

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Gaumenfreuden und Gesundheit sind stets gute Themen für den Medienmarkt

Bei der Suche nach dem "besten Hobbykoch" macht sich die Agentur **wz-Marketing** jetzt auf den Weg durch die Republik. Die Küchenkünstler werden von Bayern bis Thüringen in allen Bundesländern gesucht. Dass die meisten Unfälle im Haushalt passieren und auch das jonglieren mit Töpfen und Pfannen seine Risiken birgt, macht sich die **Levision GmbH** zum Thema. Mit "Abenteuer Kochen" können sich auch Küchenmuffel und Unglücksraben identifizieren.

Aber unser leibliches Wohl umfasst ja nicht nur die Gaumenfreuden, sondern auch deren weniger erfreulichen Folgen. Der Bereich Gesundheit ist noch immer ein vielversprechender Markt. Gerade die medizinische Beratung und Begleitung des Verbrauchers im

Alltag, erfreuen sich einer hohen Nachfrage. Mit "Apotheken News" möchten auch die Mandanten von Rechtsanwalt **Jörg Thomas** in Berlin diesem Trend Rechnung tragen.

Auch **Uwe Kaczmarek** hat sich der medizinischen Beratung verschrieben und plant einen "Arthrose Kompass" und ein "Arthrose Therapie Verzeichnis".

Positiver dagegen geht es bei den Mandanten der Kanzlei **Eikel & Partner** zu: Sie bieten das "1 x 1 of life" und "leben<sup>4</sup>". **N24** lockt die Zuschauer mit "Make Money..." und **SAT.1** erforscht "Criminal Minds" und spricht mit "Welcome, Mrs. President" eine Einladung an die First Lady aus.

Dringend benötigte Start-hilfe im Arbeitsmarkt bietet die

Bremen. Titel wie "Your first Job" und "Start a Job" sollen jungen Leuten Perspektiven und Anreiz bei der Jobsuche geben.

Auch die **IT WORKS! Medien GmbH** siedelt ihre Geschichten, nach eigener Auskunft nicht in exklusiven sozialen Schichten an, sondern

versucht, das Exotische im Gewöhnlichen, Alltäglichen zu finden. Die Charaktere sollen ihren lakonischen Witz, ihre Wärme und ihre Sehnsucht in sehr nachvollziehbaren sozialen Notlagen beweisen. Dazu passt auch der neue Titel "Alle-Alle - Wer nicht mehr hat, kann alles geben". (al)

## Osborne Clarke Köln gewinnt den IT-Rechtler Meyer-Spasche von Clifford Chance aus Frankfurt

Zum 1. Juli 2006 tritt **Georg Meyer-Spasche**, 37, als Partner in die Sozietät **Osborne Clarke** ([www.osborneclarke.de](http://www.osborneclarke.de)) in Köln ein. Der IT-Rechtler war in den vergangenen sieben Jahren bei **Clifford Chance** in Frankfurt. Osborne Clarke ist mit zwei Büros in Deutschland vertreten, nachdem im Mai vergan-

genen Jahres die Niederlassung in München gegründet wurde. Weltweit ist das Kanzlei-Netzwerk Osborne Clarke in den USA sowie in elf europäischen Ländern aktiv. In Köln gibt es bei Osborne Clarke mit **Konstantin Ewald** und **Björn Mann** auch zwei Spezialisten für den Bereich Medizin- und Internet-Recht. (ps)

IPRGuard

+ Markenpiraterie + Domaingrabbing + Verunglimpfungen + Raubkopien +

Überwachen Sie systematisch die Benutzung Ihrer Rechte?

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

Informationen unter: [www.iprguard.de](http://www.iprguard.de), E-Mail: [info@iprguard.de](mailto:info@iprguard.de), Tel. 04131-225 600-0  
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter [www.researcher24.de](http://www.researcher24.de)

20. Juni 2006

Woche 25

**Nr. 777**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Diese Woche: 49 Titel

1 x 1 of life

**Abenteuer Kochen**  
Abenteuer: Kochen  
AlleAlle -  
Wer nichts mehr hat,  
kann alles geben  
Apotheken News  
Arthrose Kompass  
Arthrose Therapie Verzeichnis

