

Titelschutz

JOURNAL

DEUTSCHLANDS SPEZIAL-MEDIUM FÜR TITELSCHUTZ

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

500,- EUR Schadensersatz für unerwünschte Werbe-E-Mails nach Einwilligungswiderruf



Werbe-E-Mails sind Fluch und Segen – kostengünstiges Massenkommunikationsmittel einerseits, haftungsträchtig andererseits. Das Landgericht Lüneburg entschied, dass die unerwünschte Zusendung von Newslettern trotz Widerrufs der Einwilligung einen Schadensersatz von 500,- Euro rechtfertigt.

Was war passiert?

Im vorliegenden Fall stritten die Parteien über Schadensersatzansprüche wegen Verstößen gegen die DSGVO. Die Beklagte hatte dem Kläger mehrere Werbe-E-Mails zugesandt, nachdem dieser zunächst durch Anmeldung zum Newsletter in den Erhalt der E-Mails eingewilligt hatte. Später, nachdem der Kläger den Newsletter abbestellt hatte, schickte die Beklagte ihm vier weitere Werbe-E-Mails. Daraufhin meldete sich der Kläger im September 2022 erneut vom Newsletter ab. Die Beklagte bestätigte ihm dies per E-Mail. Dennoch erhielt er im November und Dezember 2022 fünf weitere Werbemails von der Beklagten.

Noch im Dezember 2022 forderte der Prozessbevollmächtigte des Klägers die Beklagte erfolglos auf, die Zusendung solcher E-Mails an den Kläger zu unterlassen und eine entsprechende Unterlassungserklärung abzugeben. Stattdessen erhielt der Kläger im Januar 2023 vier weitere an ihn gerichtete Werbe-E-Mails. Auch einer erneuten Aufforderung zur Unterlassung kam die Beklagte nicht nach. Der Kläger war verärgert und musste Zeit investieren, um die erhaltenen E-Mails zu löschen. Er erhob Klage.

Die Entscheidung des LG Lüneburg

Mit Urteil vom 7.12.2023 (Az.: 5 O 6/23) gab das Landgericht Lüneburg dem Kläger Recht und verurteilte die Beklagte zur Unterlassung der Zusendung derartiger Werbe-E-Mails an den Kläger.

Außerdem verurteilte es die Beklagte zur Auskunft über die über den Kläger gespeicherten Daten sowie zur Zahlung von Schadensersatz in Höhe von 500,- Euro.

Das Gericht stellte fest, dass nach Art. 82 Abs. 1 DSGVO jede Person, der wegen eines Verstoßes gegen die DSGVO ein Schaden entsteht, Anspruch auf Schadensersatz gegen den Verantwortlichen hat. Der Verantwortliche ist definiert als die natürliche oder juristische Person, Behörde, Einrichtung oder andere Stelle, die allein oder gemeinsam über die Zwecke und Mittel der Verarbeitung von personenbezogenen Daten entscheidet (vgl. Art. 4 Nr. 7 DSGVO).

Indem die Beklagte dem Kläger Werbe-E-Mails zusandte, ohne dass dies nach Art. 6 Abs. 1 DSGVO gerecht-

fertigt war, verstieß sie gegen die Bestimmungen der DSGVO. Der Kläger hatte seine ursprünglich erteilte Einwilligung zum Erhalt von Werbe-E-Mails unstreitig widerrufen, so dass die Beklagte keinen rechtfertigenden Grund im Sinne des Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO für die Zusendung der streitgegenständlichen Werbe-E-Mails vorweisen konnte.

Das LG Lüneburg bezog sich in seinem Urteil auf eine bereits ergangene Entscheidung des EuGH (Urteil vom 4.5.2023 – Az. C-300/21). Darin stellte das Gericht klar, dass ein bloßer Verstoß gegen die Datenschutzgrundverordnung keinen Schadensersatzanspruch auslöse. Vielmehr müsse ein Verstoß gegen die Datenschutzgrundverordnung vorliegen, der einen kausalen materiellen oder immateriellen Schaden verursacht habe.

Zudem müsse für einen Schadensersatzanspruch ein Kausalzusammenhang zwischen dem eingetretenen Schaden und dem Verstoß gegen die DSGVO bestehen. Auf eine Erheblichkeitsschwelle komme es hingegen nicht an. Als Schaden kämen auch Ängste, Stress, Komforteinbußen und Zeitverluste in Betracht. Diese seien vorliegend durch die Zusendung der Werbe-E-Mails nach dem Widerruf des Klägers eingetreten. Das Gericht führte aus, dass die Verstöße kausal zu einem immateriellen Schaden geführt hätten. Der Begriff des immateriellen Schadens sei unionsrechtlich autonom und in allen Mitgliedstaaten einheitlich auszulegen (EuGH, Urteil vom 4.5.2023 – C-300/21).

