



Titelschutz

JOURNAL

Österreichs Spezial-Medium für Titelschutz

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

"The North Face" gegen "The Dog Face": keine Verwechslungsgefahr, jedoch rechtswidrig wegen gedanklicher Verknüpfung



Die Pressemitteilung des OLG Frankfurt zum Beschluss vom 28.6.2022 (Az. 6 W 32/22) beginnt in der Tat: **"Zwischen den Zeichen 'The North Face' und 'The Dog Face' besteht keine Verwechslungsgefahr."** Sie fährt dann fort: **"Da die Marke 'The North Face' jedoch in erheblichem Maß bekannt ist, wird der Verkehr trotz der erkennbar unterschiedlichen Bedeutung von 'Dog' und 'North' die Zeichen gedanklich miteinander verknüpfen.** Das Oberlandesgericht Frankfurt am Main hat mit der veröffentlichten

Entscheidung der Antragsgegnerin die Verwendung des Zeichens 'The Dog Face' im Zusammenhang mit Tierbekleidung untersagt." Anmerkung – richtig wäre: "keine unmittelbare, jedoch Verwechslungsgefahr in einem weiten Sinne". Ebenso heißt es in der Pressemitteilung: "Die Antragstellerin ist Inhaberin der Marke 'The North Face', die u. a. für Bekleidung eingetragen ist. Die Antragsgegnerin vertreibt online Bekleidung für Tiere und kennzeichnet diese mit 'The Dog Face'. Die im Eilverfahren geltend gemachten Unterlassungsansprüche der Antragstellerin gegen die Antragsgegnerin hatte das Landgericht abgewiesen."

Zeichenähnlichkeit

Die hiergegen gerichtete Beschwerde hatte vor dem OLG nun Erfolg. Die Antragstellerin könne von der Antragsgegnerin verlangen, dass sie ihre Tierbekleidungsprodukte nicht mit "The Dog Face" kennzeichnet, stellte das OLG fest. Die Marke "The North Face" sei eine bekannte Marke.

Sie sei einem bedeutenden Teil des Publikums bekannt. Die Antragsgegnerin benutze diese Marke in rechtsverletzender Weise, da die Verkehrskreise das Zeichen "The Dog Face" gedanklich mit "The North Face" verknüpfen. Nicht erforderlich sei dabei, dass zwischen den Zeichen Verwechslungsgefahr bestehe. An dieser würde es hier fehlen. Es liege aber Zeichenähnlichkeit vor. Die Wortfolge "The Dog Face" lehne sich erkennbar an die Marke "The North Face" an. Eine Anspruchsgrundlage wird in der Pressemitteilung nicht genannt. Das Gericht wird sich auf §9 Abs. 1 Nr. 2 MarkenG beziehen, der bestimmt: (1) Die Eintragung einer Marke kann gelöscht werden, 1. wenn sie mit einer angemeldeten oder eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang identisch ist und die Waren oder Dienstleistungen, für die sie eingetragen worden ist, mit den Waren oder Dienstleistungen identisch sind, für die die Marke mit älterem Zeitrang angemeldet oder eingetragen worden ist, 2. wenn wegen ihrer Identität oder Ähnlichkeit mit einer angemeldeten oder eingetragenen Marke mit älterem Zeitrang und der Identität oder der Ähnlichkeit der durch die beiden Marken erfaßten Waren oder Dienstleistungen für das Publikum die Gefahr von Verwechslungen besteht, einschließlich der Gefahr, daß die Marken gedanklich miteinander in Verbindung gebracht werden, oder ... Im markenrechtlichen Sprachgebrauch wird das Gericht eine "Verwechslungsgefahr im weiten Sinne" verwenden wollen.

• [www.schweizer.eu / rundy](http://www.schweizer.eu/rundy)

**Die nächste Ausgabe
erscheint am 25. August 2022.**

Ihr Titelschutz-Journal-Team

Alle 4 Titel auf einen Blick

Deutschlands beste Comedians

Die besten Comedians Deutschlands

Lion Queens

Ü 50 Party – Lebenshilfe und andere Schweinereien

EU-Parlament stimmt strengeren Regelungen für Internetriesen zu

(...) Tech-Giganten wie Facebook und Google müssen in der Europäischen Union künftig deutlich strengere Regeln einhalten. **Das Europäische Parlament hat am 5.7.2022 nämlich dem "Digital Services Act" (DSA) und dem "Digital Markets Act" (DMA) mit großer Mehrheit zugestimmt. Dabei soll der DSA möglichst gesellschaftliche Probleme wie den Umgang mit Hassrede und Fake-News in Angriff nehmen. Der DMA hingegen soll mittels härteren Wettbewerbsregulierungen einer weiteren Monopolbildung der etablierten Internetriesen wie Google, Facebook und Co. entgegenwirken.**