**Betrieb & Recht**  
Betrieb & Recht kompakt  
Brandcompendium  
Bruno der Bär  
Butterfly-Container

**Chefsache**  
Classic meets India  
Classic meets Orient  
Criminal Minds

**Das Auge von Berlin**

**Fuck you (I am in love)**

**gesucht: Bester Hobbykoch  
vom Saarland**

**gesucht: Bester Hobbykoch  
von Baden-Württemberg**  
**gesucht: Bester Hobbykoch  
von Bayern**  
**gesucht: Bester Hobbykoch  
von Berlin und Brandenburg**  
**gesucht: Bester Hobbykoch  
von Bremen und Hamburg**  
**gesucht: Bester Hobbykoch  
von Hessen**  
**gesucht: Bester Hobbykoch  
von Mecklenburg Vorpommern**  
**gesucht: Bester Hobbykoch  
von Niedersachsen**  
**gesucht: Bester Hobbykoch  
von Nord Rhein Westfalen**  
**gesucht: Bester Hobbykoch  
von Rheinland-Pfalz**  
**gesucht: Bester Hobbykoch  
von Sachsen**  
**gesucht: Bester Hobbykoch  
von Schleswig Holstein**  
**gesucht: Bester Hobbykoch  
von Thüringen**

**Heiter ist die Kunst**

**leben 4**

**Make Money -**  
Die Markus Frick Show  
Markencompendium  
Mitwanderzentrale  
MTV Players  
My first Job

**Perspektive Job**  
Punk Pop

**Schumanns Fälle**  
shoppen  
Start a Job

**Tipps bei Arthrose**

**Vergangene Zeiten**  
Verstummte Stimmen

**Welcome, Mrs. President**  
Wunderbare Tierwelt

**Your first Job**

## Der Titelschutz Anzeiger

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 778 erscheint am 27.06.2006 **Anzeigenschluss:** 23.06.2006, 10 Uhr

## Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 781 erscheint am 18.07.2006 **Anzeigenschluss:** 14.07.2006, 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**

## “Pan Am” wird nicht gelöscht

### DPMA entscheidet zur Bös- gläubigkeit bei der Marken- anmeldung

Es ist nicht von vornherein sitten- und wettbewerbswidrig, eine durch fünfjährige Nichtbenutzung frei gewordene Marke für sich anzumelden und zu nutzen. Die Ausübung solcher „nicht originärer“ Markenrechte allein begründet den Vorwurf wettbewerbswidriger Behinderungsabsicht nicht. Dies stellte die Markenabteilung des Deutschen Patent- und Markenamtes im Rahmen

eines Lösungsverfahrens klar. Das DPMA hatte sich mit einem Lösungsantrag gegen die Marke “Pan Am” (Registernummer: 304 17 741) zu beschäftigen. Die Marke genießt mit Priorität vom 30. März 2004 Schutz für Taschen, soweit in Klasse 18 enthalten, Bekleidungsstücke (Klasse 25) und Turn- und Sportartikel, soweit in Klasse 28 enthalten.

Im Jahr 2005 wurde gegen die Marke ein Lösungsantrag gestellt. Mit diesem Lösungsantrag wurde die voll-

ständige Löschung der Marke gem. §50, Abs. 1 Nr. 4 MarkenG beantragt, da der Anmelder bei der Anmeldung bösgläubig gewesen sei.

Das Deutsche Patent- und Markenamt wies den Lösungsantrag als zulässig, aber unbegründet zurück, weil die Voraussetzungen für eine bösgläubige Markenmeldung nicht gegeben waren. Ein zweckfremder Einsatz der Marke im Wettbewerbskampf liege nicht vor. Der Markeninhaber nutzt seine Marke zur Kennzeichnung von Kleidungsstücken. Insoweit stellt

sich die Marke als legitimes Durchsetzungsmittel i.S.d. Gewährleistung der Herkunftsfunktion dar, sie dient nicht in erster Linie einer rechtsmissbräuchlichen Behinderung Dritter. Die beim DPMA registrierten Marken der amerikanischen Fluglinie PAN AM werden nach Einschätzung des Amtes mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht mehr benutzt und unterliegen den Voraussetzungen des Verfalls. Der Beschluss des DPMA wurde bereitgestellt von RA Tobias Bier, Kanzlei Kähler Kollegen

