

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Sachlich oder stylish? Lifestyle-Titel gegen Fachinformationen

Wer seine Produkte verkaufen will, der kann auf das Schlagwort "Lifestyle" nicht mehr verzichten. Kein Wunder also, dass auch die Medienbranche sich gern mit diesem Begriff schmückt. Suggestiert er doch Genuss und Konsum auf höchstem Niveau. Wer möchte nicht das Gefühl haben, sein Lebensstil hebe sich von dem der Anderen ab, sei es nun bei Kleidung, Möbeln oder bevorzugtem Feriendomizil. Da muss natürlich auch das technische Outfit stimmen. Die Kunden von **Thomson CompuMark** nehmen sich dieser Marktlücke an. Mit Titel wie "Lifestyle Technologies" oder einfach "IT-Lifestyle" wird es sicherlich einfacher sich in Freizeit und Berufsalltag mit dem angesagten technischen Equipment zu umgeben. Auch **A&C Druck** setzt auf "Lebenskultur" und die **Initial Werbeagentur** auf "My Style". Wer mit **Baycom International** die "Linie de Luxe" pflegt, kann sich, geht es nach dem Willen von **Symbiose PR** bald im

"Food Camp" mit "Gaumen-Freunden" umgeben oder "das letzte Mahl" einnehmen, "genussvoll aufgetischt" von den Mandanten der Kanzlei **PRW Rechtsanwälte**.

Doch genug jetzt vom Schlemmen und Stylen. Es gibt schließlich noch Wichtigeres im Leben. Die Mandanten von RA **Dr. Hartwig Sengelmann** bringen Jugendlichen mit "Schule trifft Wirtschaft" die Realitäten des Geschäftslebens näher und die Rechtsanwälte **Poll Straßer Ventroni** kümmern sich um das "Projekt Chor - weg von der Straße". Der **Crown Presse und Buch Verlag** macht sich auf die Suche nach den "Hoffnungsträgern der Republik" und die Klienten von RA **Peter Keil** sorgen für medizinische Up Dates. Auch wenn das "Anästhesie" nur den Fachleuten vorbehalten bleibt, ein "Up Date Ernährung" können wir doch alle gebrauchen, oder? Alle 95 neuen Titel finden Sie auf der nächsten Seite. (al)

Verstärkung für Münchener Medienrechtler



IT- und Urheberrechtsspezialist **Matthias Schaefer LL.M.** verstärkt das Team der Medienrechtskanzlei Dr. Rehbock & Kollegen. Schaefer (31) deckt in der Kanzlei den kompletten IT-Bereich ab. Er konzentriert sich besonders auf die nationale, aber auch internationale Vertragsgestaltung und hat entsprechende Aufsätze bereits in zahlreichen Fachpublikationen veröffentlicht.

Die Kanzlei hat sich durch die Bürogemeinschaft mit den Anwaltskollegen Dr. Beyer & Partner auch räumlich vergrößert

und sich über das Passauer Büro nun auch in Richtung Österreich entwickelt. Für das internationale Presse- und Wettbewerbsrecht ist im Münchner Büro Rechtsanwältin Tina-Marianne Mensch (31) zuständig.

Gründer der Kanzlei ist Dr. Klaus Rehbock, der über elf Jahre Mitglied der Burda und Focus vertretenden Kanzlei Prof. Schweizer war und der sich als Vertreter von Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlagen sowie Fernseh- und Rundfunksendern vor allem in Fragen des Presse- und Medienrechts einen Namen als "moderner Medienanwalt" gemacht hat. Diese Bezeichnung darf er jetzt, mit Billigung der Rechtsanwaltskammer für den OLG-Bezirk München, auch offiziell führen. Nach Ansicht der Anwaltskammer sei die Angabe "Der moderne Medienanwalt" berufsrechtlich nicht zu beanstanden und besage lediglich dass Dr. Rehbock auf dem neuesten rechtlichen Stand sei. (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, E-Mail: info@iprguard.de, Tel. 04131-225 600-0
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter www.researcher24.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 95 Titel

