

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
18 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Halbzeit-Bilanz 2022 – 20 Prozent weniger Beschwerden landen beim Deutschen Werberat



Die Werbung in Deutschland ist fairer geworden. Beim **Deutschen Werberat** in Berlin, dem Selbstkontroll-Organ der Werbewirtschaft, sind im ersten Halbjahr 2022 weniger Einzelbeschwerden eingegangen. Im Zeitraum vom 1. Januar bis 30. Juni 2022 sind 610 Einzelbeschwerden eingetroffen. Im gleichen Zeitraum des Vorjahres waren es 766 Einzelbeschwerden – also 156 oder rund 20 Prozent mehr. Das 2022-Niveau liegt sogar noch etwas unter dem der Vor-Corona-Ära (im ersten Halbjahr 2018 waren es 642 Einzelbeschwerden).

24 Prozent weniger Beschwerdefälle

Die Anzahl der Beschwerdefälle sank um 24 Prozent von 325 auf nur 248 Fälle im

ersten Halbjahr 2022. Nur 29 Fälle gegenüber 50 im Vorjahreszeitraum wurden an zuständige Stellen weitergeleitet. Hier macht sich weiterhin die vorgeschaltete Infoseite bemerkbar, die die Zuständigkeiten des Werberats erläutert und erst danach zum eigentlichen Beschwerde-Formular leitet.



Thomas Hinderer, der neue Vorsitzende des Deutschen Werberats, kommentiert seine „erste“ Bilanz: „Wir stellen sehr erfreut fest, dass offenbar auch die kleineren, oftmals werblich weniger professionell betreuten Betriebe die Zeichen der Zeit erkannt haben, sensibler agieren und damit sexistische Fehltritte zunehmend vermeiden. Aufmerksamkeit um jeden Preis und damit meist auf Kosten der Würde der Frau ist out und letztlich werblich kontraproduktiv. Die Leitplanken des Werberats sind klar

definiert und akzeptiert, die aktuell rückläufigen Daten zeigen dies. Eine schöne Bestätigung der jahrelangen kontinuierlichen Arbeit des Deutschen Werberats.“

Geschlechterdiskriminierende Werbung liegt bei den Beschwerden vorn

Die meiste Kritik gab es auch in 2022 erneut für geschlechterdiskriminierende Werbung – dazu gehört auch sexistische Werbung. Allerdings nahmen die Beschwerdefälle auch hier um 20 Prozent auf 114 ab (im Vorjahr gingen noch 142 ein). Zum einen ist der Werbedruck in den ersten sechs Monaten 2022 weniger hoch als im Vorjahr, zum anderen sind auch diejenigen Unternehmen, deren Werbung „hausgemacht“ und nicht professionell aufgesetzt wurde, in 2022 weniger auffällig bei diesem Beschwerdegrund geworden. Die Kategorien Ethik und Moral (minus 7 Prozent) sowie Diskriminierung von Personengruppen (plus 8 Prozent) tauschten damit leichtem Auf und Ab die Plätze. Sexuell anstößige Werbung verzeichnete wiederum ein deutliches Plus von 120 Prozent. Hier stehen eher die Produkte selbst denn die Werbung bei den Beschwerden in der Kritik, so z.B. bei Werbung für Gleitgel.

Digitale Werbung führt in der Kritik-Statistik

Die Werbung auf digitalen Plattformen ist bekanntlich die werbestärkste Gattung. Mit 76 Beschwerdefällen liegt die digitale Werbung auch in der Kritik-Statistik an der Spitze (im ersten Halbjahr 2021 gingen 84 Beschwerden ein. Danach folgen mit je 38 Fällen TV-Spots sowie Plakate.

Innerhalb der digitalen Werbung zogen die sozialen Netzwerke mit 33 Fällen die meiste Kritik auf sich. 14 Fälle betrafen die Websites von Unternehmen und weitere 12 Fälle entfielen auf die Display-Werbung.

