

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Preu Bohlig verstärkt IP-Team am Standort München

Dr. Alexander Harguth wird sich zum 1. Juli 2014 als Partner der Sozietät **Preu Bohlig & Partner** anschließen. Alexander Harguth kommt vom Münchner Büro der Kanzlei McDermott Will & Emery, wo er sich in den letzten Jahren als Mitglied der deutschen Praxisgruppe Gewerblicher Rechtsschutz vor allem in der Beratung und Führung von Prozessen im Patentrecht einen Namen machen konnte. Seine Anwaltstätigkeit begann bei der Kanzlei Bardehle Pagenberg, wo er - später als Partner - umfassende Erfahrungen in der Betreuung und Koordination komplexer, vor allem auch internationaler Patentverletzungsverfahren erwarb. Ein weiterer Schwerpunkt seiner Tätigkeit liegt im Arbeitnehmererfinder- und Geschmacksmusterrecht sowie im Geschäftsgeheimnisschutz. Harguth ist zudem als französischer Anwalt in Paris zugelassen und pu-



Dr. Alexander Harguth

bliziert zu verschiedenen Themen des Gewerblichen Rechtsschutzes.

Die Wirtschaftskanzlei Preu Bohlig & Partner ist mit Rechtsanwälten, Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern an den Standorten München, Berlin, Düsseldorf und Hamburg vertreten. Die Schwerpunkte der Sozietät liegen im Gewerblichen Rechtsschutz, Gesellschafts- und Steuerrecht, Pharmarecht, sowie im Bereich Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung. (al)

Aufbau an der Isar: OLSWANG verdoppelt Patentanwaltsteam

Die internationale Wirtschaftskanzlei **OLSWANG** setzt ihren nächsten Wachstumsschritt um: Seit Mitte Mai 2014 verstärken die erfahrenen **Patentanwälte Dr. Herbert Kunz** und **Dr. Volker Kühn** das schnell wachsende Büro in München. Zusätzlich stößt **Dr. Tobias Reker**, zuvor Senior Counsel des Münchener Technologie-Unternehmens Knorr-Bremse AG, zu OLSWANG. Herbert Kunz, der als Partner künftig das Patentanwaltsteam von OLSWANG in Deutsch-

land leiten wird, zu seinem Wechsel: „OLSWANG verfügt über einen erstklassigen Ruf in den Bereichen Technologie und IP und bietet für uns die großartige Chance, in einem eingespielten europäischen Team sowohl mittelständische als auch global operierende Unternehmen länderübergreifend zu beraten.“ OLSWANG baut damit den Bereich Gewerblichen Rechtsschutz (Intellectual Property - IP) signifikant aus und verdoppelt das Patentteam in Deutschland, das im internationalen IP-Team eng verzahnt mit den Rechtsanwälten zusammenarbeitet. Die Sozietät hat ihren Hauptsitz in London und ist mit Büros in Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Singapur und Spanien vertreten. Ihre Beratungsschwerpunkte liegen in der Medien- und Technologie-Branche sowie der Telekommunikation und Immobilienwirtschaft. (al)



Dr. Herbert Kunz

INHALT

SEITE

TITELÜBERSICHT	2
Hörbuch-Download nur zum Eigengebrauch	3
TITELSCHUTZANZEIGEN: 22 NEUE TITEL GESCHÜTZT	4-7
IMPRESSUM	7



RED BOX
connecting creative professionals

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

Die 22 neuen Titel dieser Woche

B	M
Boulevard Schrobenhausen	meine-tochter-anne-frank.com
Boulevard SOB	meine-tochter-anne-frank.de
D	O
Das 60er Jahre Rätsel	onlinehelden
Das 70er Jahre Rätsel	P
Das 80er Jahre Rätsel	PARADISO
Das 90er Jahre Rätsel	PARADISO REISEMAGAZIN
G	PneumoNews
Gossip - so sind Stars	Princess -
H	Hilfe, ich bin shoppingsüchtig!
Holla die Waldfee	S
K	Schlau Hoch Zwei
Kanz oder gar nicht	Schrobenhausener Boulevard
L	Style Pass -
Livespiel	das einzig wahre Frauenfußballmagazin
M	W
Meine Tochter Anne Frank	WhatTheFact

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

24.06.2014, Woche 26, Nr. 1179
Anzeigenschluss: 20.06.2014, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

01.07.2014, Woche 27, Nr. 1180
Anzeigenschluss: 27.06.2014, 10 Uhr



Unser Ziel:
Sie werden Pate
und sie lernt lesen.