1001 starke Computer-Tipps	Fearless FOOD CAMP	LINIE DE LUXE	School meets Business Schule trifft Wirtschaft
Afrika - Wohin mein Herz mich trägt	GaumenFREUNDE Genussvoll aufgetischt	MADE IN COLONIA MADE IN KÖLN	Star-Journal
Anästhesie Update	Gesundheits-Update	Mein Chef und ich	Star-Magazin
Apocalypso	GI-Oncology Update	Mein Chef, seine Frau und ich	Stars & Trends
Aufgetischt		Mr. Nanny - Ein Mann für Mama	Step up
Augen Update	Haus & Grund Bauherren Club	MusicalStar	Styletech-Magazin
AVENUE	Haus & Grund Bauherren Klub	MY STYLE	the church
Bezaubernde Feindin	Haus & Grund Club	O.K.	Tierarzt Update
Chirurgie Update	Haus & Grund Eigenheimer Club	openBPEL	TÜV-Digitale Wissenswelten
Das letzte Mahl	Haus & Grund Eigenheimer Klub	openmarket	TÜV-Ratgeber digital
Deutschland sucht den MusicalStar	Haus & Grund Klub	openRMA	TÜV-Sehbuch
Deutschland's nächster MusicalStar	Helden in Fleckfarn	openSCA	TÜV-Sehbuch-Reihe
die hits von gestern	Hepatology Update	openSDO	TÜV-Wissen digital
und auch heute	Hoffnungsträger der Republik	openSOA	U PROM TV
die hits von gestern	Hol den Jackpot	Orthopädie Update	Update Ernährung
und heute	Hygiene Update	Pädiatrie Update	Update Gesundheit
Die Päpstin	imagine	Pornorama	Veterinär Update
Die Welpenschule	IT-Lifestyle	Prevention Update	Welt der Stars
DOGS	jus in time	PrimA Spaichingen	Wer fliegt?
DRUMMING FOR BALANCE	LEBENSKULTUR	Projekt Chor	Who's Flying?
Du bist TV	Lifestyle Tech	Projekt Chor - weg von der Straße	Wir in Essen Borbeck
Faszinierende Natur	Lifestyle Technologies	Radio Update	Wirtschaft trifft Schule
Faszinierende Welt des Glaubens	Lifestyle-Computing	RECHT IM FOKUS	Woche der Stars
		Sanfte Medizin	Zahnarzt Update

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 787 erscheint am 29.08.2006 **Anzeigenschluss:** 25.08.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 789 erscheint am 12.09.2006 **Anzeigenschluss:** 08.09.2006, 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

Löwengebrüll, Motorradgeknatter und Telekomgebimmel

Hörmarken – die nicht mehr ganz so neue Markenform.

Erst kommen ein paar Werbespots: „Wenn's um Geld geht: Sparkasse“, „Auf diese Steine können Sie Bauen Schwäbisch Hall“ und das dideldi-di-di der Telekom. Und wenn schließlich der MGM-Löwe von der Leinwand brüllt, versinken Sie ein bisschen tiefer im Kinosessel. Haben Sie es schon im Ohr? Alles Hörmarken. Geschützt beim deutschen oder europäischen Markenamt. Hörzeichen bzw. akustische Zeichen gibt es schon lange, dass die Geräusche und Melodien hingegen geschützt werden können, ist vergleichsweise neu. Nach einer ganzen Reihe von Hörmarkenanmeldungen setzte die zu erwartende Welle gerichtlicher Klärung ein und so langsam herrscht registerrechtliche Klarheit für die so beliebten Erkennungsmelodien und klanglichen Eindrücke. Während in den USA bereits seit den 50er Jahren Hörmarken geschützt werden können, ist dies in Europa erst seit Inkrafttreten der Markenrechtsrichtlinie in den 90'er Jahren möglich.

