

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## „Die Kanzlerin“ und 80 weitere Titel für die Medien-Welt

Die Serie „Das Kanzleramt“ war 2005 für das ZDF zwar kein Quoten-Hit, sorgte aber nicht nur im Vorfeld für Schlagzeilen. Mit der Titelschutz-Anmeldung „Die Kanzlerin“ greift nun Swantje-Britt Koerner nach dem medialen Phänomen Angela Merkel. Aktuelle ARD-Erhebungen zufolge ist Merkel nicht nur die mit Abstand beliebteste Politikerin, sondern findet mit ihrer Politik auch hohe Zustimmung. Man darf gespannt sein, wann und in welcher Form sich dieser Titelschutz-Schachzug realisiert.

Die Fußball-WM beschert uns auch diese Woche eine interessante Idee „Kochen wie ein Weltmeister – Eine kulinarische Reise durch Fußball-Deutschland“ kann ein hoffnungsvoller Vorgriff oder ein klassisches Ablenkungsmanöver sein. Gleich dreifach will sich die Spiegel-Tochter „a+art and information“ der Welt der elfköpfigen Mannschaft und des runden Leders wid-

men: Von der Erkenntnis „Am Anfang war der Ball“ über die historische Betrachtung „Die Kulturgeschichte des Fußballs“ bis hin zum kriminalistischen bzw. psychologischen Ansatz „Das Geheimnis des Fußballs“ reicht das Titelschutz-Spektrum der a+i-Kollegen. Irgendwie passt die SAT.1-Idee mit der abgewandelten Sepp-Herberger-Erkennntnis „Freunde für immer – Das Leben ist rund“ auch zu der Fußball-Story-Welt. Auf jeden Fall macht dieser Titel neugierig.

Die glamouröse Hollywood-Welt regt zu Titelschutz-Anmeldungen in Form einer WG und eines Quiz an. Im Hinblick auf die Anziehungskraft von Kindern finden sich in dieser Ausgabe „Die kleine Benimmschule“ und der „Kinder – Grand Prix“. Viel Spaß beim Entdecken weiterer Titel-Ideen in der ersten Ausgabe 2006 wünscht Ihnen das TITELSCHUTZ ANZEIGER-Team. (ps)

## China plant Markenverband - Deutscher Markenverband soll Hilfe leisten

Vielleicht ist es ein weiterer Baustein im Kampf gegen chinesische Markenpiraten. Vielleicht stärkt es nur die chinesische Markenartikelindustrie. Jedenfalls ist es eine weitere Chance auf länderübergreifende Kommunikation zum Thema Marken: In China wird derzeit die Schaffung eines Markenverbandes geplant. Wie vom deutschen Markenverbandes verlautete, haben chinesische Vertreter den deutschen Verband um Unterstützung bei der Schaffung eines vergleichbaren Verbandes in China gebeten. Der

deutsche Markenverband, der bereits Erfahrungen beim Aufbau derartiger Vereinigungen hat, äußerte, grundsätzlich zu einer solchen Unterstützung bereit zu sein.

Der Markenverband wurde 1903 in Berlin als branchenübergreifender Bundesverband für alle markenorientierten Unternehmen aus Industrie und Dienstleistung gegründet und ist mit knapp 400 Mitgliedern nach eigener Darstellung der größte Markenverband weltweit.

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

## Neues Portal „Webhosting & Recht“ startet

Die Anfang 2003 gegründete Hamburger Kanzlei Dr. Bahr hat Ende 2005 ein neues Internet-Portal zum Thema „Webhosting & Recht“ ([www.webhosting-und-recht.de](http://www.webhosting-und-recht.de)) gestartet. Ziel dieses neuen Services ist es, die immer noch hohe Unsicherheit in diesem Rechtsgebiet abzubauen.

