

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

„Gammelfleisch-Prozess“: OLG weist Millionenklage gegen NDR ab

Mit einem Urteil vom 15.07.2014 hat das **Hanseatische Oberlandesgericht** eine Klage des niedersächsischen Geflügelfleischproduzenten **Heidemark Mästerkreis GmbH & Co. KG** gegen den **Norddeutschen Rundfunk** in der Berufung abgewiesen. Auslöser des langjährigen Rechtsstreits war ein Bericht des NDR-Formats ‚Panorama‘ im Dezember 2007. Darin berichtete das Politikmagazin über einen Gammelfleischverdacht gegen Heidemark anlässlich einer staatsanwaltlichen Untersuchung der Produktionsstätten. Das Ermittlungsverfahren wurde später eingestellt. Das Unternehmen hatte die Vorwürfe stets bestritten. Es warf dem NDR rechtsverletzende Berichterstattung vor und forderte vom Sender einen Schadenersatz in Millionenhöhe. Das Landgericht Hamburg hatte die Klage im Juli 2011 abgewiesen. Auch das Berufungsgericht

entschied wieder zugunsten des NDR. Wie **Michael Fricke**, Hamburger Partner der Kanzlei **CMS Hasche Sigle** und Rechtsvertreter des Senders, erläutert, betonte das Oberlandesgericht in seinen Entscheidungsgründen das besondere Informationsinteresse der Öffentlichkeit. Die Medien dürften in solchen Fällen nicht durch überzogene Sorgfaltsanforderungen von einer Berichterstattung abgehalten werden, so das Gericht. Es bestehe ansonsten die Gefahr, dass in Fällen, in denen die Gesundheit einer Vielzahl von Konsumenten betroffen ist, die gebotene Aufklärung verzögert wird oder gar unterbleibt.

„Die Entscheidung stärkt die Pressefreiheit gerade im sensiblen Feld der Verdachtsberichterstattung, in dem Medien regelmäßig besonderen Haftungsrisiken ausgesetzt sind“, betont **Michael Fricke**. (al)

IP-Spezialist Andreas Schabenberger wechselt zu Menold Bezler

Dr. Andreas Schabenberger wird zum 1. August 2014 als Partner bei der Stuttgarter **Menold Bezler Rechtsanwälte Partnerschaft mbB** einsteigen.

Der 51-jährige Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz war bisher Partner bei Gleiss Lutz am Standort Stuttgart. Schabenberger berät Mandanten im Wettbewerbs- und Markenrecht sowie im Geschmacksmuster- und Urheberrecht. Er ist Mitglied der Deutschen Vereinigung für gewerblichen Rechtsschutz und Urheberrecht (GRUR) und Lehrbeauftragter für Markenrecht an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg. „Die Verstärkung

durch einen renommierten Partner schafft für uns eine gute Basis, in diesem Bereich weiter zu wachsen“, sagt **Dr. Christoph Winkler**, einer der geschäftsführenden Partner bei Menold Bezler. Die Kanzlei trage mit diesem Schritt zum einen dem steigenden Bedarf ihrer Mandanten Rechnung, da der Mittelstand zunehmend im Ausland aktiv sei und die Nachfrage nach grenzübergreifender Beratung insbesondere im Marken- und Designschutz ansteige. Zum anderen solle die Praxis von Menold Bezler im Gewerblichen Rechtsschutz mit sieben Berufsträgern im Marktumfeld weiter an Visibilität gewinnen. (al)

Martine Reicherts tritt Amt als EU-Justizkommissarin an

Das Europäische Parlament hat am 16. Juli 2014 die Ernennung der Luxemburgerin **Martine Reicherts** als Übergangskommissarin für den Bereich Justiz, Grundrechte und Unionsbürgerschaft bestätigt. Die bisherige Generaldirektorin des europäischen Amtes für Veröffentlichungen übernimmt das Amt von **Viviane Reding**, die als Abgeordnete ins EU-Parlament gewählt wurde.

„Es ist für mich eine Ehre, dass ich die Luxemburgerin sein darf, die **Viviane Reding** nachfolgt und **Jean-Claude Juncker**, dem gewählten Präsidenten der Europäischen Kommission vorangeht. Ich werde mit Engagement und im Geiste der Transparenz und Kollegialität dafür eintreten die europäischen Grundwerte und die Rechte der EU-Bürger zu schützen, erklärte **Reicherts**. (al)

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT	2
BVerwG: SAT.1-Liveschaltung ins „Hasseröder-Männer-Camp“ war zulässig	3
TITELSCHUTZANZEIGEN: 16 NEUE TITEL GESCHÜTZT ...	4-6
IMPRESSUM	6

