

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Oktober 2021

Ausgaben 1534 – 1538

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

91 Titel wurden im Oktober 2021 zum Schutz angemeldet

Im Oktober 2021 ist die „Titelschutz-Welt“ wieder deutlich aktiver geworden – mit 91 Anmeldungen gab es zum Start in das letzte Quartal 2021 eine deutliche Steigerung im Vergleich zum September 2021, der es nur auf 59 Anmeldungen brachte. Bei den Themen standen die Bereiche Geschichte, zwischenmenschliche Beziehungen, Krimis und Spannung sowie Freizeit-Trends im Vordergrund.



Historische Ereignisse mit Langzeit-Wirkung

Am 13. Januar 2022 jährt sich das Unglück des italienischen Kreuzfahrtschiffes Costa Concordia zum zehnten Mal. Von den über 4.200 Menschen an Bord kam 32 ums Leben – darunter auch zwölf Deutsche. Die **Zeitsprung Pictures GmbH** aus Köln will die Vorgänge nachvollziehbar in einer deutsch- und einer englischsprachigen Version mit dem Titel „Costa Concordia – Chronik einer Katastrophe“ bzw. Costa Concordia: The

Chronicle of a Disaster“ aufgreifen.

Einen anderen emotionalen „Rückblick“ nimmt **Ella Erika Medien** aus Hamburg mit den Titel-Varianten „Die verlorene Heimat meiner Großeltern“ bzw. „Krieg, Flucht und Heimatvertreibung – Familiengeschichte als Triebfeder für den großen Erfolg“ ins Visier.



Liebe, Familie & mehr

Die hohe Attraktivität der zwischenmenschlichen Beziehungen schlägt sich erneut in den Titelschutz-Anmeldungen nieder. Die **Seven.One.Entertainment Group GmbH** aus Unterföhring sieht Chancen für „Liebe im Sinn – das Heiratsexperiment“. Die **Saxonia Media Filmproduktionsgesellschaft mbH** in Leipzig betrachtet unter dem Titel „Du, Er, Sie & Wir“ das Beziehungsgeflecht zweier Paare. Ein Mandant des Rechtsanwalts **Dr. Patrick Baronikians** von der

Münchner **AMPERSAND Partnerschaft von Rechtsanwälten mbH** stellt die Titel-Frage „Wo ist die Liebe hin?“ Eine Antwort auf zumindest einen Teil dieser Frage könnte die **FFL Film- und Fernseh-Labor Ludwigsburg GmbH & Co. KG** mit dem Titel „Geheimkommando Familie liefern.



Krimis, Thriller und Spannung

Das Genre Krimi und Thriller beschert den Medien-Häusern verlässlich gute Quoten. Das zeigen auch die Krimi-Podcasts, die wie Pilze aus dem Boden schießen. Um die Nachfrage zu befriedigen und auch zu stimulieren, bedarf es immer wieder neuer Angebote. Gut angelaufen sind die Serien mit der Wasserschutz-Polizei, die dürfte nun Zuwachs bekommen. Die Rechtsanwältin **Sophie Mahlo, LL.M.** aus Berlin kündigt den Titel „WAPO Duisburg“ an. Europas größter Binnenhafen dürfte genug Raum für

eine breit gefächerte Serien-Produktion bieten.

Mit deutlich mehr Glamour dürfte es bei dem Titel „Hollywood Crime“ zugehen, den die Rechtsanwältin **Julia Eidel** von der **Anwaltskanzlei Schröder-Heim & Eidel** aus Kehl für eine Mandantschaft anmeldet.

Aus der Doku-Perspektive nimmt ein Mandant des Rechtsanwalts **Dr. Patrick Baronikians** von der in München ansässigen **AMPERSAND Partnerschaft von Rechtsanwälten mbH** dieses Genre ins Visier – hier lauten die Titel-Varianten unter anderem „Verbrechen in Deutschland“ oder „Justiz in Deutschland“.



Freizeit-Aktivitäten

Die Corona-Pandemie hat das Reise- und Freizeit-Verhalten spürbar verändert. So hat der Bereich Camping deutlich an Aufmerksam-

Fortsetzung auf Seite 2

Die 91 neuen Titel im Oktober 2021

Titel (Nummer der Ausgabe)

#	
#afterglow - alles nur Show (1534)	
B	
Babytalk (1535)	
C	
China im Blickpunkt (1537)	
Club der guten Laune (1537)	
Costa Concordia – Chronik einer Katastrophe (1536)	
Costa Concordia: The Chronicle of a Disaster (1536)	
D	
Der musikalische Cartoon (1535)	
Der Nachname (1534)	
DER PROFESSOR (1535)	
Deutsche Justiz (1535)	
Deutsches Recht (1535)	
Deutschlands verlorene Kinder – Was sich jetzt ändern muss! (1536)	
Deutschlands wertvollste Schätze (1534)	
Die Agile Lüge (1535)	
Die Cashlorette (1537)	
Die Comedy Märchenstunde... (1537)	
Die Comedy Märchenstunde... (1537)	
Die fantastische Welt der Tiere (1534)	
Die verlorene Heimat meiner Eltern (1535)	
Die verlorene Heimat meiner Familie (1535)	
Die verlorene Heimat meiner Großeltern (1535)	
DINNER FOR FIVE (1538)	
Drei zu Eins (1538)	
Du, Er, Sie & Wir (1538)	
E	
einhundertprozent (1538)	
F	
Family Duets (1538)	
Family Project: Kampf durch die Wildnis (1534)	
Fit und gesund im Alter (1534)	
	FRANZI (1538)
	Fussball Live (1538)
	Fussball Magazin special (1538)
	G
	Geheimkommando Familie (1537)
	German Cases (1535)
	German Crime (1535)
	German Justice (1535)
	Gesund kochen mit Ballaststoffen (1534)
	Guglhupfgeschwader (1537)
	H
	Hauptsache Camping (1537)
	Hollywood Christmas (1537)
	Hollywood Crime (1536)
	Hollywood Matze – Pumper mit Herz (1534)
	HYPE (1537)
	J
	Jetzt.Besser.Leben. Mit SAT.1 (1537)
	Justiz in Deutschland (1535)
	K
	Klassiker des deutschen Humors (1534)
	Krieg, Flucht und Heimatvertreibung - Familiengeschichte als Triebfeder für den großen Erfolg (1535)
	Krieg, Flucht und Heimatvertreibung in mir (1535)
	L
	Liebe auf den ersten Kick (1536)
	Liebe im Sinn – das Heiratsexperiment (1534)
	M
	MAARI (1535)
	MAARI – ABENTEUER AM RIFF (1535)
	Manufakturen (1536)
	Mit dem Klavier um die Welt (1534)
	Mit Freude älter werden (1534)
	MÜNCHNER FREIHEIT (1535)
	MÜNCHNER FREIHEIT ,75 (1535)

Fortsetzung von Seite 1

keit gewonnen. Das spiegelt sich auch in gleich zwei Titelschutz-Anmeldungen im Oktober 2021 wider. Ein Mandant der Tutzinger **Anwaltskanzlei Bettina Krause** will ein besonderes Wohnwagen-Segment beleuchten, das

signalisiert der Titel „XXL Camper – Die Wohnmobil-Schrauber“. Die **Bavaria Entertainment GmbH** aus Köln blickt weitaus genereller auf diese Urlauber-Gruppe – hier lautet der Titel „Hauptsache Camping“.