Der Kanzlei-Gründer Dr. Martin Bahr und sein Team wollen in diesem Portal Urteile, Fachaufsätze und weitere Materialien bereithalten und der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung stellen. Ein wöchentlicher Newsletter rundet das Info-Angebot ab. (ps)

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](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)

10. Jan. 2006

Woche 02

**Nr. 754**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Diese Woche: 81 Titel

<b>A</b> lien Action	GPA	<b>n</b> atur exclusiv
Alptraumklinik	GPA Systems	Neue Medien Welt
Am Anfang war der Ball	GPA-systems	nichts ist bizarr
Am Anfang war der Ball	Grimmelshausen	nothing is bizarre
Anzeigen-Woche	<b>H</b> ollywood Quiz	<b>P</b> artner-Horoskop + Jahreszahl
atem	Hollywood-WG	Personal Finance
Auto Classic	Horoskop-Woche	Persönlichkeits-Horoskop 2006 + Jahreszahl
AutoClassic	<b>I</b> mmo-Woche	ProtectInvestAlliance
Auto-Classic	in store bakery	Punktlandung
<b>C</b> anadian Edge	in store baking	<b>S</b> achsenwald aktuell
Cologne Act	instore bakery	Sachsenwald Nachrichten
COMEDY FM	instore baking	Sachsenwald Tageblatt
Connections	invisible star	Schöne Medien Welt
<b>D</b> as Geheimnis des Fußballs	<b>K</b> fz-Woche	sigma-foto
Das Geheimnis des Fußballs	Kinder - Grand Prix	sigma-photo
Der Rueganer. unabhängig, ueberparteilich; die	Kochen wie ein Weltmeister - Eine kulinarische	Siloworld
Zeitung fuer die Insel	Reise durch Fußball-Deutschland	Sternenwoche
Die Kanzlerin	<b>L</b> iebes-Horoskop + Jahreszahl	Sternzeichen
Die kleine Benimmschule	LISSI UND DER WILDE KAISER	Sternzeichen-Woche
Die Kulturgeschichte des Fußballs	LISSI UND DER WILDE KAISER	Studio 24
Die Kulturgeschichte des Fußballs	LocationLetter	<b>T</b> ageshoroskop
Dithmarscher Sushi	Lotta in Love	The Mighty Gospel Explosion
<b>F</b> AM Engineering	<b>M</b> aHaBote - Dein Sieg über die Sterne	TV Volksmusik
FAM-engineering	MaHaBote - Der Sieg über die Sterne	<b>V</b> olksmusik TV
Freunde für immer - Das Leben ist rund	MaHaBote - Ihr Sieg über die Sterne	<b>W</b> er den Spott hat, braucht nur noch für
<b>G</b> lände aktuell	MaHaBote - Sieg über die Sterne	Schaden zu sorgen
Glinder Nachrichten	Mindelheim im Blick	Wochenhoroskop
Glinder Tageblatt	mittendrin	<b>Y</b> ogaToday

## Top News aus Werbung, Marketing und Medien

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

### Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 755 erscheint am 17.01.2006 **Anzeigenschluss:** 13.01.2006, 10 Uhr

### Der Titelschutz Anzeiger

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 756 erscheint am 24.01.2006 **Anzeigenschluss:** 20.01.2006, 10 Uhr

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Markenverletzung durch Google-AdWord

Das Landgericht Braunschweig hatte unter dem 28. Dezember 2005 in einer Auseinandersetzung um die rechtliche Zulässigkeit von fremden Marken innerhalb der Keywords von so genannten Ad-Word-Anzeigen zu entscheiden. Hierbei handelt es sich um meistens rechts in einer Extra-Liste in einem Suchmaschinenergebnis wiedergegebene Werbeanzeige. Bei dieser kann der Werbende selbst die Schlüsselwörter eingeben, bei deren Eingabe seine Anzeige im Suchergebnis angezeigt wird. Die Abkürzung AdWords steht hierbei für Advertising Words, also Werbebe-griffe.

Im vorliegenden Fall eines einstweiligen Verfügungsverfahrens bedienten sich die Antragsgegner zur Bewerbung ihres Angebotes für Versicherungsvergleiche der in diesem Bereich sehr bekannten und bundesweit in Funk und Fernsehen umfangreich beworbenen Bezeichnung „Impuls“.

