

mit DER
SOFTWARE
TITEL

13. Dez. 2005
Woche 50
Nr. 751

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

„Heise-Urteil“: Haftung für Forenbeiträge?

Ein Urteil des Hamburger Landgerichts sorgt bei Betreibern von Webforen zur Zeit für Unsicherheit. Das Gericht hatte eine einstweilige Verfügung gegen den Heise-Verlag und dessen Dienst „heise online“ bestätigt. Heise wurde verboten, Forenbeiträge zu verbreiten, in denen dazu aufgerufen wird, durch den massenhaften Download eines Programms den Server-Betrieb eines Unternehmens zu stören. Nach Angaben von heise online hätte die Kammer erklärt, der Verlag sei allein durch die Verbreitung - auch ohne Kenntnis - für die im Forum geäußerten Inhalte haftbar zu machen: Er könne schließlich die Texte vorher automatisch oder manuell prüfen. Joerg Heidrich, Justiziar des Heise

Zeitschriften Verlages, dazu: „Sollte sich diese Rechtsprechung durchsetzen, führt das dazu, dass jeder Anbieter, der ungefiltert die Möglichkeit zu Kommentaren bietet, unmittelbar für Rechtsverstöße in den Beiträgen haftet und abgemahnt werden kann.“

Dr. Martin Bahr, Hamburger Spezialist für das Recht der neuen Medien, mahnt Foren-Betreiber allerdings zunächst Ruhe zu bewahren und nicht in Hysterie zu verfallen. Jetzt hektisch Kommentar- und Posting-Funktionen zu ändern sei absolut verfrüht. Die schriftlichen Entscheidungsgründe des Hamburger Landgerichts lägen noch nicht vor.

Infos unter: www.heise.de und www.dr-bahr.com

53 neue Titel für den Medienmarkt

„Sign here“ ist nicht nur ein gutes Motto für MTV. Auch die Autoindustrie scheint auf den Aufschwung zu setzen und der Medienmarkt zieht mit. Neben „Auto News & Tests“ in dieser Ausgabe, wurden im Jahr 2005 schon 28

Auto-Titel geschützt. In 2004 waren es 17 Titel und in 2003 nur 14 Titel mit dem Bestandteil „Auto“. Da macht sich sogar Endemol mit dem „Backstage Bus“ auf den Weg. Alle 53 Titel finden Sie auf Seite 2 (AL).

Recht im Anzeigengeschäft

„Rechtliche Rahmenbedingungen für die Anzeigenpraxis in Abwicklung und Verkauf“ hat sich die ZAK Zeitschriften Akademie im Februar als Seminarthema gewählt. Rechtsanwalt Dr. Lars Kröner will Anzeigenleiter und Mitarbeiter der Anzeigenabwicklung in Verlagen mit allen im täglichen Umgang mit Anzeigen auftauchenden rechtlichen Fragen vertraut machen,

vorhandenes Grundwissen auffrischen und die neuen gesetzlichen Rahmenbedingungen erläutern. Passend zu diesem Thema kann auch das Seminar „Rechtliche Fallstricke bei der Heilmittelwerbung“ am 2. Februar 2006 mitgebucht werden.

Termin: 1. Februar 2006
Ort: Radisson SAS, Hamburg
Te. 030 - 72 62 98 113
www.zeitschriftenakademie.de



THOMSON
★

Gracklauer Titelrecherchen

Täglich ergänzte eigene Datenbanken in allen Medienbereichen

www.gracklauer.de

Titelrecherchen
Titelüberwachungen
Internet-Recherchen
Markenrecherchen

Thomson CompuMark
Tel + 32 3 220 72 11
Fax + 32 3 220 73 90
compu-mark.be@thomson.com

