

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
29 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Aufkleber „Bitte keine Werbung einwerfen“ müssen ernst genommen werden

Beim Verteilen von Prospekten, Werbe-Flyern oder Handzetteln müssen Aufkleber mit dem Hinweis „Bitte keine Werbung einwerfen“ ausgesprochen und zudem in jeder Hinsicht ernst genommen werden. Für einen Verstoß gegen diese klare Aufforderung kann auch das Unternehmen zur Rechenschaft gezogen werden, das den Auftrag zum Verteilen an eine Verteiler-Company vergeben hat.

So untersagte das **Amtsgericht München** einem Umzugsunternehmen, Werbe-Material auf einer Briefkasten-Anlage oder vor dem Hauseingang des Mehrfamilienhauses abzulegen (Urteil vom 18. März 2022 – Az.: 142 C 12408/21). Das Urteil ist inzwischen rechtskräftig. Für jeden Fall der Zuwiderhandlung wurde ein Ordnungsgeld von bis zu 250.000 EUR angedroht, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten.

In der Pressemitteilung 04 vom 6. März 2023 wird der Sachverhalt und die Einschätzung des Amtsgerichts erläutert. Der aus München stammende Kläger fand an der Briefkasten-Anlage des Hauses mit seiner Wohnung zwei Werbeflyer des Umzugsunternehmens vor, die in eine Ritze zwischen einem Briefkasten und einem darunter liegenden

Spalt der Briefkastenanlage geklemmt waren. Dabei waren sämtliche Briefkästen der Anlage deutlich sichtbar mit dem Hinweis „Bitte keine Werbung einwerfen“ gekennzeichnet.

Kläger ärgert sich über rücksichtslose Werbe-Verteilung

Nach Auffassung des Klägers habe die Beklagte die Werbeflyer in rücksichtsloser Art verteilen lassen. Die Bewohner des Hauses, die schon keine Werbung erhalten möchten, legten erst recht keinen Wert auf wild abgelegte oder befestigte Reklame. Hierdurch erhöhe sich der Lästigkeitsfaktor erheblich.

Das beklagte Umzugsunternehmen meinte demgegenüber, sie habe die angeblich störende Art einer Verteilung von Werbematerial nicht veranlasst und auch nicht zu vertreten. Die von ihr beauftragten Verteiler seien angewiesen, Werbung nur in Briefkästen einzulegen, die keinen Hinweis enthielten, dass der Nutzer keine Werbung haben möchte. Die Beklagte verweist außerdem darauf, dass die Briefkasten-Anlage der Wohnanlage für jeden Passanten zugänglich sei und daher auch unbekannte Dritte das Werbematerial dort abgelegt haben könnten.



Das Amtsgericht München fordert ein umfassendes Verantwortungsbewusstsein – Foto: Sebastian Duda/Fotolia

Das Amtsgericht München sieht eine rechtswidrige Störung

Das Amtsgericht München gab der Klage vollumfänglich statt. Der zuständige Richter führte bei der Verkündung des Urteils aus: „Dem Kläger steht ein Anspruch auf Unterlassung aus §§ 823 Abs. 1, 863 BGB in Verbindung mit § 1004 BGB analog zu. Der Kläger wurde durch die Beklagte in seinem Besitz bzw. Mitbesitz rechtswidrig gestört, es besteht Wiederholungsgefahr und die Beklagte ist Störerin.“

Eine Besitzstörung ist grundsätzlich anzunehmen durch das Einwerfen von Werbe-Flyern, wenn wie hier erkennbar zu verstehen gegeben wird, dass der Einwurf von Werbung nicht erwünscht ist. Dem Wohnungsbesitzer steht das

Recht aus § 862 BGB zu, sich gegen eine Beeinträchtigung seiner räumlich-gegenständlichen Sphäre durch das Aufdrängen von unerwünschtem Werbematerial zur Wehr zu setzen.

Zwar wurde im vorliegenden Fall der Werbe-Flyer nicht in den dem Kläger zugewiesenen Briefkasten gesteckt; der Kläger wurde jedoch jedenfalls in seinem Mitbesitz an der Briefkasten-Anlage und am Eingangsbereich des Mehrfamilienhauses gestört.

