

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche  
9 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, digitale Medien, Hörfunk, TV, Film und Software

## BGH weist Klagen gegen Jameda ab



Der VI. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs in Karlsruhe stellt die Transparenz und Informationsfreiheit vor das Interesse einzelner Ärzte - Foto: Joe Miletzki

Transparenz ist relevanter als Eigen-Interesse – zumindest wenn es um die „Beurteilung“ ärztlicher Leistungen geht. Auf diesen Nenner lässt sich das Urteil des **Bundesgerichtshofes** bringen, der darüber zu entscheiden hatte, ob ein Zahnarzt-Paar aus Nordrhein-Westfalen Anspruch auf Löschung seiner Daten von der Plattform **Jameda** hat. Die Karlsruher Richter haben die Klagen gegen Entscheidungen des **Oberlandesgerichts Köln** abgewiesen (Urteile vom 12. Oktober 2021 – Az.: VI ZR 488/19 und VI 489/19).

Die beiden Kläger haben kein kostenpflichtiges Paket beim Portal Jameda gebucht und in ihre Aufnahme auch nicht eingewilligt. Mit ihren Klagen verlangten sie die Löschung ihrer sogenannten Basis-Profile. Das

**Landgericht Bonn** gab der Klage statt, doch das OLG Köln revidierte die Entscheidung und erläuterte als Begründung: „Im Rahmen der damit gebotenen Einzelfallabwägung sei von den Grundsätzen des Urteils des Bundesgerichtshofs vom 20. Februar 2018 (VI ZR 30/17, GRUR 2018, 636) auszugehen. Danach erfülle das von der Beklagten betriebene Portal eine von der Rechtsordnung gebilligte und gesellschaftlich erwünschte Funktion. Der Portalbetreiber könne seine auf das Grundrecht der Meinungs- und Medienfreiheit gestützte Rechtsposition gegenüber den Betroffenen aber nur mit geringerem Gewicht geltend machen, soweit er seine Stellung als neutraler Informationsmittler nicht mehr wahre und seinen eigenen Kunden in

Gewinnerzielungsabsicht verdeckte Vorteile verschaffe; erforderlich sei hierfür, dass Basiskunden auf dem Portal als „Werbepattform“ für Premiumkunden benützt würden und dass den Premiumkunden dadurch ein Vorteil gewährt werde, der schließlich aus Sicht des durchschnittlichen Nutzers verdeckt, mithin für diesen nicht erkennbar, erfolge.“

Die BGH-Richter betonten bei der Verhandlung am 12. Oktober 2021, dass Jameda seine Premium-Kunden nicht unzulässig bevorzugen dürfe, aber bei der Prüfung komme es immer auf den Einzelfall an. Einen allgemeinen Anspruch auf Gleichbehandlung für zahlende bzw. nicht zahlende Ärzte würde es nicht geben. Die Gründe für seine Entscheidung wird der VI. Zivilsenat erst später bekannt geben.

Jameda-Geschäftsführer **Dr. Florian Weiß**: „Als Deutschlands größte Arzt-Patienten-Plattform ist es unsere Pflicht, die Digitali-

sierung in der Gesundheits-Branche maßgeblich zu gestalten. Deswegen freuen wir uns, dass die Bundesrichter gestern erneut die gesellschaftlich erwünschte Funktion von Jameda betont haben und damit vollständige Arztlisten als einen wichtigen Beitrag zu einer besseren medizinischen Versorgung anerkennen.“ Weiter erklärt Dr. Weiß: „Wir legen großen Wert darauf, dass sich unsere Angebote auf die Bedürfnisse von Patienten und Ärzten gleichermaßen fokussieren, um ihre Beziehung mithilfe digitaler Services zu stärken. Ein vollständiger Überblick über alle Ärzte ist ein wesentlicher Baustein auf diesem Weg.“

In 2018 hatte der BGH festgestellt, dass die Neutralitätspflicht von Jameda gewahrt sein muss und der Klage einer Hautärztin stattgegeben. Jameda hat daraus die Konsequenzen gezogen und sein Geschäftsmodell mit den bezahlten Formaten für die Premium-Kunden umgestellt. (ps)



## Die 9 neuen Titel

### C

Costa Concordia – Chronik einer Katastrophe  
Costa Concordia: The Chronicle of a Disaster

### D

Deutschlands verlorene Kinder – Was sich jetzt ändern muss!