Auch das Thema Weihnachten klingt bereits an – unter anderem beim Titel „Hollywood Christmas“ von der Firma **spectre media Thomas Hauptmann** aus Murnau.

Über die oben erwähnten Titel warten in der Oktober-Ausgabe 2021 des Titelschutz Anzeigers noch rund 60 weitere Titel-Varianten darauf, entdeckt zu werden. (ps)

N

Nachtschicht: Einsatz für die Lebensretter (1536)
nah & fern reisen (1535)
Nicht der Anfang, nicht das Ende (1535)

O

Omas verlorene Heimat in meiner Seele (1535)
Opas verlorene Heimat in meiner Seele (1535)

P

Perspektiven Rhein-Lahn (1537)
Pieces – Puzzleteile einer Nacht (1537)
Prinzessin Nimmermüd (1536)

R

Rhein-Lahn-Perspektiven (1537)
Richtiges Deutsch von A bis Z (1534)
Rückkehr nach Rimini (1535)

S

Sie prägten unsere Welt (1534)
simply kreativ (1538)
SKILL (1538)
Sonderlage (1535)
SPITZISPUI – DIE SAGE VOM WEISSEN HIRSCH (1537)
Sport Planer (1538)
SPUTNIK Raveland (1537)
Streitclub (1535)

T

The Hidden Beauty of Kurdistan (1537)
The musical Cartoon (1535)
Tools for better work & life (1535)
Tools for better work and life (1535)
Trash Poems – tierische und andere unmenschliche Gedichte (1537)

U

ULRICH – DER SCHWÄBISCHE HEILIGE (1537)
ULRICH – EIN SCHWÄBISCHER HEILIGER (1537)
UNSTRUT-ECHO (1536)

V

Verbrechen in Deutschland (1535)
Virginia Woolfpack (1538)

W

Was das Immunsystem stark macht (1534)
We enable people to live a balanced life. (1535)
Weltgeschichte. Alles, was man wissen muss (1534)
Wie meine Familiengeschichte mein Leben beeinflusst hat (1535)
Wo ist die Liebe hin? (1535)

X

XXL Camper – Die Wohnmobil-Schrauber (1538)

Einmalig

und einzigartig ist jedes Kind. Und jedes Kind braucht eine ganz individuelle Unterstützung. Helfen Sie mit einer Spende. **Danke!**



SOS
KINDERDÖRFER
WELTWEIT

sos-kinderdoerfer.de

WERBEFILM PRODUZENTEN



BESTELLUNG

New Business Verlag (2019)
138 Seiten, Softcover, vierfarbig, 28,90 Euro
ISBN 978-3-936182-66-8
handbuch@new-business.de

Bewegtbild spielt auch im Marketing eine immer bedeutendere Rolle. Der Anspruch der werbetreibenden Unternehmen an Filme, die in ihrem Auftrag produziert werden, steigt permanent, nicht nur im Bereich TV, wo sich der Einsatz von Millionen an Mediavolumen bestätigen muss, sondern in jedem Kommunikationsumfeld. Mehr als je zuvor werden Filme vom Verbraucher kritisch betrachtet, sowohl inhaltlich als auch in der Gestaltung. Dementsprechend sollten alle am Prozess Beteiligten professionell und verantwortungsvoll an die jeweilige Aufgabe herangehen. Dazu soll dieses Handbuch dienen. Deshalb geben wir dieses Manual – in Abstimmung mit der OWM und dem GWA – neu heraus. Wenn alle Beteiligten die hierin dargelegten Standards zur Planung und Durchführung eines Werbefilms verstehen und einhalten, wird der kreative Prozess ohne Reibungsverluste zum besten Ergebnis führen.

HERAUSGEBER

Tony Petersen, Vorstand Sektion Werbung in der Produzentenallianz
Allianz Deutscher Produzenten Film und Fernsehen e.V.

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
16 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

OLG München: Stadt-Portal muenchen.de ist zu presseähnlich



Im Streit zwischen den Münchner Verlagen der **Süddeutschen Zeitung**, **Abendzeitung**, **Münchner Merkur** und **tz** mit der Betreiber-Gesellschaft **Portal München Betriebs-GmbH und Co. KG** hat die 6. Zivilkammer des **Oberlandesgerichts München** entscheiden, dass das Angebot des Stadt-Portals muenchen.de zu presseähnlich ist und zudem zu viel Werbung enthält (Urteil vom 30. Sept. 2021 – Az.: 6 U 67547/20). Aufgrund der grundsätzlichen Bedeutung dieses Verfahrens ist die Revision zum **Bundesgerichtshof** in Karlsruhe ausdrücklich zugelassen worden.

Damit bestätigte der 6. Zivilsenat unter Vorsitz des Vorsitzenden Richters am Oberlandesgericht **Konrad Retzer** ein Urteil des Landgerichts München. Ab sofort darf das Portal muenchen.de nicht mehr in der bisherigen Form betrieben werden. Es darf allerdings davon ausgegangen werden, dass das Verfahren am BGH fortgeführt wird.

