

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
14 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Landgericht München I: Amazon darf Änderungen bei Prime Video nicht einseitig vornehmen



Eine empfindliche Niederlage musste der Tech-Gigant **Amazon** beim **Landgericht München I** einstecken. Die unter anderem auf Rechtsstreitigkeiten aus dem unlauteren Wettbewerb spezialisierte 33. Zivilkammer des Landgerichts München I hat einer Klage des **Bundesverbands der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände** (vzvb) gegen Amazon stattgegeben (Urteil vom 16.12.2025 - Az.: (Az.: 33 O 3266/24). Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig. Amazon behält sich weitere Schritte wie etwa eine Berufung vor dem **Oberlandesgericht München**.

Die Sachlage

In dem Verfahren ging es um eine als Änderung zu „**Prime Video**“ deklarierte Mail der **Amazon Digital Germany GmbH** an die Abonnenten der Streaming-Plattform. In dieser E-Mail informierte Amazon die Empfänger darüber, dass ab dem 05.02.2024 Titel bei „**Prime Video**“ in begrenztem Umfang Werbung enthalten könnten. Dabei wies die Beklagte die Adressaten ausdrücklich darauf hin, dass für diese kein weiterer Handlungsbedarf bestünde. In der gleichen E-Mail verwies die Beklagte auf die Mög-

lichkeit, künftig eine neue werbefreie Vertragsoption für zusätzlich 2,99 € pro Monat abzuschließen.

Der in Berlin ansässige vzvb war der Ansicht, dass die E-Mail sei als irreführend im Sinne des § 5 Abs. 2 UWG anzusehen sei, da sie den Kunden suggeriere, dass Amazon seinen Kunden künftig nur noch ein Streaming-Angebot mit Werbung schulde. Dies stelle jedoch eine unzulässige einseitige Vertragsänderung dar. Die Werbefreiheit sei für die meisten Kunden ein zentraler Aspekt für die Entscheidung gewesen, das Streaming-Abonnement abzuschließen.



Gericht sieht Anspruch auf Unterlassung plus Richtigstellung

In der Presse-Info Nr. 13 vom 17. Dez. 2025 hält die stellvertretende Pressesprecherin Julia Obermeier – Richterin am Landgericht München I – fest: „Nach Ansicht der 33. Zivilkammer des Landgerichts München ergibt sich ein Unterlassungsanspruch aus dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Die E-Mail der Beklagten vom 03.01.2024 stelle eine geschäftliche Handlung im Sinne des § 2 UWG dar, da sie die Vertragsbeziehung zwischen der Beklagten und ihren Kunden, insbesondere die Angebotszusammensetzung, betreffe. Diese geschäftliche Handlung sei auch als irreführend anzusehen, weil

sie unwahre Angaben enthalte: Der angesprochene Verkehrskreis, d.h. die von der Beklagten angesprochenen Kunden, würden die E-Mail so verstehen, dass sie keinen Einfluss auf die Werbefreiheit des Video-Angebots hätten und die Wirksamkeit der anstehenden Änderung nicht von ihrer Zustimmung abhängen. Tatsächlich habe die Beklagte ohne Berechtigung eine einseitige Vertragsänderung vorgenommen und den Kunden dabei vorgespiegelt, dazu berechtigt zu sein.

Eine entsprechende Berechtigung zur Vertragsänderung ergebe sich nach Ansicht der Richter weder aus den eigenen Nutzungsbedingungen der Beklagten noch aus dem Gesetz. Nach den eigenen Nutzungsbedingungen könnten nur die angebotenen Video-Inhalte selbst (also welche Film- und Serien-Titel angeboten werden), nicht jedoch die Art der Bestandteile der abonnierten Inhalte (mit oder ohne Werbung) geändert werden. Auch aus den gesetzlichen Regelungen, insbesondere aus den Vorschriften der §§ 327 ff. BGB, ergebe sich kein Anspruch auf einseitige Vertragsanpassung: Bei Vertragsschluss hätten sich die Kunden darauf eingestellt, das Videoangebot werbefrei nutzen zu können. Dass die „Werbefreiheit“ dabei nicht ausdrücklich von der Beklagten beworben und in den Nutzungsbedingungen festgeschrieben worden sei, sei unerheblich. Die Werbefreiheit des Videostreaming-Angebots und damit der „ungestörte Werkgenuss“ stelle einen wesentlichen

