

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“Auch Männer haben’s schwer”: 58 neue Titel für den Medienmarkt

Die Tücken des Familienlebens bleiben weiterhin Thema Nummer eins im Fernsehen: RTL kümmert sich um “Deutschlands jüngste Eltern” und SAT.1 gibt Spezialaufträge an Kindermädchen. Brainpool geht die Thematik mit “Heritage Hunters” oder “die Erbschleicher” von einer etwas anderen Seite an. Die Mandanten von RA Ide und RA Jenke lassen uns immerhin die Wahl zwischen der “perfekten Hausfrau” und “Teufelsküche”. So gilt auch in der schönen, bunten Fernsehfamilie das Motto: “Überleben Glückssache”. Alle 58 Titel finden Sie auf Seite 2.

Haushaltskarten-Gewinnspiel ist zulässig

Es handelt sich weder um “übertriebene Anlockung” noch um einen “psychischen Kaufzwang”, wenn eine Einzelhandelskette mit “Haushaltskarten” wirbt, die zur Teilnahme an einer Lotterie berechtigen, entschied das Oberlandesgericht Köln.

Die Haushaltskarten mussten, um am Gewinnspiel teilzunehmen, mindestens einmal in der Woche im Kassensbereich der angeschlossenen Märkte an sog. Infopoints gesammelt werden.

Nach Ansicht der Kölner Richter sei dies kein psychischer Kaufzwang. Dieser werde nur dann auf den Umworbenen ausgeübt, wenn mit außerhalb der Sache liegenden Mitteln in einem solchen Ausmaß auf seine Willensentscheidung

eingewirkt wird, dass er zumindest anstandshalber nicht umhin kann, auf das Angebot einzugehen. Das bedeutet: Die mit einer Gratisverlosung notwendig verbundene Anlockwirkung führe nicht aus dem Bereich des wettbewerbsrechtlich Erlaubten, sprich einer unbedenklichen Aufmerksamkeitswerbung, hinaus.

Der Umstand, dass der Kunde, im Zuge der Teilnahme an dem Gewinnspiel, den Laden aufsuchen muss und eventuell auch Gelegenheitskäufe tätigt, führe für sich nicht zum Vorwurf der Unlauterkeit.

*Oberlandesgericht Köln,
Urteil vom 01.10.2004,
AZ.: 6 U 85/04*

Kopiergeschützte Werke: Deutsche Bibliothek trifft Vereinbarungen

Die Musikwirtschaft und Buchbranche erfüllen, laut einer gemeinsamen Presseerklärung, zusammen mit der Deutschen Bibliothek als erste Branchen die neuen Regelungen des Urheberrechtsgesetzes.

Das Gesetz sieht in seiner Novelle von 2004 sogenannte Schrankenregelungen vor, nach denen der Zugang zu urheberrechtlich geschützten Werken zu bestimmten Zwecken, wie etwa wissenschaftliche und kulturelle Nutzungen, zulässig ist. Es gibt die Möglichkeit von Vereinbarungen zwischen den betroffenen Verbänden, um diese Nutzungen auch von kopiergeschützten Medien zu ermöglichen. “Die jetzt geschlossene Vereinba-

rung erlaubt der Deutschen Bibliothek eine rationelle Erfüllung ihres gesetzlichen Auftrages und schafft Klarheit für den Umgang mit geschützten Medien wie Tonträgern und CD-ROMs im Verhältnis zu den Nutzern der Einrichtungen. Damit wird Rechtssicherheit für die Arbeit der Deutschen Bibliothek geschaffen.”, erklärte Elisabeth Niggemann, Generaldirektorin der Deutschen Bibliothek.

Um Missbrauch zu vermeiden, muss allerdings das Interesse von Nutzern zur Anfertigung einer solchen gebührenpflichtigen Vervielfältigung geprüft werden.

*Näheres unter:
www.ddb.de oder www.ifpi.de*

IPRGuard

+ Markenpiraterie + Domaingrabbing + Verunglimpfungen + Raubkopien +

Überwachen Sie systematisch die Benutzung Ihrer Rechte?

- IPRGuard stellt die tatsächliche Benutzung von Namen, Slogans, Texten und Logos fest;
- IPRGuard überwacht weltweit Domainnamen mit Konnektierungs-, Inhaber- und Serverstandort-Informationen.