Lajos Csery, der Geschäftsführer der Betreibergesellschaft Portal München Betriebs-GmbH und Co. KG: „Wir sehen uns als offizielles Stadt-Portal nicht im Wettbewerb mit den Münchner Verlagen.“ Nach seiner An-

sicht würden die Inhalte von muenchen.de nicht die Presse-Freiheit der Verlage verletzen. Nach Zustellung des vollständigen Urteils samt Begründung will er sich mit den Gesellschaftern, der **Landeshauptstadt München** und der **Stadtwerke München GmbH**, beraten. Lajos Csery: „Schon wegen der unterschiedlichen Entscheidungen der Oberlandesgerichte zu muenchen.de und zu dortmund.de spricht vieles dafür, die vom OLG München zugelassene Revision einzulegen. Erst eine Entscheidung des BGH zu muenchen.de wird für die Klärung, welche Inhalte ein Stadt-Portal verbreiten darf, entscheidend sein.“

Staatsferne und kommerzieller Charakter

Das OLG München betont in seiner Entscheidung:

„Die Staatsferne der Presse verlangt unter Berücksichtigung des Grundsatzes einer vom Volk ausgehenden Meinungsbildung sowie des staatlichen Sachlichkeitsgebots, dass sich die Gemeinde in ihren Publikationen werbender oder meinungsbildender Elemente enthält und sich auf Sachinformationen beschränkt.“

Der 6. OLG-Zivilsenat kritisiert auch die Anzeigen auf dem Stadt-Portal als „ausufernd“. Zudem sind laut Urteil auch das Veranstaltungs- und Kino-Programm ebenso unzulässig wie die Rubriken Shopping oder Restaurants. (ps)

Google zieht Apple in das Verfahren über die 4,3 Milliarden Euro-Strafe



Am **Europäischen Gerichtshof** in Luxemburg wird seit dem 27. September 2021 darüber verhandelt, ob die von der **Europäischen Kommission** im Jahr 2018 verhängte Strafe in Höhe von 4,3 Milliarden Euro ge-

gen den Internet-Giganten **Google** rechtens ist. Dabei geht es vor allem um das Betriebssystem Android, über das Google anderen Unternehmen vorgab, gewisse Dienste vorzuinstallieren, um den sogenannten Playstore nutzen zu können.

In seiner Beschwerde er-



klärt Google nun, dass seine marktbeherrschende Stellung nicht korrekt berech-

net wurde, da Google als alleiniger Markt-Teilnehmer auf dem Smartphone-Sektor dargestellt worden sei. In seiner Beschwerde weist Google auf die Position von **Apple** auf dem Smartphone-Sektor hin. (ps)

Die 16 neuen Titel

#

#afterglow - alles nur Show

D

Der Nachname

Deutschlands wertvollste Schätze

Die fantastische Welt der Tiere

F

Family Project: Kampf durch die Wildnis

Fit und gesund im Alter

G

Gesund kochen mit Ballaststoffen

H

Hollywood Matze – Pumper mit Herz

K

Klassiker des deutschen Humors

L

Liebe im Sinn – das Heiratsexperiment

M

Mit dem Klavier um die Welt

Mit Freude älter werden

R

Richtiges Deutsch von A bis Z

S

Sie prägten unsere Welt

W

Was das Immunsystem stark macht

Weltgeschichte. Alles, was man wissen muss

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

Hollywood Matze – Pumper mit Herz Family Project: Kampf durch die Wildnis

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelmkombinationen, grafischen Gestaltungen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien einschließlich Printmedien, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste sowie Onlinemedien und Multimediaanwendungen sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

HEUSSEN Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Brienner Straße 9, 80333 München

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

#afterglow - alles nur Show

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelmkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

UFA SERIAL DRAMA GmbH
Dianastraße 21, 14482 Potsdam

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

Liebe im Sinn – das Heiratsexperiment

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

Seven.One Entertainment Group GmbH
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

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

Der Nachname

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere für Druckerzeugnisse, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians
AMPERSAND Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB
Widenmayerstraße 4, 80538 München

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

Deutschlands wertvollste Schätze
Klassiker des deutschen Humors
Die fantastische Welt der Tiere
Mit Freude älter werden
Fit und gesund im Alter
Gesund kochen mit Ballaststoffen
Sie prägten unsere Welt
Weltgeschichte. Alles, was man wissen muss
Richtiges Deutsch von A bis Z
Was das Immunsystem stark macht
Mit dem Klavier um die Welt

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

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

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

Titelschutzanzeigen: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-57)

Redaktion: Nicole Möller (nm) (-10)
moeller@titelschutzanzeiger.de

Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

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 Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro, jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige plus 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11 vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Handelsregister HRA 96 228
Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2021 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 PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
33 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

BRAK hält Verfassungsbeschwerde gegen „Schmähgedicht“-Verbot für unbegründet



BUNDESRECHTSANWALTSKAMMER

Die **Bundesrechtsanwaltskammer** (BRAK) mit Sitz in Berlin hat sich in einer Stellungnahme mit der Verfassungsbeschwerde des Moderators **Jan Böhmermann** gegen das teilweise ausgesprochene Verbot des „Schmähgedichts“ beschäftigt und hält diese Verfassungsbeschwerde für unbegründet.

Betroffen ist nach Ansicht der BRAK „nicht die Meinungsfreiheit, sondern die Kunstfreiheit, denn Satire in Form von Kunst könne ohne weiteres auch Mittel der Meinungsäußerung sein. Bei der Abgrenzung zur Meinungsfreiheit komme es auf die freie schöpferische

Gestaltung an, die hier nach dem formalen Kunstbegriff schon durch die Gedichtform vorliege. Grenze der Kunstfreiheit sei die Verletzung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts, welche jedoch insbesondere bei Staatsträgern weit gezogen werden müsse. Von der nicht zu beanstandenden Kernaussage der Satire lasse sich ein Kontext zu den satirischen Eigenschaftszuschreibungen, die Erdogans Intimbereich betreffen, jedoch in keinsten Weise herstellen. Eine intensivere Schmähung als die des Gedichtes sei nicht vorstellbar, die Grenze der Kunstfreiheit sei daher eindeutig überschritten.“

Diese Stellungnahme hat die BRAK auf Anfrage des **Bundesverfassungsgerichts** mit Sitz in Karlsruhe erarbeitet. Solche Stellungnahmen auf Anfrage von Bundesgerichten zählen zu den gesetzlichen Aufgaben der BRAK (§ 177 II Nr. 5 BRAO).

Zur Vorgeschichte ist festzuhalten, dass Jan Böhmermann sich in der ZDF-Sendung *Neo Magazin Royale* vom 31. März 2016 dem türkischen Staatspräsidenten **Recep Tayyip Erdogan** auf überspitzte Weise bestimmte körperliche Eigenschaften und ein bestimmtes Sexualverhalten zugeschrieben hatte und sich zugleich mit dem Begriff der Schmähkritik auseinandersetzte. Dem TV-Ereignis war ein großes Medien-Aufsehen zuteil

geworden und Erdogan reagierte bekanntlich mit Strafanzeigen.

