

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
27 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

OLG Frankfurt: Bezahlte Rezensionen müssen kenntlich gemacht werden



Der 6. Zivilsenat des OLG Frankfurt hat sich erneut mit dem Themen-Kreis E-Commerce sowie kommunikativen Aktivitäten auf digitalen Plattformen beschäftigt und ein weiteres Mal aufgezeigt, wo die Grenzen zur unlauteren Werbung gezogen werden – Foto: OLG Frankfurt

Für Produkte und Dienstleistungen, die über Online-Plattformen angeboten werden, gibt es in aller Regel „Rezensionen“, die die Kauflaune der potentiellen Kundschaft beeinflusst. Häufig fließen diese Rezensionen auch in die Gesamtbewertung ein. Das **Oberlandesgericht Frankfurt** hat entschieden, dass bezahlte Rezensionen – auch bei geringem Entgelt - kenntlich gemacht werden müssen, wenn sie in das Ergebnis der Gesamtbewertung für ein Produkt einfließen. Sofern die Berücksichtigung der bezahlten Rezension nicht kenntlich gemacht wird, liegt unlautere Werbung vor (Urteil vom 9. Juni 2022 – Az.: 6 U 232/21).

Mit dieser Entscheidung bestätigt das OLG Frankfurt eine vom **Landgericht Frankfurt** ausgeurteilte Unterlassungsverpflichtung (Urteil vom 21. Sept. 2021 – Az.: 3-06 O 26/21). Diese im Eilverfahren ergangene OLG-Entscheidung ist nicht anfechtbar.

Zum Sachverhalt

Die Klägerin bietet im Internet die entgeltliche Vermittlung von Kunden-Rezensionen an. Die Kunden der Klägerin sind ausschließlich Händler auf Online-Verkaufsplattformen. Die Beklagte betreibt die Verkaufsplattform **amazon.de**. Die Produkte werden dort mit einem Gesamtsterne-Bewertungssystem bewertet. Die Beklagte vermittelt

zudem ihren Verkaufspartnern gegen Entgelt Kunden-Rezensionen im Rahmen des sog. Early Reviewer Programms (i.F.: ERP). Dabei handelt es sich um Bewertungen ausländischer Rezensenten gegen Entgelt oder Gutscheine für Produkte, die zuvor auf dem US-, UK- oder Japan-Marketplace gekauft wurden. Diese Bewertungen werden auch deutschen Käufern angezeigt und fließen in das Gesamtbewertungsergebnis ein.

Die Klägerin wendet sich gegen die Veröffentlichung von ERP-Rezensionen, wenn diese Teil des Ergebnisses der Gesamtbewertung werden und nicht darauf hingewiesen wird, dass die Rezensionen bezahlt wurden und wie viele dieser Rezensionen Teil des Ergebnisses der Gesamtbewertung sind.

Klage-Verlauf und Erläuterung des Urteils

Die gegen die vom Landgericht Frankfurt ausgesprochene Unterlassungsverpflichtung gerichtete Berufung der Beklagten hatte vor dem OLG keinen Erfolg. Es liege eine unlautere getarnte Werbung vor, bestätigte das OLG. ERP-Rezensionen zu veröffentlichen, ohne darauf hinzuweisen, dass die Rezensionen

bezahlt wurden und wie viele Rezensionen Teil des Ergebnisses der Gesamtbewertung sind, sei unlauter.

Die Berücksichtigung dieser ERP-Rezensionen - und damit auch nicht ihr Anteil - würde von der Beklagten nicht kenntlich gemacht und ergebe sich auch nicht aus den Umständen. Ob Internet-Nutzer damit rechneten, dass in ein Ergebnis der Gesamtbewertung auch immer Rezensionen einfließen, die nicht sachlich begründet sein, könne offenbleiben. Dies dürfe jedenfalls „kein Freibrief dafür sein ...“, beeinflusste Rezensionen zu verwenden“, stellte das OLG klar.

