

Titelschutz

JOURNAL

DEUTSCHLANDS SPEZIAL-MEDIUM FÜR TITELSCHUTZ

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

LG Essen: Biozid-Warnhinweis ist Werbung in unmittelbarer räumlicher Nähe beizustellen



In Zeiten der Covid-19-Pandemie sind Handdesinfektionsprodukte sehr gefragt. Da es sich bei Hygienehandgel um ein Biozid-Produkt handelt, müssen nach gesetzlicher Anordnung bei Bewerbung und Verkauf dieser Produkte besondere Hinweispflichten erfüllt werden. Das LG Essen hat in seinem Urteil vom 28.04.2021 (Az.: 44 O 42/20) entschieden, dass der Produktwerbung für Biozidprodukte der gesetzlich vorgegebene Warnhinweis in unmittelbarer räumlicher Nähe beizustellen ist. (...)

Die Beklagte bewarb in ihrem Prospekt ein Hygienehandgel, das – zwischen den Parteien unstrittig – als Biozidprodukt einzustufen ist. Die Ware wurde auf Seite 1 des Kata-

logs unter Angabe des Preises, des Grundpreises und der Füllmenge beworben. Die entsprechenden Biozid-Warnhinweise waren nicht auf der ersten Seite enthalten. Die Beklagte verwies dafür auf eine weitere Seite im Prospekt. Die Biozid-Hinweise erfolgten dann auf Seite 11.

Nach erfolgloser Abmahnung wegen Verstoßes gegen die Warnhinweispflicht für Biozidprodukte aus Art. 72 BiozidVO (VO (EU) Nr. 528/2012) nahm ein Mitbewerber die werbende Beklagte vor dem LG Essen auf Unterlassung in Anspruch.

Mit Urteil vom 28.04.2021 (Az.: 44 O 42/20) stufte das Gericht den Biozid-Hinweis auf Seite 11 der Beklagten als nicht ausreichend ein. Der Hinweis der Beklagten entspreche nicht den Anforderungen nach Art. 72 BiozidVO. (...) Nach gesetzgeberischer Zielsetzung solle der Biozid-Warnhinweis potenzielle Interessenten für den Umgang mit dem beworbenen Produkt sensibilisieren und sie zu einer besonderen Sorgfalt bei Gebrauch anhalten. Diese Warnfunktion werde aber nur erfüllt, wenn der Pflicht-

hinweis auch mit entsprechender räumliche Nähe zum beworbenen Produkt dargestellt würde.

Die Trennung von einer Produktpräsentation mit allen wesentlichen Produktangaben einerseits und dem Biozid-Warnhinweis auf einer ausgelagerten Seite andererseits laufe dem Sinn der Warnhinweispflicht zuwider. Daran ändere auch ein – vorliegend angebrachter – Verweis nichts. Köne ein Verbraucher aufgrund einer umfänglichen Produktpräsentation seine geschäftliche Entscheidung ohne die Hinzuziehung weiterer Informationen selbstständig treffen, sei die Kenntnisnahme eines zwar per Verweis referenzierten, aber externen Hinweises nicht hinreichend wahrscheinlich.

Fazit

Laut dem LG Essen (Urteil vom 28.04.2021 – Az.: 44 O 42/20) ist in der Werbung für Biozid-Produkte der verpflichtende Warnhinweis nach Art. 72 der BiozidVO zwingend in unmittelbarer räumlicher Nähe zur Produktpräsentation darzustellen.

Die Trennung von Werbebotschaft und Warnhinweis sei – selbst bei entsprechendem Verweis – unzureichend, weil damit eine Kenntnisnahme des Hinweises durch den angesprochenen Verkehr nicht mehr hinreichend gewährleistet und die Warnfunktion ausgehebelt werde.

Für Online-Händler bedeutet dies, dass der Biozid-Warnhinweis direkt auf dem jeweiligen Träger des Werbematerials und mithin in der Werbebotschaft selbst angezeigt werden muss. (...)

• 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 6 Titel auf einen Blick

Die Retourenprofis

Grand Prix der Chöre

Hinter den Kulissen von Greenpeace

Provokant, geheimnisvoll, umstritten

NEBENAN

Nur noch kurz die Welt retten

Die Greenpeace-Mission

ONE FOR THE ROAD

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

Nur noch kurz die Welt retten

Die Greenpeace-Mission

Hinter den Kulissen von Greenpeace

Provokant, geheimnisvoll, umstritten

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen für alle WerkGattungen, 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)

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



Urteil zu Influencer-Marketing: mehr Klarheit bei Kennzeichnungspflicht

(...) Der Bundesgerichtshof hat in drei Urteilen über die elementare Frage entschieden, wann Influencer ihre Postings als Werbung kennzeichnen müssen. Die Antwort fällt differenziert aus: Hat die Influencerin eine Gegenleistung erhalten, muss sie kennzeichnen. Hat sie keine erhalten, kommt es erst einmal darauf an, ob ihr Posting übertrieben werblich ist. Das ist meist nicht der Fall, wenn sie den Post nur mit einem Tap Tag versieht. In der Regel aber schon, wenn sie auch auf das Unternehmen verlinkt (Urt. v. 09.09.2021, Az. I ZR 90/20, I ZR 125/20, I ZR 126/20).

