

Titelschutz

JOURNAL

DEUTSCHLANDS SPEZIAL-MEDIUM FÜR TITELSCHUTZ

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

OLG Hamburg entscheidet über Urheberrecht für Verleger



dienspiegeln und Medienresonanzanalysen. Die Medienbeobachtern sind im Dreiecksverhältnis zwischen der PMG und den Kunden der PMG tätig. Sie erstellen für die Kunden unter anderem Pressespiegel; die erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungsrechte erwirbt der Kunde direkt von der PMG. Mit der PMG verbindet den Medienbeobachter ein Mittlervertrag, der ihm keine eigenen Rechte gewährt.

Medienbeobachter benötigen eine digitale Verarbeitungslizenz für den Fall, dass sie ganze Zeitungsseiten einscannen oder ausgeschnittene Zeitungsartikel in ihrer Datenbank speichern. Eine Lizenz via PMG (Pressemonitor) kann den Kreis schließen. Das nun bestätigte Urteil des LG Hamburg vom 22.6.2018 (Az. 5 U 109/18) hat zum Sachverhalt schon ausgeführt: Geklagt hat eine Verlagsgesellschaft. Die Beklagte beobachtet und analysiert für ihre Kunden alle gängigen Medienformate wie Print, Web, TV, Radio und Social Media und beliefert ihre Kunden mit Monitoring-Ergebnissen, redaktionellen Me-

Im entschiedenen Fall hat der beklagte Medienbeobachter unter anderem ganze Zeitungsseiten eingescannt, "Masterkopien" der von ihm ausgeschnittenen Zeitungsartikel erstellt und diese in seine durchsuchbare Datenbank eingestellt. Das OLG Hamburg (Urteil vom 2.7.2020, Az. 308 O 343/16) hat im Sinne der PMG entschieden: **Nur die Verträge zwischen der PMG und dem Kunden der PMG, in dessen Auftrag der Medienbeobachter tätig wird, erlauben das Einscannen der später ordnungsgemäß lizenzierten Artikel.**

• www.schweizer.eu

Newsletter-Einwilligung muss bestimmt sein

Der rechtskonforme Versand von E-Mail-Newslettern hängt stets von der ausdrücklichen Einwilligung des Empfängers ab. Um wirksam zu sein, muss die Einwilligung allerdings auch hinreichend informiert erteilt werden und den Bezugspunkt eindeutig offenlegen. Dass es an einer wirksamen Einwilligung in den Erhalt von werbenden Newslettern fehlt, wenn ein Einverständnis lediglich für den Mailversand von „Informationen“ eingeholt wird, entschied mit Urteil vom 18.6.2020 (Az. 31 O 59/19) jüngst das LG Frankfurt an der Oder.

Die Beklagte, eine Herstellerin von Heilmitteln, veranstaltete auf ihrer Website ein Gewinnspiel. Für die Teilnahme mussten Interessenten ihre E-Mail-Adressen angeben und zwei Checkboxen aktivieren. Die erste Checkbox bezog sich auf die Bestätigung der Daten und die Teilnahme an dem Gewinnspiel. Mit der zweiten Checkbox konnten Interessenten einen Newsletter abonnieren, der auch so bezeichnet wurde. Dazu stand weiter unten auf der Website: "Durch die Angabe meiner E-Mail-Adresse erkläre ich mich damit einverstanden, dass XY mir regelmäßig Informationen per E-Mail zuschickt."

Gegen die vorangegangene Aussage richtet sich die Klage eines Verbraucherschutzverbandes. Nach §7 Abs. 2 Nr. 3 sei Werbung mithilfe von E-Mails unzulässig, wenn davor nicht die ausdrückliche Einwilligung des Adressaten eingeholt worden sei. Bei dem streitgegenständlichen Text sei die Einwilligung aber nicht für den Erhalt von E-Mail-Werbung ... >>> **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

Alle 11 Titel auf einen Blick

Bemerkungen über den Werber

Die Alpha-Formel

Die Tesla-Methode

Die Trading-Bibel

Eataly – La Dolce Vita

HERBST IN NEW YORK

Eine Liebe in der goldenen Ära des Jazz

Keine Angst vor Optionen

Meine Enkel & ich

Rohstoff-Trading mit System

Travel Hacks

Woche aktuell

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich Titel-
schutz in Anspruch für:

HERBST IN NEW YORK

Eine Liebe in der goldenen Ära des Jazz

in jeder Schreibweise, Kombination, Zusatz, Schriftart, Abwandlung, Wortverbindung, grafischen Gestaltung, mit Zusätzen, mit Untertiteln, in allen Sprachen und Übersetzungen, für alle Medien, für Theaterstücke, für Aufführungen, für Rundfunk-, sowie Fernsehsendungen, Film und Video, sowie alle audio- und visuellen Medien, sowie sonstige Bild- und/oder Tonträger aller Art, sowie alle Datenträger, sowie Printmedien aller Art, Druckereierzeugnisse, insbesondere Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Festschriften, sowie elektronische, audiovisuelle und/oder digitale/elektronische Medien, Softwareerzeugnisse und sonstige Datenträger, digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, DVD, Merchandising, Internet, Domains, Veranstaltungen.

