

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

OLG Stuttgart: LIDL darf spielerisch mit dem Olympia-Emblem werben

Die Olympischen Symbole sind nicht nur weithin bekannt, sie genießen auch eine hohe Akzeptanz. Das hilft dem in Frankfurt ansässigen **Deutschen Olympischen Sportbund e. V. (DOSB)** bei seinen Vermarktungsaktivitäten. Eine spielerische „Nutzung“ muss der DOSB hingegen dulden, ohne im Gegenzug dafür eine Lizenz-Gebühr verlangen zu können. Das **Oberlandesgericht Stuttgart** hat entschieden, dass der Discounter LIDL in seiner Werbung auf die Olympischen Ringe anspielen darf (Urteil vom 8. Feb. 2018 – Az.: 2 U 109/17) – in der OLG-Presse-Info vom 8. Feb. 2018 heißt es: „Der 2. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Stuttgart unter Vorsitz des Vorsitzenden Richters am Oberlandesgericht **Christoph Stefani** hat mit einem heute verkündeten Berufungsurteil in einem Zivilrechtsstreit zwischen dem Deutschen Olympischen Sportbund e. V. und der LIDL-Dienstleistung GmbH entschieden, dass eine Werbung für Grillprodukte, die LIDL unmittelbar vor der Eröffnung der Olympischen Spiele 2016 verbreitet hatte,

nicht gegen das Gesetz zum Schutz des Olympischen Emblems und der Olympischen Bezeichnungen (OlympSchG) verstößt.



In der beanstandeten Prospekt- und Internet-Werbung für Grillprodukte verwendete LIDL unter der Überschrift „Liebe ist, wenn wir zu Olympia anfeuern“ eine Abbildung von vier Hamburgern und einem Lachsburger (sog. „Grillpatties“), die in der Form der Olympischen Ringe auf einem glühenden Holzkohlegrill angeordnet waren (drei Grillpatties in der oberen Reihe, zwei Grillpatties in der unteren). Der Deutsche Olympische Sportbund e. V. sah in dieser Darstellung einen Verstoß gegen § 3 OlympSchG und verlangte deren Unterlassung. Das **Landgericht Heilbronn** wies die Klage

ab (Urteil vom 8. Juni 2017 – Az.: 8 O 184/16).

Der 2. Zivilsenat hat dieses Urteil bestätigt. Ein Verstoß gegen § 3 Absatz 1 Satz 1 OlympSchG liege nicht vor, weil LIDL in der Werbung nicht das olympische Emblem selbst – die Olympischen Ringe – verwende, sondern nur ein Emblem – die Darstellung der fünf Grillpatties –, das auf dieses anspiele. Auch ein Verstoß gegen § 3 Absatz 1 Satz 2 OlympSchG sei nicht gegeben, weil aufgrund der LIDL-Werbung weder eine Gefahr von Verwechslungen bestehe noch die Wertschätzung der Olympischen Spiele oder der Olympischen Bewegung in unlauterer Weise ausgenutzt oder beeinträchtigt werde. Durch die Werbung werde bei den angesprochenen Verbrauchern nicht die Fehlvorstellung geweckt, zwischen dem Deutschen Olympischen Sportbund e. V. und LIDL bestünden organisatorische oder wirtschaftliche Verbindungen. Insbesondere entstehe nicht der Eindruck, LIDL gehöre zum Kreis der offiziellen Sponsoren der

Olympischen Spiele. Auch ein Fall der unlauteren Ruf-Ausnutzung liege nicht vor, da durch die beanstandete Werbung nicht der gute Ruf der Olympischen Spiele und der Olympischen Bewegung auf die Grillprodukte, für die geworben wurde, übertragen werde (sog. Image-Transfer). Die Werbung beschränke sich darauf, Assoziationen zu den Olympischen Spielen zu wecken und hierdurch Aufmerksamkeit zu erregen. Dies sei rechtlich zulässig. Zweck des OlympSchG sei es nicht, dem Deutschen Olympischen Sportbund eine Monopolstellung an allen Bezeichnungen und Symbolen einzuräumen, die im weitesten Sinn an Olympia erinnerten, damit er diese bestmöglich wirtschaftlich verwerten könne.

