

# Titelschutz

## JOURNAL

DEUTSCHLANDS SPEZIAL-MEDIUM FÜR TITELSCHUTZ

– ZEITUNG – ZEITSCHRIFT – BUCH – HÖRFUNK – TV – FILM – TONTRÄGER – SPIELE – SOFTWARE –

### Bußgeldstellen dürfen mit Pass- oder Ausweisfotos des Einwohnermeldeamts abgleichen



**OLG Koblenz Beschluss vom 20.10.2020, Az. 3 OWi 6 SsBs 258/20. Die Bußgeldstellen dürfen, um jemanden wegen einer Verkehrsordnungswidrigkeit zu identifizieren, Pass- oder Ausweisfotos vom Einwohnermeldeamt anfordern.** (...) Die Bußgeldstelle verhängte eine Geldbuße von 150 Euro und ein einmonatiges Fahrverbot. Der Fahrer legte eine Rechtsbeschwerde ein. Begründung: Die Bußgeldbehörde hätte – so der Fahrer – vor Erlass des Bußgeldbescheides ein Personalausweisfoto rechtswidrig beim Einwohnermeldeamt angefordert, erhalten und mit ihm den Fahrer identifiziert. § 24 Abs. 2 Personalausweisgesetz und § 22 Abs. 2 Passgesetz erlauben, zur Verfolgung von Verkehrsordnungswidrigkeiten die Herausgabe solcher Daten zu verlangen. Der

Wortlaut dieser Normen ist zwar eventuell enger zu verstehen; aber der gesetzgeberische Wille steht einer engen Auslegung entgegen. Die LTO vom 11.11.2020 berichtet über einen skurrilen Vorfall: Ein 23-jähriger Mann fuhr mindestens zwanzig Mal absichtlich zu schnell an einem Blitzer vorbei. Er zog Grimassen, gab Handzeichen wie den Stinkefinger oder hielt spöttisch einen Döner hoch. Teilweise fuhr er Tempo 128 bei erlaubten 70 Kilometern pro Stunde. Er besaß nicht einmal einen Führerschein, fühlte sich aber sicher, weil er annahm, er könne nicht identifiziert werden. Der Wagen war nämlich von einer Autovermietung geleast und als Dienstwagen auf eine nicht mehr tätige Firma zugelassen. Es gab keine Ansprechpartner mehr, deshalb ist der Mann zunächst unbekannt geblieben. Die Polizei vermutete, der Fahrer habe das Fahrzeug unterschlagen. Aber jetzt hat eine Mitarbeiterin der Kreisbußgeldstelle den Wagen zufällig auf der Straße entdeckt. Wie es weiter geht, darf man sich ausmalen.

• [www.schweizer.eu](http://www.schweizer.eu)

### Weder Opa noch Enkel haften für Filesharing

**Ein 11-jähriger Junge begeht beim Besuch bei seinem Großvater über eine Filesharing-Software eine Urheberrechtsverletzung. Das LG Frankfurt a. M. entschied nun, dass weder der inzwischen 20-jährige noch sein Großvater hierfür haften. Eine herbe Schlappe für die Abmahnindustrie.**



Ein Kind von elf Jahren kann (noch) nicht verstehen, dass Filesharing eine Urheberrechtsverletzung darstellt und rechtswidrig ist. Es fehle ihm diesbezüglich an der notwendigen Einsichtsfähigkeit, entschied das Landgericht Frankfurt am Main. Hält sich der 11-Jährige Enkel dabei beim Großvater auf, begründe dies zudem noch keine stillschweigende, vertragliche Übernahme der Aufsichtspflicht des Großvaters. Eine Verletzung der Aufsichtspflicht könne dem Großvater daher nicht vorgeworfen werden (LG Frankfurt a. M., Urteil vom 29.10.2020, Az. 2-03 O 15/19). (...)

• [www.wbs-law.de](http://www.wbs-law.de)



Gute Ideen brauchen gute Namen.

Wir entwickeln unverwechselbare Namen und Titel.

Testen Sie auch unser neues Namensfindungs-Portal NameRobot.de.

[www.Namestorm.de](http://www.Namestorm.de)

## Alle 4 Titel auf einen Blick

Besonders verliebt

Nie zu spät

Opas BESTE

Zuckerrausch

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

### Zuckerrausch

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

**Kanzlei Hiddemann,  
Am Römerturm 1,  
D - 50667 Köln**

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

### Besonders verliebt

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

**Zimmermann Rechtsanwälte,  
Am Ringofen 45,  
D - 50321 Brühl**

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

### Nie zu spät

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**U5 Filmproduktion GmbH & Co. KG,  
Hanauer Landstraße 52,  
D - 60314 Frankfurt**



**SOS-KINDERDORF  
STIFTUNG**

## WERDEN SIE ZUKUNFTSSTIFTER!

Junge Menschen wollen ihren eigenen Weg gehen. Helfen Sie ihnen dabei, die ersten Stufen zu erklimmen und werden Sie Teil der SOS-Stiftungsfamilie!

