

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## “gesund & schön ...”: 79 neue Titel geschützt

“Healthy Living” und Wellness sind noch immer angesagte Themen. Da müssen natürlich auch Stars und Sternchen zur Leibesertüchtigung antreten. Hatte in den vergangenen Ausgaben des Titelschutz Anzeigers Brainpool TV noch die “Bundesjugendspiele der Promis” ausgelobt, heisst es für die Stars jetzt “mit vollem Einsatz” auf zum “großen Promiturnen”. Wir müssen uns wohl entscheiden: “Dribbeln durch Deutschland” oder lieber “superluxus tv”. Alle 79 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

## TV-Programmführer im Internet rechtmäßig

Die Wiedergabe von TV-Standbildern im Rahmen einer digitalen Programmvorschau verletzt nicht das Urheberrecht des Fernsehsenders, entschied das Oberlandesgericht Köln. Geklagt hatte ein großer privater Fernsehsender gegen den Anbieter eines elektronischen Programmführers, der in seiner Vorschau auch Lichtbilder aus den ausgestrahlten Sendungen veröffentlichte.

Laut § 50 UrhG (Urheberrechtsgesetz) ist die Verwendung urheberrechtlich geschützter Werke in einem durch den Zweck gebotenen Umfang ausnahmsweise auch ohne Zustimmung des Rechte-

inhabers zulässig, wenn sie der Berichterstattung über Tagesereignisse dient. Nach der Neufassung im September 2003, wird auch eine Berichterstattung durch dem Funk “ähnliche technische Mittel”, sprich Online-Medien, erfasst. Die Ankündigung eines Fernseh-Programmpunktes in einem digitalen Programmführer, ist daher nach Ansicht der Kölner Richter ein “Tagesereignis” im Sinne der Vorschrift. Und zwar unabhängig davon ob es sich um ein kulturell bedeutendes Ereignis oder nur um einen eher banalen Vorgang handelt.

*OLG Köln Urteil vom 1.10.04, AZ.: 6 U 115/04*

## Keine Verwechslungsgefahr zwischen “Post” und “Blaue Post”

Die Deutsche Post AG fühlte sich, als Inhaberin der prioritätsälteren Marke “POST”, von dem Post- und Kurierdienstleister “Die Blaue Post”, in ihren Marken- und Firmenrechten verletzt.

Das Kölner Oberlandesgericht hat jetzt das Bestehen einer Verwechslungsgefahr verneint. Die Ähnlichkeit der beiden Zeichen sei nur gering. Die angegriffene Bezeichnung “Die Blauer Post” werde markenrechtlich nicht durch ihren Bestandteil “Post” geprägt. Dieser Begriff sei schon von Haus aus rein beschreibend. Zudem seien inzwischen mehrere konkurrierende Anbieter auf dem Markt, die Postdienst-

leistungen erbringen und deswegen Anlass haben, den Begriff “Post” auch für ihr Unternehmen zu verwenden. Bei zusammengesetzten Wortzeichen könne daher nicht der Bestandteil “Post” das Gesamtzeichen prägen, sondern es übernehme umgekehrt der zusätzliche Teil des Gesamtzeichens - “Die Blaue Post” - die Funktion, das Unternehmen von Anderen abzugrenzen, die Postdienstleistungen erbringen, insbesondere von der aus dem früheren staatlichen Monopolunternehmen Deutsche Bundespost hervorgegangenen Klägerin.

*OLG Köln Urteil vom 28.01.05 AZ.: 6 U 131/04*



+ 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](http://www.iprguard.de), E-Mail: [info@iprguard.de](mailto:info@iprguard.de), Tel. 04131-225 600-0  
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter [www.researcher24.de](http://www.researcher24.de)