Die Beklagte ist mittelbare Störerin, da sie Flyer der gegenständlichen Art unstrittig auch im streitgegenständlichen Zeitraum in München hat verteilen lassen. Der Einwand der Klägerin, ihre Austräger hätten die Flyer im konkreten Fall nicht verteilt, greift nicht durch. Nach

Fortsetzung auf Seite 2

Die 29 neuen Titel

D

Das Internet, das mich versteht.
Das Netz, das mich versteht.
Das Neue Führen
Das Web, das mich versteht.
Der Assistent, der mich versteht.
Der Bot, der mich versteht.
Die Dohle – Die Sehnsucht des Franz K.
Die Hausärztin
Die Hausärztliche
Die Sehnsucht des Franz Kafka

E

Ein Zimmer für Papa

F

Für immer Sommer

H

Hausarzt*in
Hausarzt:in
Hausarzt_in
Hausärztin + Hausarzt
Hausärztin und Hausarzt

Hausärztliche Praxis
Hausärztliches Journal
Hausarztmedizin
Hausarzt-Medizin
Hausarztpraxis

M

Mein fabelhaftes Ferienhaus
mut.Macherinnen – mit Susann Atwell

R

Ramsch oder Rares – Viel zu bieten bei den Epplis

V

VERA

W

WatchMe Sex sells
WDR Lokalzeit Land.Schafft.

Z

Zwei Erben sind einer zu viel

Fortsetzung von Seite 1

den Grundsätzen des Anscheinsbeweises kann davon ausgegangen werden, dass Handzettel eines Unternehmens auch von Werbevertreibern, die für das Unternehmen tätig sind, im Zuge von Werbe-Aktionen eingeworfen wurden. Hierbei handelt es sich um einen typischen Geschehensablauf. Die pauschale Behauptung, Dritte könnten Handzettel verteilt haben, steht der Bejahung des Anscheinsbeweises nicht entgegen. Der Beklagten ist

es auch im Rahmen der Beweisaufnahme nicht gelungen, Tatsachen zu beweisen, aus denen sich die ernsthafte Möglichkeit eines abweichenden (atypischen) Ablaufs ergibt.

Auch der Einwand der Beklagten, sie habe die von ihr beauftragten Austräger angewiesen, Werbung nur auf erlaubte Weise zu verteilen, verfängt nicht. Die Beklagte ist gehalten, die von ihr beauftragten Verteiler ein-

dringlich auf die Notwendigkeit einer entsprechenden Organisation und Kontrolle der Werbeaktion hinzuweisen, sich über den Einsatz geeigneter Schutzvorkehrungen zu vergewissern, Beanstandungen nachzugehen, schließlich gegebenenfalls dem Anliegen durch Androhung wirtschaftlicher und rechtlicher Sanktionen einen stärkeren Nachdruck zu verleihen. Zu denken ist hier etwa an eine Vertragsstrafenvereinbarung. Zur Einlei-

tung derartiger Maßnahmen hat die Beklagte jedenfalls nach dem vom Kläger gerügten Verstoß jedoch nichts vorgetragen. (...)“.

Als Fazit lässt sich festhalten, dass auch bei Werbe-Verteilungen eine sorgfältige Vorgabe erfolgen muss, dass alle Regeln einzuhalten sind und eine Nichtbeachtung Konsequenzen hat. (ps)

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

Für immer Sommer

in allen Wortverbindungen, Schreib- bzw. Darstellungsweisen und graphischen Gestaltungen für alle Medien.

Bavaria Fiction GmbH
Bavariafilmplatz 7, 82031 Geiselgasteig

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

Zwei Erben sind einer zu viel

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Degeto Film GmbH
Am Steinernen Stock 1, 60320 Frankfurt am Main

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

VERA

in allen Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, Datenträger aller Art, sonstige elektronische und digitale Medien sowie Software.

Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians
AMPERSAND Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB
Widenmayerstraße 4, 80538 München

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

Das Neue Führen

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.

