

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

Olympia wirft seinen Schatten voraus, Rock 'N' Roll und Bundeswehr feiern Jubiläum: 96 neue Titel wollen auf den Markt

Das Fernsehen wird uns in diesem Jahr allerlei Neues bringen: So beschäftigt sich VOX mit „Wohnen nach Wunsch“ und 9Live mit dem „Feierabend“. Die Neue Filmproduktion Berlin setzt „Dr. Sommerfeld“ zwischen alle Stühle und Polyphon Film möchte „Pfarrer Braun“ wiederbeleben. Mit Spannung erwarten wir die „Die große Olympiashow“ und den „Knigge-TV-Test“. Alle 96 Titel finden Sie auf der nächsten Seite.

Endlich auch müller- oder schröder.de

DENIC startet mit Internationalized Domain Names

Ab 1. März 2004 können auch Umlaute innerhalb der Domain registriert werden. Dann nämlich startet die Registrierungsstelle DENIC auch für „de-Domains“ mit den neuen Internationalized Domain Names (IDNs). Zukünftig können nicht nur Umlaute, sondern auch Zeichen wie das französische „é“ oder das dänische „ø“ benutzt werden. Ins-

gesamt 92 zusätzliche Buchstaben umfasst die neue Liste. Nur „ß“ wird nach den internationalen Regeln weiterhin mit der Umschreibung „ss“ gleichgesetzt.

Parallel zur Einführung in Deutschland, werden auch die Registrierungsstellen in Österreich und der Schweiz IDNs unterhalb der Top Level Domain „.at“, „.ch“ und „.li“ zulassen. (AL)

Näheres unter:
www.denic.de/de/domains/idns

Neuer Zeitplan für die Europa-Domain

dotEU startet im November 2004

Im Dezember hat EURid (European Registry of Internet Domainnames) einen offiziellen Zeitplan für die Registrierung von „eu-Domains“ veröffentlicht. Ab März 2004 beginnt die Vorbereitungs- und Übersetzungsphase.

Die EU-Kommission wird in Zusammenarbeit mit den Mitgliedsstaaten die Public Policy Rules (PPR) erarbeiten. Ein Regelwerk für die Vergabebedingungen wird vorbereitet. Ab Juni 2004 soll dann die Liste der akkreditierten Domain-Registrierer veröffentlicht werden, an die sich Internetnutzer mit ihrem Registrierungswunsch wenden können.

Interessant wird es ab September: Dann soll die sogenannte Sunrise Period beginnen. In dieser Phase können sich Inhaber von Marken- oder anderen Kennzeichnungrechten ihre Domain bevorzugt registrieren lassen.

Ab November 2004 kann dann jeder seine „eu-Domain“ anmelden. Die Vergabe erfolgt auf der üblichen „first come – first served“ Basis. Ausgenommen sind nur die Anmeldungen aus der Sunrise Period und eine über die Public Policy Rules festgelegte Auswahl von gesperrten Begriffen. (AL)

