

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

"Space Odyssey - Mission zu den Planeten" und 47 weitere neue Medientitel

SAT.1 gibt uns mit „Schöne Witwen küssen besser“ Rätsel auf. Welches Aufgabengebiet haben wohl die „Kinderzimmer Cops“? Es wird in dieser Woche mit Titeln wie „Die Auto-Bibliothek“, „Auto & Service“, „Cabrio-Markt“ und dem „Tuning Kult“ sehr autolastig. Aber montana-media erinnert uns mit „Unser Adventsfest“ daran, wie schnell der Sommer vorbei geht. Alle 48 Titel finden Sie auf Seite 2. (SR)

Neue Regeln: Zustimmungsfenster für Dialer

Auch nach Inkrafttreten des Mehrwertdienste-Gesetzes ist es für den Verbraucher bei der Dialer-Einwahl häufig schwer zu erkennen, ob es sich um ein kostenpflichtiges Angebot handelt. Die Preise sind nur allzu oft gut „getarnt“.

Die RegTP (Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post) plant jetzt eine neue Regelung zur Ausgestaltung des Zustimmungsfensters vor der Verbindungsherstellung zum Dialer. Missbräuchliche Angebote sollen so noch wirksamer bekämpft werden: Um eine Verbindung herzustellen muss der Nutzer in ein Eingabefeld neben den Worten „TIPPEN SIE JA EIN“ die Buchstaben „J“ und „A“ selbst eingeben. Wird dagegen auf „ABBRECHEN“ geklickt, muss der Dialer ohne weitere Nachfrage

die Verbindung unentgeltlich schließen. Die RegTP gibt genaue Vorgaben für die Größe und Schriftart der Buchstaben, in denen der Hinweis „DIESES ANGEBOT IST NICHT KOSTENFREI“ dargestellt werden muss. Das Zustimmungsfenster soll zudem die vollständige durch den Dialer angewählte Rufnummer sowie die genauen Preise enthalten.

Bis zum 1. September läuft eine Anhörung zu der geplanten Verfügung. Nach einer Übergangsfrist von einem Monat will die Regulierungsbehörde neue Registrierungsanträge, die diesen Anforderungen nicht entsprechen, ablehnen. Bereits registrierten Dialern wird eine Übergangsfrist von mindestens drei Monaten eingeräumt.

Näheres unter: www.regtp.de

Die UWG-Reform und ihre Auswirkungen

Der VDZ (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger) untersucht in einem Seminar zur UWG-Reform die Auswirkungen auf das tägliche Verlagsgeschäft.

Nach Inkrafttreten der Reform am 8. Juli 2004 haben sich weitreichende Folgen für Anzeigengeschäft und Vertriebsmarketing in den Verlagen ergeben. Das Seminar will den teilnehmenden Geschäftsführern, Verlagsjuristen und leitenden Mitarbeitern mit Anzeigen- oder Vertriebsverantwortung aufzeigen wo die Fallstricke der Reform liegen

und wo Vorsicht geboten ist. Anhand von Praxisbeispielen sollen die relevanten Problemfelder dargestellt und konkrete Handlungsempfehlungen gegeben werden, mit denen die eigene Verlagspraxis der neuen Rechtslage angepasst und Spielräume innerhalb des neuen UWG genutzt werden können. Referent ist Dr. Stefan Engels, Partner der Kanzlei Lovells Rechtsanwälte in Hamburg.

Termin: 2. September 2004
Madison Hotel, Hamburg
Anmeldung unter: www.vdz.de

Wettbewerbliche Eigenarten

Eine mit goldenen Glöckchen und Weihnachtsmotiven verzierte Herrenunterhose hat erheblich wettbewerbliche Eigenart, entschieden die Richter des Hanseatischen Oberlan-

desgerichts. Keine Frage, dem kann man sich nur anschließen. (AL)

Urteil vom 16.07.2004,
AZ: 5 U 100/03

MediaRegister

Die schnelle und günstige Titelrecherche

Suchen Sie online in:

