

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

„Spur der Hoffnung“ und „Super Sommer“ - 47 positive Titel-Ideen

Ein wenig grausam klingt er ja schon. Der Titel „Liebling, wir bringen die Kinder um“ oder „Honey we are killing the kids“. Da es sich aber um eine Anmeldung der **BBC Worldwide Germany** handelt, können wir wohl auf einen heiteren Familienfilm oder eine Dokumentation über gestresste Eltern hoffen.

Kinderfreundlicher dagegen sind die Titel „Der kleine Hundekönig“ und „Das wilde Tümpelrennen“. Geschützt von der Flensburger Kanzlei **Brink & Partner** für ihre Mandanten.

Ebenfalls familienkompatibel zeigt sich die **collina filmproduktion** und setzt mit dem Titel „Herr Bello“ auf die, trotz Führungszeugnissen und Leinenzwang, ungetrübte Freude des Deutschen an seinem Hund. Auch die Mandanten der Kanzlei **Taylor Wessing**, Berlin glauben an die mediale Zugkraft der Tierliebe und schützen gleich „Tier TV“.

Auch **SAT.1** und **ProSieben** passen sich der positiven, fast überschwenglichen Stimmung im Lande an und propagieren einen „Super Sommer“ oder zeigen mit „next door! Nachbarn helfen Nachbarn“ real existierende Hilfsbereitschaft unter den Menschen.

Dem christlichen Gedanken ist sicherlich auch „Bruder Paulus“ vom **Rheinisch-Westfälischen Kapuzinerorden** verpflichtet und „Direktpastoral“ lautet der Titel des **Bergmoser + Höller Verlags** in Aachen.

Da fehlt nur noch ein wenig aktive Lebenshilfe, die der „therapieSCOUT“ und „medikamentenSCOUT“ der Mandanten von **RA Peter Keil** bieten kann und eine Dosis Klatsch und Tratsch, die der „Boulevard Airport“ verspricht. Für die Bildung sorgen dann die „History Spots“ von **The History Channel Germany**, München.

Viel Spass bei der Interpretation der 47 Titel dieser Woche. (al)

Heymanns legt „Markengesetz“ neu auf

Auf dem Gebiet des Markenrechts vollziehen sich Änderungen und Interpretationen ausgesprochen rasant. Diese nahezu atemberaubende Dynamik sorgt dafür, dass der in Köln ansässige **Carl Heymanns Verlag** (www.heymanns.com) sein Standardwerk „Markengesetz“ nunmehr zum achten Mal neu aufgelegt hat.

Auf den rund 2.500 (!) Seiten erfasst der derzeit aktuellste Kommentar die komplette nationale und internationale Spruch-Praxis (BGH, BPatG, Instanzgerichte, EuGH, EuG, HABM) einschließlich der Entwicklungen in der Schweiz und in Österreich. Insgesamt wurden 4.395 Entscheidungen verarbeitet und es sind rund 22.000 (!) Rechtsprechungsnachweise in dem Buch mit einer Rückenbreite von gut

sieben Zentimetern enthalten. Da bleibt in der Tat so gut wie keine Frage offen. Die Herausgeber **Dr. Paul Ströbele** (Vorsitzender Richter am Bundespatentgericht), **Prof. Dr. Franz Hacker** (Vorsitzender Richter

am Bundespatentgericht und Honorar-Professor an der Uni Augsburg) und **Irmgard Kirschneck** (Richterin am Bundespatentgericht) haben alle Entscheidungen bis Mitte Febru-

ar 2006 berücksichtigt. Das Werk mit der ISBN-Nr. 3-452-25558-1, das auch als elektronische Ausgabe für PC und Notebook erhältlich ist, kostet 188 Euro. Es kann direkt beim Verlag bestellt werden: Fax: 0221 / 943 73 - 502 oder per E-Mail: bestellung@heymanns.com. (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. 04131-225600-0
IPRGuard als einmalige Benutzungsforschungen auch unter www.researcher24.de