Informationen unter:
www.eurid.org/information/timetable.html

Seminare & Kongresse

IVW - Umsetzung
der neuen Regeln in der Praxis
Termin: 17. Februar 2004

NH-Frankfurt-City
Näheres unter: www.vdz.de
Tel. 030 - 72 62 98 - 113



Täglich ergänzte eigene Datenbanken
in allen Medienbereichen

Gracklauer Titelrecherchen

www.gracklauer.de
info@gracklauer.de
Tel 030 825 81 39
Fax 030 826 20 39

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

Diese Woche: 96 Titel

50 Jahre Bundeswehr	Der ISAF Einsatz - Die Bundeswehr in Afghanistan	Haus und Energie	Pfarrer Braun
50 Jahre Rock	Der Knigge-TV-Test	Hitlers Manager	„Der Fluch der Pröbstin“
50 Jahre Rock 'N' Roll	Der Kriegskaiser	Ihre Praxiszeitung	Pfarrer Braun
50 Jahre Rock 'N' Roll!	Der letzte deutsche Kaiser	Imago	„Ein verhexter Fall“
50 Jahre Rock!	Der Traum vom Süden	iTV1	popkultur für die wirtschaft
50 years of rock	DIE GROSSE BENIMM SHOW	iTVO	Portuguide
50 years of rock!	Die große Olympiashow	iTVONE	Promitausch
9Live Feierabend	Die große Olympiashow!	Jackpot	provokation als chance
Agento [A] Systems	Die Olympiashow	Kanzlerberater	RX -Media
Aichacher (Der)	Die Olympiashow!	Lechhausener (Der)	Schwaben weissblau, hurra und helau
Alle Menschen werden Schwestern und Brüder	Die Ostborns	Ludwig - Des König's Traum	Schwabmünchner (Der)
Augsburger (Der)	Dr. Sommerfeld - Zwischen allen Stühlen	Ludwig - Königsträume	sonnenklar TV - Reiseshop
AUTO-NEWS	Edelweiß	Ludwigs Traum	sozial-controlling
Bergauf	Einkaufsführer Berlin	Ludwig's Traum	speedland
Berliner Einkaufsführer	Elektronisches Wissen - Betriebsprüfung compact	maximum music!	Spuren in den Tod
Biwak	e-medical	maximum rock!	Stadtbergener (Der)
Bobinger (Der)	Everest	maximum sound!	Straße der heimlichen Freuden
CADscout	FAKOR außenwirtschaft	maximum stars!	TOP Ideenshop
Capisco	FAME	media & business	TOP Trendshop
Car Zoom	GPL Gesundheits Produkte Lexikon	media business	Tuning TV
Das Testament - Opa ist der Beste	Halb Deutschland sucht den Super-Punk	meetings fremdmoderiert	Unsere Praxiszeitung
Das Wunder von Bern - Die wahre Geschichte	Haus & Energie	Meine Praxiszeitung	Wertinger (Der)
Der Friedenskaiser	Haus + Energie	Meitinger (Der)	WOHNEN NACH WUNSCH
		Millionenjagd	YAG
		Mountain Spirit	Zusmarshausener (Der)
		Opa's letzter Wille	
		Peak	

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 653 erscheint am 27.01.2004 **Anzeigenschluss:** 23.01.2004, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 656 erscheint am 17.02.2004 **Anzeigenschluss:** 13.02.2004, 10 Uhr

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

GPL Gesundheits Produkte Lexikon

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**MTD-Verlag GmbH,
Schomburger Straße 11, 88279 Amtzell**

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

YAG

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hamburger Stadtillustrierten Verlags GmbH,
Schulterblatt 120, 20357 Hamburg**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

Ist Nemo nur ein Plagiat?

Streit um den Clownfisch: Französischer Kinderbuchautor verklagt Disney.

Bisher schwamm der halb-weise Clownfisch Nemo ungestört in den Tiefen der Südsee. Kein Wässerchen trübte den Erfolg der Zeichentrickfigur, die Disney im vergangenen Jahr mit dem Film „Findet Nemo“ auf die Leinwand brachte. Jetzt muss sich der sympathische Fisch im orange-weißen Schuppengewand allerdings den Vorwurf gefallen lassen, nur das Plagiat einer aus französischer Feder stammenden Kinderbuchfigur zu sein. Diese heisst Pierrot le poisson-clown und ist ebenfalls ein in der Südsee lebender Clownfisch, der sich sein orange-weißgestreiftes Aussehen und den Verlust eines Elternteils mit Nemo teilt. Schöpfer der schwimmenden Unterwasserfigur ist Franck Le Calvez, der sein Buch mit dem Titel „Pierrot le poisson-clown“ 2002 auf den

französischen Markt brachte. Ende vergangenen Jahres reichte er gegen Disney Klage ein, weil er seine Urheber- und Markenrechte verletzt sah.