Bei Eingabe dieses Begriffes in die Suchmaschine erschien nunmehr die Werbeanzeige der Antragsgegner über die der suchende Internetuser auf das unmittelbare Konkurrenzangebot zur Markeninhaberin gelangte.

Während die Problematik der Verwendung fremder Kennzeichen in Metatags bereits hinreichend, wenn auch noch nicht abschließend, vor deutschen Gerichten diskutiert wurde, gibt es hinsichtlich einer solchen Verwendung in den Keywords für eine Adword-Anzeige kaum Rechtsprechung. Während das Landgericht Hamburg und das Landgericht Leipzig ein Markenverstoß noch ablehnten, nahm jüngst das Landgericht München einen solchen ausdrücklich an.

Das Landgericht Braunschweig beurteilt die Problematik erfreulich praxisnah

und sieht in der Verwendung eines markenrechtlich geschützten Begriffes als Google-Adword zumindest in dem vorliegenden Fall eine klare Verletzungshandlung.

Hierbei stellt die Kammer AdWords im Ergebnis den Metatags gleich und folgt hier der Rechtsprechung des unzulässigen Kundenfangs durch die vorliegende Verwechslungsgefahr. Nach Auffassung des erkennenden Gerichts ist es für eine markenmäßige Benutzung ausdrücklich nicht erforderlich, dass der Begriff für den Internetnutzer in sichtbarer Weise mit dem Konkurrenten der Markeninhaberin verknüpft wird. Vielmehr reicht es aus, dass der Begriff dazu verwendet wird, auf die Internetseiten der Konkurrenz hinzuweisen.

Durch die Unterbringung im Quellcode bzw. der Nutzung als Keyword sollen Suchmaschinen dazu veranlasst werden, bei Eingabe des Wortzeichens durch den Internetnutzer die Website des Verletzers auf der Trefferliste bzw. dessen Werbung anzuzeigen, obwohl dieses Zeichen als Marke oder Geschäftsbezeichnung einem anderen Inhaber zuzuordnen ist.

Insofern bejaht die entscheidende Kammer eine Markenverletzung im Sinne des § 14 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG. Einer Beurteilung, ob das vorliegende Verhalten darüber hinaus noch gegen die Vorschriften des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerbes verstößt, bedurfte es danach nicht mehr.

Landgericht Braunschweig  
Beschluss vom 28. Dezember 2005  
Az: - 9 O 2852/05 \*388\*-

*Näheres sowie auch die Entscheidung im Volltext unter:  
[www.aufrecht.de](http://www.aufrecht.de)*



**Rechtsanwalt Michael Terhaag** ist Partner der *Düsseldorfer Kanzlei Withöft & Terhaag* deren Kernkompetenz im *Online- und Multimedia-Recht*, also vor allem im *marken-, urheber-, wettbewerbs- und medienrechtlichen Bereich*, liegt. *Rechtsanwalt Terhaag ist seit Jahren mit dem Internetrecht und hier insbesondere dem Markenrecht in Verbindung mit so genanntem Meta-Tagging betraut.*

## Rund 40.000 Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter:

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

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Schutzrechte und Symbole „Eins im Kreis“

Die hochgestellte ARD-Eins im Kreis ist seit gut 2 Jahren medial präsent und scheint sich langsam aber sicher auch als Markenzeichen durchzusetzen. Wie der Frankfurter Werbezeitenvermarkter ARD-Werbung Sales & Services GmbH kürzlich verkündete, wird nun auch hier das Symbol, das die Zugehörigkeit des Unternehmens zur ARD-Familie und damit in die Medienwelt verdeutlichen soll, genutzt.