Das **Landgericht Hamburg** untersagte im Ergebnis die Verbreitung von Text-Passagen mit primär sexuellem Inhalt. Das **Hamburgische Oberlandesgericht** „bestätigte die Entscheidung des LG Hamburg, sah aber, anders als dieses, nicht die Kunstfreiheit (Art. 5 III GG) tangiert, sondern hielt das Gedicht für eine Stellungnahme im öffentlichen Meinungskampf, weshalb die Meinungsfreiheit (Art. 5 I GG) einschlägig sei.“ Die hiergegen gerichtete Nichtzulassungsbeschwerde hatte keinen Erfolg. Gegen die teilweise Untersagung richtet sich die Verfassungsbeschwerde von Jan Böhmermann. (ps)

Hamburger Datenschutz-Behörde verhängt 900.000 Euro Bußgeld gegen Vattenfall

VATTENFALL

Die **Vattenfall Europe Sales GmbH** muss ein Bußgeld in Höhe von 901.388,44 Euro zahlen, weil der Strom-Anbieter zwischen August 2018 und Dezember 2019 bei Vertragsanfragen für Sonderverträge, die mit Bo-

nus-Zahlungen verbunden waren, routinemäßig überprüfte, ob die Kundinnen und Kunden ein „wechselauffälliges Verhalten“ zeigten. Für die Kund:innen war nicht erkennbar, dass Daten aus früheren Ver-

tragsbeziehungen analysiert wurden.

Der **Hamburgische Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit** (HmbBfDI) kam nach einer Prüfung des Vorgangs zu dem Ergebnis, dass Vattenfall durch dieses Vorgehen gegen die datenschutzrechtlichen Transparenz-Pflich-

ten (Art. 12, 13 DSGVO) verstieß, da die Kundinnen und Kunden über den Daten-Abgleich nicht ausreichend informiert wurden. Die festgestellte Rechtswidrigkeit bezieht sich nicht auf den Datenabgleich an sich, sondern ist auf die nicht ausreichend erfüllten Transparenz-Pflichten beschränkt. (ps)

Die 33 neuen Titel

B	N
Babytalk	nah & fern reisen
	Nicht der Anfang, nicht das Ende
D	O
Der musikalische Cartoon	Omas verlorene Heimat in meiner Seele
DER PROFESSOR	Opas verlorene Heimat in meiner Seele
Deutsche Justiz	
Deutsches Recht	R
Die Agile Lüge	Rückkehr nach Rimini
Die verlorene Heimat meiner Eltern	
Die verlorene Heimat meiner Familie	S
Die verlorene Heimat meiner Großeltern	Sonderlage
	Streitclub
G	T
German Cases	The musical Cartoon
German Crime	Tools for better work & life
German Justice	Tools for better work and life
J	V
Justiz in Deutschland	Verbrechen in Deutschland
K	W
Krieg, Flucht und Heimatvertreibung - Familiengeschichte als Triebfeder für den großen Erfolg	We enable people to live a balanced life.
Krieg, Flucht und Heimatvertreibung in mir	Wie meine Familiengeschichte mein Leben beeinflusst hat
	Wo ist die Liebe hin?
M	
MAARI	
MAARI – ABENTEUER AM RIFF	
MÜNCHNER FREIHEIT	
MÜNCHNER FREIHEIT '75	

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

Sonderlage

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

ConradFilm GmbH & Co. KG
Feuerbachstraße 23, 50933 Köln

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für unseren TV-Film (im Auftrag für die ARD / Degeto) Titelschutz in Anspruch für:

Rückkehr nach Rimini

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Lieblingsfilm Produktions GmbH
Damenstiftstraße 7, 80331 München

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

We enable people to live a balanced life.

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen sowie als sonstige Geschäftsbezeichnung für alle Medien, insbesondere Funk und Fernsehen, Printmedien und elektronische Medien einschließlich Internet, Off- und Online-Services, bespielte Ton- und Bildtonträger, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen aller Art.

BGB Beutler Grulert Brandt Rechtsanwälte PartGmbH
Hochallee 11, 20149 Hamburg

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

Tools for better work and life Tools for better work & life

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, Darstellungsformen, Titelkombinationen für Literatur, Seminarveranstaltungen, Bild-, Ton-, Daten- und Videoträger aller Art, Software-Erzeugnisse, Film, Fernsehen, Rundfunk, elektronische, audiovisuelle und digitale Medien, Merchandising in jeder Form sowie Druckerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien und sämtliche Multimedia-Produkte.

Meissner Bolte Patentanwälte Rechtsanwälte
Partnerschaft mbB
Berliner Straße 1, 07545 Gera

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

MAARI MAARI – ABENTEUER AM RIFF

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, 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.

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

nah & fern reisen

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Software-Erzeugnisse, 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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Der musikalische Cartoon The musical Cartoon

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Gregor Gardemann
Slevogtstraße 26, 81379 München

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

Die Agile Lüge

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

AGILE HEROES GMBH
Am Hauptbahnhof 12, 60329 Frankfurt am Main

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

**Omas verlorene Heimat in meiner Seele
Opas verlorene Heimat in meiner Seele
Die verlorene Heimat meiner Großeltern
Die verlorene Heimat meiner Eltern
Die verlorene Heimat meiner Familie
Krieg, Flucht und Heimatvertreibung -
Familiengeschichte als Triebfeder für den
großen Erfolg
Krieg, Flucht und Heimatvertreibung in mir
Wie meine Familiengeschichte mein Leben
beeinflusst hat**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**EllaErika Medien
Brödermannsweg 85, 22453 Hamburg**

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

**DER PROFESSOR
MÜNCHNER FREIHEIT '75
MÜNCHNER FREIHEIT
Streitclub
Nicht der Anfang, nicht das Ende
German Crime
German Cases
Verbrechen in Deutschland
Deutsches Recht
Justiz in Deutschland
Deutsche Justiz
German Justice
Wo ist die Liebe hin?
Babytalk**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle
Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere für Druckereierzeugnisse,
Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale
Medien und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

**Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians
AMPERSAND Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB
Widenmayerstraße 4, 80538 München**

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

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

Titelschutzanzeigen: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-57)

Redaktion: Nicole Möller (nm) (-10)
moeller@titelschutzanzeiger.de

Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

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 Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro,
jeder weitere Titel innerhalb einer
Anzeige plus 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11
vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Handelsregister HRA 96 228
Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2021 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. Anzeigenent-
würfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die al-
leinigen 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 PMG Presse-
Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
9 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

