

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Streit um „Bud“: Budejovický Budvar unterliegt Anheuser-Busch

Wo „Bud“ auf der Flasche steht, darf ab sofort nur Bier des US-amerikanischen Braukonzerns Anheuser-Busch drin sein. Das hat jetzt der EU-Gerichtshof (EuGH) in Luxemburg entschieden.

Im jahrelangen Markenstreit mit der tschechischen Brauerei Budejovický Budvar (Budweis, Tschechien) hatten die Amerikaner die Eintragung einer Gemeinschaftsmarke „Bud“ für ihr Bier beantragt und waren dabei nun letztinstanzlich erfolgreich. Nach der Gerichtsentschei-

dung aus Luxemburg hat Anheuser-Busch das alleinige Recht, die Kurzbezeichnung „Bud“ für seine Biere in der EU zu verwenden.

Mehrere Klagen der Tschechen gegen die Eintragung von „Bud“ beim EU-Markenamt (HABM) durch Anheuser-Busch wiesen die Richter nunmehr ab.

Dagegen gehört der vollständige Name „Budweiser“ dem tschechischen Brauhaus, wie die EU-Richter bereits 2010 geurteilt hatten. (rd)

Koblenzer „Stubbi-Flasche“ verletzt kein Markenrecht

Der 6. Zivilsenat des Oberlandesgerichts (OLG) Koblenz hat mit Urteil vom 20. Dezember 2012 entschieden, dass die Bezeichnung „Stubbi“ als beschreibende Angabe auf eine charakteristische Flaschenform hinweist und die Verwendung dieser Bezeichnung daher keine Markenrechtsverletzung darstellt.

Die Beklagte ist eine in Koblenz ansässige Brauerei. Sie warb im Internet für ein Biermischgetränk mit der Formulierung „Probie-

ren Sie das neue Koblenzer Radler in der Stubbi-Flasche“. Die Klägerin, eine Eifeler Brauereigruppe, ist Inhaberin der Wortmarke „Stubbi“ und verlangte von der Beklagten, die Werbung mit dem Begriff „Stubbi“ zu unterlassen. Bereits beim Landgericht war der entsprechende Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung ohne Erfolg geblieben. Die Beschwerde gegen die landgerichtliche Entscheidung wurde nun vom OLG Koblenz zurückgewiesen.

Nach Auffassung des OLG Koblenz hat die Beklagte durch Verwendung der Bezeichnung „Stubbi“ nicht die Markenrechte der Klägerin verletzt, weil es sich bei der Bezeichnung „Stubbi“ um eine nach dem Markenrecht erlaubte „beschreibende Benutzung“ handelt. Die Klägerin könne die Beklagte daher nicht mit Erfolg auf Unterlassung in Anspruch nehmen. Durch die maßgebliche Vorschrift des § 23 Nr. 2 Markengesetz solle allen Wirtschaftsteilnehmern die Möglichkeit erhalten bleiben, beschreibende Angaben zur Bezeichnung von Merkmalen ihrer Waren oder Dienstleistungen zu verwenden.

Der Begriff „Stubbi“ werde in weiten Teilen des Verbreitungsgebiets der Koblenzer Brauerei seit Jahrzehnten als Inbegriff für die mit der streitbefangenen Bezeichnung beworbene Flaschenform verstanden. Die Bezeichnung „Stubbi“ werde von den betroffenen Verkehrskreisen hingegen nicht als Hinweis auf die Herkunft des darin abgefüllten Bieres verstanden.

Die Beschreibung sei insbesondere bereits lange geläufig, bevor die Klägerin ihn im Jahre 2001 habe markenmäßig in der Schreibweise mit Großbuchstaben schützen lassen. Zudem werde die Flaschenform seit Jahrzehnten von der Klägerin und zahlreichen anderen Brauereien genutzt.