mit DER
SOFTWARE
TITEL

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

13. Dez. 2005

Woche 50

Nr. 751

Diese Woche: 53 Titel

AboXtra	International Watch & Jewellery Journal	Saarburger Zeitung
Auto News & Tests	Jung bleiben	Sign Here
Auto News Tests	KapitalPrognose	Sportwetter
Auto News und Tests	Kids-Wetter	Sprechen Sie deutsch?
Backstage Bus	Königliche Träume	stanzform
Bibliothek der großen historischen Romane	Konzer Zeitung	Unsere schönsten Wanderlieder
Bist du jünger als du denkst?	Lead	Unterwegs in Deutschland - mit dem Zug
cutweld	Love is Blind	VermögensPrognose
Die dritte Dimension der Tränen	med.biz	W 1
flirt & fun	med.bizz	Welt des Transports
Gemüse - gesünder geht's nicht	Mensch, bleib jung!	Weltmeisterschafts-Wetter
Gerolsteiner Zeitung	motor - EE	Wetter für Kids
Granulieren	München intim	Wetter für Kinder
Hand aufs (auf's) Herz	NEUE REVUE	Wie jung bist du wirklich?
Hanse-Parlament	Nordstaat	Wittlicher Zeitung
HanseZeit	Online mit Gott	WM-Wetter
Initiative Gesunder Mensch	Pinguin, Löwe und Co.	World 1
	REIKI PUR	World One

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 752 erscheint am 20.12.2005 **Anzeigenschluss:** 16.12.2005, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 756 erscheint am 17.01.2006 **Anzeigenschluss:** 13.01.2006, 10 Uhr

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

www.new-business.de

Schutzrechte und Symbole: © für Copyright

Sie prangen auf Produkten, in Büchern oder auf CD's. Copyright- und Markenzeichen. Doch was bedeuten sie eigentlich und wann darf ich sie verwenden? Muss ich, darf ich, sollte ich sie auf meinen Produkten oder auf der Werbung für meine Dienstleistung anbringen? In einer Serie geben wir für den deutschen Rechtskreis Auskunft über ©, ®, ™ und Co:

Der Copyright-Vermerk dient vor allem dazu, auf den Urheberschutz an einem „Werk“ hinzuweisen. Das „C im Kreis“, (c) oder auch © stammt aus dem anglo-amerikanischen Rechtskreis, wird aufgrund seiner Kürze und seiner Prägnanz aber auch gern in Deutschland verwendet. Da es eine eigene Regelung im Welturheberrechtsabkommen erhalten hat, wird es inzwischen weltweit als Hinweis auf bestehende Urheberrechte verstanden. Häufig wird es mit einer Jahreszahl, manchmal auch dem genauen Datum der Entstehung des Werks und dem Namen des Urhebers kombiniert. Gängig für den Verweis auf das Urheberrecht ist auch die Verwendung des Wortes „Copyright“ bzw. die Abkürzung „Copr.“.

Vor dem 1. März 1989 war in den USA beispielsweise ein Urheberrechtsvermerk zur Erlangung von Urheberrechtsschutz notwendig. Da in Deutschland das Urheberrecht eines Werks mit der Schöpfung entsteht, eine beispielhafte Aufzählung findet sich in § 2 des Urheberrechtsgesetzes, ist eine Kennzeichnung nicht notwendig. Dennoch finden sich neben dem Symbol auch Wortgruppen wie „Dieses Werk ist urheberrechtlich ge-

schützt“, „urheberrechtlich geschützt“, „gesetzlich geschützt“, „ges. gesch.“ oder „Alle Rechte vorbehalten.“

Solche Vermerke sind zunächst rein deklaratorisch, haben aber auch eine Warn- sowie Adressfunktion. Der BGH stellte in einem Urteil aus dem Jahr 1989 (Az: I ZR 160/87) fest: „Der Copyright-Vermerk erklärt sich im Wesentlichen aus den Bedürfnissen nach Erlangung eines Urheberrechtsschutzes in den USA“. Zwar wurde hier um die Impressumspflicht gestritten, doch zu dem „C im Kreis“ bekräftigten die Richter, dass der Verkehr bei dem Symbol annehme, dass es sich bei der nachfolgenden Bezeichnung um denjenigen handele, der das Copyright beanspruche. Dies ist der Hinweis auf eine weitere Funktion des Symbols: Mögliche Lizenzgeber werden damit klar gekennzeichnet.

