

# Titelschutz

## JOURNAL

DEUTSCHLANDS SPEZIAL-MEDIUM FÜR TITELSCHUTZ

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

### Tiktoker im Livestream genannt: Wann ist eine Person identifizierbar?



**Eine Streitigkeit zwischen mehreren TikTok-Nutzern ist so eskaliert, dass nun die Gerichte zu entscheiden hatten. Ein Nutzer verlangte Unterlassung einer Aussage, obwohl er dabei nicht namentlich genannt wurde. Das OLG Dresden gab ihm Recht und bejahte eine Erkennbarkeit trotzdem.**

Wer gegen eine Äußerung auf Social Media gerichtlich vorgehen will, muss nicht beim Namen genannt worden sein. Ein Nutzer kann auch ohne Namensnennung hinreichend erkennbar im Sinne des Äußerungsrechts sein – auch wenn er ein Pseudonym nutzt. Das entschied das Oberlandesgericht Dresden (Beschl. v. 23.04.2024, Az. 4 W 213/24).

Hintergrund des Verfahrens war ein Streit auf der Kurzvideoplattform TikTok. Es ist nicht selten, dass Streitigkeiten zwischen Community-Mitgliedern dort in Livestreams ausgetragen werden. So auch in diesem Fall, in dem eine TikTokerin per Livestream einem anderen TikToker (Pseudonym: "Mr. K...") persönliche Rachepläne unterstellt hatte. Nach den Behauptungen der Streamerin hätten gewis-

se Personen seit 2022 gemeinschaftlich geplant, sie "von Tschetschenen" verschleppen und vergewaltigen und sonst wie angreifen zu lassen. Sie benannte "Mr. K...", der Teil der angesprochenen Gruppe war, dabei nicht beim Namen. Die Beteiligten bekämen dafür ihr zufolge Bezahlung in Form von TikTok-Livestream-Geschenken ("Sei es ein Stuhl, sei es ein Universum, sei es ein Löwe, sei es eine Galaxy").

Der TikToker verlangte in der Folge zunächst vor dem Landgericht Chemnitz Unterlassung, was dort ohne Anhörung zurückgewiesen wurde. In den "verwirrenden Statements" der TikTokerin sei keine Persönlichkeitsverletzung von gewisser Erheblichkeit zu sehen gewesen. Das OLG Dresden entschied nun aber anders.

#### Die Identifizierbarkeit auf Social Media

Da er nicht beim Namen genannt wurde, war umstritten, ob er in den Ausführungen im Livestream überhaupt erkennbar dargestellt und somit betroffen war.

Das Gericht stellte aber klar, dass es für eine Identifizierbarkeit nicht darauf ankomme, ob alle Zuschauer, ein erheblicher Teil von ihnen oder ein "Durchschnittszuschauer" den Betroffenen direkt identifizieren könne. Es reiche aus, dass die Informationen an Personen geraten, die aufgrund sonstiger Kenntnisse den Bezug herstellen könnten. Da der TikToker dies begründet befürchten durfte, sei er hinreichend erkennbar gewesen. In diesem Fall ließ sich der Bezug herstellen, da die Livestreamerin eine

Person erwähnte, die sie "vor Gericht gezogen hatte" – was auf den TikToker zutraf. In der Vergangenheit habe die Streamerin den TikToker außerdem bereits identifizierbar beim Namen genannt und private Dinge über ihn behauptet. Für einen interessierten Personenkreis – etwa regelmäßige Zuschauer der Streams und Videos der Streamerin – ließe sich deshalb ein ausreichender Bezug herstellen. Das habe auch der Kommentar einer Nutzerin bestätigt, die den TikToker offenbar erkannt habe.

