

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Taylor Wessing kündigt Eröffnung von US-Repräsentanzbüros an

Die internationale Wirtschaftskanzlei **Taylor Wessing** kündigt die Eröffnung eines Repräsentanzbüros in Palo Alto an. Ein weiteres Repräsentanzbüro will die Kanzlei in New York eröffnen.

Damit soll die seit langem bestehende Beratung von US-Gesellschaften, die entweder durch organisches Wachstum oder auf dem Wege von Übernahmen oder Beteiligungen in die Märkte Europa, CEE, Asien oder Mittlerer Osten expandieren, gestärkt werden. Ein weiterer wesentlicher Tätigkeitsschwerpunkt der Repräsentanzen in den USA werde die Vor-Ort-Unterstützung der deutschen und internationalen Mandanten im Hinblick auf deren USA-Strategie sein, so eine Info von Taylor Wessing. Die

Büros würden zudem die schon seit Jahren erfolgreiche Zusammenarbeit mit den US-Partnerkanzleien koordinieren. Dabei werde Taylor Wessing auch weiterhin im nationalen, nicht aber im US-Recht beraten.

Das Büro in Palo Alto leiten **Dr. Kai Westerwelle**, Partner und Experte für Technologie und Datenschutz, (Frankfurt), sowie die beiden Corporate-M&A-Partner **Mark Barron** (London) und **Dennis Tan** aus Singapur. **Mike Turner**, Partner und ebenfalls spezialisiert auf Corporate M&A, wird neben seiner Tätigkeit in London für das New Yorker Büro zuständig sein. (al)

Quelle:
Taylor Wessing

OLG-Urteil: Gewinn für die Werbefreiheit von Presseunternehmen

Für ein von der Düsseldorfer Kanzlei **Kötz Fusbahn Rechtsanwälte** vertretenes Verlagsunternehmen ging ein Rechtsstreit wegen vermeintlich wettbewerbswidrigen Verhaltens zwischenzeitlich in die zweite Runde. Zur Erinnerung: Ein Verlagsunternehmen war von einer Anzeigenagentur abgemahnt worden. Hintergrund der Abmahnung war, dass die Verlagsgesellschaft in den Mediadaten einer ihrer Magazine schrieb, das Magazin werde an gehobene Privathaushalte verteilt und es werde Langzeitwerbung damit betrieben. Ferner würden die Inserate im angegriffenen Magazin nicht ausreichend deutlich gekennzeichnet. In dem darauffolgenden Verfahren vor dem **Landgericht Osnabrück** unterlag die abmahnende Anzeigenagentur. Gegen das Urteil des Landgerichts Osnabrück legte die Anzeigenagentur Berufung ein. Das **Oberlandesgericht Oldenburg** bestätigte das Urteil des Landgerichts nun in wesentlichen Teilen. Auch das OLG war der Auffassung, dass der in den Mediadaten eingeblendete Hinweis auf „Werbung mit Langzeitwirkung“ keinen Unterlassungsanspruch begründe.

Es könne kein wettbewerbswidriges Verhalten, insbesondere keine Irrführung festgestellt werden. Der Hinweis auf die „Werbung mit Langzeitwirkung“, so das Gericht, richte sich an Unternehmen und Selbständige, die eine Anzeige in der Zeitschrift schalten wollten. Als Adressaten dieser Werbeaussage sei für diese aber ohne weiteres ersichtlich, dass es sich um eine Anpreisung handele.

Die Unzulässigkeit der Werbung ergebe sich auch nicht daraus, dass keine Belege für die Werbeaussage durch eine entsprechende Nutzungsanalyse existiere, durch die ein nachweisbarer Beleg für die Werbeaussage vorliege. Es werde nämlich gerade kein zu erwartendes Ergebnis versprochen. Den erstinstanzlich verfolgten Unterlassungsanspruch, der auf die Werbeaussage bezüglich der gehobenen Privathaushalte gerichtet war, machte die unterlegene Klägerin der ersten Instanz schon nicht mehr zum Gegenstand des Berufungsverfahrens. Das Urteil (Az.: 6 U 185/13) ist rechtskräftig.