Bei Tap Tags handelt es sich um zunächst verborgene Verlinkungen (Tags) auf Instagram-Posts. Die Verlinkungen auf die Instagram-Accounts von Unternehmen werden erst eingeblendet, wenn Nutzerinnen und Nutzer auf das entsprechende Posting klicken (Tap). Verlinkt werden zu meist auf den Fotos erkennbare bekannte Markenprodukte, für die aber keine unmittelbare Gegenleistung von der benannten Firma erbracht wurde, also mithin um von der Influencerin selbsterworbene Produkte. Mittels solcher Tap Tags kann der Influencer auf Instagram-Accounts von Dritten verlinken und Nutzerinnen und Nutzer durch einen zweiten Klick bzw. Tap innerhalb von Instagram weiterleiten. Der Unterschied zur Verlinkung liegt darin, dass hier direkt auf die Webseite des Unternehmens verlinkt wird – z. B. mittels eines Swipe-Ups.



Die aktuellen Verhandlungen betreffen die drei bundesweit bekannten Influencerinnen Cathy Hummels (BGH, I ZR 126/20), Leonie Hanne (BGH, Az. I ZR 125/20) und Luisa Maxime Huss (BGH, Az. I ZR 90/20). Kläger in allen drei Verfahren ist der berüchtigte Verband Sozialer Wettbewerb e.V. (VSW), dessen zahlreiche Abmahnungen wegen angeblicher Schleichwerbung auf Instagram-Accounts in den Jahren 2017 und 2018 als sog. "Abmahngate" bekannt wurden. Seither sind in Sachen Influencer-Marketing zahlreiche unterschiedliche gerichtliche Entscheidungen ergangen. Während der klagende Verein vorm Oberlandesgericht Braunschweig gegen Huss Erfolg hatte, entschied das OLG Hamburg zugunsten Hannes und das OLG München zugunsten von Cathy Hummels. Der BGH musste nun insbesondere klären, ob die Nutzung sog. Tap Tags als Werbung gekennzeichnet werden muss. Er hat aber die Gelegenheit genutzt, um sich grundlegend in der Problematik "Influencer Marketing und Werbekennzeichnung" zu äußern. (...)

• www.wbs-law.de

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

Die Retourenprofis

in allen Schreibweisen, Schriftarten, 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.

**Endemol Shine Germany GmbH,
Am Coloneum 3-7,
D - 50829 Köln**

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

Grand Prix der Chöre

in allen möglichen Schreibweisen, Titelkombinationen und mit entsprechenden Untertiteln, Darstellungsformen, Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Zusammensetzungen und Schriftarten zur Verwendung für Film, Funk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Druckereierzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste, Online-Medien, Werbung, Promotion, Merchandising und Veranstaltungen.

**Künstler- und Konzertmanagement Preisinger,
Georg Preisinger,
Burgblick 8,
D - 87671 Ronsberg**

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

NEBENAN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Amusement Park Film GmbH,
Gaußstraße 190c,
D - 22765 Hamburg**

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

ONE FOR THE ROAD

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Sunny Side Up GmbH,
Clara-Zetkinstraße 19,
D - 14532 Kleinmachnow**

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

STOPP HUNGER

PATE WERDEN – LEBEN RETTEN

www.worldvision.de




* gültig ab einem Bestellwert von 50,- Euro; nicht kombinierbar mit anderen Sonderaktionen. Nicht übertragbar. Gültig bis 30.12.2021.

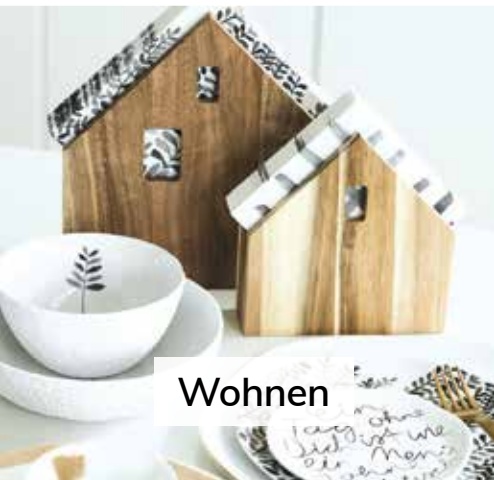


**15%
RABATT**
auf ihre nächste
Bestellung
mit dem Code:
TITELSCHUTZ*



LittleLounge

WWW.LITTLELOUNGE.DE



Wohnen



Spiele



Schenken

Titelschutz

JOURNAL

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): DEUTDE33HAN

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: 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