

Titelschutz

JOURNAL

DEUTSCHLANDS SPEZIAL-MEDIUM FÜR TITELSCHUTZ

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

Kündigung wegen "Ugah-Ugah"-Äußerung – Keine Verletzung der Meinungsfreiheit

(...) Die Äußerung "Ugah Ugah" gegenüber einem dunkelhäutigen Kollegen verletzt dessen Menschenwürde und kann daher nicht durch die Meinungsfreiheit gerechtfertigt werden. So entschied das Bundesverfassungsgericht in einem kürzlich veröffentlichten Beschluss (Beschl. v. 02.11.2020, AZ. 1 BvR 2727/19).

Im Laufe einer Betriebsratsitzung hatte ein Mann seinem schwarzen Arbeitskollegen die Äußerung "Ugah Ugah" an den Kopf geworfen. Dieser wiederum hatte ihn als "Stricher" bezeichnet. Die rassistische Beleidigung war jedoch keine unmittelbare Reaktion darauf. Da der Mann zuvor bereits wegen rassistischer Äußerungen aufgefallen war und eine Abmahnung erhalten hatte, wurde ihm fristlos gekündigt. Der Täter erhob dagegen Kündigungsschutzklage, hatte damit vor den Arbeitsgerichten jedoch keinen Erfolg.

Die Arbeitsgerichte hielten die Kündigung in allen Instanzen für rechtmäßig. Eine grobe Beleidigung von Arbeitskollegen stelle eine erhebliche Pflichtverletzung dar und taue

daher auch als wichtiger Grund für eine fristlose Kündigung. Nach einer Gesamtwürdigung, in der auch die bereits ausgesprochene Abmahnung berücksichtigt werden müsse, sei die Weiterbeschäftigung des Mannes unzumutbar. Der Arbeitgeber müsse im Rahmen seiner Fürsorgepflicht schließlich auch die übrigen Mitarbeiter vor Diskriminierungen schützen.

Der Klagende wollte die Urteile nicht auf sich sitzen lassen und zog mit einer Verfassungsbeschwerde vor das Bundesverfassungsgericht. Er sah sich durch die Urteile in seinem Grundrecht auf Meinungsfreiheit aus Art. 5 Abs. 1 GG verletzt.

Das Bundesverfassungsgericht nahm die Verfassungsbeschwerde gar nicht erst zur Entscheidung an. Für die Richter der 3. Kammer des Ersten Senats scheiterte diese schon an der Zulässigkeit. Die Verfassungsbeschwerde sei nämlich nicht hinreichend begründet worden. Allerdings wäre sie ohnehin auch unbegründet, stellten die Richter darüber hinaus klar. (...)

• www.wbs-law.de

Jameda darf Fake-Bewertungen anzeigen

(...) Das Ärztebewertungsportal Jameda darf bei einem begründeten Verdacht von "gekauften Bewertungen" das Arztprofil mit einem Warnhinweis kennzeichnen. Dies entschied das Oberlandesgericht Frankfurt am Main. Die Grundsätze der sog. Verdachtsberichterstattung gelten auch hier (OLG Frankfurt am Main, Beschluss vom 19.11.2020, Az. 16 W 37/20).



Der Antragsteller ist Zahnarzt. Die Antragsgegnerin betreibt das Arztsuche- und -bewertungsportal Jameda. Jameda informierte den Zahnarzt darüber, dass auf seinem Profil "gefälschte positive Bewertungen" veröffentlicht worden seien. Sollte er dies nicht aufklären können, kündigte Jameda an, die Nutzer per Warnhinweis über das Vorliegen gekaufter Bewertungen zu informieren. Nach anschließender Korrespondenz veröffentlichte das Bewertungsportal einen Warnhinweis auf dessen Profil. Auszugsweise heißt es dort: "Bei einzelnen Bewertungen auf diesem Profil haben wir Auffälligkeiten festgestellt, die uns veranlassen an deren Authentizität zu zweifeln. Wir haben den Profilhhaber mit dem Sachverhalt konfrontiert. Hierdurch ließ sich die ... >>> S. 2

» NAME
STORM®

Gute Ideen brauchen gute Namen.

Wir entwickeln unverwechselbare Namen und Titel.

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

www.Namestorm.de

Alle 7 Titel auf einen Blick

Ende offen

Erklär doch mal

floating piano

MURMEL MANIA

Open End

Retter der Meere – Tödliche Strandung

Train Your Baby Like a Dog – Die Hund-Kind-Methode

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

Retter der Meere – Tödliche Strandung

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, Abwandlungen und Wortverbindungen für alle, auch elektronische Medien, insbesondere Fernsehen, Off- und/oder Online-(Abruf-)Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen sowie Hörfunk und Printmedien.

**MadeFor Film GmbH,
Kantstraße 31,
D - 10625 Berlin**

IHR ANWALT 24

ZIERHUT & GRAF
RECHTSANWALT-AKTIENGESELLSCHAFT

Das Markenrecht gehört zu unserem Kerngeschäft!

Prozessanwalt **Christian Zierhut** und Rechtsanwalt **Hans Jürgen Klier** vertreten unsere Mandanten in Auseinandersetzungen um Marken, Unternehmenskennzeichen, Titel, Domains und Namen.

Wir beraten bei der Verhandlung von Lizenz- und Abgrenzungsverträgen und vertreten unsere Mandanten in Widerspruchs-, Löschungs- und Nichtigkeitserfahren.

Als Abteilungsleiter des Markenbereichs im Deutschen Patent- und Markenamt hat Hans Jürgen Klier vieles bewegen können - dies tut er jetzt für unsere Mandanten.