Mehr als 200 Hörmarken im Register

Insgesamt 56 Hörmarken wurden bisher beim europäischen Markenregister angemeldet. „Hexal, Arzneimittel ihres Vertrauens“ hat in Sachen Verwendung von Sonagrammen bereits Markengeschichte geschrieben, harrt aber immer noch auf einen Eintrag. Zwar sei das Lesen von Sonagrammen ungewöhnlich und nicht selbstverständlich, jedoch

leicht erlernbar, Anleitungen seien im Internet frei zugänglich und es sei leichter als ein Musikinstrument. Vergleichbar sei die Situation mit einer Wortmarke in einer der weniger gebräuchlichen EU-Sprachen. Die Melodie des MacDonalds-Slogans „I'm lovin' it“ (die Töne A B C E D C B A A in Notenschrift) fand hingegen ganz anstandslos ihren Weg ins europäische Register. 171 Hörmarken sind bisher durch das deutsche Markenamt veröffentlicht worden.

Der „Wetten, daß ...?“ - Jingle „Wette gewonnen“ (Nr. 39512777) steht im Register gleich vor der Nummer 39512778: „Wetten, daß ...?“ - Jingle „Wette verloren“. Generell sind die Jingles diverser Medien beliebt, wie auch der Hörmarkeneintrag für die Sendung „Titel Thesen Temperature“ zeigt.

Eine Harley Davidson knattert ein Sonagramm

Bärtige Männer in Lederklutt und mit tätowierten Körpern setzen Kennermienen auf und legen sanft den Kopf zur Seite. Wäre der zuständige Markenamtsprüfer mal bei einem Harleytreffen gewesen und hätte einen der dort ausgetragenen Wettkämpfe beobachtet, dann wäre die Eintragung dieser Marke vielleicht nicht im Sande verlaufen. Rhythmisches Geknatter, das sich mit den Drehungen am Gasgriff erst in Gedröhn und dann in ohrenbetäubenden Lärm verwandelt, während die bärtigen Männer anfangen zu toben. Abgestimmt wird mittels Beifall, wenn der Sound stimmt, sind die Chancen auf den Sieg

nicht schlecht. Die Männer scheinen jedenfalls genau zu wissen, wie die Motorradmarke zu klingen hat.

Die Anforderungen an Hörmarken unterscheiden sich nicht wesentlich von Voraussetzungen, die für alle anderen Marken auch gelten. Sie müssen unterscheidungskräftig und graphisch darstellbar sein. Letztere Hürde wird

durch Notenschrift oder, falls es sich um eine Schallmarke wie das Auspuffgeräusch einer Harley Davidson oder das MGM-Löwengebrüll handelt, durch ein Sonagramm genommen. Eine einfache Tonfolge genügt hingegen nicht, Rhythmus, Dauer und Tonhöhe müssen erkennbar sein.

Quelle:
markenbusiness.de

Praxistipps für Journalisten



er selbst am besten beurteilen, wie schnell ein Journalist sich juristischen Ärger einhandeln kann.

Schmuck schreibt als Journalist mit dem Hintergrund des Juristen und so läßt sich diese Einführung in das Presserecht, im Gegensatz zu so manchem schwerverdaulichen Rechtstext, auch wunderbar leicht lesen.

Ob es sich nun um Gegendarstellungen, Unterlassungserklärungen oder strafrechtliche Folgen eines Berichts handelt, wer der Verantwortliche ist und welche Auskunftspflichten gegenüber der Presse überhaupt bestehen, zu allen Themenbereichen werden die juristischen Grundlagen vermittelt. Besonders hilfreich sind dabei die vielen Fallbeispiele, die mit den jeweiligen Titelbildern und Headlines illustriert sind. So ist die Lektüre nicht nur lehrreich, sondern auch ausgesprochen kurzweilig. (al)

Wer Interviews erfindet, Zitate bewusst verfälscht oder Menschen bloßstellt und beleidigt überschreitet juristische Grenzen und sollte dieses Buch unbedingt lesen. Mit diesen wenig zartfühlenden Worten beschreibt der Verlag Rommelskirchen die dritte Auflage von „Das neue Presserecht“. Aber auch jedem Journalisten, der richtig und fair berichten will, aber im Eifer des forschen Formulierens übertreibt und sich dadurch presserechtlich angreifbar macht, verspricht der neue Titel Hilfe.