Doch der Vermerk mit Namenszusatz ist auch ein Hinweis auf denjenigen, der für das Werk verantwortlich ist. Dies hat für die Fälle, in denen durch das Werk fremde Rechte verletzt werden, Bedeutung. Beweisrechtlich ist der Hinweis auf die Urheberschaft von Vorteil. Wer sich eines Urheberrechts durch Anbringung eines entsprechenden Hinweises berühmt, ist nach dem deutschen Urhebergesetz zum Beweis des Gegenteils als Urheber anzusehen. Im Welturheberrechtsabkommen findet sich in Art III 1 ein Verweis auf das ©-Symbol. Danach verdrängt das Zeichen bei ausländischen Werken alle in einem Mitgliedsstaat des Welturheberrechtsabkommens (WUA) eventuell bestehenden Formvorschriften zur Erlan-

gung des Urheberrechtsschutzes. Fazit: Das Anbringen ist nicht notwendig, hat aber Vorteile. Im internationalen Rechtsverkehr ist eine internationale Kennzeichnung empfehlenswert, wobei sich das „C im Kreis“ samt Namen des Rechteinhabers (Urheber, juristische Person wie beispiels-

weise ein Verlag oder auch beide) und Jahr der Erstveröffentlichung hervorragend eignet.

Teil 2 der Serie Schutzrechte und Symbole „® wie Registered“ lesen Sie in der nächsten Ausgabe.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Nur eine Limo unter vielen

Almdudler kann Flaschenform nicht als 3D-Marke schützen.

Kurz vor Eröffnung der Skisaison hätte der österreichische Hersteller der ‚kultigen‘ Kräutermilchlimonade Almdudler sicherlich gerne ein Zeichen gesetzt und seinem Getränk auch vom höchsten europäischen Gericht Einmaligkeit bescheinigen lassen. Im Streit um den Eintrag der Almdudler-Flaschenform kam es jedoch anders. Die Luxemburger Richter hielten die Form für nicht außergewöhnlich genug, um sie als 3D-Marke ins Europäische Markenregister aufzunehmen (AZ: T-12/04). Damit bestätigten sie eine zuvor vom Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM) getroffene Entscheidung.

Almdudler-Limonade füllt nach eigenen Angaben jährlich rund 80 Millionen Liter der Kräutermilch ab. Auf dem österreichischen Markt für Limonadengetränke liegt der Durstlöcher nach Coca-Cola auf dem zweiten Platz. Der in Wien niedergelassene Hersteller des Erfrischungsgetränks hatte in dem Verfahren argumentiert, dass seine Flasche durch „ihre besondere körperliche Form sowie den Wechsel zwischen durchsichtigem glattem Mittelteil und dem gemasert ausgestalteten oberen und unteren Flaschenbereich“ Einmaligkeit erlange. Keine andere Marke käme an die Gestaltung der Flasche heran. Nach

seinen Angaben habe die ungewöhnliche Form der Flasche in Österreich eine überragende Verkehrsbekanntheit erlangt. Zusätzlich zu berücksichtigen sei die goldene Farbe des Getränks, welche die Oberflächenbeschaffenheit des Glasgefäßes zusätzlich hervorhebe.

Almdudler - nur eine Limonade unter vielen, lautete hingegen das „Flaschenform-Fazit“ der Richter. Ausreichende Unterscheidungskraft konnten sie jedenfalls nicht feststellen. Die durchsichtige Glasflasche sei eine für die Abfüllung von Limonaden gängige Form, „die gegenüber der üblichen Gestaltung keine Besonderheiten aufweist“, heißt es in dem Urteil. Die von Almdudler betonte Einmaligkeit des gemaserten oberen und unteren Flaschenhalses konnte die Richter ebenfalls nicht überzeugen. Das Merkmal werde nur von Nahem und nur nach eher aufmerksamer Prüfung wahrgenommen und erzeuge nicht die Aufmerksamkeit des Durchschnittsverbrauchers, hieß es dazu. Die von Almdudler gegen die Entscheidung des HABM eingebrachte Klage wurde zurückgewiesen.

