

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
12 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

BGH: Für Ärzte-Siegel gelten strenge Maßstäbe

Siegel sind für viele Verbraucher ein hilfreicher Faktor bei einer Kauf-Entscheidung – daher haben sie sich auch zu einem recht attraktiven Geschäftsmodell entwickelt. Das hat wiederum einige Institutionen auf den Plan gerufen, um die Glaubwürdigkeit von Siegeln zu überprüfen. Im Prozess um die Ärzte-Siegel des Magazins **Focus Gesundheit** musste nun sogar der **Bundesgerichtshof** (BGH) in Karlsruhe ran.

FOCUS GESUNDHEIT

Der unter anderem für das Wettbewerbsrecht zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat entschieden, dass zur Vermeidung einer Irreführung bei der entgeltlichen Bereitstellung von Testsiegeln an Ärztinnen und Ärzte strenge Anforderungen an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit des Testverfahrens und der Gestaltung der Siegel zu stellen sind (Urteil vom 30. Juli 2026 – Az.: I ZR 130/25).

Nach diesem BGH-Urteil muss sich das **Oberlandesgericht München** nun noch einmal intensiv mit dem Fall beschäftigen und die Klage der **Wettbewerbszentrale e.V.** gegen den **Focus Magazin Verlag** gemäß der BGH-Vorgaben neu verhandeln.

Zum Sachverhalt

In der Zeitschrift **Focus Gesundheit** werden Ärztelisten publiziert, in denen Mediziner in verschiedenen Kategorien aufgelistet werden. Den im Ranking aufgeführten Ärzten bietet der Focus Magazin Verlag ein Siegel an, dass gegen Zahlung einer jährlichen

Siegel-Gebühr von den Ärzten zu Werbezwecken genutzt werden kann.

Die in Bad Homburg ansässige Wettbewerbszentrale wendet sich nicht gegen die Publikation der Ärzte-Listen, aber sie hält das nachfolgende Anbieten und Zurverfügungstellen der für die Jahre 2020 und 2021 erteilten Siegel für unlauter. Die Wettbewerbszentrale meint, den Siegelvergaben hätten keine sachgerechten Kriterien zugrunde gelegen und die Gestaltung der Siegel sei irreführend.

Das **Landgericht München I** gab der Klage statt (Urteil vom 13. Februar 2023 – Az.: 4 HK O 14545/21). Dagegen ging der Focus Magazin Verlag vor dem Oberlandesgericht München in mit Erfolg in Revision (Urteil vom 22. Mai 2025 – Az.: 29 U 867/23 e.). Prompt ging die Wettbewerbszentrale zum BGH nach Karlsruhe.

BGH hebt OLG-Urteil auf und verweist es zurück

Der I. Zivilsenat des BGH hat das OLG-Urteil aufgehoben und die Sache zur neuen Verhandlung und Entscheidung an das OLG München zurückverwiesen. In der Presse-Info Nr. 137/2026 vom 30. Juli 2026 werden die Entscheidungsgründe erläutert:

„Bei den Siegeln „FOCUS Top Mediziner“ und „FOCUS Empfehlung“ handelt es sich um Testlogos mit Gesundheitsbezug, für die im Rahmen der Prüfung, ob eine Irreführung vorliegt, die Grundsätze der gesundheitsbezogenen Werbung gelten. Danach unterliegt gesundheitsbezogene Werbung besonders strengen Anforderungen an die Richtigkeit, Eindeutigkeit und Klarheit einer Werbeaussage. Mit die-

sem strengen Maßstab wird zum einen dem hohen Schutzgut der Gesundheit und zum anderen dem Umstand Rechnung getragen, dass die eigene Gesundheit in der Wertschätzung der Verbraucher einen hohen Stellenwert hat und sich deshalb an die Gesundheit anknüpfende Werbemaßnahmen erfahrungsgemäß als besonders wirksam erweisen. Der Anwendung des strengen Maßstabs der Gesundheitswerbung stehen weder die Meinungsäußerungsfreiheit (Art. 5 Abs. 1 Satz 1 GG, Art. 11 Abs. 1 EU-Grundrechtecharta) noch die Presse- oder Medienfreiheit (Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG; Art. 11 Abs. 2 EU-Grundrechtecharta) entgegen.



Foto: Joe Miletzki

Der BGH stellt strenge Anforderungen an die Richtigkeit von Test-Siegeln für Ärzte

Gesundheitsbezogene Testlogos unterliegen mithin sowohl hinsichtlich des angewendeten Testverfahrens als auch der Gestaltung der Testlogos strengen Anforderungen an die Richtigkeit und Seriosität. Ergeben sich aus dem Testverfahren Einschränkungen der Aussagekraft, so dürfen die Testlogos keine einschränkungslose Aussage treffen, sondern müssen die aus dem Testverfahren herrührenden Einschränkungen erkennen lassen.

Fortsetzung auf Seite 2

Fortsetzung von Seite 1

Diesem Maßstab wird das Urteil des Berufungsgerichts nicht gerecht. Aus seinen Feststellungen ergibt sich nicht mit hinreichender Gewissheit, dass das von der Beklagten angewendete Testverfahren geeignet war, den strengen Anforderungen an die Richtigkeit des Testergebnisses mit Gesundheitsbezug zu genügen. Dies gilt etwa für den Umstand, dass bereits allein die vorherige Auszeichnung als „FOCUS Top Mediziner“ für die Aufnahme in die Liste genügte. Das Berufungsgericht hat auch nicht geprüft, nach welchen Maßstäben Punkte an die 75.000 aus dem Recherchepool ausgewählten Mediziner vergeben wurden, aus denen auf der nächsten Stufe 30.000 Mediziner ausgewählt und um Selbstauskunft gebeten wurden. Das Berufungsgericht hat auch den Umstand keiner Prüfung unterzogen, dass die Beurteilung der Behandlungsleistung wesentlich auf den Selbstauskünften der befragten Ärzte beruhte.