Mehr Infos unter [www.sos-kinderdorf-stiftung.de](http://www.sos-kinderdorf-stiftung.de)



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

## Opas BESTE

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten und Zusätzen für Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, CD-ROM, CD-I und DVD, ferner 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.

**SKW Schwarz Rechtsanwälte,  
Wittelsbacherplatz 1,  
D - 80333 München**

## BUCHTIPP

### Mit der Namestorm-Methode zum neuen Namen

Die kreativen Köpfe hinter der Firma Namestorm haben es sich zur Aufgabe gemacht, den weniger kreativen Köpfen hinter anderen Firmen auf die Gedankensprünge zu helfen: Seit mehr als 15 Jahren entwickelt die Namensschmiede unter Geschäftsführer Mark Leiblein einzigartige Bezeichnungen für Unternehmen, Produkte und mehr. In dem über den Linde-Verlag erschienenen Sachbuch "Starke Namen – Mit der Namestorm-Methode Firmen- und Produkt-namen entwickeln" erklärt Leiblein gemeinsam mit Co-Autorin Gila Dassel, Namensentwicklerin und Lehrbeauftragte für Kreativmethoden an der Hochschule München, wie dieser Prozess vonstatten geht. Denn Fakt ist: Hat ein Unternehmen oder Produkt keinen guten oder – sogar noch schlimmer – einen langweiligen Namen, schwinden die Chancen auf Erfolg rapide. Auf 184 Seiten zeigt das Autorenduo auf, wie man mit der Namestorm-Methode in wenigen Schritten einen solchen starken und einzigartigen Namen findet. Nur: Warum Geheimnisse ausplaudern? "Wenn man Wissen ehrlich teilt, kommt auch immer etwas zurück. Sharing is caring! Außerdem macht es einfach Spaß zu sehen, wenn bei anderen der Funke überspringt", erklären die beiden ihre Motivation. Das Buch ist auch als eBook erhältlich. Weitere Informationen: [www.namestorm.de/buch](http://www.namestorm.de/buch) und [www.lindeverlag.at](http://www.lindeverlag.at).



• bfs

## AG Würzburg: Kein Schadensersatz trotz Bilderklau

(...) Die Klägerin verwendete auf ihrer Homepage ein Bild, dessen Urheber der Beklagte war. Dieser hatte es zuvor unter der Creative Common Lizenz veröffentlicht, wonach das Lichtbild kostenlos verwendet werden durfte. Bedingung war, dass im Rahmen der Nutzung der Name des Urhebers genannt wird. Im Gegensatz zu den Standardfällen von Urheberrechtsverletzungen, hat der Rechteinhaber hier das Bild zwar freiwillig zur Nutzung freigegeben, allerdings unter den Bedingungen, die eben durch die Creative-Commons-Lizenz festgelegt sind.

Die Klägerin hielt sich jedoch letztlich nicht daran. Sie nutzte das Bild, ohne auf den Urheber oder dessen Werbepresenz hinzuweisen, woraufhin der Beklagte ihr zunächst schriftlich eine Nachlizenzierung gegen einen Pauschalbetrag anbot. Die Klägerin lehnte eine Zahlungspflicht nicht nur ab, sondern erhob negative Feststellungsklage beim AG Würzburg: Das Gericht sollte feststellen, dass dem Urheber kein Zahlungsanspruch gegen die Klägerin zusteht.



### Ohne Schaden kein Schadensersatz

**Obwohl in dem vorliegenden Fall das Bild entgegen der Lizenzbedingungen verwendet wurde, besteht nach Auffassung des Gerichts kein Anspruch auf Schadensersatz gegen den Nutzer. Denn ein solcher würde insbesondere voraussetzen, dass dem Urheber durch die unberechtigte Nutzung ein Schaden entstanden ist.** Das AG Würzburg kam mithilfe der sogenannten Lizenzanalogie zu dem Schluss, dass im Rahmen einer Creative Common Lizenz aber gerade kein solcher Schaden besteht: (...).

Im Klartext: Wenn zwischen den Parteien – wie hier – keine Lizenzvereinbarung für die Nutzung geschlossen wurde, ermittelt das Gericht, was üblicherweise als Lizenz vereinbart worden wäre. Und da das Bild unter der Creative Common Lizenz zur unentgeltlichen Nutzung veröffentlicht wurde, liegt der objektive Wert nun einmal bei 0,- Euro.

Der Umstand, dass der Urheber das Bild nur deswegen kostenlos zur Verfügung stellt, um durch die Verbreitung für sich zu werben, ändert daran nichts. Denn dies stellt lediglich das Motiv seiner Erlaubnis dar und erhöht nicht etwa den Wert des Bildes.

Diese Einschätzung ist sicherlich nicht ganz unumstritten – hier gab es auch schon andere Ansichten.

