

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“Freizeit - Unterhaltung - News”: Themenvielfalt im Medienmarkt

Hohe Ansprüche stellt sich in dieser Ausgabe der **FFV Film Verlag**. Mit “KunstStück” möchte er ein “Magazin für gutes Kino” herausbringen. Die Frage, ob das “Erbe von Junkersdorf” aus der Pfarrer Braun-Serie hier Erwähnung finden wird, stellt sich die **Polyphon Film** wohl nicht. Ein Kinoformat für den rührigen Seelsorger - verkörpert von Otfried Fischer - ist vermutlich nicht geplant.

Nur für Fachleute sind wohl die Titel “Narkose Update”, “Excellence in Gastroenterology” und “AeroTec”. Dagegen bieten uns die Mandanten von **Rechtsanwalt Joachim Fauth** “Grundwissen für jedermann” und “die besten Hausmittel”. Das macht Hoffnung, dass es uns doch noch gelingt in die “geheimnisvolle Welt des Wis-

sens” einzudringen und das “berechnete W-Universum” von Titelschutzanmelder **Axel Wolf** zu verstehen.

“Stirb später, leb’ länger!” ist ohne Zweifel ein guter Tipp der Rechtsanwälte **Poll Straßer Ventroni Feyock**. Doch dieses Ziel läßt sich bei normal ungesunder Lebensführung nur schwer erreichen. Zumal die “Genießerküche” der **Rechtsanwälte PRW** hier äußerst fatale Wunschbilder von in reiner Butter Gebrutzelttem und mit Sahne Verfeinertem heraufbeschwört. Auch der Hinweis von **Rechtsanwältin Bettina Krause** auf eine “Kreuzfahrt ins Glück” kann uns nicht wirklich vom Thema Essen ablenken.

Alle 44 neuen Titel finden Sie auf der nächsten Seite. (al)

Nachrecherche ist keine Racheaktion

Auch wenn schon eine Gegendarstellung erfolgt ist, kann ein Journalist bei Verdacht des Plagiats nachrecherchieren, entschied Anfang August das Oberlandesgericht Karlsruhe.

Ein Arzt und wissenschaftlicher Autor hatte gegen Verlag und Journalisten eine einstweilige Verfügung beantragt, mit der er sich gegen Nachrecherchen in seinem beruflichen Umfeld wehren wollte. Nachdem in einem Artikel Plagiatswürfe gegen ihn erhoben worden waren, hatte er bereits eine Gegendarstellung erwirkt. Die weiteren Recherchen und Nachfragen des Journalisten bei Arbeitgeber und Kollegen hielt er für eine reine Racheaktion des Verlags.

Die Karlsruher Richter konnten sich dieser Meinung nicht anschließen. Das Informationsinteresse

der Presse hänge mit deren Aufgabe zusammen, die Öffentlichkeit zu informieren und zur Meinungsbildung beizutragen. Dabei sei es weitgehend Sache der Presse selbst, darüber zu entscheiden, was sie des öffentlichen Interesses für Wert hält und was nicht.

Recherchemaßnahmen, die das Persönlichkeitsrecht eines Betroffenen berühren, sind demnach dann gerechtfertigt, wenn sie von einem vertretbaren Informationsinteresse getragen sind. Es genügt, wenn einem auch nur schwachen Verdacht nachgegangen wird.

*OLG Karlsruhe,
Urteil vom 04.08.2006,
AZ: 14 U 90/06*



+ 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

5. Sept. 2006

Woche 36

Nr. 788

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 44 Titel

29 ... und noch Jungfrau	fame!	Pfarrer Braun
AeroTec	FUN Freizeit - Unterhaltung - News	„Das Erbe von Junkersdorf“
Best of Gastro	Games Player	play best
Beste Chance	Geheimnisvolle Welt des Wissens	play blu-ray
Beste Gegend	Genießerküche	Play Magazin
Beste Zeit	GINA UND IHR RUDEL	play max
blasc	Grundwissen für jedermann	play more
buffed	guitar heroes	Play3
BusinessTime Nordhessen	Inside PlayStation	Play3
Das berechnete W-Universum	Kreuzfahrt ins Glück	SOA und Integration -
Das musst du gesehen haben	KunstStück	Konzepte, Methoden, Praxis
Die besten Hausmittel	KunstStück -	Stirb später, leb' länger!
Die schönsten Weihnachtshits	Magazin für gutes Kino	Warum der Geburtenrückgang
Die schönsten Weihnachtssongs	Ludwig	ein Glücksfall für unsere
Disneys kurze Pause	Narkose Update	Gesellschaft ist
easeofweb.	NEUE REVUE	Weniger sind mehr

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 788 erscheint am 12.09.2006 **Anzeigenschluss:** 08.09.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 790 erscheint am 19.09.2006 **Anzeigenschluss:** 15.09.2006, 10 Uhr

**Rund 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

Hakenschlagnagel:

Kein Monopol für Lindts Goldhasen

Bis Ostern ist es noch eine Weile hin. Zwei Schokoladenhasen ließen sich trotzdem schon mal blicken. Vor dem Handelsgericht in Wien standen sich das Langohrmodell des burgenländischen Herstellers Hauswirth und der Stammhalter des Traditionsunternehmens Lindt & Sprüngli gegenüber. Die Richter mussten entscheiden, wie sehr der „Prachthase“ Marke Hauswirth dem „Goldhasen“ Marke Lindt gleicht. Der bekannte Konzern hatte eine Unterlassungsklage angestrengt, weil er der Meinung war, die Konkurrenz habe von seinem Goldstück abgekupfert. Beide Hasen kauern, sind in Goldfolie verpackt und tragen rote bzw. rot-weiße Bänder um den Hals. Lindt hatte sich in dem Streit auf seine Gemeinschaftsmarke berufen, die seit 2001 für den Goldhasen eingetragen ist.

