

# Titelschutz

## JOURNAL

DEUTSCHLANDS SPEZIAL-MEDIUM FÜR TITELSCHUTZ

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

### Copyright-Hinweis: Sinn oder Selbstverständlichkeit?



Auf vielen Websites findet sich ein sogenannter Urheberrechtshinweis bzw. Copyright-Vermerk. Dieser soll zeigen, dass die auf der Webseite genutzten Grafiken, Bilder und Texte urheberrechtlich geschützt sind, also nicht beliebig von Dritten verwendet werden dürfen. Ob ein solcher Hinweis überhaupt notwendig ist, welche Risiken er mit sich bringen kann (...), zeigt dieser Beitrag.

#### I. Rechtlicher Hintergrund: Urheberrecht

Das Urheberrecht schützt "Werke" im Sinne geistiger und künstleri-

sche Leistungen. Nicht jedes Werk ist jedoch urheberrechtlich geschützt. Entscheidend ist nach § 2 Abs. 2 UrhG insofern, dass das Werk eine gewisse „Schöpfungshöhe“ aufweist.

Das bedeutet, dass das Werk ein gewisses Maß an Individualität aufweisen und gerade Ausprägung eines mentalen Schöpfungsprozesses sein muss.

Verfügt das Werk über die notwendige Schöpfungshöhe, spricht das Gesetz dem Urheber qua lege (also automatisch und damit ohne ein Anmelde-, Eintragungs- oder Genehmigungserfordernis) das Urheberrecht im Sinne eines Ausschließlichkeitsrechts daran zu.

Urheber ist der Schöpfer des Werks (sog. „Schöpferprinzip“, § 7 UrhG), also die natürliche Person, dessen eigene geistige Leistung dem Werk zugrunde liegt. Dabei wird gemäß § 10 UrhG vermutet, dass derjenige, der in dem Werk in der üblichen Weise als Urheber bezeichnet wird, auch tatsächlich Urheber des Werks ist. Das Urheberrecht als Ausschließlichkeitsrecht berechtigt den Urheber, grundsätzlich allein darü-

ber zu entscheiden, wie mit seinem Werk umgegangen wird. Er kontrolliert insofern die Verbreitung, Vervielfältigung und Vermarktung und wird durch das Gesetz mit Abwehransprüchen für den Fall ausgestattet, dass das Werk ohne seine Zustimmung verwertet oder wiedergegeben wird. (...)

#### II. Der Copyright-Hinweis im Lichte des Urheberrechts

**Weil das Urheberrecht per Gesetz an einem Werk mit hinreichender Schöpfungshöhe entsteht und weder angemeldet noch registriert werden muss, kommt Copyright-Hinweisen im Rechtssinne keine konstitutive Bedeutung zu.**

Ein Copyright-Hinweis kann also weder ein Urheberrecht entstehen lassen noch dessen Geltungsbereich oder Schutzzumfang verstärken noch für die Begründung etwaiger urheberrechtlicher Ansprüche herangezogen werden.

Umgekehrt verliert damit ein Urheberrecht auch durch einen fehlenden Copyright-Hinweis seine Bestandskraft nicht.

Ein Copyright-Hinweis wirkt damit rein deklaratorisch, also klarstellend.

#### 1.) Sinnhaftigkeit eines deklaratorischen Copyright-Hinweises

Auch wenn der Copyright-Hinweis am Ent- und Bestehen des Urheberrechts an Seiteninhalten nichts ändern kann, kann seine Anführung zum Zwecke der Sensibilisierung von Seitenbesuchern sinnvoll sein.

Durch den Copyright-Hinweis wird zum Ausdruck gebracht, ... >>> **S.2**



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

KitchenClub by Nelson Müller

LIMITED EDITION

THE LEGEND OF WACKEN

Was kann der Mensch?

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

### KitchenClub by Nelson Müller

In allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Fernsehen (Fernsehserie, Fernsehfilm, Fernsehspiel, Formate), Kinofilm, Online-Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen (z. B. CD-Rom, DVD), Veranstaltungsnahmen, Hörfunk, Druckerezeugnisse und Bücher auf.

