

Titelschutz

JOURNAL

DEUTSCHLANDS SPEZIAL-MEDIUM FÜR TITELSCHUTZ

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

Verwaltungsgericht Göttingen: Vorname wie Sprachassistent darf modifiziert werden



Verwaltungsgericht Göttingen, Urteil vom 21.06.2022 – 4 A 79/21 – Veröffentlicht wurde bislang nur eine Pressemitteilung.

Das Verwaltungsgericht Göttingen hat entschieden, dass eine Klägerin, deren Vorname mit dem Namen eines bekannten Sprachassistenten identisch ist, einen Anspruch auf Änderung ihres Vornamens hat. Ob Siri oder Alexa betroffen ist, ergibt sich aus dem Urteil nicht. Die Pressemitteilung weitgehend wörtlich:

Die Eltern der Klägerin begeherten die Änderung des Vornamens durch

Hinzufügen eines zweiten Vornamens. Sie begründeten den Antrag damit, dass ihre Tochter aufgrund der Namensidentität ihres Vornamens mit dem Namen eines bekannten Sprachassistenten erheblich unter Mobbing und Hänseleien leide. Immer wieder würden andere Personen der Klägerin Befehle erteilen, da der Name sofort mit dem Namen des Sprachassistenten in Verbindung gebracht werde. Dies verunsichere und belaste die Klägerin seelisch sehr. Dazu gehörten vor allem die für smarte Geräte typischen Aktivierungssätze und Befehle wie "Hey XY, schalt das Licht an", "Hey XY, wie spät ist es".

Die beklagte Stadt sah keinen wichtigen Grund für eine Namensänderung im Sinne des § 3 Abs. 1 NamÄndG. Begründung: Die seelische Belastung der Klägerin sei nicht durch ärztliche oder psychologische Gutachten belegt. Der Namensänderungswunsch beruhe vielmehr auf nachträglicher Reue der Eltern an der früheren Namensgebung und auf Mobbingbefürchtungen. Ein Produktname könne nicht automatisch zu einem An-

spruch der vielen Inhaber gleichlautender Vornamen auf Namensänderung führen. Insgesamt könne quasi jeder Name mit einiger Phantasie ins Lächerliche gezogen werden.

Die Entscheidung des VG Göttingen

Die seelische Belastung der Klägerin stellt einen wichtigen Grund für die Namensänderung im Sinne des § 3 Abs. 1 NamÄndG dar. In der Rechtsprechung ist bereits geklärt, dass ein wichtiger Grund für eine Namensänderung dann vorliegt, wenn die privaten Interessen an der Namensänderung die öffentlichen Interessen an der Namensbeibehaltung überwiegen. Auch eine seelische Belastung kann als wichtiger Grund für eine Namensänderung angesehen werden, wenn sie unter Berücksichtigung der gegebenen Umstände nach allgemeiner Verkehrsauffassung verständlich und begründet ist. Dabei muss die seelische Belastung nicht den Grad einer behandlungsbedürftigen Krankheit erreicht haben. Diese Voraussetzungen liegen im vorliegenden Fall vor. Die Eltern haben in der mündlichen Verhandlung zahlreiche Vorfälle beschrieben, bei welchen die Klägerin aufgrund ihres Vornamens belästigt worden ist. Dabei ist nachvollziehbar, dass es aufgrund dieser Vorfälle zu einer seelischen Belastung gekommen ist, der die Klägerin aufgrund ihres jungen Alters nichts entgegensetzen kann.

Insgesamt ist zu erwarten, dass die Hänseleien auch in Zukunft weiter andauern. Die Bekanntheit des Sprachassistenten und die Tatsache, dass es sich bei dem ... >>> **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 5 Titel auf einen Blick

Die zwei Seiten des Abgrunds

Eine Nacht in Kabul

One Night in Kabul

Schlager – jetzt erst recht

Two Sides of the Abyss

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

Schlager – jetzt erst recht

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien einschließlich Merchandising.

**RTL Deutschland GmbH,
Picassoplatz 1,
D - 50679 Köln**

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

One Night in Kabul

Eine Nacht in Kabul

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten und Zusätzen für Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, CD-ROM, CD-I und DVD, ferner für elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Online-Medien, Online- und Offline-Dienste sowie sonstige Mediendienstleistungen und Medienprodukte aller Art für Domain-Bezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, für Event-Merchandising sowie für Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen aller Art.