Quelle:
Kanzlei Kötz Fusbahn
(www.koetzfusbahn.de)

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT	2
VG BERLIN: Zeitungsvorlag durfte „Opt-In“ nicht telefonisch abfragen	3
OLG KOBLENZ: „Sternchenhinweis“ genügt nicht - Kreuzfahrt-Werbung muss Gesamtpreis angeben	3
TITELSCHUTZANZEIGEN: 44 neue Titel geschützt	4-6
IMPRESSUM	7

Die 44 neuen Titel dieser Woche

3D TRAUMHAUS DESIGNER
3D WOHNUNGSPLANER

A

AuStEr

B

Babys! Kleines Wunder
- Großes Glück
- Das Frühchen Spezial

BEWERBUNGSGENIE

C

CD/DVD DRUCKEREI

Co-Strategie

Co-Strategy

D

Das Einmaleins der Immobilieninvestition

Das Ende der Zukunft

DAS GROSSE SCHRIFTENPAKET

DEAF FOREVER

DER AHNENFORSCHER

E

EINLADUNGS DRUCKEREI

ETIKETTEN DRUCKEREI

F

FOTO-KALENDER-DRUCKEREI

G

GARTENPLANER

Gesunde Schweine

GLUECKWUNSCH DRUCKEREI

H

HAUSHALTSBUCH

I

ImmoDad Ratgeber

It's me - your life

L

laléna

M

Meine Gezeiten als Unternehmer

N

Nordgenuss

O

Open-Strategie

Open-Strategy

P

PDF GENIE

PDF PROFESSIONAL

R

RECHNUNGSDRUCKEREI

S

Schwerstarbeit für Schutzengel

SHOP WITH THE STAR

SHOP WITH THE STARS

SHOP WITH YOUR STAR

SHOP WITH YOUR STARS

Silvester Hit-Countdown - Welcome 2015

SKAT ASS

STEUERSPARPAKET

T

TREIBER GENIE

U

UEBERWEISUNGSDRUCKEREI

URKUNDEN DRUCKEREI

V

VISITENKARTEN DRUCKEREI

W

Weglaufen ist keine Lösung

Z

ZEITUNGSDRUCKEREI & GEBURTSTAGSDRUCKEREI

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

08.07.2014, Woche 28, Nr. 1181

Anzeigenschluss: 04.07.2014, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

05.08.2014, Woche 32, Nr. 1185

Anzeigenschluss: 01.08.2014, 10 Uhr

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

www.new-business.de

Zeitungsverlag durfte Einwilligung in „Opt-In“ nicht telefonisch abfragen

Bereits die telefonische Einholung einer Einwilligungserklärung in zukünftige Werbemaßnahmen per Telefon, SMS oder E-Mail (sog. telefonische Opt-In-Abfrage) durch ein Unternehmen bei einem Privatkunden stellt eine Nutzung von personenbezogenen Daten für Zwecke der Werbung im Sinne des Berliner Datenschutzgesetzes (BDSG) dar, die nur unter engen Voraussetzungen zulässig ist. Das hat das **Verwaltungsgericht Berlin** entschieden.

Die Klägerin, ein deutscher Zeitungsverlag, führt regelmäßig telefonische Zufriedenheitsabfragen bei ihren Kunden durch. Am Ende eines solchen Telefonates fragen die Mitarbeiter der Klägerin, ob sie sich zu einem späteren Zeitpunkt telefonisch melden dürften, falls es im Hause „wieder besonders schöne“

Medienangebote gebe. Der **Berliner Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit** untersagte der Klägerin diese telefonische Einholung von Einwilligungen in Werbung, sofern die Kunden nicht bereits zuvor in Werbeanrufe eingewilligt haben, weil diese Anrufpraxis eine rechtswidrige Datennutzung für Werbezwecke sei.

Die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten sei nur zulässig, soweit das BDSG oder eine andere Rechtsvorschrift dies erlaube oder anordne oder der Betroffene eingewilligt habe. Schon bei der in Rede stehenden telefonischen Abfrage der Einwilligung in Werbung würden personenbezogene Daten im Sinne der Vorschrift genutzt, weil hierunter jede Verwendung von Daten falle. Die 1. Kammer des Verwaltungs-

