

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
9 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Landgericht München I: Teaser mit kommerzieller Zielsetzung müssen als Werbung gekennzeichnet sein

Strenge Maßstäbe an die klare Trennung von Werbung und Redaktion legt das **Landgericht München I** auch bei sogenannten Affiliate-Links zugrunde. Auf Antrag der **Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e.V.** mit Sitz in Bad Homburg (auch **Wettbewerbszentrale** genannt) untersagte das Landgericht München der **Münchener Zeitungs-Verlag GmbH & Co. KG**, auf der Website **merkur.de** neben redaktionellen auch werbliche Teaser anzuzeigen, ohne diese eindeutig als Werbung zu kennzeichnen (Urteil vom 9. Juli 2024 – Az.: I HK O 12576/23, noch nicht rechtskräftig).

Einer dieser Teaser verlinkte von der **merkur.de**-Startseite auf eine Unterseite, auf der verschiedene Hörbücher vorgestellt wurden. Dieser Teaser für die Hörbücher war zwischen anderen redaktionellen Teasern auf der **merkur.de**-Startseite relativ weit oben platziert und hatte ein gleiches Erscheinungsbild wie Nachrichten-Teaser der Rubriken 'Welt' und 'Wirtschaft' (siehe Screenshot).

Wettbewerbszentrale moniert Kennzeichnung als unzureichend

Auch wenn die User über die Suchfunktion nach Artikeln suchten, präsentierte **merkur.de** in den Ergebnissen die werblichen Artikel samt darin enthaltener Affiliate-Links in identischer Gestaltung wie redaktionelle Artikel. Für die Einbindung dieser sogenannten Affiliate-Links erhalten Unternehmen auf unterschiedliche Weisen (etwa pro vermitteltem Kauf) Provisionen. Rie-



Screenshot des beanstandeten werblichen Teasers von der Website **merkur.de**

fen Interessierte den hinter dem Teaser verlinkten Text zu Hörbüchern auf, waren dort die Affiliate-Links hinter Buttons wie 'Auf Amazon kaufen' eingebunden. Im oberen Teil dieser Unterseite, jedoch unterhalb eines Fotos sowie der Überschrift und des Vorspanns machte **merkur.de** die werbliche Komponente deutlich – dort hieß es:

"Hinweis an unsere Leser: Wir erstellen Produktvergleiche und Deals für Sie. Um dies zu ermöglichen, erhalten wir von Partnern eine Provision. Für Sie ändert sich dadurch nichts."

Diese Kennzeichnung war aus Sicht der Wettbewerbszentrale jedoch nicht ausreichend, um darauf hinzuweisen, dass das Medium für Käufe oder Abonnements von Hörbüchern nach einem Klick auf das jeweilige Angebot eine Provision erhält. Die Wettbewerbszentrale hat den Verlag daher auf Unterlassung in Anspruch genommen.

Landgericht verbietet werbliche Teaser mit werblichen Mails

Das Landgericht München I hat der Klage der Wettbewerbszentrale in

vollem Umfang stattgegeben. Die Gestaltung der Teaser verstöße gegen § 5a Abs. 4 UWG. Die Texte auf den Unterseiten dienten dem Absatz von Drittprodukten in Form von Hörbüchern und seien deshalb eine geschäftliche Handlung des Verlags. Die Veröffentlichung der Teaser sei daher nach Auffassung der Kammer ebenfalls eine geschäftliche Handlung des Verlages.

Der Hinweis auf der Unterseite über die Provision sei darüber hinaus nicht ausreichend: Leser der Beiträge könnten nicht erkennen, dass die in dem Text enthaltenen Links eine Provision auslösen könnten. Damit sei der kommerzielle Zweck nicht ausreichend kenntlich gemacht. So hielt das Landgericht München I bereits den Besuch der Hörbuch-Unterseite für eine geschäftliche Handlung, zu der die Leserschaft veranlasst werde. Anders als im Bereich der Influencer-Werbung komme es nicht erst auf den Besuch des Affiliate-Links an. Dadurch sei schon der Teaser als Werbung zu kennzeichnen.

Das ergebe sich aus den gesetzlichen Wertungen des Digitale-Dienste-Gesetzes (DDG), welche hohe Anforderungen an hinreichende Kennzeichnung stelle. So sehe es der Gesetzgeber beispielsweise in § 6 Abs. 2 DDG bereits als verboten an, bei werblichen E-Mails in der Betreffzeile den werblichen Zweck zu verheimlichen. Der Teaser sei mit einer solchen Betreffzeile vergleichbar. Vor unerwarteten kommerziellen Inhalten wolle der Gesetzgeber Verbraucher schützen, auch wenn der Besuch bloß einen Klick erfordere. (ps)

Die 9 neuen Titel

A	T
Auftrag Grenzschutz	This is fine
E	U
Es war einmal in Hollywood	Unser Festtagsmenü
G	W
Grenzkontrolle	Werrapolis
J	Y
JOINT VENTURE PRINZIP	Young Ludwig
Joint Venture Prinzip, wenn Agilität nicht reicht!	



Glück

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



SOS
KINDERDÖRFER
WELTWEIT

sos-kinderdoerfer.de

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

Young Ludwig

in allen Wortverbindungen, Schreib- bzw. Darstellungsweisen und graphischen Gestaltungen für alle Medien

Bavaria Fiction GmbH,
Bavariafilmplatz 7, 82031 Geiseltasteig

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

Auftrag Grenzschutz Grenzkontrolle

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

magis TV GmbH,
Weißhausstraße 30, 50939 Köln

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

Joint Venture Prinzip, wenn Agilität nicht reicht! JOINT VENTURE PRINZIP

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Jennifer Giga,
Uelenbeek 17, 42549 Velbert

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

Unser Festtagsmenü

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Werrapolis

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**MEDIAPEL GmbH,
Am Galgenberg 1, 37213 Witzenhausen**

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

Es war einmal in Hollywood

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Datenträger aller Art sowie für Veranstaltungen, insbesondere Shows.

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

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

This is fine

in sämtlichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen, Abwandlungen, Schriftarten und grafischen Gestaltungen sowie mit allen Zusätzen in allen Medien einschließlich Tonträgern, Bildtonträgern, audiovisuellen, elektronischen und digitalen Medien und Netzwerken, inklusive Offline- und Onlinedienste, Domain-Bezeichnungen im Internet sowie für Mobilfunkdienste, Multimediaanwendungen, Film, Rundfunk-, Hörfunk- und Fernsehsendungen, Promotion für Film sowie Rundfunk-, Hörfunk- und Fernsehsendungen, Musik- und Bühnenveranstaltungen, Tourneen, Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen jeder Art, für Merchandising in jeglicher Form, für Druckerzeugnisse und Printmedien aller Art sowie für Software-Erzeugnisse und Datenträger.

**SNP Schlawien Partnerschaft mbB
Rechtsanwälte Steuerberater,
Bismarckallee 10, 79098 Freiburg**

Über **74.000**
archivierte Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter

 titelschutzanzeiger.de

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.) (-54)

Redaktion: Silke Reyher-Timmann (-54)

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

© 2024 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