

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Bärenjagd und Menschenhandel: 53 spannende Titel geschützt

Bayerns Umweltminister mag es gewiss nicht mehr hören: In Deutschland steppt noch immer der Bär und ist den Medien nicht nur so manche Meldung wert, sondern bietet auch Stoff für filmische Aufbereitungen. "Braunbär Bruno" und "Bruno - der Bär" schützen sich die Mandanten der Kanzlei **Unverzagt von Have** und "Bruno - der Bär ist los!" bei der Mandantschaft von **RAin Bettina Krause**. Menschliche Problembären können bei dem "großen Beziehungs-Check" ermittelt werden und der Titel "Vorfahren gesucht" verspricht Aufschlussreiches zum Thema Ahnenforschung.

Aber auch die Musik kommt in dieser Ausgabe nicht zu kurz. Nach dem Erfolg des Musicals über Bayernkönig Ludwig, versucht sich jetzt **Christoph Zwiener** an "August dem Starken - das Musical von Macht, Monarchen und Mätressen". Die "Russische Weihnachtsrevue Ivushka" ist schon beim **Konzertbüro Schönherr** zusammen mit einer Hochzeitsrevue in Arbeit.

Ein wenig mehr Reality gibt es bei der **Constantin Entertainment GmbH** mit dem Titel "Mein Tag - Leben in Deutschland". **ProSieben** erweitert die Wettervorhersage mit "Tornado-Zorn des Himmels" und **Sony Pictures** fragt philosophisch: "Was ist Glück". Viel Vergnügen bei der Interpretation aller 53 Titel dieser Ausgabe. (al)

Welchen Wert haben gewerbliche Schutzrechte?

Mit dieser Frage befasst sich im August eine Euroforum-Konferenz in Düsseldorf. Den Vorsitz wird Prof. Christian Klawitter, Rechtsanwalt und Partner der Kanzlei Freshfield Bruckhaus Deringer, führen.

Unter dem Motto "Intellectual Property in Unternehmenstransaktionen" werden an zwei Konferenztagen Informationen zum Thema Wertsteigerung durch IP (Intel-

lectual Property)-Assets, Portfolio-Strukturierung und IP-Bewertung angeboten. Denn gerade bei Transaktionen stellen die gewerblichen Schutzrechte eines Unternehmens nicht nur wichtige, sondern vor allem wertvolle Aktivposten dar.

Termin: 23./24. August 2006

Ort: Düsseldorf

Veranstalter: Euroforum

Infos unter:

www.euroforum.de

Pressemitteilungen als Spam?

Auch eine Pressemitteilung kann als rechtswidrige Werbe-Mail - kurz Spam - eingeschätzt werden, so urteilte jetzt das Landgericht Berlin (Beschl. vom 1.06.06- AZ 16 O 389/05).

Die als "Pressemitteilung" getarnte Einladung zu einem kostenlosen Online-Seminar ging an den Redakteur eines Internet-Blogs zum Thema Rechtsschutzversicherungen. Da die Werbung unverlangt eingegangen war und auch keine geschäftlichen Beziehungen

bestanden, wehrte sich der Redakteur vor Gericht.

Die Berliner Richter folgten seiner Argumentation: In dieser Form der Zusendung sei eine Werbung zu sehen, da auch die Pressemitteilung an einen Redakteur dazu dient, eigene wirtschaftliche Interessen zu befördern.

Der Beschluss ist im Rechts-Newsletter der Kanzlei Dr. Bahr genauer nachzulesen.

Unter: www.Dr-Bahr.com.



+ 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 Benutzungsrecherchen auch unter www.researcher24.de

4. Juli 2006

Woche 27

Nr. 779

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 53 Titel

Ach, du Check
Anuschkas Hochzeit.
Die Russische Hochzeitsrevue!
August der Starke -
das Musical, von Macht,
Monarchen und Mätressen
Automobil Exklusiv

Berlinbummel
Braunbär Bruno
Bruno - der Bär
Bruno - der Bär ist los!
Bruno Braunbär
bummeln durch Berlin