gerichts bestätigte die Auffassung des Berliner Datenschutzbeauftragten und wies die Klage ab. Die Behörde habe das Verhalten der Klägerin beanstanden dürfen, weil ein Verstoß gegen das BDSG vorliege. Die Datennutzung sei nicht gesetzlich erlaubt. Zwar sei die Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten u.a. für Zwecke der Werbung nach dem BDSG zulässig, soweit der Betroffene eingewilligt habe. Daran fehle es vorliegend aber. Außerdem sei die Nutzung der personenbezogenen Daten nicht als Mittel für die Erfüllung eigener Geschäftszwecke zulässig. Denn für die Abwicklung dieses Vertragsverhältnisses sei die Opt-In-Abfrage nicht erforderlich. Ebenso wenig sei die Opt-In-Abfrage zur Wahrung sonstiger berechtigter Interessen der Klägerin erforderlich. Angesichts der Vielfalt von Werbema-

thoden stünden der Klägerin ausreichend andere – nicht mit der Nutzung personenbezogener Daten verbundene – Möglichkeiten zur Verfügung, um für ihre Verlagsprodukte zu werben. Ferner sei davon auszugehen, dass die Betroffenen, die bereits bei Abschluss des Abonnementvertrages die Möglichkeit des Opt-In gehabt und diese bewusst nicht gewählt hätten, bei ihrer ablehnenden Haltung geblieben seien. Die schutzwürdigen Interessen der Betroffenen seien daher insgesamt höher zu gewichten als die kommerziellen Interessen der Klägerin.

Gegen das Urteil kann die Klägerin beim Obergerverwaltungsgericht Berlin-Brandenburg die Zulassung der Berufung beantragen.

Verwaltungsgericht Berlin
Urteil vom 07.05.2014
AZ: VG 1 K 253.12

„Sternchenhinweis“ genügt nicht - Kreuzfahrt-Werbung muss Gesamtpreis angeben

Reiseveranstalter, die im Paket eine Schiffsreise und einen Hotelaufenthalt anbieten, müssen bei der Bewerbung ihres Angebotes den jeweiligen Endpreis der Reise benennen. Zum Endpreis gehören auch Entgelte für Leistungen Dritter, die von Reisenden zwangsläufig in Anspruch genommen werden müssen - insbesondere das an Bord täglich zu entrichtende sogenannte „Serviceentgelt“. Derartige Kosten sind bezifferbar und

müssen in den ausgewiesenen Endpreis der Reise eingerechnet werden. Der Verweis auf die Serviceentgelte mittels „Sternchen“ unterhalb des beworbenen Reisepreises widerspricht den wettbewerbsrechtlichen Vorschriften. Das hat der für Wettbewerbssachen zuständige 9. Zivilsenat des **Oberlandesgerichts Koblenz** im Rahmen eines Berufungsverfahrens entschieden und damit eine vorangehende Entscheidung des Landge-

richts Koblenz bestätigt. Die beklagte Gesellschaft hatte 2012 als Reiseveranstalter in der Zeitschrift „ADAC Motorwelt“ für eine „Mittelmeer-Kreuzfahrt & Badeurlaub“ geworben und dort als im Schriftbild hervorgehobenen Preis „ab 999,- EUR p.P. in der 2er Innenkabine * zzgl. Serviceentgelt an Bord“ angegeben. Im „Sternchenhinweis“ an anderer Stelle der Anzeige wird zu den Zusatzkosten pro Person und Tag auf „*Serviceentgelt an

Bord ca. EUR 7.- (wird automatisch dem Bordkonto belastet)“ hingewiesen.

Der Senat hat der Beklagten zur Umstellung ihrer Werbung und Beachtung der festgestellten Unterlassungsansprüche eine sogenannte „Aufbrauchfrist“ bis zum 31.12.2014 zugebilligt. (al)

OLG Koblenz
Urteil vom 04.06.2014
Az: 9 U 1324/13
-nicht rechtskräftig-

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

Co-Strategy
Co-Strategie
Open-Strategy
Open-Strategie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen (print, online, mobile).
Auch im Kontext von Software und Informationssystemen.

