

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Neue Fernsehformate: Harte Zeiten für Promis

Stars und Sternchen in Dschungelcamps oder auf Abenteuerspielplätzen zu malträtieren, ist bereits ein beliebter Zeitvertreib der Fernsehproduzenten. **GRUNDY Light Entertainment** plant jetzt ein wenig mehr Disziplin in die Sache zu bringen und schleift "Stars beim Bund" über den Exerzierplatz. Was wird wohl unser Verteidigungsminister Dr. Jung dazu sagen? Die Frage, ob "Die Promi-Kompanie" künftig als Elitetruppe zu Auslandseinsätzen verpflichtet wird oder nur die deutschen Fernsehzuschauer in Angst und Schrecken versetzen wird, dürfte uns sicher noch länger beschäftigen. **Brainpool TV** setzt beim Promi-Quälen eher auf Kopfarbeit, denn auf vollen Körpereinsatz. "Promi-Sudoku" soll zeigen, ob die Stars auch mit Zahlen umgehen können. Bei **Endemol** muss jetzt der Zuschauer selbst in Aktion treten. "Riskier dein Glück" und "Spiel das Spiel

deines Lebens" fordern die Fernsehproduzenten. Bei Formaten wie "Fünf Richtige", "Quizball" und "11 gewinnt" heißt es für die Spieler "Save the Money".

Wenn es nach **ARI Media Promotion** geht, bekommt Malle jetzt Konkurrenz von Bulle. Gemeint ist Bulgarien. Hier werden demnächst der "König" und die "Königin vom Goldstrand" gekürt. Die "Balkan Party Hits" sollen künftig die Mallorca-Sommerhits aus den Charts vertreiben. Die Mandanten der **Kanzlei Renner Nolte** berufen sich mit ihrem neuen Format auf den römischen Dichter Horaz: "Die Carpe Diem Show" soll dem Zuschauer helfen den Tag zu nutzen. Denn Horaz riet schon vor mehr als 2000 Jahren: Nutze den Tag (carpe diem), und glaube so wenig wie möglich an den nächsten. Ein passendes Motto für den Medienmarkt.

Alle 85 neuen Titel finden Sie auf der nächsten Seite. (al)

## Der Presserat darf seine Meinung äußern

Der Deutsche Presserat hat sich vor dem Oberlandesgericht Köln gegen den Öko-Test-Verlag durchgesetzt, darf Verlage "missbilligen" und auf journalistische Sorgfaltsverstöße hinweisen.

Die Kölner Richter bestätigten, laut einer Pressemitteilung des Presserats, ein Grundsatzurteil des OLG Hamburg aus dem Jahr 1959 zur Beschwerdearbeit der Medienkontrolleure. Die Berechtigung des Deutschen Presserats folge aus der verfassungsrechtlich verankerten Vereinigungsfreiheit, das Recht seiner Mitglieder zur freien Meinungsäußerung aus dem Art. 5 des Grundgesetzes. Seine Entschlüsse, ob er einen Verstoß gegen presseethische Grundsätze annimmt und welche Maßnahmen er gegebenenfalls ergreift, seien ausschließlich durch ideelle, im Pressekodex wiedergegebene ethische Vorstellungen geprägt. Ursache der Auseinandersetzung war eine vom

Deutschen Presserat im Jahr 2004 ausgesprochene Missbilligung gegen den Öko-Test-Verlag. Es ging um deren Berichterstattung über Vaterschaftstests. Öko-Test hatte den Presserat verpflichten wollen weitere Äußerungen, man habe gegen die journalistische Sorgfaltspflicht gemäß Ziffer 2 des Pressekodex verstoßen und auch die Maßnahme selbst, zurückzunehmen.

Das OLG Köln stellt mit seinem Urteil vom 11. Juli 2006 klar, dass es sich bei den Bewertungen des Beschwerdeausschusses offensichtlich und inhaltlich um eine Meinungsäußerung handle.