Die 16 neuen Titel dieser Woche

A		M	
alter60nativen		Mein Kreuzwort Paradies	
B		R	
Bettys Diagnose		Ratzifatzi	
C		S	
Centramed Praxistipp		Substanz	
D		U	
Das Kreuzwort Paradies		Unsere Kreuzwort Lieblinge	
Der Centramed Praxistipp		W	
I		Wie schreibt man Liebe?	
Ideen für das Leben ab 60		Wir sind die Mirs	
J			
Jetzt ist Sense			
K			
Kiez.Report			
Kiezreport			
kill the ill			

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

05.08.2014, Woche 32, Nr. 1185
Anzeigenschluss: 01.08.2014, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

12.08.2014, Woche 33, Nr. 1186
Anzeigenschluss: 08.08.2014, 10 Uhr



BVerwG: SAT.1-Liveschaltung ins „Hasseröder Männer-Camp“ zulässig

Das **Bundesverwaltungsgericht** in Leipzig hat entschieden, dass Sat.1 nicht die Grenzen zulässiger Produktplatzierung überschritten hat, als es im Vor- und Nachspann zur Übertragung eines Fußballspiels Liveschaltungen in das „Hasseröder Männer-Camp“ vornahm.

Seit 2010 ist nach dem Rundfunkstaatsvertrag Produktplatzierung im Fernsehen ausnahmsweise u.a. in Sportsendungen zulässig. Eine Voraussetzung hierfür ist, dass das Produkt nicht zu stark herausgestellt wird. Sat.1 übertrug im Mai 2011 das Finale der UEFA-Europa League. Im Rahmen von zwei Liveschaltungen in das „Hasseröder Männer-Camp“ wurde ein Fußball-Experte (Reiner Calmund) interviewt, neben dem vier Männer zu sehen waren. Sie waren durch ein Gewinnspiel ausgewählt worden, ein Wochenende in dem „Hasseröder Männer-Camp“ zu verbringen. Die Männer trugen jeweils Sweatshirts mit den Aufdrucken der Brauerei. Während der ersten Liveschaltung standen sie an einem Tisch, auf dem sich fünf gefüllte Biergläser sowie ein Eiskübel mit dem Schriftzug der Brauerei befanden. Während der zweiten Liveschaltung spielten die vier Männer während des Interviews Tischfußball; vor dem Fußball-Experten stand eine Flasche mit dem sichtbaren Emblem der Brauerei. In den 50 Sekunden bzw. 1:17 Minuten dauernden Liveschaltungen wurde der

Name der Brauerei drei- bzw. zweimal erwähnt. Die beklagte Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz beanstandete die Produktplatzierung als Verstoß gegen den Rundfunkstaatsvertrag. Auf die Klage von Sat.1 hin hat das Verwaltungsgericht den Beanstandungsbescheid der Landeszentrale aufgehoben. Auf deren Berufung hat das Obergericht die Klage abgewiesen. Es hat angenommen, ein Produkt werde im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages zu stark herausgestellt, wenn die Herausstellung nach ihrer Art, ihrer Häufigkeit und ihrer Dauer nicht durch redaktionelle Erfordernisse des Programms oder die Notwendigkeit der Darstellung der Lebenswirklichkeit gerechtfertigt sei. Diese Grenze sei im vorliegenden Fall von Sat.1 überschritten worden.

Das Bundesverwaltungsgericht hat der Revision von Sat.1 stattgegeben. Die Herausstellung eines Produkts ist nicht bereits deshalb zu stark, weil ein hiermit verfolgter Werbezweck sich als solcher erkennbar im Sendungsgeschehen abbildet. Zu stark ist sie erst dann, wenn der Werbezweck das Sendungsgeschehen dominiert, d.h. der redaktionelle Geschehensablauf ihm gegenüber in den Hintergrund rückt. Ob dies der Fall ist, bestimmt sich allgemein nach der Zahl und Länge der Produktdarstellungen sowie danach, wie weit diese sich ihrer Art nach vom übrigen Sendungsgeschehen abhe-

ben und gegebenenfalls den redaktionellen Handlungsablauf sogar regelrecht unterbrechen. Erscheint - wie im vorliegenden Fall - ein bestimmter Handlungsstrang in die Sendung aufgenommen, um Gelegenheit für eine Produktplatzierung zu schaffen, gelten zusätzliche Anforderungen. Es kommt hier auch darauf an, inwieweit der aufgenommene Handlungsstrang hinreichend starke Bezüge zum redaktionellen Sendungskonzept aufweist und sich so im Ganzen betrachtet - trotz der werblichen Motivlage - noch in das übrige Sendungsgeschehen inhaltlich einpasst.