*Quelle: markenbusiness.de*



## 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

abo@new-business.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

**gesucht: Bester Hobbykoch von Baden-Württemberg**  
**gesucht: Bester Hobbykoch von Bayern**  
**gesucht: Bester Hobbykoch von Rheinland-Pfalz**  
**gesucht: Bester Hobbykoch von Schleswig Holstein**  
**gesucht: Bester Hobbykoch von Nord Rhein Westfalen**  
**gesucht: Bester Hobbykoch von Niedersachsen**  
**gesucht: Bester Hobbykoch von Sachsen**  
**gesucht: Bester Hobbykoch von Hessen**  
**gesucht: Bester Hobbykoch von Berlin und Brandenburg**  
**gesucht: Bester Hobbykoch von Thüringen**  
**gesucht: Bester Hobbykoch von Bremen und Hamburg**  
**gesucht: Bester Hobbykoch vom Saarland**  
**gesucht: Bester Hobbykoch von Mecklenburg Vorpommern**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Titelkombinationen, für alle elektronischen und digitalen Medien (Fernsehaufzeichnungen und auch live), Rundfunk, Film, Druckerzeugnisse wie Bücher und sonstige Printmedien, Merchandising und Dienstleistungen jeglicher Art.

**wz-marketing, Bannholzring 32, 71287 Weissach**

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

## **Punk Pop Fuck you (I am in love)**

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, Musikalische Werke, Compilations/Kopplungen, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse.

**Sebastian Roth,  
Golddistelweg 30, 22391 Hamburg**

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

## **AlleAlle - Wer nichts mehr hat, kann alles geben**

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.

**IT WORKS ! Medien GmbH,  
Novalistrasse 10, 10115 Berlin**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

## **Make Money - Die Markus Frick Show**

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

**N24 GmbH,  
Medienalle 7, 85774 Unterföhring**

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

## **Verstummte Stimmen**

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

**Anwaltskanzlei Schultz-Süchting,  
Ballindamm 9, 20095 Hamburg**

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

## **Welcome, Mrs. President Criminal Minds**

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

**SAT.1 Satelliten Fernsehen GmbH,  
Oberwallstraße 6, 10117 Berlin**

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

## **Classic meets India Classic meets Orient**

in allen Kombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Schreibweisen, Schriftarten und mit allen Zusätzen und Untertiteln für alle Bild- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, CD-Rom, DVD, Film und Video, Printmedien sowie Online-Dienste und die Durchführung von Veranstaltungen.

**Konzertagentur Grandmontagne,  
Tännichtgrundstraße 10, 01462 Niederwartha**

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

## **MTV Players**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, sowie alle elektronische Medien, insbesondere auch Online- und Offline- Dienste (z.B. Internet), Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**MTV Networks GmbH & Co. OHG,  
Stralauer Allee 7, 10245 Berlin**

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

## **Your first Job My first Job Perspektive Job Start a Job**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Schriftarten sowie Kombinationen, Wortverbindungen, Abwandlungen und Abkürzungen als Titel für Medien aller Art, insbesondere Druckerzeugnisse.

**KPS Verlagsgesellschaft mbH,  
Contrescarpe 74 A, 28195 Bremen**

# 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:

## **Heiter ist die Kunst Wunderbare Tierwelt Vergangene Zeiten**

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

## **Betrieb & Recht Betrieb & Recht kompakt**

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

**Rechtsanwalt Thomas Gottlöber,  
Stephanienstraße 19, 40211 Düsseldorf**

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

## **Arthrose Kompass Tipps bei Arthrose Arthrose Therapie Verzeichnis**

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination als Einzel- und Reihentitel, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Softwareerzeugnisse, Internet, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige Medien einschließlich Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien sowie für Ton-, Daten- und Bildträger aller Art.

**Uwe Kaczmarek,  
Kopernikusallee 56, 75175 Pforzheim**

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

## **Das Auge von Berlin Schumanns Fälle Chefsache**

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**

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

## **1 x 1 of life**

### **leben<sup>4</sup>**

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Onlinedienste sowie Internet.