Als freiwillige Selbstkontrolle der Printmedien besteht die Aufgabe des Deutschen Presserats ([www.presserat.de](http://www.presserat.de)) in der Lobbyarbeit für die Pressefreiheit in Deutschland und der Bearbeitung von Beschwerden aus der Leserschaft. (al)

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)

8. Aug. 2006

Woche 32

**Nr. 784**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Diese Woche: 85 Titel

100% Bulle  
11 gewinnt  
15. Jugendstudie von Shell  
15. Shell Jugendstudie  
15. Shell Jugendstudie -  
Jugend 2006

Allein unter Töchtern

Balkan Hits  
Balkan Party Hits  
butlers

Carpe  
Carpe.tv  
carpe-music.de  
Kontakt - Convenience, Trends  
aktuell

Das Lied meines Lebens  
Das neue Fitnessbuch  
Das Zeugenhaus  
Der deutsche Ehrenamtspreis  
Der Ehrenamtspreis  
Deutscher Ehrenamtspreis  
Die Carpe Diem Show  
Die Promi-Kompanie  
Dillinger Stadtzeitung  
DVD-BOOK

Ehrenamtspreis

Ehrenamtspreis 2006  
fernsehen 2.0  
Fitnessjahrbuch  
Fünf Richtige

Goldstrand Allstars  
Goldstrand Opening

Hesse Projekt

Illustrierte Geschichte der Welt  
- Entdeckungen und  
Glaubenskrise  
- Das Goldenen Zeitalter  
- Die großen Revolutionen  
- Kampf um nationale  
Einheit  
- Zeitalter des Imperialismus  
- Auf dem Weg in die Krise  
- Der Erste Weltkrieg  
- Zeit des Umbruchs  
- Die Welt in Flammen  
- Im Zeichen der  
Supermächte  
- Entspannung und  
Globalisierung  
Im Namen der Braut

Jobs für Deutschland  
Jugend 2006 - 15.Shell  
Jugendstudie

Jugend 2006 - Shell  
Jugendstudie  
Jugendstudie von Shell

Kaufen Brille  
Kleine Geheimnisse  
König vom Goldstrand  
Königin vom Goldstrand

La Baguette Le Journal

Magdalena - Ein Leben zur  
Zeit des Hexenwahns  
Mallorca meets Goldstrand  
MINI-DVD  
MOVIE BOOK

Paulas Sommer  
Perl oder Pica  
Pokerface  
PokerQuiz  
Promi Jetski  
Promi Sudoku  
Promis beim Bund

Quizball

Riskier dein Glück

Salto orbitale  
Save the Money

Schwarzmeer Hits  
Schwarzmeer Party Hits  
Shell Jugendstudie  
Shell Jugendstudie - Jugend  
2006  
Sonnenstrand  
Spiel das Spiel deines Lebens  
Stadtzeitung Dillingen  
Stars beim Bund  
switch reloaded

television 2.0  
THE LEADING SPA &  
WELLNESS  
CENTRES OF THE WORLD  
tv 2.0

Unsere Liebe

Vermögen International

Wanderbild  
Wir. Magazin fürs/im Gerauer  
Land  
www.wheredoo.de - city life  
after trade fair

X-times M Records

## Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 785 erscheint am 15.08.2006 **Anzeigenschluss:** 11.08.2006, 10 Uhr

## Der Titelschutz Anzeiger

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 786 erscheint am 22.08.2006 **Anzeigenschluss:** 18.08.2006, 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**

## Orientierungshilfe im Urheberrecht



Wer im Medienmarkt sein Geld verdient, der muß sich auch im Urheberrecht auskennen. Doch wer weiß schon wirklich etwas anzufangen mit juristischen Begriffen wie Abbildungsfreiheit, Erschöpfungsgrundsatz, Folgerecht, Kleine Münze oder Zweckübertragungslehre?

Die Berliner Rechtsanwälte Dr. Stefan Haupt und Loy Ullmann haben jetzt mit dem neuen Band "Urheberrecht von A - Z" eine Orientierungshilfe für geplagte Medienschaffende herausgebracht. Das Buch ist in der Reihe "Berliner

Bibliothek zum Urheberrecht" erschienen und gibt Nichtjuristen anhand von über 80 Stichwörtern einen Überblick über die Begriffe und Problemstellungen dieses Rechtsgebietes.

In der Einleitung wird jeweils die Bedeutung des Begriffs herausgestellt. Es folgen die gesetzlichen Grundlagen, um das Suchen im Gesetz zu erleichtern. In den Erläuterungen werden schließlich die häufigsten Rechtsfragen aufbereitet und durch eine Kurzdarstellung der einschlägigen Rechtsprechung ergänzt. Besonders praktisch: Eine Checkliste zu jedem Stichwort hilft dem Leser Problemfelder schnell zu erkennen. (al)

*Urheberrecht von A-Z,  
Stefan Haupt/Loy Ullmann,  
Verlag Medien und Recht  
München, 340 Seiten, kar-  
toniert, € 28,00,  
ISBN 3-939438-00-6,  
www.mur-verlag.de*

