

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

OLSWANG München baut Beratungsangebot mit Datenschutzexperten aus

Die internationale Wirtschaftskanzlei **OLSWANG Germany LLP** hat zum Jahresbeginn mit **Dr. Andreas Splittgerber** (38) einen neuen Partner für das Münchener Büro gewonnen. Der Experte für Informationstechnologie (IT) und Datenschutz leitete zuletzt bei **Orrick** die Praxis für IT und Gewerblichen Rechtsschutz. Zudem verfügt er über eine umfassende Expertise im Bereich Compliance. Besondere Erfahrung hat Splittgerber in der Beratung von Cloud-Anbietern und anderen Technologieunternehmen, darunter

DAX 30-Unternehmen und namhafte US-Firmen. Seine Beratungskompetenz deckt inhaltlich das gesamte Spektrum im IT-Bereich ab, von Outsourcing und Compliance bis hin zu E-Commerce. Im Datenschutzrecht berät er in allen Themenbereichen und vertritt Mandanten vor Datenaufsichtsbehörden.

Dazu **Dr. Viola Bensinger**, Partnerin und Leiterin des Bereichs Technologie bei OLSWANG in Deutschland: „Die zunehmende Bedeutung von digitalen Themen betrifft nicht nur Technologie- und Medienunterneh-



Dr. Andreas Splittgerber

men. Sämtliche Branchen stehen vor neuen Herausforderungen im Zusammenhang mit IT-Outsourcing, E-Commerce, Datenschutz,

digitalen Vertriebswegen oder Zahlungsdiensten. Dem sich daraus ergebenden Beratungsbedarf tragen wir mit der Verstärkung durch einen weiteren Partner Rechnung.“

Gemeinsam mit Dr. Andreas Splittgerber kommt Associate **Christian Leuthner** mit den Schwerpunkten Datenschutzrecht, IT- und Software-Recht sowie Outsourcing zu OLSWANG. Damit sind für die 1981 in London gegründete Kanzlei knapp 60 Anwälte an den deutschen Standorten Berlin und München tätig. (al)

Bundesdatenschutzbeauftragte: Andrea Voßhoff folgt auf Peter Schaar



Andrea Voßhoff
Bildquelle: CDU/CSU-Fraktion

Die Juristin **Andrea Voßhoff** (55), zuletzt Mitglied des Deutschen Bundestags und rechtspolitische Sprecherin der CDU/CSU-Bundestags-

fraktion, wurde in der vergangenen Woche zur **Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit** ernannt.

Das Amt der Bundesbeauftragten für den Datenschutz (bfdi.bund.de) wurde 1978 eingerichtet und zum 1. Januar 2006 um das Amt der Bundesbeauftragten für die Informationsfreiheit ergänzt. Die Bundesbeauftragte berät und kontrolliert Bundesbehörden, andere öffentliche Stellen des Bundes sowie Telekommunikations- und Postdienstunternehmen.

Zudem berät und kontrolliert sie die Durchführung von Sicherheitsüberprüfungen nach dem Sicherheitsüber-

prüfungsgesetz des Bundes, auch soweit sie private Unternehmen betreffen. (al)

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT	2
LG Köln zu zulässiger Meinungsäußerung	3
Kammergericht: Keine Kostenerstattung für missglückte Gegendarstellung	3
TITELSCHUTZANZEIGEN: 19 NEUE TITEL GESCHÜTZT	4-7
IMPRESSUM	7

Die 19 neuen Titel dieser Woche

16 über Nacht

B
Beste Rätsel Riesen

C
CamperVans

D
Das kann ich selbst!
Der Zaunkönig

E
Engelwege

F
Faszination Mensch

G
gearpager
gearpages
Gutes Deutsch - s
icher und fehlerfrei in Wort und Schrift

H
harley's world
Hunt the world
HypnoYoga

M
musicpage

P
Pools & Finance

R
Rach tischt auf

Ü
ÜBERFLIEGER
DAS KANINCHEN-SPORTMAGAZIN

W
webtainer
webtainment

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

21.01.2014, Woche 04, Nr. 1157
Anzeigenschluss: 17.01.2014, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

04.02.2014, Woche 06, Nr. 1159
Anzeigenschluss: 31.01.2014, 10 Uhr

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

www.new-business.de

Landgericht Köln: „Bundeswehr kaufte Tausende untaugliche Waffen“ ist zulässige Meinungsäußerung

