

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Ärzte-Bewertungs-Portal: Wettbewerbszentrale setzt sich gegen Jameda durch



KLAKA-Partner Dr. Stefan Eck klagt erfolgreich im Auftrag der Wettbewerbszentrale beim Landgericht München I. Foto: KLAKA

Beim **Landgericht München I** hat die **Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e. V.** mit Sitz im benachbarten Bad Homburg Klage gegen das Ärzte-Bewertungs-Portal **Jameda** eingereicht, weil bei der Ärzte-Suche angezeigte Ergebnisse „gekaufte Spitzen-Platzierungen“ nicht deutlich genug als Anzeige gekennzeichnet waren. Mit juristischer Unterstützung der **KLAKA Rechtsanwälte**, München, konnte die Wettbewerbszentrale die Münchner Richter überzeu-

gen (Az.: 37 = 19570/14). Das Urteil ist jedoch noch nicht rechtskräftig. Jameda kann dagegen vorgehen.

„Wenn sich ein Arzt in einem Internet-Bewertungs-Portal durch Zahlungen einen Vorteil bei der Platzierung verschafft, muss das für die Nutzer klar erkennbar sein“, erklärt der Wettbewerbsrechtsexperte **Dr. Stefan Eck**, der das Urteil für die Wettbewerbszentrale Frankfurt am Main erstritten hat. „Das Urteil ist von hoher Bedeutung auch für andere Bewertungs-Portale, soweit bei diesen zwischen finanziertem Ranking und unabhängiger Bewertung nicht klar unterschieden wird.“

Üblicherweise wird bei Jameda das Ärzte-Ranking auf der Basis von Patienten-Bewertungen erstellt. Parallel dazu können Mediziner auch Gold- bzw. Platin-Pakete kaufen und dabei zusätzlich auch noch gegen weitere Zahlung eine Top-Platzierung erwerben. Diese Top-Plätze wurden farblich hinterlegt und mit einem Sternchen an dem Platz versehen, der ihnen

aufgrund der tatsächlichen Bewertung zukam.

Nach Ansicht der Wettbewerbszentrale kann durch diese Form der Darstellung ein falsches Bild über den Arzt und seine Bewertung / Qualität entstehen. Jameda (gehört über die Internet-Company **Tomorrow Focus AG** zum Medien-Konzern **Hubert Burda Media** und wurde von **Jörg Knupfer** von der Münchner Kanzlei **Prof. Schweizer** juristisch vertreten) erläuterte, dass die Zusatz-Option „Top-Platzierung“ keinerlei Einfluss auf die tatsächliche Reihenfolge beim Ranking habe und die farbliche Hinterlegung eine ausreichende werbliche Kennzeichnung sei.

Das Landgericht München I folgte den Argumenten von Dr. Stefan Eck und sprach

ein Verbot an Jameda aus, Ärzte oben auf die Bewertungs-Skala zu setzen, nur weil diese für den Platz im Ranking bezahlt haben. Gekaufte Top-Platzierungen müssen klar und deutlich als Anzeigen ausgewiesen werden.

Die 1912 gegründete Wettbewerbszentrale ist Deutschlands größte und einflussreichste Selbstkontroll-Institution zur Durchsetzung des Rechts gegen den unlauteren Wettbewerb, Grundlage ihrer Tätigkeit ist die Befugnis zur Verbandsklage gemäß § 8 Abs. 3 Nr. 2 UWG sowie § 33 Abs. 2 GWB. Sie versteht sich nicht Lobby- oder Interessen-Verband, sondern sieht sich der Aufgabe verpflichtet, den Wettbewerb im Sinne der Allgemeinheit zu schützen – neutral und unabhängig. (ps)