**Anwaltskanzlei Eikel & Partner GbR,  
Hünenweg 15, 32760 Detmold**

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

## **Bruno der Bär**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphische Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen, in allen Medien, einschließlich Tonträgern und Bildtonträgern, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Services, CD-Rom, CD-I, DVD und MD und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und in alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**MCP Sound & Media GmbH,  
Industriestraße 5, A - 6430 Ötztal Bahnhof**

# 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:

## Mitwanderzentrale

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Atelier Kaymak -  
Atelier für visuelle Kommunikation,  
Tittardsfeld 104, 52072 Aachen**

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

## shoppen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**DRIFE Productions c/o Bayerisches Filmzentrum,  
Bavariafilmplatz7, 82031 Geiselgasteig**

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

## Abenteuer: Kochen Abenteuer Kochen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Levision GmbH,  
Soemmeringstrasse 7, 50823 Köln**

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

## Apotheken News

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

**RA Jörg Thomas, LL.M., RAe Rosenberger & Koch,  
Reinhardtstraße 17, 10117 Berlin**

Unter Hinweis auf § 5 III MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

## Markenkompendium Brandcompendium Butterfly-Container

in allen Schreibweisen, mit allen Zusätzen, in allen Abwandlungen, Titelkombinationen und Darstellungsformen und für alle Medien.

**Rechtsanwalt Dr. Hartwig Sengemann,  
Parkallee 98, 20144 Hamburg**

## 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, Ralf Deppe (rd), -80

**Ansprechpartner für Titelschutzanzeigen:**

Angela Lautenschläger, -61

**Geschäftsanzeigen:** Manuela Busche, -51

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

**Erscheinungsweise:** wöchentlich (dienstags)

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel: monatlich

**Empfängerkreis:** Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare, Geschäftsführer und Entscheider in Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten, Produzenten von audiovisuellen, digitalen und elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträger, Software).

**Bezugspreis:** Jährlich € 80,- zzgl. Ust. (inkl. Versand)

Für Empfänger aus dem o.g. Verkehrskreis kostenlos.

**Preis für Titelschutzanzeigen:**

Standard mit einem Titel € 150,-, jeder weitere Titel innerhalb

einer Anzeige plus € 35,- jeweils zzgl. USt.

**Anzeigenschluss:** jeweils Freitag, 10 Uhr

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 8 vom 1.1.2003

**Bankverbindungen:**

Hamburger Sparkasse, Kto. 1105 212 649, BLZ 200 505 50

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

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

© 2006 Presse Fachverlag, Hamburg.

Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systematischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung.

1/2006  
3. Jahrgang

# MedienWirtschaft

Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie

Print • Hörfunk • Fernsehen • Telekommunikation • Online

## Warum sind einige Spielfilme erfolgreich, andere aber nicht

Einige ökonomische Überlegungen  
Justus Haucap, Ruhr-Universität Bochum

## Aufbauorganisation und Wertschöpfungs- struktur von Online-Tageszeitungen

Eine dynamische Betrachtung im Lichte  
von Etablierung und Krise  
Thomas Hutzschenreuter/Fabian Günther, WHU Vallendar

## Public Corporate Governance im öffentlichen Rundfunk

Schwachstellen bei Zuständigkeit und  
Zusammensetzung der Aufsichtsgremien  
öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten  
Peter Besselmann/Alfred Kötzle, Europa-Universität Viadrina

## Redaktionell eingebettete Werbung

Eine Chance für das private Fernsehen oder das  
Ende der Glaubwürdigkeit?  
Florian Adamski, OMD Germany GmbH/Dr. Manfred Kops, Universität zu Köln

[www.medienwirtschaft-online.de](http://www.medienwirtschaft-online.de)

Herausgegeben von:



**Prof. Dr. Mike Friedrichsen**

Universität Flensburg  
*\*friedrichsen@uni-flensburg.de*



**Prof. Dr. Martin Gläser**

Hochschule der Medien, Stuttgart  
*\*glaeser@hdm-stuttgart.de*



**Prof. Dr. Thomas Hess**

Ludwig-Maximilians-Universität,  
München  
*\*thess@bwl.uni-muenchen.de*



**Prof. Dr. Jörn Kruse**

Helmut-Schmidt-Universität, Hamburg  
*\*joern.kruse@hsu-hh.de*



**Prof. Dr. Insa Sjurts**

Hamburg Media School  
*\*i.sjurts@hamburgmediaschool.com*

MedienWirtschaft bietet Ihnen viermal im Jahr aktuelle und relevante Themen aus den Bereichen Print, Hörfunk, Fernsehen, Telekommunikation und Online in kompetenter Aufarbeitung durch renommierte Wissenschaftler und Unternehmenspraktiker.

Fordern Sie jetzt bei Birgit Jessen Ihr persönliches  
Kennenlern-Exemplar an!

Telefon 040/60 90 09-62 • Email [jessen@new-business.de](mailto:jessen@new-business.de)