Der Begriff „Stubbi“ werde von der Beklagten daher nicht als Marke, sondern lediglich als beschreibender Hinweis auf die Flaschenform des Getränks verwendet. Diese Beschreibung ermögliche den Kunden ein Verständnis von bestimmten Merkmalen des angebotenen Produkts, nämlich die Abfüllung in einer 0,33 Liter-Flasche mit einer charakteristischen, gedrungenen Form, die in Fachkreisen als „Steinie“-Flasche bezeichnet werde, in der Region Koblenz und darüber hinaus aber umgangssprachlich als „Stubbi“ bekannt sei.

Quelle: Pressemitteilung des OLG Koblenz zum Urteil vom 20. Dezember 2012 – 6 W 615/12

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Titelschutzanzeigen: 28 neue Titel geschützt.....	4-6
Impressum	7

Die 28 neuen Titel dieser Woche

A Allergie- und Heuschnupfenradar ARCHITEKTUR NEWSLETTER	L Lust auf Landküche
D Der Schlichter Deutscher Mobilitätskongress Durchstarten mit Arduino Durchstarten mit Elektronik Durchstarten mit Mikrocontroller Durchstarten mit Solarenergie Durchstarten mit Windenergie	M Marken&Moneten - von Ballermann 6 bis Lady Di Meine Geschichte, die das Leben schrieb museum
H Hanni & Nanni 3 Hart of Dixie - Ausgerechnet Alabama	O Oldtimerrecht
I Initiative Allergie- und Heuschnupfenfreies Leben Initiative gegen Neurodermitis Initiative Gesunde Ernährung Initiative Gesunde Haut Insiderwissen - Die erfolgreiche Apotheke	R RUNDBLICK
	S Stadtleben Südback Report
	W WANNA BEES WANNA BEES - Die Luder-WG Wissenschaft bühnenreif - der rbb-Science Slam
	Z Zur Sache, Macho

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

05.02.2013, Woche 06, Nr. 1109
Anzeigenschluss: 01.02.2013, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

