

Titelschutz

JOURNAL

DEUTSCHLANDS SPEZIAL-MEDIUM FÜR TITELSCHUTZ

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

"tagesschau" bleibt in Teilen geschützt: Gericht der EU weist Verfallsklage ab



Das EuG hat entschieden, dass die Marke "tagesschau" für die Bereitstellung von Nachrichtensendungen geschützt bleibt. Öffentlich-rechtliche Sender wie die ARD dürfen das Zeichen weiter verwenden. Dies auch, weil sie trotz öffentlicher Finanzierung im Wettbewerb stehen.

Das Gericht der Europäischen Union hat entschieden, dass die Marke "tagesschau" weiterhin für die Bereitstellung von Nachrichtensendungen und Beiträgen als Unionsmarke bestehen bleibt. Die Klage der bonnanwalt Vermögens- und Beteiligungsgesellschaft mbH, die den vollständigen Verfall der Marke beantragt hatte, wurde abgewiesen. Das EuG urteilte, dass öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten wie die ARD und das ZDF das Zeichen ernsthaft genutzt hätten und im Wettbewerb mit privaten Medienanbietern stünden (EuG, Urteil vom 16. Juni 2022, T-83/20).

bonnanwalt gegen die "tagesschau"-Marke

Im Jahr 2012 wurde "tagesschau" als Unionsmarke zugunsten mehrerer öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten, darunter der Bayerische

Rundfunk und der Westdeutsche Rundfunk, eingetragen. Die Marke deckte unter anderem Dienstleistungen der Klasse 41 wie Erziehung, Ausbildung sowie kulturelle Aktivitäten ab. Insgesamt umfasste der Markenschutz eine breite Palette an Waren und Dienstleistungen der Klassen 9, 16, 21, 25, 26, 28, 38, 41 und 42 der Nizzaer Klassifikation.

2017 beantragte die bonnanwalt GmbH beim Amt der Europäischen Union für geistiges Eigentum den Verfall der Marke. Sie berief sich dabei auf Artikel 58 Absatz 1 Buchstabe a der Verordnung (EU) 2017/1001. Danach kann eine Marke für verfallen erklärt werden, wenn sie nicht innerhalb eines ununterbrochenen Zeitraums von fünf Jahren ernsthaft genutzt wurde. Die Marke "tagesschau" sei für die eingetragenen Waren und Dienstleistungen nicht im geschäftlichen Verkehr verwendet worden, so bonnanwalt.

EUIPO erklärte

"tagesschau"-Marke für verfallen

Das EUIPO erklärte die Marke zunächst weitgehend für verfallen, ausgenommen für die "Produktion und Bereitstellung von Nachrichtensendungen und Beiträgen". Diese seien weiterhin vom Markenschutz erfasst. Die Entscheidung beruhte unter anderem auf von den Rundfunkanstalten eingereichten Beweisen, darunter eidesstattliche Versicherungen, Zuschauerzahlen, Online-Statistiken, Pressemitteilungen und Fernsehaufzeichnungen.

Nach einer Beschwerde von bonnanwalt wurde der Schutz für die "Produktion" von Nachrichtensendungen

widerrufen. Die "Bereitstellung" blieb jedoch geschützt. Die Beschwerdekammer vertrat die Auffassung, dass die Rundfunkanstalten eine ernsthafte Nutzung der Marke für die Bereitstellung glaubhaft gemacht hätten. Die Einblendung des Begriffs "tagesschau" in der Hauptnachrichtensendung um 20 Uhr auf Online-Plattformen und in sozialen Netzwerken diene nicht nur der Information, sondern auch der kennzeichnenden Herkunft der Inhalte.

Die bonnanwalt GmbH erhob daraufhin Klage beim EuG. Sie führte an, dass eine markenrechtliche Nutzung nicht vorliege. Die "tagesschau" sei Teil des öffentlich-rechtlichen Programmauftrags und werde nicht im Rahmen eines marktwirtschaftlichen Angebots verwendet. Eine Benutzung im geschäftlichen Verkehr sei daher ausgeschlossen. Zudem sei die Marke nicht als Herkunftshinweis genutzt worden. Außerdem habe die Beschwerdekammer Beweise berücksichtigt, die außerhalb des relevanten Zeitraums von fünf Jahren lägen, ohne dies ausreichend zu begründen. Ein weiterer Klagegrund betraf eine vermeintlich unzureichende Begründung der Entscheidung durch das EUIPO sowie eine Verletzung des rechtlichen Gehörs. bonnanwalt kritisierte, dass das EUIPO pauschal auf Beweisanlagen verwiesen habe, ohne diese im Einzelnen zu würdigen. Die Rechtmäßigkeit der Entscheidung sei daher nicht überprüfbar.