Wie Le Calvez behauptet, begann die Entstehungsgeschichte „seines“ Clownfisches bereits im Jahr 1995, als er die Realisierung eines Zeichentrickfilms mit Pierrot als Hauptfigur plante. Seine Anfragen bei verschiedenen Filmproduktionsfirmen wurden jedoch abgelehnt, woraufhin Le Calvez ein illustriertes Kinderbuch entwickelte, das der Verlag Flaven Scene mit einer Auflage von 2000 Stück herausbrachte. Das nach wie vor unveröffentlichte Drehbuch ließ Le Calvez bei der französischen Autorenvereinigung registrieren, während sich das Buch „Pierrot le poisson-clown“ unterdessen erfolgreich verkaufte. Als jedoch die Disney-Produktion „Findet Nemo“ in Frankreich in die Kinos kam und

ihr Clownfisch-Protagonist plötzlich in aller Munde war, sah Le Calvez sein eigenes Werk gefährdet.

Verschiedene Buchhändler - darunter Frankreichs größtes Medienkaufhaus FNAC - hätten sich geweigert, das Kinderbuch weiterhin zu verkaufen, weil sie es für ein Plagiat von Nemo hielten, sagte Le Calvez im Dezember der französischen Tageszeitung Liberation. „Ich wollte nicht, dass man meinen Fisch am Leben hindert“, erklärte er deshalb sein rechtliches Vorgehen gegen Disney. Neben der Verletzung von Urheberrechten wirft er dem amerikanischen Medienkonzern den Mißbrauch seiner in Frankreich angeblich seit 1995 geschützten Marke „Pierrot le poisson“ vor. Der Autor fordert nun eine Beteiligung an den von Disney erzielten Kino- und Merchadising-Umsätzen. Le Calvez' Anwalt Pascal Kamina ist überzeugt davon,

dass die Idee, aus der die Figur Nemo geboren wurde, über französische Studios, die Le Calvez seit 1995 kontaktiert hatte, zu Disney gelangt ist. Es sei nicht nur die Ähnlichkeit zwischen Pierrot le poisson und Nemo, die eine Erklärung verlange, sagte er gegenüber CNN. Es gehe vielmehr auch um andere Charaktere, die in „Findet Nemo“ auftauchten und denen der französischen Erzählung sehr nahe kämen.

Disney nahm die Vorwürfe bisher gelassen und teilte mit, das Vorgehen habe keine Aussicht auf Erfolg. Der Film sei unabhängig entwickelt worden und verletze weder Copyright, noch Markenrechte. Ob das Gericht der selben Meinung ist, soll im Februar entschieden werden. Dann wird sich die französische Justiz dem Streit um den Clownfisch annehmen.

Quelle: www.markenplatz.de

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 Markengesetz nehmen wir für unsere Mandantin Titelschutz in Anspruch für die Titel:

**maximum sound!
maximum stars!
maximum rock!
maximum music!**

und zwar in allen Abwandlungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Titelkombinationen für Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Merchadising, Druckereierzeugnisse, alle Printmedien, Softwareerzeugnisse, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-Rom, CD-I, Offline-Dienste und sonstige Online-Medien.

**RA Dr. Hans-Joachim Tesmer LL.M.,
Frankenstraße 3, 20097 Hamburg**

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

**(Der) Aichacher
(Der) Bobinger
(Der) Schwabmünchner
(Der) Zusmarshausener
(Der) Stadtbergener
(Der) Meitingener
(Der) Wertinger
(Der) Lechhausener
(Der) Augsburgener**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Herba Werbeverlag Baur GmbH,
Konrad-Adenauer-Allee 11, 86150 Augsburg**

Neues von der "Post"-Marke

Express- und Kurierdienste stellen Antrag auf Löschung der Marke „Post“

Weil er eine Re-Monopolisierung des Brief- und Paketbereichs für die Deutsche Post AG befürchtet, hat der Bundesverband Internationaler Express- und Kurierdienste e.V. (BIEK) beim Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) einen Antrag auf die Löschung der Marke „POST“ gestellt. Im November letzten Jahres war es der Deutschen Post AG gelungen, den bisher abgelehnten Markeneintrag durchzusetzen. Seitdem ist die Bezeichnung „POST“ als Wortmarke in den Klassen 39 und 35 unter anderem für die Zustellung von Brief-, Paket-, und Kuriersendungen geschützt. Wie ein Blick ins Markenregister zeigt, hat die Deutsche Post AG am 03. Dezember vergangenen

Jahres noch zwei weitere Markenmeldungen für die Bezeichnung „Post“ eingereicht. Als Wort-/Bildmarke soll sie in den Klassen 39 und 35 geschützt werden.