## Die unsichtbare Marke

### ZUNE: Bemerkungen zu Microsofts Markenstrategie.

Microsoft kündigt ein neues Produkt mit einem Investitionsvolumen von 500 Mio. USD an - ZUNE soll der Konkurrent für Apples iPod heißen. Doch das Projekt steht auf den ersten Blick ohne Markenschutz da, keine entsprechende Marke im Register des US Patent & Trademark Office, keine Gemeinschaftsmarke und lediglich eine nationale Wortmarke im Markenregister des Deutschen Patent- und Markenamtes

wurde registriert. Diese Marke ZUNE (Registernummer: 30634103) ist jedoch Microsofts Trumpf im internationalen Markenkampf. Basierend auf der Marke lässt sich nämlich der internationale Schutz bei der World Intellectual Property Organization (WIPO) in Genf beantragen. Bei dieser Internationalen Registrierung auf Basis des Madrider Markenabkommens beziehungsweise des Madrider Protokolls lässt sich die Priorität des Eintragungstages der Heimatmarke auf den internationalen

Schutz übertragen. Das bedeutet, dass Microsoft Schutz in den USA mit der Priorität vom 11.07.2006 erlangen kann, nämlich dem Eintragungstag der Deutschen Marke. Die derzeit einzige US Marke, die das Kennzeichen ZUNE in der Nizzaklasse 09 beansprucht (ZUNEGEAR, Serial Number: 78930482), weist als Anmeldetag den 16.07.2006 auf und wäre somit priortätsjünger.

Microsoft scheint seine internationale Markenstrategie für ein neues Produkt also komplett auf eine deutsche Marke zu stützen. Auf den ersten Blick ist dieses Vorgehen für ein US-Unternehmen eher ungewöhnlich, aber es gibt doch einige handfeste Gründe, die eine solche Markenstrategie rechtfertigen.

### 1. Schnelle Bearbeitung durch das Deutsche Patent- und Markenamt

Zwar wird in Deutschland das Wort Beamter umgangssprachlich nicht unbedingt als Synonym für Tempo und Ranzanz benutzt, aber die durchschnittliche Bearbeitungsdauer beim DPMA liegt im internationalen Vergleich und insbesondere im Vergleich zum USPTO nicht schlecht.

Mit einer makellos vorbereiteten Anmeldung und den richtigen Kontakten lassen sich so auch Bearbeitungszeiten von sechs Wochen, wie im Falle von ZUNE erreichen. Unter Berücksichtigung, dass bei der beschriebenen Markenstrategie der Eintragungstag das relevante Datum darstellt, ist die möglichst kurze Bearbeitungszeit seitens des Amtes ein entscheidendes Kriterium.

### 2. Die „unsichtbare“ Marke

Anders als beim DPMA ist beim US Patent & Trademark

Office eine Inhaberrecherche auch für angemeldete Marken möglich. Konkurrenzüberwachungen sind in den USA also quasi tagesaktuell verfügbar. Eine am Anmeldedatum sichtbare US Anmeldung hätte also diversen Markengrabbern z.B. für die verschiedenen europäischen Staaten Tür und Tor geöffnet, wenn nicht Microsoft eine gleichzeitige US / Europa Anmeldung durchgeführt hätte. Diesen Aufwand konnte sich das Unternehmen mit der gewählten Strategie sparen und unsichtbar für Konkurrenz und böswillige Elemente eine hervorragende Priorität sichern. Mit dieser unsichtbaren Marke kommt Microsoft jetzt also aus dem Windschatten und überholt all diejenigen, die bei Bekanntgabe des scheinbar schutzlosen Namens in Goldgräberstimmung verfielen.



Markenkommentar von Karsten Prehm, Rechtsanwalt der Kanzlei Prehm und Klare Rechtsanwälte in Kiel ([www.Prehm-Klare.de](http://www.Prehm-Klare.de)).

Quelle:  
[markenbusiness.de](http://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:

## **Kontakt - Convenience, Trends aktuell**

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

**Drahtzieher GmbH & Co. KG,  
Schanzenstraße 36, Geb. 31.1., 51063 Köln**

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

## **switch reloaded**

in allen Schreibweisen, sämtlichen Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste).

