

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## OLG Köln: 1&1-Werbe-Aussage ist irreführend

Mit Bezug auf einen „Festnetz-Test“ der Zeitschrift „connect“ (hier erreichte die Firma 1&1 die höchste Punktzahl) startete der Telekommunikations-Anbieter **1&1** aus Montabaur im August 2017 eine Werbe-Kampagne mit der Aussage „Das beste Netz gibt's bei 1&1“. Diese Aussage ist irreführend, wie der 6. Zivilsenat des **Oberlandesgerichts Köln** unter Vorsitz von **Hubertus Nolte** (Vorsitzender Richter am Oberlandesgericht) feststellte (Beschluss vom 19. Sept. 2017 – Az.: 6 W 97/17).

In der entsprechenden Presse-Info von **Dr. Ingo Werner**, Dezernent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, heißt es dazu: „Auf Antrag der **Telekom**

**Deutschland GmbH** hat der 6. Zivilsenat der 1&1 Telekom GmbH im Wege der einstweiligen Verfügung unter anderem untersagt, mit der Aussage „Das beste Netz gibt's bei 1&1“ in Printmedien, auf Plakaten, im Internet und in einem Fernseh-Werbespot zu werben. In dem Werbespot seilt sich ein Repräsentant des Providers 1&1 an einer Hochhausfassade ab, um ein großflächiges Telekom-Plakat mit einer neuen 1&1-Werbung zu überdecken. Die Werbung sei irreführend, weil sie dahin verstanden werden könne, dass die Firma 1&1 selbst Inhaberin eines eigenen, vom Netz der Antragstellerin und anderen Anbietern im Wesentlichen unabhängigen Netzes sei und sich so von

anderen Anbietern abgrenze. Tatsächlich greife die Firma aber wesentlich auf die Netze anderer Anbieter, u.a. auch das Netz der Telekom, zurück und nutze diese.

Die Werbung sei auch nicht deshalb zulässig, weil die Firma 1&1 beim aktuellen „Festnetztest“ der Zeitschrift „connect“ unter den bundesweiten Anbietern die höchste Punktzahl erreicht hat. Denn die Werbung stelle nicht auf den Testsieg und die damit verbundene Auszeichnung „connect Testsieger Festnetztest bundesweite Anbieter 1&1 Heft 8/2017“ ab, sondern treffe darüber hinaus die – irreführende – Aussage, dass die Antragsgegnerin über das beste Netz verfüge, ohne dass hierbei weitere Erläuterungen zum

Inhalt des Tests deutlich würden.

Außerdem untersagte der Senat der Firma 1&1, im Rahmen der Werbung die eingetragenen Markenzeichen der Telekom (u.a. das „T“-Zeichen und die Farbe Magenta) zu verwenden. Eingetragene Markenzeichen der Konkurrenz könnten zwar grundsätzlich im Rahmen zulässiger vergleichender Werbung genutzt werden, dies gelte aber nicht, wenn die Werbung, wie vorliegend, irreführend sei.“ Die Entscheidung ist noch nicht rechtskräftig, die **United Internet**-Tochter kann noch Widerspruch dagegen einlegen. (ps)

Über 69.000 archivierte Titel!  
Recherchieren Sie kostenlos unter  
[www.titelschutzanzeiger.de](http://www.titelschutzanzeiger.de)

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT .....	2
TITELSCHUTZANZEIGEN: 45 NEUE TITEL GESCHÜTZT	3, 4 + 5
IMPRESSUM .....	5

Top News aus Werbung,  
Marketing und Medien

[www.new-business.de](http://www.new-business.de)

## Die 45 neuen Titel dieser Woche

### B

BABYWUNSCH

### D

Das Berliner Warenhaus – KaDeWe  
 Das Imperium der Versuchung  
 Das Imperium der Versuchung – KaDeWe  
 Das Kaufhaus Berlins  
 Das Kaufhaus der Sehnsüchte  
 Das Kaufhaus der Sehnsüchte – KaDeWe  
 Das Kaufhaus der Träume  
 Das Kaufhaus der Verführung  
 Das Kaufhaus der Verführung – KaDeWe  
 Das Kaufhaus des Jahrhunderts  
 Das Kaufhaus des Westens  
 Das Luxuswarenhaus  
 Das Luxuswarenhaus – KaDeWe  
 Das Orchester  
 Das Paradies des Westens  
 Das Paradies des Westens – KaDeWe  
 Der Aufstieg des KaDeWe  
 Der Barcelona-Krimi  
 Der Konsumtempel  
 Der Konsumtempel – KaDeWe  
 Der Tempel der Träume  
 Der Tempel der Träume – KaDeWe  
 Die Erfindung des KaDeWe  
 Die Kaufhaus-Saga  
 Die Königin der Kaufhäuser  
 Die Königin der Kaufhäuser – KaDeWe