Der BIEK begründete seinen Antrag auf Löschung damit, dass das Wort „Post“ Teil des allgemeinen Sprachgebrauches sei. „Die Eintragung einer Marke mit der Bezeichnung „POST“ für derartige Leistungen widerspricht daher der Entwicklung des Postmarktes und stellt den Versuch dar, innovative und privatwirtschaftlich entwickelte Dienstleistungen nachträglich zu monopolisieren“, sagte der Vorsitzende des Verbandes, Dr. Ralf Wojtek. Das Briefmonopol dürfe nicht durch die Hintertür wieder eingeführt werden. Weiterhin erklärte der BIEK in einer Pressemitteilung, dass die Ein-

tragung der Marke der Zielsetzung des Postgesetzes widerspreche, dessen Absicht die Förderung des Wettbewerbs im Bereich des Postwesens ist und das Postdienstleistungen unabhängig davon definiert, durch welches Unternehmen sie erbracht werden. Wie der Bundesverband der deutschen Kurier- und Expressdienste (BdKEP) bereits im Dezember erklärt hatte, sei die Eintragung der Wortmarke „Post“ für den mit der Liberalisierung des Briefmarktes aufkeimenden Wettbewerb tödlich. Wie der BIEK befürchtet auch der BdKEP, dass es zu einer Monopolisierung des Zustelldienstes für die Deutsche Post AG kommt. Beide Verbände gehen davon aus, dass Briefdienste, die den Wortteil „Post“ im Namen tragen, per Unterlassungs-

klage aufgefordert werden, ihren Namen zu ändern.

Das Deutsche Patent- und Markenamt hatte den Eintrag des Markennamens „POST“ bis zu seiner im November getroffenen Entscheidung immer wieder verweigert. Auch von der Deutschen Post AG eingeleitete Widerspruchsverfahren gegen Briefdienste, die in ihrem Namen die Bezeichnung „Post“ verwenden, wurden mit der Begründung zurückgewiesen, dass „Post“ ein Grundwort der deutschen Sprache sei. Zuletzt war das im Dezember der Fall, als das DPMA den bereits in 2. Instanz eingelegten Widerspruch gegen die Eintragung der Marke „TPG Post Deutschland“ ablehnte.

Quelle: www.markenplatz.de

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

50 Jahre Bundeswehr Der ISAF Einsatz - Die Bundeswehr in Afghanistan

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**German Defense Mirror - Verlag Rüdiger Hulin,
Gotenstraße 152, 53175 Bonn**

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

faktor außenwirtschaft

in jeder Schreibweise und Darstellungsform, Abkürzung, Variation, Kombination und mit allen Zusätzen für Druckerzeugnisse, Rundfunk- und Fernsehsendungen sowie Internet.

**Industrie- und Handelskammer
zu Neubrandenburg,
Katharinenstraße 48, 17033 Neubrandenburg**

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

Pfarrer Braun „Ein verhexter Fall“ Pfarrer Braun „Der Fluch der Pröbstin“

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**POLYPHON Film- und Fernsehgesellschaft mbH,
Jenfelder Allee 80, 22039 Hamburg**

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

Der Traum vom Süden

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Ton- und Fernsehrundfunk, alle sonstigen elektronischen Medien und Netzwerke, Bild-, Ton- und Datenträger, Spielfilmproduktionen, Druckerzeugnisse und sonstige vergleichbare Werke.

**Rechtsanwälte Raabe Habben Heinemann-Schulte,
Trostbrücke 1, 20457 Hamburg**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

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

9Live Feierabend

in jeder Schreibweise, Schriftart und Darstellungsform, mit Zusätzen und Untertiteln für Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP) sowie Druckerzeugnisse und Softwareerzeugnisse.

