

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## 58 Titel-Ideen - Vom „Tag der deutschen Reinheit“ über „Die Promi-Heimwerker Show“ bis hin zum „Edison-Prinzip“

Das Thema „Gesundheit“ hält derzeit nicht nur die Politik, die Krankenkassen und die öffentliche Hand in Atem, sondern findet auch seinen Niederschlag in der Medien-Landschaft. Die Münchner Kanzlei Taylor Wessing nominiert im Mandanten-Auftrag Titel wie „Fasten & Heilen“, „Heilenergie“ und „Entgiften & Heilen“. Auch ein Mandant der Rechtsanwältin Bettina Krause aus Tutzing geht mit Titeln wie „Die Gesundheits-Polizei“ oder „Der Längerleben-Test“ in diese Richtung. Aus Hamm von den Minoggio Rechtsanwälten werden die Titel-Varianten „Bio4You“ und „Bio-Premium“ ins Spiel gebracht.

Die zum Bertelsmann-Konzern gehörende CrossMarketing arvato services GmbH aus München lässt sich von dem Thema „Piffigkeit“ inspirieren und meldet „Der kleine Schlaumeier“ zum Titelschutz an. Mit Bezug auf den großen amerikanischen Erfinder Thomas Alva Edison (1847 – 1931) kommt aus Baden-Baden von der DIE IDEELOGEN - Gesellschaft für neue Ideen mbH die Titelschutz-Anmeldung „Das Edison Prinzip“. Der Vater der

Glühlampe, der übrigens sein erstes Einkommen als Zeitungsjunge verdiente, machte über 2.000 Erfindungen, von denen beachtliche 1.093 patentiert wurden.

Dieser Erfindergeist steht schon irgendwie in Verbindung mit der Schaffens- und Werkel-Thematik der Prime Productions GmbH aus Dortmund. Mit gleich acht Titel-Varianten von „Die Promi-Heimwerker Show“ bis zu den entsprechenden Redewendungen „Pi mal Daumen!“ oder „Sitz, passt wackelt und hat Luft!“ besetzen die Produzenten das Spektrum rund die die Heimwerkerei.

Mit der Aufforderung „Hilf Dir selbst“ vom TV-Sender K1 Kabel 1 aus Unterföhring kann sowohl eine handwerkliche Aktivität gemeint sein als auch der Appell zu mehr Eigenverantwortung. Mal sehen was am Ende daraus wird. Für Neugierde sorgt auch die Titelschutz-Anmeldung der Frankfurter Kanzlei Baker & McKenzie LLP, die im Auftrag eines Mandanten den „Tag der deutschen Reinheit“ ankündigen. Auf die Auflösung dieses Event-Begriffs wartet sicher nicht nur das Titelschutz-Anzeiger-Team. (ps)

## Forschungsstelle für Medienrecht gegründet

An der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der Fachhochschule Köln ist eine Forschungsstelle für Medienrecht gegründet worden. Die Leitung hat Prof. Dr. Rolf Schwartmann übernommen. Ziel dieser neuen Einrichtung ist es, das Medienrecht und die Medien-Praxis enger zu verzahnen und dabei besonders die Medien-Unternehmen aus der rheinischen Region zu berücksichtigen.

Ein hochkarätig besetzter Beirat steht der neuen Forschungsstelle zur Seite. Mitglieder sind: Jürgen Doetz, Präsident des VPRT (Verband

Privater Rundfunk und Telekommunikation, Berlin) Prof. Dr. Dieter Dörr, Vorsitzender der KEK (Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich), Helmut Heinen, Präsident des BDZV (Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger), Prof. Dr. Joachim Metzner, Rektor der FH Köln, Eva-Maria Michel, Justiziatrin des WDR sowie Prof. Dr. Norbert Schneider, Direktor der LfM (Landesanstalt für Medien in Düsseldorf). Weitere Informationen finden sich unter der Internet-Adresse [www.medienrecht.fh-koeln.de](http://www.medienrecht.fh-koeln.de). (ps)