Ulrich Wickert:
„Mädchen brauchen
Ihre Hilfe!“



Plan
gibt Kindern eine Chance

Nähere Infos: www.plan-deutschland.de

Hörbuch-Download: Einschränkung nur zum Eigengebrauch ist zulässig

Anbieter digitaler Medien, wie Hörbücher und eBooks, dürfen den Weiterverkauf von Datei-Downloads verbieten. Dies hat das **Oberlandesgericht Hamm** in einem jetzt veröffentlichten Urteil entschieden und damit das erstinstanzliche Urteil des Landgerichts Bielefeld bestätigt. Im Download erworbene Audiodateien dürfen demnach so verkauft werden, dass dem Käufer das Kopieren und Weiterveräußern der erworbenen Computerdatei untersagt wird.

Ein Online-Versandhandel hatte dem Kunden in seinen AGBs ein "einfaches, nicht übertragbares" Nutzungsrecht "ausschließlich zum persönlichen Gebrauch" gewährt und es ihm u.a. untersagt, den Download "zu

kopieren" oder "weiter zu veräußern". Ein Berliner Verbraucherschutz-Verein hielt dies für unzulässig und erhob Klage. Der beklagte Online-Versandhändler könne, so die Rechtsauffassung des Vereins, die Weiterveräußerung des erworbenen Werkes nicht verbieten. Das untersage die in § 17 Urheberrechtsgesetz geregelte "Erschöpfungswirkung". Nach dieser dürfe ein urheberrechtlich geschütztes Werkstück, das mit Zustimmung des Berechtigten in Verkehr gebracht wurde, frei weiterveräußert werden.

Nach der Entscheidung des 22. Zivilsenats des Oberlandesgerichts Hamm sind die Einwände des Klägers gegen die in Frage stehenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Beklagten

unbegründet. Diese seien rechtlich nicht zu beanstanden. Die Regelung der "Erschöpfungswirkung" in § 17 Urheberrechtsgesetz sei nicht einschlägig. Sie gelte nicht für zum Download im Internet bereitgestellte Audiodateien.

Einschlägig sei vielmehr die Regelung des § 19a Urheberrechtsgesetz über das Recht der öffentlichen Weiterverbreitung. Um eine solche Weiterverbreitung gehe es, wenn im Wege des Downloads erworbene Dateien einem anderen Nutzer überlassen würden. Nach der Regelung des § 19a Urheberrechtsgesetz werde das Verbreitungsrecht des Urhebers bei im Wege des Downloads erlangten Dateien nicht "erschöpft". Diese Regelung untersage daher die in Fra-

ge stehende Vertragsklausel nicht, die auch im Übrigen gegen keine zwingenden gesetzlichen Vorschriften verstoße.

Daher könne zwar dem Erwerber eines physischen Datenträgers nicht verboten werden, den Datenträger nebst Datei frei weiter zu veräußern. Demgegenüber könne der Händler dem Erwerber einer "downgeloadeten" Datei aber die Veräußerung der Datei - auch nach ihrer Verkörperung auf einem Datenträger - in Allgemeinen Geschäftsbedingungen vertraglich untersagen. (al)

Oberlandesgericht Hamm
Urteil vom 15.05.2014
Az: 22 U 60/13

Allen & Overy verzeichnet wachsende Unterstützung für EU-Patentgericht

Eine von der internationalen Sozietät **Allen & Overy LLP** veröffentlichte Umfrage unter 152 Unternehmen zeigt eine überraschend hohe Unterstützung für Europas kontrovers diskutiertes **Einheitliches Patentgericht** („EPG“). Laut Allen & Overy erwarten fast drei Viertel (74%) der Befragten, die die Vorbereitungen für das neue System in ihren Unternehmen überwachen, positive Auswirkungen für das eigene Unternehmen. Nur 15% rechnen mit nachteiligen Folgen. In Deutschland gehen gar 80% der befragten

Unternehmen davon aus, dass sie vom EPG profitieren werden; lediglich 10% erwarten, dass dies wahrscheinlich nicht der Fall sein werde. Allerdings sei die Mehrheit der Befragten bei einem Großteil ihres Patentportfolios (durchschnittlich 68%) noch unentschieden, ob sie ihre nach dem bisherigen System erteilten europäischen Patente in der siebenjährigen Übergangsfrist dem neuen System unterwerfen sollen oder nicht. Nahezu jeder zweite Befragte (49%) wolle jedoch zumindest einen Teil seiner

Patente definitiv in das neue System einbringen (Opt-in). Lediglich 15% sagten, dass sie einen Teil ihrer Patente auf keinen Fall in das neue System überführen würden (Opt-out). Ähnlich sieht das Stimmungsbild für Deutschland aus – hier sprachen sich 47% zumindest bei einem Teil ihrer Patente für ein Opt-in aus; 12% planen ein Opt-out für einen Teil ihrer Patente.