Das Haus in den Schären
Der große Beziehungs-Check
Der Lehrer
Der Titan
Der Vulkan
Die Frau vom Checkpoint Charlie
Die Russische Weihnachtsrevue!
IVUSHKA
Die Straßen des Verbrechens
Die Tanke
dit is dufte

dit is dufte -
Bummel durch Berlin
Duft
Duft -
ein Bummel durch Berlin

Gedanken altern nicht
Gott sei Dank

HeiCare
Kerners Köche
Kochen bei Kerner
Kunst und Auktionen

Märchenhafte Weihnachten
mit IVUSHKA
Maxibonus
MEIN TAG -
LEBEN IN DEUTSCHLAND
Meine Straße
Menschenhandel
Münchener Rückentag

Neue Technik verstehen
Next3

Reader's Digest Lexikon
Medizin und Gesundheit
Reader's Digest Wissenswelt -
1000 Fragen, 1000 Antworten
(Serientitel)
Retro Gamer
Revolution

Steh' auf, wenn Du ein Friese bist,
steh' auf, weil Du ein Riese bist
Suche Familie!

ticket to...
Tornado - Der Zorn des Himmels

US-Cars&Bikes

Versorgungsforschung
Versorgungsforschung Aktuell
Vierzig +
Vorfahren gesucht

Was ist Glück?
Wissen.TV

ZIPderFREIZEITPLANer

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 780 erscheint am 11.07.2006 **Anzeigenschluss:** 07.07.2006, 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

Dracula sieht rot

Gleichnamige Werbung trotz gleicher Marke möglich - Dracula T-Shirt trotz Textilmarke Dracula.

Die Finger einer Vampirehand reichen nicht aus, um die Prozesse zum Begriff Dracula zu zählen. Zwei Eilentscheidungen Berliner Gerichte haben im Dauerstreit zwischen dem Likörhersteller Alcomix und dem Schenkendorfer Schlossherren Ottomar Rodolphe Vlad Dracul Prinz Kretzulesco jetzt weitere Klarheit geschaffen.

Während das Berliner Kammergericht einer Brandenburger Gaststätte den Ausschank von Dracula-Blut untersagte, gestattete das Berliner Landgericht Werbung mit dem Begriff Dracula, obwohl für die Werbeträger eine Marke gleichen Namens existiert. Ottomar Rodolphe Vlad Dracul Prinz Kretzulesco, genannt Prinz Dracula und letzter Nachfahre des rumänischen Herrschergeschlechts, das den Dracula-Mythos einst begründete, residiert in einem Brandenburger Schloss. Die dazugehörige Gaststätte hatte ganz im Stile angesagter Erlebnisgastronomie einen Dracula-Drink namens „Draculas Blut“ auf der Karte, auf dem Kassenbon erschien das Wort „Dracula rot“. Der Inhaber des Essener Unternehmens Alcomix Fritz L. Brüggemann herrscht mittels Lizenzvertrag über den Begriff Dracula, wenn es um Liköre und Spirituosen geht.

Nach der Kammergerichtsentscheidung (Az: 5 U 121/04) muss der Drink, der nicht aus dem Hause Alcomix stammt, nun von der Karte gestilgt werden. In einem gerichtlichen Gegenschlag griff Prinz

Dracula, Inhaber einer Dracula-Marke für die Waren Textilien und Druckerzeugnisse, die Werbung des Alkoholherstellers für seine Dracula-Getränke an.

Das Gericht solle Werbung wie bedruckte T-Shirts und Basecaps sowie Tischkarten, Poster und einen so genannten Probier-Ausweis verbieten. Auf die Kleidung, die für 8,64 Euro angeboten wird, ist in großen weißen Buchstaben das Wort Dracula und in kleinerer Schrift der Spruch „Der rebellische Schnaps“ zu lesen.

Nach Auskunft des Alcomix-Inhabers Brüggemann lehnten die Richter am Freitag vergangene Woche dieses Ansinnen ab. Damit erlaubte das Gericht Werbung für ein Produkt (Dracula-Likör), obwohl unter dem gleichen Begriff eine Marke eingetragen ist, die für die Werbemittel Schutz genießt. Das heißt: Trotz der Marke Dracula für Textilien darf ein T-Shirt mit Dracula-Aufdruck vertrieben werden. Auch die Kosten von 8,64 Euro, die Alcomix als Schutzgebühr ausgibt, änderten daran nichts. Während der Gaststättenstreit mit einem Streitwert von 15.000,00 Euro für eine Markensache als eher gering ausfiel, ist allein in dem Werbestreit mit Gerichts- und Anwaltskosten im fünfstelligen Bereich zu rechnen. Der Streitwert: 115.000,00 Euro. Noch nicht entschieden ist ein Streit vor dem Kölner Landgericht, in dem der Vertrieb eines Schaumweins namens „Castle of Dracula“ umstritten ist.