Die Ankündigung kommt für einen Vermarkter zwar reichlich spät, zeigt jedoch, dass mittlerweile auch die Marketingprofis an die Kraft der hochgestellten „Eins im Kreis“ und das nicht mehr ganz so neue Corporate Design der ARD glauben. Sonst begegnet dem Fernsehzuschauer das Symbol vor allem als Kennzeichnung bei den Regionalsendern der ARD. Damit wird auf eine einfache aber bestehende Art die Senderverwandtschaft deutlich. Auffällig an dem Logo ist die Assoziation auf die Verwendung von Symbolen im Marken- und Urheberrecht.

Durch die visuelle Verwandtschaft mit dem Register sowie dem Copyright-Zeichen wird eine gewisse Exklusivität suggeriert. Die Zuschauer jedenfalls sind aufgrund zahlloser Markentakte mit der hochgestellten Zeichenverwendung vertraut, hinterfragen diese aber nicht mehr. Mehrere Millionen Euro, laut dem damaligen ARD-Vorsitzenden Jobst Plog aber nur im einstelligen Bereich, hatte die Entwicklung gekostet. „Es ging uns darum, eine Art ‚Gütesiegel‘ zu schaffen“, sagte Regina Tamm zur Einführung des Logos in ihrer

Funktion als Leiterin des Bereichs Design und Präsentation.

Als ergänzendes Element wird das Zeichen immer dann eingesetzt, wenn ein ARD-Sender gemeinsam mit der ARD-Dachmarke oder dem „Ersten“ oder einer anderen ARD-Submarke auftritt. In nicht hoch gestellter Form erscheint sie in der Programmpräsentation des Ersten Deutschen Fernsehens. Damit erfüllt das Logo fast alle Kriterien einer Dachmarke. Die „Eins im Kreis“ ist die übergeordnete Marke einer sogenannten Markenfamilie, nämlich der ARD-Familie, sie hat einen besonders hohen Wiedererkennungswert und eine große Akzeptanz. Letzteres lässt sich an der Sehbeteiligung, bei der ARD und Dritte Programme regelmäßig mehr als ein Viertel der deutschen Fernsehzuschauer auf sich vereinen, ablesen.

Auch eine juristische Karriere hat die ARD-Eins bereits hinter sich. Im Streit um die Verwendung der „Eins“ zwischen der ARD und dem Privatsender „Kabel 1“ hatte der Bundesgerichtshof in Karlsruhe 1999 zugunsten des Privatsenders entschieden. Die Richter waren damals der Auffassung, dass keine Verwechslungsgefahr zwischen den Logos von „Kabel 1“ und der ARD bestehe. Fazit: Müsste die Idee der hochgestellten „Eins im Kreis“ in einer simulierten mündlichen Markenprüfung bewertet werden, gäbe es unter dem Stichwort Herkunftsfunktion und Dachmarke eine glatte, hochgestellte Eins.

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

## Dracula durstet nach Recht - Wieder Streit zum Begriff Dracula

Graf Dracula taucht nicht nur in Filmen immer wieder auf. Der blutrünstige Vampir ist auch auf dem besten Weg ein markenrechtlicher Dauerbrenner zu werden.

Derzeit stehen Entscheidungen zu der Bezeichnung „Castle of Dracula“ für Prosecco sowie zum Vertrieb von Dracula-Getränken in dem selbsternannten Schloss Dracula in Schenkendorf aus. Hauptakteure sind der Schenkendorfer Schlossherr Ottomar Rodolphe Vlad Dracula Prinz Kretzulesco und der Inhaber des Essener Unternehmens Alocomix Fritz L. Brüggemann. Sie kämpfen mit Abmahnungen, einstweiligen Verfügungen, Strafanzeige und treffen sich auch immer wieder vor Gericht. Erster hat seinen wohlklingenden Namen mit dem Wortbestandteil Dracula durch Adoption erworben, wird gern Graf Dracula genannt und hat das etwa 1870 erbaute Schloss Schenkendorf im Bundesland Brandenburg in den neunziger Jahren gekauft. Letzterer bringt seit 1977 einen Dracula-Drink auf den Markt und hat die lukrative Website [www.dracula.de](http://www.dracula.de) inne. Die Bildzeitung betitelte einst die Auseinandersetzungen um den Begriff Dracula als „K(r)ampf der Vampire“.