- ▶ über 200.000 Titelschutzanzeigen aller relevanten, deutschen Publikationen
- ▶ 1,6 Millionen Zeitschriften- und Buchtitel
- ▶ 1,1 Millionen Film-, Musik- und Softwaretitel
- ▶ Mehr als 2 Millionen Fernsichtitel (Europa, USA, Pay- und Free-TV)

**für 59 € pro
Online-Recherche**
(zuzüglich 16 % Mehrwertsteuer)

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 48 Titel

29... und noch Jungfrau	DIE NEWS FÜR MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMER	LISA CONI TitelAnzeige	SPACE ODYSSEY - MISSION ZU DEN PLANETEN
Anzeigen-Woche AUTO & SERVICE	DIE NEWS FÜR SELBSTÄNDIGE UNTERNEHMER Druckwerk by Weiss	MainzerLeben	Tanzalarm
Blutdruck Bücher-Lotto Business Partner	Einkaufsführer für den Straßenbau Deutschland (ESD)	Neues vom Wixxer	Triple Wixx Triple Wixxx Tuning Kult
Cabrio-Markt Case Studies Case Study	GAMMA Gebrauchtwagenbörse	OHA OHA Magazin	Unser Adventsfest
Das Camp Das deutsche Adventsfest Die Auto-Bibliothek Die grosse Handy Show Die Handy Show DIE KINDERZIMMER COPS	Horoskop-Woche	PRAXIS Computer & Management Puls	Wie bin ich
	Immo-Woche	Schmerzzentrum Neustadt an der Weinstraße	Wir freuen uns auf die WM in Deutschland - WM 2006 - Riesenstadion
	KI.KA - LIVE	Schnappi Schnappi, das kleine Krokodil Schnappi-Song schni schna schnappi schnappi schnappi schnapp Schöne Witwen küssen besser	XP World
	Lexikon der Werte Liebe ohne Rückfahrchein		

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 684 erscheint am 31.08.2004
Anzeigenschluss: 27.08.2004, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 686 erscheint am 14.09.2004
Anzeigenschluss: 10.09.2004, 10 Uhr

Der BGH forderte 1989:

Damit eine Titelschutzanzeige wirksam wird, muss sie die „betroffenen Verkehrskreise auf einfachste Weise“ erreichen (BGHZ 108,89). Der Titelschutz Anzeiger erfüllt diesen Leistungsanspruch mit einem seit über zehn Jahren sorgfältig gepflegten und qualifizierten Empfängerkreis im Bereich Printprodukte und elektronischen Medien.

www.titelschutzanzeiger.de

Time Inc. befürchtet Markenverwässerung

Klage gegen indische Event-Agentur eingereicht.

Die Herausgeberin des internationalen Nachrichtenmagazins „Time“ hat vor dem Obersten Gerichtshof in Neu Delhi Klage gegen eine indische Veranstaltungsagentur namens Time & Entertainment Group eingereicht. Ihr wird vorgeworfen, die Marke „Time“ zu Werbezwecken für die eigene Geschäftstätigkeit missbraucht zu haben. Wie die Hindustan Times auf ihrer Internetseite berichtete, heisst es in der Klage, die Veranstaltungsagentur verwende den Namen „Time“ in unlauterer Absicht. Die Klägerin habe ausserdem im vergangenen Jahr herausgefunden, dass das indische Unternehmen eine Markenmeldung für den Namen „Time Club“ eingereicht hat. Die Time Inc. schickte daraufhin eine Abmahnung, die von der Event-Agentur mit der Bekanntmachung ihrer Auflösung beantwortet wurde.

Dabei habe es sich jedoch um eine Irreführung gehandelt.

Da der Name „Time“ in zahlreichen Ländern als Marke registriert ist, verletze jede Verwendung dieser Bezeichnung im Zusammenhang mit Drucker-erzeugnissen und Papierwaren die Markenrechte der Time Inc., erklärte deren Anwalt Chandler M. Lall. Die Klägerin brachte ausserdem vor, dass die Verwendung des Namens „Time“ als Firmenkennzeichen die Unterscheidungskraft der eigenen Marke verwässere.