Es sei nicht erforderlich, dass der Schaden des Klägers eine ... >>> **S. 2**

Alle 5 Titel auf einen Blick

Goldtausch: Macherey & Söhne

Goldtausch: Nuggets sind Familiensache

KI-Insider

MUT – der Deutschland-Talk mit Tijen Onaran

Ulrich Wetzel – Der Ermittlungsrichter

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

KI-Insider

in allen Schreibweisen, insb. Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, Darstellungsformen und Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphische Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Werkarten und Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film und Fernsehen, Online- und Offline-Dienste in allen technischen Verfahren und sonstige elektronische, digitale, audiovisuelle Medien und Netzwerke, z.B. Internet, Intranet, Bild-/Ton- und Datenträger aller Art in jeder Nutzungsart sowie Veranstaltungen, Bühnenwerke und Merchandising sowie für Messen, Kongresse und Dienstleistungen aller Art.

**Vogel IT-Medien GmbH,
Max-Josef-Metzger-Straße 21,
D - 86157 Augsburg**

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

Ulrich Wetzel – Der Ermittlungsrichter

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Kombinationen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Merchandising und Multimedia-Anwendungen (Offline und Online).

**Kanzlei Hiddemann,
Am Römerturm 1,
D - 50667 Köln**



FORTSETZUNG VON SEITE 1

>>> ... gewisse Erheblichkeit erreiche. Nach der Rechtsprechung des EuGH ist Art. 82 Abs. 1 GRD dahin auszulegen, dass er einer nationalen Regelung oder Praxis entgegensteht, die den Ersatz eines immateriellen Schadens im Sinne dieser Bestimmung davon abhängig macht, dass der dem Betroffenen entstandene Schaden einen bestimmten Erheblichkeitsgrad erreicht (EuGH, Urteil vom 4.5.2023 – C-300/21).

Auch wenn der immaterielle Schaden nach Erwägungsgrund 146 zur DSGVO tatsächlich eingetreten und nicht nur zu befürchten sein muss, ist nach Erwägungsgrund 146 S. 3 zur DSGVO der Begriff des Schadens weit auszulegen. Der EuGH verlangt unter Hinweis auf das Effektivitätsprinzip, dass Schadensersatzansprüche abschreckend wirken und weitere Verstöße unattraktiv machen müssen. (...)

Im vorliegenden Fall habe der Kläger mehrfach gegenüber der Beklagten erklärt, dass er keine weiteren Werbe-E-Mails wünsche. Zweimal habe der Kläger dies sogar durch seinen Prozessbevollmächtigten erklären lassen. Dennoch habe die Beklagte ihm weiterhin Werbe-E-Mails zugesandt. Der dadurch beim Kläger verursachte Ärger, Zeitverlust und das Gefühl des Kontrollverlusts stellen nach Ansicht des Gerichts einen Schaden im Sinne der Norm dar.

Die nachteiligen Folgen des Verstoßes gegen die DSGVO bestanden darin, dass sich der Kläger gegen die von ihm unerwünschte Werbung zur Wehr setzen musste. Dies sogar mehrfach, da die Beklagte seinen Widerruf der Einwilligung mehrfach missachtet habe. Der Umstand, dass selbst der Prozessbevollmächtigte des Klägers die Beklagte zweimal erfolglos zur Unterlassung aufgefordert habe, sei geeignet, beim Kläger den belastenden Eindruck der Hilflosigkeit und des Kontrollverlusts über seine Datenverarbeitung zu erwecken.

Wie wird die Schadenshöhe bemessen?

Bei der Bemessung der Höhe des Schadensersatzes kommt es nach Ansicht des LG Lüneburg auf die Umstände des Einzelfalls an. Dazu gehörten insbesondere Art, Intensität und Dauer der (...) Rechtsverletzung.

Bei der konkreten Berechnung der Höhe des Schadensersatzes verwies das Gericht auf bereits ergangene Entscheidungen anderer Gerichte (AG Pfaffenhofen, Endurteil vom 9.9.2021 - 2 C 133/21; AG Diez, Urteil vom 17.4.2018 - 7 O 6829/17; AG Goslar, Urteil vom 27.9.2019 - 28 C 7/19) und kam zu dem Ergebnis, dass im vorliegenden Fall insbesondere unter Berücksichtigung der mehrfachen Missachtung des ausdrücklich erklärten Widerrufs des Klägers und der Häufigkeit der Rechtsverletzungen ein Schadensersatz in Höhe von 500 Euro angemessen sei.