Mit dem Streit vor dem Landgericht Kiel wird nun ein neues Kapitel in dem Vampirgefecht aufgeschlagen. Per einstweiliger Verfügung (Az: 15 O 205/05) ließ Brüggemann seinem Gegner die weitere Nutzung des Begriffs „Castle of DRACULA“ für alkoholisches Getränk, nämlich Prosecco bzw. Marssecco untersagen. Über seinen Anwalt hat Graf Dracula angekündigt,

sich gegen die Vorwürfe verteidigen zu wollen. Wer genau hinter den Getränken „Castle of Dracula“ steckt, verrät die gleichnamige Website [www.castleofdracula.de](http://www.castleofdracula.de) nicht: Ein Klick auf das Impressum führt nicht weiter. Und Kretzulescos Anwalt verweist darauf, dass eine Verantwortlichkeit für das Getränk nicht nachzuweisen sei.

Eine Verbindung besteht dennoch: im deutschen Markenregister ist für Herrn Kretzulesco zur Registernummer 30458055 eine gleichnamige Wortmarke angemeldet. Wen wundert: Widerspruch ist erhoben. Vor dem Berliner Kammergericht (Az: 5 U 121/04) streitet sich Brüggemann derzeit mit der Betreiberin des Restaurants auf Schloss Schenkendorf. Hier geht es um die Begriffe „Dracula“ und „Draculas Blut“ für Getränke. Auch bezüglich der zahlreichen Dracula-Filme gab es immer wieder Streitigkeiten. In der Stuttgarter Zeitung hieß es beispielsweise, dass „Wes Craven's Dracula“ auf Bitten des Verleihs „Wes Craven präsentiert Dracula“ genannt werden solle. Der erste Titel hätte glauben machen können, Wes Craven habe Regie geführt und nicht dessen ehemaliger Cutter Patrick Lussier.

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

## **ProtectInvestAlliance**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und in allen Medien (insbesondere Print- und Onlinemedien).

**Nieding + Barth Rechtsanwaltsaktiengesellschaft,  
An der Dammheide 10, 60486 Frankfurt am Main**

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

## **Alptrau klinik**

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

**Rechtsanwalt Oliver Schulze-Wechsungen,  
Kranoldstraße 12, 04838 Eilenburg**

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

## **The Mighty Gospel Explosion**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Vanda Guzman,  
Schönbergserstraße 20, 65760 Eschborn**

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

## **Die Kanzlerin**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Swantje-Britt Koerner,  
Kanzowstraße 11, 10439 Berlin**

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

## **AutoClassic Auto-Classic Auto Classic**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**RAe Schlawien - Naab, RA Arne Trautmann,  
Brienner Straße 12 a, 80333 München**

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

## **Anzeigen-Woche Horoskop-Woche Immo-Woche Kfz-Woche Liebes-Horoskop + Jahreszahl Partner-Horoskop + Jahreszahl Persönlichkeits-Horoskop 2006 + Jahreszahl Sternenwoche Sternzeichen Sternzeichen-Woche Tageshoroskop TV Volksmusik Volksmusik TV Wochenhoroskop**

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

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

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

## **Mindelheim im Blick**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen, Abwandlungen, Abkürzungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse und elektronische und digitale Medien einschließlich Off- und Online-Dienste, für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Merchandising und öffentliche Veranstaltungen.

**netwipe.media e.K.,  
Hauptstraße 62, 86871 Rammingen**

# 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:

## **Kinder - Grand Prix**

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

**montanamedia,  
Königinstraße 121, 80802 München**

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

## **COMEDY FM**

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, Speicherstick) und/oder Onlinedienste sowie Internet.