Quelle:
www.markenbusiness.de

USA und Europa gehen gemeinsam gegen Fälscher vor

Im Kampf gegen Markenpiraterie werden Europa und die USA in Zukunft enger zusammenarbeiten. Der europäische Handelskommissar Peter Mandelson unterzeichnete vergangene Woche ein Abkommen mit den Vereinigten Staaten. Die Handelsblöcke wollen bei Grenzeinsätzen, aber auch in den Fälscherstaaten selbst kooperieren.

Hintergrund der geplanten Zusammenarbeit ist die starke Zunahme von nachgemachten Waren. In den letzten acht Jahren hat sich die Zahl der gefälschten Waren, die an EU-Außengrenzen beschlagnahmt wurden, verzehnfacht. 2004 zogen die Zollbehörden über 100 Millionen gefälschte Produkte aus dem Verkehr. Kaum noch eine Branche bleibt von Plagiaten verschont. Waren es früher vor allem die Hersteller von Luxusartikeln wie Handtaschen oder Sonnenbrillen, die mit Raubkopien zu kämpfen hatten, werden inzwischen auch Automobile, Spielzeug, Elektrogeräte und Medikamente kopiert. Gerade im Arzneimittelbereich zieht der Vertrieb nachgemachter Pharmazeutika lebensgefährliche Konsequenzen nach sich. Zehn Prozent der auf dem Arzneimittelmarkt umgesetzten Produkte sollen laut Schätzungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) gefälscht sein. Die

meisten davon sind in der Dritten Welt im Umlauf.

Dass die USA und die EU ihren Einsatz gegen Produktpiraterie in Zukunft gemeinsam vorantreiben wollen, bezeichnete Mandelson als einen wichtigen Schritt. Die Weltregionen seien am stärksten betroffen. Europa behaupte sich durch Innovation, Erfindungen und Qualität. „Wenn Ideen oder Marken und Produkte raubkopiert und nachgeahmt werden, ist diese Strategie zum Scheitern verurteilt“, sagte er.

Die zukünftige Zusammenarbeit sieht eine verstärkte Kooperation amerikanischer und europäischer Zollbehörden vor, durch die die Einfuhr gefälschter Waren gestoppt werden soll. Geplant sind unter anderem gemeinsame Grenzeinsätze. Weiterhin wollen die Wirtschaftsblöcke in den Fälscherländern Diplomatenteams bilden, die den Rechtsschutz überwachen und nationalen Behörden bei der Jagd nach Produktfälschern zur Seite stehen sollen. Ebenfalls vorgesehen ist eine gemeinsame Ausbildung von amerikanischen und europäischen Zöllnern in den betroffenen Ländern und Regionen. Darunter China und Russland, aber auch Südamerika und der mittlere Osten.

Quelle:
www.markenbusiness.de

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

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Maxibonus

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Torsten Burkhardt,
Lehmweg 51, 20251 Hamburg**

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

Gedanken altern nicht

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Dr. Peter Schneider,
Johann-Beckmann-Straße 35, 27318 Hoya**

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

Die Russische Weihnachtsrevue! IVUSHKA Märchenhafte Weihnachten mit IVUSHKA Anuschkas Hochzeit. Die Russische Hochzeitsrevue!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Konzertbüro Godehardt Schönherr,
Neue Straße 3, 21244 Buchholz**

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

Kunst und Auktionen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, Rundfunk, Fernsehen, Film und sonstige elektronische und digitale Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Senfft Kersten Nabert & Maier,
Rechtsanwalt Jörg Nabert,
Schlüterstraße 6, 20146 Hamburg**

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

Wissen.TV Kochen bei Kerner Kerners Köche Die Straßen des Verbrechens Der große Beziehungs-Check Vorfahren gesucht Bruno - der Bär ist los! Ach, du Check

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 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Next3 Retro Gamer Revolution

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckerzeugnisse aller Arten und Formen, Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien, Internet, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Unterhaltungsshow, Events, Musikdarbietungen sowie Bühnenshow, weitere Dienstleistungen, Merchandising in jeglicher Form, Domain-Bezeichnungen im Internet und Intranet .