Das US-Nachrichtenmagazin „Time“ wurde 1923 gegründet und ist seitdem wichtiger Bestandteil der amerikanischen Presselandschaft. Mit einer Gesamtauflage von 5,2 Millionen Exemplaren, darunter 290.000 in Asien, erreicht es eine weltweite Leserschaft. Die Time Inc. gehört seit ihrer Fusion mit Warner Brothers zum Medienkonzern Time Warner.

Quelle: www.markenplatz.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Converse unterliegt im Turnschuh-Streit

Bezeichnung „All Star“ darf auch von Reebok verwendet werden.

Der Sportartikler Reebok konnte einen Markenrechtsstreit mit dem Hersteller der zur Zeit wieder im Trend liegenden Converse-Turnschuhe für sich entscheiden. Die Converse Inc. hatte bereits vor drei Jahren gegen Reebok eine Klage eingereicht in der sie dem Unternehmen vorwarf, ihre für Turnschuhe geschützte Marke „All-Star“ zu verletzen. Anlässlich des All-Star Games der NBA (National Basketball Association) hatte Reebok verschiedene Modelle unter der Verwendung

des Namens „All Star“ auf den Markt gebracht.

Wie die Nachrichtenagentur Associated Press berichtete, wies der für den Fall zuständige Richter Reginald Lindsay die Klage jedoch zurück. Es handele sich bei der Verwendung des Begriffs „All-Star“ um eine beschreibende Bezeichnung, die hinsichtlich des anstehenden NBA All-Star Games verwendet worden sei. Die von Converse in den USA mehrfach geschützte Wort-Bildmarke hindere Reebok deshalb nicht an der Verwendung des Namens „All-Star“.

Vor drei Jahren hatte der Streit begonnen, nachdem in ei-

nem Basketballmagazin unter der Bezeichnung „Leather All-Star Edition“ Turnschuhmodelle von Reebok aufgetaucht waren. Converse argumentierte in seiner daraufhin eingereichten Klage, Konsumenten würden Reebok-Schuhe mit denen der Marke „Converse“ verwechseln. Außerdem wurde Reebok vorgeworfen, das „All-Star“-Logo kopiert und von dessen Popularität profitiert zu haben. Im vergangenen Winter fand der Streit seine Fortsetzung, als zwei neue Reebok-Modelle mit „All-Star“ im Namen in Werbekampagnen zu sehen waren. Converse scheiterte mit seinem Versuch, eine einstweilige Verfügung durchzusetzen.

Es gäbe zwischen den Logos starke Unterschiede, so der zuständige Richter. Dem schloss sich Lindsay jetzt an. Reebok darf die strittige Bezeichnung „All-Star“ deshalb auch weiterhin verwenden.

„Converse“ ist heute ein international bekanntes Markenzeichen für Basketballschuhe. Vor allem das Modell „Chuck Taylor“ – besser bekannt auch als „Chucks“ – avancierte zum Klassiker unter den Turnschuhen. Im vergangenen Jahr wurde die Converse Inc. für 305 Mio. US-Dollar von Nike übernommen.

Quelle: www.markenplatz.de

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

Einkaufsführer für den Straßenbau Deutschland (ESD)

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Friedhelm Todtenhöfer,
Keltenring 182 c, 53913 Swisttal**

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

XP World

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Amspect International B.V.,
Keizersgracht 826, NL-1017 EE, Amsterdam**

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

OHA OHA Magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**SPN Zeitschriften-Verlags GmbH,
Waidmannstraße 35, 22765 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 Markengesetz nimmt der Boulevard Illustriertenverlag GmbH Titelschutz in Anspruch für

MainzerLeben

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Pfeifer & Biniok-Pfeifer, RAe,
Theodor-Heuss-Ring 10, 65187 Wiesbaden**

Rund 35.000 Titel !

