

titelschutz-magazin

Das Magazin für Titelschutz



Liebe Leserinnen und Leser des Titelschutz-Magazins.

Auch im März wurden wieder einige interessante Titelschutzanzeigen veröffentlicht, was uns sehr freut.

TIPP: Ein guter, unterscheidungskräftiger Titel schützt Ihr Werk regelmäßig sehr gut vor identischen oder ähnlichen Titeln. Aus aktuellem Anlass wollen wir nochmals darauf hinweisen, dass mit der

Titelschutzanzeige der Schutz noch nicht eintritt. Denken Sie daran, Ihr Werk auch zeitnah zu veröffentlichen. Der Schutz wirkt dann zurück auf den Zeitpunkt der Veröffentlichung der Titelschutzanzeige.

Mit der [Flatrate für Titelschutzanzeigen](#) haben wir ein praktisches Tool geschaffen, um „Vielveröffentlichern“ oder auch Kanzleien die Möglichkeit zu geben, bei einem klar definierten, einmaligen Budget unendlich viele Titelschutzanzeigen zu veröffentlichen. In diesem Sinne verbleiben wir mit freundlichen Grüßen aus München

Volker Lehmann, CEO

RECHTSPRECHUNG

OLG KÖLN, URTEIL VOM 05.12.2014 – 6 U 100/14 – ICH BIN DANN MAL WEG

„Ich bin dann mal weg“ – so heißt der Titel des Bestsellers von Hape Kerkeling, welches nach Aussage des Verlags „das erfolgreichste deutsche Sachbuch der Nachkriegszeit sei“.

Das Urlaubsportal „weg.de“ hatte mit dem Spruch „Ich bin dann mal weg.de“ für seine

Dienstleistungen geworben. Das angerufene Gericht hat dem Unterlassungsbegehren des Verlags stattgegeben.

Aus den Gründen:

„b) Der Titel „Ich bin dann mal weg“ ist schutzfähig. Eine Bezeichnung eines Werks im Sinn von § 5 Abs. 3 MarkenG ist kennzeichnungskräftig, wenn ihr die Eignung zur Werkindividualisierung, also zur Unterscheidung eines Werks von anderen Werken, zukommt. Erforderlich ist

jedenfalls ein Mindestmaß an Individualität, das dem Verkehr eine Unterscheidung von anderen Werken ermöglicht (BGH, GRUR 2003, 440, 441 – Winnetous Rückkehr; Senat, WRP 2014, 1355 = GRUR 2014, 1111, 1112 – wetter.de; Ingerl/Rohnke, MarkenG, 3. Aufl. 2010, § 5 Rn. 91). Zutreffend ist, dass es sich bei dem Titel der Antragstellerin um eine gebräuchliche Redewendung handelt, die für einen Reisebericht auch einen beschreibenden Anklang aufweist. Andererseits ist die Verwendung einer umgangssprachlichen Redewendung, die für einen eher beiläufigen Abschied steht, als Titel eines Buches, in dem die Erfahrungen einer mehrwöchigen Wanderung auf dem Pilgerweg beschrieben werden, durchaus originell. Gerade durch den Kontrast zwischen der beiläufig-alltäglichen Redewendung einerseits, Umfang und Charakter des beschriebenen Unternehmens andererseits prägt sich der Titel in besonderer Weise ein. Zugleich deutet er eine gewisse (selbst-) ironische Distanz zu einer Wanderung an, die in anderen einschlägigen Berichten als eine spirituelle Erfahrung oder ein Unternehmen der Selbstfindung beschrieben wird.

38
Allein der Umstand, dass es sich um eine umgangssprachliche Redewendung handelt, steht der Schutzfähigkeit als Werktitel nicht entgegen (KG, GRUR 2000, 906, 907 – „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“). Soweit sich die Antragsgegnerin darauf beruft, Werbeslogans könnten nicht als Marke eingetragen werden, so ist dies – abgesehen davon, dass sich die Aussage in dieser Allgemeinheit der zitierten Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes „Das Prinzip der Bequemlichkeit“ (GRUR 2004, 1027 Tz. 35 f.) nicht entnehmen lässt – für die Entscheidung des vorliegenden Rechtsstreits unerheblich. Der Titelschutz setzt nicht voraus, dass der Titel geeignet ist, auf die betriebliche Herkunft des Werks hinzuweisen, sondern lediglich, dass er zur Unterscheidung eines Werks von anderen Werken geeignet ist. Eine – unterstellt – fehlende Schutzfähigkeit nach Markenrecht steht daher einer Schutzfähigkeit als

Werktitel nicht entgegen (BGH, GRUR 2003, 440, 441 – Winnetous Rückkehr).

39
Der Titel „Ich bin dann mal weg“ für den Bericht einer Wanderung auf dem Jakobsweg ist damit originär schutzfähig, ohne dass es eines Rückgriffs auf die Rechtsprechung bedarf, nach der für bestimmte Arten von Sachbüchern die Anforderungen an die Unterscheidungskraft eines Werktitels niedriger anzusetzen sind (so z. B. Senat, GRUR 2000, 1073, 1074 – Blitzgerichte).“

[Zum Volltext](#)

MarkenG § 15 Abs. 3

OLG MÜNCHEN, URTEIL VOM 24.10.2013 – 29 U 885/13 – BUCHBINDER WANNINGER

Leitsatz:

Ein Buchhändler haftet wegen einer Urheberrechtsverletzung in einem von ihm vertriebenen (elektronischen) Buch nur dann auf Unterlassung, wenn der Verstoß begangen wurde, nachdem er auf eine klare Rechtsverletzung hingewiesen worden war.

