

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Trendsetter Haustier

Das Tier dient dem Menschen bekanntlich nicht nur als Nahrung. Es ist auch sein bester Freund und somit stets ein gutes Thema für den Medienmarkt. Der Fernsehzuschauer darf bei der Hundeeziehung dabei sein und sich mit Tierpflegern im Zoo Sorgen um allzu runzlige Nashornhaut und verdorbene Schildkrötenmägen machen. Hart gesottene Fans bieten Landtierärzte sogar tiefste Einblicke in den Rindvieh-Allerwertesten.

Die Kunden der **Werbeagentur Team ATW** bereichern jetzt auch den Printmarkt mit neuen Titeln rund um die (hoffentlich nicht mehr als) vierbeinigen Hausgenossen des Menschen. "Tierwoche" verspricht Informationen für den Haustierbesitzer und "Tierrevue" vielleicht sogar Klatsch und Tratsch über die Stars in der Haustier-Promiszene. Ein viel versprechender Ansatz, denn was den Sendern Einschaltquoten bringt, haben die Verleger schon lange für sich entdeckt. Allein 27 Zeitschriften rund um Hund, Katze und

Reptil verzeichnet die neue Ausgabe von **Presse Porträts**, die nächste Woche im Pressefach Verlag erscheint. Ein genauer Überblick über die aktuelle Angebotspalette des Presse Einzelhandels und druckfrisch zu bestellen bei birgit.jessen@presse-fachverlag.de.

Doch wenden wir uns wieder den menschlichen Problemen zu. Die Mandanten der **Patentanwälte Müller & Schubert** bieten Beziehungsgeschädigten den Service einer "Trennungsgesellschaft" und die **Kanzlei Dr. Bahr** ängstigt uns mit dem Hinweis auf den "Tag an dem das Internet verschwand". Tröstlich wirkt da der Titel "Ü50 - Mehr vom Leben" der Firma **MS Kompakt**.

Zum Schluß noch ein Programmhinweis: Wer wissen möchte wie es in U.S.-Kanzleien so zugeht, der sollte sich am 27.09. die neue Anwaltsserie "**BostenLegal**" bei VOX anschauen. Besonders empfehlenswert dabei: William Shatner als leicht seniler Senior Partner. Alle "frisch" geschützten Titel finden Sie auf den nächsten Seiten. (al)

Ein Kobold muss verschwinden

Um einen Kobold sichtbar zu machen, muss man ihn nass spritzen oder festkleben. Um ihn wieder unsichtbar zu machen, braucht es allerdings ein Gerichtsurteil.

Die auf Urheberrechtsstreitigkeiten spezialisierte 21. Zivilkammer des Landgerichts München hat jetzt das Verschwinden des Zeichentrick-Kobolds "Pumuckl" verfügt. Der Bayerische Rundfunk muss auf weitere Ausstrahlungen der Kindersendung "Pumuckl TV" und des Spielfilms "Meister Eder und sein Pumuckl" verzichten. Der Sender und die Produktionsfirma Infafilm müssen sich auf erhebliche Nachzahlungen an die Zeichnerin Barbara von Johnson, die die Figur des Kobolds vor mehr als 30 Jahren entwickelt hat, einstellen.

Die Zeichnerin hatte der Infafilm 1978 das Recht eingeräumt, die Pumuckl-Figur zur Erstellung einer Fernsehserie mit knapp 30-minütigen Folgen zu nutzen. Bei der Produktion des Spielfilms "Meister Eder und sein Pumuckl" 1982 hatte man das Nutzungsrecht bei der Klägerin nicht nachge-

fragt. Eine Lizenz für die Nutzung im Internet und auf dem Geschäftspapier war ebenfalls nie erteilt worden. So entschieden die Münchner Richter, dass in diesem Fall die Voraussetzung für einen Fairnessausgleich nach dem sog. "Bestsellerparagrafen" gegeben sei. Das Ausmaß der Nutzung hatten die Parteien bei Abschluss der Verträge wohl nicht vor Augen, weshalb das Gericht nun die Auskunftserteilung anordnete, um eine angemessene Nachvergütung festsetzen zu können.