"tagesschau" behält Marke für Nachrichten

Das EuG wies die Klage nun aber in allen Punkten ab. >>> **S. 2**

Alle 7 Titel auf einen Blick

Der Salzburg-Krimi

Seelendorf

Surviving Amazonas – Der Bann der Shanenawa

Surviving Amazonas – Die Prüfung der Shanenawa

Surviving Amazonas – Im Bann der Shanenawa

Surviving Amazonas – Prüfung der Shanenawa

THE RED DEAD

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 Markengesetz beantragen wir Titelschutz für:

Der Salzburg-Krimi

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen zur Verwendung in allen Medien.

**Mona Film Produktion GmbH,
Marokkanergasse 23, TOP 4+5,
A – 1030 Wien**

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

Surviving Amazonas – Die Prüfung der Shanenawa

Surviving Amazonas – Prüfung der Shanenawa

Surviving Amazonas – Im Bann der Shanenawa

Surviving Amazonas – Der Bann der Shanenawa

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, Hörfunk, Fernsehen, Film, elektronische Medien, Medien und Multimediaanwendungen, Podcasts, Bild-, Ton- und Datenträger, Aufführungen und Bühnenwerke.

**RENNER MORBACH Rechtsanwälte
RA Burkhard Renner,
Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht,
Hohenstaufenring 64,
D – 50674 Köln
www.renner-morbach.de**

FORTSETZUNG VON SEITE 1

>>> Das EuG stellte klar, dass auch öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten dem Wettbewerb mit privaten Anbietern unterliegen. Der Schutz durch das Markenrecht sei nicht auf gewinnorientierte Unternehmen beschränkt. Ziel sei die Sicherung der Herkunftsfunktion, nicht die Gewinnerzielung. Die "tagesschau" sei ein prominentes Nachrichtenformat, das in der Öffentlichkeit als fest mit bestimmten Anbietern verbunden wahrgenommen werde.

Die Einblendung des Begriffs "tagesschau" in Fernsehbildern, auf Websites, in Mediatheken und sozialen Medien diene der Identifizierung und sei damit markenrechtlich relevant. Dies gelte auch dann, wenn die Inhalte kostenlos und gebührenfinanziert zur Verfügung gestellt würden.

Die Rundfunkanstalten hätten hierzu eine Vielzahl an Belegen vorgelegt. Dazu gehörten Einschaltquoten von bis zu zehn Millionen Zuschauern, Zugriffszahlen auf Webseiten und Apps, Social-Media-Profile mit hohem Nutzerinteresse sowie Presseberichte über die Bedeutung der Marke "tagesschau". Das EuG wertete dies als ausreichenden Nachweis der ernsthaften Benutzung.

Das EuG bestätigte auch die Auslegung des Begriffs "Bereitstellung von Nachrichtensendungen" als Bestandteil der Klasse 41. Nachrichten dienten der allgemeinen geistigen Entwicklung und könnten daher unter die Begriffe Erziehung, Ausbildung und kulturelle Aktivitäten subsumiert werden. Der Versuch von bonnanwalt, diese Verbindung zu verneinen, wurde als unsubstantiiert zurückgewiesen.

Auch dürften Beweise außerhalb des fünfjährigen Referenzzeitraums herangezogen werden, wenn sie die ernsthafte Benutzung innerhalb des Zeitraums stützen. Dies sei hier der Fall gewesen. Die eidesstattliche Versicherung des Chefredakteurs von ARD-aktuell und die beigefügten Dokumente wiesen ein kontinuierliches Nutzungsverhalten nach.

Gegen das Urteil kann nun noch beim Gerichtshof der Europäischen Union ein auf Rechtsfragen beschränktes Rechtsmittel eingelegt werden. (...)

• www.wbs.legal

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

THE RED DEAD

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

**Brehm & v. Moers Rechtsanwälte
Partnerschaftsgesellschaft mbB,
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2,
Spreepalais am Dom,
D – 10178 Berlin**

Urteil des Bundesgerichtshofs: Keine Pillen am Ruhetag

Der Bundesgerichtshof hat klargestellt: Apotheken ohne Notdienst dürfen an Sonn- und Feiertagen keine Medikamente liefern lassen. Das Urteil stärkt das Sonntags- und Feiertagsruhegebot – auch gegenüber digitalen Lieferdiensten.

Verstoß gegen Ladenöffnungsgesetz

Für Betreiber von Ladengeschäften gelten an Sonn- und Feiertagen besondere Bestimmungen. Was die Regelung der Ladenöffnungszeiten und Arbeitsverbote angeht. Hierbei ist die Ausgestaltung den einzelnen Bundesländern überlassen. Der Bundesgerichtshof hat sich zu dieser Rechtslage mit Urteil vom 6.3.2025 – I ZR 20/24 mit Blick auf einen Kölner Apothekenbetreiber geäußert und klargestellt, dass auch die bloße Lieferung durch einen externen Lieferdienst gegen das landesrechtlich vorgesehene Ruhegebot am Sonn- und Feiertag verstößt. (...)