Im vorliegenden Fall hatten die Interviews mit dem der Öffentlichkeit bekannten Fußball-Experten im „Hasseröder Männer-Camp“ überwiegend das übertragene Fußballspiel zum Gegenstand. Das Produkt bzw. die Embleme der Brauerei sind im Rahmen der Kameraführung nicht künstlich in den Vordergrund gerückt (fokussiert) worden und überlagerten so die Interviews nicht. Vermeintliche Qualitäten des dargestellten Produkts spielten in den Liveschal-

tungen keine Rolle. Das Zeigen einer geselligen Zusammenkunft von Menschen zur gemeinsamen Verfolgung eines Fußballspiels bildet in einer Fußballsendung keinen Fremdkörper, sondern fügt sich in diese konzeptionell ein. Ferner ist zu berücksichtigen, dass die Zuschauer im Rahmen von Fußballsendungen (einschließlich des Vor- und Nachspanns zur Spielübertragung) ohnehin mit einer Vielzahl werblich motivierter Darstellungen konfrontiert sind; daher ist ein weiter gefasster Maßstab als in anderen Sendungsformaten angebracht. Bei Würdigung sämtlicher dieser Umstände hielten sich die Liveschaltungen in das „Hasseröder Männer-Camp“ im Rahmen des rundfunkrechtlich Zulässigen.

Quelle:
Bundesverwaltungsgericht
Urteil vom 23.07.2014
AZ: 6 C 31.13

Top News
aus Werbung,
Marketing und Medien

www.new-business.de

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

Mein Kreuzwort Paradies
Das Kreuzwort Paradies
Unsere Kreuzwort Lieblinge

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

**Schieder und Partner Rechtsanwälte,
Prinzregentenufer 3, 90489 Nürnberg**

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

Wir sind die Mirs

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 digitale 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,
Briener Straße 9, 80333 München**

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

Ratzifatzi
Bettys Diagnose

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Jetzt ist Sense

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 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Wie schreibt man Liebe?

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

**Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians,
Hofstetter, Schurack & Partner,
Balanstraße 57, 81541 München**

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

Substanz

in allen Schreibweisen, Gestaltungsformen und Wortverbindungen mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien, Printmedien, Hörfunk und Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Georg Dahm und Denis Dilba, c/o Smissen United,
Van-der-Smissen-Straße 3, 22767 Hamburg**

Über 61.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de

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

**Kiezreport
Kiez.Report**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Patrick Meyer,
Frobenstraße 15-17, 12249 Berlin**

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

**alter60nativen
Ideen für das Leben ab 60**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Redaktionsbüro Terhorst,
Dahlhauser Straße 22, 53797 Lohmar**

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

**Der Centramed Praxistipp
Centramed Praxistipp**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Systemedia GmbH,
Dachsteinstraße 3, 75449 Wurmberg**

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

kill the ill

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Benita Martin,
ADA DIMENSIONSMALEREI®,
Veit-Stoß-Straße 13, 09125 Chemnitz**

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

www.new-business.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
Ralf Deppe (RD), -80
Redaktion: 3.400
Druckauflage: 3.100
Verbreitete Auflage: wöchentlich
Erscheinungsweise: wöchentlich

Der Titelschutz Anzeiger
mit Der Software Titel: monatlich
Auflage: Druck 5.400 / Verbreitet 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

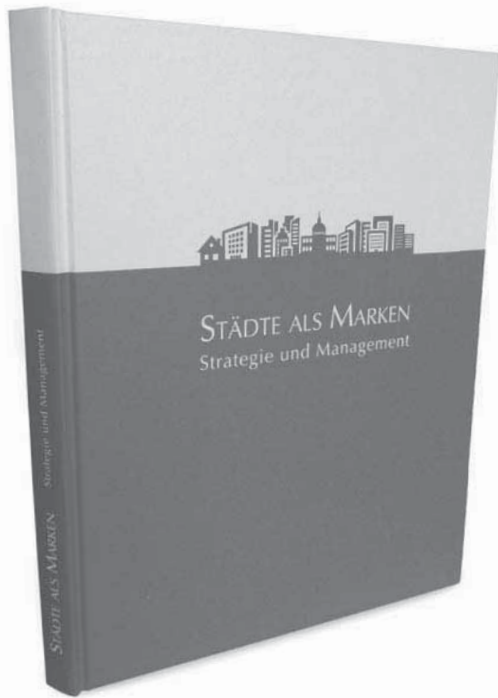
Bankverbindungen: IBAN: DE35200505501105212649
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX
Handelsregister HRA 96 228,
Ust.-Id-Nr. DE813310785

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 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

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 _____