Ganz anders sieht das übrigens natürlich mit dem Schadensersatz aus, wenn es sich um ein Standard-Bildmaterial (sprich ohne Creative Common Lizenz) handelt – hier sind je nach Umfang und Dauer der Nutzung entsprechende Beträge zu leisten. (...)

• [www.it-recht-kanzlei.de](http://www.it-recht-kanzlei.de)

# Titelschutz

## JOURNAL

IMPRESSUM | MEDIADATEN NR. 21 – GÜLTIG AB 1.9.2019

<b>Titelschutz-Anzeige:</b>	<b>Erster Titel</b> (ca. 85 x 40 mm) jeder <b>Folge-Titel</b>	110,-- Euro 20,-- Euro
<b>Wiederholungs-Anzeige*:</b>	Wiederholung der identischen Titelschutz-Anzeige nach ca. 5 Monaten zu <b>50% Rabatt</b> .	
<b>Kombi-Anzeige Deutschland + Österreich:</b>	<b>Erster Titel</b> (ca. 85 x 40 mm) jeder <b>Folge-Titel</b>	190,-- Euro 40,-- Euro

Seit Juni 2009 erscheint das „**Titelschutz-Journal**“ in **Österreich** mit einer eigenen Ausgabe.  
Infos unter: [www.titelschutzjournal.at](http://www.titelschutzjournal.at)

\*Auftragserteilung bei Erstbuchung. Erst- & Wiederholungsbuchungen werden gemeinsam berechnet. Rückerstattung bei nachträglichem Verzicht auf die Wiederholung ist nicht möglich.

In Österreich ist die Schaltung von Titelschutz-Anzeigen gängige Praxis, ihre Wirksamkeit wurde noch nicht höchst richterlich bestätigt.

**Rabatt-Pakete:** 5 / 10 / 20 Schaltungen **10% / 20% / 30%**

\*Schaltung innerhalb von 12 Monaten. Ermäßigte Anzeigen, Kombi- und Wiederholungsanzeigen zählen nicht zu den jeweiligen Rabatt-Paketen und sind nicht weiter rabattierbar. Alle Rabatte werden unterjährig gewährt. Bei Nicht-Erreichen des Volumens wird die Differenz am Ende des Rabattzeitraums verrechnet. Weitere Details zu den Rabatt-Paketen in den ausführlichen Mediadaten unter [www.titelschutzjournal.de](http://www.titelschutzjournal.de).

**Werbe-Anzeigen / Beilagen:**

Preise & Rabatte auf Anfrage

**Mehrwertsteuer / Zahlungsbedingung:**

Alle Preise zzgl. der jeweils gültigen MwSt.  
2% Skonto bei Vorauskasse,  
innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug

**Bezieherkreis:**

Medienanwälte und -Verbände, Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, Buchverlage, Tonträger-Produzenten, Hörfunk-/TV-/Filmproduzenten, Softwareproduzenten, Hörfunk- und Fernseh-Sender, PR- und Marketingagenturen

**Verlag:**  
rundy media GmbH,  
Am Glockenturm 6,  
D - 63814 Mainaschaff,  
Bundesrepublik Deutschland

**Telefon:** + 49 6021-58 388 0  
**Fax:** + 49 6021-58 388 22  
**eMail:** [titelschutz@rundy.de](mailto:titelschutz@rundy.de)  
**Internet:** [www.titelschutzjournal.de](http://www.titelschutzjournal.de)

**Bank:**  
Deutsche Bank Aschaffenburg,  
Kto.-Nr.: 0 24 24 20, BLZ: 795 700 24  
IBAN: DE56 7957 0024 0024 2420 00  
BIC (SWIFT): DEUTDE33HAN33

**USt.-ID-Nr.:** DE 169307829  
**Handelsregister-Nr.:** HRB 5818

**Anzeigenschluss:** Freitag, 13.00 Uhr

**Anzeigen-/Werbeleitung**  
**Svenja Rudolf**  
Tel.: +49 6021-58 388 0  
Fax: +49 6021-58 388 22  
eMail: [svenjarudolf@rundy.de](mailto:svenjarudolf@rundy.de)  
[titelschutz@rundy.de](mailto:titelschutz@rundy.de)

**Hefformat:** 210 mm breit x 297 mm hoch (DIN A 4)  
**Satzspiegel:** 175 mm breit x 262 mm hoch

**Druckunterlagen:** Dateien auf Datenträger /  
via eMail: [titelschutz@rundy.de](mailto:titelschutz@rundy.de) / FTP

**Erscheinung:** 1 x wöchentlich (dienstags)

**Verbreitete Auflage (inkl. E-Paper):** 3.900 Exemplare

**Print-Abo Deutschland:** 40,-- Euro pro Jahr bzw.:

**Print-Abo Ausland:** 70,-- Euro pro Jahr

**E-Paper-Abo:** **Kostenlos**

**AGB:** Es gelten die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ der rundy media GmbH