**Strömer Rechtsanwälte,  
Duisburger Straße 5, 40477 Düsseldorf**

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

## **Der deutsche Ehrenamtspreis Deutscher Ehrenamtspreis Ehrenamtspreis Der Ehrenamtspreis Ehrenamtspreis 2006**

In allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Kino-, Rundfunk- und Fernsehsendungen, sonstige audiovisuelle Medien und Träger sowie Druckerzeugnisse.

**U5 Filmproduktion GmbH & Co. KG,  
Hanauer Landstraße 52, 60314 Frankfurt**

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

## **StadtZeitung Dillingen Dillinger StadtZeitung**

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

**StadtZeitung  
Werbeverlag und Reisebüro GmbH & Co. KG,  
Konrad-Adenauer-Allee 11, 86150 Augsburg**

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

## **15. Shell Jugendstudie 15. Shell Jugendstudie - Jugend 2006 Shell Jugendstudie Shell Jugendstudie - Jugend 2006 Jugendstudie von Shell 15. Jugendstudie von Shell Jugend 2006 - 15. Shell Jugendstudie Jugend 2006 - Shell Jugendstudie**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Film, Fernsehen, Hörfunk und sonstige audiovisuelle Medien, Internetseiten und -auftritte, Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, insbesondere CD-ROM, Off-Line und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien oder Multimedia-Anwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**CMS Hasche Sigle Rechtsanwälte Steuerberater,  
Stadthausbrücke 1-3, 20355 Hamburg**

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

## **Promi Sudoku Promi Jetski**

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**BRAINPOOL TV GmbH,  
Schanzenstraße 22, 51063 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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

## **Vermögen International**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse.

**Durm & Partner,  
Moltkestraße 45, 76133 Karlsruhe**

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

## **La Baguette Le Journal**

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

**Hilger & Philippi GmbH,  
Am Homburg 3, 66123 Saarbrücken**

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

## **Hesse Projekt**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für sämtliche Medien, insbesondere Ton-, Bild/Tonträgern, Hörfunk- und Internetdienste, Fernsehen, Video, CD-ROM und/oder andere Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich sämtlicher Multimedienanwendungen sowie Druckerzeugnisse und Veranstaltungen.

**Aktivraum | Agentur - Label - Verlag,  
Volksgartenstraße 1, 50677 Köln**

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

## **Allein unter Töchtern Im Namen der Braut**

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:

## **Kleine Geheimnisse Perl oder Pica**

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**AMOUR FOU Filmproduktion,  
Lindengasse 32, A - 1070 Wien**

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

## **Stars beim Bund Die Promi-Kompanie Promis beim Bund**

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,  
Siegburger Straße 215, 50679 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:

## **www.wheredoo.de - city life after trade fair**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**muehlhaus & moers kommunikation gmbh,  
Moltkestraße 123-131, 50674 Köln**

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

## **Magdalena - Ein Leben zur Zeit des Hexenwahns**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rainer Grasser,  
Lindenstraße 41, 90768 Fürth**

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

## **salto orbitale Paulas Sommer**

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

## **DAS ZEUGENHAUS**

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelnkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere für Bühne, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger und/oder Onlinedienste sowie Internet.

**Anwaltssozietät BOEHMERT & BOEHMERT,  
Meinekestraße 26, 10719 Berlin**

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

## **Unsere Liebe Fünf Richtige Quizball 11 gewinnt Save the Money Riskier dein Glück Das Lied meines Lebens Spiel das Spiel deines Lebens PokerQuiz Pokerface**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten, in allen Medien, insbesondere Fernsehen, Hörfunk, Film, Internet, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, Spiele, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-Rom, CD-I, DVD, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Endemol Deutschland GmbH,  
Am Coloneum 3-7, 50829 Köln**

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

## **Illustrierte Geschichte der Welt**

- Entdeckungen und Glaubenskrise
- Das Goldene Zeitalter
- Die großen Revolutionen
- Kampf um nationale Einheit
- Zeitalter des Imperialismus
- Auf dem Weg in die Krise
- Der Erste Weltkrieg
- Zeit des Umbruchs
- Die Welt in Flammen
- Im Zeichen der Supermächte
- Entspannung und Globalisierung

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

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

# 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 im Auftrag unserer Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für:

## **X-times M Records**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, grafischen Gestaltungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse und alle Printmedien, sowie für alle weiteren Medien, einschl. Ton-, Bild- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-Rom, DVD, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische, optische und digitale Medien, Multimediaprodukte, Multimediaanwendungen, Merchandisingprodukte, Spiele sowie öffentliche Veranstaltungen.