BGH weist Klagen gegen Jameda ab



Der VI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs in Karlsruhe stellt die Transparenz und Informationsfreiheit vor das Interesse einzelner Ärzte - Foto: Joe Miletzki

Transparenz ist relevanter als Eigen-Interesse – zumindest wenn es um die „Beurteilung“ ärztlicher Leistungen geht. Auf diesen Nenner lässt sich das Urteil des **Bundesgerichtshofs** bringen, der darüber zu entscheiden hatte, ob ein Zahnarzt-Paar aus Nordrhein-Westfalen Anspruch auf Löschung seiner Daten von der Plattform **Jameda** hat. Die Karlsruher Richter haben die Klagen gegen Entscheidungen des **Oberlandesgerichts Köln** abgewiesen (Urteile vom 12. Oktober 2021 – Az.: VI ZR 488/19 und VI 489/19).

Die beiden Kläger haben kein kostenpflichtiges Paket beim Portal Jameda gebucht und in ihre Aufnahme auch nicht eingewilligt. Mit ihren Klagen verlangten sie die Löschung ihrer sogenannten Basis-Profilen. Das

Landgericht Bonn gab der Klage statt, doch das OLG Köln revidierte die Entscheidung und erläuterte als Begründung: „Im Rahmen der damit gebotenen Einzelfallabwägung sei von den Grundsätzen des Urteils des Bundesgerichtshofs vom 20. Februar 2018 (VI ZR 30/17, GRUR 2018, 636) auszugehen. Danach erfülle das von der Beklagten betriebene Portal eine von der Rechtsordnung gebilligte und gesellschaftlich erwünschte Funktion. Der Portalbetreiber könne seine auf das Grundrecht der Meinungs- und Medienfreiheit gestützte Rechtsposition gegenüber den Betroffenen aber nur mit geringerem Gewicht geltend machen, soweit er seine Stellung als neutraler Informationsmittler nicht mehr wahre und seinen eigenen Kunden in

Gewinnerzielungsabsicht verdeckte Vorteile verschaffe; erforderlich sei hierfür, dass Basiskunden auf dem Portal als „Werbeplattform“ für Premiumkunden benützt würden und dass den Premiumkunden dadurch ein Vorteil gewährt werde, der schließlich aus Sicht des durchschnittlichen Nutzers verdeckt, mithin für diesen nicht erkennbar, erfolge.“

Die BGH-Richter betonten bei der Verhandlung am 12. Oktober 2021, dass Jameda seine Premium-Kunden nicht unzulässig bevorzugen dürfe, aber bei der Prüfung komme es immer auf den Einzelfall an. Einen allgemeinen Anspruch auf Gleichbehandlung für zahlende bzw. nicht zahlende Ärzte würde es nicht geben. Die Gründe für seine Entscheidung wird der VI. Zivilsenat erst später bekannt geben.

Jameda-Geschäftsführer **Dr. Florian Weiß**: „Als Deutschlands größte Arzt-Patienten-Plattform ist es unsere Pflicht, die Digitali-

sierung in der Gesundheitsbranche maßgeblich zu gestalten. Deswegen freuen wir uns, dass die Bundesrichter gestern erneut die gesellschaftlich erwünschte Funktion von Jameda betont haben und damit vollständige Arztlisten als einen wichtigen Beitrag zu einer besseren medizinischen Versorgung anerkennen.“ Weiter erklärt Dr. Weiß: „Wir legen großen Wert darauf, dass sich unsere Angebote auf die Bedürfnisse von Patienten und Ärzten gleichermaßen fokussieren, um ihre Beziehung mithilfe digitaler Services zu stärken. Ein vollständiger Überblick über alle Ärzte ist ein wesentlicher Baustein auf diesem Weg.“

In 2018 hatte der BGH festgestellt, dass die Neutralitätspflicht von Jameda gewahrt sein muss und der Klage einer Hautärztin stattgegeben. Jameda hat daraus die Konsequenzen gezogen und sein Geschäftsmodell mit den bezahlten Formaten für die Premium-Kunden umgestellt. (ps)



jameda

Die 9 neuen Titel

C

Costa Concordia – Chronik einer Katastrophe
Costa Concordia: The Chronicle of a Disaster

D

Deutschlands verlorene Kinder – Was sich jetzt ändern muss!

H

Hollywood Crime

L

Liebe auf den ersten Kick

M

Manufakturen

N

Nachtschicht: Einsatz für die Lebensretter

P

Prinzessin Nimmermüd

U

UNSTRUT-ECHO

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

Prinzessin Nimmermüd

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle
Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere für Bücher, Druckereier-
zeugnisse, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische
und digitale Medien und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians
AMPERSAND Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB
Widenmayerstraße 4, 80538 München

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

Costa Concordia – Chronik einer Katastrophe Costa Concordia: The Chronicle of a Disaster

In allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wort- und Titelkombinati-
onen als Einzel- und Reihentitel, Abkürzungen, grafischen Gestaltungen,
Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere für Film,
Fernsehen und Fernsehserien, Streamingdienste, Kino, bespielte Bild- und
Tonträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke,
einschließlich Multimedia-Anwendungen (Off- und Online-Dienste) und
sonstige Online-Medien, Software-Erzeugnisse, insbesondere Anwen-
dungssoftware (Apps), gespeichert und herunterladbar, Druckereierzeug-
nisse sowie Merchandising, Theater-/Filmaufführungen, Veranstaltungen,
Theaterstücke und Filmwerke.

Zeitsprung Pictures GmbH
Alter Militärring 8a, 50933 Köln

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

WAPO Duisburg

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Rechtsanwältin Sophie Mahlo, LL.M.
Prager Straße 5, 10779 Berlin

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

Manufakturen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg

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

UNSTRUT-ECHO

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Abwandlungen und Schriftarten für elektronische und digitale Medien und Netzwerke, für Printmedien, für Online- und Offline-Dienste sowie für sonstige Online-Medien, Internet-Seiten und Apps.

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg

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

Liebe auf den ersten Kick

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

Seven.One Entertainment Group GmbH
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

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

Hollywood Crime

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, Offline- und Online-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

Rechtsanwältin Julia Eidel
Anwaltskanzlei Schröder-Heim & Eidel
Großherzog-Friedrich-Straße 62, 77694 Kehl

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

Nachtschicht: Einsatz für die Lebensretter Deutschlands verlorene Kinder – Was sich jetzt ändern muss!