Informationen unter: www.iprguard.de, E-Mail: info@iprguard.de, Tel. 04131-225 600-0
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherche auch unter www.researcher24.de

25. Jan. 2005

Woche 04

Nr. 705

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 58 Titel

Amicale Magazin
Auch Männer haben's schwer

Berliner BranchenKalle
BranchenKalle
Brautpaar auf Probe
Business Woman

Ciao Mosi good bye - CD
Cottbuser Altstadtnacht

DAS POSTKARTENBUCH
Datenschutz für den Handwerksbetrieb
Datenschutz im Handwerk
Datenschutzwissen
DELMENHORSTER ZEITUNG
DER POSTKARTENKALENDER
Deutsche Structured FINANCE
Deutsche Structured FINANCE Messe
Deutscher Kämmerertag
DEUTSCHLAND
Deutschland feiert
DEUTSCHLAND GUIDE
Deutschlands jüngste Eltern
Die Erbschleicher
Die Hausfrauen
Die perfekten Hausfrauen

Dittus-Media

EAT SMART
EXISTENCIA

GESÜNDER ESSEN

Hausfrauen
Heritage Hunters
Hinterher ist man immer schlauer.
Warum nicht auch vorher?

In Teufels Küche
Industrial Building Automation
& Clean Production
inside her

Les Amis Magazin
Ludwig² - der Mythos lebt
LudwigLudwig
LudwigLudwig - der Mythos lebt

MAMPFRED

NanoBio-Europe

Optimal versichert

Perfekte Hausfrauen
Plötzlich berühmt
Prinzessin Sophie

RED CAP - EINE FRAGE DER EHRE
Resonanz-Marketing -
Das Marketing der Zukunft

SCHAUPLATZ BERLIN
Scooter: Super-Spezialagent
Spezialauftrag: Kindermädchen
STARKE Logistik
Sue Thomas - FBI

Teufelsküche
Traveller
Trick 17
Tuning Guide

Überleben Glückssache

Wer führt, gewinnt!
Wir feiern in Deutschland

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 706 erscheint am 01.02.2005 **Anzeigenschluss:** 28.01.2005, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 708 erscheint am 15.02.2005 **Anzeigenschluss:** 11.02.2005, 10 Uhr

**Top News aus Werbung,
Marketing und Medien**

www.new-business.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Adidas hat zu große Streifen

Nike & Co kämpfen bei der nächsten Olympiade gegen 3 Streifen.

Noch ist es ein gutes Jahr bis zu den Olympischen Winterspielen 2006 in Turin, doch der Kampf hat bereits begonnen. Die Vorab-Akteure sind die Sportartikelhersteller. Geht es nach dem Willen von Nike & Co soll das deutsche Unternehmen Adidas bei den Wettkämpfen auf sein Drei-Streifen-Logo verzichten. Deshalb intervenieren sie jetzt beim Internationalen Olympischen Komitee (IOC). Eine erste Entscheidung wird noch im Januar 2005 erwartet.

Grund für die Beschwerde ist, dass Adidas seine drei Streifen bei den Spielen wesentlich größer präsentieren konnte als die Konkurrenz. Eine ausdrückliche Regelung gibt es aber nur für Schuhe. Hier ist es den Herstellern erlaubt, ihre „normalen kennzeichnenden Designmuster“ neben den regulären Firmenlogos anzubringen. Neben den Adidas-Streifen sind Marken wie der Nike „Swoosh“ oder der Puma „Formstrip“ die bekanntesten.

Für die Bekleidung hat das IOC die Streifen bisher ebenfalls als „normales kennzeichnendes Designmuster“ an-

gesehen. Grundsätzlich dürfen die Logos auf der Sportlerbekleidung nach den Olympiaregeln nur bis zu 20 Quadratzentimeter groß sein. Die erwähnten Designmuster können aber neben den Logos angebracht werden. Somit können die Adidas-Streifen breit über die ganzen Seiten der Sportler-Trikots laufen.

Adidas-Sprecherin Anne Putz vergleicht die Situation mit dem langjährigen Olympia-Sponsor Coca Cola. „Das IOC käme ja auch nicht auf die Idee, die markante Flaschenform der Firma Coca Cola zu verbieten, nur weil man dieses normale kennzeichnende Designmuster als Herkunftshinweis erkennt.“ Während der letzten vier Jahrzehnte habe das IOC die Streifen als Produktbestandteil auf den Bekleidungsstücken, unabhängig von der Markeneintragung, akzeptiert.

Der Weltverband der Sportartikelindustrie hat inzwischen gegenüber dem IOC geäußert, dass es sich bei der Kritik an den drei Streifen nicht um eine generelle Meinung aller seiner Mitglieder handelt.