Die Königin der Warenhäuser  
 Die Königin der Warenhäuser – KaDeWe  
 Die Königin von Berlin  
 Die Königin von Berlin – KaDeWe  
 Die Welt des KaDeWe

### J

JUST! NONFOOD

### K

KaDeWe – Haus der Sehnsucht  
 Kathedrale des Konsums  
 Kathedrale des Konsums – KaDeWe  
 Kaufhaus der Träume  
 Kaufrausch – Das KaDeWe  
 KINDERWUNSCH

### M

Mein Date ohne mich  
 Mit 80 Jahren um die Welt  
 Mit 80 um die Welt

### S

Saat des Terrors  
 Spur des Terrors

### W

WUNSCHKIND

## Die nächste Ausgabe erscheint am

### Der Titelschutz Anzeiger

10.10.2017, Woche 41, Nr. 1346  
 Anzeigenschluss: 06.10.2017, 10 Uhr

### Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

24.10.2017, Woche 43, Nr. 1348  
 Anzeigenschluss: 20.10.2017, 10 Uhr



## FÜR FRÜHAUFSTEHER

Die aktuelle Print-Ausgabe des  
 TITELSCHUTZ ANZEIGER jeden Dienstag im  
 Pdf-Format. Jetzt eintragen unter:  
[WWW.TITELSCHUTZANZEIGER.DE](http://WWW.TITELSCHUTZANZEIGER.DE)

## Josef Limper legt innovatives Werk zum Entertainment-Recht vor

In der digitalen Welt spielt der Faktor Entertainment eine ausgesprochen wichtige Rolle. Da macht es sehr viel Sinn, auch mit den juristischen Usancen vertraut zu sein bzw. sie auf dem Schirm zu haben. **Josef Limper**, Partner bei der Kölner Kanzlei **WZR** und Leiter der Practise Group „Medien, Entertainment und Kultur“ hat kürzlich im Münchner Verlag **C.H. Beck** das 290 Seiten starke Buch „Entertainmentrecht“ veröffentlicht. Der Fachanwalt für Medienrecht legt hier eine ebenso kompakte wie strukturierte Übersicht über das Recht der Unterhaltungsindustrie vor, welche einen Querschnitt diverser Bereiche darstellt, die aufgrund der Digitalisierung

wiederum ineinander übergehen. Der Autor geht auf folgende juristische Bereiche ein:

- Medienrecht
- Rundfunkrecht
- Fernsehrecht
- Musikrecht
- Werberecht
- Eventrecht
- Filmrecht

Das Buch ist in drei Abschnitte aufgeteilt. Zunächst stellt Josef Limper das Rechtsgebiet vor und klärt die Grundbegriffe. Im zweiten Teil stehen die Tätigkeiten und Verwertungen der Unterhaltungsindustrie im Mittelpunkt samt der dazugehörigen urheberrechtlichen Fragen. Ein weiteres Kapitel gilt dem Filmrecht

und dem Fernsehrecht mit Fokus auf den Rollen der Beteiligten, also Produzenten, Regisseure, Darsteller sowie weiteren Involvierten. Die Vertragsbeziehungen werden sehr detailliert diskutiert. Einbezogen wird auch die Sportvermarktung mit einem kurzen Überblick. Verdienstvoll ist auch die Darstellung des Rechts der Moderation.

Der dritte Teil beschäftigt sich mit der crossmedialen Wertschöpfung, die auf den Grundlagen des zweiten Teiles aufbaut. Ein Fallbeispiel verdeutlicht die Zusammenhänge. Es geht dabei um Corporate-Events, die crossmediale Verwertung, die eine eigene Vertragskultur geschaffen hat und hier insbesondere um

werberechtliche Aspekte.

Das flüssig geschriebene Werk bietet auch für Nichtjuristen einen hohen Nutzwert und hilft beim Verständnis der zum Teil komplexen Materie. Die 59 Euro, die das Buch kostet, sind gut angelegt. (ps)



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

### Mit 80 Jahren um die Welt Mit 80 um die Welt

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Off-Line- und On-Line-Dienste einschließlich Web-Page-Auftritte).

Talpa Germany GmbH & Co. KG  
Genthiner Straße 5, 10785 Berlin

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

### Der Barcelona-Krimi

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Titelkombinationen, Untertiteln, grafischen Darstellungen und mit allen Zusätzen für den Bereich Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art und elektronischen Medien aller Art, einschließlich digitaler Medien und Online-Medien.