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelskombinationen, grafischen Gestaltungen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien einschließlich Printmedien, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste sowie Onlinemedien und Multimediaanwendungen sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

HEUSSEN Rechtsanwalts-gesellschaft mbH
Brienner Straße 9, 80333 München

Über **74.000** archivierte Titel!
Recherchieren Sie kostenlos unter

www.titelschutzanzeiger.de

DER
TITELSCHUTZ
ANZEIGER

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

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

Titelschutzanzeiger: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-57)

Redaktion: Nicole Möller (nm) (-10)
moeller@titelschutzanzeiger.de

Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

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 Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro,
jeder weitere Titel innerhalb einer
Anzeige 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11
vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

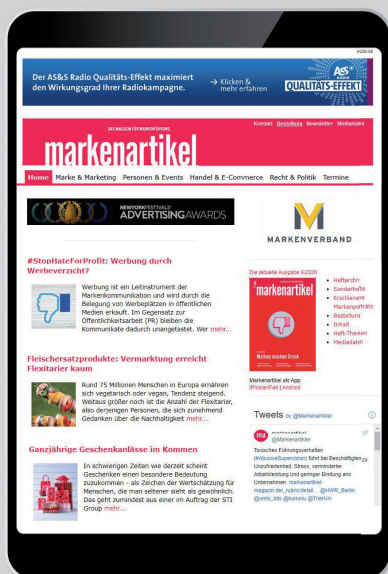
Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Handelsregister HRA 96 228
Ust.-Id.-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2021 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 PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de

www.markenartikel-magazin.de



Täglich neue Meldungen rund um die Marke sowie Personalien und Veranstaltungen aus der Markenwelt.

Der markenartikel-Newsletter erscheint 2x wöchentlich
mit frischen Marken-News.

Der markenartikel zwitschert auch.
Folgen Sie uns @markenartikler

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
19 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Amazon-Verfahren: Bundeskartellamt startet Händler-Befragung



Mitte Mai 2021 hat das **Bundeskartellamt** mit Sitz

in Bonn bekanntlich ein Verfahren gegen den Internet-Giganten **Amazon** zur Feststellung einer überragenden marktübergreifenden Bedeutung für den Wettbewerb nach Maßgabe der neuen kartellrechtlichen Vorschrift des § 19a GWB eingeleitet. Im Rahmen dieser Ermittlungen hat das Bundeskartellamt am 19. Oktober 2021 eine Online-Befragung von mehr als 400 repräsentativ

ausgewählten Dritthändlern durchgeführt, die auf amazon.de Waren in den Produktkategorien „Fashion und Accessoires“, „Elektronik und Computer“ sowie „Spielzeug und Babywaren“ anbieten.

Diese Händler-Befragung soll insbesondere Informationen zur Marktstellung des Amazon-Marktplatzes und seiner Bedeutung für

den Zugang zu den Einzelhandelsmärkten liefern. Die Händler erhalten per E-Mail den Zugang zu einem kurzen elektronischen Fragebogen. Es wurde eine Internet-gestützte Befragung gewählt, um eine große Zahl von Händlern zu erreichen und eine effiziente Daten-Auswertung zu ermöglichen. (ps)

Bundesnetzagentur startet Markt-Konsultation zur Dokumentation der Einwilligung bei der Telefon-Werbung



Bundesnetzagentur

Nachweise unverzüglich vorzulegen.

Um aktuelle Erfahrungen und Bedürfnisse aus der Praxis möglichst umfassend einbeziehen zu können, geht der Veröffentlichung der Auslegungshinweise eine Konsultation voraus, die seitens der Bundesnetzagentur am 19. Oktober 2021 gestartet wurde.

Die **Bundesnetzagentur** mit Sitz in Bonn beabsichtigt, Auslegungshinweise zu den neuen Dokumentations- und Aufbewahrungspflichten der für Telefonwerbung notwendigen Einwilligungen aus § 7a UWG zu veröffentlichen. Die Hinweise sollen Marktteilnehmer dabei unterstützen, sich über die Anforderungen des neuen

Rechtsrahmens sowie die künftige behördliche Verfahrensweise zu informieren. Alle durch die gesetzliche Neuregelung berührten Marktkreise können hierzu bis zum 30. November 2021 Stellung nehmen.

Hierzu stellt die Bundesnetzagentur zunächst den Adressatenkreis der Rechtspflicht dar. Darüber hinaus beschreibt sie unter anderem den Umfang der Dokumentationspflicht und die Berechnung der Aufbewahrungsfrist. Berücksichtigt werden dabei insbesondere markttypische Vertragsverhältnisse zwischen Auftraggebern von Werbe-Anrufen und Callcenter-Dienstleistern. Abschließend behandeln die Auslegungshinweise die Folgen eines Verstoßes

gegen die Dokumentations- und Aufbewahrungspflichten sowie die Reichweite der Vorlage-Pflicht gegenüber der Bundesnetzagentur.

Der neue Aufgabenbereich ergänzt die bereits bestehenden Kompetenzen der Bundesnetzagentur bei unerlaubter Telefonwerbung. Die Behörde kann Telefonwerbung ohne vorherige Einwilligung der Verbraucher mit einem Bußgeld von bis zu 300.000 Euro ahnden. Sofern Werbeanrufe mit einer unterdrückten Rufnummer durchgeführt werden, kann die Bundesnetzagentur zudem ein Bußgeld von bis zu 10.000 Euro verhängen. Ab dem 1. Dezember 2021 können hierfür sogar Bußgelder von bis zu 300.000 Euro verhängt werden. (ps)

Am 1. Oktober 2021 ist das Gesetz für faire Verbraucherverträge in Kraft getreten. Für Telefonwerbung gegenüber Verbrauchern enthält es branchenspezifische Dokumentations- und Aufbewahrungspflichten. Ab jetzt müssen Unternehmen bei Telefon-Marketing die vorherige ausdrückliche Einwilligung zur Telefonwerbung unverzüglich dokumentieren. Zugleich müssen sie den Nachweis ab Erteilung der Einwilligung sowie nach jeder Verwendung für fünf Jahre aufbewahren. Auf Verlangen der Bundesnetzagentur sind die

Die 19 neuen Titel

C China im Blickpunkt Club der guten Laune	P Perspektiven Rhein-Lahn Pieces – Puzzleteile einer Nacht
D Die Cashlorette Die Comedy Märchenstunde...	R Rhein-Lahn-Perspektiven
G Geheimkommando Familie Guglhupfgeschwader	S SPITZISPUI – DIE SAGE VOM WEISSEN HIRSCH SPUTNIK Raveland
H Hauptsache Camping Hollywood Christmas HYPE	T The Hidden Beauty of Kurdistan Trash Poems – tierische und andere unmenschliche Gedichte
J Jetzt.Besser.Leben. Mit SAT.1	U ULRICH – DER SCHWÄBISCHE HEILIGE ULRICH – EIN SCHWÄBISCHER HEILIGER

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

Trash Poems – tierische und andere unmenschliche Gedichte

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und für alle Medien.

