

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Titel-Ideen rund um die Themen Essen & Genuss sowie Motor liegen im Trend bei den 98 neuen Titel-Anmeldungen

Die in Deutschland wieder aufkeimende Konsum-Neigung schlägt sich bei den Titelschutz-Anmeldungen in dieser Woche in Ideen rund um das Thema Essen & Genuss nieder. Gleich elf Mal sind Titel dieser Couleure in der vorliegenden Ausgabe vertreten, von „Lust auf Lebensmittel – Das Wissensbuch“ oder „Natürlich mit Genuss – Adressen für mehr Lebensqualität“ über „Genusshandwerk“ bis zu „Kick & Cook“ in mehreren Variationen reicht die Titel-Palette. Ob bei letzterem ein lukullischer Fußball-Abend mit Tim Mälzer oder Jamie Oliver geboten werden soll? „u.A.w.g. Um Antwort wird gebeten“!

Frühjahrszeit – Motorzeit: Die Leute haben wieder mehr

Lust auf zwei oder vier Räder und so ist diese Zeit auch Saison für die wieder steigenden Auto- und Motorradkäufe. Da brauchen die geneigten Interessenten vor allem eines: Orientierung. „meinauto“, „motomonat“ und „motorradmonat“ wollen sie offenbar bieten. CMS Hasche Sigle RA melden jedenfalls für einen Mandanten entsprechenden Titelschutz an. Auch der „Radinsider“ macht sich da gut. In dieselbe Richtung fährt wohl auch Prof. Mensch aus Gräfelfing mit „Hub und Schub“.

Und zum guten Schluss Folgendes: Wolfgang Lippert, Star der DDR-TV-Unterhaltungssendung „Ein Kessel Buntes“ und nicht ganz so erfolgreicher „Wetten dass“-Mo-

derator bereitet wohl mit einem Talk-Format seine Rückkehr auf die Fernsehschirme vor: Für „Leute bei Lippert“ nehmen die Berliner RAe Merleker & Mielke Titel-

schutz in Anspruch. Sehen Sie selbst, welche weiteren Titel-Ideen in dieser Ausgabe auf Sie warten. (rd)

Reed Smith im München etabliert Unit für Telekommunikation, Medien + Technologie

Bei der im Sommer 2005 neu gegründeten Kanzlei Reed Smith (www.reedsmith.com) in München baut Dr. Stephan Rippert eine Unit für die Marktbereiche Telekommunikation, Medien und Technologie (TMT) auf. Der 43-Jährige, der zuletzt International Partner bei der Sozietät Haarmann Hemmelrath in Frankfurt war, steht seit Anfang 2006 in Diensten von Reed Smith. Dr. Rippert bringt eine rund zehnjährige Erfahrung im Medienrecht mit, unter anderem war er vier

Jahre beim US-Konzern Viacom (MTV, Nickelodeon) als Jurist in der Zentrale in New York tätig. Zu seinen Mandanten zählen der Wirtschaftssender Bloomberg und MTV Networks. Für seine Unit bei Reed Smith, übrigens eine der 25 größten internationalen Kanzleien, sucht Dr. Rippert noch personelle Verstärkung. Das Büro befindet sich in den attraktiven Fünf Höfen, Theatiner Str. 8, 80333 München, Tel. 089 / 20 30 410. (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, E-Mail: info@iprguard.de, Tel. 04131-225 600-0
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter www.researcher24.de