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

## Diese Woche: 79 Titel

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <p><b>1 plus 2</b><br/>100 Schicksalstage<br/>18.15 Uhr ab Ostkreuz<br/>48 Stunden Barcelona<br/><b>Achse</b> Berlin Shangri-La<br/>Arbeitgeber Aktuell<br/>Audiomagazin<br/>Audiozeitschrift<br/>Audiozeitung<br/><b>Bauernliebe</b><br/>Blinde Passagiere<br/>brand.map<br/><b>Cable!Vision</b><br/>Cable!Vision Europe<br/>Clavis - Schlüssel für Integration der<br/>Migranten in den Arbeitsmarkt<br/><b>Das große Promiturnen</b><br/>das jammern der lämmer<br/>Das unreine Mal<br/>Der Ball zu Gast bei Freunden<br/>Der Räuber Hotzenplotz<br/>Deutscher Weinpreis<br/>Deutschland sucht<br/>den Supermoderator<br/>Dribbeln durch Deutschland<br/>Du bist was du isst<br/><b>Ein Tag im Museum</b><br/><b>GEHEIMAKTE TUNGUSKA</b><br/>gesund &amp; schön im Norden<br/>gesund &amp; schön im Süden</p> | <p>gesund &amp; schön im Westen<br/>Golf Affairs<br/>Grundzüge der „Entwicklungs-<br/>orientierten Homöopathie“<br/><b>HEALTHY LIVING</b><br/>Hilfe, Dad allein zu Haus!<br/>Hilfe, ein Pate ohne Nerven!<br/><b>Julia</b> - Wege zum Glück<br/>Junge Sterne<br/><b>Kick it</b>, zum Zweiten!<br/>Kicko<br/>Kicko-Line<br/>Kickolino<br/>Kicko-Lino<br/>Kikkolino<br/>Kikko-Lino<br/>Königreich Mustang im<br/>Zeichen des Hakenkreuz<br/>Konstruktion + Einkauf<br/><b>Line „Kicko“</b><br/><b>MegaClever!</b> Die NKL-Show<br/>Melodie &amp; Rhythmus<br/>Mit dem Zweiten<br/>kickt man besser<br/>Mit vollem Einsatz!<br/>MoMu<br/>monte<br/>MS-Mosaik<br/>MS-Mosaikler<br/><b>Pfaffenkost</b></p> | <p>Premiumwandern<br/><b>QUEENS</b><br/>QUEENS - DAS MAGAZIN<br/>FÜR KULTUR &amp; LEBENSART<br/><b>Räuber Hotzenplotz</b><br/>Rock around the Block<br/><b>SECRET FILES</b> -<br/>IL MISTERO DI TUNGUSKA<br/>SECRET FILES: TUNGUSKA<br/>SOCIETY<br/>SonnTalk<br/>SPA Diamond<br/>superluxus tv<br/><b>TAKE CARE</b><br/>Talk der Woche<br/>TechLaw - Konferenz<br/>für Technologierecht<br/>TechLaw - Münchener Konferenz für<br/>Technologierecht<br/>TESTBOX<br/>TopTrails<br/>TORO<br/><b>Vernetzende Materia Medica</b> - Die<br/>wichtigsten Mittel und Symbole<br/><b>Wandermarke Deutschland</b><br/>Wellness Magazin Dresden<br/>Werbung! Das Beste aus<br/>aller Welt<br/>www.ms-mosaik.de<br/>www.ms-mosaikler.de</p> |
|--|---|---|

## Der Titelschutz Anzeiger

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 717 erscheint am 19.04.2005 **Anzeigenschluss:** 15.04.2005, 10 Uhr

## Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 721 erscheint am 18.05.2005 **Anzeigenschluss:** 13.05.2005, 10 Uhr

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

**[www.new-business.de](http://www.new-business.de)**

## Verstärkung für Jones Day

Piet Bubenzer (36) ist nach sieben Jahren anwaltlicher Tätigkeit für Sony Music Entertainment (Germany) GmbH zu neuen Ufern aufgebrochen. Er war zuletzt als Chefsyndikus der Sony tätig. Seine neuen Ufer liegen jetzt am Main, wo er sich als European Counsel im Frankfurter Büro der Kanzlei Jones Day mit Fragen des geistigen Eigentums beschäftigt.

Jones Day Partner Dr. Friedrich Klinkert begrüßt die Verstärkung des IP-Teams durch den versierten Praktiker, der u.a. auch Mitglied des Juristenkomitees der Deutschen Landesgruppe der IFPI (International Federation of the Phonographic Industry) und Beiratsmitglied der GVL (Gesellschaft zur Verwertung von Leistungsschutzrechten) war. Für Piet Bubenzer dagegen ist es besonders attraktiv in einer internationalen Großkanzlei,

mit Kollegen anwaltlich zu arbeiten, die in allen wesentlichen Rechtsbereichen beraten: "Nicht nur im Bereich der Litigation kommt den geistigen und technischen Schutzrechten immer mehr Bedeutung zu. Wir sehen heute keine größere Transaktion, die nicht auch wichtige Aspekte des Urheberrechts und des gewerblichen Rechtsschutzes beinhaltet. Die rechtlichen und wirtschaftlichen Fragestellungen von Verwertern wie Kreativen lassen sich nicht mehr allein aus urheber- und medienrechtlichen Quellen beantworten", erläutert er.

