

T DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Von „Auf Klassenfahrt“ bis „Träum weiter“ – 54 Titel-Ideen auf dem Weg zum Markt

Ein interessantes Segment hat die Stünings Medien GmbH aus Krefeld mit dem Thema Klassenfahrten ins Visier genommen und gleich fünf in diese Richtung gehende Titel-Ideen zum Schutz angemeldet. Die Reiselust steht auch beim Mandanten des Stuttgarter Rechtsanwalts Joachim Fauth im Mittelpunkt, der „Traumhafte Wanderungen in den Schweizer Alpen“ mit „50 unvergessliche Touren mit Berghotel-Komfort“ zum Schutz anmeldet.

Spannungsgeladen geht der Privatsender K1 Kabel 1 mit fünf Thriller-Titel-Varianten, unter anderem „Revelations – die letzte Offenbarung“ oder „Sherlock Holmes – Der Seidenstrumpfmörder“ in die Osterwoche. Eher dokumentarisch ausgerichtet sind die Programm-Inhalte vom

NORDDEUTSCHEN RUNDFUNK und vom Südwestrundfunk aus Mainz. Ersterem geht es um „Menschen & Schlagzeilen – Was den Norden bewegt“, letzterer steigt mit „Echt antik“ noch tiefer in die Historie ein.

Kulturelle Erbauung verspricht der Titel „Brandenburgische Wassermusik“, den die Brandenburger Theater GmbH realisieren möchte. Dazu passt die „Rheinische Nacht“ von Domplatten Records aus Köln. Nicht allzu wörtlich sollten die Leser den Ausspruch „Träum weiter!“ nehmen, den die Kanzlei WUESTHOFF & WUESTHOFF aus München im Auftrag eines Mandanten schützen möchte. Viel Spaß beim Entdecken weiterer Titel-Ideen in dieser Ausgabe des TITELSCHUTZ ANZEIGERS. (ps)

Wird es noch „Volks“-PCs geben?

VW, Axel Springer und Bild streiten um Markeneintrag „Volks“

Mit einem Rundumschlag ließ sich VW die Bezeichnung „Volks“ im vergangenen Sommer in 45 Warenklassen schützen. Die Medienkonzerne Axel Springer und T-Online hielten den umfassenden Markeneintrag für eine unzulässige Präventivmaßnahme, die Konkurrenten an der Verwendung der Bezeichnung hindern soll. Als Betreiber der Internetplattform Bild-T-Online.de nutzen sie die Silbe „Volks“ ebenfalls, um allerlei „Volks“-produkte zu verkaufen.

Die Frage des Markenschutzes will die Bild T-Online.de AG & Co. nun ein für alle Mal klären. Wie das Handelsblatt berichtete, läuft vor dem Hamburger Landgericht derzeit ein Verfahren, dessen Ausgang für Anfang April erwartet wird. Beim Deutschen Patent- und Markenamt

(DPMA) reichte Bild T-Online.de im Februar außerdem eine Markenmeldung für „Volks“ ein und beantragte - wie VW - Schutz in 45 Warenklassen.

Zu den Produkten, die Bild-T-Online bisher unter Volk brachte, zählen der Volks-PC, das Volks-Handy, der Volks-Spüler und viele mehr. Die Kampagnen zu den Volks-Artikeln wurden mit Medienpartnern wie MediaMarkt oder Quelle durchgeführt. Auch mit VW gab es eine solche Zusammenarbeit, um den Volks-Seat und Volks-Bus zu vermarkten. Von Kooperation kann nun allerdings keine Rede mehr sein. Zu Einzelheiten der laufenden Verhandlungen und der Frage, um welche Produkte und Warenklassen genau gestritten wird, wollten sich die Streitparteien bisher nicht äußern.