Doch der rothaarige Kobold ist jetzt nicht für immer unsichtbar. In der nächsten Sendung von "Kobold TV" (ehemals "Pumuckl TV"), die der Bayerische Rundfunk für das Erste produziert, wird eine weitere Folge der beliebten Fernsehserie mit Gustl Bayrhammer ausgestrahlt. Zudem will der BR prüfen, ob eventuell Rechtsmittel gegen das Urteil eingelegt werden können. (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. 04131-225600-0
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherche auch unter www.researcher24.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film**Diese Woche: 68 Titel**

1/2-Zeit	Der Trennungsagent	MENSCHENKIND, BERLIN !!
	Die Geheimnisjäger	My Comedy Blog
Am besten: Pharma Westen	DJ Battle -	
Arbeitgeber Meer	der REMIX King	only4kids
Audit & Advisory Kompendium	DJ Castle	only4men
		only4women
Berliner Nacht-Taxe	Eine Stadt wird erpresst	
BESPROCHEN Das Hoermagazin	Entführ' mich, Liebling!	Pauker, Penne, Schülerstreiche
Blickpunkt am Samstag	Ernährung	Pfarrer Braun „Ein Zeichen Gottes“
Blickpunkt am Sonntag		Pharma Westen
Blickpunkt am Wochenende	Franziskas Gespür für Männer	Pharmacus Westus
Bücher, Kunst und Kataloge	Für Dich	
Captain Silver	Gesundes Sehen	REEDEREI WÜNSCHE
certified physiotherapy education	Gospel Jubilee	
CONCEPT Connection		Talk & Style
CONCEPT Ophthalmologie	Haustier-Revue	Talk + Style
continuing physiotherapy education	Haustier-Woche	THINGS
Corporate Real Estate & Facility	Health Care Kompendium	Tierrevue
Management Kompendium	Healthy Vision	Tierwoche
CPE	Hotel Kurfürstin Sophie	Trennungsagentur
CPTE	Hotel Martini	Trödelduell
		Two Funny
Da geh'n die Türchen auf	Ich wollte nicht töten	
Das Canossa-Virus	IT & TK Kompendium	Ü50 - Mehr vom Leben
Das dreckige Dutzend		
Das Strichmännchen hat eingekauft	Kids kochen zurück	
Das Strichmännchen hat Geburtstag	KüchenTreff Zeitung	
Das Ziel sind Sie!		X Team
Der Tag an dem	Landträume	X Team Die Geheimnisjäger
das Internet verschwand		

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 792 erscheint am 04.10.2006 **Anzeigenschluss:** 29.09.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 794 erscheint am 17.10.2006 **Anzeigenschluss:** 13.10.2006, 10 Uhr

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Dornröschenmarken: Auferstanden aus dem Markenfriedhof

**Tradition und Superlative
als Markenwert:
Sinalco, Creme 21, Möbus,
Bugatti oder Maybach.**

Immer wieder finden einst erfolgreiche und dann totgegangene Marken ihren Weg zurück in die schöne heile Markenwelt. Aus dem Dornröschenschlaf erwacht, lautet dann die oft genutzte poetische Beschreibung für Marken, die für eine Weile von der Bildfläche verschwunden sind, und die dann wieder kräftig im Marktgeschehen mitmischen wollen. Das Prinzip zieht sich durch alle Märkte, außer bei Dienstleistungsmarken.

Endlich wieder – heißt es beim Website-Intro von „Creme 21“. Ende der 60er wurde die Pflegeserie vom Konsumgütermulti Henkel entwickelt, um neue Vertriebswege zu erschließen. Doch 1986 wurde sie aus „strategischen Gründen“ vom deutschen Markt genommen und nur noch im Ausland vertrieben. „Die „Sinalco“ schmeckt“ – ein Ohrwurm der 50er. Das Jahr 1905 markiert den Beginn. Anfang der 80er Jahre verschwand die Limonade vom deutschen Markt. 1994 startete der Relaunch. Mit der Schuhmarke „Möbus“ haben Olympioniken einst Medaillen geholt. Und auch die Füße der ersten

