

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
15 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

OLG Stuttgart weist Klage des Verbraucherzentrale Bundesverbandes gegen Lidl Plus App ab

Eine weitreichende und zugleich wegweisende Entscheidung für den Einsatz von Apps im deutschen Einzelhandel hat das **Oberlandesgericht Stuttgart** gefällt. Bei dem Verfahren vor dem OLG Stuttgart geht es um die **Lidl-App** und dem damit verbundenen Vorteilsprogramm **Lidl Plus**.



Der 6. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Stuttgart, der unter anderem auch für das Verbraucherrecht zuständig ist, hat in dem am 22. Juli 2025 mündlich verhandelten Verfahren die Klage des **Verbraucherzentrale Bundesverbandes** (vzvb) gegen den Discounter **Lidl** im Zusammenhang mit dem Vorteilsprogramm **Lidl Plus** abgewiesen (Urteil vom 23. Sept. 2025 - Az.: 6 UKl 2/25).

Wegen der grundsätzlichen Bedeutung dieses Verfahrens hat der 6. Zivilsenat die Revision zum **Bundesgerichtshof** ausdrücklich zugelassen. Ähnliche App-Programme werden nämlich inzwischen von nahezu allen großen Handelsorganisationen angeboten und gehören zum Standard-Repertoire bei der Beziehung zum Kunden – auch über den Lebensmittel-Einzelhandel hinaus.

Klage-Anlass: kostenlos oder nicht nichtkostenlos

Anlass für die Unterlassungsklage der Berliner Verbraucherschützer ist das Thema der Gegenleistung. Die Anbieter sprechen von kostenlosen Apps, die Verbraucherschützer sehen in der Daten-Nutzung eine Gegenleistung, für die ein Gesamtpreis angegeben werden muss. In der Presse-Info des OLG Stuttgart heißt es dazu:

„Die Beklagte bietet eine *Lidl Plus App* an, bei deren Nutzung Verbraucher Rabatte, personalisierte Produktinformationen, Teilnahmen an Sonderaktionen usw. erhalten. Dafür muss die angebotene App installiert werden, Kunden müssen dort persönliche Daten angeben. Außerdem müssen sie sich mit den Teilnahmebedingungen einverstanden erklären. Das ist ein online abrufbarer, 18 DiNA4-Seiten langer Text. Dort steht unter 4.1, die Teilnahme an Lidl Plus sei „kostenlos“ und unter 4.2 wird erläutert, welche Daten der Kunden erhoben, gespeichert und genutzt werden.

Der klagende Verbraucherschutzverband meint, die Nutzung der App sei nicht kostenlos. Zwar müsse der Verbraucher kein Geld zahlen. Da er sich aber mit der Verwendung der Anmeldedaten und der beim weiteren Gebrauch der App erhobenen Daten einverstanden erkläre, bezahle er mit seinen Daten. Lidl dürfe deshalb nicht behaupten, die Nutzung der App sei kostenlos und sei außerdem gesetzlich verpflichtet, einen „Gesamtpreis“ anzugeben. Deswegen verklagt die

Verbraucherzentrale Lidl nach den Vorschriften des Unterlassungsklagengesetzes (UKlaG).“



OLG Stuttgart: Klage ist unbegründet

Aus Sicht des 6. Zivilsenats des OLG Stuttgart ist die Klage zwar zulässig, aber unbegründet. In der Presse-Info vom 23. Sept. 2025 wird dazu folgende Aspekte dargelegt:

„Es ist nicht zu beanstanden, dass Lidl bei der Anmeldung keinen „Gesamtpreis“ angibt. Die Verpflichtung zur Angabe eines Gesamtpreises setzt voraus, dass überhaupt ein Preis zu entrichten ist. Einen solchen haben die Verbraucher bei der Nutzung der Lidl Plus App aber gerade nicht zu bezahlen. Das deutsche Gesetz und die zugrundeliegenden europäischen Normen verstehen einen „Preis“ ersichtlich als zu zahlenden Geldbetrag und nicht als irgendeine sonstige Gegenleistung. Mit der Verpflichtung des Unternehmers zur Angabe eines „Gesamtpreises“ sollen die Verbraucher vor versteckten Kosten, Abfallen usw. geschützt werden. Dass der Unternehmer eine nicht in Geld bestehende Gegenleistung als solche offenlegen und als „Gesamtpreis“ bezeichnen müsste, ist nach der Entscheidung des Oberlandesgerichts weder vom deutschen noch vom europäischen Normgeber gewollt.

Fortsetzung auf Seite 2

Fortsetzung von Seite 1

Es ist auch nicht irreführend, dass Lidl die Nutzung der App in den Teilnahmebedingungen als „kostenlos“ bezeichnet. Der Begriff „kostenlos“ bringt lediglich und in zulässiger Weise zum Ausdruck – woran Lidl und die Verbraucher gleichermaßen ein Interesse haben –, dass die Verbraucher für die Nutzung der App und die erhofften Vorteile kein Geld bezahlen müssen.

