

Titelschutz

JOURNAL

DEUTSCHLANDS SPEZIAL-MEDIUM FÜR TITELSCHUTZ

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

New York Times vor LG Hamburg: Wer darf in Deutschland das Wortspiel "Wordle" vertreiben?



Wenn sich die New York Times einen einzelnen Spielevertreiber als Gegner nimmt, scheint das erst ein Kampf wie David gegen Goliath. In diesem Fall klagte sie wegen Markenrechten an dem Spiel "Wordle". Am Ende musste das LG Hamburg entscheiden, ob die New York Times prioritätsbesseren Rechte an Wordle hat. Beide Parteien hatten die Marke am selben Tag eintragen lassen.

Das Landgericht Hamburg hat entschieden, dass sich sowohl die New York Times als auch der Hamburger Rätselvertreiber Stefan Heine sich auf die Markenrechte an dem Online-Wortspiel "Wordle" berufen können. Beide Parteien hatten die Rechte am gleichen Tag eingetragen. Daher habe in diesem Fall keiner Priorität gegenüber dem anderen, so die Hamburger Richter (Urt. v. 19.07.2024, Az. 327 O 195/23)

Markenrechte sind ein wesentlicher Bestandteil des geistigen Eigentums und spielen eine zentrale Rolle im

Wirtschaftsleben. Sie schützen Zeichen, die Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denen anderer Unternehmen unterscheiden. Ein aktuelles Beispiel für die Bedeutung von Markenrechten ist der Fall des beliebten Onlinespiels "Wordle". Die Besonderheit – in rechtlicher Hinsicht – an diesem Spiel war: Sowohl die New York Times Company als auch der Hamburger Spieleverkäufer Stefan Heine hatten ihre Markenrechte am selben Tag angemeldet.

LG Hamburg wies Klage der New York Times Company ab

Die New York Times Company hatte deshalb Klage eingereicht und argumentiert, dass Heine die Marke nur angemeldet habe, um den US-Verlag vom deutschen Markt fernzuhalten. Das LG Hamburg ließ sich davon jedoch nicht überzeugen und wies die Klage ab.

Nach dem markenrechtlichen Prioritätsgrundsatz in § 6 Abs. 1, 2 MarkenG erhält zwar derjenige die Rechte an einer Marke, der sie zuerst anmeldet. Da jedoch beide Parteien ihre Rechte gleichzeitig gesichert haben, entschied das LG Hamburg, dass keiner der beiden Vorrang hat (§ 6 Abs. 4 MarkenG). Der Vorwurf, Heine habe die Marke lediglich eingetragen, um die US-Konkurrenz vom deutschen Markt fernzuhalten, konnte das LG ebenfalls nicht überzeugen. Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig. Dieser Fall verdeutlicht, wie wichtig eine klare Regelung und rechtzeitige Anmeldung von Markenrechten ist, um rechtliche Konflikte zu vermeiden.

Wordle ein weltweiter Hit

Im Jahr 2021 erwarb die US-Zeitung die Rechte an dem Buchstabenrätsel für 1,2 Millionen US-Dollar vom Erfinder Josh Wardle. Das Spiel hat sich seitdem zu einem weltweiten Phänomen entwickelt und wird täglich von Millionen Menschen gespielt. Das Ziel des Spiels besteht darin, ein Wort mit fünf Buchstaben in maximal sechs Versuchen zu erraten. Zu Beginn gibt der Spieler ein beliebiges Wort ein, ohne Hinweise zu haben. "Wordle" markiert dann die Buchstaben, die im gesuchten Wort vorkommen, in Gelb und die Buchstaben, die an der richtigen Stelle stehen, in Grün. Mit diesen Hinweisen kann der Spieler im zweiten Versuch gezielter raten.

Für den Hamburger bleibt mit dem Urteil nun zunächst alles beim Alten und er kann das Onlinespiel weiter vertreiben. Er hätte das Onlinespiel auch gerne gemeinsam mit der New York Times in Europa vertrieben, aber daran habe der US-Verlag kein Interesse gezeigt, sagte der Rätsel-Liebhaber in den Medien.