07. Feb. 2006

Woche 06

Nr. 758

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 98 Titel

(Die) Vogelgrippe	DR. DENNER - DAS KRAFTPRINZIP	motomonat
29 ... und noch Jungfrau	Ehrenamtspreis	motorradmonat
Allein unter Töchtern	Ehrenamtspreis 2006	N achtwanderer
Auch Erfolg ist relativ	Eichelberg	NATÜRLICH MIT GENUSS - ADRESSEN FÜR
Azubi	G eile Zeiten	MEHR LEBENSQUALITÄT
B .TRAVEL	Genusshandwerk	Notruf Hafenkante
Besser Essen - Dicke Kinder leicht gemacht	Genusshandwerker	O nkel Albert Junior - Abenteuer in der
BEST OF OUTTAKES	H annoversches Senioren+ Magazin	Spielzeugkiste
Bote für das Fuldaer Land	Happy Birthday, Jerry Lewis	Onkel Albert und der Fluch der Statue
Bote für das Gießener Land	Hautarzt	Onkel Albert und der verschwundene Tempel
Bote für den Vogelsberg	HDTV Extra	OUTTAKES
Bote für die Schwalm	HDTV Magazin	P anda, Gorilla & Co.
Bote für Schlitz	HDTV Special	Pandemie
C hampion TV	HDTV Spezial	PDA & SMARTPHONE
Champion-Channel	Hub und Schub	Premiere Entertainment
Champion-Kanal	I nprint	Printpoint
Champions TV	Investment	R adinsider
Champions-Channel	J ob unter Palmen	recording magazin
Champions-Kanal	K ick & Cook	S pielkind
Champions-TV	kick & cook	spielkind magazin
Champion-TV	kick and cook	Surf & Phone
D ARING GIRLS	Kick and Cook	T HE MAGIC ELEVEN
Das Druidentor	Kick'n'Cook	u. A.w.g. - um Antwort wird gebeten
Das Geheimnis im Moor	kick'n'cook	Unsere machtvollen Naturgewalten
Das Investment	Kinder der Vertreibung	V ergeltung
Das Ostseemagazin	Klassen-Ziele	VFX
DECKNAME: MAGICUM UNDECIM	Kleine Kuh von Malibu	Visual Extend
Der deutsche Ehrenpreis	L et's Dance	W enn Amors Pfeile fliegen
Der Ehrenamtspreis	Leute bei Lippert	WinLotto.TV
Deutscher Ehrenamtspreis	Liebe auf den dritten Blick	WinTeam49
Die Erfolgsformel	Liebe Lügen	WinVegas
DIE PREUSSISCHBLAUE STATION	LUST AUF LEBENSMITTEL - Das Wissensbuch.	Z ahnmedizin up2date
Die verbrannte Heimat	m einauto	

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

www.new-business.de

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

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

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 760 erscheint am 21.02.2006 **Anzeigenschluss:** 17.02.2006, 10 Uhr

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Serie: Schutzrechte und Symbole Teil 8: geographische Herkunftsangaben

Die Abkürzungen g.g.A., g.U. oder g.t.S sind die drei deutschen Abkürzungen für die Bezeichnung geographischer Herkunftsbezeichnungen, die für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel vergeben werden und nach einem aufwändigen Vergabeverfahren einen europaweiten Schutz genießen. Etwa 700 Produkte sind derzeit europaweit geschützt und können mit diesen Zeichen versehen werden.

Neben diesen Abkürzungen steht den jeweiligen Erzeugern auch ein Logo zur Verfügung in das der Text in der jeweiligen EU-Sprache eingefügt wird. Was heißt g.g.A., g.U. oder g.t.S. eigentlich und was sagt es aus? Ein Produkt darf die Abkürzung „geschützte geographische Angabe“ (g.g.A.) tragen, wenn es aus einer begrenzten Region kommt, dort erzeugt, hergestellt oder verarbeitet wurde und durch die Herkunft wenigstens eine spezielle Eigenschaft oder ein besonderes Renommee hat. Ein Beispiel: Thüringer Rostbratwurst.

Produkte mit der Abkürzung g.U. unterliegen strengeren Kriterien. Hinter dem Siegel versteckt sich eine „geschützte Ursprungsbezeichnung“. Alle Verfahrensschritte von Erzeugung bis Verarbeitung erfolgen in einem Gebiet. Ein Beispiel: Altenburger Ziegenkäse.

Auf eine bestimmte Zusammensetzung oder ein bestimmtes Verfahren als Grundlage des Schutzes weist das Kürzel g.t.S., eine „garantierte traditionelle Spezialität“ hin. Hier ist der Nachweis, dass traditionelle Rohstoffe oder Zusammensetzungen verwendet werden oder ein be-

stimmtes traditionelles Verfahren angewandt wurde, nötig. Die Liste der so geschützten Produkte ist jedoch überschaubar: Neben belgischem Bier wie Kriek sind vor allem Mozzarella und Serranoschinken bekannt. Vorteil des Schutzes ist die Hervorhebung besonderer Merkmale sowie der Bewahrung traditioneller Rezepturen.