SKW Schwarz Rechtsanwälte  
Wittelsbacherplatz 1, 80333 München

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

**[www.new-business.de](http://www.new-business.de)**

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

### Mein Date ohne mich

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

### Saat des Terrors Spur des Terrors

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, 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 Titelschutz in Anspruch für:

### JUST! NONFOOD

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Internet, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

**MARKANT Services International GmbH**  
Hanns-Martin-Schleyer-Straße 2, 77656 Offenburg

Unter Hinweis auf §§ 5 Abs. 3, 15 MarkenG nehmen wir im Auftrag unserer Mandantin für Druckerzeugnisse, insbesondere Publikationen im Printbereich sowie für Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien (einschließlich CD-ROM, Online Medien und Internet), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP) sowie für Softwareerzeugnisse Titelschutz in Anspruch für:

### KINDERWUNSCH BABYWUNSCH WUNSCHKIND

in allen Schreibweisen, in allen Abwandlungsformen, Titelkombinationen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwälte Herzog, Dr. Eickelpasch, Gehring,  
Stambusch, Christ & Kollegen**  
Stadtstraße 49, 89331 Burgau



**Kinder brauchen Freunde.**

**Deutsches Kinderhilfswerk**

**2,7 Mio. Kinder in Deutschland leben in Armut – bitte helfen Sie!**

**SMS mit FREUND an 8 11 90\* senden und mit 5 Euro helfen!**

Spendenkonto 333 11 11  
Bank für Sozialwirtschaft, BLZ 100 205 00

\*Einmalig 5 Euro zzgl. SMS-Gebühr, davon gehen 4,83 Euro direkt an das Deutsche Kinderhilfswerk.

[www.dkhw.de](http://www.dkhw.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  
Titelschutzanzeigen  
verantwortlich: Birgit Weselmann -57  
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, Produ-  
zenten 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. 9  
vom 1.1.2017

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

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH  
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2017 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugs-  
weise 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 urhe-  
berrechtlich 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 PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de

**Über 69.000 archivierte Titel!**  
Recherchieren Sie kostenlos unter  
**www.titelschutzanzeiger.de**

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

**Das Orchester**  
**Die Kaufhaus-Saga**  
**Das Kaufhaus des Jahrhunderts**  
**Das Kaufhaus Berlins**  
**Die Erfindung des KaDeWe**  
**Das Paradies des Westens**  
**Das Paradies des Westens – KaDeWe**  
**Das Kaufhaus der Träume**  
**Kaufhaus der Träume**  
**Das Kaufhaus des Westens**  
**Der Konsumtempel – KaDeWe**  
**Der Konsumtempel**  
**Kathedrale des Konsums – KaDeWe**  
**Kathedrale des Konsums**  
**Der Aufstieg des KaDeWe**  
**Die Königin der Warenhäuser – KaDeWe**  
**Die Königin der Warenhäuser**  
**Die Königin der Kaufhäuser – KaDeWe**  
**Die Königin der Kaufhäuser**  
**Die Königin von Berlin – KaDeWe**  
**Die Königin von Berlin**  
**Das Luxuswarenhaus – KaDeWe**  
**Das Luxuswarenhaus**  
**Die Welt des KaDeWe**  
**Das Berliner Warenhaus – KaDeWe**  
**Das Kaufhaus der Verführung – KaDeWe**  
**Das Kaufhaus der Verführung**  
**Kaufrausch – Das KaDeWe**  
**Das Kaufhaus der Sehnsüchte – KaDeWe**  
**Das Kaufhaus der Sehnsüchte**  
**Das Imperium der Versuchung – KaDeWe**  
**Das Imperium der Versuchung**  
**KaDeWe – Haus der Sehnsucht**  
**Der Tempel der Träume – KaDeWe**  
**Der Tempel der Träume**

in allen Wortverbindungen, Darstellungsformen, Schreibweisen, entsprechen-  
den Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Werkarten und Medien.

UFA FICTION GmbH  
Dianastraße 21, 14482 Potsdam

# 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 auf

des TITELSCHUTZ ANZEIGER (erscheint wöchentlich dienstags)

des TITELSCHUTZ ANZEIGER mit Der SOFTWARE TITEL  
(erscheint 1x zum Monatsende)

Preis pro Titelschutzanzeige im Standardformat: € 150,- (zzgl. USt.)

Preis für jeden weiteren Titel innerhalb dieser Anzeige: € 35,- (zzgl. USt.).

**Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:**

(pro Titel bitte eine Zeile)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.**

(weitere Ausführungen möglich)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

(Adresse, falls von oben abweichend)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**DATUM UND UNTERSCHRIFT:** \_\_\_\_\_