

mit DER
SOFTWARE
TITEL

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

GvW Graf von Westphalen gewinnt IT-Spezialisten Stephan Menzemer



Stephan Menzemer

Stephan Menzemer wird zum 1. Januar 2014 als Equity-Partner in das Frankfurter Büro der Wirtschaftsrechtskanzlei **GvW Graf von Westphalen** wechseln. Menzemer ist Rechtsanwalt und Wirtschaftsmediator. Er war Mitglied des Partnerrats und Leiter der Practice Group Informationstechnologie bei Buse Heberer Fromm und gehört zu den „führenden IT-Anwäl-

ten“ in Deutschland (JUVE Handbuch Wirtschaftskanzleien, Kanzleien in Deutschland, Legal Media's Expert Guide on Technology, Media and Telecommunications). Der 49-jährige Frankfurter berät bedeutende nationale und internationale IT-Projekte in allen maßgeblichen Industrien für Supplier und User, im öffentlich-rechtlichen wie im privatwirtschaftlichen

Sektor. Zu seinen Schwerpunkten zählt neben den Bereichen IT/Telekommunikation und Datenschutz auch die Konfliktlösung. So ist Menzemer für seine Mandanten auch in zahlreichen gerichtlichen und außergerichtlichen Auseinandersetzungen als Prozessanwalt oder Mediator sowie als Vertrauensanwalt von Rechtsabteilungen und Managements tätig. (al)

White & Case-Partner Christian Rohnke geht nach Karlsruhe

Prof. Dr. Christian Rohnke (54), Partner im Hamburger Büro der internationalen Anwaltssozietät **White & Case**, ist zum Rechtsanwalt am Bundesgerichtshof (BGH) ernannt worden. Er wird seine Tätigkeit am 1. Januar 2014 aufnehmen. Als einer der bekanntesten deutschen Marken- und Wettbewerbsrechtler beriet Prof. Dr. Rohnke bei White & Case bislang vorwiegend Mandanten im gewerblichen Rechtsschutz, Kartellrecht und Äußerungsrecht.

unseres ganzen Teams auch am höchsten deutschen Zivilgericht findet. Ich bin meinen Partnern sehr dankbar, dass sie mich immer unterstützt und mir die nötigen Freiräume gewährt haben.“ Vor dem BGH können in Zivilsachen nur Rechtsanwälte auftreten, die vom Wahlausschuss für Rechtsanwälte beim BGH gewählt und anschließend vom Bundesjustizministerium ernannt wurden. BGH-Anwälte dürfen außerdem vor den anderen obersten Bundesgerichten, dem Bun-

Neben seiner Arbeit für White & Case ist Rohnke seit vielen Jahren in der universitären Lehre tätig. Zudem ist er Vorsitzender des Fachausschusses Gewerblicher Rechtsschutz der Hanseatischen Rechtsanwaltskammer, Vorstandsmitglied der Deutschen Landesgruppe der AIPPI, Mitglied eines Fachausschusses der Deutschen Vereinigung für Gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht sowie Schiedsrichter der World Intellectual Property Organization (WIPO). Dazu Prof. Dr. Rohnke: „Die Ernennung ist für mich eine große Ehre und zeigt die Anerkennung, die die Qualität der Arbeit



Prof. Dr. Christian Rohnke

desverfassungsgericht sowie vor den internationalen und gemeinsamen zwischenstaatlichen Gerichten, wie dem EuGH oder dem Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte, auftreten. (al)

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT	2
OLG Düsseldorf: Keine Anwendung der Stolpe-Rechtsprechung bei verdeckten Behauptungen	3
TITELSCHUTZANZEIGEN: 21 NEUE TITEL GESCHÜTZT ...	4-6
IMPRESSUM	7

Die 21 neuen Titel dieser Woche

B	L
Bürgerspiegel	Land & Haus Land & Küche
D	M
Das Leben - ein Geschenk Der Atem meines Lebens Der Klang meines Lebens Der/Die Titelhändler Die Klänge meines Lebens	MHW - META HEALTH WATCH
E	S
Eins mit Körper, Geist & Seele Einssein mit Körper, Geist & Seele Erinnerungen an stürmische und sonnige Zeiten	SEASONS
I	V
Industrie Imperium Industry Empire	VENTUSmedic
K	W
Kauf dich fit Kostbares Leben KRÄNK Krisensicher Investieren	woman in the city - Hamburg

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

12.11.2013, Woche 46, Nr. 1149
Anzeigenschluss: 08.11.2013, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

03.12.2013, Woche 49, Nr. 1152
Anzeigenschluss: 29.11.2013, 10 Uhr

**Top News aus Werbung,
Marketing und Medien**

www.new-business.de

OLG Düsseldorf:

Keine Anwendung der Stolpe-Rechtsprechung bei verdeckten Behauptungen

Nach den Landgerichten in Hamburg (AfP 2011, 394, 395) und Köln (AfP 2012, 185, 187) hat sich nun auch das Oberlandesgericht Düsseldorf als erstes Obergericht ausdrücklich der Auffassung angeschlossen, dass die so genannte Stolpe-Rechtsprechung, nicht auf verdeckte Behauptungen anzuwenden ist. Nach der Stolpe-Rechtsprechung ist bei Unterlassungsansprüchen gegen mehrdeutige Äußerungen jeweils die Auslegungsvariante zugrunde zu legen, die den Betroffenen in seinem Persönlichkeitsrecht (mehr) beeinträchtigt. Dies führt in der Praxis im Zweifel zum Erfolg des Unterlassungsanspruchs.

