

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

„Mein Schwiegerpapa, Allah und ich“ und 64 weitere Titel für die Medien-Welt

Bei der ProSieben Television GmbH stehen Comedy-Programme nach wie vor hoch im Kurs. Das lassen die beiden Titelschutz-Anmeldungen „Mein Schwiegerpapa, Allah und ich“ sowie „Zivile Jungs – Helden in Unterhosen“ vermuten. Schon beim Lesen huscht zumindest ein Schmunzeln übers Gesicht. Die Kollegen bei der ProSieben-Schwester K1 Kabel 1 Fernsehen GmbH hingegen haben offenkundig das spannungsgeladene Genre im Visier mit Titeln wie „Sue Thomas – FBI“ oder „Red Cap – Eine Frage der Ehre“.

Bei der teamWorx Television & Film GmbH in Potsdam nimmt Nico Hofmann nach den Top-Erfolgen „Die Luftbrücke“ und „Der Tunnel“ (beides lief bei SAT.1) eine weitere Großproduktion

in Angriff „Flucht und Vertreibung“, Teil 1 „Abschied vom Sommer“ und Teil 2 „Aufbruch in einen Neuanfang“. RTL wird uns dieses Jahr ebenfalls mit einer Nico Hofmann-Produktion beglücken: In „Die Sturmflut“ lässt der Doku-Drama-Spezialist das Jahr 1962 in Hamburg wieder lebendig werden.

Der Hamburger Verlag BELLEVUE AND MORE plant offenbar sein erfolgreiches mediales Immobilien-Portfolio in Richtung Golf auszuweiten und meldet den Titel „Fairway Living“ zum Schutz an. In der vorangegangenen Ausgabe (Nr. 755 vom 17. Jan. 06) war mit den „Golf-Ladies“ die Golfer-Zielgruppe ebenfalls dabei. Sehen Sie selbst, welche weitere Titel-Ideen in dieser Ausgabe auf Sie warten. (ps)

Glücksspiel für Lotto?

BGH verhandelt über Löschung der Lotto-Marke – Bundespatentgericht hatte der Marke das Kerngeschäft verwehrt - OLG Hamburg schränkte Markenschutz weiter ein.

„Gewinnen ist ganz einfach.“ So wirbt Lotto-Hamburg auf seinen Internetseiten. Aber nicht vor Gericht, heißt das Resümee aus den bisherigen Verfahren um den Begriff „Lotto“. Am 19. Januar 2006 verhandelt der Bundesgerichtshof in Karlsruhe (Az: I ZB 11/04), ob das Wort exklusiv von den insgesamt 16 deutschen Lottoveranstaltern genutzt werden darf. Bisher jedenfalls haben sich die Lotteriegesellschaften bei dem Gang durch die Instanzen verzockt. Zwar wurde die umstrittene Lotto-Marke mit der Nummer Nr. 396 38 296 im Jahr 1997 in das deutsche Markenregister

eingetragen, seit 2000 wurden jedoch insgesamt drei Anträge mit dem Ziel, die Marke aus dem Register wieder zu tilgen, gestellt.

Einer Teillöschung der Marke durch das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) setzten die Patentrichter (Az: 32 W (pat) 309/02) noch eins drauf. Sie strichen das Kerngeschäft von Lotto, die „Organisation, Veranstaltung und Durchführung von Lotterien und anderen Geld- und Glücksspielen“ aus dem Register. Hat diese Entscheidung Bestand, könnte die Lotto-Konkurrenz den bisher monopolisierten Begriff künftig ungestraft nutzen. Gerade der Internet- und Handyspielmarkt entwickelt sich derzeit rasant.

Quelle:
www.markenbusiness.de

IPRGuard

+ Markenpiraterie + Domaingrabbing + Verunglimpfungen + Raubkopien +

Überwachen Sie
systematisch die
Benutzung Ihrer
Rechte?