Das Landgericht Köln sieht in der Überschrift „Bundeswehr kaufte Tausende untaugliche Waffen“ eine zulässige Meinungsäußerung, wenn diese in dem folgenden Artikel auf die unstreitige Feststellung gestützt werden kann, dass das betreffende Gewehr „nach 150 Schuss Schnellfeuer nicht mehr zu Präzisionsbeschluss in 200 Meter Entfernung in der Lage ist“ (Landgericht Köln vom 11.12.2013, Aktenzeichen 28 O 252/13). Hier zeichnet sich eine neue Grundsatzentscheidung zu Meinungsfreiheit ab, da das Oberlandesgericht Köln im vorausgegangenen Verfügungsverfahren noch die Auffassung vertreten hatte, die beanstandete Äußerung sei unzulässig, weil sie auch

so verstanden werden könne, dass die von der Klägerin gelieferten Gewehre mangelhaft im Sinne des § 434 BGB seien. Das war unstreitig nicht der Fall, weil die Beschaffungsvorgaben der Bundeswehr erfüllt worden waren. Das Landgericht widersprach im Hauptsacheverfahren dem Oberlandesgericht unter anderem unter Hinweis darauf, dass dessen Auslegungsvariante schon deshalb für ein Verbot nicht ausreiche, weil die so genannte Stolpe-Rechtsprechung auf verdeckte Behauptungen keine Anwendung finde. In Bestätigung seiner entsprechenden Rechtsprechung, die nach den Landgerichten in Hamburg und Köln erst kürzlich vom Oberlandes-

gericht Düsseldorf (Urteil vom 16.10.2013, Aktenzeichen I-15 O 130/13; Quelle: www.damm-mann.de) übernommen worden war, müsse die vom Oberlandesgericht in seiner Entscheidung zu Grunde gelegte Auslegung unabweislich sein, was hier nicht der Fall sei.

Die Entscheidung des Landgerichts ist auch deshalb von Bedeutung, weil die Beschaffung des Sturmgewehrs G 36 durch die Bundeswehr nach wie vor politisch in der Diskussion ist, da es sowohl kritische Einsatzberichte von Soldaten in Afghanistan gibt, als auch entsprechende Prüfungsergebnisse der Rüstungsabteilung des Bundesverteidigungsministeriums. In beiden Fällen wird un-

abhängig von den Vorgaben des Beschaffungswesens der Bundeswehr kritisiert, dass sich die Waffe im Einsatz zu schnell erhitze und dann an Treffergenauigkeit verliere. Ob die Waffe deshalb von der Presse als „untauglich“ für die Bundeswehr bezeichnet werden kann, wird nun weiter im Hauptsacheverfahren geklärt werden. Bis zur Rechtskraft eines Urteils im Klageverfahren bleibt das vom Oberlandesgericht im Verfügungsverfahren ausgesprochene Verbot wirksam. Beide Seiten haben im Verfahren angekündigt, den Rechtsweg ausschöpfen zu wollen.

Quelle:
www.damm-mann.de

Keine Kostenerstattung für missglückte Gegendarstellung Kammergericht, Urt. v. 21.11.2013, 10 U 69/13

Werden presserechtliche Ansprüche geltend gemacht, so können dadurch entstandene Anwaltskosten grundsätzlich als Schadensersatz erstattungsfähig sein (Rechtsverfolgungskosten). Dies gilt allerdings nicht, wenn der konkret angemeldete Anspruch nicht entstanden ist.

Dies klingt an sich wie eine Selbstverständlichkeit. Für die Kostenerstattung in Gegendarstellungssachen haben jedoch selbst Gerichte immer wieder die Auffassung vertreten, dass Anwaltskosten auch

für „verunglückte“ Gegendarstellungsbegehren erstattungsfähig sind, solange nur die „Gegendarstellungslage“ vorlag (Tatsachenmitteilung in einem periodischen Druckerzeugnis; Betroffenheit des Anspruchstellers).

Dieser Ansicht hat das Kammergericht mit Urteil vom 21.11.2013 (10 U 69/13) nun klar widersprochen. Es hält fest: „Für die Frage, ob Kosten für die Aufforderung zur Veröffentlichung von Gegendarstellungen zu erstatten sind, ist lediglich darauf ab-

zustellen, ob das Gegendarstellungsbegehren in der gewählten Form korrekt gefasst war. Auf die Überlegungen, ob ein Gegendarstellungsbegehren durch die konkrete Berichterstattung veranlasst war und wie dieses ggf. nach Hinweis des zuständigen Gerichts anders gefasst worden wäre, kommt es nicht an.“

Im konkreten Fall scheiterte die Veröffentlichungsfähigkeit u.a. daran, dass in dem Gegendarstellungstext nicht auf die Erstmitteilung erwidert wurde. Ferner erweckte

die Erstmitteilung aus Sicht des Senats nicht den in der Gegendarstellung bezeichneten Eindruck. Einen weiteren Gegendarstellungstext hielt der Senat in der Formulierung für irreführend. Für sämtliche Gegendarstellungsbegehren hat der Senat daher einen Anspruch auf Erstattung der anwaltlichen Rechtsverfolgungskosten abgelehnt und in der Sache das Landgericht Berlin als Vorinstanz bestätigt.

Quelle:
www.damm-mann.de

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

Beste Rätsel Riesen

jeweils in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen und/oder graphische Darstellungen, auch als Untertitel für alle Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Onlinedienste und/oder Softwareprodukte sowie Internet.

**avocado rechtsanwälte,
Spichernstraße 75-77, 50672 Köln**

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

CamperVans

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Wortverbindungen und -zusammensetzungen, grafischen Gestaltungen, Schriftarten, Untertiteln für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Fernsehen, Funk, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien einschließlich Off- und Onlinemedien aller Art.

