

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche:
17 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

OLG Frankfurt: „Perfekte Zähne“ ist für Kiefer-Orthopäden eine unzulässige Werbe-Aussage

Das Heilmittel-Werbegesetz (HWG) legt strenge Maßstäbe zugrunde, wenn Ärzte als werbende Partei auftreten. Der Verbraucher ist bei Werbe-Aussagen von Ärzten aufgrund ihres Heilauftrags wenig geneigt, von reklamehaften Übertreibungen auszugehen, entschied das **Oberlandesgericht Frankfurt am Main** und untersagte einer Kiefer-Orthopädin die von einer Kollegin monierte Werbe-Aussage (Urteil vom 27. Feb. 2020 – Az.: 6 U 219/19). Diese im Eilverfahren ergangene Entscheidung ist nicht anfechtbar.

Mit diesem Urteil revidierte das OLG Frankfurt eine Entscheidung des **Landgerichts Frankfurt am Main** (Urteil vom 18. Sept. 2019 – Az.: 3-8 O 68/19).

In dem Prozess stritten zwei Kiefer-Orthopädinnen aus Frankfurt über die Werbe-Aussagen für ein Zahnschienen-System. Auf der Website wird das Zahnschienen-System mit folgender Aussage beworben: „x ist eine kostengünstige individuelle Zahnspange für Leute, die wenig Zeit haben und trotzdem perfekte Zähne haben möchten. Sie sehen sofort beim 1. Termin, welche Ergebnisse Sie innerhalb von sechs Monaten erreichen können. [...] ... man (erhält) 14 Schienen für jeden Kiefer, die man

jeweils zwei Wochen trägt, jede Schiene ist anders und verändert Ihre Zähne Schritt für Schritt... Und bald werden Sie auf Fotos deutlich schöner lächeln.“

druck hervorzurufen, dass ein bestimmter Erfolg ‚sicher‘ eintrete. Hintergrund dieser Regelung sei, ‚dass es aufgrund individueller Disposition beim einzelnen

eines objektiven Betrachters beurteilen und wird in der Werbung auch fotografisch dargestellt,‘ führt das OLG weiter aus. Damit enthalte die Werbe-Aussage einen objektiven Tatsachen-Kern, der zugleich ein Erfolgversprechen beinhalte.

Der angesprochene Verkehr verstehe das Werbeversprechen der Perfektion im hier gegebenen Kontext auch nicht als bloße reklamehafte Übertreibung. Zwar sei dem Verbraucher geläufig, dass Superlative in der Werbung oft nur als Anpreisungen und nicht als Tatsachenbehauptung verwendet werden. Dies könne hier jedoch nicht angenommen werden, da es sich um den Werbeauftritt einer Ärztin handle. Bei Werbemaßnahmen und Internet-Auftritten von Ärzten bestehe eine andere Verkehrserwartung als bei Werbemaßnahmen ‚normaler‘ Unternehmen. Der Verbraucher bringe Ärzten aufgrund ihres Heilauftrags ein besonderes Vertrauen entgegen und gehe daher von einer gewissen Objektivität und Zurückhaltung bei Werbe-Angaben aus. Folglich sei er weniger geneigt, von einer bloßen reklamehaften Übertreibung auszugehen. ‚Er nimmt die Angaben im Zweifel ernst‘, resümiert das OLG.“ (ps)



Das OLG Frankfurt legt bei der Werbung von Ärzten strenge Maßstäbe an (Foto: OLG Frankfurt)

In der Presse-Information Nr. 26/2020 vom 14. April 2020 erläutert die OLG-Pressesprecherin und Richterin am Oberlandesgericht **Dr. Gundula Fehns-Böer**: „Die Antragstellerin hält diese Angaben für unzulässig. Das Landgericht hat ihren Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung abgelehnt. Die hiergegen eingelegte Berufung hatte vor dem OLG Erfolg. Dem Antragsteller stehe ein Unterlassungsanspruch zu, da die Antragsgegnerin mit den Aussagen fälschlich den Eindruck erwecke, dass ‚ein Erfolg der beworbenen Behandlung mit Sicherheit erwartet werden kann.‘ Gemäß § 3 S. 2 Nr. 2 a HWG sei es unzulässig, durch Werbe-Aussagen den Ein-

Patienten... stets zu einem Therapieversagen kommen kann, mit dem eine Erfolgsgarantie unvereinbar ist‘.