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

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

24. Jan. 2006

Woche 04

Nr. 756

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 65 Titel

Abnehm-Duell
AnzeigenTV
Arbeitnehmer.de

Basel II - Rating für Arztpraxis

Celebrity Poker Showdown
CME audio
Cologneonline
Cologne-online
Core

Das Grosse Prominenten Pokern
Das Negergrab
Der Grosse Promi Poker Showdown
DIE INTELLIGENZ DER
SCHÖPFUNG/FASZINATION BIONIK
Die Jugendherbergen
Die Spielarena
DieJugendherbergen
Die-Jugendherbergen
DUO

Fairway Living
FASZINATION BIONIK
FASZINATION BIONIK/DIE INTELLIGENZ
DER SCHÖPFUNG
Flucht und Vertreibung, Teil 1: Abschied
vom Sommer

Flucht und Vertreibung, Teil 2: Aufbruch in
einen Neuanfang

Glücksplaner
gtr ave
gtr avenue
guitaravenue
guitarstreet

Halbzeiträtsel
Healing Concepts
HOCHZEIT.EU
Home TV

INTELLIGENZ DER SCHÖPFUNG
INTELLIGENZ DER
SCHÖPFUNG/FASZINATION BIONIK

KleinanzeigenTV
KNIPP

Ladies
Lady
leichter leben
Lieblingstorten
Luna TV

Mein Schwiegerpapa, Allah und ich
Mensch Bayer!

Pfeif auf den Titel
Pfeif auf die WM - Den Titel gibt's auf DVD
Pfeif auf die WM - Hol Dir den wahren Titel

Rätsel Revue
Raw
Red Cap - Eine Frage der Ehre
Ridin
Rundum hergesund

Scheiß auf den Titel
Scheiß auf die WM - Den Titel gibt's auf
DVD
Scheiß auf die WM - Hol Dir den wahren
Titel
Spielarena
Star Poker
Star Poker Showdown
Sue Thomas - FBI

Tortenträume
Traumtorten
Trend Thema TGA
TV Home

VIP Das Ostholsteinmagazin

WM-freie Zone

Zivile Jungs - Helden in Unterhosen

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

www.new-business.de

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 757 erscheint am 31.01.2006 **Anzeigenschluss:** 27.01.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 759 erscheint am 14.02.2006 **Anzeigenschluss:** 10.02.2006, 10 Uhr

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Streit um Gattungsbegriff und Wirkung des Lotteriemonopols

Gestritten wird einmal mehr, ob Lotto nicht ein Gattungsbegriff sei und ob das Wort nicht lediglich ein Produkt beschreibe. Die juristische Überlegung leuchtet ein: ein Begriff, der zur Beschreibung eines Produkts verwendet wird, kann keine eingetragene Marke sein. Damit könnte der Begriff auch im Geschäftsverkehr von jedem verwendet werden. Sollten die BGH-Richter diese Einschätzung teilen, müssten sie sich aber mit der Auswirkung des Lotteriemonopols auf das Markenrecht auseinandersetzen. Die Gesetze sehen vor, dass bei überwiegender Bekanntheit einer Marke, eine Eintragung und damit ein Markenschutz dennoch möglich sei. Das Problem: Lotto war aufgrund seines staatlich garantierten Monopols nicht angreifbar. Die Entscheidung dürfte auch für weitere Verfah-

ren von Bedeutung sein. In einem BGH-Beschluss aus dem Jahr 2002 (Az: I ZR 305/01) heißt es, dass die Rechtsbeständigkeit der Klagemarke „LOTTO“ offen sei. „Das Verfahren wird bis zur rechtskräftigen Entscheidung über den Antrag der L. GmbH auf Löschung der Wortmarke „LOTTO“ ... ausgesetzt.“ Die Lottogesellschaften hatten ihre Marke mit zahlreichen Abmahnungen verteidigt, was mehrere Gerichtsverfahren wie beispielsweise „LottoTeam“ oder „Freelotto“ zur Folge hatte. Nach der markenmäßigen Beschneidung des Kerngeschäfts durch das Bundespatentgericht hatte Lotto trotzdem angekündigt: „Der Deutsche Lottoblock wird die Marke weiterhin gegen Verletzungen verteidigen.“