WSPatent Patentanwaltskanzlei Dr. Wolfgang Schlimme
Haidgraben 2 D, 85521 Ottobrunn

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

Rhein-Lahn-Perspektiven Perspektiven Rhein-Lahn

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

UPRESS · Das Verlagshaus an der Lippe
Soesttor 12, 59555 Lippstadt

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

China im Blickpunkt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

flexhelp
Bayrische Straße 8, 01067 Dresden

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

Pieces – Puzzleteile einer Nacht

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Tatjana Schubert
Wahner Straße 3, 51143 Köln

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

Hollywood Christmas

für Tonträger (CDs, Schallplatten, Cassetten, Downloadbundles, Streaming Produkte) in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

spectre media Thomas Hauptmann e.K.
Schloßbergstraße 34, 82418 Murnau

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

Hauptsache Camping

in allen Wortverbindungen, Schreib- bzw. Darstellungsformen und graphischen Gestaltungen für alle Medien.

Bavaria Entertainment GmbH
Schanzenstraße 22, 51063 Köln

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

The Hidden Beauty of Kurdistan

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse aller Art, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

KLS Rechtsanwälte
Gleueler Straße 277, 50935 Köln

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

Die Cashlorette

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

Studio71 GmbH,
Rungestraße 22-24, 10179 Berlin

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

HYPE SPUTNIK Raveland

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Software-Erzeugnisse, 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 Titelschutz in Anspruch für:

ULRICH – EIN SCHWÄBISCHER HEILIGER ULRICH – DER SCHWÄBISCHE HEILIGE SPITZISPU – DIE SAGE VOM WEISSEN HIRSCH

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

VolksMusical RAUHNACHT UG
Hauptstraße 15, 86825 Bad Wörrishofen

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

Geheimkommando Familie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**FFL Film- und Fernseh-Labor
Ludwigsburg GmbH & Co. KG
Hoferstraße 20, 71636 Ludwigsburg**

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

Guglhupfgeschwader

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

**Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians
AMPERSAND Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB
Widenmayerstraße 4, 80538 München**

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

Club der guten Laune Jetzt.Besser.Leben. Mit SAT.1 Die Comedy Märchenstunde...

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

**Seven.One Entertainment Group GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

Über **74.000**

archivierte Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter

 titelschutzanzeiger.de

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

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

Titelschutzanzeigen: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-57)

Redaktion: Nicole Möller (nm) (-10)
moeller@titelschutzanzeiger.de

Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

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 Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro, jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige plus 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11 vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Handelsregister HRA 96 228
Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2021 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 PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
10 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Bundesrechnungshof muss Auskunft zu Prüf-Ergebnissen geben

Der **Bundesrechnungshof** mit Sitz in Bonn überprüft regelmäßig die Ausgaben der Bundesbehörden auf ihre Angemessenheit und fördert dabei bekanntlich so manche Ungereimtheit zutage. Die Journalisten-Organisation **CORRECTIV - Recherchen für die Gesellschaft gGmbH** mit Zentrale in Essen und Redaktionssitz in Berlin wollte etwas genauer wissen, was beim Bundesrechnungshof so getan wird und bat im Dezember 2014 „um eine Übersendung einer einfachen, vollständigen Liste, aus der hervorgeht, was und wer genau, wann in den genannten Behörden geprüft wurde.“

Das lehnte der Bundesrechnungshof ab und es folgte ein knapp siebenjähriger

Rechtsstreit durch die Instanzen der Verwaltungsgerichtsbarkeit, den das **Bundesverwaltungsgericht** in Leipzig zumindest teilweise beendete und die Revision des Bundesrechnungshofes an das **Oberverwaltungsgericht Münster** zurückgab (Az.: 10 C 5.20). Die OVG-Richter müssen sich erneut mit dem Fall beschäftigen und dabei berücksichtigen, das laut Bundesverwaltungsgericht der Ermessensspielraum des Bundesgerichtshofes zur Erteilung von Auskünften gegen Pressevertreter:innen gegen „Null“ tendiere. Lediglich in begründeten Ausnahmefällen, die von einem Gericht überprüft werden müssten, dürfe die Bonner Behörde Auskünfte verweigern. (ps)



Der 10. Revisionssenat am Bundesverwaltungsgericht in Leipzig hat zwei Urteile in Sachen Auskünfte an die Presse gefällt, Foto Michael Moser

Bundesverwaltungsgericht: Keine Einsicht in Twitter-Direktnachrichten des Bundesinnenministeriums

Nach dem Informationsfreiheitsgesetz besteht kein Anspruch auf Einsicht in Twitter-Direktnachrichten, die das **Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat** (BMI) in den Jahren 2016 bis 2018 erhalten und versandt hat. Das hat das **Bundesverwaltungsgericht** in Leipzig entschieden (Urteil vom 26. Aug. 2021 – Az.: 10 C 3.20).

Die Klage hatte die **Open Knowledge Foundation**

Deutschland e.V., die die Website **Frag den Staat** betreibt, beim **Verwaltungsgericht Berlin** eingereicht. Der Kläger wollte Einsicht in Twitter-Direktnachrichten des BMI bekommen. Twitter-Direktnachrichten ermöglichen es zu kommunizieren, ohne dass andere Nutzer die Nachrichten lesen können. Im streitgegenständlichen Zeitraum hat das BMI die Direktnachrichten für informelle Kommunikation genutzt. Die-

se umfasste u. a. Terminabsprachen, Danknachrichten für Bürgeranfragen etwa betreffend Tipp- und Verlinkungsfehler oder Fragen von Journalisten nach zuständigen Personen. Die Direktnachrichten werden beim BMI selbst nicht gespeichert; sie sind für das BMI aber bei der **Twitter Inc.** abrufbar.