27. Juni 2006

Woche 26

Nr. 778

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 47 Titel

b ester Hobbykoch des Jahres	Interactive Gamesmarkt	Public - Das Kulturjournal
BLACK PLANET EUROPE	International Gamesmarkt	Public - Hildesheims Stadtmagazin
Boulevard Airport	LA Elektronik	Regio Touren
Boulevard Fürstenfeldbruck	LIEBLING, WIR BRINGEN DIE KINDER UM	RHINGTON
BRUDER PAULUS	M agazine for the Interactive Market	RHINGTÖN
D ARK PLANET EUROPE	medikamentenSCOUT	ROCK PLANET EUROPE
Das wilde Tümpelrennen	METAL PLANET EUROPE	Sat.1 SUPER SOMMER
DER CHECKER	MIM	Spur der Hoffnung
Der kleine Hundekönig	MOTORTEAM	T ECHNO PLANET EUROPE
Direktpastoral	n ext door! Nachbarn helfen Nachbarn	THE CHECKER
Direkt-Pastoral	P LANET AMERICA	therapieSCOUT
G LOBAL PREMIUM	PLANET EUROPE	T ier TV
H err Bello	POP PLANET EUROPE	U m Krügers Willen
HISTORY SPOTS	PRONUREL	V ERIVAL
HONEY WE ARE KILLING THE KIDS	Public	W IB
IGM		Worldwide Interactive Business

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 779 erscheint am 04.07.2006 **Anzeigenschluss:** 30.06.2006, 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

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

GmbH-Geschäftsführer haften für fahrlässige Markenverletzung

Was nützt der schönste Anspruch, wenn er nicht durchsetzbar ist? Häufiges Szenario: Die GmbH ist pleite, Geschäftsführer und Gesellschafter spazieren fröhlich davon.

Nicht so in Markensachen: In einer Entscheidung des OLG Hamburg haben die Richter nochmals klar gestellt, dass auch der Geschäftsführer einer GmbH für Markenverletzungen haftet. „Denn als Geschäftsführer war er dafür verantwortlich, dass die GmbH sich gesetzestreu verhielt und hätte die wichtige Frage der Kennzeichenwahl nicht allein dem Gesellschafter überlassen dürfen, sondern hätte diese in eigener Verantwortung auf ihre rechtliche Zulässigkeit prüfen müssen“, heißt es in dem Urteil (Az: 5 U 200/04).

Sodann fordern die Richter: „Notfalls hätte er - wenn er sich gegenüber dem Gesellschafter im Innenverhältnis nicht hätte durchsetzen können - sein Amt als Geschäftsführer niederlegen und den

Anstellungsvertrag kündigen müssen.“ In dem Fall hatte der GmbH-Geschäftsführer an der Kennzeichenverletzung Anteil, da er hat das Gewerbe der Firma angemeldet hatte. Mit der Entscheidung bestätigen die Hamburger Richter die ständige Rechtsprechung in Sachen Geschäftsführerhaftung. Diese kommt grundsätzlich in Frage, wenn ein Geschäftsführer die Markenverletzung selbst begeht oder sie nicht verhindert, wenn er von ihr Kenntnis hat. Aus einer so genannten Organisationspflichtverletzung kann eine persönliche Haftung sogar ohne Kenntnis der Verletzung resultieren.

Die Voraussetzung: Der Geschäftsführer muss sich dann bewusst der Möglichkeit zur Kenntnis- und Einflussnahme entziehen. Typischer Fall: Der Geschäftsführer einer aufgekauften GmbH-Hülle macht Dauerurlaub auf Mallorca und lässt den Dingen ihren Lauf.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Bundesregierung sucht Kompromiss im Sparkassen-Streit