## Mediensymposium zur Medien-Macht

Im Rahmen des 18. NRW-Medien-Forums am 23. Mai 2006 veranstaltet die Kölner Forschungsstelle für Medienrecht (Leitung Professor Dr. Rolf Schwartmann) gemeinsam mit dem Mainzer Medieninstitut in den Räumen der Fachhochschule Köln, GWZ, Claudiusstraße 1, 50678 Köln, von 14 - 18 Uhr, ein Symposium unter dem Titel „Wieviel Macht verträgt die Vielfalt? - Möglichkeiten und Grenzen von Medienfusionen“. Zu diesem Thema referieren folgende Experten: Dr.

Ulf Böge (Präsident Bundeskartellamt), Jürgen Doetz (Präsident Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation), Prof. Dr. Dieter Dörr (Mainzer Medieninstitut), Hans-Jürgen Jakobs (Ressortleiter Medien Süddeutsche Zeitung), Klaus Paetow (Direktor beim Bundeskartellamt), Prof. Dr. Norbert Schneider (Direktor Landesanstalt für Medien LfM), Prof. Dr. Rolf Schwartmann (Kölner Forschungsstelle für Medienrecht). (ps)

09. Mai 2006

Woche 19

**Nr. 771**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Diese Woche: 58 Titel

**A**benteuer Lesen  
Agyptens versunkene Schätze  
Antike Welten zum Leben erweckt

**B**erliner Markeninstitut  
Berliner Markenkolleg  
Bio4You  
Bio-Premium  
BLC (Brakeelectric)  
Botschaftshandbuch Deutschland  
Britain insight  
buffed  
buffed.de

**D**as Edison-Prinzip  
Der Alpenkönig  
Der Besserleben-Test  
Der große Finanzcheck  
Der kleine Schlaumeier  
Der Längerleben-Test  
Detox  
Deutsche Employer Branding Akademie  
Deutsche Markenstudie  
Deutsches Employer Branding Institut  
Die „Ich bin mein Leben GmbH“  
Gesellschaft mit besonderer Haftung

Die Gesundheits-Polizei  
Die Promi-Heimwerker Rallye  
Die Promi-Heimwerker Show

**E**gypt's Sunken Treasures  
Embassy - Botschaftshandbuch  
Deutschland  
Entgiften & Heilen  
Es steht Dir ins Gesicht geschrieben  
Exsistere

**F**asten & Heilen  
Fit for Hollywood  
Fix und Fertig !

**G**eht nicht, gibt's nicht !

**H**allo Odenwald  
Hauptsache fertig !  
Heilenergie  
Hilf Dir selbst  
Hilf Dir selbst, sonst hilft Dir ...

**I**n Erscheinung treten

**J**eden Tag

**L**othar in Hollywood

**M**OSELSPIEGEL

**N**ight Club

**P**aßt schon !  
PFALZSPIEGEL  
Pi mal Daumen !

**S**cene it  
Sitzt, paßt wackelt und hat Luft !  
SO SIMPLE

**T**ag der deutschen Reinheit  
The L Word - Wenn Frauen Frauen  
lieben  
Trésors Engloutis d'Egypte

**U**NTERWEGS IN SACHEN FUSSBALL

**W**illi und die Wunder der Welt

## Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 772 erscheint am 16.05.2006 **Anzeigenschluss:** 12.05.2006, 10 Uhr

## Der Titelschutz Anzeiger

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 773 erscheint am 23.05.2006 **Anzeigenschluss:** 19.05.2006, 10 Uhr

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

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

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Der Wert mangelnder Exklusivität bei der Fußball WM: 2,6 Millionen Euro

### BGH erteilt Sonderrecht für Eventmarken eine Absage

Etwa 2,6 Millionen Euro könnte die Fifa durch die Entscheidung des Bundesgerichtshofes zu den WM-Marken verlieren. Nach Informationen der Zeitung „Die Welt“ erwägt ein nationaler Förderer, der noch ungenannt bleiben will, per Schiedsverfahren einen 20% Abschlag auf seine Sponsoringzahlungen durchzusetzen. Für die exklusiven Rechte hatten die Sponsoren auf nationaler Ebene etwa 13 Millionen Euro gezahlt. Mit der Entscheidung zu den Marken „Fußball WM 2006“ und „WM 2006“ hat der Bundesgerichtshof (BGH) aber auch der so genannten Eventmarke eine Absage erteilt. Damit wird es künftig nicht möglich sein, über Markeneinträge ein Monopol für die allgemein übliche Beschreibung von Events zu erhalten.