Recherchieren Sie kostenlos unter:

www.titelschutzanzeiger.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Getrödel: Google versäumt den rechtzeitigen Eintrag seiner „Gmail“-Marke

Bei der Anmeldung der Marke „Gmail“ war der Suchmaschinenanbieter Google nicht gerade der schnellste. Nachdem das Unternehmen Ende März diesen Jahres der Öffentlichkeit seinen neuen E-Mail-Service vorgestellt hatte, gelang es gleich drei Unternehmen, Google bei der Markenmeldung zuvorzukommen. Am schnellsten war dabei die in Florida ansässige Cencourse Inc., die bereits am 31. März ihren Antrag auf Markenschutz für den Namen „Gmail“ einreichte. Am 02. April folgte die kalifornische Precision Research Inc. und am 03. April eine aus England stammende Markenmelderin, bevor am 07. April dann endlich auch Googles Antrag beim Amerikanischen Patent- und Markenamt eintraf. Bis auf den Eintrag der englischen Firma Independent International Investment Research, haben alle Unternehmen Markenschutz in der Internationalen Warenklasse 38 für elektronische Dienstleistungen angemeldet. Selbst die Gospel Music Association aus

Tennessee, deren Markenmeldung für „Gmail“ allerdings erst am 08. April vorlag, beansprucht Schutz in Klasse 38.

Weil Google bei der Registrierung der Bezeichnung „Gmail“ getrödel hat, muss das Unternehmen nun um seine Rechte bangen. Markenmeldungen würden in der Reihenfolge bearbeitet, in der sie einträfen, gab Sharon Marsh vom Amerikanischen Patent- und Markenamt im Online-Magazin Internetnews.com Auskunft. Wer seinen Antrag zuerst einreicht, wird deshalb bevorzugt. Ein Unternehmenssprecher Googles zeigte sich dennoch optimistisch. „Wir haben Vertrauen in unser Recht, die Marke „Gmail“ zu benutzen“, erklärte Steve Langdon. Seinen Optimismus teilt er allerdings mit anderen Markenmeldern. Auch Steve Sikers, Geschäftsführer der Cencourse Inc., rechnet sich gute Chancen aus. Er will deshalb an der Entwicklung und Registrierung der „Gmail“-Marke festhalten.

Im Falle einer strittigen Markenmeldung geht es neben der Reihenfolge, in der die Anträge eingereicht wurden, vor allem um die Frage seit wann die Anmelder die Bezeichnung benutzen und wer zuerst von ihr Gebrauch gemacht hat. Unter diesem Gesichtspunkt hätte Google angeblich ebenfalls schlechte Karten. Wie Internetnews.com berichtet, behauptet Precision Research die Marke „Gmail“ seit Januar 1998 zu verwenden, und auch die Gospel Music Association will seit dem Jahr 1999 von der strittigen Bezeichnung Gebrauch machen. Auf Google werden nun voraussichtlich diverse Auseinandersetzungen um die Rechtmäßigkeit der Verwendung des Namens „Gmail“ zukommen. Damit reißt die Serie von Markenrechtsstreits nicht ab, in die der Suchmaschinenanbieter derzeit verwickelt ist. Erst kürzlich hatte der amerikanische Spielzeughersteller Stelcor Productions gegen eine Markenmeldung Googles Einspruch erhoben, weil er seine Rechte an dem Kennzei-

chen „Googles“ verletzt sah. In einem weiteren Verfahren streitet Google um die Verwendung des für eine seiner Suchmaschinen genutzten Namens „Froogle“. Der Betreiber des Online-Shops „froogles.com“ hat Googles Bestrebungen die Bezeichnung als US-Marke zu registrieren, angefochten.

Was die „Gmail“-Marke betrifft, finden sich beim Blick ins Register der deutschen und europäischen Marken zwei Einträge. Bei der Anmeldung des Namens als europäische Gemeinschaftsmarke ließ sich Google ebenfalls Zeit. Der am 14. April eingereichten Markenmeldung kam allerdings niemand zuvor. Das deutsche Markenregister verzeichnet einen auf den 08. April datierten Antrag für die Registrierung des Namens „Gmail“; auch darin wird Schutz in Klasse 38 beansprucht.

Quelle: www.markenplatz.de

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

Das Camp

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Titelkombination für Hörfunk- und Fernsehsendungen, audiovisuelle und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen, Merchandising sowie Druckerzeugnisse.