UrhG § 97 I 1; GG Art. 5 I 2 - [zum Volltext](#)

INHALT

Rechtsprechung	1-2
Titelschutzanzeigen (9)	3-5
Impressum	6

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG (Deutschland) sowie § 80 UrhG, § 9 UWG (Österreich) nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

BGM-Wissensbilanz

ooptioo

Netzwerk-Wissensbilanz

Erfolgstreiber

Wissensbilanz-Nord

Wissensbilanz-Süd

Wissensbilanz-Deutschland

Wissensbilanz-Germany

Wissensbilanz-West

Wissensbilanz-Ost

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Fernsehen, Film, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Bild-, Daten- und Tonträger, sowie elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On- und Offline-Dienste).

WISSENSBILANZ-DEUTSCHLAND

Herdentorsteinweg 38-40
28195 Bremen

Veröffentlicht am 03.03.2015

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

Heldenreise

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Fernsehen, Film, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Bild-, Daten- und Tonträger, sowie elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On- und Offline-Dienste).

EIKON Media GmbH

Bergmannstraße 102
10961 Berlin

Veröffentlicht am 05.03.2015

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

das Aufräumspiel

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Fernsehen, Film, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Bild-, Daten- und Tonträger, sowie elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On- und Offline-Dienste).

Marc Uhlig

Langenhorster Strasse 98
42551 Velbert

Veröffentlicht am 10.03.2015

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

Die Lieben meines Lebens

Ein Leben, eine Liebe...

Eine grosse Liebe für zwei kleine Leben

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Fernsehen, Film, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Bild-, Daten- und Tonträger, sowie elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On- und Offline-Dienste).

Fabian Sommer
Erfurter Strasse 34
51103 Köln

Veröffentlicht am 19.03.2015

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

HortiCulture Innovationsschau

HortiCouture Innovationsschau

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Fernsehen, Film, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Bild-, Daten- und Tonträger, sowie elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On- und Offline-Dienste).

**Verband des Deutschen Blumen- Groß- und
Importhandels e.V. (BGI)**
Veilingstraße B102
47638 Straelen-Herongen

Veröffentlicht am 24.03.2015

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

Schleswig-Holstein maritim

SH maritim

Schleswig-Holstein ahoi

SH ahoi

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Fernsehen, Film, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Bild-, Daten- und Tonträger, sowie elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On- und Offline-Dienste).

Peter Dreves
Memelstraße 27
24782 Büdelsdorf

Veröffentlicht am 21.03.2015

ANZEIGE

BREUER LEHMANN
RECHTSANWÄLTE

Spezialisierte Rechtsberatung zum Thema
Titelschutz, Markenrecht & Markenmeldung,
Designschutz und Urheberrecht.

♥ WIR LIEBEN MARKEN ♥

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

Nah dran - Momentaufnahmen einer Förderschule

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Fernsehen, Film, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Bild-, Daten- und Tonträger, sowie elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On- und Offline-Dienste).

Klaus Beyer-Dannert

Charlottenstr. 50
45964 Gladbeck

Veröffentlicht am 26.03.2015

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

Tinten Killer

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Fernsehen, Film, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Bild-, Daten- und Tonträger, sowie elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On- und Offline-Dienste).

Jeremias Erdogan

Spyckstraße 84
47533 Kleve

Veröffentlicht am 27.03.2015

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

Stadtteilmagazin für Bümmerstede, Kreyenbrück und Krusenbusch "Der Kreyenbrücker"

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Fernsehen, Film, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Bild-, Daten- und Tonträger, sowie elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On- und Offline-Dienste).

Werbegemeinschaft Die Kreyenbrücker e.V.

c/o Schuhhaus Kolodziej
Klingenbergplatz 16
26133 Oldenburg

Veröffentlicht am 31.03.2015

titelschutz-magazin

IMPRESSUM	
<p>IP Central GmbH Steinsdorfstraße 20 80538 München</p> <p>Tel: (089) 6666 10 89 Fax: (089) 255 513 1297</p> <p>info@titelschutz-magazin.de www.titelschutz-magazin.de HRB 214541 - UST-ID: DE297085364</p>	<p>Verleger/Herausgeber: Volker Lehmann (v.i.S.d.P.)</p> <p>Titelschutzanzeigen verantwortlich: Prof. Dr. Arne Striegler</p> <p>Redaktion: Volker Lehmann, Dennis Breuer</p> <p>Erscheinungsweise: monatlich zum Monatsende</p> <p>Medien: Twitter, Facebook, titelschutz-magazin.de, PDF</p>
<p>Empfängerkreis: Autoren & Verlage, Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare, Medienunternehmen, Produzenten von audiovisuellen, digitalen und elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträger, Software).</p>	<p>Preise Titelschutzanzeige: Titelschutzanzeige: ein Titel 45,- Euro, jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige 5,- EUR jeweils zzgl. USt.</p> <p>Titelschutz Flatrate: Veröffentlichung unbegrenzter Titelschutzanzeigen: 600 EUR / Jahr zzgl. USt.</p>
<p>Redaktionelle Texte dürfen gerne zur Veröffentlichung mit Kurzprofil an die Redaktion geschickt werden.</p>	<p>Preis Werbung:</p> <p>Publikation Titelschutz-Magazin: EUR 450 netto / Anzeige im Standardformat / Ausgabe Online: auf Anfrage</p>
<p>© 2015 IP Central GmbH, München</p>	<p>Es gelten die AGB der IP Central GmbH, welche unter http://titelschutz-magazin.de/agb.php abrufbar sind</p>