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

11. April 2006

Woche 15

Nr. 767

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 54 Titel

5 Singles

ALTERnativen in Frankfurt
Angie
Auf Klassenfahrt

Boerse@n-tv
Böse Mädchen
Brandenburger Wassermusik
Brandenburgische Wassermusik
Busch@n-tv

Das Schlimmste kommt noch
DB 10minuten
Der erste Tag
Der Kommissar und das Meer
DER TEUFEL IN DIR - LYING IN WAIT
DIE HEBAMME VOM TEGERNSEE
Die Mauer - Berlin '61
Disney Sudoku

Echt antik
EIN UNGLÜCK NAMENS EMMA

fame!
fame! magazin

Godesberger Vermögensunion

Heimspiel 2006 Der Fussballmanager
HILFE, DAD ALLEIN ZU HAUS
HILFE, EIN PATE OHNE NERVEN

Kann Das was?
Klasse Reisen
Klassenreise Journal
Klassenreise Magazin
Klassenreise-Planer

Markt & Menschen
Markt und Menschen
Meinung@n-tv
Menschen & Schlagzeilen
Was den Norden bewegt
Menschen und Schlagzeilen
Das bewegt den Norden
Mettmann Allgemeine Zeitung

News@n-tv
'ne geile Zeit

PEOPLE HEALTH MAGAZIN
PEOPLE HEALTH MAGAZINE

prima.dresden

Revelations -
die letzte Offenbarung
Rheinische Nacht

SeniorPartner
Magazin für Menschen
mit Lebenserfahrung
Sherlock Holmes -
Der Seidenstrumpfmörder
sport@n-tv

Talk@n-tv
Teleboerse@n-tv
Träum weiter!
Traumhafte Wanderungen
in den Schweizer Alpen

Uniking

Wirtschaft@n-tv

Zu Tisch bei Freunden

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 768 erscheint am 19.04.2006 **Anzeigenschluss:** 13.04.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 769 erscheint am 25.04.2006 **Anzeigenschluss:** 21.04.2006, 10 Uhr

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

www.new-business.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Leitentscheidung der WIPO zu Ländernamen steht bevor

Die Schweiz kämpft um schweiz.ch – Kaum ein Land hat umfassenden Domainschutz

Können geographische Bezeichnungen nur für landwirtschaftliche Produkte verwendet werden, fragt die WIPO (World Intellectual Property Organization) auf ihrer Internetseite und gibt die Antwort gleich selbst: Nein. Als Beispiel verwenden die WIPO-Autoren die Begriffe Switzerland und Swiss. Doch ausgerechnet dieses Beispiel ist schlecht gewählt, wie der Streit um die Domain schweiz.ch zeigt. Die Schweizer Regierung hat ein Streitschlichtungsverfahren bei der WIPO beantragt, mit dem sie die Herausgabe der Domain „schweiz.ch“ erreichen will. Immerhin handelt es sich um den offiziellen Namen des Landes unter der Länderkennung „ch“ zu der die Schweiz weltweit bekannt ist.

Tendenz zum e-government – Wird es ein Leitverfahren?

„Unter der Adresse sollen offizielle Informationen über die Schweiz gebündelt werden“, sagt Thomas Sägger, Leiter der Sektion Recht in der schweizer Bundeskanzlei, der das WIPO-Verfahren als ein Leitverfahren für die zahlreichen kommerziell betriebenen Webseiten zu Länderdomains, unter denen die Internetnutzer aber allgemeine Informationen erwarten würden, sieht. Dies gehe mit der Tendenz zum e-government einher. In der Schweiz werden für diesen Zweck die Webseiten <http://www.admin.ch/> und www.ch.ch benutzt, die für eine Nutzung per Direkt eingabe kaum geeignet sind. Der Inhaber von „schweiz.ch“ hat auch die italienische sowie die fran-

zösische Version der lukrativen Domain angemeldet, doch der Inhalt ist auf allen Seiten gleich. Auf den Webseiten betreibt er hauptsächlich einen Internetshop, in dem u.a. T-Shirts und Handylogos angeboten werden. Außerdem vergibt er auch Internetadressen unter den genannten Domains. Wer scrollt und sich die Seite genau ansieht, findet auch Links zu den offiziellen Seiten der Schweiz. Auch Abkürzungen sind interessant: www.brd.de. Weltweit haben nur wenige Länder die entsprechenden Ländernamen rechtzeitig schützen lassen, meist waren technisch versierte Internetnutzer der ersten und zweiten Stunde schneller.