Bundesligakicker zierten Möbusschuhe – Potenzial für eine Erfolgsstory. Der letzte Möbus-Schuh wurde Mitte 1982 produziert. Hier währte der Dornröschenschlaf bis 2003. Inzwischen gibt es sogar eigene Möbus-Geschäfte. Die Autobranche konnte mit ihren neu aufgelegten Marken „Maybach“ und „Bugatti“ wiederum vor einigen Jahren im Luxussegment große Aufmerksamkeit erzielen. Der letzte Maybach rollte 1938 vom Band. 64 Jahre später belebte DaimlerChrysler die Marke wieder. Die „Bugatti“-Produktion schlummerte in den Jahren 1963 bis 1989. Strategisch erfordern die wieder belebten Marken großes Talent. Es gilt, den alten Ruf zu bewahren und gekonnt an die neuen Zeiten anzupassen.

Es gilt auch den Markenschutz, der von Verfall, Nichtbenutzung und Lösungsreife bedroht ist, zu erhalten oder zu erneuern. In vielen Fällen haben Trittbrettfahrer die Marke für sich entdeckt und weil Lizenznehmer zwischenzeitlich die Marke nicht verteidigt haben, müssen sie eventuell geduldet werden. Und auch Domainnamen sind meist längst vergeben. Die Gründe, warum Marken von der Bildfläche verschwinden, sind viel-

fältig. Wirtschaftliche Schwierigkeiten bis hin zur Insolvenz, Marktberichtigung durch die Konkurrenz, der Tod des Firmengründers oder auch eigene Unternehmensentscheidungen sorgten in der Regel für das Verschwinden der Marken. Doch eines haben die Dornröschen-Marken noch gemeinsam. Sie waren bekannt und immer finden sich irgendwelche Superlative. Tradition spielt dabei eine wichtige Rolle und wird von den neuen Markeninhabern immer betont.

Erstaunlicherweise funktioniert das immer wieder, obwohl sich die Marken nun in neuen Zeiten bewähren müs-

sen. „Sinalco“, der älteste Softdrink Europas, soll sogar noch 80 Prozent aller Befragten bekannt gewesen sein, obwohl es gar nicht mehr zu kaufen war. Bei Maybach-Autos war es der Luxus, dem wieder Odem eingehaucht werden konnte. Und „Creme 21“ hat einst in einer Liga mit Nivea gespielt und war in den 70er Jahren damit bekannt geworden, dass in einer Werbekampagne erstmals nackte Haut gezeigt worden sein soll. Und während Maybach schlichtweg das „beste Auto der Welt“ war, gilt Bugatti „weltweit als eine der berühmtesten Automarken überhaupt.“

Quelle: markenbusiness.de

Immer Ärger mit Fotos: VDZ-Seminar bietet Aufklärung

Nicht nur die einschlägige Klatschpresse muss sich zunehmend mit den rechtlichen Problemen der Bildberichterstattung auseinandersetzen. Problematisch sind nicht nur private Fotos von Stars oder Angehörigen der Adelshäuser, auch die Veröffentlichung von Fotos in medizinischen Fachzeitschriften (beispielsweise Patienten in Krankenhäusern) oder von zufällig an einem Messestand verweilenden Besuchern, kann rechtliche Konsequenzen haben.

Der Verband der Zeitschriftenverlage Nord e.V. bietet jetzt ein Praxisseminar für Geschäftsführung und Management im Verlag. Rechtsanwältin Brigitte Rolofs (Spiegel Verlag) wird den Teilnehmern anhand von Beispielen aus der Praxis deutlich machen, was im Umgang mit

Fotos, Fotografen und Bildagenturen beachtet werden muss. Das Recht am eigenen Bild ist ebenso Gegenstand des Seminars wie auch die Sicherung von Exklusivität und Sperrfristen. Frau Rolof stellt Vertragsmuster für den Umgang mit Fotografen und Agenturen vor. Thematisiert werden u.a. Auftragsvergabe, Honorarabsprachen, Umfang der Nutzungsrechte, Bestellungen bei Agenturen oder online-Datenbanken sowie Allgemeine Geschäftsbedingungen gegenüber Bildagenturen. (al)