Quelle:
www.markenbusiness.de

und Hoteldienstleistungen untersagt hatte, wollte der Prinz beim Hamburger Landgericht ein Verbot der kompletten Musical-Vermarktung durchsetzen. Dieses soll sich nicht nur auf das Logo, sondern auch auf die über die offizielle Homepage „ludwig2musical.de“ beworbenen gastronomischen Angebote beziehen. Jetzt gewährte der Prinz den Musical-Machern allerdings noch einmal Aufschub. Erst wenn bis zum 20. Januar keine Einigung erzielt worden ist, wird er seine Rechte geltend machen.

Sollte Luitpold vor dem Hamburger Landgericht Erfolg haben, sei eine Änderung des Musicaltitels und der Werbekampagne denkbar, sagte die Sprecherin des Füssener Festspielhauses Stefanie Fuchs der Nachrichtenagentur ddp. In diesem Fall müsste mit Kosten in Millionenhöhe gerechnet werden. Das Festspielhaus kritisiert das Vorgehen des Prinzen. In Füssen ist man der Auffassung, dass der bayerische König Ludwig II. eine historische Person und damit Allgemeinut ist.

Luitpold ließ wissen, dass der Name des Königs durchaus verwendet werden könne, wenn es um ihn als historische Person und sein Andenken

ginge. Im Falle des Musicals werde von dem Namen jedoch markenmäßig Gebrauch gemacht.

Anwälte des Prinzen betonten außerdem, dass Luitpold nicht daran gelegen sei, die Aufführung unter dem vorgesehenen Titel zu untersagen. Vielmehr gehe es darum, die Vermarktung durch das Logo über Lizenzverträge zu regeln. In der Süddeutschen Zeitung hatte der Prinz vergangene Woche darauf verwiesen, dass er zehn bis zwanzig Millionen Euro in seine Marken investiert habe. Er wolle vor allem die Würde und das Ansehen des Bayernkönigs angemessen berücksichtigen.

Bereits bei der Aufführung des ersten Ludwig-Musicals „Ludwig II. – Sehnsucht nach dem Paradies“ hatten die Macher mit dem Problem der Namensrechte zu kämpfen. Erst ein Bierlieferungsvertrag mit der Schlossbrauerei Kaltenberg sowie Einnahmeteilungen führten dazu, dass das Musical den Namen „Ludwig II.“ in seinem Titel führen durfte.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Musical „Ludwig 2“ muss um seinen Titel bangen

Bayerischer Prinz beansprucht Namensrechte.

Im März soll das Musical „Ludwig 2“ im Füssener Festspielhaus Neuschwanstein uraufgeführt werden. Doch schon jetzt sorgt das Schauspiel über den berühmten König für Schlagzeilen. Luitpold Prinz von Bayern will gegen die Macher des Musicals eine einstweilige Verfügung erwirken,

weil er seine Rechte verletzt sieht. Im Namen der Schlossbrauerei Kaltenberg hat sich der Wittelsbacher die Markenrechte an „König Ludwig“ und „Ludwig II“ unter anderem für die Verpflegung und Beherbergung von Gästen gesichert.

Nachdem das Landgericht München bereits die Verwendung des Ludwig-Logos für die Bewerbung von Gastronomie-

US-Markenamt ändert Gebühren

Das US-amerikanische Marken- und Patentamt hat seine Gebühren für Markenmeldungen zum 31. Januar 2005 geändert. Für so genannte Initial Applications (Erstanträge) beträgt die Gebühr künftig bei elektronischer Anmeldung 325 USD für jede internationale Klasse. Bei Papierform steigt sie auf 375 USD. Bei elektronisch übermittelten Änderungs- oder Er-

gänzungsanträgen fallen künftig für jede zusätzliche internationale Klasse ebenfalls 325 USD an. Über das Trademark Electronic Application System (TEAS) können beim amerikanischen Markenamt (www.uspto.gov) Anmeldungen, Änderungen und Ergänzungen online erfolgen und per Kreditkarte bezahlt werden.

Quelle:
www.markenbusiness.de

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:

Les Amis Magazin Amicale Magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Scheben Scheurer und Partner GmbH,
Kalscheurener Straße 6, 50354 Hürth bei Köln**

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

DELMENHORSTER ZEITUNG

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**.rka Rechtsanwälte, Rechtsanwalt Nikolai Klute,
Rothenbaumchaussee 193, 20149 Hamburg**

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

Hinterher ist man immer schlauer. Warum nicht auch vorher?