12.02.2013, Woche 07, Nr. 1110
Anzeigenschluss: 08.02.2013, 10 Uhr

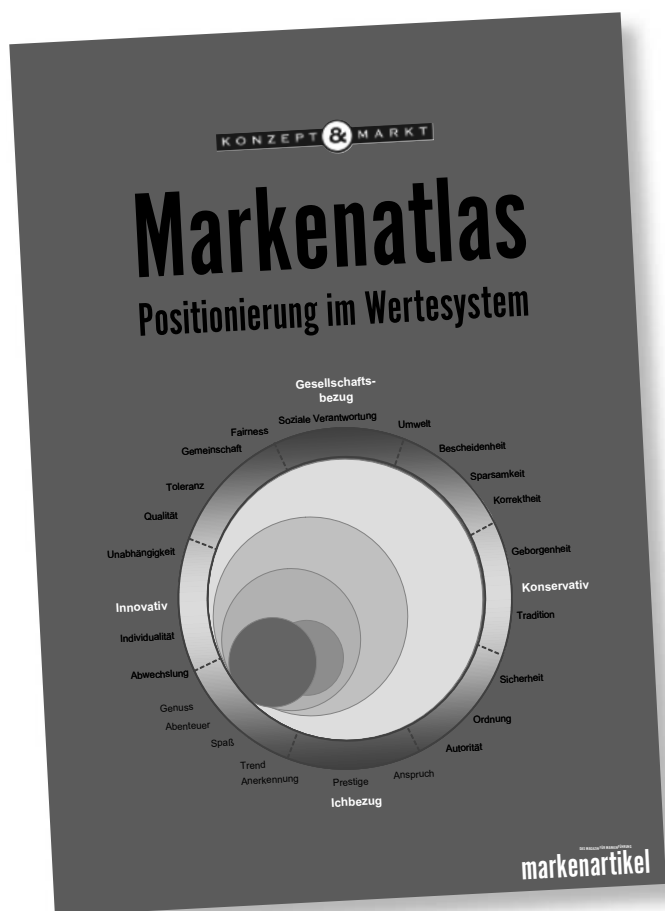


FÜR FRÜHAUFSTEHER

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

Markenatlas

100 Marken im Wertesystem



Eine Studie des Marktforschungsunternehmens Konzept & Markt in Zusammenarbeit mit der Universität Göttingen hat 100 Marken auf ihre Positionierung im Wertesystem der Konsumenten hin untersucht. Der Markenatlas verbindet dabei die Markentrichteranalyse aus dem Brand Census® von Konzept & Markt mit der Markenpositionierung im Wertekreis, die auf den wissenschaftlichen Grundlagen von Bernt Spiegel und Shalom Schwartz beruht. Im Markenatlas wird gezeigt, welche Werte die Konsumenten mit der Marke verbinden. Es lässt sich auch erkennen, inwieweit in anderen Branchen ähnliche Wertesegmente präferiert werden. Die Verortung im Wertekreis in Verbindung mit der Markentrichteranalyse zeigt damit Potenziale für die Markenführung auf und unterstützt Unternehmen bei der Zielgruppenbestimmung.



Ja, ich bestelle ___ Exemplar(e) des Markenatlas
zum Preis von je 95,- Euro zzgl. Umsatzsteuer, zzgl. Versandkosten

Firma:

Name, Vorname:

Straße:

PLZ/Ort:

Telefon:

e-Mail:

Datum/Unterschrift:

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

Oldtimerrecht

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Variajura Verlagsgesellschaft mbH,
Luisenstraße 1a, 49074 Osnabrück**

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

Südback Report

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Back Journal Verlagsgesellschaft mbH,
Luisenstraße 1a, 49074 Osnabrück**

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

Lust auf Landküche

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**Teichmann Verlag,
Schulstraße 3, 77815 Bühl**

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

museum

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**museum.de,
Bahnhofstraße 4, 46509 Xanten**

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

Deutscher Mobilitätskongress

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für alle Medien und sonstige Werkarten, insbesondere Druckereierzeugnisse und elektronische und digitale Medien (Online- und Offline-Dienste), Funk und Fernsehen, bespielte Ton- und Bildtonträger sowie Veranstaltungen.

**LOH Rechtsanwälte,
Jägerstraße 59, 10117 Berlin**

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

Stadtleben

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse und elektronische Medien, einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

**Kanzlei Dr. Schaefer,
Balanstraße 73, 81541 München**

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

WANNA BEES WANNA BEES - Die Luder-WG

jeweils in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, Untertiteln, Zusammensetzungen und mit allen Zusätzen für alle Medien einschließlich Ton-, sowie Bild- und Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste, CD-Rom, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

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

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

Insiderwissen - Die erfolgreiche Apotheke

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Bücher und alle anderen Printmedien, Tonträger und Merchandising, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-ROM, CD-I, DVD und MD (Minidisk) und anderen Datenträgern sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Lang & Mohr GmbH,
Am Forsthaus Gravenbruch 31, 63263 Neu-Isenburg**

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

RUNDBLICK ARCHITEKTUR NEWSLETTER

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

E.V.G Europa Verlagsgroup GmbH,
Bernersstraße 79, 60437 Frankfurt

Top News aus Werbung, Marketing und Medien

www.new-business.de

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

Marken&Moneten - von Ballermann 6 bis Lady Di

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Wortverbindungen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertitel und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Film, Fernsehen, Radio, Internet, Printmedien, Internetveröffentlichungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und/oder digitale Medien und Netzwerke einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online und Offline-Dienste), Zeitungen, Zeitschriften, Bücher; so wie für Werke der ausübenden Kunst insbesondere Illustrationen, Malereien, Photographien, Skulpturen, Zeichnungen; sowie für Reitsport-Veranstaltungen, Musik-Veranstaltungen nebst Partys und Events in Hallen, Festzelten sowie für Veranstaltungen der angewandten u. ausgeübten Kunst und Kultur insbesondere für Ausstellungen, Messen, öffentl. Aktionen, Vernissagen; sowie für Domainbezeichnungen und Merchandising-Produkte; sowie für Software-Erzeugnisse aller Art und Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, WAP, SMS, MMS).

