriften im Inneenteil der Printausgabe und in der Online-Ausgabe trifft dies hingegen nicht zu und es kann der äußerungsrechtlichen Deutung nicht zu Grunde gelegt werden, dass sie isoliert wahrgenommen werden. Denn die Überschriften enthalten auch ihrem Wortlaut nach nicht die in sich abgeschlossene Behauptung, in den Privaträumen des Klägers habe eine Razzia stattgefunden. Der verständige durchschnittliche Leser erfährt nämlich aus der Überschrift nicht, welche Räumlichkeiten konkret durchsucht worden sind, sondern liest nur, dass der Kläger von einer Razzia betroffen ist. An welchem Ort, im Privathaus oder in den Räumen eines ihm zuzurechnenden Unternehmens, die Durchsuchung stattgefunden hat, bleibt offen. Dies ergibt sich jedoch eindeutig aus den Unterüberschriften bzw. dem Zwischentext zwischen den Überschriften und dem Fließtext.“ Die Revision gegen das Urteil wurde nicht zugelassen. (ps)

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT	2
TITELSCHUTZANZEIGEN: 35 NEUE TITEL GESCHÜTZT 2 - 5	
IMPRESSUM	5

Die 35 neuen Titel dieser Woche

A Audio Testlab	G Gut essen, lange leben	Q QRP-Report
B BABYs! Das erste Jahr Be my Lover – Wenn reife Frauen junge Männer lieben	H Handbuch für den Rechtsgebrauch Heitere Gedichte und Anekdoten	S Schmierstoff und Mineralöl ABC So sparen Sie täglich 10 Euro
C Certified Professional for Lubricant Technology Colorfoto Testlab Connect Testlab	I International	T Tegernsee Musikfestival The International
D Demographiewandel – der Dienst Demographiewandel – der Infodienst Demographiewandel – der Informati- onsdienst Demographiewandel – die Informati- onsplattform Demographiewandel – die Plattform Demographiewandel – Magazin für den Aufbruch Deutschlands Die Erde – extrem und außergewöhn- lich Die richtigen Entscheidungen in der zweiten Lebenshälfte	L Leckere Salate für Ihre Sommerparty Lubricant and Mineral Oil ABC	V Volkstest – Wie ticken die Deutschen
	M Meine Eltern, ihre Kilos und ich My Crazy Love – Verrückt vor Liebe	W WHITE PLANET – A Journey into Darkness
	N NON TOURIST GUIDE NTG	Z Zertifizierte Fachkraft für Zoll und Außenwirtschaft
	O Otto – Geboren um zu blödeln	
	P Pop Giganten: Die erfolgreichsten Girl-Groups aller Zeiten Princess – Hilfe, ich bin shopping- süchtig!	

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

04.08.2015, Woche 32, Nr. 1234

Anzeigenschluss: 31.07.2015, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

28.07.2015, Woche 31, Nr. 1233

Anzeigenschluss: 24.07.2015, 10 Uhr



FÜR FRÜHAUFSTEHER

Die aktuelle Print-Ausgabe des
TITELSCHUTZ ANZEIGER jeden Dienstag im
Pdf-Format. Jetzt eintragen unter:

WWW.TITELSCHUTZANZEIGER.DE

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

My Crazy Love – Verrückt vor Liebe

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

**ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für:

Connect Testlab Audio Testlab Colorfoto Testlab

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**NAVIGATION.RECHT Rechtsanwälte Steuerberater,
Robert-Heuser-Straße 15, 50968 Köln**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Zertifizierte Fachkraft für Zoll und Außenwirtschaft Certified Professional for Lubricant Technology Schmierstoff und Mineralöl ABC Lubricant and Mineral Oil ABC

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**UNITI-Mineralöltechnologie GmbH,
Jägerstraße 6, 10117 Berlin**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

WHITE PLANET – A Journey into Darkness

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Video on Demand, Video, Film, elektronischen, digitalen (Online- und Offline-Dienste in allen technischen Verfahren) und audiovisuellen Medien, z.B. Internet, Intranet, im Mobile Business in jeder Nutzungsform, z.B. für Mobilephones, PDA, etc., z.B. als SMS, MMS-Bilder/Videos/Fotos und Klingeltöne in jeder Nutzungsart sowie Veranstaltungen in jeder Form, Softwareerzeugnisse, Musicals, Bühnenwerke und Merchandising in jeglicher Form.

**LETTERBOX FILMPRODUKTION GMBH,
Jenfelder Allee 80, 22039 Hamburg**

Unter Hinweis auf §§ 5,15 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Leckere Salate für Ihre Sommerparty Die richtigen Entscheidungen in der zweiten Lebenshälfte Gut essen, lange leben So sparen Sie täglich 10 Euro Die Erde – extrem und außergewöhnlich Heitere Gedichte und Anekdoten

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Printmedien, insbesondere Serien- und Einzelbandtitel, Bild-, Daten- und Tonträger, insbesondere Video/DVD und Hörbücher, sowie Online-Medien und Multimedia-Anwendungen, insbesondere Internet-Seiten und Apps.