Auf „schweiz.ch“ wird beispielsweise eine Nutzung der Domain bereits seit 1997 angegeben. Und selbst die nordeuropäischen Staaten, die die jeweiligen Domains in ihren Landessprachen meist besitzen, haben keinen umfassenden Domainschutz, wie das Beispiel www.brd.de zeigt. Die Domain wird derzeit bei dem Domainvermittler Sedo angeboten.

Streitschlichtungsverfahren gehen rasch und sind billig

Geographische Bezeichnungen werden durch internationale Verträge wie die Pariser Verbandsübereinkunft oder die Artikel 22 bis 24 des TRIPS-Abkommens (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) geschützt. Doch der spezielle Schutz der Herkunftsbezeichnungen werde von der schweizer Regierung nicht bemüht: „Wir leiten unser Recht an der Domain aus dem Namensrecht ab“, so Thomas Sägger. Gerade bei geographischen Be-

zeichnungen würde der Nutzer offizielle Informationen erwarten. Das gewählte Verfahren sei prozessual günstiger weil es rasch gehe und kostengünstiger sei. Zudem biete es den Vorteil, dass die Domain im Erfolgsfall einfach übertragen wird. „Wenn wir verlieren, gehen wir vor die or-

dentlichen Gerichte.“ Doch unklar ist derzeit, wie weit der Schutz geographischer Bezeichnungen gehen kann. Sind nur die Ländernamen in Originalsprache erfasst oder auch Länderbezeichnungen in anderen Sprachen?

Quelle:
www.markenbusiness.de

“Open Access”: Neuland für Juristen?

“Open Access” ist eine Bewegung, die den freien Austausch wissenschaftlicher Erkenntnisse fördert. Aufsätze und Berichte von Wissenschaftlern sollen im Internet für jedermann kostenlos zugänglich sein. Hochschulbibliotheken, mit ihren ohnehin begrenzten Budgets, sollen neueste Forschungsergebnisse nicht erst von wissenschaftlichen Verlagen kaufen müssen.

Doch für den Autoren und seinen Rechtsberater stellt sich die Frage, wie er seine Arbeit im Netz frei publizieren kann ohne gleich auf alle Rechte an der Weiterverwendung der Veröffentlichung zu verzichten.

Der Jurist Dr. Gerald Spindler hat jetzt im Rahmen eines Forschungsprojekts der Universität Göttingen eine Studie zu den rechtlichen Rahmenbedingungen veröffentlicht.

Die Studie befasst sich nach einer Einführung in das Urheberrecht, auch mit den Nutzungseinschränkungen wie die Creative-Commons-Lizenz oder die Digital Peer Publishing License.

Die Studie „Rechtliche Rahmenbedingungen von Open-Access-Publikationen“ kann - natürlich - kostenlos als e-book heruntergeladen werden: www.lehrstuhl-spindler.uni-goettingen.de. (AL)

Googles AdWord-Praxis wieder vor Gericht

Vor dem Oberlandesgericht Hamburg wird zur Zeit noch darüber beraten, ob Googles AdWord-Werbepaxis die Markenrechte der Suchmaschine Metaspinner verletzt oder nicht. In Frankreich fällt ein Gericht in einem AdWord-Streit jetzt ein klares Urteil zu Googles Ungunsten. Die Hotelkette Méridien hatte dem Unternehmen Markenrechtsverletzung vorgeworfen, weil es von ihr geschützte Namen als Schlüsselwörter an die Konkurrenz verkaufte. Darunter zahlreiche Variationen von „Le Méridien“ und „Méri-

dien“. Per Verordnung hatten die Richter die französische Google-Tochter bereits im vergangenen Jahr dazu aufgefordert, die Schlüsselwörter von der Angebotsliste zu streichen und bei der Ergebnisanzeige auf die Generierung von Links der Konkurrenz zu verzichten. Nun fällt das Gericht in Nanterre sein Urteil. Danach hat Google durch die kommerzielle Nutzung der geschützten Markennamen und ihren Verkauf als AdWords die Rechte der internationalen Hotelkette verletzt.