Auch für Defensivmarken, die nur mit dem Ziel eingetragen werden, Konkurrenten oder Konkurrenten eigener Sponsoren am Marketing mit einer Veranstaltung zu hindern, dürfte die Entscheidung ein deutliches Signal sein. Die Fifa hatte neben unterscheidungskräftigen Marken wie „Fifa World Cup 2006“ auch eine Vielzahl von Begriffen, die im Sprachgebrauch für die Fußball WM genutzt werden, in den verschiedenen Markenregistern angemeldet. Hiergegen hat sich der Süßwarenhersteller Ferrero, der mit seinen Hanuta- und Duplo-Sammelbildchen ebenfalls zur Fußball WM wirbt, massiv gewehrt und alle Instanzen beschritten. Die Marken „WM 2006“ und „Fußball WM 2006“ wurden genauso wie

„Fußball WM Deutschland“ und „WM Deutschland 2006“ zunächst aus dem Register gelöscht.

### Großes Medieninteresse

Sobald ein Begriff beschreibend für ein Ereignis eingesetzt wird, kann er nicht monopolisiert werden, stellten die Richter in der aufsehenerregenden Verhandlung vor einem Medienpulk klar. Damit kommt es nun auch nicht mehr darauf an, ob der Veranstalter ein Monopol für das Ereignis hat, wie im Fall der Fußball Weltmeisterschaften, oder eben nicht, wie beim Boxen. Alle Medien berichteten über den Fall, die Pressemeldungen überschlugen sich. Und während noch vor einem Jahr kaum jemand das Thema ernst genug genommen hat und fundierte Berichte kaum zu finden waren, haben plötzlich alle eine Meinung.

Der Handelsverband BAG spricht von einem „Sieg der Sprache über die Marke“ während der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE) betonte, dass die Entscheidung nun kleinen und großen Geschäften neue Freiräume eröffne. „Zu Recht hat das Gericht dem Versuch, Sprachmonopole für freihaltungsbedürftige Begriffe zu errichten, eine Absage erteilt“, so die Mitteilung des Markenverbands.

### Fifa beruft sich auf Gemeinschaftsmarken

Die Fifa versucht derzeit mit einem pauschalen Verweis auf eingetragene Gemeinschaftsmarken das Markenrecht auch weiterhin für sich zu instrumentalisieren. Tatsächlich findet sich im europäischen Register, dass auch in Deutschland Schutz entfaltet,

aber nur die Marke „WM 2006“. Für diese Marke, die der BGH zur endgültigen Entscheidung an das Bundespatentgericht zurück gewiesen hatte ist auf europäischer Ebene noch ein Lösungsverfahren anhängig, eine erste Entscheidung fiel hier zugunsten der Fifa aus. Eine Marke „Fußball WM 2006“ enthält das EU-Register jedoch nicht, so dass der Weg entgegen der Fifa-Äußerungen für eine Nutzung durch jedermann frei ist. „Ich glaube nicht, dass nach dieser BGH-Entscheidung ein deutscher Richter eine einst-

weilige Verfügung für diese Begriffe im Sinne der Fifa fällen wird“, sagt Bernd Carlos Jäcker, langjähriger Leiter der Markenabteilung beim Konsumgütermulti Henkel. Offen ist derzeit aber, ob unabhängig von dem Streit um die gelöschten Marken die Begriffe „WM 2006“ und „Fußball WM 2006“ als so genannte Unternehmenskennzeichen, wie die Hamburger OLG-Richter der Fifa im Jahr 2005 zugestanden haben trotzdem Schutz genießen. (sr)