Die Revision hat der Senat nicht zugelassen, da die entscheidenden Rechtsfragen bereits durch den Bundesgerichtshof (BGH, Urteil vom 15. Mai 2014 – I ZR 131/13 – Olympia-Rabatt) geklärt seien.“ (ps)

Über 72.000 archivierte Titel!
Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT	2
TITELSCHUTZANZEIGEN: 33 NEUE TITEL GESCHÜTZT ...	3, 4 +5
IMPRESSUM	5

Die 33 neuen Titel dieser Woche

A	J
Ab jetzt ist Ruhe	Jung. Brutal. Gutaussehend.
Alltagskämpfer	L
Armes Deutschland – Deine Kinder	Leberkäsjunkie
B	Leberkäsjunkie. Ein Eberhoferkrimi
BAFF	O
BEATB EATB‘EATB-EAT	Opium
C	Opium-Berlin
Call of Beauty Award	Opium-Hamburg
D	Opium-Magazin
DAS ETRUSKISCHE LÄCHELN	Opium-Metropolmagazin
DAS RISIKO DER ANDEREN	Organspende – Albtraum
DER FEIND IN MEINEM LAND	ORGANVERSAGEN
Die Alltagskämpfer	P
Die Alltagskämpfer – Überleben in Deutschland	PHARMAFALLE „OST“
E	S
Ermittler hautnah – Mördern auf der Spur	Schnittgut
EXPERIMENT „OST“ – DAS RISIKO DER ANDEREN	T
EXPERIMENT OST	Tatort Heimat
G	TESTSTRECKE „OST“
Gorillas	U
GÜNSTIGE TESTSTRECKE	Unsere wunderbaren Jahre
I	W
Im Zeichen des Wassermanns	Wunderknaben

Die nächste Ausgabe erscheint am:

Der Titelschutz Anzeiger

20.02.2018, Woche 8, Nr. 1365
Anzeigenschluss: 16.02.2018, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

27.02.2018, Woche 9, Nr. 1366
Anzeigenschluss: 23.02.2018, 10 Uhr

BGH: Magazine der Bauer Media Group dürfen Fotos von Christian Wulff beim Supermarkt-Einkauf verwenden

Für Personen des öffentlichen Interesses gelten in Sachen Privatsphäre besondere Regeln. Vor diesem Hintergrund hat der VI. Zivilsenat des **Bundesgerichtshofs** in Karlsruhe, der unter anderem auch für Ansprüche aus dem Recht am eigenen Bild zuständig ist, die Entscheidungen der beiden Vorinstanzen aufgehoben und die Klage des ehemaligen Bundespräsidenten **Christian Wulff** gegen die **Bauer Media Group** in Hamburg abgewiesen (Urteil vom 6. Feb. 2018 – Az.: VI ZR 76/17). Der BGH stellte hier das

Presse-Recht über das Persönlichkeitsrecht.

Dr. Gerald Neben, Partner der Kanzlei **KNPZ** in Hamburg, begleitete die Bauer Media Group durch alle Instanzen und holte sich für die BGH-Verhandlung **Dr. Thomas Winter** von der Karlsruher Kanzlei **Rohnke Winter** hinzu. Christian Wulff vertraute auf **Prof. Dr. Christian Schertz** von der Berliner Medienrechts-Kanzlei **Schertz Bergmann**. Beim Bundesgerichtshof stand ihm der Anwalt **Frank Seiler** als BGH-Vertreter zur Seite.

Die Ausgangslage

Am 6. Mai 2015 verkündeten der frühere Bundespräsident Christian Wulff und seine **Ehefrau Bettina Wulff** per Presse-Mitteilung, dass sie wieder zusammen leben. Das stieß naturgemäß auf ein großes Echo in der Presse und zog seinerzeit nicht nur die Boulevard-Journalisten an, mehr über das erneute Zusammenleben in Erfahrung zu bringen.