Dr. Oliver Haas
Müllerstraße 17, 80469 München

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

Ramsch oder Rares – Viel zu bieten bei den Epplis

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

Seven.One Entertainment Group GmbH
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

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

Die Sehnsucht des Franz Kafka Die Dohle – Die Sehnsucht des Franz K.

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Film, Fernsehen, Tonwerke, Bühnenwerke, Software, KI, Informationsangebote im Internet, sowie Veranstaltungstitel und Messen und zukünftige digitale Medien.

alpha-film, Monika Aubele
Lossenstraße 2 F, 80999 München



Glück

„Man muss Glück teilen, um es zu multiplizieren.“
Marie von Ebner-Eschenbach



sos-kinderdoerfer.de

Unter Hinweis auf § 5, Abs. 3 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für die nachfolgenden fünf Titel:-

**Das Internet, das mich versteht.
Das Netz, das mich versteht.
Der Bot, der mich versteht.
Das Web, das mich versteht.
Der Assistent, der mich versteht.**

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, Darstellungsformen, Titelkombinationen für Literatur, Seminarveranstaltungen, Bild-, Ton-, Daten- und Videoträger aller Art, Software-Erzeugnisse, Film, Fernsehen, Rundfunk, elektronische, audiovisuelle und digitale Medien, Merchandising in jeder Form sowie Druckerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien und sämtliche Multimedia-Produkte.

**Meissner Bolte Patentanwälte Rechtsanwälte
Partnerschaft mbB
Widenmayerstraße 47, 80538 München**

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

**Die Hausärztin
Hausarzt*in
Hausarzt:in
Hausarzt_in
Hausärztin + Hausarzt
Hausärztin und Hausarzt
Hausärztliche Praxis
Hausarztmedizin
Hausarzt-Medizin
Hausarztpraxis
Hausärztliches Journal
Die Hausärztliche**

jeweils in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen und/oder graphischen Darstellungen, auch als Untertitel für alle Medien, insbesondere gedruckte und digitale Zeitungen und Zeitschriften, Film, Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

**Nordemann Czychowski & Partner Part mbB,
Helene-Lange-Straße 3, 14469 Potsdam**

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

Ein Zimmer für Papa

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insb. Groß- u. Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Werkarten und Medien (insb. Film, Fernsehen, Offline- und Online-Dienste (insb. Internet), Bild-/Ton- und Datenträger aller Art, sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Merchandising, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften und sonstige Druckerzeugnisse.

**Pyjama Pictures GmbH,
Potsdamer Platz 11, 10785 Berlin**

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

**WatchMe Sex sells
Mein fabelhaftes Ferienhaus
WDR Lokalzeit Land.Schafft.
mut.Macherinnen – mit Susann Atwell**

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

**Anwaltskanzlei Bettina Krause,
Hauptstraße 23, 82327 Tutzing**

Über **74.000**

archivierte Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter

www.titelschutzanzeiger.de

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

Verleger/Herausgeber: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) (ps)

Titelschutzanzeigen: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-54)

Redaktion: Silke Reyher-Timmann (-54)

Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 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 Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro,
jeder weitere Titel innerhalb einer
Anzeige 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11
vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

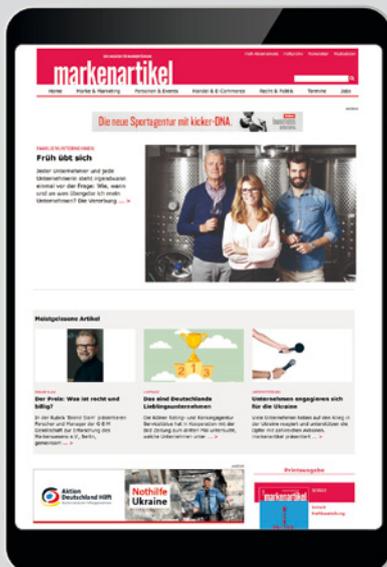
Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

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

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2023 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

www.markenartikel-magazin.de



Täglich neue Meldungen rund um die Marke
sowie Personalien und Veranstaltungen
aus der Markenwelt.

Der markenartikel-Newsletter erscheint 2x wöchentlich
mit frischen Marken-News.

Vernetzen Sie sich mit uns via unserer LinkedIn-Präsenz