Und diese sind auch zwingend nötig. Zuletzt hat die EU nämlich Anfang des Jahrtausends umfassende Regeln für den Gebrauch des Internets verabschiedet. Für eine bessere Einordnung: Damals war Google gerade gegründet worden. Amazon verkaufte vor allem Bücher und Facebook entstand erst Jahre später. Heutzutage geht es im Internet deutlich anders zu. Die EU will deshalb mit dem DSA und dem DMA zeitgemäße Vorgaben schaffen.

Im Genauen soll der DSA die Pflichten digitaler Dienste regeln, die als Vermittler fungieren. Gemeint sind Plattformen, die Verbraucher mit Waren, Dienstleistungen und Inhalten verbinden wie Online-Marktplätze, Soziale Netzwerke, Internetdiensteanbieter und Betreiber von Cloud- und Messaging-Diensten. Die neuen Vorschriften sind nach Größe und Bedeutung einer Plattform geordnet. Die geringsten Anforderungen gelten für reine Vermittlungsdienste, während sich "sehr große Online-Plattformen" den größten Änderungen ausgesetzt sehen. (...)



Der DMA dagegen soll in Zukunft Regeln für Plattformen aufstellen, die als "Gatekeeper" im digitalen Sektor agieren. Zu diesen "Gatekeepern" gehören Unternehmen, die einen Jahresumsatz von mindestens 7,5 Milliarden Euro oder eine Marktkapitalisierung von mindestens 75 Milliarden Euro haben. Zudem müssen sie mindestens einen sogenannten zentralen Plattformdienst mit mindestens 45 Millionen aktiven Nutzern und 10 000 aktiven gewerblichen Nutzern monatlich betreiben. Zu zentralen Plattformdiensten sollen etwa gehören: Suchmaschinen wie Google, Vermittlungsdienste wie Amazon Marketplace, Soziale Medien wie Facebook und Video-Plattformen wie YouTube. Außerdem sollen Messenger-Dienste wie WhatsApp oder Facebook-Messenger, Betriebssysteme wie das iOS von Apples iPhones sowie Android von Google und Cloud-Dienste wie Amazon AWS erfasst sein. Bei den Verhandlungen einigten sich das Parlament und die EU-Staaten zudem darauf, dass auch Web-Browser und Sprachassistenten wie Amazons Alexa dazu gehören. Die DMA-Regeln beziehen sich dabei ausschließlich auf den jeweiligen Plattformdienst und nicht auf das ganze Unternehmen.

Die neuen Vorschriften aus dem DMA werden dabei als Verpflichtungen und Verbote festgehalten, an die sich die "Gatekeeper" bei ihrer täglichen Arbeit halten müssen. Diese sollen Unternehmen die Möglichkeiten eröffnen, auf Grundlage der Vorzüge ihrer Produkte und Dienstleistungen um Märkte zu kämpfen und Innovationen voranzutreiben. (...)

Sollten die von DMA und DSA erfassten Plattformen gegen die Vorschriften verstoßen, drohen heftige Sanktionen: Der DMA sieht Strafen von zunächst von bis zu 10 % des weltweiten Jahresumsatzes vor. Bei wiederholten Verstößen können es sogar bis zu 20 % sein. In Ausnahmefällen, etwa bei "systematischer Verletzung", können auch weitere, nicht-finanzielle Abhilfemaßnahmen verhängen. Dazu können verhaltensbezogene und strukturelle Maßnahmen gehören, wie die Veräußerung von (Teilen) eines Geschäfts oder ein Fusionsverbot für einen bestimmten Zeitraum. Verstöße gegen den DSA können mit immerhin bis zu 6 % des weltweiten Jahresumsatzes bestraft werden. Damit übersteigt die Höhe der Bußgeldandrohung in beiden Gesetzen sogar noch bei Weitem die bereits drastischen Drohungen der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Dort können Sanktionen bis zu 20 Millionen Euro oder 4 % des weltweiten Jahresumsatzes verhängt werden.

Ob die neuen Schutzmaßnahmen am Ende auch das halten was sie versprechen, wird man erst 2023 bzw. 2024 erfahren. Zunächst müssen sowohl der DMA als auch der DSA noch von den EU-Staaten im Rat formell angenommen werden. Danach werden beide Gesetze im Amtsblatt der EU veröffentlicht und treten 20 Tage später in Kraft. Nach Inkrafttreten gilt für den DSA grundsätzlich noch eine Übergangsfrist von 15 Monaten, frühestens gilt er ab dem 1.1.2024.