Bei verdeckten Behauptungen, also angeblichen Eindrücken, die bei einem Text „zwischen den Zeilen“ entstehen können bzw. sollen, stellt sich die Frage der Anwendbarkeit dieser Rechtsprechung im Besonderen: Jeder auch nur nicht fernliegende Eindruck kann dann einen Unterlassungsanspruch auslösen, obwohl der Äußernde an diesen Deutungsgehalt überhaupt nicht gedacht hat. Zur Frage, wann bei angeblichen verdeckten Behauptungen der mögliche Eindruck äußerungsrechtlich überhaupt zu berücksichtigen ist, führt das Oberlandesgericht Düsseldorf in seiner Entscheidung vom 16. Oktober 2013 aus: „Dieses Vorgehen (d.h. die Anwendung der Stolpe-Rechtsprechung) ist nur bei solchen Äußerungen ver-

fassungsrechtlich geboten, die von dem maßgeblichen Publikum überhaupt als eine geschlossene, aus sich heraus aussagekräftige Tatsachenbehauptung wahrgenommen werden und insoweit dann aber mehrdeutig sind. ... Mit der Beurteilung von nur verdeckt „zwischen den Zeilen“ zum Ausdruck gebrachten Aussagen befasst sich die „Stolpe“-Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts hingegen nicht, sondern bezieht sich auf eine offene Tatsachenbehauptung, die ein unvoreingenommenes und verständiges Publikum als mehrdeutig wahrnimmt. Nach der herkömmlichen Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, an der er auch nach der „Stolpe“-Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom 25. Oktober 2005 festgehalten hat, ist bei ‚verdeckten‘ Aussagen zu unterscheiden zwischen der Mitteilung einzelner Fakten, aus denen der Leser eigene Schlüsse ziehen kann und soll und der erst eigentlich ‚verdeckten‘ Aussage, mit der der Autor durch das Zusammenspiel offener Äußerungen eine zusätzliche Sachaussage macht bzw. sie dem Leser als unabweisliche Schlussfolgerung nahelegt. Unter dem Blickpunkt des Art. 5 Abs. 1 GG kann nur im zweiten Fall die ‚verdeckte‘ Aussage einer ‚offenen‘ Behauptung des Äußernden gleichgestellt werden. Denn der Betroffene kann sich in aller Regel nicht dagegen wehren, dass der Leser aus den ihm ‚offen‘ mitgeteilten Fakten

eigene Schlüsse auf einen Sachverhalt zieht, für den die offenen Aussagen Anhaltspunkte bieten, der von dem sich Äußernden so aber weder offen noch verdeckt behauptet worden ist (vgl. BGH NJW 2006, 601,603). ...

Der Senat folgt auch unter Zugrundelegung der ‚Stolpe‘-Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts, die sich nur mit offenen, aber mehrdeutigen Tatsachenbehauptungen befasst, weiterhin der vorstehend dargestellten, vom Bundesverfassungsgericht gebilligten Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs, dass eine ‚zwischen den Zeilen‘ verdeckt aufgestellte Aussage im Interesse der durch Art. 5 Abs. 1 GG geschützten Meinungs- und Pressefreiheit nur unter engen Voraussetzungen anzunehmen ist, nämlich nur dann, wenn sie sich dem Leser als unabweisbare Schlussfolgerung aus dem Zusammenspiel der offen getätigten Aussagen aufdrängt (ebenso Landgericht Hamburg, AfP 2011, 394,396, Kammergericht Berlin, Urteil vom 12.4.2012, Aktenzeichen

10 U 127/11 - juris, Rn. 9; letzteres ohne unmittelbare Auseinandersetzung mit der ‚Stolpe‘-Entscheidung).“

Diese Entscheidung des OLG Düsseldorf bestätigt damit die Tendenz in der Instanzrechtsprechung den Anwendungsbereich der Stolpe-Rechtsprechung grundrechtskonform einzuschränken. Die Unanwendbarkeit der Stolpe-Rechtsprechung auf verdeckte Behauptungen hat dann allerdings auch zur Folge, dass konsequenterweise nicht die Möglichkeit der Klarstellung besteht. Wenn sich eine verdeckte Aussage als Ergebnis der dargestellten Auslegungsgrundsätze für die Durchschnittsleser zwingend aufdrängt, fehlt es bereits an der dafür erforderlichen Mehrdeutigkeit.

OLG Düsseldorf
Urteil vom 16.10.2013
AZ: I-15 O 130/13

Quelle:
www.damm-mann.de



RED BOX
connecting creative professionals

www.redbox.de . www.redbox.de . www.redbox.de

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

Bürgerspiegel

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, CD-ROM, DvD, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien.