g.g.A. = CHZO = IGP. Problematisch bei der europäischen Kennzeichnung ist, dass für die Angaben g.g.A. und das strengere g.U. das gleiche Logo eingesetzt wird. Die Folge: Verbraucher müssen genau hinschauen, wenn sie auf den Unterschied zwischen einer g.g.A. und g.U. Wert legen. Zusätzlich sorgen die europaweit unterschiedlichen Abkürzungen für Verwirrung, wie die Gleichung g.g.A. = CHZO = IGP zeigt. Wo im deutschsprachigen Raum g.g.A. auf der Packung prangt, heißt es beim tschechischen Nachbarn CHZO, in englisch PGI, auf spanisch, italienisch und französisch hingegen IGP.

Für einen internationalen Wiedererkennungseffekt sorgt nur das blau-gelbe Logo mit zackenumrandetem Kreis. Das Verletzungspotenzial bei geographischen Herkunftsangaben ist hoch, da es sich meist um bekannte Produkte handelt. Wie bei herkömmlichen Marken empfiehlt sich gerade bei geographischen Herkunftsangaben deshalb eine regelmäßige Überwachung. Der Vorteil eines solchen Markenschutzes liegt dabei auf der Hand. Neben dem europaweiten Schutz vor Nachahmungen oder falschen Angaben versprechen die Herkunftsbezeichnungen Markterfolg

durch Einzigartigkeit, der von der regionalen Identifikation über ein gemeinsames Auftreten in Schutzgemeinschaften bis hin zu Arbeitsplatzsicherung aufgrund der regionalen Wertschöpfung, reicht.

Doch was als Vorteil beginnt, kann auch zum Nachteil werden. Wer sich im entsprechenden Gebiet niederlässt kann die jeweilige geographische Herkunftsbezeichnung führen, wenn er die übrigen Voraussetzungen erfüllt. Wer mit seinem Unternehmen wegzieht, verliert dieses Recht. Fazit: Bei Parmesan und Altenburger Ziegenkäse weiß man, was man hat. Bei Emmentaler,

Gouda, Edammer, Cheddar oder Pecorino, für die nach EU-Angaben bisher kein Namensschutz beantragt wurde, hingegen nicht. Durch weitere Anmeldungen und zunehmende Berichterstattung wird die Bekanntheit der geographischen Herkunftsbezeichnungen steigen. Somit kann es für regionale Produkte ein sinnvolles Marketinginstrument werden. Auf jeden Fall ist damit Schutz für Produkte durchsetzbar, der als klassische Marke juristisch oft kaum Erfolg haben dürfte.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Bulldogge „Hemingway“ verursacht Namensstreit

Dass Ernest Hemingway mit einer Bulldogge verglichen wurde, mag bereits vorgekommen sein. Dass eine Bulldogge als Namensgeber für einen Hundezüchterverein erhalten musste, ebenfalls. Dass eine Bar auf den Namen einer Bulldogge getauft wurde, die „Hemingway“ heißt, scheint jedoch etwas weit hergeholt. Und trotzdem beharrt der amerikanische Betreiber der Bar „Hemingway's Downtown“ standhaft darauf, dass sein Hund, und nicht der weltberühmte Autor, bei der Namensgebung seiner schummrigen Spelunke Pate stand. Hemingways Erben haben gegen den Gastronom aus Greensboro in North Carolina jetzt Klage eingereicht.

Die Verwalter von Nachlass und Marke des Schriftstellers sehen ihre Rechte verletzt. Sie fordern Barbesitzer Jeffrey Schleuning dazu auf, die Benutzung der Bezeichnung „Hemingway“ ab sofort zu un-

terlassen. Außerdem wollen sie Schadensersatz. Schleuning, der seine Bar erst vor sechs Monaten eröffnete, wäscht seine Hände in Unschuld. Es fänden sich bei ihm keinerlei Hinweise darauf, dass es irgendeine Verbindung zu Hemingway gäbe, ließ er laut amerikanischen Medienberichten über seinen Anwalt mitteilen. Dieser wehrte sich ebenfalls gegen den Vorwurf der Markenrechtsverletzung. Schleuning habe mit der Eröffnung seines Lokals nicht beabsichtigt, Verbraucher in die Irre zu führen.