Die internationale Sozietät Jones Day beschäftigt weltweit mehr als 2.200 Anwälte an 30 Standorten. In Deutschland ist Jones Day mit Büros in Frankfurt und München vertreten.

Näheres unter:  
[www.jonesday.com](http://www.jonesday.com)

## Ermittlungen gegen Australische Suchmaschine

Im Streit der Internet-Suchmaschine „Ansearch“ um Tippfehlerdomains und Marken hat die australische Behörde zur Domainnamensverwaltung auDA ein Ermittlungsverfahren angekündigt.

Wie bei [australianit.news](http://australianit.news) berichtet, hatten die Suchmaschinenbetreiber eine ganze Reihe Tippfehlerdomains sowie Domains mit Wortmarkenbestandteilen wie z.B. [abcnews.com.au](http://abcnews.com.au), [yahho.com.au](http://yahho.com.au), [motorolla.com.au](http://motorolla.com.au) oder [microsoftoutlook.com.au](http://microsoftoutlook.com.au) registriert. Ziel war es, zusätzliche Internetnutzer auf die neue Website umzuleiten. Der Inhaber der Suchmaschine, das börsennotierte Investmentun-

ternehmen Optum, hatte im Februar 2005 für seine Suchmaschinen einen Traffic von 335.000 unique visitors, bei der die IP-Adresse täglich nur einmal gezählt wird, vermeldet und für März die Zielvorgabe 500.000 genannt.

Suchmaschinen-Chef Dean Jones verteidigte die Strategie damit, dass durch die Suchmaschine die Nutzer erst zu der richtigen Seite geleitet würden. Viele Markeninhaber würden gar nicht realisieren, wie viel sie verlieren, nur weil sie Tippfehler und die Mehrzahl ihrer Marken nicht registrieren.

Quelle:  
[www.markenbusiness.de](http://www.markenbusiness.de)

## Klingt wie „Tequila“ und schmeckt auch so

„Temequila“-Hersteller aus Kalifornien hat Ärger mit den mexikanischen Behörden.

„Temequila“ ist nicht etwa die durch übermäßigen Alkoholkonsum verunstaltete Version von „Tequila“. Nein, der eigentliche Name bezeichnet vielmehr eine Art US-Ausgabe des mexikanischen Agavenschnapses. Der in der südkalifornischen Ortschaft Temecula niedergelassene Hersteller des hochprozentigen Alkohols hat das Wort „Temequila“ kreiert, um Streit mit der mexikanischen Regierung, Inhaberin der „Tequila“-Marke, zu vermeiden. Trotz seiner guten Absichten kam es jedoch zum Disput. Wie die Los Angeles Times berichtete, ist zwischen dem Unternehmer John Wagoner und seinen mexikanischen Grenzachbarn ein heftiger Markenrechtsstreit entbrannt. Gemeinsam mit den nationalen Behörden gehen mexikanische Tequila-Hersteller nun gegen den Schnapsbrenner vor. Der Vorwurf: „Temequila“ und „Tequila“ seien sich phonetisch zu ähnlich. Konsumenten könnten auf die Idee kommen, bei dem Schnaps handele es sich um ein Original-Produkt aus Mexiko, das markenrechtlich geschützt sei.

So wie die EU über eine Regelung für geografische Herkunftsbezeichnungen verfügt, wonach Namen wie „Champagner“ oder „Roquefort“ nur für solche Produkte verwendet werden dürfen, die in den gleichnamigen Regionen bzw. Ortschaften produziert werden, hat auch die mexikanische Regierung den „Tequila“ als geografische Ursprungsbezeichnung geschützt. Seit 1974 darf ein Schnaps nur dann den Namen tragen, wenn er aus Agaven aus der Stadt Tequila in der Region Jalisco hergestellt ist. Im Laufe der Jahre wurde das na-

mensgebende Territorium allerdings um 56 Städte und Dörfer in vier anderen mexikanischen Bundesstaaten erweitert.

Da Wagoner seinen Schnaps in den USA brennt, ist ihm die Verwendung der Bezeichnung „Tequila“ untersagt. Und weil auch der Name „Temequila“ irgendwie nach „Tequila“ klingt, geht man auf der anderen Seite der Grenze auf die Barrikaden. Mexikanische Tequila-Hersteller mahnten den Unternehmer bereits ab und forderten ihn dazu auf, die Verwendung des Namens sofort zu unterlassen. Auch die Behörden haben sich in den Schnapsstreit eingeschaltet. Als Mitglied der nordamerikanischen Freihandelszone NAFTA muss Mexiko den Schutz der Markenrechte nicht zuletzt glaubhaft demonstrieren.