Ausgehend vom Verständnis eines durchschnittlichen Werbe-Adressaten habe die Antragsgegnerin durch die Werbung mit ‚perfekten Zähnen‘ unzulässig einen Behandlungserfolg versprochen. Die Angabe ‚perfekte Zähne‘ sei kein reines subjektives Werturteil. ‚Zwar mag die Perfektion von Zähnen nicht vollständig objektivierbar sein‘, konstatiert das OLG. Offensichtlich aber gehe es hier um die Korrektur von Zahnfehlstellungen. ‚Der Umstand, ob Zähne gerade sind oder nicht, lässt sich durchaus vom Standpunkt

Die 17 neuen Titel

A

Allein im Museum
Allgemeinarzt-Congress-Report
Allgemeinmedizin-Congress-Report

C

Coolness. Die lässige Eleganz der Freiheit

D

Die Home-Office-Comedy-Show

K

Kirchheim-Congress-Report

L

LORD PERCY VOM EXCENTRIC CLUB

M

Mutter kündigt

O

Onkologie-Congress-Report

P

PERCY STUART
PERCY STUART & DER NEUE EXCENTRIC CLUB
Pferd online
Pferd online Digital

S

Schwarze Insel
SELBST GESUND
Sportabzeichen für Anfänger

W

Wendehammer

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für einen Künstler Titel-
schutz in Anspruch für:

Die Home-Office-Comedy-Show

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereierzeugnisse, Textilwaren aller Art, Computer, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film- und Tonwerke, Fernsehen, Veranstaltungen, Bühne, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Promotion, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Online-Dienste, Audiotextdienste, sonstige Online-Medien und Social Media.

M-Entertainment & More
Hauptstraße 26a, 97717 Aura an der Saale

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir wiederholten Titel-
schutz in Anspruch für:

Sportabzeichen 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, 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

Alzheimer?



Forschung ist nötig!

Sie wollen mehr über Alzheimer wissen?
Wir informieren Sie kompetent und
kostenlos unter: **0800 - 200 400 1**



Alzheimer Forschung
Initiative e.V.

Kreuzstr. 34 · 40210 Düsseldorf · www.alzheimer-forschung.de



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

**Pferd online
Pferd online Digital**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Matthaes Medien GmbH & Co. KG
Motorstraße 38, 70499 Stuttgart**

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

**Onkologie-Congress-Report
Kirchheim-Congress-Report
Allgemeinarzt-Congress-Report
Allgemeinmedizin-Congress-Report**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt und Notar Prof. Dr. Christian Russ
Bahnhofstraße 67, 65185 Wiesbaden**

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

Mutter kündigt

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereizeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, 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.

**Anwaltskanzlei Bettina Krause
Hauptstraße 23, 82327 Tutzing**

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

Coolness. Die lässige Eleganz der Freiheit

in allen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlineservice, CD-Rom, DVD und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke; Zeitschriften, Bücher, Magazine und sonstige Printmedien; kulturelle und Lehr-Veranstaltungen, Workshops und Seminare.

**Michael Köckritz
Mönchhütteweg 20, 72070 Tübingen**

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

SELBST GESUND

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BT Verlag GmbH
Aidenbachstraße 52a, 81379 München**

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

Allein im Museum

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**3B-Produktion GmbH
Zimmerstraße 11, 10969 Berlin**

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

Schwarze Insel

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen und grafischen Darstellungen zur Verwendung in allen Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien.

**H&V Entertainment GmbH
Hofmannstraße 25-27, 81379 München**

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

**Wendehammer
PERCY STUART
PERCY STUART & DER NEUE EXCENTRIC CLUB
LORD PERCY VOM EXCENTRIC CLUB**

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

**Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians
Hofstetter, Schurack & Partner
Balanstraße 57, 81541 München**

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

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

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

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

titelschutz-anzeiger@presse-fachverlag.de
www.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: 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. 10
vom 1.1.2019

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

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

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2020 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