Das BMI hat den Anspruch des Klägers abgelehnt, weil Direktnachrichten keine Ak-

tenrelevanz zukomme und sie deshalb keine amtlichen Informationen seien. Das Verwaltungsgericht hat der hiergegen gerichteten Klage stattgegeben. Der Begriff der amtlichen Informationen sei weit auszulegen und erfasse allein solche Informationen nicht, die ausschließlich privaten (persönlichen) Zwecken dienen.

Fortsetzung auf Seite 2

Die 10 neuen Titel

D	DINNER FOR FIVE Drei zu Eins Du, Er, Sie & Wir	Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für: DINNER FOR FIVE in allen Schreibweisen und Darstellungsformen. Constantin Entertainment GmbH Carl-Zeiss-Ring 3, 85737 Ismaning
E	einhundertprozent	
F	Family Duets FRANZI Fußball Live fussball Magazin special simply kreativ Sport Planer	Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für: SKILL in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse aller Art, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse. Rechtsanwalt Tilmann Leopold Sudermanstraße 5, 50670 Köln
S	SKILL	
V	Virginia Woolfpack	
X	XXL Camper – Die Wohnmobil-Schrauber	

Fortsetzung von Seite 1

Auf die Sprungrevision der Beklagten hat das Bundesverwaltungsgericht die Klage abgewiesen. Amtliche Informationen setzen voraus, dass ihre Aufzeichnung amtlichen Zwecken dient. Der Gesetzgeber verlangt mit dieser Definition eine bestimmte Finalität der Aufzeichnung. Nicht nur die Information

selbst muss amtlichen Zwecken dienen, sondern gerade ihre Aufzeichnung. Dies ist bei Twitter-Direktnachrichten nicht grundsätzlich ausgeschlossen. Bei Nachrichten, die wie hier aufgrund ihrer geringfügigen inhaltlichen Relevanz keinen Anlass geben, einen Verwaltungsvorgang anzulegen, ist dies

jedoch nicht der Fall. Die Speicherung erfolgt bei der Twitter Inc. nach deren Geschäftsmodell. Das BMI hat der Speicherung durch die Twitter Inc. keinen amtlichen Zweck beigegeben. Ein solcher ist auch vor dem Hintergrund der Registratur-Richtlinie der Bundesministerien und den Grundsätzen einer

ordnungsgemäßen Aktenführung nicht ersichtlich.

Die Open Knowledge Foundation Deutschland e.V. prüft jetzt, ob gegen diese Entscheidung Beschwerde beim **Bundesverfassungsgericht** in Karlsruhe eingereicht werden soll. (ps)

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

FRANZI

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

ALPS Magazine GmbH
Balanstraße 45, 81669 München

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

Drei zu Eins

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Constantin Entertainment GmbH
Carl-Zeiss-Ring 3, 85737 Ismaning

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

Du, Er, Sie & Wir

in allen Wortverbindungen, Schreib- bzw. Darstellungsweisen und graphischen Gestaltungen für alle Medien.

Saxonia Media Filmproduktionsgesellschaft mbH
Altenburger Straße 7, 04275 Leipzig

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

Fußball Live fussball Magazin special simply kreativ Sport Planer

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

IPS Pressevertrieb GmbH
Carl-Zeiss-Straße 5, 53340 Meckenheim

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

Family Duets

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

RedSeven Entertainment GmbH
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

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

XXL Camper – Die Wohnmobil-Schrauber

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, 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 Titelschutz in Anspruch für:

Virginia Woolfpack

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere für Druckerzeugnisse, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien, einschließlich für Tonträger (CDs, Schallplatten, Cassetten, Downloadbundles, Streaming Produkte) und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

Neue Bioskop Film GmbH
Theresienstraße 18, 80333 München

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG (Deutschland) sowie § 80 UrhG, § 9 UWG (Österreich) nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

einhundertprozent

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Film, Fernsehen, Tonwerke, Bühnenwerke, Software, Informationsangebote im Internet sowie Veranstaltungstitel und Messen.

HERTIN und Partner
Rechts- und Patentanwälte PartG mbB
Kurfürstendamm 54/55, 10707 Berlin

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

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

Titelschutzanzeiger: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-57)

Redaktion: Nicole Möller (nm) (-10)
moeller@titelschutzanzeiger.de

Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

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 Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro,
jeder weitere Titel innerhalb einer
Anzeige 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11
vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

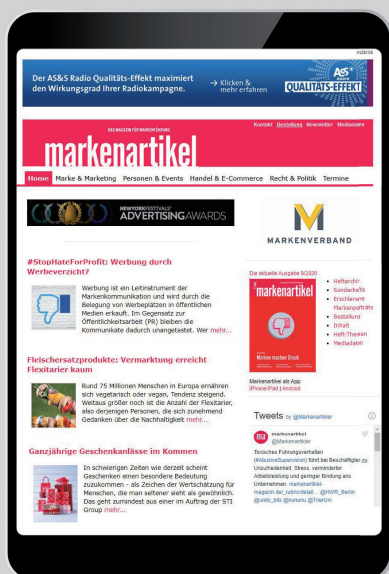
Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Handelsregister HRA 96 228
Ust.-Id.-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2021 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 PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de

www.markenartikel-magazin.de



Täglich neue Meldungen rund um die Marke sowie Personalien und Veranstaltungen aus der Markenwelt.

Der markenartikel-Newsletter erscheint 2x wöchentlich
mit frischen Marken-News.

Der markenartikel zwitschert auch.
Folgen Sie uns @markenartikler

Auftrag Titelschutzanzeige

	Anmelder	Rechnungsempfänger (falls abweichend)
Firma		
Name		
Straße + Nr.		
PLZ + Ort		
E-Mail		

Text 1 **Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:**

1. Titel		(Grundpreis 1 Titel 110,00 € zzgl. USt.)
2. Titel		(+ 20,00 € zzgl. USt.)
3. Titel		(+ 20,00 € zzgl. USt.)
4. Titel		(+ 20,00 € zzgl. USt.)
5. Titel		(+ 20,00 € zzgl. USt.)

Text 2 **in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.**

Ergänzung Text 2

Die Veröffentlichung erfolgt zeitnah in der nächsten erreichbaren Ausgabe. Annahmeschluss für Titelschutz-Anmeldungen ist am Erscheinungstag (freitags) um 14:00 Uhr. Gern senden wir Ihnen eine Auftragsbestätigung an Ihre o.a. Mail-Adresse.

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG

Der Titelschutz Anzeiger

→ Fax +49 40 609009-66

→ Mail auftrag@titelschutzanzeiger.de