

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche  
7 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## OLG Frankfurt: Wick Daynait darf nicht mehr als „Deutschlands Nr 1 Tag & Nacht Erkältungsmittel“ beworben werden

Eine herbe Niederlage musste die Deutschland-Tochter des amerikanischen Konsumgüter-Konzerns **Procter & Gamble** (P&G) mit Sitz in Schwalbach bei Frankfurt einstecken. Das Oberlandesgericht Frankfurt am Main hat entschieden, dass P&G seine OTC-Marke **Wick Daynait** künftig nicht mehr mit der Aussage „Deutschlands Nr 1 Tag & Nacht Erkältungsmittel“ bewerben darf (Urteil vom 14. Dez. 2023 – Az.: 6 U 197/22). Geklagt hatte die **Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e.V.** (Wettbewerbszentrale) mit Sitz in Bad Homburg.

Damit bestätigte das OLG Frankfurt eine Entscheidung des Landgerichts Frankfurt (Urteil vom 1. Nov. 2022 – Az.: 3-O6 029/2). Eine Revision zum Bundesgerichtshof in Karlsruhe hat das OLG Frankfurt nicht zugelassen.

### Markt-Definition ist entscheidend

In dem Verfahren zwischen Procter & Gamble und der Wettbewerbszentrale ging es letztlich um die Frage, ob sich die Spitzenstellungsbehauptung auf den Markt aller Erkältungsmittel bezieht oder – wie das beklagte Unternehmen meinte – auf den separaten Markt der Tag & Nacht Arzneimittel. Das Erkältungsmittel Wick, um das es in der juristischen Auseinandersetzung ging, kombiniert nämlich zwei unterschiedliche Arten von Tabletten zur Anwendung zu verschiedenen Tageszeiten. Im Segment dieser Tag & Nacht Arzneimittel ist Procter & Gamble mit Wick nämlich Marktführerin. Auf dem allgemeinen Markt der Erkältungsmittel rangiert das Präparat gemessen am Umsatz nur auf Rang sieben.

Die Wettbewerbszentrale hatte hingegen die Auffassung vertreten, die Wer-

bung für Wick Daynait sei irreführend, weil die angesprochenen Verkehrskreise sie so verstünden, dass das Arzneimittel das erfolgreichste – im Sinne von meistverkaufte – Erkältungsmittel sei. Tatsächlich sei es lediglich die Nummer 7 unter den in Deutschland am meisten verkauften Erkältungsmitteln.

### Die Entscheidungsgründe des OLG Frankfurt

Aus den jetzt veröffentlichten Entscheidungsgründen des OLG Frankfurt ergibt sich, dass auch die OLG-Richter die beanstandete Aussage nicht beschränkt auf Erkältungsmittel mit unterschiedlicher Zusammensetzung und/oder Wirkung für den Tag und für die Nacht versteht. Für eine solche Auslegung böten – so der 6. OLG-Senat – weder der Wortlaut des Werbe-Siegels noch sein jeweiliger Kontext einen greifbaren Anhaltspunkt.

Der Werbeslogan lege nahe, dass das Arzneimittel sowohl unter den Mitteln für den Tag als auch bei denen für die Nacht – also bei allen Erkältungsmitteln – marktführend sei. Auch die Tatsache, dass das Erkältungsmittel der Beklagten vom **Bundesinstitut für Arzneimittel** und Medizinprodukte als Mittel für „Tag & Nacht“ zugelassen wurde, führte zu keiner anderen Bewertung durch das OLG.

Die arzneimittelrechtliche Zulassung lasse laut OLG-Urteil nicht den Schluss zu, dass es für den von der Werbung angesprochenen Verkehr erkennbar einen Teilmarkt „Tag & Nacht Erkältungsmittel“ mit unterschiedlichen Wirkstoffen bzw. Wirkungen gebe. (ps)



Der 6. Senat am OLG Frankfurt hat entschieden, dass P&G den Slogan von Wick Daynait nicht mehr verwenden darf – Foto: Dr. Dirk Fabrizio / OLG Frankfurt

## Die 7 neuen Titel

D  
Dental Marketing Awards

O  
Only You

K  
KI-katur  
KI-katuren

P  
Public Marketing Akademie  
Public Marketing Awards

N  
Nächte vor Hochzeiten



# Glück

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



[sos-kinderdoerfer.de](http://sos-kinderdoerfer.de)

# 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.

Vernetzen Sie sich mit uns via unserer LinkedIn-Präsenz



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

## Nächte vor Hochzeiten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Fandango Film und TV Produktions GmbH,  
Andernacher Straße 3, 50968 Köln**

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

## Only You

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Verlagsgruppe HarperCollins Deutschland GmbH  
Sparte Cora Verlag,  
Valentinskamp 24, 20354 Hamburg**

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

## KI-katur KI-katuren

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rüdiger Vossberg,  
Zwinglistr 34, 10555 Berlin**

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

## Public Marketing Akademie Public Marketing Awards Dental Marketing Awards

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-i, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**New Business Verlag GmbH & Co. KG,  
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg**

## 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