Quelle:
www.markenbusiness.de

OLG Hamburg begrenzt Lotto-Marke auf das Lotteriewesen

Vor dem Oberlandesgericht Hamburg (Az: 5 U 94/04) hatten die Lottogesellschaften im Kampf um ihre Marke erst kürzlich ebenfalls einen Dämpfer erlitten. Die Hamburger Richter urteilten

zweiter Instanz, dass künftig für bestimmte Dienstleistungen unter der Marke Lotto wie beispielsweise die „Veranstaltung von sportlichen Wettbewerben und sonstigen kulturellen Aktivitäten“ der

einschränkende Zusatz „im Lotteriewesen und für andere Geld- und Glücksspiele“ zu verwenden sei. „So viel Glück für so wenig Geld!“ ist ein weiterer Werbespruch auf den Hamburger Internet-Lotseite. Wenn sich das Blatt

vor dem BGH wieder zu Gunsten der Lottogesellschaften wendet, kann man das auch Glück für wenig Geld nennen. Die Kosten trägt ja bekanntlich der Verlierer.

Quelle:
www.markenbusiness.de

VW gewinnt Logo-Streit

Der Urheber des weltbekanntesten VW-Logos heißt nicht Nikolai Borg. Seine Klage gegen den Wolfsburger Autokonzern wies das Wiener Handelsgericht jetzt zurück. Die Richter bestritten zwar nicht, dass Borg in den dreißiger Jahren Entwürfe gezeichnet und auch geliefert habe. Entstanden sei das Logo jedoch schon lange vorher.

Der aus Schweden stammende und heute in Tirol lebende 86-jährige Borg hatte im Sommer diesen Jahres gegen VW geklagt, weil er eine gerichtliche Anerkennung seiner Urheberschaft an dem Logo erwirken wollte. Es ginge ihm dabei nicht um Geld, sondern um die „historische Wahrheit“, verkündete sein Anwalt. Derzufolge sei der Grafiker Borg 1939 vom damaligen Reichsminister Fritz Todt beauftragt worden, Entwürfe für das VW-Erkennungszeichen anzufertigen. Nach der Lieferung habe man ihn allerdings bis zum „Endsieg“ vertröstet. Als Borg sein Logo 1943 an ei-

nem Auto der Wehrmacht entdeckte, fühlte er sich übergangen.

Die rund 60 Jahre später von ihm eingereichte Klage blieb jedoch erfolglos. Das Gericht gab VW Recht. Ein gewisser Ludwig Hohlwein habe bereits 1920 entsprechende Logos gestaltet, sagte der Urheber- und Patentrechtsexperte Michel Walter. Als Erfinder des VW-Zeichens sei jedoch Franz Xaver Reimspieß anzusehen, dessen „Ur-Zeichen“ bereits 1938 als Marke angemeldet worden sei. Ein weiter entwickeltes Zeichen, das die Buchstaben in einem so genannten Strahlenkranz zeigte, war laut Walter Mitte April 1939 auf Radkappen bei der Berliner Autoausstellung zu sehen. Borgs Anwalt Meinhard Ciresa wollte den Urteilspruch vorerst nicht kommentieren. Er wolle den Text erst einmal gründlich studieren, bevor man über weitere Schritte nachdenke.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Rund 40.000 Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter:

www.titelschutzanzeiger.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

AnzeigenTV KleinanzeigenTV

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Printmedien, elektronische und digitale Medien, Hörfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie Offline-, 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:

Fairway Living

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Schriftarten, Titelkombinationen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Online-Dienste, sowie für Datenträger aller Art, insbesondere CD-ROM, CD-I und DVD.