Dass Hauswirths Prachthase ein Plagiat ist, konnte das Gericht allerdings nicht bestätigen und wies die Klage zurück. Das noch nicht rechtskräftige Urteil geht laut Neuer Zürcher Zeitung ausführlich auf die Entwicklung der

Osterhasenproduktion ein. Schokoladenhasen würden in Österreich und Deutschland „zumindest seit den dreissiger Jahren“ erzeugt und verkauft. Lindt hätte wissen müssen, dass Mitbewerber wie Hauswirth seit Jahrzehnten hohle Schokoladenhasen in Goldpapier vertreiben, heisst es darin.

Schutzunfähig: Unentbehrliche Gestaltungselemente

Das Gericht vertrat weiterhin die Auffassung, dass die prägenden Elemente des Goldhasen - nämlich seine Sitz- bzw. Kauerform, die helle Goldfolie und die rote Masche - sowohl jede für sich als auch im Zusammenwirken zu einem Gesamtbild schutzunfähig seien. Es handle sich dabei „um bei Osterhasen unentbehrliche traditionelle Gestaltungselemente, die der Benützung durch Mitbewerber nicht durch Monopolisierung entzogen werden dürften.“ Die von Lindt angemeldete Gemeinschaftsmarke wurde damit für nichtig erklärt.

Lindt stellt seinen Goldhasen seit Mitte der 90er Jahre her. Der Streit

mit Hauswirth begann 2004. Ein Jahr später konnte Lindt eine einstweilige Verfügung gegen seinen Konkurrenten erwirken und die Produktion sowie den Verkauf des angeblich kopierten Schokoladenhasens verbieten. Die Firma aus dem Burgenland hatte immer wieder beteuert, ihr Prachtstück werde seit den 50er Jahren hergestellt.

Nach dem Urteilsspruch übte sich Hauswirth in Zu-

rückhaltung. Es handle sich nur um einen Etappensieg. Lindt hat bereits angekündigt in die Berufung zu gehen. Die Frage, ob im nächsten Jahr wieder Gold- und Prachthasen durch die Regale hoppeln, bleibt also vorerst ungeklärt. Gegen die von Lindt geschützte Gemeinschaftsmarke läuft derzeit ein Lösungsverfahren.

Quelle: *markenbusiness.de*

Trennung: Luther und Ernst & Young bleiben „Best Friends“

Die Luther Rechtsanwalts mbH und das Steuerprüfungs- und Beratungsunternehmen Ernst & Young haben beschlossen die Assoziation zwischen beiden Unternehmen aufzugeben.

Grund dafür ist die Einschränkung der Beratungstätigkeit für die Rechtsanwälte durch regulatorische Eingriffe. Hier vor allem die neuen Regelungen im französischen Handelsgesetzbuch. So können die Rechtsanwälte von Luther (www.luther-lawfirm.com) in Deutschland keine Unternehmen beraten, deren Abschlüsse in Frankreich von Ernst & Young geprüft wer-

den. Die Trennung der beiden Unternehmen wird sich vornehmlich auf das bis jetzt praktizierte Shared Services-Konzept und den bisher gemeinsamen Marktauftritt auswirken. Die gesellschaftliche Struktur muss allerdings nicht geändert werden. Die Anteile an der Rechtsanwalts-gesellschaft werden ausschließlich von den dort aktiv tätigen Anwälten gehalten.

Innerhalb des regulatorisch Möglichen und im Interesse der gemeinsamen Mandanten wollen Luther und Ernst & Young aber auch in Zukunft zusammenarbeiten. (al)

**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

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

NEUE REVUE

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen für Medien, insbesondere Printmedien und/oder elektronische Medien, Hörfunk, Film und Netzwerke, On-Line-Dienste sowie für Bild-, Ton- und Datenträger.

**BERGMANN · MERZBACH Rechtsanwälte,
Büro Berlin-Spandau,
Pichelsdorfer Straße 61, 13595 Berlin**

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

Disneys kurze Pause

in allen Schreibweisen, möglichen Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten in allen Medien, insbesondere Film-, TV- und Radiosendungen sowie Bild-, Ton- und Datenträger aller Art einschließlich Promotion, Merchandising und öffentliche Veranstaltungen.

**The Walt Disney Company (Germany) GmbH,
Münchener Straße 101/22, 85737 Ismaning**

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

Narkose 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 Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

Stirb später, leb' länger!