Volker Präkelt,
Im Berge 6,
D - 22359 Hamburg

Titel-Überwachung
140 Euro pro Jahr

WWW.TITELSCHUTZJOURNAL.DE

FORTSETZUNG VON SEITE 1

>>> ... per Newsletter formuliert worden. Nachdem die Klägerin die Beklagte abgemahnt und erfolglos zur Abgabe einer Unterlassungsaufforderung aufgefordert hatte, erhob sie Klage auf Unterlassung.

Die Klage hatte in der Sache Erfolg. **Mit Urteil vom 18.6.2020 (Az. 31 O 59/19) verurteilte das LG Frankfurt (Oder) die Beklagte antragsgemäß zur Unterlassung. Der Abschnitt, mit dem die Beklagte eine Einwilligung für das "regelmäßige Zuschieken von Informationen per E-Mail" einhole, sei rechtlich angreifbar und reiche für eine Einwilligung in den Erhalt von E-Mail-Newslettern nicht aus.** Für Einwilligende sei nicht zu erkennen, dass sie durch Bestätigung der entsprechenden Checkbox in den Erhalt von Newslettern einwilligten. Es fehle also an einer eindeutigen Bezugnahme auf das Versenden von (werbenden) Newslettern und somit an der erforderlichen Bestimmtheit der Einwilligungserklärung.

Die Verwendung der Formulierung "Informationen" sei darüber hinaus noch gesteigert missverständlich, weil in einem vorherigen Absatz der Begriff "Newsletter" benutzt worden sei und Gewinnspielteilnahmeinteressenten nunmehr dem Eindruck unterlägen, nicht in den Newsletter-Erhalt, sondern in etwas anderes einzuwilligen.

Um Wirksamkeit zu entfalten, müssen Einwilligungserklärungen für den E-Mail-Newsletter-Versand hinreichend bestimmt sein. Eine Einwilligung, mit welcher der Versand von Newslettern gerechtfertigt werden soll, die sich aber nur auf den Versand von "Informationen" bezieht, hat rechtlich keinen Bestand. So versendete Newsletter wären als unzulässige Werbung gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG einzustufen. (...)

• www.it-recht-kanzlei.de



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

Die Tesla-Methode

Eataly – La Dolce Vita

Travel Hacks

Die Alpha-Formel

Die Trading-Bibel

Keine Angst vor Optionen

Rohstoff-Trading mit System

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelskombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien, Softwareerzeugnisse, Netzwerke einschließlich Multimediaanwendungen, Online- und Offline-Dienste sowie sonstige Online-Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, öffentliche Veranstaltungen wie Messen und Ausstellungen sowie Plakate, Prospekte, Aufkleber und Merchandising in jeder Form sowie Dienstleistungen aller Art.

**PLASSEN Buchverlage,
Börsenmedien AG,
Am Eulenhof 14,
D - 95326 Kulmbach**

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

Meine Enkel & ich

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische Medien, Internet, Online-Dienste, Netzwerke und auf Datenträgern.

**SKW Schwarz Rechtsanwälte,
Postfach 20 17 42,
D - 80017 München**

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

Woche aktuell

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Deltapark Verlag GmbH,
Süderstraße 73a,
D - 20097 Hamburg**

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

Bemerkungen über den Werber

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BRP Renaud & Partner mbB
Rechtsanwälte, Patentanwälte, Steuerberater,
Königstraße 28,
D - 70173 Stuttgart**

BEYOND FIVE STARS

Ihr Spezialist für hochwertige Reisetemen!



Wir
unterstützen
Ihre Redaktion

- mit journalistisch aufbereiteten Informationen (kostenfrei)
- mit Texten, Bildern sowie Basis-Daten in jeder gewünschten Form
- mit druckfertigen Reise-Artikeln und -Seiten – nach Ihren Anforderungen!

Infos / Themen: www.bfs-presse.de

Beyond Five Stars • Am Glockenturm 6 • D - 63814 Mainaschaff
Tel.: +49 6021-58 388 25 • info@bfs-presse.de

Titelschutz

JOURNAL

IMPRESSUM | MEDIADATEN NR. 21 – GÜLTIG AB 1.9.2019

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

Seit Juni 2009 erscheint das „**Titelschutz-Journal**“ in **Österreich** mit einer eigenen Ausgabe.
Infos unter: 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.

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
Internet: 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): DEUTDE33HAN

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

Anzeigenschluss: Freitag, 13.00 Uhr

Anzeigen-/Werbeleitung
Svenja Rudorf
Tel.: +49 6021-58 388 0
Fax: +49 6021-58 388 22
eMail: svenjarudorf@rundy.de
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 / 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