• www.wbs.legal



Alle 7 Titel auf einen Blick

Crash Detectives – Auf Spurensuche

Die Selberschrauber

Feuerwache 3 - Alarm in Rostock

Keep it or Kick it

Kings of Cash – Die Pfandleiher

MUT – Der Talk mit Tijen Onaran

Solo für ...

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

Crash Detectives – Auf Spurensuche

Feuerwache 3 – Alarm in Rostock

Keep it or Kick it

Die Selberschrauber

Kings of Cash – Die Pfandleiher

in allen Abwandlungen, Schreibweisen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen sowie entsprechenden Zusätzen und Untertiteln für alle Medien wie Hörfunk, Film, Fernsehen (insb. Sende- und Kabelweiterleitungsrechte), Bildtonträger (insb. Videogrammrechte) und sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Netzwerke sowie Offline- und Onlinedienste (einschließlich Internet, CD-Rom, CD-I, DVD und alle sonstigen CD-Derivate), Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging, SMS, WAP), Ton-, Bild- und Datenträger, Software jeder Art, Teletextdienste sowie On Demand Dienste, Bücher und alle anderen Printmedien und Druckereierzeugnisse, Internet sowie für sonstige andere audiovisuelle, elektronische und digitalen Medien, Merchandising-Produkte, Eventbezeichnungen, Unterhaltungsshow, Veranstaltungen sowie Dienstleistungen jeglicher Art.

**Discovery Communication
Deutschland GmbH & Co. KG,
Leopoldstraße 57,
D - 80538 München**

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

Solo für ...

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Video on Demand, Video, Film, elektronische, digitale (Online- und Offline-Dienste in allen technischen Verfahren) und audiovisuellen Medien, z.B. Internet, Intranet, im Mobile Business in jeder Nutzungsform, z.B. für Mobilephones, PDA, etc., z.B. als SMS, MMS-Bilder/Videos/ Fotos und Klingeltöne in jeder Nutzungsart sowie Veranstaltungen in jeder Form, Softwareerzeugnisse, Musicals, Bühnenwerke und Merchandising in jeglicher Form.

**Network Movie
Film- und Fernsehproduktion GmbH,
Steinhöft 11,
D - 20459 Hamburg**

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

MUT – Der Talk mit Tijen Onaran

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 29,
D - 81925 München**



Unzulässige Wettbewerbsbehinderung durch systematische Aufgabe und Rückabwicklung überflüssiger Bestellungen

Unlauter können sich Unternehmer nicht nur gegenüber Verbrauchern, sondern auch im Verhältnis zu Mitbewerbern verhalten, wenn sie deren wirtschaftliche Tätigkeit vorsätzlich behindern. Dass eine solche Behinderung anzunehmen ist, wenn ein Unternehmen ein anderes mit abwegigen Bestellungen und Rücksendeaufträgen überzieht, entschied jüngst das OLG Hamm.



I. Der Sachverhalt

Zwei Angestellte eines Online-Matratzenhandels tätigten bei einem Konkurrenzunternehmen innerhalb weniger Monate im Jahr 2019 abwechselnd insgesamt 11 Bestellungen von Matratzen und Matratzenauflagen und reichten sodann in zumindest 8 Fällen unter Vorgabe angeblicher Verpackungs- oder Qualitätsfehler Rückabwicklungsaufträge ein, die teilweise von negativen Produktbewertungen flankiert wurden.

Dass die Beschwerden und Unzufriedenheitsbekundungen im Rahmen der Rückabwicklungsbegehren auf Basis wahrer Tatsachen hervorgebracht wurden, war nicht zu belegen.