**Rechtsanwalt Joachim Fauth,
Wilhelm-Blos-Straße 62, 70191 Stuttgart**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Demographiewandel – Magazin für den Aufbruch Deutschlands Demographiewandel – der Informationsdienst Demographiewandel – der Infodienst Demographiewandel – die Informationsplattform Demographiewandel – die Plattform Demographiewandel – der Dienst

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Film, Fernsehen, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Software und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

**knaut kommunikation GbR,
Bgm.-Drey-Straße 28, 82140 Olching**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Handbuch für den Rechtsgebrauch

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Ellen Maria Dusse,
Rudolf-Hahn-Straße 74, 53225 Bonn**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

QRP-Report

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Box 73 Amateurfunk GmbH,
Majakowskiring 38, 13156 Berlin**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Tegernsee Musikfestival

für Festivals, Kongresse, Messen und sonstige Veranstaltungen aller Art sowie alle Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere Druckereierzeugnisse, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Softwareerzeugnisse.

**Bayerische Philharmonie e.V.
c/o Hofstetter, Schurack & Partner,
Balanstraße 57, 81541 München**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Otto – Geboren um zu blödeln

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereierzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM; DVDs; CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Anwaltskanzlei Bettina Krause,
Hauptstraße 23, 82327 Tutzing**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

International The International

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Wort- und Zeichenverbindungen, graphischen Darstellungen und Untertiteln für Zeitschriften, Magazine, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien.

**Schulz Noack Bärwinkel Rechtsanwälte PartmbB,
Baumwall 7, 20459 Hamburg**

Top News aus Werbung, Marketing und Medien

www.new-business.de



Das Fachmagazin für Bieter und Auftraggeber.

Vergabe PRAXIS

Ihr Vergabe-Ratgeber für die erfolgreiche
Ausschreibung.

www.submission.de/vergabe-praxis



Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

**Meine Eltern, ihre Kilos und ich
Volkstest – Wie ticken die Deutschen
Pop Giganten: Die erfolgreichsten
Girl-Groups aller Zeiten
BABYs! Das erste Jahr
Be my Lover – Wenn reife Frauen junge
Männer lieben
Princess – Hilfe, ich bin shoppingsüchtig!**

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line- und On-Line-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Heussen Rechtsanwalts-gesellschaft mbH,
Brienner Straße 9, 80333 München**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

**NON TOURIST GUIDE
NTG**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Wortkombinationen und Zusammensetzungen, Abkürzungen und Abwandlungen aller Art, Schriftarten und grafischen Gestaltungen, mit Zusätzen und Untertiteln für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse alle Art, Hörfunk, Film Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, Internet, Multimedia-Anwendungen, Software-Erzeugnisse, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke einschließlich Online- und Offlinedienste, außerdem für Tourneen, Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen aller Art sowie für Merchandising.

**Gerhard Bering,
Roßdorfer Straße 34, 60385 Frankfurt am Main**

Impressum:

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstr. 16 · 22041 Hamburg
Fon: (040) 609 009 - 0 · Fax: (040) 609 009 - 66
titelschutz-anzeiger@presse-fachverlag.de
www.titelschutzanzeiger.de

Verleger/Herausgeber: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) PS

Titelschutzanzeigen
verantwortlich: Victoria Larson /
Silke Reyher-Timmann, -61

Redaktion: Ralf Deppe (RD), -80
Druckauflage: 3.400
Verbreitete Auflage: 3.100
Erscheinungsweise: wöchentlich

Der Titelschutz Anzeiger
mit Der Software Titel: monatlich
Auflage: Druck 5.400 / Verbreitet 5.200

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare,
Geschäftsführer und Entscheider in
Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten,
Produzenten von audiovisuellen,
digitalen und elektronischen Medien
(Film, Fernsehen, Video, Tonträger,
Software).

Bezugspreis: Für Empfänger aus dem o.g.
Verkehrskreis kostenlos.
p.a. 80,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)

Preis Titelschutzanzeige: Standard mit einem Titel 150,- Euro
jeder weitere Titel innerhalb einer
Anzeige plus 35,- Euro jeweils zzgl. USt.

Anzeigenschluss: jeweils Freitag, 10 Uhr
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 8
vom 1.1.2003

Bankverbindungen: IBAN: DE35200505501105212649
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX
Handelsregister HRA 96 228,
Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH,
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2015 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systematischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhalten Sie über die PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de

Über 61.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de

FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

TELEFAX: 040/609 009 – 66

VON: FIRMA:
NAME:
ANSCHRIFT:
TELEFON: FAX:
E-MAIL:

ICH MÖCHTE EINE TITELSCHUTZANZEIGE AUFGEBEN:

Bitte nehmen Sie den folgenden Text in die nächst erreichbare Nummer

- des TITELSCHUTZ ANZEIGER auf.
- des TITELSCHUTZ ANZEIGER mit SOFTWARE TITEL
(Heft Nr. _ _ _ _) auf.

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für

pro Titel bitte eine Zeile

(Adresse)

Preis pro Titelschutzanzeige im Standardformat: € 150,- (zzgl. USt.)

Preis für jeden weiteren Titel innerhalb dieser Anzeige: € 35,- (zzgl. USt.).

DATUM UND UNTERSCHRIFT: _____