Die Berücksichtigung von ERP-Rezensionen habe hier auch geschäftliche Relevanz. Die Rezensenten des ERP erhielten eine kleine Belohnung für die Abfassung der Rezension. „Daraus folgt zwangsläufig, dass sie bei Abgabe ihrer Bewertung nicht frei von sachfremden Einflüssen sind“, betont das OLG. Es bestehe vielmehr die konkrete Gefahr, dass ein nicht geringer Anteil der Teilnehmer an dem Programm sich veranlasst sehe, ein Produkt positiver zu bewerten als dies tatsächlich seiner Meinung entspreche, um weiterhin an dem Programm teilnehmen zu dürfen. (ps)

Die 27 neuen Titel

A Agbepedo Agbezando	L Lolonye Lotus Sultra
B Beyond Death	M Märchen-Mord in Serie Menyazozo My Car Mystic Love
C Cold War Museum Berlin Cold War Museum Unter den Linden	T the brand new museum experience The Deadeye Kid two sides of the same story
D Dark Holmes Davido Dodzi	Ü Über den Zaun – in Deutschlands Gärten
I Ich spiele mich jetzt frei Irgendwas mit Medien	W Wer ist die Nr.2 Wer ist die Nr.2? Wer ist die Nummer 2 Wer ist die Nummer 2?
K Kalter Krieg Museum Berlin Klima retten für Anfänger Kosen Rufu	

Unter Hinweis auf § 5 Ziff. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für den Titel:

Klima retten für Anfänger

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Offline- und Online-Dienste, (Mobil-) Telefondienste, CD-ROM, CD-i, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

ITV Studios Germany GmbH
Agrippastraße 87-93, 50676 Köln

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

Ich spiele mich jetzt frei

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, Untertiteln, Schriftarten und Zusammensetzungen für Medien aller Art einschließlich Software-Erzeugnissen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Veranstaltungstitel und Messen, Off- und Onlinedienste sowie Onlinemedien und Multimediaanwendungen sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

Kanzlei Dr. Carmen Fritz
Beethovenstraße 23, 87435 Kempten

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

Cold War Museum Berlin
Cold War Museum Unter den Linden
Kalter Krieg Museum Berlin
two sides of the same story
the brand new museum experience

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.

CWM Cold War Museum GmbH
Leipziger Platz 7, 10117 Berlin

Unter Hinweis auf § 5 Ziff. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für die Titel:

Wer ist die Nummer 2?
Wer ist die Nummer 2
Wer ist die Nr.2
Wer ist die Nr.2?

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, (Mobil-) Telefondienste, CD-ROM, CD-i, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

ITV Studios Germany GmbH
AgrippasträÙe 87-93, 50676 Köln

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für folgende Musiktitel (Tonwerke):

My Car
Agbepedo
Agbezando
Davido
Lotus Sultra
Lolonye
Menyazozo
Dodzi
Mystic Love
Kosen Rufu

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Adzowa Adetou
Perlacher Straße 37, 81539 München

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

Irgendwas mit Medien

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

UFA SERIAL DRAMA GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam



Glück

„Man muss Glück teilen, um es zu multiplizieren.“
Marie von Ebner-Eschenbach



sos-kinderdoerfer.de

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

**Dark Holmes
Märchen-Mord in Serie
Beyond Death
The Deadeye Kid**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Contendo Media GmbH
Geldolfstraße 6, 47839 Krefeld**

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

Über den Zaun – in Deutschlands Gärten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**UFA SHOW & FACTUAL GmbH
Siegburger Straße 215, 50679 Köln**



Es gibt noch viel zu entdecken ...

Bitte helfen Sie kranken Kindern. Unterstützen Sie das neue Kinderzentrum Bethel mit Ihrer Spende.

■ Spendenkonto (IBAN): DE48 4805 0161 0000 0040 77
Stichwort: KINDGESUND · www.kinder-bethel.de

Bethel 

61081

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 plus 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

© 2022 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