#### Ehrverletzung von erheblichem Gewicht

Das OLG stellte eine Verletzung des Persönlichkeitsrechts fest (Art. 1 Abs. 1, Art. 2 Abs. 1 GG i.V.m. § 823 BGB) und stellte außerdem klar, worauf es bei der Beurteilung von verletzenden Äußerungen im Internet ankomme. Die gerichtliche Perspektive sei damit nicht die des Betroffenen, sondern eines unvoreingenommenen Publikums.

Es räumte ein, dass die "Beiträge zwar sprachlich missglückt, schwer verständlich und verworren" gewesen seien, aber dennoch sei klar erkennbar gewesen, dass die Streamerin von Racheplänen sprach. Sie könne sich auch nicht darauf berufen, die Aussagen "nicht ernst gemeint" zu haben – auch nicht unter Verweis darauf, dass sie inhaltlich abwegig seien.

Das Gesetz schütze vor ehrverletzenden Äußerungen in jeder Form. Ob es sich dabei um Meinungsäußerungen oder um falsche Tatsachenbehauptungen handele, sei dafür nicht erheblich, so das Gericht. >>> **S. 2**

## Alle 3 Titel auf einen Blick

Die Reality Awards

Die Reality Awards 2024

FESTIVAL

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

### Die Reality Awards 2024

### Die Reality Awards

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:

### FESTIVAL

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen und grafischen Darstellungen zur Verwendung in allen Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien.

**Wiedemann & Berg Film GmbH,  
Tanusstr. 21,  
80807 München**

## FORTSETZUNG VON SEITE 1

>>> Im Ergebnis wurde die Beschwerde des TikTokers jedoch als unbegründet abgewiesen, da sich die beiden Beteiligten bereits vor der Vorinstanz verglichen hatten. Die Streamerin war daher längst zur Unterlassung verpflichtet.

• [www.wbs.legal.de](http://www.wbs.legal.de)



**Titel-Überwachung  
140 Euro pro Jahr  
[WWW.TITELSCHUTZJOURNAL.DE](http://WWW.TITELSCHUTZJOURNAL.DE)**

**IHR ANWALT 24**  
**ZIERHUT & GRAF**  
RECHTSANWALT-AKTIENGESELLSCHAFT

## BERATUNG IM MARKENRECHT

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 Nichtigkeitsverfahren.

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](http://www.anwalt.ag)

## OLG Bremen zur Werbung mit Testergebnissen: Link auf weitere Informationen muss erkennbar sein

**Bei der Werbung mit Testsiegeln und -ergebnissen verlangen gesetzliche Vorschriften die Bereitstellung weiterer Informationen zu Prüfstelle, Prüfgegenstand und Prüfkriterien. Zwar können diese grundsätzlich über die Bereitstellung eines Links in die Werbung mit einbezogen werden. Dass ein solcher aber auch hinreichend als Verweis auf weitere Daten zur beworbenen Prüfung erkennbar sein muss, entschied das OLG Bremen.**

### Der Sachverhalt

Das beklagte Unternehmen, welches Betriebs- und Lagerausstattung anbietet, bewarb online einen Topstar Fitness-Hocker mit dem Siegel "LGA geprüft". Der Werbung stellte sie war einen Link bei, der zu weiteren prüfbezogenen Informationen führte.

Der Link war allerdings als solcher nicht unmittelbar erkennbar und verfügte insbesondere nicht über die linktypische Unterstreichung oder eine abweichende Schriftfarbe, sondern gliederte sich als Fließtext unauffällig in die Werbeaussage ein.

Der Kläger, ein Verein zur Bekämpfung des unlauteren Wettbewerbs in der Bundesrepublik Deutschland, sah darin einen Wettbewerbsverstoß. Das Unternehmen habe wesentliche Informationen gemäß § 5a Abs. 2 Nr. 2 UWG vorenthalten, indem es den Link nicht als solchen erkennbar ausgestaltet habe.

Die Beklagte machte geltend, die Werbung habe einen hinreichend erkennbaren Link enthalten. Verbraucher, die mit dem Cursor oder Finger über die Werbeanzeige führen, hätten die Klickbarkeit und mithin den Link-Charakter bemerkt.