Learning für die Praxis

Ein bloßer Verstoß gegen die DSGVO begründet keinen Schadensersatzanspruch nach Art. 82 Abs. 1 DSGVO. Erforderlich ist stets ein tatsächlich eingetretener Schaden, wobei auch immaterielle Schäden grundsätzlich von der Ersatzpflicht umfasst sind. (...)

• it-recht-kanzlei.de

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

MUT – der Deutschland-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**

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

Goldrausch: Macherey & Söhne

Goldrausch:

Nuggets sind Familiensache

in allen Abwandlungen, Schreibweisen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen sowie entsprechenden Zusätzen und Untertiteln für alle Medien wie Hörfunk, Film, Fernsehen (insb. Send- und Kabelweiterleitungsrechte), Bildtonträger (insb. Videogrammrechte) und sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Netzwerke sowie Offline- und Online-dienste (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**

Viagogo vor LG München I: FC Bayern Leerverkäufe rechtswidrig

Wer sich Tickets für das Spiel des Lieblingsvereins sichern will, wendet sich gelegentlich an Ticket-Zwischenhändler wie Viagogo. Mit sogenannten "Leerverkäufen" konnten dort Tickets gekauft werden noch bevor diese offiziell von den Vereinen ausgegeben wurden. Den FC Bayern München störte diese Praktik und er klagte vor dem LG München. (...)

Leerverkäufe von Tickets zu Spielen des FC Bayern München sind (...) unzulässig, so das Landgericht München I. Der Verein dürfe die Weitergabe von Tickets außerdem per AGB beschränken, damit ein soziales Preisgefüge erhalten bleibt (Urt. v. 26.07.2024, Az. 37 O 2100/22).

Auf der Website der Viagogo-AG, einem Ticket-Zweitmarkthändler mit Sitz in Genf, konnten Fans Tickets durch sogenannte "Leerverkäufe" erwerben. Dabei handele es sich laut Gericht um Verkäufe, die getätigt werden, bevor Tickets für das jeweilige Fußballspiel vom Verein herausgegeben wurden. Viagogo hatte dabei auch mit einer eingeschränkten Verfügbarkeit geworben, wogegen der FC Bayern München nun klagte. Die Viagogo AG sollte die Leerverkäufe einstellen und außerdem nicht mehr den Eindruck erwecken, dass der Käufer mit den Tickets ohne Weiteres in die Allianz-Arena komme. (...)

Die Viagogo AG argumentierte, dass solche Leerverkäufe Spekulationsgeschäfte seien, die genau wie Hinweise auf begrenzte Verfügbarkeit im Geschäftsverkehr üblich seien. Die AGB des FC Bayern München, laut denen der (gewerbliche) Weiterverkauf über andere Internetplattformen vertragswidrig seien, seien außerdem unwirksam.

Das Landgericht München I gab der Klage des FC Bayern nun im Wesentlichen statt. Zur Begründung führte das Gericht aus, dass ein Leerverkauf mit Hinweisen auf die eingeschränkte Verfügbarkeit Verbraucher in die Irre führe. Diese würden meinen, das Ticket sicher zu erwerben und dabei nicht davon ausgehen, dass der Verkauf letztlich auf Spekulation beruhe.

In der Tat dürfe auch nicht der Eindruck erweckt werden, dass Viagogo-Kunden mit den erworbenen Tickets ohne Weiteres zum Eintritt in die Allianz Arena berechtigt seien. Denn der FC Bayern München habe durchaus ein legitimes Interesse daran, den Weiterverkauf der Tickets zu beschränken, um ein soziales Preisgefüge zu gewährleisten. Der FC Bayern München habe glaubhaft gemacht, dass er die Ticketpreise aus sozialen – und eben nicht nur gewinnorientierten – Gesichtspunkten deckele. Die AGB sind deshalb wirksam, und ein Viagogo-Käufer müsse deshalb damit rechnen, dass er beim Stadioneinlass abgewiesen werden könnte.

In einem übrigen Aspekt wurde die Klage abgewiesen: Der FC Bayern München behauptete, dass die Viagogo AG über eigene Strohleute Tickets für Spiele des Vereins ankaufen und schließlich weiterverkaufen lasse. Dabei würden Mitarbeiter von Viagogo auch die Namen auf den Tickets ändern.

Dies wurde von Viagogo bestritten und sei auch nicht zur Überzeugung der Richter bewiesen worden. Von einer Fälschung von Tickets durch Viagogo sei nicht auszugehen.

Das Urteil ist nicht rechtskräftig.

• www.wbs.legal

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