Quelle:

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

## Handelskammer Hamburg lädt zum Seminar „Marken, Domains & Co.“

Die Verbindung von Marken- und Domain-Recht gewinnt zunehmend an Bedeutung, da das Internet über seine Funktion als Info-Kanal inzwischen auch ein durchaus erfolgversprechender Vertriebsweg geworden ist. Vor diesem Hintergrund lädt die Handelskammer Hamburg am 18. Mai 2006 zu einem Seminar mit dem Thema „Marken, Domains & Co.“. Als Referentinnen hat die Handelskammer Dr. Claudia Böckmann, Partnerin bei der Hamburger Sozietät SES, und Dr. Andrea Jaeger-Lenz, Partnerin bei Latnam & Watkins LLP in Hamburg, gewonnen. Dr. Böckmann war vor ihrem SES-En-

gagement Leiterin der Abteilung für gewerbliche Schutzrechte bei Reemtsma und Dr. Jaeger-Lenz ist unter anderem Schiedsrichterin für Domain-Streitigkeiten beim WIPO Arbitration and Mediation Center in Genf sowie Mitglied des Gesetzgebungsausschusses „Geistiges Eigentum“ des Deutschen Anwaltsvereins. Das Seminar beginnt um 9.30 Uhr und endet gegen 13.00 Uhr. Der Teilnehmer-Beitrag beträgt überschaubare 50 Euro. Mehr Informationen finden sich unter [www.hk24.de](http://www.hk24.de) oder direkt bei Herrn Dr. Michael Kuckartz; stellv. GF der Handelskammer Hamburg (Fon: 040 / 36 138 249). (ps)

## Wiederholung und 50% Rabatt?

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

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

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

## **The L Word - Wenn Frauen Frauen lieben**

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 eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

## **Abenteuer Lesen**

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

**Rechtsanwälte White & Case LLP,  
Jungfernstieg 51, 20354 Hamburg**

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

## **Antike Welten zum Leben erweckt Auf der Suche nach Unsterblichkeit Legendäre Zeugen der Vergangenheit Die großen Geheimnisse alter Kulturen**

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

## **Embassy - Botschaftshandbuch Deutschland Botschaftshandbuch Deutschland**

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen, Schriftarten, Kombinationen, Abkürzungen mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Film, Hörfunk, Fernsehen sowie sonstige elektronische Medien, insbesondere auch Online-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie öffentliche Veranstaltungen.

**Printum Grafik & Produktion,  
Sigmaringer Straße 9, 10713 Berlin**

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

## **Hallo Odenwald**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen; Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Dienste (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse.

**TV Medienservice Ltd.  
Zweigniederlassung Deutschland,  
Römerstraße 81, 63843 Niedernberg**

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

## **Bio4You Bio-Premium**

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

**Minoggio Rechtsanwälte,  
Südring 14, 59065 Hamm**

# 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:

## **Hilf Dir selbst Hilf Dir selbst, sonst hilft Dir ...**

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 in Anspruch für:

## **Der Alpenkönig**

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Titelkombination für Hörfunk- und Fernsehsendungen, audiovisuelle und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen, Merchandising sowie Druckerzeugnisse.

**Karl-Heinz Hofmann,  
Barer Straße 39, 80799 München**

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

## **Willi und die Wunder der Welt Die Gesundheits-Polizei Der Längerleben-Test Der Besserleben-Test Der große Finanzcheck**

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.

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

Unter Hinweis auf §§ 5 Abs. 3 und 15 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für die Titel:

## **Ägyptens versunkene Schätze Egypt's Sunken Treasures Trésors Engloutis d'Égypte**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auf CD-ROM, DVD, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien.

