

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
15 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Deutscher Werberat legt Bilanz 2025 vor – Beschwerden sind spürbar gestiegen

Der **Deutsche Werberat**, die vom **ZAW** getragene Selbstkontroll-Einrichtung der Werbewirtschaft mit Sitz in Berlin, hatte 2025 erheblich mehr zu tun als im Vorjahr. 2025 sind nämlich beim Deutschen Werberat deutlich mehr Beschwerden und Anliegen eingegangen als 2024. Insgesamt haben knapp 2.000 einzelne Beschwerden und Anliegen zu Werbemaßnahmen die Einrichtung zur Selbstregulierung erreicht. Das geht aus der Jahresbilanz 2025 hervor, anlässlich deren Veröffentlichung der Deutsche Werberat auch drei Rügen ausspricht. Die Durchsetzungsquote des Werberats lag 2025 mit 93 Prozent ähnlich hoch wie im Vorjahr (94 Prozent).



Das Jahrbuch 2026 des Deutschen Werberats gibt Auskunft über die Aktivitäten der Selbstkontroll-Instanz der Werbewirtschaft in Deutschland

Mehr Beschwerden und Anliegen

Zu möglichen Verstößen gegen die Verhaltensregeln des Deutschen Werberats gingen im Jahr 2025 insgesamt 1.948 Einzelbeschwerden ein. Aus allen eingegangenen Beschwerden ergaben sich im Jahr 2025 insgesamt 1.289 Werbemaßnahmen, mit denen sich der Werberat befasste. Im Vorjahr waren es nur 813 Fälle – also 476 weniger als in 2025.

Von den 1.286 Werbe-Aktivitäten fielen 451 Fälle im Zuständigkeitsbereich der Selbstregulierung der Werbewirtschaft. 838 Werbemaßnahmen betrafen Sachverhalte außerhalb der Zuständigkeit des Werberats. Diese wurden entsprechend verwiesen oder anderweitig beantwortet. Die Anzahl der vom Werberat geprüften Fälle stieg damit gegenüber dem Vorjahr um 100 Fälle bzw. um 28 Prozent – 2024 waren es nämlich nur 351 Fälle.

103 Fälle wurden vom Werberat beanstandet

Von den 451 Werbemaßnahmen, die in die Zuständigkeit des Werberats fielen, wurden 348 Werbemaßnahmen nicht beanstandet. In 103 Fällen wandte sich der Werberat hingegen an die werbenden Unternehmen, weil sie gegen die Regeln des Werberats verstießen. Nach der Intervention des Werberats wurden 96 Werbemaßnahmen gestoppt oder geändert, wobei in neun Fällen die Werbemaßnahme abgeändert und in 85 Fällen die Maßnahme gestoppt wurde.

In 22 Fällen leitete die Geschäftsstelle kein Beschwerdeverfahren ein, informierte die Unternehmen jedoch über die eingegangene Kritik und sensibilisierte sie für die Wahrnehmung ihrer Werbung in Teilen der Bevölkerung. In sieben Fällen sprach der Deutsche Werberat öffentliche Rügen aus. Betroffen waren fünf Unternehmen, die insgesamt sieben Werbemaßnahmen geschaltet hatten.

Geschlechter-Diskriminierung stört am meisten

Die Bevölkerung wendet sich aus unterschiedlichen Gründen an den Deutschen Werberat. Häufigster Beschwerdegrund war auch 2025 geschlechterdiskriminierende Werbung. Der Werberat befasste sich in 222 Fällen mit entsprechenden Beschwerden. Dies entspricht 49 Prozent aller Werberatsfälle.

Ein Grund für den deutlichen Anstieg gegenüber dem Vorjahr (2024: 143 Fälle) dürfte die Einstellung des Melde-Portals „**Werbemelder*in**“ der Kampagnen-Organisation **PINKSTINKS** im Januar 2025 sein. Über das Portal konnten seit 2017 Werbemotive gemeldet werden, die als sexistisch empfunden wurden. Seit der Einstellung des Portals verweist die Webseite auf das Beschwerdeformular des Deutschen Werberats.

