

Titelschutz

JOURNAL

DEUTSCHLANDS SPEZIAL-MEDIUM FÜR TITELSCHUTZ

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

Nicht jede Produktbeschreibung genießt Urheberrechtsschutz



Unter welchen Voraussetzungen genießen eigentlich Produktbeschreibungen oder Werbetexte urheberrechtlichen Schutz? Mit dieser Frage hatte sich das LG Frankfurt (Urteil, 3.11.2020, Az. 6 O 102/20) beschäftigt und ist zu dem Schluss gelangt, dass es hierfür schon ein wenig mehr braucht als die gängigen Anpreisungen und Formulierungen.

Bilderklau dürfte den meisten Händlern wohl bekannt sein – denn seit Jahren wird wegen der unberechtigten Nutzung von Bildern abgemahnt. Mitunter ein Grund für die Beliebtheit dieses Abmahnthemas: Jedes Bildmaterial ist urheberrechtlich geschützt. Ganz anders sieht es

hier beim Textklau aus: Hier kommt es doch sehr auf die individuelle Gestaltung des Textes an.

Im konkreten Fall war der Kläger Inhaber einer Firma für Kfz-Dienstleistungen und Betreiber einer gewerblichen Anzeige auf dem Online-Portal eBay-Kleinanzeigen. Dort hatte er einen Text veröffentlicht, in dem er die von seiner Firma angebotenen Dienstleistungen beschrieb und insbesondere auf den Einbau und die Nutzungsweise von Spurhalteassistenten einging.

Anfang 2020 stellte der Kläger fest, dass der Beklagte einen Teil seines Textes auf dessen gewerblichem eBay-Kleinanzeigen-Profil nutzte, obwohl er kein Nutzungsrecht daran hatte und den Kläger auch nicht als Urheber benannt hatte. Das störte den wahren Urheber. Grund genug nach einer Abmahnung einen möglichen Unterlassungs- und Schadensersatzanspruch gerichtlich durchzusetzen.

Zunächst prüfte das Gericht, ob dem Kläger ein Unterlassungsanspruch nach § 97 Abs. 1 UrhG gegen den Beklagten zusteht. Erforderlich wäre

dann, dass es sich bei dem Text des Klägers um ein urheberrechtlich geschütztes Werk handelt. Nach § 2 UrhG sind grds. auch Schriftwerke durch das Urheberrecht geschützt. Hierzu zählen grundsätzlich auch Produktbeschreibungen oder Werbetexte, insbesondere wenn sie eine gewisse Länge vorweisen. Umfasst sind nach Ansicht des Gerichts auch "einfache, aber gerade noch geschützte geistige Schöpfungen mit nur geringem Schöpfungsgrad". Einzige Voraussetzung ist, dass der Text zumindest über die üblichen Anpreisungen und Formulierungen hinausgeht und eine schöpferische Eigenart aufweist. Das war nach Ansicht des Gerichts vorliegend gerade aber nicht der Fall: Der Text des Klägers ließ nach seinem Gesamteindruck trotz seiner Länge weder besonders ansprechende Formulierungen noch eine Eigenart erkennen. Stattdessen wurden unter anderem in kurzen Sätzen nur die Funktionen von Spurhalteassistenten beschrieben. Der letzte Teil bestand sogar lediglich aus einer Aufzählung verschiedener Automodelle.

Kurz gesagt: Auch Produktbeschreibungen können urheberrechtlich geschützt sein. Aber: Reine Produktbeschreibungen, die vornehmlich aus Aufzählungen und technischen Details bestehen, ohne entsprechende Individualität und Länge, werden es schwer haben mit einem Urheberrechtsschutz. Auch wenn sich hier möglicherweise der Händler bemüht hat die Infos selbst zusammenzustellen. Der damit verbundene Schadensersatzanspruch entfiel konsequenterweise ebenfalls. (...)

• www.it-recht-kanzlei.de

» 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 20 Titel auf einen Blick

Allererste Sahne – Wer backt am besten?

Die Backsteinstadt Hamburg

From Love to Murder

mein schönes Land

Wissensschätze für Haus und Garten

Update Allergologie

Update Allgemein-/Viszeralchirurgie

Update Allgemeinmedizin

Update Diabetologie

Update Gastroenterologie

Update Gefäßmedizin

Update Gynäkologie/Geburtshilfe

Update Hepatologie

Update Kardiologie

Update Nephrologie

Update Neurologie

Update Onkologie

Update Orthopädie/Unfallchirurgie

Update Rheumatologie

Update Urologie

Wissensschätze für Haus und Garten

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

mein schönes Land Wissensschätze für Haus und Garten

Wissensschätze für Haus und Garten

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**SSB Söder Berlinger Rechtsanwälte PartG mbB,
Arabellastraße 17,
D - 81925 München**

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

From Love to Murder

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 nehme ich Titelschutz für eine Mandantin in Anspruch für:

Allererste Sahne – Wer backt am besten?