Noch haben die Parteien die Chance auf eine gütliche Einigung, erste Verhandlungen laufen bereits. Es gehe hier nicht um die Frage, nach wem die Bar benannt worden sei, sondern darum, ob Verwechslungsgefahr bezüglich der Herkunft des Namens bestünde.

Quelle:
www.markenbusiness.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Genusshandwerker Genusshandwerk

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

**Hans-Georg Pestka,
Himmelgeister Straße 107d, 40225 Düsseldorf**

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

Die Erfolgsformel Auch Erfolg ist relativ

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.

**Junge Beratung,
Kreuzkoppel 143, 24943 Flensburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für die beiden nachfolgend bezeichneten Titel:

Visual Extend VFX

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

**RA Olaf M. Jacobsen,
Am Hang 9, 61476 Kronberg i. Ts.**

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

meinauto motomonat motorradmonat

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Film, Fernsehen, Hörfunk und sonstige audiovisuelle Medien, Internetseiten und -auftritte, Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, insbesondere CD-ROM, Off-Line und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien oder Multimedia-Anwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**CMS Hasche Sigle Rechtsanwälte Steuerberater,
Stadthausbrücke 1-3, 20355 Hamburg**

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

Investment Das Investment

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen, insbesondere mit und ohne Bindestrich, Schriftarten, Wortverbindungen und Kombinationen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, grafischen Gestaltungen, Abkürzungen mit allen Zusätzen und Abwandlungen, insbesondere Druckerzeugnisse, Verlagsprodukte, Zeitschriften und Magazine, Internet, elektronische und digitale Medien, Tele- und Mediendienste, sonstige offline- und online-Dienste, TV- und Radiosendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere magnetische, optische, sonstige Speichermedien, werbende und redaktionelle Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**orange Kommunikationsberatung,
Goldbekplatz 3-5, 22303 Hamburg**

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

NATÜRLICH MIT GENUSS - ADRESSEN FÜR MEHR LEBENSQUALITÄT

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckerzeugnisse aller Arten und Formen, audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Rundfunk, Fernsehen, Film, elektronische und digitale Medien und Netzwerke aller Art, Offline- und Onlinedienste und -Produkte sowie Internet.

**Rechtsanwälte PSP Pietzko · Siekmann · Pietzko,
Bachemstraße 8, 50676 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

u.A.w.g. - um Antwort wird gebeten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Intro-Outro GmbH,
Gutenbergstraße 74 a, 14467 Potsdam**

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

Hannoversches Senioren+ Magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Kronsberg-Lister-Medien-GmbH,
Gerrit-Engelke-Straße 4, 30177 Hannover**

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

Surf & Phone

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien national und international, insbesondere für Printmedien und elektronische Medien.

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

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

Radinsider

in vorgegebener so wie allen anderen, möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Kombinationen, graphischen Gestaltungen, Darstellungsformen, Zusammensetzungen für Druckereierzeugnisse, Printmedien, Onlinedienste und Online-Medien.

**RAe Dr. Rommelspacher, Glaser, Gabor & Partner,
Eywiesenstraße 6, 88212 Ravensburg**

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

Kleine Kuh von Malibu

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, als Einzel-, Reihen- und Untertitel mit und ohne Zusätzen und Abkürzungen, in allen Sprachen mit sinngemäßen Übersetzungen, in allen visuellen Darstellungen und Schriftarten, für alle Medien, insbesondere alle Bildton-, Ton- und Datenträgerarten, z.B. CD, CD-R, CD-e, CD-i, Vinyl, MC, SACD, DVD, VHS, UMD, Dual Disc, sowie für Film, Funk, Fernsehen, Druckerzeugnisse sowie für alle elektronischen Medien, z.B. Internet, Intranet, im Mobile Business in jeder Nutzungsform, z.B. für Mobile Phones, PDA, Palmtops, z.B. als SMS, MMS-Bilder/Videos/Grußkarten/Fotos und Klingeltöne in jeder Nutzungsart, z.B. als Realtone, Fulltracks inklusive Verfügbarmachung in elektronischer Form, z.B. Downloads, streaming, in elektronischen interaktiven und nicht interaktiven Netzwerken sowie Veranstaltungen jeder Form, Softwareerzeugnisse, Musicals, Bühnenwerke und Merchandising in jeglicher Form.