**Classic Line Verwaltungs-GmbH,  
Nettelbeckstraße 17 a, 71636 Ludwigsburg**

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

## **Alien Action**

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für sämtliche Medien, insbesondere Printmedien und Druckerzeugnisse, Fernsehen, einschließlich Bild-/Tonträger, Film-, Hörfunk-, Software-, Internet-Dienste, Multimediashows, Video, CD-ROM und/oder andere Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich sämtlicher Multimedia Anwendungen (Online-/Offline Dienste) sowie Dienstleistungen und Merchandising aller Art.

**Rechtsanwalt Alexander Schlichting,  
Martin-Luther-Straße 92,  
67433 Neustadt/Weinstraße**

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

## **Grimmelshausen**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druck- und Merchandisingerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline und Onlinedienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet) sowie Telekommunikations- und sonstige Dienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**Grundy UFA TV Produktions GmbH,  
Dianastraße 21, 14482 Potsdam-Babelsberg**

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

## **Hollywood Quiz**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen und/oder Zusätzen und Zusammensetzungen in allen Medien, insbesondere Ton- und Bildton- und Datenträger jeder Art, Film, Hörfunk, Fernsehen, Druckwerke, Zeitschriften, Bücher, Software, Off-Line- und On-Line Dienste und Veranstaltungen, Dienstleistungen aller Art sowie der sonstigen gewerblichen oder nicht gewerblichen Verwertung einschließlich Merchandising.

**NBC UNIVERSAL International GmbH  
Theresienstraße 47 a, 80333 München**

## **Der BGH forderte 1989:**

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

**[www.titelschutzanzeiger.de](http://www.titelschutzanzeiger.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 Titelschutz in Anspruch für

## **Dithmarscher Sushi Wer den Spott hat, braucht nur noch für Schaden zu sorgen**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Nils Peters,  
Koogstraße 48, 25541 Brunsbüttel**

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

## **invisible star**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Fernseh- und alle Rundfunksendungen, Film, Druckerzeugnisse, Software, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Telekommunikation und Telekommunikationsdienstleistungen.

**Schertz Bergmann Rechtsanwälte,  
Kurfürstendamm 53, 10707 Berlin**

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

## **MaHaBote - Dein Sieg über die Sterne MaHaBote - Der Sieg über die Sterne MaHaBote - Sieg über die Sterne MaHaBote - Ihr Sieg über die Sterne**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Angela Kosa,  
Bahnhofstraße 6, 37619 Bodenwerder**

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

## **atem**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Schriftarten, Gestaltungen, Zusammensetzungen, Sprachübersetzungen, Titelkombinationen, Zusätzen, Wortverbindungen, allen Arten der grafischen Darstellung für alle Medien, Druckerzeugnisse aller Art und Form, insbesondere Zeitschriften, elektronische und digitale Medien sowie für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Oberwetter & Olfen Rechtsanwälte,  
Mönckebergstraße 11, 20095 Hamburg**

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

## **Personal Finance Canadian Edge**

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.

**Pauly Rechtsanwälte,  
Kurt-Schumacher-Straße 16, 53113 Bonn**

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

## **Neue Medien Welt Schöne Medien Welt**

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-Dienste, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, 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.

**André Laugks,  
Kempener Straße 65, 50733 Köln**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

## **sigma-foto sigma-photo**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**SIGMA (Deutschland) GmbH,  
Carl-Zeiss-Straße 10/2, 63322 Rödermark**

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

## **Cologne Act**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwälte Kirsch Langer Schubert,  
Gleueler Straße 277, 50935 Köln**

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

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

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

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

## **nothing is bizarre nichts ist bizarr**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**M.A.T. Music Theme Licensing GmbH,  
Albert-Schweitzer-Ring 5-7, 22045 Hamburg**

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

## **LocationLetter**

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelnkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Druckerzeugnissen, Multimedia-Anwendungen, auf digitalen Datenträgern und/oder in Onlinediensten sowie Internet.