Im Namensstreit um die Berliner Sparkassen hat die Bundesregierung jetzt einen Kompromiss angeboten. Wie die Nachrichtenagentur Reuters berichtet, will sie laut eines Schreibens an die Europäische Kommission ihren Widerstand gegen die Übernahme des Namens „Sparkasse“ auch durch einen amerikanischen Investor aufgeben. Dafür fordert die Regierung von der EU-Kommission, für alle an-

deren Sparkassen die im Paragraphen 40 des Kreditwesengesetzes (KWG) festgehaltene gesetzliche Vorschrift zu akzeptieren, nach der nur öffentlich-rechtliche Institute diesen Namen tragen dürfen. Außerdem solle die EU-Kommission die Dreiteilung der deutschen Bankenlandschaft in öffentlich-rechtliche, genossenschaftliche und private Institute anerkennen und ihr Vertragsverletzungsverfahren

zurückziehen, das sich gegen die im KWG festgehaltene entsprechende Regelung richtet. Entzündet hatte sich der Namensstreit an den Verkaufsplänen des Landes Berlin, das die Berliner Bankgesellschaft, zu der auch die Sparkasse gehört, an private Investoren veräußern will. Berlin beharrte in der Auseinandersetzung darauf, dass auch die Bezeichnung „Sparkasse“ übertragen werden kann.

Der Deutsche Sparkassen- und Giroverband (DSGV) sowie die Bundesregierung vertraten allerdings eine andere Meinung und beriefen sich auf das KWG. Die EU-Kommission, die sich ebenfalls in den Streit einschaltete, sieht im Paragraphen 40 des KWG eine Wettbewerbsbehinderung. Das von der Bundesregierung

nun vorgelegte Schreiben soll bei der EU-Kommission auf positive Resonanz gestoßen sein. Man sei an einer außergerichtlichen Lösung interessiert, solange geltendes EU-Recht respektiert werde, sagte der Sprecher von EU-Binnenmarktkommissar Charlie McCreevy laut Berliner Morgenpost. Der DSGVO lehnt den Vorschlag allerdings nach wie vor ab und beruft sich auf Angela Merkels im Frühjahr gegebene Zusage, den Bezeichnungsschutz für die Sparkasse zu erhalten. Das Einlenken der Bundesregierung erfolgt vor dem Hintergrund, dass ein Vertragsverletzungsverfahren Strafzahlungen von Milliarden Euro nach sich ziehen könnte.

Quelle:
www.markenbusiness.de

„downunder.travel“ bleibt in Australien

Downunder ist ein gängiges Synonym für Australien. Diese Tatsache nutzt auch die australische Tourismusbehörde und bewirbt das Reiseland Australien unter der Domain downunder.travel.

Mit dieser Nutzung war allerdings die kanadische Goway Travel Limited aus Toronto nicht einverstanden und machte die Domain zum Gegenstand eines Schiedsverfahrens vor der World Intellectual Property Organisation (WIPO).

Die Goway Travel Limited ist Inhaberin einer kanadischen und einer US Marke mit dem Wortbestandteil DOWNUNDER. Bei beiden Marken handelt es sich um Wort-/ Bildmarken, die, und diesen Sachverhalt „vergaß“

die Antragstellerin im Schiedsverfahren zu erwähnen, explizit keinen exklusiven Schutz für das Wort DOWNUNDER beanspruchen.

Das Schiedsgericht lehnte den Antrag auf Domainübertragung ab und stellt fest, dass sich die Antragstellerin des Reverse Domain Name Hijacking schuldig gemacht habe.

Australisch entspannt zeigte sich die beklagte Tourismusbehörde, die, auf ihre besseren Rechte vertrauend, im Verfahren keine Stellungnahme abgab.

(Fall Nr.: D2006-0344)
Goway Travel Limited v.
Tourism Australia

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Spur der Hoffnung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**POLYPHON Film- und Fernsehgesellschaft mbH,
Jenfelder Allee 80, 22039 Hamburg**

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

BRUDER PAULUS

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rheinisch-Westfälische Kapuzinerordensprovinz -
Kapuzinerkloster Dieburg,
Minnefeld 36, 64807 Dieburg**

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

Sat.1 SUPER SOMMER

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 SatellitenFernsehen GmbH,
Oberwallstraße 6, 10117 Berlin**

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

next door! Nachbarn helfen Nachbarn

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 Titelschutz in Anspruch für:

PLANET EUROPE POP PLANET EUROPE ROCK PLANET EUROPE METAL PLANET EUROPE DARK PLANET EUROPE BLACK PLANET EUROPE TECHNO PLANET EUROPE PLANET AMERICA