Am 13. Mai 2015 erschien in der Bauer-Zeitschrift **„People“** ein Artikel mit der

Headline **„Liebes-Comeback“** über das Ehepaar Wulff, in dem auch ein Foto zu sehen war, das beide am Auto zeigte. Eine Woche darauf, am 20. Mai 2015, folgte ein Beitrag im Bauer-Magazin **„Neue Post“** mit der Überschrift **„Nach der Versöhnung – Christian Wulff – Wer Bettina liebt, der schiebt!“**. Als Bebilderung diente hier ein Foto von Christian Wulff mit einem gefülltem Einkaufswagen. Gegen die Bild-Berichterstattung reichte Christian Wulff in beiden Fällen mit Erfolg Klage auf

Unterlassung beim **Landgericht Köln** ein (Urteil vom 27. April 2016 – Az.: 28 O 379/15). Die Berufung der Bauer Media Group blieb erfolglos, denn auch das **Oberlandesgericht Köln** sah in der Veröffentlichung der Bilder eine Verletzung der Privatsphäre (Urteil vom 19. Jan. 2017 – Az.: 15 U 88/16).

BGH hebt OLG-Urteil auf

Mit der vom VI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs zugelassenen Revision verfolgte die Bauer Media Group ihr Begehren zur Abweisung der Klage weiter. Der VI. Zivilsenat unter Vorsitz des Vorsitzenden Richter **Gregor Galke** (seit August 2009 im Amt) bewertete die Sachlage anders, hob die Urteile der Vorinstanzen auf und wies die Klage ab. In der Presse-Info Nr. 24/2018 vom 6. Feb. 2018 wird die Entscheidung erläutert: „Die veröffentlichten Fotos waren dem Bereich der Zeitgeschichte (§ 23 Abs. 1 Nr. 1 KunstUrhG) zuzuordnen und durften deshalb von der

Beklagten auch ohne Einwilligung des Klägers (§ 22 KunstUrhG) verbreitet werden, da berechtigte Interessen des Abgebildeten damit nicht verletzt wurden. Die Vorinstanzen hatten die in besonderer Weise



BGH gestattet Bauer-Magazinen die Nutzung von Wulff-Fotos – (Foto: Nikolay Kazakov)

herausgehobene Stellung des Klägers als ehemaliges Staatsoberhaupt, den Kontext der beanstandeten Bild-Berichterstattung sowie das Ausmaß der vom Kläger in der Vergangenheit praktizierten Selbstöffnung nicht hinreichend berücksichtigt und deshalb rechtsfehlerhaft dem Persönlichkeitsrecht des Klägers den Vorrang vor

der durch Art. 5 Abs. 1 GG geschützten Pressefreiheit der Beklagten eingeräumt.

Die herausgehobene politische Bedeutung des Klägers als Inhaber des höchsten Staatsamtes und das berechtigte öffentliche Interesse an seiner Person endeten nicht mit seinem Rücktritt vom Amt des Bundespräsidenten; die besondere Bedeutung des Amtes wirkt vielmehr nach. Auch nach seinem Rücktritt erfüllt der Kläger, der als „Altbundespräsident“ weiterhin zahlreichen politischen und gesellschaftlichen Verpflichtungen nachkommt, Leitbild- und Kontrastfunktion auch in der Normalität seines Alltagslebens. Im Zusammenhang mit der – nicht angegriffenen – Text-Berichterstattung leisteten die Veröffentlichungen einen Beitrag zu einer Diskussion allgemeinen Interesses. Sie nehmen Bezug auf die vom Kläger selbst erst einige Tage zuvor durch Pressemitteilung bestätigte Versöhnung mit seiner Frau. Gegenstand der Berichterstattung ist darüber hinaus

die eheliche Rollenverteilung. Die Fotos bebildern dies und dienen zugleich als Beleg. Ferner war zu berücksichtigen, dass der Kläger sein Ehe- und Familienleben in der Vergangenheit immer wieder öffentlich thematisiert und sich dadurch mit einer öffentlichen Erörterung dieses Themas einverstanden gezeigt hat. Zudem betreffen die zur Einkaufszeit auf dem Parkplatz eines Supermarktes und damit im öffentlichen Raum aufgenommenen Fotos den Kläger lediglich in seiner Sozial-sphäre.