Quelle:
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:

Die dritte Dimension der Tränen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Internet, WAP, UMTS und Multimedia Anwendungen (online und offline Dienste).

**J. Amanda Bohlken,
Frechener Straße 112, 50321 Brühl**

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

Backstage Bus

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten, in allen Medien, insbesondere Fernsehen, Hörfunk, Film, Internet, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, Spiele, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-Rom, CD-I, DVD, Off-line- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Endemol Deutschland GmbH,
Am Coloneum 3-7, 50829 Köln**

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

HanseZeit Hanse-Parlament

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Onlinedienste sowie Internet.

**Rechtsanwalt Max Hogeforster,
Hanse-Parlament e.V.,
Rissener Landstraße 193, 22559 Hamburg**

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

Initiative Gesunder Mensch

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off-line- und On-line-Diensten, Off-line- und On-line-Medien und Produkte, Internet-Domains, Veranstaltungen, Merchandising- und Druckereierzeugnisse sowie Literatur, insbesondere Zeitschriften, Newsletter, Bücher und andere Printmedien und Publikationen, Bild-, Ton-, Bildton- und Datenträger.

**INFOkontor GmbH,
Bodinusstraße 1, 50735 Köln**

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

Sportwetter Wetter für Kinder Wetter für Kids Kids-Wetter WM-Wetter Weltmeisterschafts-Wetter

in allen Schreibweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Hörfunk, Film, TV sowie sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off-Line- und Online-Dienste sowie für Bild-, Ton- und Datenträger.

**Onscreen Advertising TV
Kommunikationsgesellschaft GmbH & Co. KG,
Brüsseler Straße 21, 50674 Köln**

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

Love is Blind Sign Here

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, sowie alle elektronische Medien, insbesondere auch Online- und Offline-Dienste (z.B. Internet), Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**MTV Networks GmbH & Co. OHG,
Stralauer Allee 7, 10245 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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

München intim

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwaltskanzlei Dr. Andreas Boele,
Karlsplatz 4, 80335 München**

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

Welt des Transports

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen in allen Medien.

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

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir im Auftrag unserer Mandantin für Druckerzeugnisse, insbesondere Publikationen im Printbereich sowie für Film, Fernsehen, Hörfunk, 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:

Auto News Tests Auto News & Tests Auto News und Tests

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

**Taylor Wessing Rechtsanwälte,
Isartorplatz 8, 80331 München**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Unsere schönsten Wanderlieder Gemüse - gesünder geht's nicht Unterwegs in Deutschland - mit dem Zug Bibliothek der großen historischen Romane

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Printmedien, insbesondere Serien- und Einzelbandtitel sowie Bild-, Ton- und Datenträger.

**Rechtsanwalt Joachim Fauth,
Wilhelm-Blos-Straße 62, 70191 Stuttgart**

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

Sprechen Sie deutsch?

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.

**GRUNDY Light Entertainment GmbH,
Hans-Böckler-Straße 163, 50354 Hürth**

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

Nordstaat

in allen Wort- und Zeichenverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton-, Bild- 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- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien, sonstige Multi-Media-Anwendungen, sowie Softwareerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, sonstige CD-Derivate, 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, sowie öffentliche Veranstaltungen.

**PR COMMANDER GMBH,
Schwachhauser Heerstraße 78, 28209 Bremen**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Lead med.bizz med.biz

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

**RAe Lehmann-Böhm u. Peter,
Am Markt 4, 29640 Schneverdingen**

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

AboXtra

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereierzeugnisse und alle sonstigen Medien, einschließlich Ton-, Bildtonträger, Film-, Hörfunk-, Software-, Internet-Dienste, CD-Rom und andere Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien einschließlich sämtlicher Multimedia Anwendungen (Online-/Offline-Dienste) sowie Dienstleistungen und Merchandising aller Art.

**Frankfurter Societätsdruckerei GmbH,
Frankenallee 71-81, 60327 Frankfurt am Main**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir für unsere Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Konzer Zeitung Saarburger Zeitung Wittlicher Zeitung Gerolsteiner Zeitung

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, alle elektronischen und digitalen Medien, insbesondere Internet und einschließlich Merchandising.