*Verlegerforum Nord
Verband der Zeitschriftenverlage Nord e.V.
11. Oktober 2006 in Hamburg
Tel. 040-36 98 16 12
info@verbandhh.de
Fragen beantwortet:
Frau Tanja Wahle*

**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 Titelschutz in Anspruch für:

**Corporate Real Estate &
Facility Management Kompendium
IT & TK Kompendium
Audit & Advisory Kompendium
Health Care Kompendium**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**F.A.Z.-Institut für Management-,
Markt- und Medieninformationen GmbH,
Mainzer Landstraße 199, 60326 Frankfurt am Main**

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

**CONCEPT Ophtalmologie
CONCEPT Connection
Gesundes Sehen
Healthy Vision**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**autentic.info gmbh -
health communication & publishing,
Felder Straße 15/3, 88239 Wangen im Allgäu**

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

**Talk & Style
Talk + Style**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line-Dienste und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Dienstleistungen, Veranstaltungen und Unterhaltung aller Art.

**Rechtsanwalt Christian Böttger,
Sievekingdamm 44, 20535 Hamburg**

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

Captain Silver

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Zusätzen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, in allen Medien einschließlich Bild-, Ton-, Datenträger sowie Software- und Druckereierzeugnisse aller Art, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich off- und online-Dienste, CD-Rom, CD-I, Merchandising.

**Dr. Kukuk Rechtsanwälte,
Neuer Wall 20, 20354 Hamburg**

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

**Franziskas Gespür für Männer
Ich wollte nicht töten
Eine Stadt wird erpresst
Da geh'n die Türchen auf
Berliner Nacht-Taxe**

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, 15 MarkenG nehmen wir für einen Klienten Titelschutz in Anspruch für folgende Titel:

**continuing physiotherapy education
certified physiotherapy education
CPTE
CPE**

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Wortfolgen, Satzstellungen und allen Zusätzen (Kombinationen mit Zusätzen und Untertiteln) für sinngemäße Titel als Einzel- und Reihentitel für alle Medienformen, insbesondere Druckereierzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger, insbesondere auch CD-Rom, DVD und CD-I, elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien (Internet).

**Rechtsanwälte Kees Hehl Heckmann,
Gerokstraße 13 B, 70184 Stuttgart**

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 Titelschutz in Anspruch für:

Pharma Westen Am besten: Pharma Westen Pharmacus Westus

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wort- und Zahlenverbindungen, Titelkombinationen, Verkürzungen, 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.

**Pharma Westen GmbH,
vertreten durch die Geschäftsführer
Frank Nauert und Hans Bøgh Sørensen,
Fixheider Str. 4, 51381 Leverkusen**

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

Hotel Martini Hotel Kurfürstin Sophie

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wort- und Zahlenverbindungen, Titelkombinationen, Verkürzungen, 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.

**Terra Transform Gesellschaft für
Immobilienentwicklung mbH,
vertreten durch den Geschäftsführer
Dr. Wolfgang Meyer-Hofmann,
Colonnaden 68, 20354 Hamburg**

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

1/2-Zeit Ü50 - Mehr vom Leben Für Dich only4men only4women only4kids

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**MS Kompakt GmbH,
Amsterdamer Straße 72, 50735 Köln**

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

Blickpunkt am Wochenende Blickpunkt am Sonntag Blickpunkt am Samstag

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, 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 Druckereierzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**Blickpunkt Verlag GmbH,
Poststraße 9/11, 95028 Hof**

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

Landträume

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen in sämtlichen Medien.

**Rechtsanwältin Gabriela Hellwig,
Teltheide 9, 48329 Havixbeck**

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:

Pfarrer Braun „Ein Zeichen Gottes“

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Arbeitgeber Meer

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hagen Deecke,
Lenhartzstraße 15, 20249 Hamburg**

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

Das Strichmännchen hat eingekauft Das Strichmännchen hat Geburtstag

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Judith Schauerte,
Scharnhorststraße 26, 65195 Wiesbaden**

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

Gospel Jubilee God has chosen you

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**fun & music,
Grafenwerthstraße 16, 50937 Köln**

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

Entführ' mich, Liebling!