Den entgegenstehenden berechtigten Interessen des Klägers kommt demgegenüber kein überwiegendes Gewicht zu (§ 23 Abs. 2 KunstUrhG). Die Fotos weisen keinen eigenständigen Verletzungsgehalt auf, sondern zeigen den Kläger in einer unverfänglichen Alltagssituation und in der Rolle eines fürsorgenden Familienvaters.“ (ps)

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

Armes Deutschland – Deine Kinder

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

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

Alltagskämpfer Die Alltagskämpfer Die Alltagskämpfer – Überleben in Deutschland

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

Faude Große Wichmann Rechtsanwälte
Kurfürstendamm 103/104, 10711 Berlin

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

BAFF

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Film, TV, Buch und CD.

DEF Media GmbH
Potsdamer Straße 81/83, 10785 Berlin

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

Organspende – Albtraum

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Wolfgang Gawehn
Lawaetzweg 1, 22767 Hamburg

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

Tatort Heimat

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, grafischen Darstellungen, Kombinationen, Titelkombinationen, Abkürzungen mit allen Zusätzen für alle Printmedien und Druckereierzeugnisse sowie für elektronische und digitale Medien, insbesondere auch off- und online-Medien.

Neue Osnabrücker Zeitung GmbH & Co. KG
Postfach 42 60, 49032 Osnabrück

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

Ermittler hautnah – Mördern auf der Spur

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 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Unsere wunderbaren Jahre

in allen Wortverbindungen, Darstellungsformen, Schreibweisen für Film, Fernsehen einschließlich Offline- und Online-Diensten (insb. Internet) sowie sonstige audiovisuelle elektronische und digitale Medien, Datenträger und Netzwerke.

UFA FICTION GmbH
Dianastraße 21, 14482 Potsdam

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

Schnittgut

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

BEATB EATB'EATB-EAT

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Wort- und Zeichenverbindungen, graphischen Darstellungen und Untertiteln für Zeitschriften, Magazine sowie sämtliche elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-i, Offline- und Online-Dienste, Bild-/Ton-/Datenträger, Softwareerzeugnisse, Multimedia-Anwendungen, insbesondere Internet-Seiten, Social Media-Seiten und Apps sowie sonstige Online-Medien.

CBH Rechtsanwälte C. Bartenbach Haesemann & Partner
Bismarckstraße 11-13, 50672 Köln

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

Call of Beauty Award

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Abkürzungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen sowie entsprechenden Untertiteln für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, elektronische/digitale Medien einschl. Multimediadienste (On- und Offline-Dienste/Internet) und Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie öffentliche und nicht-öffentliche Veranstaltungen und Veranstaltungsreihen.

HÖCKER Rechtsanwälte
Friesenplatz 1, 50672 Köln

Impressum:

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 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: Birgit Weselmann (verantwortl.) (-57)

Redaktion: Nicole Möller (nm) (-10)

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Erscheinungsweise:	Erscheinungsweise:
wöchentlich (dienstags)	monatlich
Druckauflage:	Druckauflage:
3.400	5.400
Verbreitete Auflage:	Verbreitete Auflage:
3.100	5.200

ISSN: 2568-9762

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: p.a. 80,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt. (Ausland: zzgl. Versandkosten) – für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 150,- Euro, jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige plus 35,- Euro, jeweils zzgl. USt. Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 9 vom 1.1.2017

Anzeigenschluss: freitags, 10 Uhr

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

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

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2018 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 PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de

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

Opium-Metropolmagazin
Opium-Berlin
Opium-Hamburg
Opium-Magazin
Opium

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Büchern und sonstigen Druckerzeugnissen, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-Rom, CD-i, DVD, MD) und/oder Onlinedienste sowie Internet.

Henke Relations Agentur für Events und Kommunikation
Tarpentstraße 139, 20251 Hamburg

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

Jung. Brutal. Gutausschend.
Gorillas
Ab jetzt ist Ruhe
Im Zeichen des Wassermanns
Leberkäsjunkie
Leberkäsjunkie. Ein Eberhoferkrimi
Wunderknaben
DAS ETRUSKISCHE LÄCHELN
EXPERIMENT OST
PHARMAFALLE „OST“
EXPERIMENT „OST“ – DAS RISIKO DER ANDEREN
TESTSTRECKE „OST“
ORGANVERSAGEN
DAS RISIKO DER ANDEREN
DER FEIND IN MEINEM LAND
GÜNSTIGE TESTSTRECKE

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
Balanstraße 57, 81541 München

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: _____