Quelle. [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, 15 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Traumhafte Wanderungen in den Schweizer Alpen

- 50 unvergessliche Touren mit Berghotel-Komfort

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Printmedien, insbesondere Serien- und Einzelbandtitel sowie Bild-, Daten- und Tonträger, insbesondere Hörbücher.

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

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

ALTERnativen in Frankfurt

**Wenn Sie Hilfe oder Pflege brauchen ...
Ein Ratgeber für ältere Menschen, Angehörige
und Betreuer**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BHF-BANK Stiftung,
Bockenheimer Landstraße 10, 60323 Frankfurt**

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

Disney Sudoku

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, 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 sowie Internet.

**RAe Löffler - Wenzel - Sedelmeier,
Königstraße 1 A, 70173 Stuttgart**

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

SeniorPartner Magazin für Menschen mit Lebenserfahrung

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sowie für elektronische und digitale Medien, insbesondere auch Off- und Onlinemedien aller Art.

**Rechtsanwältin Bettina Eggert,
Dorfanger 13, 65191 Wiesbaden**

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

**Boerse@n-tv
Busch@n-tv
Talk@n-tv
News@n-tv
Teleboerse@n-tv
Meinung@n-tv
sport@n-tv
Wirtschaft@n-tv
Zu Tisch bei Freunden**

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

**Rechtsanwälte Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,
Rechtsanwalt Prof. Dr. Alexander Freys,
Kurfürstendamm 220, 10719 Berlin**

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

Godesberger Vermögensunion

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**

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:

Träum weiter!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

WUESTHOFF & WUESTHOFF
Patent- und Rechtsanwälte,
Schweigerstraße 2, 81541 München

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

prima.dresden

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Frank Peschel,
Lemsahler Landstraße 239, 22397 Hamburg

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

Brandenburgische Wassermusik Brandenburger Wassermusik

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Brandenburger Theater GmbH,
Grabenstraße 14, 14778 Brandenburg

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

Mettmanner Allgemeine Zeitung

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

Rechtsanwältin Dr. Karen Rinsche,
Zülpicher Str. 10, 40196 Düsseldorf

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

Auf Klassenfahrt Klassenreise Magazin Klassenreise Journal Klassenreise-Planer Klasse Reisen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Stünings Medien GmbH,
Dießemer Bruch 167, 47908 Krefeld

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

Menschen & Schlagzeilen Was den Norden bewegt Menschen und Schlagzeilen Das bewegt den Norden

in allen Schreibweisen für Druckwerke, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film und Internet.

NORDDEUTSCHER RUNDFUNK,
Rothenbaumchaussee 132, 20149 Hamburg

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:

Echt antik

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

Südwestrundfunk, Anstalt des öffentlichen Rechts,
Am Fort Gonsenheim 139, 55122 Mainz

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 für die Deutsche Bahn AG, Potsdamer Platz 2, 10785 Berlin in Anspruch für:

DB 10minuten

in allen Schreibweisen, Zusammensetzungen, Darstellungsformen und graphischen Gestaltungen zur Verwendung für alle Medien, insbesondere für Printmedien und Druckerzeugnisse.

**Deutsche Bahn AG, Markenmanagement / KMM,
Frankenallee 2-4, 60327 Frankfurt am Main**

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

Uniking

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und für alle Medien (speziell Printmedien).