**SKW Schwarz Rechtsanwälte,
Wittelsbacherplatz 1,
D - 80333 München**

FORTSETZUNG VON SEITE 1

>>> ... Namen des Sprachassistenten nicht nur um eine reine Produktbezeichnung handele, sondern um das "Schlüsselwort" zur Nutzung des Geräts, führen dazu, dass der Name des Sprachassistenten in einem besonders herausragenden Maße missbrauchsgeeignet ist.

Hier geht es um ein Gerät, dem durch die Voranstellung des Produktnamens Befehle erteilt werden würden. Der Name ist nicht bloß dazu geeignet, einen Wortwitz zu bilden, sondern lade vielmehr dazu ein, beleidigende und erniedrigende Befehle an Personen mit dem gleichen Namen zu erteilen.

Im Ergebnis geht die Interessenabwägung zu Gunsten der Klägerin aus. Im vorliegenden Fall geht es nur um die Änderung eines Vornamens. Da der Familienname im weitergehenden Umfang als Unterscheidungs- und Zuordnungsmerkmal dient als der Vorname, kommt den öffentlichen Interessen bei der Änderung des Vornamens im Vergleich zu der Änderung eines Familiennamens ein geringeres Gewicht zu. Die Klägerin hat im Vorschulalter bisher nicht erheblich am Rechtsverkehr teilgenommen. Außerdem bleibt durch die Hinzufügung lediglich eines zweiten Vornamens ein gewisser "Widererkennungswert" beim Namen der Klägerin erhalten.

Anmerkung

"Wolters Kluver" fügt seinem Urteilsbericht ein fiktives Bild bei. Auf dem Kinderspielplatz sitzt eine Gruppe von Kindern im Vorschulalter; abgedockert ein Kind über das sich die Kinder in der Gruppe lustig machen. Wie stets: Das Bild veranschaulicht klar. In diesem Fall veranschaulicht es, dass insbesondere schon die Stadt zu Unrecht das Mobbingargument der Eltern übergegangen hat.

• www.schweizer.eu

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

Die zwei Seiten des Abgrunds

Two Sides of the Abyss

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien einschließlich Merchandising.

**RTL Deutschland GmbH,
Picassoplatz 1,
D - 50679 Köln**

Unzulässige Erstellung von Kundenprofilen: Bank muss 900 000 Euro DSGVO-Bußgeld zahlen

Schnell entsteht die Versuchung, vorhandene Kundendaten auszuwerten, um die zielgruppengerechte Ansprache der Kunden für das eigene Angebot zu verbessern. Wer sich hierfür keine Einwilligung seiner Kunden besorgt, sondern auf ein "berechtigtes Interesse" verlässt, muss aber mit saftigen Bußgeldern rechnen. Der jüngste Fall: Die niedersächsische Datenschutzbeauftragte brummte der Hannoverschen Volksbank ein Bußgeld von 900 000 Euro auf. Damit kam das Geldhaus offenbar noch glimpflich davon.

Ende 2019 beauftragte die Hannoversche Volksbank die Wirtschaftsauskunftei Schufa mit der Auswertung von Daten aktiver und ehemaliger Kunden. Die Schufa analysierte deren digitales Nutzungsverhalten und wertete unter anderem das Gesamtvolumen von Einkäufen in App-Stores, die Häufigkeit der Nutzung von Kontoauszugsdruckern sowie die Gesamthöhe von Überweisungen im Online-Banking im Vergleich zur Nutzung des Filialangebots aus. Anschließend reicherte die Wirtschaftsauskunftei die Kundenprofile noch mit eigenen Daten an. Ziel der Auswertung war es, Kunden mit einer erhöhten Neigung für digitale Medien zu identifizieren und diese adressatengerecht für vertragsrelevante oder werbliche Zwecke verstärkt auf elektronischen Kommunikationswegen anzusprechen. Den meisten Kunden wurden zwar vorab zusammen mit anderen Unterlagen Informationen zugeschickt. Eine Einwilligung der Kunden in die Datenauswertung wurde allerdings nicht eingeholt.