Wagoner will so schnell jedoch nicht klein beigeben. Der Unternehmer, der sein Agaven-Getränk im April auf den Markt bringen will und für das erste Jahr eine Produktion von 120.000 Flaschen und damit rund 90.000 Litern geplant hat, lässt seine Möglichkeiten derzeit von einem Anwalt prüfen. Über einen neuen Namen mit weniger Streitpotenzial habe er jedoch bereits nachgedacht, verriet er der Los Angeles Times. So könnte der hochprozentige Alkohol statt „Temequila“ in Zukunft „Temecula“ heißen und damit den Namen des Ortes tragen, an dem Wagoner seine aus Mexiko importierten Agaven zum Gedeihen bringt.

Quelle:  
[www.markenbusiness.de](http://www.markenbusiness.de)

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:

### **Blinde Passagiere**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Michael Bartel,  
Müggenkampstraße 23A, 20257 Hamburg**

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

### **monte**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien.

**Rechtsanwalt Edgar van Mark,  
Veichtedergasse 2, 84036 Landshut**

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

### **SPA Diamond**

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien insbesondere für Printmedien und Druckerzeugnisse aller Arten und Formen, Publikationen, Software-Erzeugnisse, Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien, Veranstaltungen, Merchandising in jeglicher Form.

**CMS Hasche Sigle,  
Theodor-Heuss-Ring 19-21, 50668 Köln**

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

### **Deutscher Weinpreis**

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien insbesondere für Printmedien und Druckerzeugnisse aller Arten und Formen, Publikationen, Software-Erzeugnisse, Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien, Veranstaltungen, Merchandising in jeglicher Form.

**CMS Hasche Sigle,  
Theodor-Heuss-Ring 19-21, 50668 Köln**

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

### **superluxus tv**

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art und Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet, sowie öffentliche Veranstaltungen.

**Jens Stephan,  
Thalkirchnerstraße 101, 81371 München**

Korrektur zu den Anzeigen aus der Woche 47/2004 in der Ausgabe 695 und 18/2004 in der Ausgabe 666.

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

### **Du bist was du isst**

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien, z.B. für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, DVD, Offline- und Online-Dienste, Internet und sonstige Online-Medien, einschließlich, aber nicht darauf beschränkt, Merchandising, Verwendung im Zusammenhang mit Software oder Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP, GPRS), für unsere Mandantin  
Celador International Limited,  
39 Long Acre, London WC2E 9LG, Großbritannien.

**Rouse & Co. International,  
Theatinerstraße 14, 80333 München**

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:

### **Räuber Hotzenplotz Der Räuber Hotzenplotz**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Zusätzen sowie Kombinationen zur Verwendung in allen Medien.

**Kanzlei Lausen Rechtsanwälte,  
Residenzstraße 25, 80333 München**

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

### **HEALTHY LIVING**

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**

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

### **Königreich Mustang im Zeichen des Hakenkreuz Achse Berlin Shangri-La**

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 Online-Medien aller Art.

**Prehm & Klare Rechtsanwälte,  
Im Brauereiviertel 2, 24118 Kiel**

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

### **TechLaw - Münchener Konferenz für Technologierecht TechLaw - Konferenz für Technologierecht**

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Werbeaufritte und Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Online-Dienste, Internet- und Multimediaanwendungen (z.B. CD-ROM, DVD), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich SMS, MMS, UMTS und WAP) sowie für Veranstaltungen aller Art.

**Wilmer Cutler Pickering Hale and Dorr LLP,  
Maximilianstraße 31, 80539 München**

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

### **gesund & schön im Norden gesund & schön im Westen gesund & schön im Süden**

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

**Linklaters Oppenhoff & Rädler  
Rechtsanwälte Wirtschaftsprüfer,  
Börsenplatz 1, 50667 Köln**

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

### **Grundzüge der "Entwicklungsorientierten Homöopathie" Vernetzende Materia Medica - Die wichtigsten Mittel und Symbole**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen, Zusätzen, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, in allen Medien einschließlich elektronische und digitale Medien und Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

**Dr. med. Stefan Proeller,  
Bahnhofstraße 38, 65428 Rüsselsheim**

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:

## **Talk der Woche SonnTalk MegaClever! Die NKL-Show**

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

## **TORO**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, Variationen und Abkürzungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Diensten, Merchandising.