**RAe Dr. Klassen & Partner,
Thomas-Mann-Straße 58, 53111 Bonn**

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

GAMMA

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

**Rechtsanwälte White & Case LLP,
Jungfernstieg 51, 20354 Hamburg**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

=====
LISA CONI TITELANZEIGE-Subjet-II
=====
Licensing By LISA CONI
=====

Zu meinen Titelanzeigen in `Der TitelschutzAnzeiger Nr.637;(darin alle angeführten Anzeigen, insbesondere auch Nr.634-)/-645-/-648 -03-/-657;663;671;680+681-2004-gebe ich folgende Zusatzerläuterung (siehe auch Erläuterung in Nr.657-/-04) der Rechte-Zusammenhänge bekannt:

Zusatzerläuterung meiner angezeigten Kennzeichen,-Titel,-und Wortmarken als eigenfirmierte Künstlerin mit `Merchandising` betrifft auch in eigenen Werken mit zum Teil eingearbeiteter Covermusikproduktion/Interpretation zu , `Film u.Showdiven (-z.B. `Marilyn Monroe-ect.)`

##-Auch unter meiner Bezugnahme meiner vorhergehenden Anzeigen, die aus Gründen einer in Deutschland vor meiner `Gründung nicht existenten Entertainmentart ,serienmäßig erfolgen -u.Rechtezusammenhänge dokumentieren, haben meine (mehr als obligatorischen Anzeigen) ohne Verjährung Bestand, auch dann, wenn ich einige meiner Anzeigen -z.B. nicht wortwörtlich ein zweites oder drittes Mal veröffentliche.

Insbesondere sei die in meinen Anzeigen die zum Teil auch erwähnten Covermusikproduktionen und Interpretationen zu Showdiven* (-z.B.*Marilyn Monroe) hier einmal-zusätzlich erläutert:

Wie ich bereits unter anderem in Nr.657-im TitelschutzAnzeiger -u.wie untenstehend sowie in meiner VISIT CARD+CI-Miniatur-Visit-Card -bekannt gegeben habe, besteht aufgrund ausnahmerechtlicher Verkehrsgeltung und mehr als zehnjährigen Bestehens des eigen gegründeten Künstlernamens und denselbigen in übergegangenen Firmennamen LISA CONI © eigenes Verkaufsrecht/Merchandising-/Promotion/Marketing (Salespromotion). Dies gilt nicht nur in Bezug auf meine Balladenbücher`e i g e n e r`Texte, Songs, Produktionen, Filmtiteldrehbücher, Kollektionen +Lizenzen. Ausgenommen werden von mir nicht meine ebenfalls eigenen zusammengestellten Covermusikproduktionen und die in meinen Showeinlagen eingearbeiteten Homage-Filmdiveninterpretationen (selbstverständlich alles unter Berücksichtigung bei Anmeldepflichten). Meine `M a r i l y n` Titel meiner Tanz+ Theaterproduktionen habe ich bereits-1991/92- und auch 1994/95/96-u.mit Hinweis im Jahr -2000- veröffentlicht und wird auch in meinen eigenen LAC- Aufsätzen kommentiert, auch unter eigener bildlicher Foto-Darstellung. Aufgrund meiner seit 1991/92 deutlich differenzierter Angabe, gerade auch im Bezug auf die Komplexität meiner Rechte-Zusammenhänge besteht hier keinerlei Abweichungspflicht meinerseits. ©By LISA CONI.

General Adress:  Salespromotion&Licensing  (GA):  *Firma LISA CONI©*Entertainment  Sectorsy-I-IV:

 Brief-Anschrift:  GA-I-IV-Sectorsy: Postfach-3520- D-38025-Braunschweig.

 Betriebs-, Büro-, Hausadresse,  (bzw. nach dem Post/-Paket-/u.Verwaltungs-Zustellungsgesetz (GA-I-IV):

Firma LISA CONI©Entertainment-Sectorsy-I-IV-Crystal Mgnt.Frau Christel Niehues#-H.Büssing-Ring-37-D-38102-BS-PF-3520-38025-BS.

