

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Persönlichkeitsrecht: Dieter Bohlen und Ernst August Prinz von Hannover müssen „ironisch-satirische“ Nutzung in Lucky-Strike-Werbung hinnehmen

Wer im Licht der Öffentlichkeit steht, der muss es schon hinnehmen, wenn er (oder auch sie) ironisch-satirisch“ durch den Kakao gezogen wird. So sind jetzt der Musik-Produzent **Dieter Bohlen**, 61, und **Ernst August Prinz von Hannover**, 60, mit einer Grundrechts-Beschwerde gescheitert, bei der es um eine ironisch-satirische Anspielung in Verbindung mit ihren jeweiligen Vornamen in der Lucky-Strike-Werbung ging. Am Donnerstag (19. Feb. 2015) hat der **Europäische Gerichtshof für Menschen-Rechte (EGMR)** eine Klage der beiden Prominenten über die Verletzung ihrer Persönlichkeitsrechte abgewiesen.

Beim **Oberlandesgericht Hamburg** bekamen beide noch Recht, aber 2008 kippte der Bundesgerichtshof in Karlsruhe die OLG-Entscheidung aus Hamburg und wies eine entsprechende Klage der beiden Prominenten samt ihres Anspruchs auf Schadensersatz zurück. Jetzt hat der EGMR das vorletzte Wort in dieser Angelegenheit gesprochen und zugunsten der **BAT (British American Tobacco)** entschieden. Dieses Urteil ist noch nicht endgültig,

es kann Berufung dagegen eingelegt werden.

Ausgangspunkt der juristischen Auseinandersetzung ist die Werbe-Kampagne der Zigaretten-Marke Lucky Strike aus dem Hause BAT: Die monierten Plakate / Anzeigen waren im Jahr 2000 (Ernst August) bzw. 2003 (Bohlen) zu sehen. Das eine Plakat nahm die tätlichen Auseinandersetzungen von Ernst August ins Visier, das andere Plakat spielte auf ein Buch von Dieter Bohlen an. Durch diese Plakate / Anzeigen fühlten sich die beiden prominenten Mitbürger bei ihrem Recht auf Achtung ihres Privat- und Familien-Lebens verletzt.

EGMR lobt die Sorgfalt der BGH-Richter

In seinem Urteil hebt der Europäische Gerichtshof für Menschen-Rechte ausdrücklich die Sorgfalt der BGH-Richter hervor, die „ein verbindliches Gleichgewicht zwischen Meinungsfreiheit und Achtung des Privatlebens gefunden“ haben. Mit der eingedrückten Zigaretten-Schachtel spielte die damalige Lucky-Strike Agentur **KNSK** aus Hamburg darauf an, dass Ernst August Prinz von Hannover



Satirisch-humorvoll griff der Zigaretten-Hersteller BAT die „Aktivitäten“ der beiden Prominenten Dieter Bohlen und Ernst August Prinz von Hannover in der Werbe-Kampagne für die Marke Lucky Strike auf und löste damit einen Rechtsstreit aus, der nun vom EGMR (Europäischen Gerichtshof für Menschenrechte) zugunsten der BAT entschieden wurde.

1998 mit einem Kameramann und 2000 mit einem Diskotheken-Besitzer aneinandergeraten war und stellte die ironische Frage „War das Ernst? Oder August?“

Nach Ansicht der Straßburger Richter werden die Beschwerdeführer „weder abwertend noch negativ dargestellt“. Zudem fiel bei der Abwägung der beiden Rechtsgüter, Meinungsfreiheit bzw. Achtung vor Privatleben, sowohl die Pro-

minenz der beiden Kläger als auch der Umstand ins Gewicht, dass die Gags bzw. Anspielungen nur von denjenigen zu verstehen waren, denen die jeweiligen Vorgänge ausreichend bekannt waren.

In diesem Fall hat der EGMR der Meinungsfreiheit den Vorrang vor der Achtung des Privatlebens (ist durch die Menschenrechtskonvention geschützt) gegeben. (ps)

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT	2
TITELSCHUTZANZEIGEN: 31 NEUE TITEL GESCHÜTZT	3-7
IMPRESSUM	7

Diese Woche: 31 Titel

3 33 & 45 - Die Vinylshow	H H2O - Abenteuer Meerjungfrau	T TEMPEL
A Andere Länder, andere Fritten	K Kurven Klänge - Das Stadionkonzert Kurven Konzert	W WEIBERKRAM - DIE WUNDER- BARE WELT DER STARKEN FRAUEN
b back.business BALLERMANN INSIDE Bella Block - Die schönste Nacht des Lebens Bella Germania	M MORA - Gib Dir echtZeit MY MUSIC TAXI	Z Zum Geier mit dem Mord Zum Teufel mit der Wahrheit
C Chrome & Ferro - Die Kassettenshow	N NiederRhein Edition - Das Magazin für Kultur und Lebensart am Nie- derrhein	
D Der Klügere kippt nach Die Band Du sollst leben!	P Plastic & Laser - Die CD Show	
F Family Unplugged Füchse in der Stadt	S Saarzeitung Saar-Zeitung Schutz - Rat - Hilfe Sicherheit rund um Ihr Zuhause Spannung Hoch 3 Super-Dad	
G Gesetz der Sehnsucht Grzimek		

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

03.03.2015, Woche 10, Nr. 1212

Anzeigenschluss: 27.02.2015, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

17.03.2015, Woche 12, Nr. 1214

Anzeigenschluss: 13.03.2015, 10 Uhr



FÜR FRÜHAUFSTEHER

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

WWW.TITELSCHUTZANZEIGER.DE

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

TEMPEL

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Medien.

