

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
12 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

OLG Karlsruhe: Automotive-Influencerin muss bei Pressereisen entstandene Beiträge kennzeichnen

Strenge Maßstäbe legt das **Oberlandesgericht Karlsruhe** bei Social Media-Beiträgen an. Die können auch dann als Werbung kennzeichnungspflichtig sein, wenn anstelle von Geld andere geldwerte Vorteile wie etwa Pressereisen oder bereitgestellte Produkte genutzt werden.

Im vorliegenden Fall hatte die **Wettbewerbszentrale** mit Sitz in Bad Homburg Beiträge beanstandet, in denen die Influencerin verschiedene Fahrzeuge bekannter Automobil-Hersteller präsentierte. In kurzen Video-Beiträgen („Reels“) zeigte sie unter anderem ihren ca. 1 Mio. Followern Funktionen von Fahrzeugen, Innenräume oder besondere Design-Elemente. Eine Kennzeichnung als Werbung fehlte jedoch.

Das Oberlandesgericht Karlsruhe entschied nun, dass eine Automotive-Influencerin künftig Beiträge als werblich kennzeichnen muss, wenn sie geldwerte Vorteile in Anspruch nimmt (Urteil vom 3. März 2026 – Az.: 14 UKI 2/24). Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig. Eine Revision hat das OLG Karlsruhe nicht zugelassen.

Kostenübernahme für Presseterminen als Gegenleistung

Nach den Feststellungen des Gerichts war die Influencerin von den Herstellern zu Präsentations- und Presse-Terminen eingeladen worden. Dabei wurden ihr Fahrzeuge kostenfrei zur Verfügung gestellt. Außerdem übernahmen die Auto-Hersteller die Reise-, Unterkunfts- und Verpflegungskosten für die Influencerin.

Das Oberlandesgericht Karlsruhe teilte die Position der Wettbewerbszentrale, dass hierin eine „Gegenleistung“ liege, die eine Werbekennzeichnung erfordert. Denn die Beiträge hätten dadurch einen „kommerziellen Zweck“.



Das OLG Karlsruhe legt bei Social Media großen Wert auf die Trennung von Werbung und Redaktion

Rechtlich sei es dafür nicht erforderlich, dass Influencer unmittelbar für einen Beitrag bezahlt würden oder zur Veröffentlichung verpflichtet seien. Es genüge, dass ein geldwerter Vorteil gewährt werde (etwa im Rahmen von Presseterminen) und die Beiträge dadurch zumindest auch der Imagepflege der Hersteller dienten.

Auch scheinbar neutrale Präsentationen können Werbung sein

Die betroffenen Beiträge wirkten auch nach Auffassung des OLG Karlsruhe auf den ersten Blick eher wie kurze Demonstrationen oder Bedienungshinweise zu einzelnen Fahrzeugfunktionen, seien aber nicht unmittelbar als Werbung erkennbar gewesen. Gerade deshalb habe es einer Kennzeichnung bedurft.

Maßgeblich für die Frage, auf welche Nutzersicht es ankomme, seien laut OLG Karlsruhe dabei nicht nur die Follower-Community der Influencerin gewesen. Vielmehr könnten Beiträge über die Algorithmen von Instagram auch anderen Nutzern angezeigt werden, die das Profil nicht kennen. Diese Nutzer aber könnten den werblichen Hintergrund der Videos nicht ohne weiteres erkennen; die Beiträge seien daher entsprechend zu kennzeichnen.

Die Verifizierung eines Accounts (durch den sog. „blauen Haken“) könne zwar dazu führen, dass sich der kommerzielle Zweck bereits aus den Umständen ergebe. Dies gelte aber nicht uneingeschränkt. Insbesondere bei der Vermischung von redaktionellen und nicht-redaktionellen Beiträgen führe eine solche Verifizierung nicht automatisch dazu, dass Nutzer grundsätzlich von werblichen Inhalten ausgehen müssten. (ps)

Diese Woche: 12 Titel

A

Auf die Zähne, putzen, los!

B

Bin ich Glückliche

Bin ich Glückliche?

F

Fertigspritzen

G

Glücklich

I

IN DA HOUSE

K

Kompodium der klinischen Prüfung

L

Landpartie Münsterland

Leichter leben

M

Mordach - Blutiger Schnee

S

Samen der Seele

Seed of the Soul

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

Auf die Zähne, putzen, los!

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

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

Kompodium der klinischen Prüfung Fertigspritzen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

ECV Editio Cantor Verlag GmbH,
Bändelstockweg 20, 88326 Aulendorf

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

Samen der Seele Seed of the Soul

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Angelika Fürstler,
Efesou 9, 5280 Paralimni / ZYPERN

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

IN DA HOUSE Bin ich Glückliche Bin ich Glückliche? Glücklich

In allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelskombinationen 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

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

Leichter leben

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

SCG Verlag Ltd.,
Frickestraße 41, 20251 Hamburg

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

Landpartie Münsterland

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, Darstellungsformen, Titelkombinationen für Literatur, Seminarveranstaltungen, Bild-, Ton-, Daten- und Videoträger aller Art, Software-Erzeugnisse, Film, Fernsehen, Rundfunk, elektronische, audiovisuelle und digitale Medien, Merchandising in jeder Form sowie Druckerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien und sämtliche Multimedia-Produkte.

**Meissner Bolte Patentanwälte
Rechtsanwälte Partnerschaft mbB,
Widenmayerstraße 47, 80538 München**

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

Mordach - Blutiger Schnee

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insb. Groß- u. Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Werkarten und Medien (insb. Film, Fernsehen, Offline- und Online-Dienste (insb. Internet), Bild-/Ton- und Datenträger aller Art, sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Merchandising, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften und sonstige Druckerzeugnisse.

**UFA FICTION GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam**

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: 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