Bank hatte Daten noch nicht weiterverwendet

Bekannt wurde der Vorgang im Januar 2020 da einige Volksbank-Kunden einen Schufa-Service nutzten, der sie monatlich über Anfragen Dritter zu ihrer Person informierte. Auf die Anfragen angesprochen erklärte die Bank, Daten von etwa 220 000 Kunden untersuchen zu lassen, um zu erfahren, wie diese am besten zu kontaktieren seien (etwa telefonisch, per Post oder E-Mail). Daraufhin beschwerten sich zahlreiche Kunden bei dem Geldhaus, über die Vorgänge nicht hinreichend informiert worden zu sein. Das Institut entschuldigte sich daraufhin für die "entstandenen Irritationen".

Inzwischen hatte das Geschehen allerdings schon die niedersächsische Landesdatenschutzbeauftragte (LfD) auf den Plan gerufen. **Diese verhängte nun ein Bußgeld von 900 000 Euro gegen die Bank, da es an einer Rechtsgrundlage für die Datenverarbeitung fehle. Zu Gunsten des Instituts wurde allerdings berücksichtigt, dass die Daten bislang noch nicht weiterverwendet worden sind und sich das Unternehmen im gesamten Verfahren kooperativ zeigte. Das Bußgeld ist noch nicht rechtskräftig, die Bank ließ jedoch verlauten, bezahlen zu wollen.**

Häufung ähnlicher Fälle

Der LfD Niedersachsen werden nach eigenen Angaben zuletzt vermehrt Fälle bekannt, in denen Verantwortliche Daten von Kunden, die zunächst rechtmäßig verarbeitet wurden, zur Profilbildung auswerten. Hierzu nutzten Sie teilweise externe Anbieter oder glichen ihre Ergebnisse mit diesen ab, ohne zuvor eine Einwilligung der Kunden einzuholen. Stattdessen beriefen Sie sich auf eine Interes-

senabwägung nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe f der DSGVO. Diese Rechtsgrundlage erlaube es aber nicht, durch die Auswertung großer Datenbestände Profile zu Werbezwecken zu bilden.

Zwar liege die werbliche Ansprache (potenzieller) Kunden im Interesse der Verantwortlichen. Dass bei derartigen Datenverarbeitungen aber ein erleichtertes Widerspruchsrecht vorgesehen sei, zeige, dass der Gesetzgeber dieses Interesse als weniger gewichtig einstufte. Darüber hinaus müssen Verantwortliche bei der Interessenabwägung unter anderem die vernünftigen Erwartungen der Kunden berücksichtigen. Insoweit betont auch Barbara Thiel, dass Betroffene es in der Regel nicht erwarten, dass Verantwortliche im großen Umfang Kundenprofile zu Werbezwecken erstellen. Erst Recht rechneten sie nicht damit, dass Daten externer Wirtschaftsauskunfteien herangezogen würden, um die Kundenprofile um Daten aus den verschiedensten Lebensbereichen anzureichern. In der Interessenabwägung überwiegt in solchen Fällen daher das Kundeninteresse. Verantwortliche können sich folglich nicht auf ein berechtigtes Interesse berufen, sondern müssen eine Einwilligung in die Datenverarbeitung einholen. (...)

• www.wbs-law.de



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

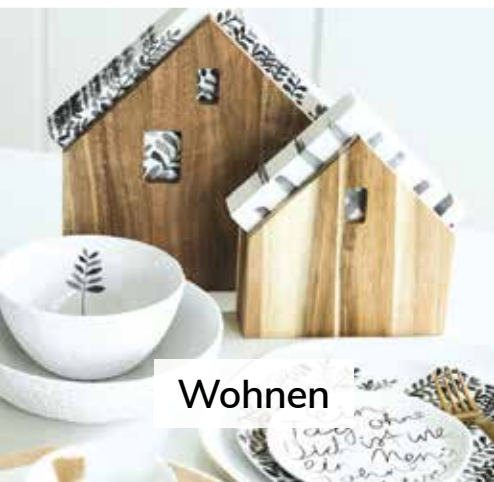
* gültig ab einem Bestellwert von 50,- Euro; nicht kombinierbar mit anderen Sonderaktionen. Nicht übertragbar. Gültig bis 30.12.2022.

**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) 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: svenjarudolf@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