**BELLEVUE AND MORE GmbH,
Alsterufer 1, 20354 Hamburg**

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

Mein Schwiegerpapa, Allah und ich Zivile Jungs - Helden in Unterhosen

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

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

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

Die Jugendherbergen DieJugendherbergen Die-Jugendherbergen

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

**FROMM MAURER,
Fischtorplatz 20, 55116 Mainz**

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

Core Ridin Raw

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und in allen 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.

**Redaktion und Verlag ad/press,
An der Alster 47, 20099 Hamburg**

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

Luna TV

in allen möglichen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten, Wort- und Zeichenverbindungen, Zusammensetzungen, Titelkombinationen und entsprechenden Untertiteln für Druckerzeugnisse, Printmedien, Software, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD, elektronische, digitale und audiovisuelle Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste, Online-Medien, Telekommunikation und -dienstleistungen (insbesondere SMS, WAP, Unified Messaging Systems), Multimediaprodukte, Multimediaanwendungen, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen aller Art und in jeder Form.

**Fernsehvergnügen Film- und
Fernsehproduktion KG,
Ulmenstraße 2, 22299 Hamburg**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

VIP Das Ostholsteinmagazin

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

**Ostholsteiner Satz- und Werbeagentur,
Schloßstraße 5-7, 23701 Eutin**

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

Trend Thema TGA

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On-Line und Off-Line).

**Kanzlei Kötz,
Blumenstraße 7, 40212 Düsseldorf**

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

Red Cap - Eine Frage der Ehre Sue Thomas - FBI

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**

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

Home TV TV Home

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

**Don Medien Filmproduktions GmbH,
Fidicinstraße 3, 10965 Berlin**

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

Traumorten Tortenträume Lieblingstorten DUO Lady Ladies Rätsel Revue Halbzeiträtsel

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Zusätzen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, grafischen Darstellungen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, in allen Medien einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger sowie Software- und Druckereierzeugnisse aller Art, insbesondere Zeitschriften, Zeitungen, Magazinen und Büchern sowie Hörfunk, Film, Fernsehen und elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, Merchandising.

**Rechtsanwalt Dr. Andreas Keil LL.M.,
Rosenstraße 49, 40479 Düsseldorf**

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

Cologneonline Cologne-online

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckerzeugnisse aller Arten und Formen, Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Software, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien, Kommunikationssysteme; Informationsdienstleistungen und -systeme, Internet, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Unterhaltungsshow, Events, Musikdarbietungen sowie Bühnenshow, weiterhin Dienstleistungen, Merchandising in jeglicher Form, Domain-Bezeichnungen im Internet und Intranet.

**KÖLN-ONLINE ISBONET e.K.,
Hüttenfeld 1, 51427 Bergisch Gladbach**

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

Abnehm-Duell

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Greinwalder & Partner Marketing Services GmbH,
Valentin-Linhof-Straße 8, 81829 München**

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

Healing Concepts

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Angela Zimmer, Unkelerstraße 21, 50939 Köln,
Dr. Dr. Sarah B. Schons,
Ackerstraße 198, 40233 Düsseldorf**

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

Arbeitnehmer.de

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Roland Seiber,
Ostendstraße 72, 70188 Stuttgart**

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:

Glücksplaner

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**IMV-Verlag GmbH & Co. KG,
Breitwiesenstraße 28, 70565 Stuttgart**

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

Das Negergrab

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und in allen Medien.

**Manfred Schröder,
Berliner Straße 16, 32602 Vlotho**

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

Rundum herzgesund

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelskombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Bücher und alle anderen Printmedien, Tonträger und Merchandising, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, DVD und MD (mini-Disc) und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Peter Keil Rechtsanwalt,
Louisenstraße 139, 61348 Bad Homburg v.d.H.**

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

**INTELLIGENZ DER SCHÖPFUNG
FASZINATION BIONIK
INTELLIGENZ DER SCHÖPFUNG/
FASZINATION BIONIK
DIE INTELLIGENZ DER SCHÖPFUNG/
FASZINATION BIONIK
FASZINATION BIONIK/DIE
INTELLIGENZ DER SCHÖPFUNG**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Georg Oswald,
Ledererstraße 17, 80331 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 für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Basel II - Rating für Arztpraxis (Fakten, Checklisten, Praxisbeispiele)

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen für Druckwerke, für Ton-, Bild-, Datenträger, elektronische Medien (einschließlich Rundfunk, Multimedia-Produkte, Tele- und Mediendienste) sowie für alle sonstigen Medien.