**IRION Rechtsanwälte,  
Michaelisstraße 24, 20459 Hamburg**

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

## **buffed.de buffed**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen, für Bücher und alle Printmedien, einschließlich Zeitschriften, sowie für alle weiteren Medien, einschließlich Ton-, sowie Bild-Ton-Träger, Film, Hörfunksendungen, Fernsehsendungen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**BEITEN BURKHARDT  
Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,  
Ganghoferstraße 33, 80339 München**

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

## **scene it Night Club Lothar in Hollywood Fit for Hollywood**

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

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

# DER 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

## **PFALZSPIEGEL MOSELSPIEGEL**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**SaarSpiegel Verlag GmbH,  
Merziger Straße 20, 66663 Merzig**

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

## **Der kleine Schlaumeier**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**CrossMarketing arvato services GmbH,  
Neumarkter Straße 20, 81673 München**

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

## **Das Edison-Prinzip**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**DIE IDEEOLOGEN - Gesellschaft für  
neue Ideen mbH,  
Schwarzwaldstraße 139, 76532 Baden-Baden**

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

## **UNTERWEGS IN SACHEN FUSSBALL**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Toni E. Meyer c/o Challenge,  
Firkenweg 7, 85774 Unterföhring**

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

## **Die Promi-Heimwerker Rallye Die Promi-Heimwerker Show Paßt schon ! Hauptsache fertig ! Fix und Fertig ! Sitzt, paßt wackelt und hat Luft ! Pi mal Daumen ! Geht nicht, gibt's nicht !**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- sowie Bild-Ton-Träger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste und Internet, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Bücher und alle anderen Printmedien, öffentliche Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen jeder Art.

**Prime Productions GmbH,  
Wittekindstraße 30, 44139 Dortmund**

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

## **Es steht Dir ins Gesicht geschrieben**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Helmut Lingen Verlag GmbH & Co. KG,  
Deutzer Freiheit 77, 50679 Köln**

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

## **Deutsche Employer Branding Akademie Deutsches Employer Branding Institut Berliner Markenkolleg Berliner Markeninstitut Deutsche Markenstudie**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**NOW Strategische Markenentwicklung,  
Friedrichstraße 200, 10117 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 für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

## **SO SIMPLE**

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

**Rechtsanwälte White & Case LLP,  
Jungfernstieg 51, 20354 Hamburg**

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

## **Britain insight**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere Printmedien und Online-Medien.

**Kristina von Domarus,  
Weckmannweg 15, 20257 Hamburg**

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

## **Tag der deutschen Reinheit**

in allen Schreibweisen, Abkürzungen, Schriftarten, Darstellungsformen und Abwandlungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien, audiovisuelle, elektronische oder digitale Medien, einschließlich Online-Dienste und Offline-Dienste und sonstige Online-Medien, Internet, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film, Hörfunk, Fernsehen sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Baker & McKenzie LLP, Rechtsanwälte,  
Bethmannstraße 50-54, 60311 Frankfurt/M.**

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

## **Exsistere In Erscheinung treten Die „Ich bin mein Leben GmbH“. Gesellschaft mit besonderer Haftung**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Medien, Datenträger und Internet.

**Peter Grimm,  
Josef-Koch-Straße 11, 83059 Kolbermoor**

Unter Hinweis auf §§ 5,15 MarkenG nehmen wir im Auftrag unserer Mandantin für Druckerzeugnisse, insbesondere Publikationen im Printbereich sowie für Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien (einschließlich CD-ROM, Online Medien und Internet) Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP) sowie Softwareerzeugnisse Titelschutz in Anspruch für:

## **Fasten & Heilen Heilenergie Entgiften & Heilen Detox**

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

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

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

## **BLC (Brakeelectric) Jeden Tag**

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

**RAe Hofstetter & Kuhn,  
Schillerstraße 17, 71638 Ludwigsburg**

# 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: 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-

schischen 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.



## 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-Abonnement. Ich erhalte die nächsten drei Ausgaben **markenartikel** zum Preis von 20,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Probe-Abonnement endet automatisch.

- JA** ich bestelle **markenartikel** im Jahres-Abonnement. Ich erhalte das Magazin ab sofort regelmäßig für 98,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Abonnement gilt zunächst für ein Jahr (11 Ausgaben) und verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr, wenn ich nicht mit der Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugsjahres 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