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).

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

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

Die Backsteinstadt Hamburg

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**c/o
Gutsch & Schlegel
Rechtsanwälte in Partnerschaft,
Neumühlen 17,
D - 22763 Hamburg**



Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titel-
schutz in Anspruch für

Update Allergologie

Update Gefäßmedizin

Update Kardiologie

Update Allgemein-/Viszeralchirurgie

Update Diabetologie

Update Gastroenterologie

Update Gynäkologie/Geburtshilfe

Update Hepatologie

Update Nephrologie

Update Neurologie

Update Onkologie

Update Orthopädie/Unfallchirurgie

Update Allgemeinmedizin

Update Rheumatologie

Update Urologie

jeweils in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle anderen Printmedien, Tonträger und Merchandising, Bildtonträger, Film, Hörfunk, andere Datenträger sowie für Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**med update GmbH,
Hagenauer Straße 53,
D - 65203 Wiesbaden**

Markenstreit: "...OUMI" gegen "... OUMI"

EuGH-Urteil vom 20.01.2021 in der Rechtssache T-328/17 RENV Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi / EUIPO – M. J. Dairies (BBQLOUMI).

Der EuGH bestätigt das Fehlen einer Verwechslungsgefahr zwischen der den Mitgliedern eines zyprischen Verbands vorbehaltenen Kollektivmarke HALLOUMI und dem Zeichen "BBQLOUMI" für Waren einer bulgarischen Gesellschaft.

Zum Begriff "Unionskollektivmarke" erläutert das Urteil: Die Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi ist Inhaberin der für Käse eingetragenen Unionskollektivmarke HALLOUMI. Eine Unionskollektivmarke ist eine besondere Unionsmarke, mit der Waren und Dienstleistungen der Mitglieder des Verbands, der Markeninhaber ist, von denen anderer Unternehmen unterschieden werden können.



Einzelheiten zur fehlenden Verwechslungsgefahr: Was den Vergleich der Waren und Dienstleistungen betrifft, verneint es hinsichtlich der mit der angemeldeten Marke beanspruchten Fleischextrakte und Restaurationsdienstleistungen eine Verwechslungsgefahr, da sie weder mit den von der älteren Marke erfassten Waren identisch noch ihnen ähnlich sind. In Bezug auf die übrigen Waren wie Käse, die in unterschiedlichem Grad den mit der älteren Marke gekennzeichneten Waren ähnlich sind, kann dagegen eine Verwechslungsgefahr nicht von vornherein ausgeschlossen werden.

Zur Ähnlichkeit der in Rede stehenden Zeichen führt das Gericht aus, dass den einander gegenüberstehenden Zeichen der Bestandteil "loumi" gemeinsam ist, der für einen großen Teil der maßgeblichen Verkehrskreise, welcher ihn als einen möglichen Hinweis auf den Halloumi-Käse verstehen wird, schwache originäre Kennzeichnungskraft aufweist. Das Anfangselement "bbq" des Wortbestandteils wird indes bei den Verkehrskreisen wegen seiner Stellung größere Beachtung finden als das Schlusselement "loumi", sodass Letzteres sehr wenig zur Kennzeichnungskraft der angemeldeten Marke beiträgt. Somit wird der schwache Grad an Ähnlichkeit der fraglichen Zeichen kaum zu einer Verwechslungsgefahr beitragen.

Außerdem spielt auch der Bildbestandteil der angemeldeten Marke eine differenzierende Rolle, da es sich bei der älteren Marke um eine Wortmarke handelt. Dieser Bildbestandteil bezieht sich mehr auf die Vorstellung von einem Barbecue als auf die Vorstellung von in mediterraner Umgebung hergestelltem Käse, weil nicht eindeutig gesagt werden kann, dass die dargestellten Nahrungsmittel Stücke von Halloumi-Käse sind. (...)

• www.schweizer.eu

Titelschutz

J O U R N A L

IMPRESSUM | MEDIADATEN NR.22 – GÜLTIG AB 1.11.2020

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): DEUTDE33HAN33

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

Heftformat: 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