Beim Beklagten handelte es sich um einen Apothekenbetreiber aus Köln, der mit einem Unternehmen kooperierte, das einen Apotheken-Lieferservice für Verbraucher anbietet. Über eine Smartphone-App konnten Verbraucher bei teilnehmenden Apotheken Produkte bestellen. Die bestellten Produkte wurden dabei von einem Botenfahrer des Lieferdienstes in den Apotheken abgeholt und anschließend an die Verbraucher ausgeliefert. Der Kölner Apothekenbetreiber belieferte Kunden auch außerhalb seiner Notdienstzeiten an Sonn- und Feiertagen überwiegend mit apothekenpflichtigen Arzneimitteln über den Lieferdienst.

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt geht vor

Die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt ging gegen die Belieferung außerhalb der Notdienstzeiten vor. Sie forderte den Apothekenbetreiber auf, die Belieferung außerhalb der eigenen Notdienstzeiten an Sonn- und Feiertagen zu unterlassen. Sie stufte die Belieferung außerhalb der Notdienstzeiten als Verstoß gegen das Ruhegebot ein und sah sie daher als wettbewerbswidrig an.

Der Apothekenbetreiber hatte dagegen argumentiert, dass kein wettbewerbswidriges Handeln vorläge, da schon keine entsprechende Norm i. S. d. § 3a UWG gegeben sei, die gebrochen wurde. Die Schließung der Apotheken in Nordrhein-Westfalen beruhe nicht auf einem Gesetz, sondern auf einer Schließungsverfügung der zuständigen Apothekenkammer. Diese falle als Verwaltungsakt nicht unter den Begriff der gesetzlichen Vorschrift. Zudem sehe die Apothekenbetriebsordnung als Bundesregelung die ständige Dienstbereitschaft von Apotheken auch an Sonn- und Feiertagen vor, sodass diese Vorgabe als Bundesregelung ohnehin der Anordnung der Schließung vorgehe. Der Bundesgerichtshof sah dies jedoch anders. (...)

Bundesregelung hindert nicht die Anordnung von Apothekenschließungen

Der Bundesgerichtshof stellte klar, dass der Gesetzgeber mit der Änderung der Apothekenbetriebsordnung die Regeln verbessern wollte, die mit der Herstellung, Lagerung und sicheren Abgabe von Medikamenten zu tun haben.

Daneben ging es darum, neue Begriffe zu klären und sich an aktuelle Gesetze und Erfahrungen aus der Praxis anzupassen. Ein nunmehr nicht mehr enthaltener Verweis auf die Regelungen zum Ladenschluss lag einzig daran, dass die Gesetzgebungskompetenz hierfür auf die Länder übergegangen ist. Dabei war aber nie geplant, dass dadurch die Regeln der Bundesländer zum Ladenschluss außer Kraft gesetzt werden. Das Zusammenspiel der bestehenden Regeln sollte weiter gelten. Im Gegenteil: Mit der Änderung wollte der Bund anerkennen, dass jetzt die Bundesländer für die Ladenschlussregeln zuständig sind.

Schließungsanordnung dient zugleich der Wettbewerbsneutralität

(...) Der Bundesgerichtshof führte aus, dass ein Verstoß gegen einen Verwaltungsakt der Apothekerkammer, der auf Grundlage von § 7 Abs. 2 Satz 1 des Ladenöffnungsgesetzes NRW erlassen wurde und bestimmt, dass Apotheken an Sonn- und Feiertagen im Wechsel geschlossen sein müssen, zugleich einen Verstoß gegen eben diese gesetzliche Vorschrift darstellt. Die Schließungsanordnung der Kammer konkretisiert das gesetzliche Gebot, Apotheken an diesen Tagen geschlossen zu halten, und legt fest, welche Apotheken an welchen Tagen betroffen sind.

Öffnung der Verkaufsräume nicht entscheidend

Der Bundesgerichtshof stellte zudem klar, dass unbeachtlich ist, dass der Verkaufsraum der Apotheke, die sogenannte Offizin, für die Auslieferung nicht geöffnet wurde. Die Anordnung der Schließung hat den Inhalt, dass ein Verkauf weder über die Offizin noch über andere Räume der Apotheke erfolgen darf. Indem der Apothekenbetreiber bei geschlossener Offizin die übrigen Räume seiner Apotheke als Verkaufsstelle nutzt und Produkte zur Auslieferung bringt, die Verbraucher über die Smartphone-App bestellen, verstößt er gegen die Anordnung und handelt damit wettbewerbswidrig. (...)

• kpw.law

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titel-schutz in Anspruch für:

Seelendorf

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen und Wortverbindungen für alle, auch elektronische Medien, insbesondere Fernsehen, Off- und/oder Online-(Abruf-)Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen sowie Hörfunk und Printmedien.

**MadeFor Film GmbH,
Kantstraße 31,
D – 10625 Berlin**

Titelschutz

JOURNAL

IMPRESSUM | MEDIADATEN NR. 25 – GÜLTIG AB 1.1.2025

Titelschutz-Anzeige: **Erster Titel** (ca. 85 x 40 mm) 110,-- Euro
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): 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: 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