### H

Hollywood Crime

### L

Liebe auf den ersten Kick

### M

Manufakturen

### N

Nachtschicht: Einsatz für die Lebensretter

### P

Prinzessin Nimmermüd

### U

UNSTRUT-ECHO

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

### Prinzessin Nimmermüd

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere für Bücher, Druckereierzeugnisse, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

**Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians**  
**AMPERSAND Partnerschaft von Rechtsanwälten mbB**  
**Widenmayerstraße 4, 80538 München**

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

### Costa Concordia – Chronik einer Katastrophe Costa Concordia: The Chronicle of a Disaster

In allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wort- und Titelkombinationen als Einzel- und Reihentitel, Abkürzungen, grafischen Gestaltungen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere für Film, Fernsehen und Fernsehserien, Streamingdienste, Kino, bespielte Bild- und Tonträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Multimedia-Anwendungen (Off- und Online-Dienste) und sonstige Online-Medien, Software-Erzeugnisse, insbesondere Anwendungssoftware (Apps), gespeichert und herunterladbar, Druckereierzeugnisse sowie Merchandising, Theater-/Filmaufführungen, Veranstaltungen, Theaterstücke und Filmwerke.

**Zeitsprung Pictures GmbH**  
**Alter Militärring 8a, 50933 Köln**

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

## WAPO Duisburg

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwältin Sophie Mahlo, LL.M.**  
Prager Straße 5, 10779 Berlin

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

## Manufakturen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Presse Fachverlag GmbH & Co. KG**  
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg

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

## UNSTRUT-ECHO

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Abwandlungen und Schriftarten für elektronische und digitale Medien und Netzwerke, für Printmedien, für Online- und Offline-Dienste sowie für sonstige Online-Medien, Internet-Seiten und Apps.

**Presse Fachverlag GmbH & Co. KG**  
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg

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

## Liebe auf den ersten Kick

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

**Seven.One Entertainment Group GmbH**  
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

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

## Hollywood Crime

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-i, Offline- und Online-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Rechtsanwältin Julia Eidel**  
Anwaltskanzlei Schröder-Heim & Eidel  
Großherzog-Friedrich-Straße 62, 77694 Kehl

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

## Nachtschicht: Einsatz für die Lebensretter Deutschlands verlorene Kinder – Was sich jetzt ändern muss!

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien einschließlich Printmedien, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste sowie Onlinemedien und Multimediaanwendungen sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

**HEUSSEN Rechtsanwaltsgesellschaft mbH**  
Brienner Straße 9, 80333 München

Über **74.000** archivierte Titel!  
Recherchieren Sie kostenlos unter

[www.titelschutzanzeiger.de](http://www.titelschutzanzeiger.de)

DER  
TITELSCHUTZ  
ANZEIGER

## Impressum

### DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG  
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

Verleger/Herausgeber: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) (ps)

Titelschutzanzeigen: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-57)

Redaktion: Nicole Möller (nm) (-10)  
moeller@titelschutzanzeiger.de

#### Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF  
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare,  
Geschäftsführer und Entscheider in  
Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten,  
Produzenten von audiovisuellen, digitalen  
und elektronischen Medien (Film, Fernsehen,  
Video, Tonträger, Software)

Bezugspreis Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.  
(Ausland: zzgl. Versandkosten)  
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro,  
jeder weitere Titel innerhalb einer  
Anzeige 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.  
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11  
vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse  
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49  
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Handelsregister HRA 96 228  
Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH  
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2021 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systematischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhalten Sie über PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de

# www.markenartikel-magazin.de



Täglich neue Meldungen rund um die Marke  
sowie Personalien und Veranstaltungen  
aus der Markenwelt.

Der markenartikel-Newsletter erscheint 2x wöchentlich  
mit frischen Marken-News.

Der markenartikel zwitschert auch.  
Folgen Sie uns @markenartikler