Der Handel wird am meisten kritisiert

Unter den Branchen lag wie in den Vorjahren der Handel (stationär und online) bei den Beschwerdefällen vorn. Diese Branche schaltet traditionell die meiste Werbung in Deutschland. 35 Fälle und damit rund 9 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum wurden vom Werberat in 2022 bearbeitet, gerügt wurde kein Unternehmen. Die Kfz- und Kfz-Zubehör-Branche wurde in 15 Fällen kritisiert, eben-

Fortsetzung auf Seite 2

Die 18 neuen Titel

C Comic-Countdown	R Relationshipit
D Deutschland bei Nacht - Schuffen statt schlafen	S Stauden statt Rasen
L Leben & Lernen Leben und Lernen	U Unicorn Beauty & Health Unicorn Fashion Unicorn Holding Unicorn Ocean Beat Radio Unicornoceanoceanbeatradio
M Metabolic Health Manager MIETEN KAUFEN LIVE mit ImmoScout24	Y YOUYI YOUYI das Magazin YOUYI das Radio YOUYI Radio
O O-TON Allgemeinmedizin	

Fortsetzung von Seite 1

so wie das Handwerk: Ein Unternehmen der Kfz- und Kfz-Zubehör-Branche erhielt eine öffentliche Rüge, zwei gingen an das Handwerk. Eine weitere öffentliche Rüge erhielt die Lebensmittelbranche: ebenfalls, wie bei den drei übrigen, wegen Sexismus. Die Lebensmittel-Branche verzeichnete einen 63-prozentigen Rückgang, da es 2021 einen künstlichen Peak durch die Beschwerdewelle einer Kampagnen-Organisation gegeben hatte.

Nur vier öffentliche Rügen

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2022 erteilte der Deutsche Werberat nur vier öffentliche Rügen. Alle Rügen wurden wegen sexistischer Werbung erteilt und gingen an kleinere und mittlere Unternehmen, deren Werbung meist nicht professionell von Agenturen begleitet wird.

Katja Heintschel von Heinegg, Geschäftsführerin des



Werberats: „Rückhalt in der Wirtschaft gepaart mit dem Vertrauen der Bevölkerung in unser Beschwerde-Management sind System-Voraussetzungen für die Arbeit des Werberats. Wir sind sehr erfreut, dass die rückläufigen Daten diesen Erfolg widerspiegeln: Die Unternehmen agieren insgesamt verantwortungsbewusster und die Verbraucher wenden sich an uns, wenn sie Grund für Kritik sehen.“ (ps)

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG (Deutschland) sowie § 80 UrhG, § 9 UWG (Österreich) nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Stauden statt Rasen

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

Davit Arican,
Raiffeisenstraße 31, 47445 Moers

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

Comic-Countdown

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, als Einzeltitel und für alle Medien.

PPM Vertriebs GmbH & Co. KG,
Industriestraße 18, 32694 Dörentrup

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

Leben & Lernen Leben und Lernen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, z.B. Zeitschriften, Beilagen, Magazine, sowie auch für Rundfunk, Fernsehen, insbesondere Fernsehsendungen, Film und sonstige elektronische und digitale Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

Senfft Kersten Nabert van Eendenburg,
Schlüterstraße 6, 20146 Hamburg

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

YOUYI YOUYI das Magazin YOUYI Radio YOUYI das Radio Unicorn Ocean Beat Radio Unicornoceanbeatradio Unicorn Fashion Unicorn Beauty & Health Unicorn Holding Metabolic Health Manager

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckereierzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, Cdi, DVD, MD) und/ oder Onlinedienste sowie Internet und Multimediaanwendungen.

spindoco UG,
Am Vogelschutzpark 19c, 56075 Koblenz

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

MIETEN KAUFEN LIVE mit ImmoScout24 Deutschland bei Nacht - Schuften statt schlafen

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.

HEUSSEN Rechtsanwalts-gesellschaft mbH,
Briener Straße 9, 80333 München

Über **74.000** archivierte Titel!
Recherchieren Sie kostenlos unter

www.titelschutzanzeiger.de

DER
TITELSCHUTZ
ANZEIGER

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

Relationshit

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 nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:

O-TON Allgemeinmedizin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

MedTriX GmbH,
Unter den Eichen 5, 65195 Wiesbaden



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