A. Engelhardt-Markenkonzepte GmbH,
NL Scholten: Marken- & Sportrechte,
Blockwinkel 87, 27251 Scholten

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

Initiative Allergie- und Heuschnupfenfreies Leben

Allergie- und Heuschnupfenradar

Initiative Gesunde Haut

Initiative gegen Neurodermitis

Initiative Gesunde Ernährung

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Bücher und alle anderen Printmedien, Tonträger und Merchandising, Bildonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-ROM, CD-I, DVD und MD (Minidisk) und anderen Datenträgern sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

me² research+targeting GmbH,
Am Forsthaus Gravenbruch 31, 63263 Neu-Isenburg

DA BIST DU JA!

Meron, 5 Jahre



Viele Kinder wie
Meron suchen Hilfe.

WERDE PATE!

World Vision
Zukunft für Kinder!

WORLDVISION.DE

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

Hart of Dixie - Ausgerechnet Alabama

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

**Sixx GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

Der Schlichter Zur Sache, Macho

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

**Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

Durchstarten mit Solarenergie Durchstarten mit Windenergie Durchstarten mit Elektronik Durchstarten mit Arduino Durchstarten mit Mikrocontroller

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien.

**RA Bernd Hickertz,
Karlsplatz 5, 80335 München**

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

Wissenschaft bühnenreif - der rbb-Science Slam

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, DVD, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

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

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

Meine Geschichte, die das Leben schrieb

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelmkombinationen, grafischen Darstellungen, Untertiteln, Zusammensetzungen und mit allen Zusätzen für alle Medien einschließlich Ton-, sowie Bild- und Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste, CD-Rom, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

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

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

Hanni & Nanni 3

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, Kino, Fernsehen, sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline-, Online- und mobile Dienste und Multimediaanwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, einschließlich Software-Erzeugnisse, Telekommunikationsdienstleistungen, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Merchandising, Bücher und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse, Dienstleistungen und Veranstaltungen aller Art.

**UFA Cinema GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam**

Über 57.800 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de

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

Redaktion/Titelschutz-

anzeigen verantwortlich: Angela Lautenschläger (AL), -61

Redaktion: Ralf Deppe (RD), -80

Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)

Druckauflage: 3.400

Verbreitete Auflage: 3.100

Der Titelschutz Anzeiger

mit Software Titel: monatlich

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 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. jeweils Freitag, 10 Uhr

Anzeigenschluss: Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 8 vom 1.1.2003

Bankverbindungen: Hamburger Sparkasse, Kto. 1105 212 649, BLZ 200 505 50 Handelsregister HRA 96 228, Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH, Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2013 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 Presspiegel erhalten Sie über die PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de



Produktpiraterie – Marken im Kampf gegen Plagiate

aus der Rubrik Markenrecht

Firma _____

Name, Vorname _____

Straße _____

PLZ, Ort _____

Tel.: _____

Email: _____

Datum, Unterschrift _____

BITTE IN BLOCKSCHRIFT!

TSA

JA ich bestelle **markenartikel** im Probe-Abonnement. Ich erhalte die nächsten drei Ausgaben **markenartikel** zum Preis von 25,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Probe-Abonnement endet automatisch.

JA ich bestelle **markenartikel** im Jahres-Abonnement. Ich erhalte das Magazin ab sofort regelmäßig für 120,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Abonnement gilt zunächst für ein Jahr (11 Ausgaben) und verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr, wenn ich nicht mit der Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugsjahres schriftlich kündige.

New Business Verlag GmbH & Co. KG

Postfach 70 12 45 • 22012 Hamburg

Birgit Jessen

Telefon 040/60 90 09-62

Fax 040/60 90 09-66

jessen@new-business.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: _____