Autor Michael Schmuck ist nicht nur Rechtsanwalt, sondern auch Absolvent der Henri-Nannen-Journalisten-Schule in Hamburg und schreibt für mehrere Zeitungen und Zeitschriften. So kann

Michael Schmuck,
Das neue Presserecht,
Journalist Edition Nr. 1,
240 Seiten, kartoniert,
Preis € 24,90,
ISBN 3-937099-07-7

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:

Mein Chef, seine Frau und ich Mein Chef und ich

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).

**RAe Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,
Postfach 20 17 42, 80017 München**

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

Schule trifft Wirtschaft Wirtschaft trifft Schule School meets Business

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

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

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

Haus & Grund Club Haus & Grund Klub Haus & Grund Eigenheimer Club Haus & Grund Eigenheimer Klub Haus & Grund Bauherren Club Haus & Grund Bauherren Klub

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Haus & Grund Deutschland,
Mohrenstraße 33, 10117 Berlin**

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

U PROM TV Du bist TV

in jeder Schreibweise, Schriftart und Darstellungsform, mit Zusätzen und Untertiteln für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich Internet, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, CD-ROM, CD-I), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP).

**YouProm TV GmbH,
Alzheimer Eck 2, 80331 München**

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

Projekt Chor Projekt Chor - weg von der Straße Wir in Essen Borbeck

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Apocalypto Die Päpstin Fearless Helden in Flecktarn Pornorama Step up

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).

**RAe Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,
Postfach 20 17 42, 80017 München**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Bezaubernde Feindin

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Das letzte Mahl FOOD CAMP GaumenFREUNDE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Symbiose PR Sabine Lydia Müller,
Neven-DuMont-Straße 1 (L), 50667 Köln**

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

Hol den Jackpot

in jeder Schreibweise und Darstellungsform, Variation, Kombination und Abkürzung, Schriftart und mit allen Zusätzen für Druckerzeugnisse, Rundfunk- und Fernsehsendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke insbesondere CD-ROM, Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**International Management Group GmbH,
Aachener Straße 1051, 50858 Köln**

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

jus in time

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 Axel Rühl,
Königstraße 10c, 70173 Stuttgart**

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

DRUMMING FOR BALANCE

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film- und Tonwerke, Tonträgerpromotion, Audiotexte, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (MiniDisc), CD-ROM, CD's, CD-R, CD-I, Domains und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, digitale und elektronische Medien und Netzwerke, z.B. Internet, Intranet, Extranet, einschließlich Offline- und Online-Dienste und -Netze u.ä., für alle Druckerzeugnisse insbesondere Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Serien, Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form.

**KLS Rechtsanwälte
Rechtsanwalt Dr. Rainer Kniepkamp,
Gleueler Straße 277, 50935 Köln**

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

AVENUE LINIE DE LUXE

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

**BAYCOM International GmbH,
Kunibertkloster 20, 50668 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:

LEBENSKULTUR

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.

**A&C Druck und Verlag GmbH,
Eimsbütteler Straße 64, 22769 Hamburg**

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

Deutschland sucht den MusicalStar MusicalStar Deutschland's nächster MusicalStar

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**Rechtsanwalt Jürgen Schneider,
Steinsdorfstraße 10, 80538 München**

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

Anästhesie Update Augen Update Chirurgie Update Gesundheits-Update GI-Oncology Update Hepatology Update Hygiene Update Orthopädie Update Pädiatrie Update Prevention Update Radio Update Tierarzt Update Update Ernährung Update Gesundheit Veterinär Update Zahnarzt Update

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

DOGS

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

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

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

TÜV-Sehbuch TÜV-Sehbuch-Reihe TÜV-Ratgeber digital TÜV-Wissen digital TÜV-Digitale Wissenswelten Die Welpenschule

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen, Wortverbindungen und grafische Darstellungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse wie Zeitschriften und Zeitungen, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline- und Onlinedienste und Produkte sowie Internet.