**Markus Schmidt & Stefan Roth GbR,
Wilhelmstraße 2, 63225 Langen**

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

**Champion TV
Champions TV
Champion-TV
Champions-TV
Champion-Channel
Champions-Channel
Champion-Kanal
Champions-Kanal
WinVegas
WinLotto.TV
WinTeam49**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen in allen Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Film, Fernsehen, Hörfunk und sonstige audiovisuelle Medien, Internetseiten und -auftritte, Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, insbesondere CD-Rom, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien und Multimediaanwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Harmsen · Utescher,
Alter Wall 55, 20457 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:

Klassen-Ziele

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Stünings Medien GmbH,
Dießemer Bruch 167, 47805 Krefeld**

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

DARING GIRLS

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Eurosport SA,
3, rue Gaston et René Caudron, FR-92798
Issy-Les-Moulineaux, Cedex 9, FRANKREICH**

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

Liebe auf den dritten Blick

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**smeatonentertainment GmbH,
Machabäerstraße 1-3, 50668 Köln**

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

DR. DENNER - DAS KRAFTPRINZIP

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**RAe Ellmer & Bengsch-Ellmer,
Burgmauer 4, 50667 Köln**

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

OUTTAKES BEST OF OUTTAKES

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen zur Verwendung in allen Medien.

**Probenraum Media,
Borstelstraße 14, 12167 Berlin**

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

recording magazin

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen für Ton-, Daten-, Bildträger, Bücher, periodische Druckschriften und/oder andere Publikationen, sowie für alle sonstigen Medien.

**RA Schmid-Loiper,
Waldstraße 4, 82194 Gröbenzell**

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

Der deutsche Ehrenpreis Deutscher Ehrenamtspreis Ehrenamtspreis Der Ehrenamtspreis Ehrenamtspreis 2006

In allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Kino-, Rundfunk- und Fernsehsendungen, sonstige audiovisuelle Medien und Träger sowie Druckerzeugnisse.

**U5 Filmproduktion GmbH & Co. KG,
Hanauer Landstraße 52, 60314 Frankfurt**

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

Eichelberg Hautarzt

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.

**Praxis-Klinik Dr. Eichelberg & Partner,
Wißstraße 20, 44137 Dortmund**

07. Feb. 2006

Woche 06

Nr. 758

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

B.TRAVEL

in allen Schreibweisen für alle Medien.

**Buse Heberer Fromm Rechtsanwälte,
Harvestehuder Weg 23, 20149 Hamburg**

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

Job unter Palmen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und in allen Medien.

**Jakob Riedl,
Albanistraße 8, 81541 München**

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

Leute bei Lippert

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwälte Merleker & Mielke,
Theodor-Heuss-Platz 8, 14052 Berlin**

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

Let's Dance

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

**BBC Worldwide Limited,
Woodlands 80 , Wood Lane London, W12 OTT**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir für einen Klienten Titelschutz in Anspruch für folgenden Titel:

Zahnmedizin up2date

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Wortfolgen, Satzstellungen und allen Zusätzen (Kombinationen mit Zusätzen und Untertiteln) für sinngemäße Titel als Einzel- und Reihentitel für alle Medienformen, insbesondere Druckereierzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger, insbesondere auch CD-Rom, DVD und CDI, elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien (Internet).

**Rechtsanwälte Kees Hehl Heckmann,
Gerokstraße 13 B, 70184 Stuttgart**

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

Allein unter Töchtern Besser Essen - Dicke Kinder leicht gemacht 29 ... und noch Jungfrau Geile Zeiten

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**

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für

spielkind spielkind magazin

in allen Schreibweisen, Anwendungen, Variationen, Schriftarten, Zusätzen, Abwandlungen, Verbindungen, Kombinationen und Darstellungsformen in allen Medien oder Publikationsformen.

**mission:media,
Bahnhofstraße 37, 38442 Wolfsburg**

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

PDA & SMARTPHONE

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien national und international, insbesondere für Printmedien und elektronische Medien.