Ferner kommt in Betracht, dass auch die Gestaltung der Test-Logos nicht den strengen Anforderungen an eine Gesundheitswerbung genügt. Die Test-Logos könnten als irreführend zu beurteilen sein, weil sie etwaige mit dem Testverfahren verbundene Einschränkungen ihrer Aussagekraft nicht klar erkennen lassen. Nach den vom Berufungsgericht getroffenen Feststel-

lungen sind Grundlage der Erhebungen unter anderem die Empfehlungen von Arztkollegen, Selbstauskünfte der Ärzte über ihre Behandlungsleistung sowie Patienten-Bewertungen. Die Test-Logos enthalten jedoch eine einschränkungslose, verallgemeinerte Qualitätsauszeichnung zugunsten der so benannten Ärzte und lassen nicht erkennen, auf Grundlage welcher Kriterien das Testurteil zustande gekommen ist und auf wessen subjektiven Einschätzungen es beruht. Es kommt deshalb in Betracht, dass die Test-Logos eine so nicht gerechtfertigte fachliche Autorität beanspruchen.

Mit der Bereitstellung irreführender Siegel zur Werbung durch Ärzte hat die Beklagte gegebenenfalls die Gefahr der Irreführung von Verbrauchern begründet und hierdurch täterschaftlich das Irreführungsverbot des § 5 Abs. 1 UWG verletzt.

Die entgeltliche Bereitstellung der Siegel durch die Beklagte an Ärztinnen und Ärzte unterliegt als geschäftliche Handlung dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. Zwar ist die Veröffentlichung redaktioneller Beiträge durch ein Presseunternehmen - hier etwa: die Veröffentlichung der Ärztelisten in den Publikationen der Beklagten - keine solche geschäftliche Handlung, sondern notwendige Begleiterscheinung des unter dem Schutz der Pressefreiheit (Art. 5 Abs. 1

Satz 2 GG; Art. 11 Abs. 2 EU-Grundrechtecharta) stehenden funktionsgerechten Pressehandelns. Im Streitfall greift die Klägerin jedoch nicht die pressemäßige Veröffentlichung der Listen, sondern die entgeltliche Bereitstellung von Siegeln als Werbemittel für Ärzte an. Insoweit handelt die Beklagte geschäftlich, nämlich sowohl zu Gunsten fremder Unternehmen (zur Förderung des Absatzes der mit den Siegeln ausgestatteten Ärzte) als auch zugunsten ihres eigenen Unternehmens (zur Förderung des Absatzes ihrer Dienstleistung). Auch wenn die Beklagte durch die Bereitstellung der Siegel redaktionelle Recherche-Ergebnisse wirtschaftlich verwertet, tritt hierbei die journalistisch-redaktionelle Vorleistung gegenüber der Vermarktung eines eigenständigen, außerhalb von Presse-Erzeugnissen liegenden Produkts in einem Maße zurück, dass eine geschäftliche Handlung anzunehmen ist.

In der wiedereröffneten Berufungsin- stanz wird das Berufungsgericht wei- tere Feststellungen zur Frage der Irre- führung durch die Testlogos zu treffen haben.“

Trotz dieser BGH-Entscheidung gibt sich die **Burda**-Tochter Focus Maga- zin Verlag zuversichtlich. Sie ist zu- versichtlich, dass die Ärzte-Listen den strengen Anforderungen Stand halten werden. (ps)

Diese Woche: 12 Titel

C

Catch us. Die Jagd durch Europa

D

Der weiße Kontinent - Ich hatte einen Traum

G

Gipfelglück

M

Mein Mann, mein Mörder – Wegsehen tötet

P

Public Marketing Award

Public Marketing Awards

Public Marketing Events

Public Marketing Festival

Public Marketing Heroes

Public Marketing Show

Public Marketing Stars

U

Und unten leuchten wir....

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich, Heribert Thanner (Autor/Pseudonym: Orion Vale), Titelschutz in Anspruch für:

Der weiße Kontinent - Ich hatte einen Traum

In allen Schreibweisen und Darstellungsformen. In allen Sprachen, Wortformen für Bücher, E-Books, sämtliche Medienformate, Internet und Social Media und Drehbücher.

Heribert Thanner,
Wiedner Hauptstraße 40, A1040 Wien

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

Catch us. Die Jagd durch Europa

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

Seven.One Entertainment Group GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

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

Und unten leuchten wir....

in allen Wortverbindungen, Schreib- bzw. Darstellungsweisen und graphischen Gestaltungen für alle Medien.

Bavaria Fiction GmbH,
Bavariafilmplatz 7, 82031 Geiselgasteig

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

Gipfelglück

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Polyphon Film GmbH,
Nestorstr. 8-9, 10709 Berlin

Über **80.000**

archivierte Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter

 titelschutzanzeiger.de

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

Mein Mann, mein Mörder – Wegsehen tötet

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.

SYLVENSTEIN Rechtsanwälte,
Sckellstraße 6, 81667 München

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

Public Marketing Award
Public Marketing Awards
Public Marketing Events
Public Marketing Festival
Public Marketing Heroes
Public Marketing Show
Public Marketing Stars

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

Einzigartige Marken Einzigartige Geschichten



markenat
Das Magazin für Marken
Herausgegeben vom Markenverband

Abonnieren Sie hier

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