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

buffed blasc

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen, für Bücher und alle Printmedien, einschließlich Zeitschriften, sowie für alle weiteren Medien, einschließlich Ton-, sowie Bild-Ton-Träger, Film, Hörfunksendungen, Fernsehsendungen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Beiten Burkhardt Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Ganghoferstraße 33, 80339 München**

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

fame!

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, Bild und Datenträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), CD-ROM, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Domain-Bezeichnungen im Internet und Intranet sowie Veranstaltungen, Events und Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwalt Uwe Beller,
Volgersweg 4 A, 30175 Hannover**

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:

Das berechnete W-Universum

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Axel Wolf,
Leibnizstraße 41A, 84489 Burghausen**

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

FUN Freizeit - Unterhaltung - News

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Osnabrücker Nachrichten
Verlagsgesellschaft mbH,
E.-M.-Remarque-Ring 14, 49074 Osnabrück**

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

Pfarrer Braun „Das Erbe von Junkersdorf“

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:

SOA und Integration - Konzepte, Methoden, Praxis

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**SIGS-DATACOM GmbH,
Lindlaustraße 2c, 53842 Troisdorf**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 Markengesetz nehmen wir für unsere Mandantin Titelschutz in Anspruch für

GINA UND IHR RUDEL

in allen denkbaren Schreibweisen und Darstellungsformen für Druckwerke, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film und Internet.

**RAe Dr. Jansen & Dr. Osthoff,
Massenbergstraße 15-17, 44787 Bochum**

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

guitar heroes

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen für Ton-, Daten-, Bildträger, Bücher, periodische Druckschriften und/oder andere Publikationen, sowie für alle sonstigen Medien.

**RA Schmid-Loiper,
Waldstraße 4, 82194 Gröbenzell**

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

AeroTec

in jeder Schreibweise, Schriftart und Darstellungsform, Abwandlung, Abkürzung, Wortverbindung, Titelnkombination, graphischen Gestaltung, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Druckerzeugnissen aller Art, Merchandising, Multimedia-Anwendungen, On- und Offline-Dienste und sonstige Medien einschließlich Telekommunikation, Internet-Suchsysteme, CD-ROM, CD-I und sonstige CD-Derivate und Datenträger, elektronische und digitale Medien sowie Printmedien.

**Süddeutscher Verlag GmbH,
Business Affairs/Recht,
Sendlinger Str. 8, 80331 München**

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

Beste Zeit Beste Chance Beste Gegen

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Kombinationen und Abwandlungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie Merchandising in jeglicher Form.

**Rechtsanwältin Kristina Mueller-Stöfen,
Tizianstraße 49, 80638 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:

Weniger sind mehr Warum der Geburtenrückgang ein Glücksfall für unsere Gesellschaft ist

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Campus Verlag GmbH,
Kurfürstenstraße 49, 60486 Frankfurt am Main**

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

Genießerküche

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Fernsehen und elektronische Medien einschließlich Multimediaanwendungen.

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

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

BusinessTime Nordhessen

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, Video, Telekommunikation und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-Diensten, Off-line und On-line-Medien und Produkte, Veranstaltungen, Bühnenshows, Merchandising- und Druckereierzeugnisse sowie Literatur, insbesondere Zeitschriften, Bücher, Newsletter und andere Printmedien und Publikationen, Bild-, Ton-, Bildton- und Datenträger.

**Dr. Neumann & Partner Rechtsanwälte GbR,
Wachsbleiche 26, 53111 Bonn**

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

Excellence in Gastroenterology Best of Gastro

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

Grundwissen für jedermann Die besten Hausmittel Das musst du gesehen haben

- spannende Abenteuerreisen durch unsere Welt

Geheimnisvolle Welt des Wissens

- verblüffende Tatsachen ganz einfach verstehen

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Die schönsten Weihnachtssongs Die schönsten Weihnachtshits Kreuzfahrt ins Glück Ludwig

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**

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:

KunstStück KunstStück - Magazin für gutes Kino

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, 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 sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**FFV Film Fachverlag Holding KG,
Oskar-Jäger-Straße 170, 50825 Köln**

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

29 ... und noch Jungfrau

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

easeofweb.

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Internet, Intranets, Extranets, Websites, Domains, Softwareerzeugnisse, Serien, alle digitale und elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste und -Netze u.ä., 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, für alle Druckerzeugnisse insbesondere Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Serien, Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form.

**Roland Gräf,
Am Stiergraben 4, 63128 Dietzenbach**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir im Auftrag unserer Mandantin für Druckerzeugnisse, insbesondere Publikationen im Printbereich sowie für Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien (einschließlich CD-ROM, Online Medien und Internet), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP) sowie Softwareerzeugnisse Titelschutz in Anspruch für:

play max play best play more play blu-ray Play3 Play³ Play Magazin Inside PlayStation Games Player

in allen Schreibweisen, in allen Abwandlungen, Titelkombinationen und Darstellungsformen.

**Taylor Wessing Rechtsanwälte,
Isartorplatz 8, 80331 München**

**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

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 elektroni-
schen 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 ge-
werbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht
gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich ge-
schützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm
erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Ge-
nehmigung.



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