**Polyphon Film- und Fernsehgesellschaft mbH,
Am Studio 20a, 12489 Berlin**

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

back.business

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BackBusiness UG (haftungsbeschränkt),
Ottensener Straße 8, 22525 Hamburg**

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

NiederRhein Edition - Das Magazin für Kultur und Lebensart am Niederrhein

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**wbp Bürger und Partner GmbH,
Lindenstraße 5, 47506 Neukirchen-Vluyn**

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

Gesetz der Sehnsucht

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Jasmin Wollesen,
Avinguda del Doctor Pouplana 13,
08950 - ES Esplugues de Llobregat**

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

Bella Germania

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.

**Daniel Speck,
Maistraße 25, 80337 München**

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

BALLERMANN INSIDE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Film, Fernsehen, Hörfunk, Radio, Printmedien, Internet, Internetmedien, digitale Medien und Netzwerke einschl. Multimedia-Anwendungen (Online- und Offlinedienst), Telekommunikationsdienstleistungen (einschl. UMS, WAP, SMS, MMS), Druckereierzeugnisse wie Zeitungen, Zeitschriften, Bücher sowie Merchandising Produkten.

**A. Engelhardt Markenkonzepte GmbH,
Blockwinkel 87 (BALLERMANN RANCH), 27251 Scholen**

Bethel 



Gemeinsam geht es besser

Bitte unterstützen Sie unsere Arbeit für kranke, behinderte und vernachlässigte Kinder.

Online spenden unter
www.spenden-bethel.de

346

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, 39,80 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:

Der Klügere kippt nach

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Pacific Productions
Verlags- und Produktionsgesellschaft mbH,
Grafenwerthstraße 56, 50937 Köln

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

Family Unplugged

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

elternhaus.media UG in Gründung,
Am Golfplatz 63, 22949 Ammersbek

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

WEIBERKRAM - DIE WUNDERBARE WELT DER STARKEN FRAUEN

in allen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlineservice, CD-Rom, DVD und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke; Zeitschriften, Bücher, Magazine und sonstige Printmedien; kulturelle und Lehr-Veranstaltungen, Workshops und Seminare.

Red Indians Publishing GmbH & Co. KG,
Obere Wässere 2, 72764 Reutlingen

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

Chrome & Ferro - Die Kassettenshow 33 & 45 - Die Vinylshow Plastic & Laser - Die CD Show

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

Merleker Mielke Rechtsanwälte Notare,
Hardenbergstraße 10, 10623 Berlin

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

Grzimek

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Schreibweisen, insb. Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entspr. Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insb. Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Diensten (insb. 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, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Services, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse, sowie Dienstleistungen aller Art.

UFA FICTION GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam

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

Die Band

in allen möglichen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen aller Art, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, mit entsprechenden Untertiteln und Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse aller Art, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, alle sonstigen CD-Derivate, Off-Line- und On-Line-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art, Merchandising-Produkte, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

Straßer Ventroni Deubzer Freytag & Jäger
Rechtsanwälte,
Oberanger 30, 80331 München

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

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

Saarzeitung Saar-Zeitung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Rechtsanwalt Dr. Rolf Aschermann,
Mauerstraße 66, 10117 Berlin

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

Andere Länder, andere Fritten

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 Entertainment GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

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

Super-Dad Zum Teufel mit der Wahrheit

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

ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

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

Spannung Hoch 3 Sicherheit rund um Ihr Zuhause Schutz - Rat - Hilfe

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



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

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

MY MUSIC TAXI

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 Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Rechtsanwältin Alexandra Dellmeier,
LexDellmeier Intellectual Property Law Firm,
Nymphenburger Straße 23, 80335 München**

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

Bella Block - Die schönste Nacht des Lebens

H₂O - Abenteuer Meerjungfrau

Kurven Klänge - Das Stadionkonzert

Kurven Konzert

MORA - Gib Dir echtZeit

Füchse in der Stadt

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; DVDs; CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

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

Du sollst leben!

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; DVDs; 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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für :

Zum Geier mit dem Mord

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Günther & Pätzhorn Rechtsanwälte,
Wiener Straße 49, 01219 Dresden**

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
Druckauflage: 3.400
Verbreitete Auflage: 3.100
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

© 2015 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

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: _____