Die Umfrage verdeutliche, dass das EPG trotz der geringen Aufmerksamkeit, die es bislang bei Unternehmen

findet, erhebliche Auswirkungen haben wird. So gäbe das EPG Patentinhabern weitreichendere Rechtsmittel an die Hand als die, die ihnen derzeit in den USA zur Verfügung stehen. Zudem ist ein größerer Markt durch die teilnehmenden europäischen Länder betroffen und Verfügungen könnten einfacher, kostengünstiger und schneller erwirkt werden. Außerdem würden, Schätzungen zufolge, die Kosten mindestens fünfmal niedriger sein als in den USA. (al)

Quelle: allenoverly.com

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

**Boulevard Schrobenhausen
Boulevard SOB
Schrobenhausener Boulevard**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**RM Verlag GmbH,
Freisinger Straße 26, 85229 Markt Indersdorf**

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

Gossip - so sind Stars

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen. Die Inanspruchnahme bezieht sich auf alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste).

**Rechtsanwalt Dipl.-Ing. Armin Zinnecker,
Widenmayerstraße 23, 80538 München**

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

**PneumoNews
Praxisnahe Fortbildung**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Printmedien, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger.

**Wilmer Cutler Pickering Hale and Dorr LLP,
Friedrichstraße 95, 10117 Berlin**

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

Livespiel

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereierzeugnisse, 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 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

WhatTheFact

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten 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 inklusive Blogs und Tweets, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**Labo M GmbH,
Krossener Straße 2, 10245 Berlin**

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

**PARADISO REISEMAGAZIN
PARADISO**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Verlag Andreas Wellnitz,
Graefestraße 80, 10967 Berlin**

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

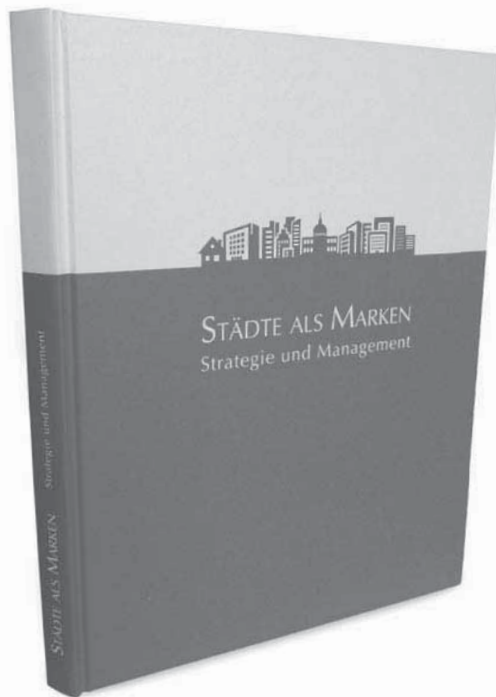
**Style Pass - das einzig wahre
Frauenfußballmagazin**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Eva Britsch,
Stubbenkammerstraße 9, 10437 Berlin**

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 nehmen wir für eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

Kanz oder gar nicht Princess - Hilfe, ich bin shoppingsüchtig!

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

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

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

Meine Tochter Anne Frank meine-tochter-anne-frank.de meine-tochter-anne-frank.com

in allen Schreibweisen national und international, Schriftarten und Darstellungsformen in allen Medien, grafischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien.

**RAe Pape, Persike und Partner GbR,
Schützenstraße 18, 10117 Berlin**

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

Das 60er Jahre Rätsel Das 70er Jahre Rätsel Das 80er Jahre Rätsel Das 90er Jahre Rätsel

jeweils in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelnkombinationen 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 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Schlau Hoch Zwei

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Abkürzungen, Schriftarten, für Medien aller Art, insbesondere für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, aber auch Software-Erzeugnisse, Spiele, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, ferner für elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich aller Online-Medien sowie sonstige Mediendienstleistungen und Medienprodukte aller Art, für Domainbezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, Internet-Seiten und Apps, für Merchandising sowie für Bühnenprogramme, Vortragstitel, Messen und Kongresse.

**FUHRMANN WALLENFELS Frankfurt am Main
Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft,
Schaumainkai 91, 60596 Frankfurt am Main**

Top News aus Werbung, Marketing und Medien

www.new-business.de

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

Holla die Waldfee

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Daniel Douglas Wissmann,
Müggenkampstraße 35, 20257 Hamburg**

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

onlinehelden

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**gut.org gAG,
Schlesische Straße 26, 10997 Berlin**

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:

Erscheinungsweise: 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 1.1.2013

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 auszugsweise Nachdruck oder
Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der syste-
matischen 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-
sespiegel erhalten Sie über die PMG Presse-Monitor GmbH, Tel.
030/28493-0 oder www.presse-monitor.de



FÜR FRÜHAUFSTEHER

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