**Rechtsanwälte Teipel - Stirken - Kellers,
Königstraße 137, 47798 Krefeld**

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

Das kann ich selbst!

Gutes Deutsch - sicher und fehlerfrei in Wort und Schrift

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

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

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

musicpage

gearpager

gearpages

webtainer

webtainment

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Katja Bartenschlager,
Reindelstraße 4, 90402 Nürnberg**

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

HypnoYoga

T.R.E.A.T.

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, möglichen Kombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton-, Datenträger aller Art, für Print, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie für sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich On- und Offline-Dienste, CD-ROM, CD-I, DVD, für Telekommunikationsdienstleistungen insbesondere GPRS, UMTS, SMS, WAP, für öffentliche Veranstaltungen, für alle Druckerzeugnisse, Merchandising, Marketing, Promotion-Services, Internetseiten und -auftritte.

**Yoga im Zentrum /Praxis im Zentrum, Zekiye Saehrig,
Am Rathaus 10, 55116 Mainz**

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

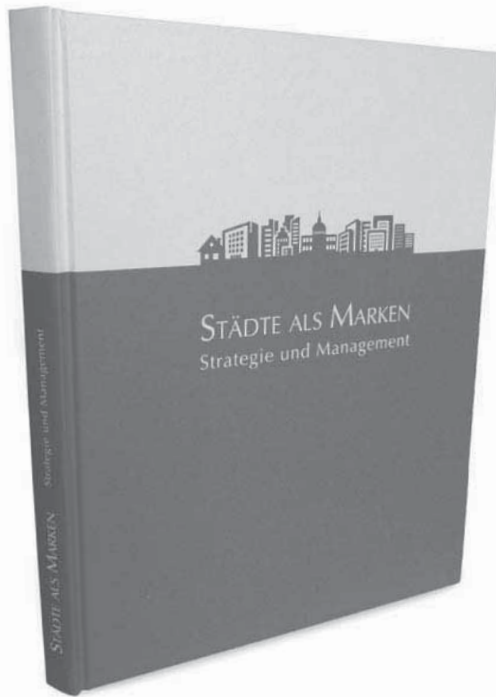
harley's world

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten, Wortverbindungen und Zusätzen für Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckereierzeugnisse, Software-Produkte, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, einschließlich CDs, CD-ROMs, DVDs und ebenso für elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Online-Medien, Online- und Offline-Dienste sowie sonstige Mediendienstleistungen und Medienprodukte aller Art, für Domain-Bezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, für Merchandising sowie für Messe, Kongresse, Reisen und sonstige Veranstaltungen aller Art.

**Manuela Micheli-Liebsch,
Osterblenze 8, 31515 Wunstorf**

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 wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Pools & Finance

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Printmedien, digitale Medien und Onlinedienste.

**Graf von Westphalen Rechtsanwälte Partnerschaft,
Ulmenstraße 23-25, 60325 Frankfurt am Main**

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

Engelwege

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Kanzlei Dr. Rehbock,
Frühlingstraße 2, 82110 Germering**

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

16 über Nacht

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

**ProSieben Sat.1 TV Deutschland GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

Der Zaunkönig

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 GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

ÜBERFLIEGER DAS KANINCHEN-SPORTMAGAZIN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hobby- und Kleintierzüchter
Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG,
Wilhelmsaue 37, 10713 Berlin**

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

Rach tischt auf

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

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

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

www.new-business.de

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

Hunt the world

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen und Zusammensetzungen, in allen Medien, und zwar auch für Rundfunk- und Fernsehsendungen, Druckerzeugnisse, Internet sowie für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**GÖRG Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB,
Rechtsanwältin Dr. Katja Kuck,
Kennedyplatz 2, 50679 Köln**

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

Faszination Mensch

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten, Wortverbindungen und Zusätzen für alle Medien, insbesondere Messen, Veranstaltungen, Bühnenwerke, Sportveranstaltungen, Spiele, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, einschließlich CD-ROM, CD und DVD, ferner für elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Online-Medien sowie sonstige Mediendiensteleistungen und Medienprodukte aller Art, für Druckerzeugnisse, Kataloge, für Domain-Bezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, für Event-Merchandising und sonstige Veranstaltungen aller Art.

**Patentanwälte Kalkoff & Partner,
Martin-Schmeißer-Weg 3a-3b, 44227 Dortmund**

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

Bankverbindung: IBAN: DE35200505501105212649
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Druck: Handelsregister HRA 96 228,
Ust.-Id-Nr. DE813310785
Lehmann Offsetdruck GmbH,
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2014 Presse Fachverlag, Hamburg.

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

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

FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

TELEFAX: 040/609 009 – 66

VON:	FIRMA:	_____
	NAME:	_____
	ANSCHRIFT:	_____

	TELEFON:	_____
	FAX:	_____
	E-MAIL:	_____

ICH MÖCHTE EINE TITELSCHUTZANZEIGE AUFGEBEN:

Bitte nehmen Sie den folgenden Text in die nächst erreichbare Nummer

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

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

pro Titel bitte eine Zeile

(Adresse)

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

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

DATUM UND UNTERSCHRIFT: _____