

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
20 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

OLG Köln: Produkte ohne Leder dürfen nicht mit dem Begriff „Apfelleder“ beworben werden



Foto: © Sebastian Duda

Der unter anderem für den gewerblichen Rechtsschutz zuständige 6. Zivilsenat des **Oberlandesgerichts Köln** hat im einstweiligen Rechtsschutz entschieden, dass ein Hundehalsband, das nicht aus Leder besteht, nicht mit der Bezeichnung „Apfelleder“ beworben werden darf (Urteil vom 4. Juli 2025 – Az.: 6 U 51/25).

Mit dieser Entscheidung hob das OLG Köln ein Urteil des Landgerichts Köln auf, das den Antrag der Klägerin auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurückgewiesen hatte (Urteil vom 19.02.2025 - 84 O 88/24).

Gegen diese Entscheidung des OLG Köln ist kein Rechtsmittel möglich (§ 542 ZPO). Die streitenden Parteien können ihre Ansprüche nur noch im Hauptsacheverfahren klären.

Zum Sachverhalt

Den Antrag hat ein Verband von Unternehmen der ledererzeugenden Industrie gestellt. Antragsgegnerin ist ein Online-Händler, der im Internet über seinen Online-Shop diverse Zubehörartikel für Hunde vertreibt, darunter als „Apfelleder“ bezeichnete Halsbänder. Das verwendete Material wird künstlich unter Zusatz von Trester sowie Schalenresten der Fruchtsaft-Industrie hergestellt. Die Antragstellerin hat von der Antragsgegnerin unter Androhung von Ordnungsmitteln verlangt, die Bewerbung dieser Produkte mit der Bezeichnung „Apfelleder“ zu unterlassen.

OLG Köln sieht Gefahr der Irreführung

Das Oberlandesgericht Köln hat die Entscheidung des Landgerichts Köln abgeändert und der Antragsgegnerin die beanstandete Werbung verboten. In

der Bezeichnung „Apfelleder“ liegt eine Gefahr der Irreführung von Verbrauchern. Der durchschnittliche Verbraucher versteht nach Ansicht des OLG Köln unter Leder ein natürliches, durch Gerben tierischer Häute und Felle hergestelltes Produkt. Der vorangestellte Zusatz „Apfel-“ beschreibt nicht eindeutig, dass es sich um ein künstlich hergestelltes Produkt handelt.

Unter der Bezeichnung „Olivenleder“ oder „Rhabarberleder“ werden pflanzlich gegerbte Leder angeboten. Ein namhafter Schuh-Hersteller bot 2009 Produkte aus Leder an, das mittels eines aus Apfelschalen und -trester gewonnenen Gerbstoffes hergestellt wurde. Vor diesem Hintergrund ist unerheblich, dass die Antragsgegnerin ihre Produkte in der Produktbeschreibung auf einer nachgelagerten Webseite als „vegan“ bezeichnet.

Hinweis „vegan“ zu versteckt

Die nachträgliche Kennzeichnung der Halsbänder als „vegan“ in der Produktbeschreibung reiche nicht aus, um diese Irreführung auszuschließen. Die Bezeichnung „Apfelleder“ sei auf der Übersichts- und Detailseite hervorgehoben gewesen, während der vegane Hinweis nur durch zusätzlichen Klick sichtbar geworden wäre und das zudem nicht im naheliegenden Abschnitt „Produktdetails“, sondern versteckt unter „Produktbeschreibung“.

Nach Ansicht des OLG Köln kann ein solcher Hinweis von einem durchschnittlich aufmerksamen Verbraucher, insbesondere bei einem nicht hochpreisigen Produkt, leicht übersehen werden. Der Hinweis „Vegan“ reiche daher nicht aus, um die Irreführung auszuschließen. (ps)

Die 20 neuen Titel

A	E
Als Eva anfang, Adam Nein zu sagen: Aus der Harmoniefalle ausbrechen	Einfach. Frisch. Anders.
Als Eva anfang, Adam zu führen: Wie Frauen Führung neu definieren	I
Als Eva anfang, auf die Überholspur zu wechseln: Souverän durchsetzen – geschätzt bleiben	Illu aktuell
Als Eva anfang, die Bühne zu erobern: PowerRhetorik für Frauen, die überzeugen wollen	Illu direkt
Als Eva anfang, sichtbar zu werden: Selbstmarketing für Frauen, die ihre Chancen aktiv nutzen	Illu für mich
	Illu mit Herz
	Ingenium Books
	Ingenium Life
	Ingenium News
	Ingenium Press
	Ingenium Verlag
B	V
Bevor ich es vergesse...	Von Natur aus Gesund
D	
Date or Break	
Date or Debate	
Date your redflag	

DER
TITELSCHUTZ
ANZEIGER

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

www.titelschutzanzeiger.de

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

Bevor ich es vergesse...

Der Titel ist vorgesehen für folgende WerkGattungen: Buch (Print und E-Book), Hörbuch / Audioproduktion, Lesungen / öffentliche Vorträge. Der Titelschutz wird vorsorglich für alle genannten Medienformen geltend gemacht, auch wenn eine Veröffentlichung zunächst nur im Buchformat vorgesehen ist.

**Walter Hofmann, Betriebswirt & Friseur,
Morgensternstraße 35, 60596 Frankfurt am Main**

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

**Illu für mich
Illu mit Herz
Illu direkt
Illu aktuell**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**SCG Verlag Ltd.,
Frickestraße 41, 20251 Hamburg**

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

Von Natur aus Gesund

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Wortverbindungen, Schriftarten, Abwandlungen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien und alle Werkarten, insbesondere für Tonwerke, Podcasts, Printmedien, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, Off- und Onlinedienste, Multimediaanwendungen sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

**LexDellmeier Intellectual Property Law Firm - Kanzlei
für Gewerblichen Rechtsschutz,
Nymphenburger Straße 23, 80335 München**

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

Ingenium Verlag Ingenium Books Ingenium Press Ingenium News Ingenium Life

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen. Für die Veröffentlichung und den Vertrieb von Büchern, E Books, Printmedien, digitalen Inhalten, Webseiten, Social Media-Kanälen und Druckerzeugnissen sowie journalistischen Beiträgen, Blogs, Podcasts und publizistischen Nachrichtenformaten.

**Adrian Lustig,
Rhoder Weg 32, 57462 Olpe**

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

Als Eva anfang, die Bühne zu erobern: PowerRhetorik für Frauen, die überzeugen wollen

Als Eva anfang, sichtbar zu werden: Selbst- marketing für Frauen, die ihre Chancen aktiv nutzen

Als Eva anfang, auf die Überholspur zu wech- seln: Souverän durchsetzen – geschätzt bleiben

Als Eva anfang, Adam Nein zu sagen: Aus der Harmoniefalle ausbrechen

Als Eva anfang, Adam zu führen: Wie Frauen Führung neu definieren

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Matthias Dahms,
Schloßstraße 18, 74831 Gundelsheim**

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

Einfach. Frisch. Anders. Date or Break Date or Debate Date your redflag

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**



Glück

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

**SOS
KINDERDÖRFER
WELTWEIT**

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



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