Firma LISA CONI-alle Sectorsy- Lt.§5Abs.3+§14-Abs.4+§15-Abs.1;2MarkenG-u.d.§§-d.UrhG (seit-1991/92)

=====
-Tel./FAX: 0049(0)531-797882-
=====

By LISA CONI©CrystalMgnt©Frau Christel NiehuesPF-3520-D-38025-H.Büssing Ring 37, 38102 Braunschweig

=====
=====

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

29... und noch Jungfrau SPACE ODYSSEY - MISSION ZU DEN PLANETEN

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

**ProSieben Television GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

PRAXIS Computer & Management

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckereizerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Bild-, 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).

**KÖHLER Rechtsanwälte,
Paul-Schallück-Straße 6, 50939 Köln**

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

Business Partner

in allen Schreibweisen, mit allen Freizeit Zusätzen, in allen Abwandlungen, Titelnkombinationen und Darstellungsformen.

**BIRD & BIRD Rechtsanwälte,
Pacellistraße 14, 80333 München**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir im Auftrag unserer Mandantschaft für Publikationen im Printbereich und Druckerzeugnisse aller Art, im Bereich der elektronischen, digitalen und sonstigen Medien aller Art sowie Netzwerken einschließlich der Off- und Onlinedienste Titelschutz in Anspruch für

Case Study Case Studies

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Variationen, Kombinationen, Abwandlungen sowie Zusätzen.

**RAe Eimer Speer Wiechern Peter,
Marktstraße 16, 29614 Soltau**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir im Auftrag unserer Mandantin Titelschutz für folgende zwei Titel in Anspruch:

DIE NEWS FÜR SELBSTÄNDIGE UNTERNEHMER

DIE NEWS FÜR MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMER

In allen Schreibweisen, Kombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Schriftarten und mit allen Zusätzen für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auf CD-ROM, DVD und MD (MiniDisc), Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**KUHNEN & WACKER
Patent- und Rechtsanwaltsbüro,
Prinz-Ludwig-Straße 40A, 85354 Freising**

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

Wir freuen uns auf die WM in Deutschland - WM 2006 - Riesenstadion

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelnkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Tonträger, Compilations und Merchandising, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, DVD und MD (MiniDisc) und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, für Veranstaltungen und Präsentationen, für Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Plakate, Flyer, Brochüren und alle anderen Printmedien, für Serviceleistungen, für Dienstleistungen, für Werbung.

**DOMPLATTEN Werbe-, Veranstaltungs-
und Marketinggesellschaft,
Am Braunsacker 38, 50765 Köln**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Das deutsche Adventsfest Unser Adventsfest

in allen Kombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Schreibweisen, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle Medien, Bild-, Ton-, Bild/Ton- und Datenträger aller Art, Offline- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien, Domain-Bezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, Merchandising sowie öffentliche Veranstaltungen und Dienstleistungen.

**montanamedia,
Königinstraße 121, 80802 München**

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

Tanzalarm Wie bin ich KI.KA - LIVE

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.

**Mitteldeutscher Rundfunk,
Kantstraße 71 - 73, 04275 Leipzig**

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

Schmerzzentrum Neustadt an der Weinstraße

in allen möglichen Schreibweisen, Titelkombinationen und mit entsprechenden Untertiteln, Darstellungsformen, Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Zusammensetzungen und Schriftarten zur Verwendung für Film, Funk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Druckereierzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Off- und Online-Dienste, Online-Medien, Werbung, Promotion, Merchandising und Veranstaltungen.

**Rechtsanwälte
SCHOEPE FETTE PENNARTZ REINKE,
Beethovenstraße 14, 80336 München**

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

Die Handy Show Die grosse Handy Show

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.

**Holme Roberts & Owen,
Rosental 4, 80331 München**

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

Tuning Kult

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- sowie Bild-Ton-Träger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste und Internet, CD-ROM, CD-I und Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP, GPRS), sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art, sowie Merchandisingprodukte jeder Art.

**Autoszene Verlag GmbH,
Karl-Theodor-Straße 69, 80803 München**

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

Neues vom Wixxer Triple Wixx Triple Wixxx

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Video und digitale Speicher- und Wiedergabemedien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Off-Line- und On-Line-Dienste einschließlich Web-Page-Auftritte).