Nach erfolgloser Abmahnung gab das LG Bremen der Klage mit Urteil vom 19.04.2023 (Az: 12 O 131/22) vollumfänglich statt. Mit der Berufung zum OLG Bremen verfolgte die Beklagte Ihr Klageabweisungsbegehren weiter.

### Die Entscheidung

Das OLG Bremen stellte mit Beschluss vom 24.1.2024 (Az: 2 U 60/23) fest, dass ein Wettbewerbsverstoß anzunehmen sei und es die Berufung zurückzuweisen gedenke.

#### 1.) Allgemeines zur Werbung mit Prüfzeichen

Bei der Werbung mit Testergebnissen und Prüfsiegeln ist die Vorschrift des § 5a UWG zu beachten.

Danach handelt unlauter, wer im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthält, die dieser je nach den Umständen benötigt, um eine informierte geschäftliche Entscheidung zu treffen (Nr. 1), und deren Vorenthalten geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Entscheidung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte (Nr. 2). Als Vorenthalten gilt nach § 5a Abs. 2 Satz 2 (Nr. 1) UWG auch das Verheimlichen wesentlicher Informationen.

Der BGH stellte bereits mit Urteil vom 21.7.2016 (Az: I ZR 26/15) klar, dass der Verbraucher ein erhebliches Interesse daran habe, zu erfahren, welche Qualitäts- und Sicherheitsaspekte im Rahmen der Siegelvergabe bzw. Ergebnisentscheidung geprüft würden.

Nur so könne er beurteilen, ob die Prüfzeichen eine verlässliche Aussage enthielten. Außerdem hätten Verbraucher ein berechtigtes und deshalb gemäß § 5a Abs. UWG zu schützendes Interesse daran, zu erfahren, inwiefern das vergebene Prüfzeichen hinsichtlich der geprüften Eigenschaften des mit ihm versehenen Produkts repräsentativ sei.

Daraus folgt bei der Werbung mit Testergebnissen und Prüfzeichen eine Informationspflicht der Händler für die hinter dem beworbenen Prüfzeichen stehenden Umstände. Kommen sie dieser nicht nach, stellt dies ein Wettbewerbsverstoß gemäß § 5a 1 UWG dar. (...)

### Fazit

Bei der Werbung mit einem Testergebnis oder Prüfsiegel müssen stets ergänzende Informationen zum Prüfinstitut, zum Prüfgegenstand und zu den Prüfkriterien verfügbar gemacht werden. Eine Verlinkung dieser Informationen ist zwar zulässig, steht einem wettbewerbswidrigen Vorenthalten aber dann gleich, wenn der Link-Charakter visuell für den Betrachter nicht hinreichend unschwer erkennbar ist.

• [www.it-recht-kanzlei.de](http://www.it-recht-kanzlei.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](http://www.bfs-presse.de)

Beyond Five Stars • Am Glockenturm 6 • D - 63814 Mainaschaff  
Tel.: +49 6021-58 388 25 • [info@bfs-presse.de](mailto:info@bfs-presse.de)

# Titelschutz

## JOURNAL

IMPRESSUM | MEDIADATEN NR. 24 – GÜLTIG AB 1.1.2024

**Titelschutz-Anzeige:**  
110,-- Euro

**Erster Titel** (ca. 85 x 40 mm m)  
jeder **Folge-Titel** 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) 190,-- Euro  
jeder **Folge-Titel** 40,-- Euro

Seit Juni 2009 erscheint das „**Titelschutz-Journal**“ in **Österreich** mit einer eigenen Ausgabe.  
Infos unter: [www.titelschutzjournal.at](http://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](http://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](mailto:titelschutz@rundy.de)

**Internet:**

[www.titelschutzjournal.de](http://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](mailto:svenjarudorf@rundy.de)

[titelschutz@rundy.de](mailto: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](mailto: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