**9Live Fernsehen GmbH & Co. KG,
Münchener Straße 101/Geb. 9, 85737 Ismaning**

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

**popkultur für die wirtschaft
meetings fremdmoderiert
sozial-controlling
provokation als chance
probleme drehen sich im kreis und lassen
sich auch an runden tischen nicht lösen
- zeit für ecken und kanten**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Plan-B Verlag,
Molkereistraße 31, 56743 Mendig**

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

Das Wunder von Bern - Die wahre Geschichte

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen, Schriftarten und Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere für Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Film, Fernsehen, Hörfunk, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art und alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch Online-Dienste, Internet, Multimedia-Anwendungen und Merchandising.

**broadview.tv GmbH,
Uberring 61 a, 50678 Köln**

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

Die Ostborns

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphische Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Tonträger und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-ROM, CD-I, Audio-CD, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**Rechtsanwälte Unverzagt - von Have,
Monbijouplatz 2, 10178 Berlin**

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

iTVONE iTVO iTV1

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Kombinationen, Abkürzungen und Darstellungsformen, in allen Medien, insbesondere Spielfilme und Druckerzeugnisse, im Hörfunk, Fernsehen, Film sowie audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste), Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art sowie für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art und Merchandising.

**VCD Visual-Communication-Design GmbH,
GF Wolfgang Konrad,
Behringersdorfer Straße 21, 90562 Heroldsberg**

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

CADscout

in jeder Schreibweise, Kombination, Zusatz, Schriftart, Abwandlung, Wortverbindung, grafischen Gestaltung, mit Zusätzen, mit Untertiteln, in allen Sprachen und Übersetzungen, für alle Medien, für Rundfunk-, sowie Fernsehsendungen, Film und Video, sowie alle audio- und visuelle Medien, sowie sonstige Bild- und/oder Tonträger aller Art, sowie alle Datenträger, sowie Printmedien aller Art, Druckereierzeugnisse, sowie elektronische, audiovisuelle und/oder digitale, elektronische Medien, Softwareerzeugnisse und sonstige Datenträger, digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Online-Dienste, CD-ROM, CD-I, DVD, Merchandising, Internetdomains.

**CSA Copyright Service Agency GmbH,
Kattjahren 6, 22359 Hamburg**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

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

Halb Deutschland sucht den Super-Punk

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Abwandlungen, Schriftarten und Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, für Funk, Film, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-Rom, DVD, CD-I, Offline- und Online-Dienste, SMS, WAP sowie sonstige Softwareerzeugnisse aller Art.

**RAe. Richter und Süme,
Gertigstraße 28, 22303 Hamburg**

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

WOHNEN NACH WUNSCH

in jeder Schreibweise und Darstellungsform, Variation, Kombination und Abkürzung, Schriftart und mit allen Zusätzen für Druckerzeugnisse, Rundfunk- und Fernsehsendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke insbesondere CD-ROM, Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**VOX Film- und Fernseh GmbH & Co. KG,
Richard-Byrd-Straße 6, 50829 Köln**

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

Jackpot Millionenjagd

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, CD-I, Off- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP, GPRS).

**Rechtsanwalt Martin Jenke,
Drakestraße 58, 12205 Berlin**

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

FAME

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, graphischen Gestaltungen, Untertiteln und Zusammensetzungen in sämtlichen Medien einschließlich Print-Medien, Ton- und Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernsehen- und Videoproduktionen aller Art), Software, Off-Line und On-Line-Dienste, CD-ROM, CD-I, DVD und sonstige Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Veranstaltungen.

**Rechtsanwalt Konrad Bennecke,
Warburgstraße 50, 20354 Hamburg**

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

Opa's letzter Wille Das Testament - Opa ist der Beste

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line- und On-Line-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Norton Rose Vieregge,
Theatinerstraße 11, 80333 München**

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

sonnenklar TV - Reishop TOP Ideenshop TOP Trendshop

in jeder Schreibweise, Schriftart und Darstellungsform, mit Zusätzen und Untertiteln für Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP) sowie Druckerzeugnisse und Softwareerzeugnisse.