Abgesehen von den besonders hervorgehobenen Darstellungsformen für alle genannten Begriffe nehmen wir Titelschutz in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriften in Anspruch für alle Internetseiten und Internetanwendungen, sowie Dienstleistungen, Hörfunk, Film und für alle Schreibweisen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, Darstellungsformen, Titelkombinationen für Literatur, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Print-Medien, audiovisuelle und digitale Medien und Netzwerke, Internet, Merchandising, Dienste, sonstige Medien, Wettbewerbe, Kongresse und Veranstaltungen - alleinstehend und mit allen etwaigen Zusätzen für sinngemäße Titel - als Einzel- oder Reihentitel - in allen Sprachen und sinngemäßen Übersetzungen.

**SPRISSLER Medien & Marketing GmbH,
Hauptstraße 33, 72488 Sigmaringen**

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

GLOBAL PREMIUM VERIVAL PRONUREL

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

RegioTouren

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

besten Hobbykoch des Jahres

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen (wie z.B. wir suchen den..., oder BW-sucht den...), Wortverbindungen und Titelkombinationen, für alle elektronischen und digitalen Medien (Fernsehauzeichnungen 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 nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Um Krügers Willen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, (Mobil-) Telefondienste, CD-ROM, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**Rechtsanwälte Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,
Kurfürstendamm 220, 10719 Berlin**

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

HISTORY SPOTS

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.

**THE HISTORY CHANNEL
GERMANY GMBH & CO. KG,
Theresienstraße 47 a, 80333 München**

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

**International Gamesmarkt
IGM
Interactive Gamesmarkt
WIB
Worldwide Interactive Business
MIM
Magazine for the Interactive Market**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, mit allen Zusätzen, in allen Abwandlungen und graphischen Gestaltungen für Zeitschriften, Bücher sowie im Bereich der digitalen und elektronischen Medien, also besonders auch im Internet.

**Mediatainment publishing GmbH,
Große Kamp Straße 3, 31319 Sehnde**

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

**MOTORTEAM
DER CHECKER
THE CHECKER**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**Rechtsanwälte Poll Straßer Ventroni Feyock,
Oberanger 30, 80331 München**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

LA Elektronik

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

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

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

Herr Bello

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

**collina filmproduktion gmbH,
Arnulfstraße 297, 80639 München**

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

therapieSCOUT medikamentenSCOUT

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

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

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

Public Public - Hildesheims Stadtmagazin Public - Das Kulturjournal

in allen 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 Online-dienste sowie Internet.

**Esprit Media GbR Werbeagentur & Verlag,
Schwemannstraße 8, 31134 Hildesheim**

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

Tier TV

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Film, Fernsehen, Hörfunk und sonstige audiovisuelle Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Dienste, Internetseiten und -auftritte, Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Multimediaanwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen, Veranstaltungen, Dienstleistungen aller Art sowie die sonstige gewerbliche und nicht gewerbliche Verwertung einschließlich Merchandising.

**Taylor Wessing Rechtsanwälte,
Jägerstraße 51, 10117 Berlin**

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

HONEY WE ARE KILLING THE KIDS LIEBLING, WIR BRINGEN DIE KINDER UM

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, in entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, sowie Bild- und Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste, CD-Rom, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**BBC Worldwide Germany GmbH,
Im Mediapark 5 b, 50670 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:

Boulevard Airport Boulevard Fürstenfeldbruck

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Boulevard Dachau,
August-Kallert-Straße 5, 85221 Dachau**

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

Der kleine Hundekönig Das wilde Tümpelrennen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BRINK & PARTNER, Partnerschaft,
Rathausstraße 1, 24937 Flensburg**

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

RHINGTON RHINGTON

für allen Schreibweisen und Darstellungsformen, zur Verwendung in allen Medien

**EMI Music Germany GmbH & Co. KG,
Im MediaPark 8 a, 50670 Köln**

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

Direktpastoral Direkt-Pastoral

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Bergmoser + Höller Verlag AG,
Karl-Friedrich-Straße 76, 52072 Aachen**

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.

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

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

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