**UNICUM Verlag GmbH,
Willy-Brandt-Platz 5-7, 44787 Bochum**

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

DER TEUFEL IN DIR - LYING IN WAIT Sherlock Holmes - Der Seidenstrumpfmörder HILFE, DAD ALLEIN ZU HAUS HILFE, EIN PATE OHNE NERVEN Revelations - die letzte Offenbarung

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 nehme ich Titelschutz für eine Mandantin in Anspruch für die Titel

PEOPLE HEALTH MAGAZIN PEOPLE HEALTH MAGAZINE

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line-Dienste und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Dienstleistungen, Veranstaltungen und Unterhaltung aller Art.

**Rechtsanwalt Dr. Rudolf Griesam,
Südliche Auffahrtsallee 66, 80639 München**

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

Rheinische Nacht

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für Veranstaltungen, Veranstaltungskonzepte und Präsentationen, Internetseiten, Plakate, Flyer, Brochüren und alle anderen Print- und Internetmedien, für Musikgruppen, Bands, Orchester und für alle damit zusammenhängenden Medien, insbesondere Tonträger, Compilations 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, Zeitungen, Zeitschriften, für Serviceleistungen, für Dienstleistungen, für Werbung.

**DOMPLATTEN RECORDS,
Am Braunsacker 66, 50765 Köln**

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

fame! fame! magazin

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, Bild- und Datenträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), CD-ROM, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Domain-Bezeichnungen im Internet und Intranet sowie Veranstaltungen, Events und Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwalt Uwe Beller,
Volgersweg 4 A, 30175 Hannover**

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:

Markt & Menschen Markt und Menschen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Neue Osnabrücker Zeitung GmbH & Co. KG,
Breiter Gang 10-16, Große Straße 17-19,
49074 Osnabrück**

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

Heimspiel 2006 Der Fussballmanager

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**TGC The Games Company Worldwide,
Wachsmuthstraße 3, 13467 Berlin**

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

Die Mauer - Berlin '61

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Literatur- und Druckerzeugnisse.

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

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

Das Schlimmste kommt noch Angie Böse Mädchen 'ne geile Zeit Der erste Tag 5 Singles Kann das was?

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form.

**Sony Pictures
Film und Fernseh Produktions GmbH,
An der Hasenkaule 22, 50354 Hürth**

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

Der Kommissar und das Meer DIE HEBAMME VOM TEGERNSEE EIN UNGLÜCK NAMENS EMMA

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereizerzeugnisse, 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.

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

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

www.new-business.de

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), -11

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 elektroni-
schen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträger, Software).

Bezugspreis: Jährlich € 80,- zzzg. 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 zzzgl. 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 Ver-
vielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systemati-
schen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder
Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verla-
ges sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nut-
zungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach
vorheriger schriftlicher Genehmigung.



Produktpiraterie – Marken im Kampf gegen Plagiate

aus der Rubrik
Markenrecht

Firma _____

Name, Vorname _____

Straße _____

PLZ, Ort _____

Tel.: _____

Email: _____

Datum, Unterschrift _____

BITTE IN BLOCKSCHRIFT!

TSA

JA ich bestelle **markenartikel** im Probe-Abonne-
ment. Ich erhalte die nächsten drei Ausgaben
markenartikel zum Preis von 20,00 Euro inkl.
Versand zzzgl. USt. Das Probe-Abonnement
endet automatisch.

JA ich bestelle **markenartikel** im Jahres-Abonne-
ment. Ich erhalte das Magazin ab sofort regel-
mäßig für 98,00 Euro inkl. Versand zzzgl. USt.
Das Abonnement gilt zunächst für ein Jahr
(11 Ausgaben) und verlängert sich automa-
tisch um jeweils ein Jahr, wenn ich nicht mit
der Frist von vier Wochen zum Ende des
Bezugjahres schriftlich kündige.

New Business Verlag GmbH & Co. KG

Postfach 70 12 45 • 22012 Hamburg

Birgit Jessen

Telefon 040/60 90 09-62

Fax 040/60 90 09-66

abo@new-business.de