Detlef Schoder,
Rheinbacher Straße 60, 53919 Weilerswist

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

SHOP WITH THE STARS
SHOP WITH THE STAR
SHOP WITH YOUR STARS
SHOP WITH YOUR STAR

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

NVC New Video Commerce GmbH i.G.,
Potsdamer Straße 81-83, 10785 Berlin

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

CD/DVD DRUCKEREI
VISITENKARTEN DRUCKEREI
3D WOHNUNGSPLANER
ETIKETTEN DRUCKEREI
BEWERBUNGSGENIE
EINLADUNGS DRUCKEREI
GLUECKWUNSCH DRUCKEREI
RECHNUNGSDRUCKEREI
TREIBER GENIE
ZEITUNGSDRUCKEREI &
GEBURTSTAGSDRUCKEREI
UEBERWEISUNGSDRUCKEREI
PDF GENIE
DER AHNENFORSCHER
STEUERSPARPAKET
HAUSHALTSBUCH
GARTENPLANER
FOTO-KALENDER-DRUCKEREI
URKUNDEN DRUCKEREI
PDF PROFESSIONAL
SKAT ASS
3D TRAUMHAUS DESIGNER
DAS GROSSE SCHRIFTENPAKET

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

MT Markt+Technik Verlag GmbH,
Espenpark 8, 90559 Burgthann

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

Schwerstarbeit für Schutzengel
It's me - your life
Silvester Hit-Countdown - Welcome 2015
Babys! Kleines Wunder - Großes Glück
- Das Frühchen Spezial

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.

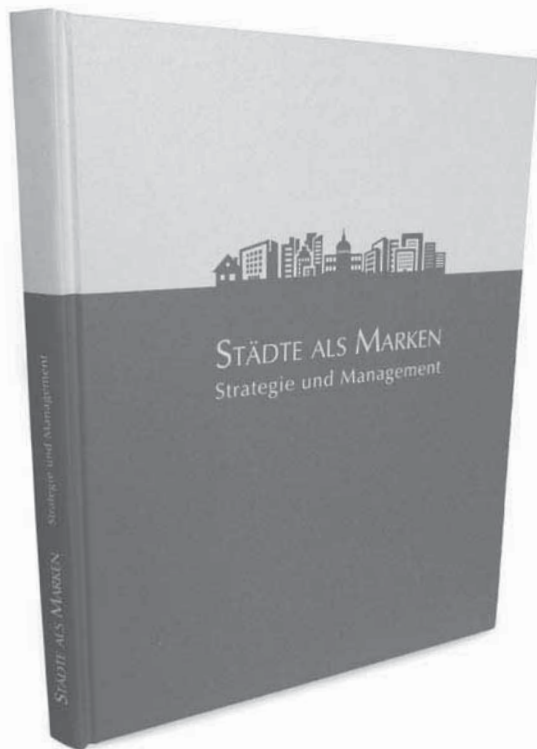
Heussen Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Brienner Straße 9, 80333 München

Top News
aus Werbung,
Marketing und Medien

www.new-business.de

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 Titelschutz in Anspruch für:

Das Ende der Zukunft

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Direct Investment Partners AG,
Hirschmattstraße 30, 6003 Luzern/Schweiz**

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

laléna

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Lena Falke,
Wilhelmstraße 41, 80801 München**

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

Meine Gezeiten als Unternehmer Weglaufen ist keine Lösung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Michael Baggeler,
Königswinterer Straße 730, 53227 Bonn**

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

Nordgenuss

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwälte kessler & partner,
RAin Esther Schönewald,
Martinstraße 57, 28195 Bremen**

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

Das Einmaleins der Immobilieninvestition ImmoDad Ratgeber

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Michael A. Peter,
Knesebeckstraße 77, 10621 Berlin**

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

Gesunde Schweine

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen und Abwandlungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, elektronische und digitale Medien sowie Online-Dienste.

**Rechtsanwältin Gabriela Hellwig,
Buxtrup 29, 48301 Nottuln**

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

AuStEr

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

**JONAS Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Hohenstaufenring 62, 50674 Köln**

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

DEAF FOREVER

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**In Dubio Pro Metal
Verlags- und Handelsgesellschaft mbH,
vertr. durch den Geschäftsführer Götz Kühnemund,
Bremer Straße 19 a, 44135 Dortmund**

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/
Titelschutzanzeigen: Angela Lautenschläger (AL), -61
verantwortlich

Redaktion:
Titelschutzanzeigen: Ralf Deppe (RD), -80
Angela Lautenschläger (AL), -61

Druckauflage: 3.400
Verbreitete Auflage: 3.100
Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)

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

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

Druck: 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 system-
atischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen-
oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe
des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die al-
leinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Über-
nahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung. Die Rechte
für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhal-
ten Sie über die PMG Presse-Monitor GmbH, Tel.030/28493-0 oder
www.presse-monitor.de



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

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: _____