**Euvia Travel GmbH,
Königsallee 49, 71638 Ludwigsburg**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

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

AUTO-NEWS

in allen Schreibweisen, mit allen Zusätzen, in allen Abwandlungen, Titelkombinationen und Darstellungsformen.

**Beiten Burkhardt Rechtsanwalts-gesellschaft mbH,
Ganghoferstraße 33, 80339 München**

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

Alle Menschen werden Schwestern und Brüder

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hubert Kopp Verlag,
Hohenzollernstraße 33, 30161 Hannover**

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

Dr. Sommerfeld - Zwischen allen Stühlen

in allen möglichen Kombinationen und Schreibweisen, Schrift- und Darstellungsformen, Wortverbindungen und Titelkombinationen für Print und alle Medien.

**NEUE FILMPRODUKTION tv GmbH,
Kurfürstendamm 57, 10107 Berlin**

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

Meine Praxiszeitung Ihre Praxiszeitung Unsere Praxiszeitung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**PWG Pharma Werbegesellschaft mbH,
Kohlbachweg 23, A - 6345 Kössen/Austria**

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

Haus und Energie Haus + Energie Haus & Energie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Zeitungen, Zeitschriften und elektronische Medien.

**Solar Verlag GmbH,
Wilhelmstraße 34, 52070 Aachen**

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

RX-Media speedland Agento [A] Systems

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**RX-Media Ltd.,
Zu den Erlen 18, 66809 Nalbach**

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

Car Zoom

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereierzeugnisse und alle sonstigen Medien, einschließlich Ton-, Bildtonträger, Film-, Hörfunk-, Software-, Internet-Dienste, CD-Rom und andere Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien sowie Dienstleistungen und Merchandising aller Art.

**Rhode & Partner,
Graf-Moltke-Straße 62, 28211 Bremen**

Gemäß § 5 III MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Elektronisches Wissen - Betriebsprüfung compact

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen für Computerprogramme, Handbücher, Druckereierzeugnisse, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, CD-ROM, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Medien.

**MCT micro computer team, Gesellschaft zur
Entwicklung von EDV Systemen mbH,
Ballindamm 15, 20095 Hamburg**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

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

Promitausch

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien einschließlich Merchandising.

**RAin Christiane Zimmermann,
Am Ringofen 45, 50321 Brühl**

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

media & business media business

in jeder Schreibweise, Darstellungsform und Wortverbindung für Printmedien, elektronische und digitale Medien sowie Online-Dienste.

**New Business Verlag GmbH & Co. KG,
Eidelstedter Weg 22, 20255 Hamburg**

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

Einkaufsführer Berlin Berliner Einkaufsführer

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auf CD-Rom, Offline- und Online-Dienste und sämtliche sonstige Online-Medien.

**Krohn Rechtsanwälte,
Esplanade 41, 20354 Hamburg**

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

Tuning TV

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen, Schriftarten, Kombinationen, Abkürzungen mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Film, Hörfunk, Fernsehen sowie sonstige elektronische Medien, insbesondere auch Online-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie öffentliche Veranstaltungen.

**NÖRR STIEFENHOFER LUTZ Rechtsanwälte,
Brienner Straße 28, 80333 München**

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

Ludwigs Traum Ludwig's Traum Ludwig - Königsträume Ludwig - Des König's Traum

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, allen Arten der grafischen Darstellung für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film- und Tonwerke, Tonträgerpromotion, Audiotexte, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (MiniDisc), CD-Roms, CDs, CD-R, CD-I, Domains und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, digitale und elektronische Medien und Netzwerke, z.B. Internet, Intranet, Extranet, einschließlich Offline- und Online-Dienste, sämtliche sonstigen Daten- und Kommunikations-Dienste und -Netze u.ä. für Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Veranstaltungen jeder Form, Bühnenwerke jeder Art einschließlich Musicals und sonstigen Bühnenaufführungen sowie Merchandising in jeglicher Form.