**CM Publishing GmbH,  
Rotweg 7, 76532 Baden-Baden**

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

## **1 plus 2**

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Schriftart, graphischen Gestaltung, Abwandlung, Abkürzung, Wortverbindung, Titelkombination als Einzel- und Reihentitel für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, sowie Online- und Offline-Dienste, Hörfunk- und Fernsehen, audiovisuelle Medien und Multimedia-Anwendungen sowie Merchandising.

**ics GmbH & Co. KG,  
Floriansmühlstraße 19, 80939 München**

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

## **Junge Sterne**

in allen Schriftarten und Wortverbindungen, Untertiteln, Titelkombinationen, Abkürzungen, graphischen Gestaltungen, für Werbung, Telekommunikation, sportliche und kulturelle Aktivitäten, Bekleidungsstücke, Schuhwaren, Kopfbedeckungen, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multi-Media-Anwendungen.

**Rechtsanwalt Stefan Spreitzer,  
A.C. Abgaben-Control GbR,  
Ringseisstraße 4, 80337 München**

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

## **Das unreine Mal Das große Promiturnen Mit vollem Einsatz! 48 Stunden Barcelona Dribbeln durch Deutschland Mit dem Zweiten kickt man besser Der Ball zu Gast bei Freunden Kick it, zum Zweiten!**

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 42, 82327 Tutzing**

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

## **Kickolino Kicko-Lino Kikkolino Kikko-Lino Kicko-Line Line „Kicko“ Kicko**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, Untertiteln, Titelkombinationen, Abkürzungen, graphischen Gestaltungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen.

**Medien- & Musen-Verlag,  
Wolfram Glatzel und Dr. Patricia Scherer GbR,  
Ringseisstraße 4, 80337 München**

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:

### **100 Schicksalstage**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

### **das jammern der lämmer**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Stefan Jürgens,  
Xantener Straße 8, 10707 Berlin**

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

### **Ein Tag im Museum**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Horncastle Verlag,  
Pickelstraße 17, 80637 München**

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

### **Pfaffenkost**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

### **Deutschland sucht den Supermoderator**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle deutschsprachigen Medien.

**Economia,  
An der Alster 35, 20099 Hamburg**

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

### **QUEENS QUEENS - DAS MAGAZIN FÜR KULTUR & LEBENSART**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**H.W.G. Verlag & Werbung,  
Wiedbachstraße 50, 56567 Neuwied**

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

### **GEHEIMAKTE TUNGUSKA SECRET FILES: TUNGUSKA SECRET FILES - IL MISTERO DI TUNGUSKA**

in jeder Schreibweise, Abkürzung, Darstellungsform und grafischen Gestaltung zur Verwendung für alle Printmedien, Hörfunk und Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM und Online-Dienste.

**KOCH Media GmbH,  
Gewerbegebiet 1, A - 6600 Höfen**

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

### **Werbung! Das Beste aus aller Welt**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Tonträger 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 Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Dr. Jürgen Chr. Jenckel,  
Hegelplatz 1, 10117 Berlin**

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:

## **18.15 Uhr ab Ostkreuz**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Spielfilmproduktionen.

**Heinz und Horst Filmproduktion GbR -  
Jörn Hartmann und Michael Huber,  
Steinmetzstraße 40, 10783 Berlin**

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

## **Arbeitgeber Aktuell**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Mütze Korsch Rechtsanwaltsoges. mbH,  
Trinkausstraße 7, 40213 Düsseldorf**

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

## **Melodie & Rhythmus**

in allen Schreibweisen, mit allen Zusätzen, in allen Abwandlungen und Schriftarten, Titelkombinationen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

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

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

## **Cable!Vision Cable!Vision Europe**

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

**Medienbüro Dr. Wolfgang Posewang,  
Wieseneck 16, 24632 Heidmoor**

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

## **Premiumwandern TopTrails Wandermarke Deutschland**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**inMOTION Agentur & Verlag  
für Outdoor & Touristik Service e.K.,  
Karl-Hass-Straße 21, 53859 Niederkassel**

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

## **MS-Mosaik www.ms-mosaik.de MS-Mosaikler www.ms-mosaikler.de**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**E.O. PRESS, Elke Opitz-Demenat,  
Tattenseestraße 1, 86922 Eresing**

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

## **TESTBOX**

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

**Linklaters Oppenhoff & Rädler  
Rechtsanwälte Wirtschaftsprüfer,  
Börsenplatz 1, 50667 Köln**

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

## **Hilfe, ein Pate ohne Nerven! Hilfe, Dad allein zu Haus!**

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**

mit DER  
SOFTWARE  
TITEL

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

12. April 2005  
Woche 15  
**Nr. 716**

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:

## **MoMu**

in jeder Schreibweise, Abkürzung und Darstellungsform, für Tonträger, Bild-Tonträger und sonstige audiovisuelle Medien.