Fortsetzung auf Seite 2

Fortsetzung von Seite 1

Wertfaktor für die Kunden dar. Auch auf die in Art. 5 GG garantierte Programm-Freiheit, die den Rundfunkanbieter vor staatlicher Einmischung schützen soll, könne sich die Beklagte nicht berufen, da die Beklagte selbst ursprünglich ein werbefreies Streamen zum Vertragsgegenstand gemacht habe und sich nun auch daran festhalten lassen müsse.

Die Kammer stellte weiterhin fest, dass die Beklagte zusätzlich dazu verpflichtet sei, gegenüber den Kunden ein Berichtigungsschreiben zu versenden.

Für Amazon kann es im Zusammenhang mit der Mail bzw. der Einführung von Werbung noch dicker kommen. In einem separaten Verfahren hat

die **Verbraucherzentrale Sachsen** eine Sammelklage auf Schadensersatz eingereicht. Mit der Sammelklage will die Verbraucherzentrale Sachsen unter anderem erreichen, dass Betroffene eine Entschädigung erhalten. Knapp 150.000 Amazon-Abonnenten hatten sich bis zum 19. Dezember 2025 dieser Sammelklage angeschlossen. (ps)

Die 14 neuen Titel

D

Date Night Live
DateNight Live
Date-Night-Live
Die Eifelpraxis - Der Lauf des Lebens
Die Eifelpraxis - Vertraue mir
Die vergessenen Juden Hamburgs
Die vergessenen Juden von Hamburg

H

Hopecore

P

Pragmatische Kunst

S

Starnberger See Podcast
Studio 16

T

The Forgotten Jews of Hamburg

W

Wer weiß wie wann was war? Die Show der Generationen
Wir holen uns die Kunst zurück!

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:

DateNight Live
Date Night Live
Date-Night-Live

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

filmpool entertainment GmbH,
Kalscheurener Straße 91, 50354 Hürth

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:

Starnberger See Podcast
Pragmatische Kunst
Wir holen uns die Kunst zurück!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen. Gedruckt und digital. Für Social Media, Events und Ausstellungen.

Dr. Patricia Lawrence,
Wittelsbacherstraße 6B, 82319 Starnberg

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

The Forgotten Jews of Hamburg
Die vergessenen Juden Hamburgs
Die vergessenen Juden von Hamburg

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

Kanzlei Feldhaus,
Rothenbaumchaussee 31, 20148 Hamburg

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

Wer weiß wie wann was war? Die Show der Generationen

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelmkombinationen, 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.

SYLVENSTEIN Rechtsanwälte,
Sckellstraße 6, 81667 München

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

Die Eifelpraxis - Der Lauf des Lebens Die Eifelpraxis - Vertraue mir

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insb. Groß- u. Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Werkarten und Medien (insb. Film, Fernsehen, Offline- und Online-Dienste (insb. Internet), Bild-/Ton- und Datenträger aller Art, sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Merchandising, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften und sonstige Druckerzeugnisse.

UFA FICTION GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam

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

Studio 16 Hopecore

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 (sowohl linear als auch non-linear) und Netzwerken, inklusive Offline- und Onlinedienste, Domain-Bezeichnungen im Internet sowie für Mobilfunkdienste, Multimediaanwendungen, Film, Rundfunk-, Hörfunk- und Fernsehsendungen und ähnliche Inhalte, Promotion für Film sowie Rundfunk-, Hörfunk- und Fernsehsendungen und ähnliche Inhalte, 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

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