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT	2
TITELSCHUTZANZEIGEN: 14 NEUE TITEL GESCHÜTZT	3-5
IMPRESSUM	5

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

Diese Woche: 14 Titel

<p>B</p> <p>Blutmond</p>	<p>F</p> <p>Für eine Nacht... und immer?</p>	<p>W</p> <p>Wie geil ist das denn?! Die Verbraucher-Comedy Wie gelect</p>
<p>C</p> <p>Charité</p>	<p>G</p> <p>Gesund werden Gesund bleiben</p>	
<p>D</p> <p>Dein Wolfsburg DeinWolfsburg Design & Art Festival Leipzig Design Festival Leipzig Die Charité Die Tote aus der Schlucht</p>	<p>H</p> <p>HOTEL PREMIUM</p>	
	<p>N</p> <p>Notfall kompakt - ein notfallmedizinischer Leitfaden</p>	

DLA Piper begleitet XING AG beim Erwerb von Jobbörse.com

XING

Bei der Übernahme der Plattform **jobbörse.com** von der **Intelligence Competence Center AG**, Aschaffenburg, engagierte die in Hamburg ansässige

Burda-Tochter **XING AG** die Kanzlei **DLA Piper** als rechtliche Berater. Der Kaufpreis für alle Aktien lag bei 6,3 Millionen Euro. **Torsten Heissler**, der **jobbörse.com** 2005 gründete und Hauptaktionär war, kann bis Februar 2017 noch weitere 2,4 Millionen Euro bekommen, wenn bestimmte wirtschaftliche Ziele erreicht werden.

Auch bei der Übernahme der Arbeitgeber-Plattform **Kununu** vor zwei Jahren holte sich XING-General Counsel Kai Hollensteiner die Kanzlei DLA Piper als juristische Berater ins Boot. Der gebürtige Lübecker und frühere Hockey-Nationalspieler Hollensteiner wechselte übrigens im Dezember 2012 vom Energie-Unternehmen Conergy zu XING. (ps)

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

14.04.2015, Woche 16, Nr. 1218
Anzeigenschluss: 10.04.2015, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

21.04.2015, Woche 17, Nr. 1219
Anzeigenschluss: 17.04.2015, 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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Blutmond

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hermann Hampe,
Jakobstraße 3, 30163 Hannover**

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

Gesund werden Gesund bleiben

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Europäischer Berufs- und Fachverband für Biosens e.V.,
Am Klösterchen 5, 51375 Leverkusen**

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

Dein Wolfsburg DeinWolfsburg

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Wolfsburg Wirtschaft und Marketing GmbH,
Porschestraße 2, 38440 Wolfsburg**

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

Die Tote aus der Schlucht Für eine Nacht... und immer?

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Neue Bioskop Television GmbH,
Theresienstraße 18, 80333 München**

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

Notfall kompakt - ein notfallmedizinischer Leitfaden

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. med. Wolfgang Hübner,
Burscheider Straße 204, 51381 Leverkusen**

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

Wie geil ist das denn?! Die Verbraucher- Comedy

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Fernsehen.

**DORENZ STRÖLL RÖNNEPER & Partner Rechtsanwälte,
Stammheimer Straße 10-12, 50735 Köln**

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:

Wie gelect

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Theater, öffentliche Vorführungen und Veranstaltungen, Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen und Telekommunikationsdienstleistungen, Merchandising, Werbung und Dienstleistungen aller Art.

**Steinkrüger Stingl & Partner
Rechtsanwälte Steuerberater,
Hohenstaufenring 57, 50674 Köln**

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 _____



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

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

Design Festival Leipzig Design & Art Festival Leipzig

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten, Wortverbindungen und Zusätzen für Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckereierzeugnisse, Software-Produkte, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, einschließlich CDs, CD-ROMs, DVDs und Blu-ray-Discs, 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 Event-Merchandising sowie für Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen aller Art.

**Leipziger Messe GmbH,
Messe-Allee 1, 04356 Leipzig**

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

Charité Die Charité

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen 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 Systems, 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 Titelschutz in Anspruch für:

HOTEL PREMIUM

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**PREMIUM MEDIEN VERLAGS GmbH,
Bernerstraße 79, 60437 Frankfurt**

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 1.1.2013

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 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: _____