Im Verhalten der Angestellten des Unternehmens sah der Mitbewerber eine gezielte Behinderung im Sinne des § 4 Nr. 4 UWG sowie eine vorsätzliche sittenwidrige Geschäftsschädigung im Sinne des § 826 BGB und beantragte nach erfolgloser Abmahnung beim Landgericht Paderborn zunächst eine einstweilige Unterlassungsverfügung. Nach deren Erlass gab die Verfügungsbeklagte die geforderte Abschlusserklärung allerdings nicht ab, sodass der Mitbewerber nach Ablauf von mehr als 6 Monaten schließlich auf Unterlassung im Hauptsacheverfahren vor dem LG Paderborn klagte.

Dieser Klage hielt das beklagte Unternehmen den Einwand der Verjährung wettbewerbsrechtlicher Ansprüche nach 6 Monaten gemäß § 11 Abs. 1 und Abs. 2 UWG entgegen, den das Landgericht jedoch verwarf.

Nach weitestgehend antragsgemäßer Verurteilung am 2.6.2022 beehrte das beklagte Matratzenunternehmen mit einer Berufung zum OLG Hamm die Aufhebung des Urteils und die Klageabweisung.

II. Die Entscheidung

In der Berufungsinstanz wies das OLG Hamm mit Urteil vom 16.4.2024 (Az. 4 U 151/22) die Berufung zurück und erhielt das ursprüngliche erstinstanzliche Urteil aufrecht. Das Verhalten der Mitarbeiter der Beklagten sei dieser

über § 8 Abs. 2 UWG und § 831 BGB zuzurechnen. Die Anstellung im Rahmen einer weisungsgebundenen Beschäftigung lege eine Veranlassung durch die Beklagte so nahe, dass diese Tatsachen zur Entlastung hätte vortragen müssen, aus denen sich ein eigenmächtiges Vorgehen der Angestellten ohne Veranlassung oder Billigung durch das Unternehmen ergebe. Der Vortrag der Beklagten gehe aber über ein pauschales Bestreiten nicht heraus.

In der systematischen Belastung der Klägerin mit der Aufgabe von diversen, augenscheinlich nicht einen konkreten privaten Bedarf deckenden Bestellungen über Matratzen und Matratzenauflagen und anschließenden Rückabwicklungsbegehren unter fragwürdigen Begründungen ist sowohl eine gezielte Behinderung des Wettbewerbs der Klägerin im Sinne von § 4 Nr. 4 UWG als auch deren vorsätzliche sittenwidrige Schädigung gemäß § 826 BGB zu sehen.

Mangels anderweitiger vorgetragener Tatsachen sei davon auszugehen, dass das Kontrahierungs- sowie das nachvertragliche Verhalten allein darauf abzielten, personelle Ressourcen im Unternehmen der Klägerin zu beanspruchen und diese so durch Verursachung eines erhöhten Service-Aufwands sowie dadurch bedingte Kosten in der freien wirtschaftlichen Betätigung zugunsten des eigenen Wettbewerbs zu behindern.

Auf eine Verjährung von Unterlassungsansprüchen aus § 8, 4 Nr. 4 UWG komme es nicht an, da zumindest gleichwertige Ansprüche aus dem ebenfalls verwirklichten § 826 der eindeutig noch nicht abgelaufenen Regelverjährungsfrist von 3 Jahren nach § 195 BGB unterlägen.

III. Fazit

Unternehmer, die selbst oder über ihre Mitarbeiter Konkurrenten durch exzessive, nicht von Bedarf getragene Bestellungen und anschließende Rückabwicklungsbegehren auszubremsen versuchen, handeln rechtswidrig und können im Angesicht der Schädigungsabsicht nicht nur wettbewerbsrechtlich, sondern auch nach allgemeinem Deliktsrecht wegen sittenwidriger Geschäftsschädigung in Anspruch genommen werden.

• www.wbs.legal

**Titel sind Einfälle
Titel sind Geistesblitze
Titel sind Ideen ...**

... und Ideen sind nicht vogelfrei!
Deswegen Titelschutz!

Jede Woche für € 115,--

rundy Titelschutz-Journal
Tel.: +49 6021-58 388 0 • Fax: 58 388 22
eMail: titelschutz@rundy.de

www.titelschutzjournal.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

*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