Dass Lidl bei der Anmeldung und Nutzung der App Daten der Verbraucher erhebt und diese in wirtschaftlicher Weise nutzt, steht ausdrücklich und in engem Zusammenhang mit dem Wort „kostenlos“ in den Nutzungsbedingungen.

Die Bezeichnung als „kostenlos“ sehen nur diejenigen Verbraucher, die die Nutzungsbedingungen lesen. Wer die Nutzungsbedingungen liest, erfährt

dort aber auch, welche Daten erhoben und von Lidl verwendet werden. Beim verständigen Leser entsteht daher nicht der Eindruck, „kostenlos“ bedeute, dass er als Nutzer keinerlei Gegenleistung erbringen müsse. Und wer die Nutzungsbedingungen nicht liest, der erfährt schon gar nichts von der als „kostenlos“ bezeichneten Nutzung.“ (ps)

Die 15 neuen Titel

A Art Bayern	L Lebenslust - länger gesund leben
B BABO – Die Haftbefehl-Story	M Magisches Frankreich
C Chorzauber	n natürlich gesundes leben Naturschlaupspiel
D Der letzte Walsänger Die bayerische Art Die Haftbefehl-Story	P Pulsierende Metropolen
E Einsatz Amerika Einsatz in Amerika	S Steckerlfischfiasko. Ein Eberhoferkrimi
	W Wounderland

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

Die Haftbefehl-Story BABO – Die Haftbefehl-Story

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

**Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians,
TEAL Rechtsanwälte PartG mbB,
Widenmayerstraße 10, 80538 München**

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

Steckerlfischfiasko. Ein Eberhoferkrimi

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

**Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians,
TEAL Rechtsanwälte PartG mbB,
Widenmayerstraße 10, 80538 München**

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

Der letzte Walsänger

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Telescope Animation GmbH,
Rückerstraße 5, 10119 Berlin**

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

natürlich gesundes leben

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Stein Consult GmbH
Parlerstraße 48, 70192 Stuttgart**

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

Naturschlausspiel Die bayerische Art Art Bayern

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Patricia Lawrence,
Wittelsbacherstraße 6B, 82319 Starnberg**

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

Chorzauber

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Film, Fernsehen, Tonwerke, Bühnenwerke, Software, Informationsangebote im Internet sowie Veranstaltungstitel und Messen.

**Chorverband Rheinland-Pfalz e. V.,
Bendorfer Straße 72-73, 56566 Neuwied-Engers**

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

Einsatz in Amerika Einsatz Amerika

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk-, Theater-, Film-, Fernsehen-, Multimedia-, Kino-, Streamingdienst-Produktionen, Podcasts, Videocasts, Live-Veranstaltungsreihen sowie Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVDs, CD-i, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**activelaw Offenhausen.Wolter PartmbB,
Hans-Böckler-Allee 26, 30173 Hannover**

Unter Hinweis auf §§ 5,15 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Magisches Frankreich Eine Reise zu verborgenen Naturparadiesen Pulsierende Metropolen Die Geschichte und Kultur von New York, Istanbul, Paris

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Printmedien, insbesondere Serien- und Einzelbandtitel, Bild-, Daten- und Tonträger, insbesondere Video/DVD und Hörbücher; sowie Online-Medien und Multimedia-Anwendungen, insbesondere Internet-Seiten und Apps.

**Rechtsanwalt Joachim Fauth,
Wilhelm-Blos-Straße 62, 70191 Stuttgart**

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

Lebenslust - länger gesund leben

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Motor Presse Stuttgart GmbH & Co. KG,
Leuschnerstraße 1, 70174 Stuttgart**

Über **74.000**

archivierte Titel!

Recherchieren Sie
kostenlos unter

www.titelschutzanzeiger.de

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

Wounderland

in sämtlichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen, Abwandlungen, Schriftarten und grafischen Gestaltungen sowie mit allen Zusätzen in allen Medien einschließlich Tonträgern, Bildtonträgern, audio- und audiovisuellen, elektronischen und digitalen Medien und Netzwerken, inklusive Offline- und Onlinedienste, Online-Plattformen im Internet sowie für Mobilfunkdienste, Multimediaanwendungen, Film-, Rundfunk-, Hörfunk- und Fernsehsendungen und ähnliche Inhalte, Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen jeder Art, für Merchandising in jeglicher Form, für Druckerzeugnisse und Printmedien aller Art, E-Books, Podcasts, Online-Kurse, Vorträge, Webinare, Social Media Inhalte sowie für Software-Erzeugnisse, Apps, Anwendungsprogramme, Datenträger und Titel von Software im Zusammenhang mit SaaS-Dienstleistungen und PaaS-Dienstleistungen.

**Stumpf Patentanwälte PartGmbH,
Alte Weinsteige 73, 70597 Stuttgart**



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

1809

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 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

© 2025 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