**RAe Romatka & Collegen, Dr. Gero Himmelsbach,
Tengstraße 45, 80796 München**

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

leichter leben

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

**Rechtsanwälte - Notare BERGMANN & MERZBACH,
Büro Berlin-Spandau,
Pichelsdorfer Straße 61, 13595 Berlin**

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

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

CME audio

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen 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.

**Peter Keil Rechtsanwalt,
Louisenstraße 139, 61348 Bad Homburg v.d.H.**

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

**Scheiß auf den Titel
Pfeif auf den Titel
Scheiß auf die WM -
Hol Dir den wahren Titel
Scheiß auf die WM -
Den Titel gibt´s auf DVD
Pfeif auf die WM -
Hol Dir den wahren Titel
Pfeif auf die WM -
Den Titel gibt´s auf DVD
WM-freie Zone**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien.

**FAM GmbH,
Deichstraße 19, 20459 Hamburg**

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

**Celebrity Poker Showdown
Star Poker
Star Poker Showdown
Das Grosse Prominenten Pokern
Der Grosse Promi Poker Showdown**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen 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.

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

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

**gtr ave
gtr avenue
guitaravenue
guitarstreet**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Bode Media,
Kaiserstraße 106, 32130 Enger**

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

HOCHZEIT.EU

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Printmedien, Internet, TV, Online-Dienste und Multimedia-Produkte (z.B. CD-ROM)

**weddix GmbH,
Lorenz-Huber-Straße 9 a, 85540 Haar**

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

**Spielarena
Die Spielarena**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, Untertiteln und/oder 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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Mensch Bayer!

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

KNIPP

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.

**Knipp Medien und Kommunikation GmbH,
Martin-Schmeißer-Weg 9, 44227 Dortmund**

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

**Flucht und Vertreibung, Teil 1:
Abschied vom Sommer
Flucht und Vertreibung, Teil 2:
Aufbruch in einen Neuanfang**

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**teamWorx Television & Film GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam**

24. Jan. 2006

Woche 04

Nr. 756

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

Geschäfts-/Seitenteilanzeigen: Manuela Busche, -51

Druckauflage: 3.400 **Verbreitete Auflage:** 3.100

Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel: monatlich

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare,

Geschäftsführer und Entscheider in Verlagen, Hörfunk- und

TV-Anstalten, Produzenten von audiovisuellen und elektronischen

Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträger, Software).

Bezugspreis: Jährlich € 80,- zzgl. USt. (inkl. Versand) Für Empfänger aus dem o.g. Verkehrskreis kostenlos.

Preis für Titelschutzanzeigen:

Standard mit einem Titel € 150,- ,jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige plus € 35,- jeweils zzgl. USt.

Anzeigenschluss: jeweils Freitag, 10 Uhr

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 8 vom 1.1.2003

Bankverbindungen: Hamburger Sparkasse,

Kto. 1105 212 649, BLZ 200 505 50

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.

der neue vertrieb
Magazin für Press-Marketing und Vertrieb

dnv

Zeitschriften
Der VDZ sucht Wege
aus der Sackgasse
Frühremission

Zeitungen
MITTELDEUTSCHE ZEITUNG:
Leserbindung durch
Personalisierung

Service
Ladenbau-Konzepte:
Produktinszenierung
und Erlebnisverkauf

Bücher
Carlsen baut neuen
Programmbereich
Cartoon auf

Verkehrsstationen:
Premium-Outlets für
Presse und Bücher

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 Abonnementpreis von 178,- 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

Nebendahlstraße 16 • 22041 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: _____