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bildträger, Filme, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste, CD-ROM, CDI, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**Katja Flemming,
Schwanenwik 33, 22087 Hamburg**

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

BranchenKalle Berliner BranchenKalle

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Bücher und allen Printmedien insbesondere, aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Zeitschriften und Magazine aller Art und elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (online und Offline-Dienste).

**btt-Verlag Helene Schröder,
Lister Platz 2, 30163 Hannover**

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

Die Erbschleicher Heritage Hunters

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**BRAINPOOL TV GmbH,
Schanzenstraße 22, 51063 Köln**

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

DAS POSTKARTENBUCH DER POSTKARTENKALENDER

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Zusätzen, allen Arten der graphischen Gestaltung, für alle Medien und Medienträger: Bücher, Zeitschriften, Kataloge, Tageszeitungen, Printmedien allgemein, CD-ROMs, DVD-ROMs, DVD Videos, DVD-Audio, Tonträger und Bildtonträger allgemein, Datenträger, Fernsehstationen, Stationen, Internet-Fernseh-Programme, Internet- und Online-Content-Angebote allgemein, Multimedia-Medien, Mixed Medien, Medien, Online- und Offline Datenbanken, Fernsehfilm- und Kinofilm-Titel, Telekommunikationsdienstleistungen (UMS, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche und nichtöffentliche Veranstaltungen, Ausstellungen aller Art, Druckerzeugnisse und Dienstleistungen aller Art.

**CIRCUS Ideas Company GmbH Otto Kasper,
Rudolf-Diesel-Straße 2, 78239 Rielasingen**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

NEU

präsentiert:

Anwälte für Medien- und Werberecht 2005

Das neue Nachschlagewerk!

Auflage: 5.000 Exemplare

**Empfänger: Präsentieren Sie sich und Ihre Kanzlei den
Entscheidern in Werbe- und PR-Agenturen,
Verlagen, TV- und Radio-Sendern,
Filmproduktionen.**

Porträtseite: 1.480 Euro

**Anzeigenschluss ist
am 28. Januar 2005**

**15 %
EINFÜHRUNGS-
RABATT**

Interessiert? Dann rufen Sie uns einfach an!

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG • Manuela Busche
Telefon 040-609 009 51 • E-Mail: manuela.busche@presse-fachverlag.de

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 einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

DEUTSCHLAND DEUTSCHLAND GUIDE GESÜNDER ESSEN EAT SMART

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, grafischen Gestaltungen und Schriftarten insbesondere für Druckerzeugnisse.

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

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

Deutscher Kämmerertag Deutsche Structured FINANCE Deutsche Structured FINANCE Messe

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für die Durchführung von Veranstaltungen, Seminaren, Messen und Kongressen sowie in diesem Zusammenhang für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse.

**Hülsbömer & Kollegen GmbH & Co. KG,
Ludwigstraße 25, 61169 Friedberg**

Unter Hinweis auf §§ 5 Abs. 3 und 15 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für den Titel:

Optimal versichert

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auf CD-ROM, DVD, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien

**IRION Rechtsanwälte,
Michaelisstraße 24, 20459 Hamburg**

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

STARKE Logistik

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.

**PAe Meissner, Bolte & Partner GbR,
Geschwister-Scholl-Straße 15, 07545 Gera**

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

MAMPFRED

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, entsprechende Untertitel, Schriftarten, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Software Programme, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich offline- und online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Literatur- und Druckerzeugnisse.

**phenomedia publishing gmbh,
Josef-Haumann-Straße 10, 44866 Bochum**

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

inside her

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, entsprechende Untertitel, Schriftarten, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich offline- und online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Literatur- und Druckerzeugnisse.

**Altweger Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Fürstenriederstraße 273, 81377 München**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Cottbuser Altstadtnacht

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sowie für elektronische und digitale Medien, insbesondere auch Off- und Onlinemedien aller Art.

**Prehm & Klare Rechtsanwälte,
Holtenauer Straße 62, 24105 Kiel**

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

Prinzessin Sophie

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere für periodisch erscheinende Magazine, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Buchbindeartikel und sonstige Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke on- und offline, digitale Datenträger, Spielfilme, Hörfunk- und Fernsehsendungen, Tonträger jeder Art und Merchandising in jeder Form.