An zweiter Stelle der Beschwerdegründe steht der Komplex Ethik und Moral mit 47 Fällen, wobei 41 davon nicht beanstandet und sechs gestoppt wurden. Auf Platz drei folgten Beschwerden zu Alkoholwerbung mit 36 Fällen. In dieser Kategorie wurden 19 Werbemaßnahmen nicht beanstandet, 15 gestoppt und zwei geändert. Die Kategorie Diskriminierung von Personengruppen lag mit 33 Fällen auf Platz vier.

Im 102-seitigen Jahrbuch 2026 des Deutschen Werberats gibt es noch weitere Details zur Arbeit sowie diverse Statistiken und Erläuterungen zu den Entwicklungen der Beschwerden. Das Buch kann beim Deutschen Werberat bestellt werden (Gebühr von 5 Euro zzgl. Versandkosten) oder aber kostenfrei als PDF angefordert werden. (ps)

Diese Woche: 15 Titel

B

BI-BA-BUTZEMANN

BUTZEMANN

C

Chopper

D

Das Fifty-Fifty Quiz

DER FLUCH DES BIBABUTZEMANN

DER FLUCH DES BUTZEMANN

E

„Erinnern heißt leben“

J

JACKPOT WIR SIND DANN MAL REICH

K

Kindergeburtstag

L

Lost Summer

M

Mission Sommermärchen

S

SANTA HABIBI

Schnitzeljagd

T

The Most Evil Reality-Star

TNTea – Mit Livia und Romina

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

BI-BA-BUTZEMANN

BUTZEMANN

DER FLUCH DES BUTZEMANN

DER FLUCH DES BIBABUTZEMANN

JACKPOT WIR SIND DANN MAL REICH

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

**Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians,
TEAL Rechtsanwälte PartG mbB,
Widenmayerstraße 10, 80538 München**

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

SANTA HABIBI

in sämtlichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen, Ab-
wandlungen, 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, Multime-
diaanwendungen, Film, Rundfunk-, Hörfunk- und Fernsehsendungen und
ähnliche Inhalte, Promotion für Film sowie Rundfunk-, Hörfunk- und Fern-
sehsendungen und ähnliche Inhalte, Musik- und Bühnenveranstaltungen,
Touren, Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen jeder Art, für
Merchandising in jeglicher Form, für Druckerzeugnisse und Printmedien
aller Art sowie für Software-Erzeugnisse und Datenträger.

**STORY GARDEN Film GmbH,
Kaiser-Ludwig-Platz 1, 80336 München**



Glück

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



sos-kinderdoerfer

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

Das Fifty-Fifty Quiz

Lost Summer

Mission Sommermärchen

TNTea – Mit Livia und Romina

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

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:

„Erinnern heißt leben“

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen, insbesondere für gedruckte Werke, elektronische Publikationen und audiovisuelle Medien.

Antje Bunge,
Auredde 14, 24783 Osterrönnfeld

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

The Most Evil Reality-Star

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

film pool entertainment GmbH,
Kalscheurener Straße 91, 50354 Hürth

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

Kindergeburtstag

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.

Wiedemann & Berg Film GmbH,
Taunusstraße 21, 80807 München



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

6081

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

Schnitzeljagd

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, außer Spiele, insbesondere außer analoge Brett- und Kartenspiele.

Wiedemann & Berg Film GmbH,
Taunusstraße 21, 80807 München

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

Chopper

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Off-Line- und On-Line-Dienste einschließlich Web-Page-Auftritte)

RAe Brehm & v. Moers,
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2, Spreepalais am Dom,
10178 Berlin

Über **74.000** archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de

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: Merle Rattunde (verantwortl.) (-56)

Redaktion: Merle Rattunde (-56)

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: HASPDEHXXX

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