**Oliver Schrott Kommunikation GmbH,  
An den Dominikanern 11-27, 50668 Köln**

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

## **Der Rueganer. unabhängig, ueberparteilich; die Zeitung fuer die Insel**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Der Rueganer Informations- und Anzeigenblatt  
Verlag GmbH i.L.,  
Markt 10, 18528 Bergen auf Rügen**

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

## **YogaToday**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelnkombinationen, 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,  
Im Brauereiviertel 2, 24118 Kiel**

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

## **Kochen wie ein Weltmeister - Eine kulinarische Reise durch Fußball-Deutschland**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, Kinofilme, Online-Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen (z.B. CD-ROM), Hörfunk und Druckerzeugnisse.

**RAe Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,  
Postfach 20 17 42, 80017 München**

# 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:

## **Freunde für immer - Das Leben ist rund Punktlandung**

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

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

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

## **natur exclusiv**

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 für uns Titelschutz in Anspruch für:

## **LISSY UND DER WILDE KAISER LISSI UND DER WILDE KAISER**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Online-Dienste, Internet, Multimedia-Anwendungen (Off-Line- und On-Line-Dienste einschließlich Web-Page-Auftritte) sowie für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**MOOVIE - the art of entertainment GmbH,  
Lützuwerfer 12, 10785 Berlin**

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

## **Connections**

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, (Mobil-) Telefondienste, 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**

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

## **Glinder Nachrichten Sachsenwald Nachrichten Sachsenwald Tageblatt Glinder Tageblatt Glinde aktuell Sachsenwald aktuell**

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

**Glauber Steinberg Stenger Hannemann  
Uhlmannsiek,  
Rathausstraße 13, 20095 Hamburg**

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

## **Hollywood-WG**

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 und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**Paperboy Productions GmbH,  
Am Kliepesch 13 a, 50859 Köln**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

## **Lotta in Love**

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:

## **Studio 24**

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

**N24 Gesellschaft für Nachrichten und  
Zeitgeschehen mbH,  
Oberwallstraße 6, 10117 Berlin**

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

## **Die kleine Benimmschule**

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen 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.

**Cinetop-Film,  
Planstraße W 7, 13088 Berlin**

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

## **Das Geheimnis des Fußballs Die Kulturgeschichte des Fußballs Am Anfang war der Ball**

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

**a+i art and information GmbH & Co. KG,  
Brandstwierte 19, 20457 Hamburg**

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

## **GPA GPA Systems GPA-systems FAM Engineering FAM-engineering**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Online- und Offline-Dienste, Software, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD), Bücher, sowie Printmedien und Druckerzeugnisse, alle sonstigen Medien sowie Produkte und Dienstleistungen aller Art.

**FAM Magdeburger Förderanlagen und  
Baumaschinen GmbH,  
Sudenburger Wuhne 47, 39112 Magdeburg**

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

## **mittendrin**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Softwareerzeugnisse, Off- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien, Internet, Telekommunikationsdienstleistungen einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP und digitale Datenträger, CD-ROM, CD-I, DVD, MD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate.

**Rechtsanwältin Katja Brockmann,  
Ambergerstraße 11, 81679 München**

10. Jan. 2006

Woche 02

**Nr. 754**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Impressum DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

**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

Peter Strahlendorf (ps), -0

**Ansprechpartner für Titelschutzanzeigen:**

Angela Lautenschläger, -61

**Geschäftsanzeigen:** Manuela Busche, -51

**Druckauflage:** 3.400 **Verbreitete Auflage:** 3.100

**Erscheinungsweise:** wöchentlich (dienstags)

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel: monatlich

**Empfängerkreis:** Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare, Geschäftsführer und Entscheider in Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten, Produzenten von audiovisuellen, digitalen 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

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

**Druck:** Lehmann Offsetdruck GmbH, 22850 Norderstedt

© 2006 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.

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

**in store bakery  
in store baking  
instore bakery  
instore baking**

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

**Rechtsanwalt Klaus Peter Weber,  
Schaumainkai 101-103, 60596 Frankfurt am Main**

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

**Siloworld**

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 elektronischen 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.

**Bulk Academy,  
Taunusstraße 7, 65183 Wiesbaden**

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

**www.new-business.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:** \_\_\_\_\_