**UNIVERSAL Music GmbH,  
Stralauer Allee 1, 10245 Berlin**

Gemäß §§ 5,15 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

## **Konstruktion + Einkauf**

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

**Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG,  
Kolbergerstraße 22, 81679 München**

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

## **brand.map**

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

**psychonomics AG,  
Berrenrather Straße 154-156, 50937 Köln**

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

## **SOCIETY**

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**

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

## **Rock around the Block**

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.

**Straßer Feyock Rechtsanwälte,  
Oberanger 30, 80331 München**

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

## **Julia - Wege zum Glück**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafische Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und 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 audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**Rechtsanwälte Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,  
Kurfürstendamm 220, 10719 Berlin**

**Rund 40.000 Titel!**

Recherchieren Sie kostenlos unter:

**[www.titelschutzanzeiger.de](http://www.titelschutzanzeiger.de)**

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 den Titel

## **Wellness Magazin Dresden**

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

**Rechtsanwalt Spyros Aroukatos  
in überörtlicher Sozietät Rosenberger & Koch,  
Ostra-Allee 18, 01067 Dresden**

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

## **Golf Affairs**

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:

## **Audiomagazin Audiozeitschrift Audiozeitung**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, im Singular und im Plural, für alle Medien, insbesondere für audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste, Internet und Telekommunikationsdienstleistungen aller Art, einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP etc.

**Audible GmbH, München,  
Bayerstraße 21, 80335 München**

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

## **Clavis - Schlüssel für Integration der Migranten in den Arbeitsmarkt**

in allen Schreibweisen, Kombinationen, Wortverbindungen, Schrift- und Darstellungsformen, Titelkombinationen, mit oder ohne Untertitel bzw. Zusätze für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, Software- Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROMs, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**RAe Schrade & Partner,  
Julius-Bührer-Straße 4, 78224 Singen**

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

## **Bauernliebe**

in allen Schreibweisen, Zusammensetzungen, Schriftarten, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Titelkombinationen, allen Arten der grafischen Darstellung für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film- und Tonwerke, Fernsehen, 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 und Aufführungen jeder Art, sowie Merchandising in jeglicher Form.

**Rechtsanwalt Tim M. Kohaupt,  
Römerstraße 13, 50996 Köln**

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

## **TAKE CARE**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere Druckerzeugnisse.

**Moritz Müller,  
Klingelhüttenweg 28, 69118 Heidelberg**

## **Wiederholung und 50% Rabatt?**

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

**Fon: 040 / 609 009 - 61**

mit DER  
SOFTWARE  
TITEL

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

12. April 2005  
Woche 15  
**Nr. 716**

## 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: 5.400 Verbreitete Auflage: 5.200

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

© 2005 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.



**JA** – ich möchte ein Probeabonnement für die nächsten sechs Ausgaben **dnv – der neue vertrieb** zum Vorzugspreis von 30,- Euro (zzgl. Umsatzsteuer)! Wenn ich vom **dnv** überzeugt bin und nicht innerhalb einer Woche nach Erhalt der fünften Ausgabe schriftlich abbestelle, erhalte ich **dnv** zum günstigen Abonnementspreis von 168,- Euro (zzgl. Umsatzsteuer) für 26 Hefte im Jahr.

## Probeabonnement

**Fax: 040/60 90 09-66**

Firma \_\_\_\_\_

Name, Vorname \_\_\_\_\_

Straße/PF \_\_\_\_\_

PLZ, Ort \_\_\_\_\_

Tel. \_\_\_\_\_

USt.Nr. \_\_\_\_\_

Datum, Unterschrift \_\_\_\_\_

BITTE IN BLOCKSCHRIFT!

TS

## Presse Fachverlag

Eidelstedter Weg 22 • 20255 Hamburg  
Telefon 040/60 90 09-61 • Telefax 040/60 90 09-66  
angela.lautenschlaeger@presse-fachverlag.de  
www.presse-fachverlag.de

# 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:** \_\_\_\_\_