**fairmedia gmbh,
Niederbarnimstraße 25, 10247 Berlin**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Top News aus Werbung, Marketing und Medien

www.new-business.de

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

AUTO & SERVICE

in allen Schreibweisen, Abwandlungen, Darstellungen und Wortverbindungen und mit allen Zusätzen. In allen Medien einschließlich Druckerzeugnissen aller Art, Film, Fernsehen und allen sonstigen, audiovisuellen, elektronischen und/oder digitalen Medien und Datenträgern.

**Rechtsanwältin Juliane Meuter,
Uckerather Straße 3, 53783 Eitorf**

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

Liebe ohne Rückfahrchein Schöne Witwen küssen besser

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

**SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH,
Oberwallstraße 6, 10117 Berlin**

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

Bücher-Lotto

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, 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 Titelschutz in Anspruch für:

Lexikon der Werte Die Auto-Bibliothek

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Helmut Lingen GmbH & Co. KG,
Deutzer Freiheit 77, 50679 Köln**

Unter Hinweis auf §§ 5, Abs. 3, 15 MarkenGesetz nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Druckwerk by Weiss

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und möglichen Kombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse.

**Sina - Maassen Rechtsanwälte,
Aachener-und-Münchener-Allee 1, 52074 Aachen**

Wiederholung und 50% Rabatt?

Möchten Sie Ihre Titelschutzanzeige erneut schalten? Dann gewähren wir Ihnen auf die zweite inhaltsgleiche Anzeige einen Rabatt von 50%.

Fon: +49 40 / 609 009 - 61

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

Anzeigen-Woche Cabrio-Markt Gebrauchtwagenbörse Horoskop-Woche Immo-Woche

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Printmedien sowie Online- und Audiotextdienste und das Internet.

**TEAM ATW Werbeagentur GmbH,
Drostestraße 14-16, 30161 Hannover**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Puls Blutdruck

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, grafischen Gestaltungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien, ferner für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD.

**Rechtsanwalt Dipl.-Kfm. Wolfgang Naegele,
Ballindamm 35, 20095 Hamburg**

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

DIE KINDERZIMMER COPS

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, in entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, sowie Bild- und Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste, CD-Rom, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**Constantin Entertainment GmbH,
Carl-Zeiss-Ring 3, 85737 Ismaning**

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

Schnappi Schnappi, das kleine Krokodil schni schna schnappi schnappi schnappi schnapp Schnappi-Song

In allen Schreibweisen, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, allein stehend und mit etwaigen Zusätzen für sinngemäße Titel als Einzel- oder Reihentitel in allen Sprachen mit sinngemäßen Übersetzungen, allen Arten der grafischen Darstellung für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien, einschl. Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Tonträgerpromotion, Audiotexte, DVD + MD, CD-Rom, CD's, CD-R, CD-I, Vinyl, Domains und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, digitale und elektronische Medien und Netzwerke, z.B. Internet, Intranet, Extranet, einschl. Offline- und Online-Dienste, Telekommunikations und sonstige Dienstleistungen (einschl. UMTS, SMS, WAP) sowie Veranstaltungen jeder Form und Wettbewerbe, Softwareerzeugnisse, Bühnenwerke jeder Art einschl. Musicals, sowie Merchandising in jeglicher Form.

**Iris Gruttmann,
Lothringer Straße 57, 50677 Köln,
Rosita Blissenbach,
Wittgensteinstraße 38, 50931 Köln**

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

Geschäfts-/Seitenteilanzeigen: 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

Postbank Hamburg, Kto. 276913-208, BLZ 200 100 20

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

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH, 22850 Norderstedt

© 2004 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.

Jetzt neu: kressköpfe 2004/2005

Erscheinungstermin
September 2004

Neu!!!



520 Seiten,
Preis: 49,- Euro,
Preis für Abonnenten
des kress report 39,- Euro

Die wichtigsten Manager in Medien und Werbung

- 3000 Einträge
- Adressen
- Hobbys
- Mail-Adressen
- Berufsweg
- Telefonnummern

Hier Ihr Buch gleich bestellen:
<http://www.kress.de/buchbestellung.htm>
koepfe@kress.de