**Imagine Publishing Ltd.,
Richmond House, 33 Richmond Hill,
UK - Bournemouth, Dorset BH2 6EZ**

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:

Vierzig +

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Medienagentur Heike Friesenhahn,
Adolfstraße 17, 56112 Lahnstein**

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

Neue Technik verstehen Digital Lifestyle Trends

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Creative Advertising Team,
C.A.T.-Consulting GmbH,
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen**

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

Das Haus in den Schären

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:

Dufte dit is dufte Dufte - ein Bummel durch Berlin dit is dufte - Bummel durch Berlin bummeln durch Berlin Berlinbummel

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Event-TV Fernsehproduktionsgesellschaft mbH,
Konstanzer Straße 59, 10707 Berlin**

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

Die Frau vom Checkpoint Charlie

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (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, öffentliche Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**UFA-Fernsehproduktion GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam**

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

Gott sei Dank

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-Diensten (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 sowie Dienstleistungen aller Art.

**GRUNDY Light Entertainment GmbH,
Hans-Böckler-Straße 163, 50354 Hürth**

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:

Tornado - Der Zorn des Himmels

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 einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Steh' auf, wenn Du ein Friese bist, steh' auf, weil Du ein Riese bist

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 Wenke & Partner,
Eppendorfer Baum 6, 20249 Hamburg**

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

Suche Familie!

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line- und On-Line-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

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

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

MEIN TAG - LEBEN IN DEUTSCHLAND

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.

**Constantin Entertainment GmbH,
Carl-Zeiss-Ring 3, 85737 Ismaning**

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

Der Lehrer Die Tanke Was ist Glück?

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, 15 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Reader's Digest Wissenswelt - 1000 Fragen, 1000 Antworten (Serientitel)

- Körper und Gesundheit (Bandtitel)
- Die antike Welt (Bandtitel)

Reader's Digest Lexikon Medizin und Gesundheit

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

**Reader's Digest Deutschland:
Verlag Das Beste GmbH,
Augustenstraße 1, 70178 Stuttgart**

4. Juli 2006

Woche 27

Nr. 779

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir für unsere Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Meine Straße

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, alle elektronischen und digitalen Medien, insbesondere Internet und einschließlich Merchandising.

**Rechtsanwälte Dr. Johannes Weberling,
Prinzessinnenstraße 14, 10969 Berlin**

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

Der Vulkan Der Titan Menschenhandel

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Nick Krämer Productions LLC,
905 S. Packwood Avenue ,
33606 Tampa, Florida, USA**

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

US-Cars&Bikes Automobil Exclusiv ticket to...

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und mit allen Zusätzen für Printmedien und Internetauftritte.

**Agentur PS,
Rosenstraße 17, 61169 Friedberg**

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

Versorgungsforschung Aktuell Versorgungsforschung HeiCare

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Universitätsklinikum Heidelberg,
Abt. Allgemeinmedizin u. Versorgungsforschung,
Prof. Dr. Joachim Szecsenyi,
Vossstraße 2, Geb. 37, 69115 Heidelberg**

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

Münchener Rückentag

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

**Meissner, Bolte & Partner GbR,
Widenmayerstraße 48, 80538 München**

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

Braunbär Bruno Bruno Braunbär Bruno - der Bär

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere, ohne hierauf beschränkt zu sein, für Film, Fernsehen, Video, Video on Demand, Hörfunk und Druckerzeugnisse und digitale Speicher- und Wiedergabemedien, einschließlich Onlinedienste, Internet und Multimedia-Anwendungen (z.B. CD-ROM).

**Rechtsanwälte Unverzagt von Have,
Rothenbaumchaussee 43, 20148 Hamburg**

4. Juli 2006

Woche 27

Nr. 779

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:

ZIPderFREIZEITPLANer

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

**ZIP - Verlag,
Krautgärtenstraße 48, 35606 Solms**

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

August der Starke - das Musical, von Macht, Monarchen und Mätressen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Christoph Zwiener,
Kleine Straße 1, 04435 Schkeuditz / OT Hayna**

Rund 45.000 archivierte Titel !

Recherchieren Sie kostenlos unter

www.titelschutzanzeiger.de

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 u. Entscheider in Verlagen, Hörfunk- u. TV- Anstalten, Produzenten von audiovisuellen u. elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträgern, Software).

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

Für Empfänger aus dem o.g. Verkehrskreis kostenlos.

Preis für Titelschutzanzeigen:

Standard mit einem Titel € 150,00 ,
jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige
plus € 35,00 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,

Kösliner Weg 20, 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.