**Rechtsanwälte Josef Nachmann & Kollegen,
Theatinerstraße 32, 80333 München**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir im Auftrag unserer Mandantin für Druckerzeugnisse, insbesondere Publikationen im Printbereich sowie für Film, Fernsehen, Hörfunk, Bild-, Ton-, Bild/Ton- und Datenträger aller Art, elektronische, digitale und audiovisuelle Medien (einschließlich CD-ROM, Video, DVD, Online Medien und Internet), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP) sowie Softwareerzeugnisse Titelschutz in Anspruch für:

Bergauf Biwak Edelweiß Everest Mountain Spirit Peak

in allen Schreibweisen, mit allen Zusätzen, in allen Abwandlungen, Titelkombinationen, Wortverbindungen, Schrift- und Darstellungsformen.

**Beiten Burkhardt Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Ganghoferstraße 33, 80339 München**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

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

Kanzlerberater

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere für Seiten und Angebote aller Art im Internet.

Jens-Peter Steuck,
Wiesenweg 2, 48317 Drensteinfurt

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

Portuguide

Reiseführer zur Fußball-Europameisterschaft 2004
in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Wiedemeier & Martin - Agentur für
Wissenschafts- und Fachkommunikation GmbH,**
Wilhelm-Tell-Straße 26, 40219 Düsseldorf

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

Schwaben weissblau, hurra und helau DIE GROSSE BENIMM SHOW

Der Knigge-TV-Test

Hitlers Manager

Spuren in den Tod

Straße der heimlichen Freuden

50 Jahre Rock!

50 Jahre Rock

50 Jahre Rock 'N' Roll

50 Jahre Rock 'N' Roll!

50 years of rock

50 years of rock!

Die große Olympiashow

Die große Olympiashow!

Die Olympiashow

Die Olympiashow!

Capisco

Imago

Der letzte deutsche Kaiser

Der Friedenskaiser

Der Kriegskaiser

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

RAin Bettina Krause,
Hauptstraße 35, 82327 Tutzing

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

e-medical

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Rechtsanwälte

Dres. Rainer Ropohl & Jasper Mauersberg,
Roscherstraße 13, 30161 Hannover

Impressum DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG

Eidelstedter Weg 22, 20255 Hamburg

Fon: (040) 609 009 - 0, Fax: (040) 609 009-66

titelschutz-anzeiger@presse-fachverlag.de

www.titelschutzanzeiger.de

Verleger: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.)

Redaktion: Angela Lautenschläger (AL) -61,

Ansprechpartner für Titelschutzanzeigen:

Angela Lautenschläger, -61

Geschäftsanzeigen: Manuela Busche, -51

Druckauflage: 3.400 **Verbreitete Auflage:** 3.100

Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel: monatlich

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare, Geschäftsführer und Entscheider in Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten, Produzenten von audiovisuellen und elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträgern, Software).

Bezugspreis: Jährlich € 80,- zzgl. USt. (inkl. Versand) Für Empfänger aus dem o.g. Verkehrskreis kostenlos.

Preis für Titelschutzanzeigen:

Standard mit einem Titel € 150,-, jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige plus € 35,- jeweils zzgl.USt.

Anzeigenschluss: jeweils Freitag, 10 Uhr

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 8 vom 1.1.2003

Bankverbindungen:

Hamburger Sparkasse, Kto. 1105 212 649, BLZ 200 505 50

Handelsregister HRA 96 228, Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH, 22850 Norderstedt

© 2004 Presse Fachverlag, Hamburg.

FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

TELEFAX: 040/609 009 – 66

VON: FIRMA:
NAME:
ANSCHRIFT:
TELEFON: FAX:
E-MAIL:

ICH MÖCHTE EINE TITELSCHUTZANZEIGE AUFGEBEN:

Bitte nehmen Sie den folgenden Text in die nächst erreichbare Nummer

- des TITELSCHUTZ ANZEIGER auf.
- des TITELSCHUTZ ANZEIGER mit SOFTWARE TITEL
(Heft Nr. _____) auf.

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

pro Titel bitte eine Zeile

(Adresse)

Preis pro Titelschutzanzeige im Standardformat: € 150,- (zzgl. USt.)

Preis für jeden weiteren Titel innerhalb dieser Anzeige: € 35,- (zzgl. USt.).

DATUM UND UNTERSCHRIFT: _____