**Rechtsanwälte Dr. Johannes Weberling,
Prinzessinnenstraße 14, 10969 Berlin**

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

World One World 1 W 1 International Watch & Jewellery Journal

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen, Wortverbindungen und Zusätzen für Medien aller Art, insbesondere Druckerzeugnisse sowie elektronische und digitale Medien.

**Rühle-Diebener-Verlag GmbH & Co. KG,
Industriestraße 4, 70565 Stuttgart**

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

Bist du jünger als du denkst? Wie jung bist du wirklich? Jung bleiben Mensch, bleib jung!

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bildträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste und sämtliche sonstige Online-Medien.

**RAin Bettina Krause,
Hauptstraße 42, 82327 Tutzing**

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

Königliche Träume

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen, Schriftarten und Darstellungsformen für alle Tourneen, Einzelveranstaltungen, Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien- und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, Off- und Onlinemedien sowie für Messen, Kongresse, Fachtagungen und sonstige Veranstaltungen sowie Merchandising in jeder Form und für sämtliche Merchandising-Artikel und Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwälte SCHWEIZER & LEHMANN,
Marktplatz 9, 89150 Laichingen**

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:

flirt & fun

- LIEBE-EROTIK-LIFESTYLE -

Das neue bundesweite Kontaktmagazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Printmedien.

**Poleposition Advertising & Publishing GmbH,
Hohenzollernstraße 53, 30161 Hannover**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Granulieren

Grundlagen · Verfahren · Formulierungen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, in allen Wortverbindungen für alle Medien.

**ECV · Editio Cantor Verlag GmbH
für Medizin und Naturwissenschaften,
Bändelstockweg 20, 88326 Aulendorf**

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

NEUE REVUE

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen für Medien, insbesondere Printmedien und/oder elektronische Medien, Hörfunk, Film und Netzwerke, On-Line-Dienste sowie für Bild-, Ton- und Datenträger.

**Rechtsanwalt Klaus-Peter Niebel,
Horst-Menzel-Straße 1a, 09112 Chemnitz**

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

Online mit Gott

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Internet, WAP, UMTS und Multimedia Anwendungen (online und offline Dienste).

**Alexandra Danuta Fuzinski,
St.-Apern-Straße 66-68, 50667 Köln**

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

motor - EE

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschl. Multimediaanwendungen (Online- und Offlinedienste).

**Verlag + Druck Linus Wittich KG,
An den Steinenden 10, 04916 Herzberg**

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

Hand aufs (auf's) Herz

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**

Rund 40.000 Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter:

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

KapitalPrognose VermögensPrognose

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Michael Hertrampf,
Schäferieweg 7, 30989 Gehrden**

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

stanzform cutweld

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**TEHCARE Medien & Marketing,
Nagelsbaum 54, 51399 Burscheid**

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

REIKI PUR Die japanische Meta- und Psychobiologische Physik

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Josef Hilger,
Thürmchenswall 61, 50668 Köln**

Gemäß § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Pinguin, Löwe und Co.

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und graphischen Gestaltungen für die Bereiche Druckwerke, Rundfunkausstrahlung und Internet.

**Westdeutscher Rundfunk Köln,
Anstalt des öffentlichen Rechts,
50600 Köln**

Impressum

**DER TITELSCHUTZ ANZEIGER
mit DER SOFTWARE TITEL**

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstr. 16, 22041 Hamburg
Fon: (040) 609 009 - 0, Fax: (040) 609 009-66
titelschutz-anzeiger@presse-fachverlag.de
www.titelschutzanzeiger.de

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

Redaktion: Angela Lautenschläger (AL) -61,

Ansprechpartner für Titelschutzanzeigen:

Angela Lautenschläger, -61

Geschäftsanzeigen: Manuela Busche, -51

Druckauflage: 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
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.

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

www.new-business.de

**Probeheft + Mediadaten
unter Fax 040-609 009-55**