Dies gilt jedoch nicht für die sehr großen Plattformen und Suchmaschinen. Bei diesen sollen die neuen Regeln nach Angaben der EU-Kommission bereits vier Monate, nachdem sie von der Kommission als "Gatekeeper" eingestuft worden seien. Der DMA soll sechs Monate nach seinem Inkrafttreten gelten.

• www.wbs-law.de

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

Deutschlands beste Comedians

Die besten Comedians Deutschlands

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, Abwandlungen, Abkürzungen, grafischen Darstellungen, Untertiteln, Zusammensetzungen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für alle Druckerzeugnisse und Printmedien sowie Fernsehen, Film, Hörfunk, Video on Demand, Video, Ton- und Bildtonträger aller Art, CD-Rom, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate, Software, Online- und Offline-Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen, Bühnenerwerke und Merchandising.

**Brainpool TV GmbH,
Schanzenstraße 22,
D - 51063 Köln**

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

Lion Queens

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**UFA SERIAL DRAMA GmbH,
Dianastr. 21,
D - 14482 Potsdam**

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

Ü 50 Party – Lebenshilfe und andere

Schweinereien

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, Druckerzeugnisse und Bücher auf.

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

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

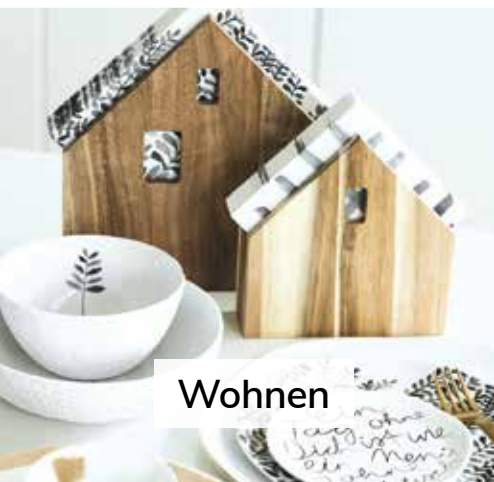
* gültig ab einem Bestellwert von 50,- Euro; nicht kombinierbar mit anderen Sonderaktionen. Nicht übertragbar. Gültig bis 30.12.2022.

**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 1.1.2022

Titelschutz-Anzeige: **Erster Titel** (ca. 85 x 40 mm) 115,- Euro
jeder **Folge-Titel** 25,- Euro

Wiederholungs-Anzeige*: Wiederholung der identischen Titelschutz-Anzeige nach ca. 5 Monaten zu **50% Rabatt**.

Kombi-Anzeige Österreich + Deutschland: **Erster Titel** (ca. 85 x 40 mm) 190,- Euro
jeder **Folge-Titel** 40,- Euro

In Deutschland erscheint das „**rundy Titelschutz-Journal**“ seit 2002 mit einer eigenen Ausgabe. Infos unter: www.titelschutzjournal.de

*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.at.

Werbe-Anzeigen / Beilagen: Preise & Rabatte auf Anfrage

Mehrwertsteuer / Zahlungsbedingung: Alle Preise zzgl. der jeweils gültigen MwSt. 2% Skonto bei Vorkasse; ohne Abzug in 14 Tagen

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
+49 6021-58 388 18
+49 6021-58 388 22
titelschutz@rundy.at
www.titelschutzjournal.at

Telefon:

Fax:

eMail:

Internet:

Bank:

Deutsche Bank Aschaffenburg,
Kto.-Nr.: 0 24 24 20, BLZ: 795 700 24
IBAN: DE56 7957 0024 0024 2420 00
BIC (SWIFT): DEUTDE33

USt.-ID-Nr.:

DE 169307829
HRB 5818

Handelsregister-Nr.:

Anzeigenschluss:

Freitag vor Erscheinen; 17.00 Uhr

Anzeigen- /

Werbeleitung:

Svenja Rudolf

Tel.: +49 6021-58 388 18

Fax: +49 6021-58 388 22

eMail: svenjarudorf@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.at / FTP

Erscheinung:

vierwöchentlich (donnerstags)

Verbreitete Auflage

(inkl. E-Paper):

3.900 Exemplare

Print-Abo Österreich:

40,- Euro pro Jahr

Print-Abo Ausland:

40,- Euro pro Jahr

E-Paper-Abo:

Kostenlos an nebenstehenden „Bezieherkreis“

AGB:

Es gelten die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ der rundy media GmbH