**Medienbüro Laib,
Nelkenstraße 1, 26676 Barbel**

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

Land & Küche

Land & Haus

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**Blaum Dettmers Rabstein,
Am Wall 153/156, 28195 Bremen**

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

Krisensicher Investieren

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

**HEISSE KURSAWE EVERSHEDS
Rechtsanwälte Patentanwälte Partnerschaft,
Maximiliansplatz 5, 80333 München**

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

Der Klang meines Lebens

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien (insbesondere Online/Internet), einschließlich Ton-, Bild-/Tonträger, Video, CD-ROM und/oder andere Datenträger, insbesondere und/oder CD, DVD.

**Rechtsanwalt Alexander Isadi,
Schauinslandstraße 2, 79194 Gundelfingen**

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

Erinnerungen an stürmische und sonnige Zeiten

Kostbares Leben

Der Atem meines Lebens

Die Klänge meines Lebens

Das Leben - ein Geschenk

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien (insbesondere Online/Internet), einschließlich Ton-, Bild-/Tonträger, Video, CD-ROM und/oder andere Datenträger, insbesondere und/oder CD, DVD.

**Rechtsanwalt Alexander Isadi,
Schauinslandstraße 2, 79194 Gundelfingen**

Unter Hinweis auf §§ 5 Abs. 3, 15 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

KRÄNK

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, grafischen Gestaltungen, Schreibweisen und Darstellungsformen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, Video und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste, Offline- und Online-Medien und Produkte, Streaming, Mobilfunkdienste, Internet-Domains, Internet-Seiten, Apps, Veranstaltungen und Tourneen, Merchandising- und Druckerzeugnisse sowie Literatur, insbesondere Bücher, Newsletter, Zeitschriften und andere Printmedien und Publikationen sowie Bild-, Ton-, Bildton- und Datenträger.

**Rohrbach Rechtsanwälte,
Aduchtstraße 7, 50668 Köln**

STÄDTE ALS MARKEN

Strategie und Management



Der Inhalt

- Grundlagen: Analyse, Strategie, Strukturen, Kommunikation, Evaluation
- Fallbeispiele: Verantwortliche aus 13 Städten schildern ihre Markenprozesse und Erfahrungen (darunter Hamburg, Berlin, Wien, Zürich, Münster, Fulda)
- Essenz: Neun Schritte zur starken Stadtmarke
- Service: Literatur, wichtige Institutionen

Thorsten Kausch, Peter Pirck und Peter Strahlendorf (Hrsg.)

Städte als Marken. Strategie und Management

220 Seiten, vierfarbig, 38,90 Euro

New Business Verlag, Hamburg

ISBN: 978-3-936182-45-3

Mit diesem Buch wird erstmals eine umfassende Praxis-Grundlage für die Markenführung bei Städten gelegt. Autoren aus Stadtmarketing, Beratung, Wissenschaft und Politik liefern nicht nur Ideen und Erfahrungen, sondern ein konsistentes Programm für das Management.

Es richtet sich vor allem an Praktiker aus dem Stadtmarketing sowie Verantwortliche aus Politik und Verwaltung.

Ja, ich bestelle

Exemplare **STÄDTE ALS MARKEN. Strategie und Management**
zum Preis von je € 39,80 zzgl. Versand.



Firma

Name, Vorname

Funktion

Straße

PLZ, Ort, Land

Telefon/Fax

E-Mail

Datum, Firmenstempel, Unterschrift

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

Der/Die Titelhändler

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Prof. Dr. Wielowski,
Neuenhofer Straße 30, 42657 Solingen**

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

Kauf dich fit

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Draksal Fachverlag GmbH,
Täubchenweg 8, 04317 Leipzig**

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

SEASONS

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Puls & Partner,
Richard-Strauss-Weg 6, 14532 Kleinmachnow**

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

MHW - META HEALTH WATCH

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Özdemir Aroma, Reiner Grünter,
Daimlerstraße 12, 50827 Köln**

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

woman in the city - Hamburg

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**WKM Wiener Kontor Marketing & Verlag GmbH,
vertreten durch die Geschäftsführerin Frau Barth,
Jarrestraße 80, 22303 Hamburg**

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

VENTUSmedic

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Johanniter-Unfall-Hilfe e.V.,
Regionalverband Weser-Ems,
Industriestraße 1, 26121 Oldenburg**

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

Industrie Imperium Industry Empire

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**rondomedia Marketing & Vertriebs GmbH,
Limitenstraße 64-78, 41236 Mönchengladbach**

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

Einssein mit Körper, Geist & Seele Eins mit Körper, Geist & Seele

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Netcoo AG,
Splieterstraße 27, 48231 Warendorf**

Über 60.700 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de

Impressum:

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER mit DER SOFTWARE TITEL

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 system-
atischen 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 Pres-
sepiegel 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-Abonne-
ment. 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-Abonne-
ment. Ich erhalte das Magazin ab sofort regelmäßig
für 120,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Abon-
nement 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: _____