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

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

Kick'n'Cook kick'n'cook Kick and Cook kick and cook Kick & Cook kick & cook

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Companions,
Rödingsmarkt 9, 20459 Hamburg**

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

Premiere Entertainment

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen in allen Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Film, Fernsehen, Hörfunk und sonstige audiovisuelle Medien, Internetseiten und -auftritte, Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, insbesondere CD-Rom, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien und Multimediaanwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Harmsen - Utescher,
Alter Wall 55, 20457 Hamburg**

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

LUST AUF LEBENSMITTEL - Das Wissensbuch.

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, Graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechende Untertiteln und mit allen Zusätzen 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.

**MediaDidact GmbH,
Freihamer Straße 2, 82166 München**

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

DECKNAME: MAGICUM UNDECIM THE MAGIC ELEVEN DIE PREUSSISCHBLAUE STATION

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, Zusätzen, Abwandlungen, Abkürzungen, Kombinationen, grafischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Rundfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auf CD-ROM, CD-I und DVD, in elektronischen, digitalen und audiovisuellen Medien und Netzwerken, Offline- und Onlinediensten, Online-Medien, Telekommunikation und Telekommunikationsdienstleistungen (insbesondere SMS, WAP, Unified Messaging Systems), Unterhaltungsshows, Events, Bühnenshows, Multimediaanwendungen, Veranstaltungen, Merchandising, Domain-Bezeichnungen im Internet und Intranet.

**rospatt osten pross,
Kaiser-Friedrich-Ring 56, 40547 Düsseldorf**

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

**Pandemie
(Die) Vogelgrippe
Das Druidentor
Liebe Lügen
Vergeltung**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rat Pack Filmproduktion GmbH,
Jagdstr. 3, 80639 München**

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

**Printpoint
Inprint**

in allen Schreibweisen, sämtlichen Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

**Deutscher Drucker Verlagsgesellschaft
mbH & Co. KG,
Karlstraße 41, 89073 Ulm**

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

Unsere machtvollen Naturgewalten

- Wunderwelt Ozeane
- Unberechenbares Wetter
- Erstaunliche Tierinstinkte

Wenn Amors Pfeile fliegen

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:

**Onkel Albert und der Fluch der Statue
Onkel Albert und der verschwundene
Tempel
Onkel Albert Junior - Abenteuer in der
Spielzeugkiste**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BMS Modern Games Handelsagentur GmbH,
Pascalstraße 17, 52076 Aachen**

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

**Happy Birthday, Jerry Lewis
Das Geheimnis im Moor
Die verbrannte Heimat
Kinder der Vertreibung
Nachtwanderer
Panda, Gorilla & Co.**

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**

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

Notruf Hafenkante

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

**Studio Hamburg GmbH,
Jenfelder Allee 80, 22039 Hamburg**

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

Azubi

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, mit und ohne Bindestrich, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse.

**Klaus Schulz Verlags GmbH,
Böckmannstraße 15, 20099 Hamburg**

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

Das Ostseemagazin

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien insbesondere für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Telekommunikationsdienstleistungen.

**HEINSEN, Rechtsanwälte,
Richard-Wagner-Straße 31, 19059 Schwerin**

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

Hub und Schub

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

**Prof. Dr. Gerhard Mensch,
Finkenstraße 29, 82166 Gräfeling**

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

Bote für die Schwalm Bote für den Vogelsberg Bote für Schlitz Bote für das Gießener Land Bote für das Fuldaer Land

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen zur Verwendung in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse aller Art.

**Druck- und Pressehaus Naumann KG,
Gutenbergstraße 1, 63571 Gelnhausen**

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

HDTV Spezial HDTV Special HDTV Extra HDTV Magazin

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien, Netzwerke sowie Telekommunikationsdienstleistungen.

**Auerbach Verlag und Infodienste GmbH,
Lauchstädter Straße 20, 04229 Leipzig**

**Über 40.000 archivierte Titel !
Recherchieren Sie kostenlos unter**

www.titelschutzanzeiger.de

07. Feb. 2006

Woche 06

Nr. 758

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, Ralf Deppe (rd), -80

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 Presse-Marketing und Retail

dnv

Zeitschriften
Der VDZ sucht Wege
aus der Sackgasse
Frühremission

Zeitungen
Mitteldeutsche Zeitung:
Leserbindung durch
Personalisierung

Service
Ladenbau-Konzepte:
Produktinszenierung
und Erlebniskauf

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 Abonnementspreis 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: _____