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

**SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH,
Oberwallstraße 6, 10117 Berlin**

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

Two Funny

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

**Thomas Biller und Thomas Bihari Vass,
Husemannstraße 5, 10435 Berlin**

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

Das Canossa-Virus Der Tag an dem das Internet verschwand

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

**Kanzlei Dr. Bahr,
Sierichstraße 35, 22301 Hamburg**

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

Haustier-Woche Haustier-Revue Tierwoche Tierrevue

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Printmedien, elektronische und digitale Medien, Hörfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie Offline-, Online- und Audiotextdienste und das Internet.

**TEAM ATW Werbeagentur GmbH,
Drostestraße 14-16, 30161 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 Ziel sind Sie!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Gerhard C. Forster, c/o SupraTec GmbH,
Industriestraße 29-31, 82194 Gröbenzell**

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

Bücher, Kunst und Kataloge

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Jürgen Holstein,
Wildfad 8, 14193 Berlin**

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

My Comedy Blog

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

**SevenSenses GmbH,
Medienallee 9, 85774 Unterföhring**

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

Pauker, Penne, Schülerstreiche

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:

Ernährung Wissenschaft und Praxis

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien, print und non-print, online und offline, als Einzel- und Reihentitel, sowie für Dienstleistungen und Veranstaltungen.

**RA Berthold Wesle,
Amalienstraße 67, 80799 München**

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

Trennungsbüro Der Trennungsbüro

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und sämtlichen Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckwerke, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film und Internet.

**Müller & Schubert Patentanwälte,
Neue Promenade 5, 10178 Berlin**

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

Das dreieckige Dutzend

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für sämtliche Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen und Videoproduktionen aller Art und sonstigen elektronischen und digitalen Medien und Netzwerken einschließlich Off-line und On-line-Diensten.

**Beckoffice Content & Creation GmbH & Co. KG,
Straßenbahnring 11, 20251 Hamburg**

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

THINGS

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Wortverbindungen, Kombinationen sowie graphischen Gestaltungen für Druckerzeugnisse (insbesondere Zeitschriften und Zeitungen), Merchandising, Hörfunk, Fernsehen, On- und Off-line-Diensten, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen.

**Amereller Rechtsanwälte Partnerschaft,
Lenbachplatz 4, 80333 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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

MENSCHENKIND, BERLIN !!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Jürgen Draeger,
Hohenzollerndamm 11, 10717 Berlin**

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

KüchenTreff Zeitung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und Medien, insbesondere Print- und Onlinemedien.

**Oskar Beyer,
Merschweg 10, 33378 Rheda-Wiedenbrück**

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

X Team Die Geheimnisjäger Die Geheimnisjäger X Team

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**X Team Dokumentationen,
Kreuzeckweg 17, 82491 Grainau**

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

BESPROCHEN Das Hoermagazin

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

**Rechtsanwalt Nils-Henning Joris,
Rosenthaler Straße 34, 10178 Berlin**

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

DJ Battle - der REMIX King DJ Castle Kids kochen zurück Trödelduell

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

**FRAMEHAUS GmbH TV und Medienproduktion,
Adalperostraße 82, 85737 Ismaning**

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

REEDEREI WÜNSCHE

in allen möglichen Kombinationen und Schreibweisen, Schrift- und Darstellungsformen, Wortverbindungen und Titelkombinationen für Print und alle Medien.

**NFP Neue Filmproduktion tv GmbH,
Kurfürstendamm 57, 10707 Berlin**

Wiederholung und 50% Rabatt?

Möchten Sie Ihre Titelschutzanzeige erneut schalten? Dann gewähren wir auf die zweite inhaltsgleiche Anzeige einen Rabatt von 50%.

Fon: 040 / 609 009 - 61

**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

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 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: _____