**MTS GmbH,  
Pleistemühlenweg 194,  
D - 48157 Münster**

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

### LIMITED EDITION

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, Hörfunk, Fernsehen, Film, elektronische Medien, Medien- und Multimediaanwendungen, Podcasts, Bild-, Ton- und Datenträger und Bühnenwerke.

**RENNER MORBACH Rechtsanwälte  
RA Burkhard Renner,  
Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht,  
Hohenstaufenring 64,  
D - 50674 Köln  
[www.renner-morbach.de](http://www.renner-morbach.de)**



## FORTSETZUNG VON SEITE 1

>>> ... dass bestimmte Seiteninhalte urheberrechtlich geschützt sind und nicht ohne urheberrechtliches Einverständnis verwertet werden dürfen.

Er dient insoweit zu Aufklärungszwecken und kann urheberrechtswidrigem Verhalten, das auf Unkenntnis der Rechtslage beruht, vorbeugen.

Außerdem bringt sein Verwender zum Ausdruck, Urheberrechtsverletzungen nicht hinzunehmen, und erreicht gegebenenfalls eine gewisse Abschreckungswirkung gegenüber vorsätzlichen Zuwiderhandlungen.

Schließlich kann durch das Vorhandensein eines Hinweises ein etwaiger Vortrag entkräftet werden, dass von einem urheberrechtlichen Schutz keine Kenntnis bestand, was dem Beweis des Verschuldens im Rahmen eines urheberrechtlichen Schadensersatzanspruches (§ 97 Abs. 2 UrhG) zuträglich ist.

### 2.) Risiken bei der Formulierung

Wenn auch zu Aufklärungs- und Abschreckungszwecken gegebenenfalls sinnvoll, birgt ein Copyright-Hinweis eigene rechtliche Risiken in Bezug auf die korrekte Formulierung.

Wenn auch zu Aufklärungs- und Abschreckungszwecken gegebenenfalls sinnvoll, birgt ein Copyright-Hinweis eigene rechtliche Risiken in Bezug auf die korrekte Formulierung.

Dieses Risiko besteht immer dann, wenn der Disclaimer auf "sämtliche Inhalte der Website" oder "alle Texte und Gestaltungen der Website" erstreckt wird. (...)

### Fazit

Ein Urheberrechtshinweis (Copyright-Hinweis) ist rein klarstellender Natur, vermag sich aber auf das Entstehen und die Reichweite von Urheberrechten nicht auszuwirken. Er ist daher nicht zwingend erforderlich, zu Aufklärungs- und Abschreckungszwecken aber unter Umständen sinnvoll.

Wird er verwendet, sollte darauf geachtet werden, dass die Formulierung einen Urheberrechtsschutz nicht pauschal auch für nicht schutzfähige Seitenelemente behauptet.

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

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

### THE LEGEND OF WACKEN

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien einschließlich Merchandising.

**RTL Deutschland GmbH,  
Picassoplatz 1,  
D - 50679 Köln**

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

### Was kann der Mensch?

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).

**Brehm & v. Moers Rechtsanwälte  
Partnerschaftsgesellschaft mbB,  
Anna-Louisa-Karsch-Str. 2,  
Spreepalais a. Dom,  
D - 10178 Berlin**

### "ONE" als Marke hat allenfalls sehr geringe Kennzeichnungskraft

HGer Aargau Entscheid vom 14.10.2022 Az. HSU 2022/23: "one-stop shop"-Produkt mit "banaler Schrift für das Zeichen"!

Begründung, frei – auch in Bezug auf die Verhältnisse in Deutschland nach der in INGRES News, Februar 2023, zitierten Begründung des Entscheids:

**Wird ein Produkt mit "one" (eventuell in Alleinstellung) bezeichnet, so wird dies womöglich verstanden als "das erste" oder "das beste" (auf dem Markt) oder gar "das einzige" Damit wird die Bezeichnung "als bloß beschreibend oder hinweisend und nicht als kennzeichnend", wenn nicht irreführend wahrgenommen.**

(...) "Demgemäß kann sich eine Kennzeichnungskraft der Marke ... vorliegend einzig aus dem Farbanspruch 'orange' ergeben, da die verwendete Schrift für das Zeichen 'one' ebenfalls banal erscheint. Demgemäß weist die Marke ..., sofern sie überhaupt rechtsbeständig ist ... wenn überhaupt, dann höchstens eine sehr geringe Kennzeichnungskraft auf".