Christian Zierhut ist mit der Vertretung zum Teil weltbekannter Marken betraut.

RESIDENZSTRASSE 9
80333 MÜNCHEN
T +49 (0) 89 35 89 58 - 0
F +49 (0) 89 35 89 58 - 44
www.anwalt.ag

FORTSETZUNG VON SEITE 1

>>> ... Angelegenheit bisher nicht aufklären. Der Profilhhaber bestreitet für die Manipulation selbst verantwortlich zu sein ..."

Dieser Hinweis erscheint, wenn man mit der Maus auf die Gesamtnote im Profil des Arztes fährt. An der linken oberen Ecke der Gesamtnote befindet sich ein kleines rot unterlegtes Ausrufezeichen.

Der Zahnarzt verlangte im Eilverfahren von Jameda, die Kennzeichnung seines Profils mit einem Warnzeichen und das Einblenden des Hinweistextes zu unterlassen. Das Landgericht Frankfurt am Main hatte den Antrag zurückgewiesen (LG Frankfurt am Main, Beschluss vom 9.6.2020, Az. 2-03 O 167/20). Die hiergegen eingelegte Beschwerde hatte nun auch vor dem OLG keinen Erfolg. Der Warnhinweis greife zwar in den Schutzbereich des allgemeinen Persönlichkeitsrechts und des Gewerbebetriebs ein. Dies sei jedoch nicht rechtswidrig, so die Richter. Der Zahnarzt moniere zu Unrecht, dass die Jameda ihn "als Lügner und Betrüger" darstelle. Dem Warnhinweis sei vielmehr klar zu entnehmen, dass es sich um einen bloßen Verdacht handele und er die Vorwürfe bestreite. An keiner Stelle werde der Eindruck erweckt, der Arzt selbst sei für die Bewertungen verantwortlich. (...)

• www.wbs-law.de

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

Ende offen

Open End

Erklär doch mal

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Video-on-Demand, Streaming und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

**ERLBURG Rechtsanwalts-gesellschaft mbH,
Friedrichstraße 88,
D - 10117 Berlin**



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

flying piano

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Datenträger aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film, Musik und sonstige elektronische und digitale Medien, Software, Theater-, Konzert- und Showveranstaltungen und sonstige Werkarten.

Gutsch & Schlegel
Rechtsanwälte in Partnerschaft,
Neumühlen 17,
D - 22763 Hamburg

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

Train Your Baby Like a Dog – Die Hund-Kind-Methode

in allen Schreibweisen und 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 nehme ich für meinen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

MURMEL MANIA

in allen Schreibweisen, Zusammensetzungen, Schriftarten, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Titelskombinationen, allen Arten der grafischen Darstellung für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film- und Tonwerke, Fernsehen, Tonträgerpromotion, Audiotexte, DVD und MD (MiniDisc), CD-Rom, CDs, CD-R, CD-I, Domains und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, digitale und elektronische Medien und Netzwerke, z. B. Internet, Intranet, Extranet, einschließlich Offline- und Online-Dienste, sämtliche sonstigen Daten- und Kommunikations-Dienste und -Netze u. ä. für Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Veranstaltungen jeder Form, Bühnenwerke und Aufführungen jeder Art, sowie Merchandising in jeglicher Form.

Rechtsanwalt Tim M. Kohaupt,
Maternusstraße 20,
D - 50996 Köln

München muss Online-Stadtportal ändern

(...) Die unter anderem auf das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb spezialisierte 33. Zivilkammer des Landgerichts München I hat der Klage einiger Münchner Zeitungsverlage gegen das Stadtportal der Landeshauptstadt München, www.muenchen.de, stattgegeben. **Das Angebot des Online-Portals sei in seiner konkreten Ausgestaltung nicht mit dem verfassungsrechtlichen Gebot der Staatsferne der Presse vereinbar und deshalb wettbewerbswidrig, urteilten die Richter (LG München I, Urteil vom 17.11.2020, Az. 33 O 16274/19).**

Der Internetauftritt www.muenchen.de ist das im Jahr 2004 in der heute abrufbaren Form aufgeschaltete offizielle Stadtportal für die Landeshauptstadt München. Die Webseite ist mit bis zu rund 2,9 Millionen Besuchen und 12 Millionen Seitenaufrufen im Monat nach der Selbstpräsentation das mit Abstand meistbesuchte Münchner Serviceportal und gleichzeitig eines der erfolgreichsten deutschen Stadtportale. Das Portal umfasst mehr als 173 000 Seiten.

Das LG stellte zunächst klar, dass es nur über "www.muenchen.de" in der dem Gericht zur Entscheidung gestellten konkreten Ausgestaltung zu urteilen hatte, nicht über das Stadtportal per se.

Im Urteil nahm das LG München I eine umfassende Interessenabwägung zwischen der Garantie der kommunalen Selbstverwaltung (Art. 28 Abs. 2 Satz 1 Grundgesetz (GG)) und der Garantie des Instituts der freien Presse (Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG) andererseits vor. Für ihre Entscheidung zogen die Richter vor allem jene Beurteilungsmaßstäbe heran, die der Bundesgerichtshof (BGH) in seiner Entscheidung Crailsheimer Stadtblatt II (Urteil vom 20.12.2018, Az. I ZR 112/17) aufgestellt hatte. Diese Entscheidung war zwar zu einem zeitungsmäßig aufgemachten Druckwerk ergangen. Das LG München I hielt die BGH-Entscheidung aber für übertragbar auf das in Streit stehende Internetportal. (...) Das Urteil ist nicht rechtskräftig.

• www.wbs-law.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): DEUTDE33HAN30

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