**HERTIN Anwaltssozietät,  
Kurfürstendamm 54/55, 10707 Berlin**

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

## **Wir. Magazin fürs/im Gerauer Land**

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien sowie sonstigen elektronischen und digitalen Medien und Netzwerken einschließlich Off-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**W. Christian Schmitt's Redaktionsstube,  
Inselstraße 36, 64287 Darmstadt**

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

## **König vom Goldstrand Königin vom Goldstrand Mallorca meets Goldstrand Goldstrand Opening Goldstrand Allstars (100%) Bulle Sonnenstrand Schwarzmeer Hits Schwarzmeer Party Hits Balkan Hits Balkan Party Hits Kaufen Brille**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wort- und Zahlenverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, Bild- und Bildtonträger, Tonträgerpromotion, Film-, Hörfunk-, Software-, Off- und Online-Dienste und -Produkte, Internet, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige andere audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Bücher, sowie Printmedien und Druckerzeugnisse, sowie Veranstaltungen, Dienstleistungen und Merchandisingerzeugnisse aller Art.

**ARI Media Promotion,  
Neumühle 31, 41812 Erkelenz**

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

## **Das neue Fitnessbuch**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Jürgen Hüholdt,  
Löwenzahnweg 47, 44797 Bochum**

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

## **Fitnessjahrbuch**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Jürgen Hüholdt,  
Löwenzahnweg 47, 44797 Bochum**

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

## **Jobs für Deutschland**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**HERTIN Anwaltssozietät,  
Kurfürstendamm 54/55, 10707 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

## **THE LEADING SPA & WELLNESS CENTRES OF THE WORLD**

in allen Schriftarten, Schreibweisen, Schreib- und grafischen Gestaltungsweisen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, insbesondere als Printmedien und Druckereierzeugnisse aller Art, elektronische Medien, einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste), sowie Webseiten.

### **Patentanwälte**

**Wallach, Koch, Dr. Haibach, Feldkamp,  
Garmischer Straße 4/V, 80339 München**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

## **tv 2.0 fernsehen 2.0 television 2.0**

in allen Schreibweisen und grafischen Gestaltungsformen, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen und Abkürzungen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Online-Diensten, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Bücher, Zeitschriften und sonstige Druckerzeugnisse.

**Rechtsanwalt Michael Eberstein,  
Kösterbergstraße 10, 22587 Hamburg**

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

## **MOVIE BOOK DVD-BOOK MINI-DVD**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Varianten und zur Verwendung in allen Medien.

**Rechtsanwalt Andres Heyn,  
Agathenstraße 2, 20357 Hamburg**

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

## **Carpe Carpe.tv carpe-music.de Die Carpe Diem Show**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Off-Line- und On-Line-Dienste einschließlich Websites), Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sowie für Veranstaltungen.

**RENNER NOLTE Rechtsanwälte,  
Hohenstaufenring 64, 50674 Köln**

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

## **Wanderbild butlers**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Philipp Drewitz,  
Paul-Klee-Straße 15a, 50259 Pulheim**

**Rund 45.000 archivierte Titel !  
Recherchieren Sie kostenlos unter**

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

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Impressum DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG

Nebendahlstr. 16, 22041 Hamburg

Fon: (040) 609 009-0, Fax: (040) 609 009-66

titelschutz-anzeiger@presse-fachverlag.de

www.titelschutzanzeiger.de

Verleger: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.)

Redaktion: Angela Lautenschläger (al), -61,

Peter Strahlendorf (ps) -11, Ralf Deppe (rd) -80

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 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.



## 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 Bezugjahres 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

# FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

**TELEFAX: 040/609 009 – 66**

VON: FIRMA:  
NAME:  
ANSCHRIFT:  
TELEFON: FAX:  
E-MAIL:

## ICH MÖCHTE EINE TITELSCHUTZANZEIGE AUFGEBEN:

Bitte nehmen Sie den folgenden Text in die nächst erreichbare Nummer

- des TITELSCHUTZ ANZEIGER auf.
- des TITELSCHUTZ ANZEIGER mit SOFTWARE TITEL  
(Heft Nr. \_\_\_\_\_) auf.

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für

pro Titel bitte eine Zeile

---

---

---

---

(Adresse)

---

---

Preis pro Titelschutzanzeige im Standardformat: € 150,- (zzgl. USt.)

Preis für jeden weiteren Titel innerhalb dieser Anzeige: € 35,- (zzgl. USt.).

**DATUM UND UNTERSCHRIFT:** \_\_\_\_\_