• [schweizer.eu](http://schweizer.eu)

**Titel sind Einfälle  
Titel sind Geistesblitze  
Titel sind Ideen ...**

**... und Ideen sind nicht vogelfrei!  
Deswegen Titelschutz!**

**Jede Woche für € 115,--**

rundy Titelschutz-Journal  
Tel.: +49 6021-58 388 0 • Fax: 58 388 22  
eMail: [titelschutz@rundy.de](mailto:titelschutz@rundy.de)

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

### Leitsatz zum Umfang des Urheberrechts bei angewandter Kunst

Bundesgerichtshof Urteil vom 15.12.2022, bekanntgegeben 23.3.2023, Az. I ZR 173/21

Richtlinie 2001/29/EG Art. 2 Buchst. a; UrhG § 2 Abs. 1 Nr. 4, Abs. 2, §§ 12, 15, 16, 17, 23 Abs. 1 Satz 1, § 97

**Der Grundsatz, dass der Umfang des urheberrechtlichen Schutzes eines Werks der angewandten Kunst nicht geringer als bei anderen unter die Richtlinie 2001/29/EG fallenden Werken ist (dazu EuGH, Urteil vom 12. September 2019 - C-683/17, GRUR 2019, 1185 [juris Rn. 35] = WRP 2019, 1449 - Cofemel), besagt allein, dass bei Werken der angewandten Kunst dieselben Ausschließlichkeitsrechte gewährt werden müssen und hinsichtlich der Reichweite dieser Rechte dieselben Rechtsmaßstäbe anzulegen sind wie bei allen anderen Werkkategorien. Auf die im Einzelfall vorzunehmende Bestimmung des konkreten urheberrechtlichen Schutzbereichs eines Werks, der sich aus seiner Gestaltungshöhe ergibt, bezieht sich diese Aussage hingegen nicht.**



#### Anmerkung

Nützlich ist, dass der BGH neben vielen Details einmal diese Prüfungsfolge angibt:

Zunächst ist im Einzelnen festzustellen, welche objektiven Merkmale die schöpferische Eigentümlichkeit des benutzten Werks bestimmen. Sodann ist durch Vergleich der einander gegenüberstehenden Gestaltungen zu ermitteln, ob und gegebenenfalls in welchem Umfang in der neuen Gestaltung eigenschöpferische Züge des älteren Werks übernommen worden sind. Maßgebend für die Entscheidung ist letztlich ein Vergleich des jeweiligen Gesamteindrucks der Gestaltungen, in dessen Rahmen sämtliche übernommenen schöpferischen Züge in einer Gesamtschau zu berücksichtigen sind. Stimmt danach der jeweilige Gesamteindruck überein, handelt es sich bei der neuen Gestaltung um eine Vervielfältigung des älteren Werks (vgl. BGH, GRUR 2022, 899 [juris Rn. 57] - Porsche 911, mwN). Weicht hingegen der Gesamteindruck der neuen Gestaltung vom Gesamteindruck des älteren Werks in der Weise ab, dass die den Urheberrechtsschutz des älteren Werks begründenden Elemente im Rahmen der Gesamtschau in der neuen Gestaltung verblissen, also nicht mehr wiederzuerkennen sind, greift die neue Gestaltung nicht in den Schutzbereich des älteren Werks ein (vgl. BGH, GRUR 2022, 899 [juris Rn. 58] - Porsche 911, mwN).

• [schweizer.eu](http://schweizer.eu)

# Titelschutz

## JOURNAL

IMPRESSUM | MEDIADATEN NR. 23 – GÜLTIG AB 1.1.2023

<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