**thinkhouse GmbH,
Dahlenerstraße 570, 41239 Mönchengladbach**

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:

die hits von gestern und auch heut die hits von gestern und heute

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Veranstaltungen, Bild- und Tonträger, audiovisuelle Medien, TV- und Funkprogramme, CD-ROM, Merchandisingprodukte, Zeitschriften, Internet und Download Streaming.

**akasa records,
Hölenderweg 34, 40883 Ratingen**

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

RECHT IM FOKUS

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Afrika - Wohin mein Herz mich trägt Mr. Nanny - Ein Mann für Mama

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, 15 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Faszinierende Natur Faszinierende Welt des Glaubens 1001 starke Computer-Tipps

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**

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

**openRMA
openSOA
openBPEL
openSCA
openSDO
openmarket**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten und graphischen Darstellungen, und zwar für Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen, Bücher, Zeitschriften und andere Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**Löhde Leo Schmidt-Hollburg & Witte
Rechtsanwälte,
Neuer Wall 19, 20354 Hamburg**

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

**Lifestyle Technologies
Lifestyle-Computing
Lifestyle Tech
Styletech-Magazin
IT-Lifestyle**

in allen Schreibweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Wortverbindungen mit allen Zusätzen und Darstellungen, für alle Medien, Druckerzeugnisse, Dienstleistungen, Ton- sowie Bild- und Datenträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Offlinedienste, CD-Rom, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Domain-Bezeichnungen in Intra- und Internet sowie öffentliche Veranstaltungen und Zeitschriften.

**Thomson CompuMark,
Sint-Pietersvliet 7, 2000 Antwerpen/Belgien**

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:

Hoffnungsträger der Republik

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Crown Presse und Buch Verlag,
Nordstraße 161, 47798 Krefeld**

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

Sanfte Medizin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**polyband Medien GmbH,
Otto-Hahn-Straße 20, 85609 München/Dornach**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 Markengesetz nehmen meine Mandanten Titelschutz in Anspruch für

imagine

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen und Wortverbindungen, insbesondere für Zeitschriften und sonstige Druckerzeugnisse.

**Rechtsanwalt Heinz-Bert Schmitz III,
Hauptstraße 64-68, 50226 Frechen**

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

MY STYLE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien.

**INITIAL Werbeagentur GmbH,
Grimmelshausenstraße 26,
63628 Bad Soden-Salmünster**

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

O.K. Star-Magazin Woche der Stars Star-Journal Welt der Stars Stars & Trends

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

**avocado rechtsanwälte,
Spichernstraße 75-77, 50672 Köln**

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

Wer fliegt? Who's Flying?

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen, Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Literatur- und Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Videoproduktionen, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line und Online-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP, sowie Softwareerzeugnisse aller Art, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Inter- und Intranet.

**Günter Peter Junk,
Nordstraße 14, 50733 Köln**

**Über 45.000 archivierte Titel !
Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

PrimA Spaichingen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**J. F. Bofinger KG,
Jägerhofstraße 4, 78532 Tuttlingen**

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

the church

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Gert Grey,
Poststraße 101, 53840 Troisdorf**

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

MADE IN KÖLN MADE IN COLONIA

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Patentanwaltskanzlei BUNGARTZ,
Eupener Straße 161a, 50933 Köln**

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

Genussvoll aufgetischt Aufgetischt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere Fernsehen, Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film und elektronische Medien.

**PRW Rechtsanwälte,
Steinsdorfstraße 14, 80538 München**

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)

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.

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

www.new-business.de

**Probeheft + Mediadaten
unter Fax 040-609 009-55**

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: _____