**Verlagsgruppe Lübbe GmbH & Co. KG,
Scheidtbachstraße 23-31, 51469 Bergisch Gladbach**

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

Traveller

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen für alle Medien, insbesondere Bücher und Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien, einschließlich Multimedia Anwendungen (Offline- und Online-Dienste), Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form.

**Rechts- und Patentanwälte
KLINGER & KOLLEGEN,
Bavariaring 20, 80336 München**

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

NanoBio-Europe

in allen Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-ROM, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige digitale, elektronische und audiovisuelle Medien und Netzwerke, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse.

**Rechtsanwälte Dr. Neumann & Partner,
Wachsbleiche 26, 53111 Bonn**

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

In Teufels Küche Teufelsküche

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, DVD, 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 Titelschutz in Anspruch für:

Datenschutz im Handwerk Datenschutz für den Handwerksbetrieb Datenschutzwissen

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.

**Werner Hülsmann Diplom Informatiker,
Am Leutenberg 1, 87745 Eppishausen**

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 Titelschutz in Anspruch für:

Ciao Mosi good bye - CD

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Horst Mann,
Jägerstraße 19, 92318 Neumarkt/OPf.**

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

Wer führt, gewinnt!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**SC Verlags- und Service GmbH,
Gutenbergstraße 1-3, 95512 Neudrossenfeld**

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

EXISTENCIA

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Marc Malpricht,
Lilienthalstraße 14, 30179 Hannover**

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

SCHAUPLATZ BERLIN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Bücher und Druckerzeugnisse aller Art.

**Bostelmann & Siebenhaar Verlag,
Tempelhofer Ufer 23-24, 10963 Berlin**

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

Dittus-Media

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

**Dr. Wolfgang Dittus,
Rheinaustraße 96, 53115 Bonn**

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

Überleben Glückssache

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, und zwar in allen Medien, insbesondere Druckerzeugnissen, Hörfunk, Fernsehen, Film und allen elektronischen Medien einschließlich Multimedia, online- und offline-Diensten.

**Rechtsanwälte Kropp Rohrmann Günther,
Gerhard-Gerdes-Straße 19, 37079 Göttingen**

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

Deutschland feiert Wir feiern in Deutschland

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Die Hausfrauen Hausfrauen Perfekte Hausfrauen Die perfekten Hausfrauen

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

**Rechtsanwalt Ulrich Ide,
Lademannbogen 130, 22339 Hamburg**

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:

Deutschlands jüngste Eltern

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

**RTL Television GmbH,
Aachener Straße 1036, 50858 Köln**

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

Resonanz-Marketing - Das Marketing der Zukunft

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Pickhardt Training & Coaching,
Johannesstraße 23, 63906 Erlenbach**

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

Auch Männer haben's schwer Plötzlich berühmt

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 Titelschutz in Anspruch für:

Brautpaar auf Probe Spezialauftrag: Kindermädchen

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 Markengesetz nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

LudwigLudwig LudwigLudwig - der Mythos lebt Ludwig² - der Mythos lebt

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-Rom, 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 und Kollegen,
Theatinerstraße 32, 80333 München**

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

Business Woman

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

**Rechtsanwalt Dr. Gerald Mai,
Karlstraße 31, 40210 Düsseldorf**

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

Sue Thomas - FBI RED CAP - EINE FRAGE DER EHRE

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

**K1 Kabel 1 Fernsehen GmbH,
Gutenbergstraße 1, 85774 Unterföhring**

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 einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Scooter: Super-Spezialagent Trick 17

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereizerzeugnisse, 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 42, 82327 Tutzing**

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

Industrial Building Automation & Clean Production

in allen Schreibweisen, Kombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Schriftarten und mit allen Zusätzen für Druckereizerzeugnisse, Veranstaltungsname, Messenamen, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Druck- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere CD-ROM, Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Patent- und Rechtsanwaltssozietät
GRAMM, LINS & PARTNER GbR,
Theodor-Heuss-Straße 1, 38122 Braunschweig**

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

Tuning Guide

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, auch in der Singular- und Pluralfassung, für alle Medien, insbesondere Printmedien (Zeitschriften und Druckerzeugnisse wie Bücher und Literatur), Off- und Onlineservices, CD-ROM, CD-I, DVD, Ton- sowie Bild-/Tonträger sowie sonstige Datenträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software sowie Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwälte Heinrich & Partner,
Solmsstraße 2-22, 60486 Frankfurt am Main**

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
www.titelschutzanzeiger.de**

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, Tonträger, 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.