

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Von Bildung, Gesundheit und Halla: Diese Woche 76 neue Titeldien

Was treibt die Republik um in diesen Tagen? Die Evergreen-Themen heißen Gesundheit, Bildung und die Zukunft der Kinder. Was davon spiegelt sich im vorliegenden Titelschutzanzeiger? Versuchen wir's zunächst einmal mit der Bildung: Für „den Lernschrittmacher“ bzw. „die Lernschrittmacher“ nimmt die Film Fernseh Kommunikation Kröhnert in Siegen Titelschutz in Anspruch. Außerdem von Kröhnert in Anspruch genommen: „Halla - der Film“. Wer erinnert sich nicht: Sie ritten erfolgreich für Deutschland. Die Stute Halla und Springreiter Hans Günter Winkler holten insgesamt dreimal olympisches Gold. Besonders legendär der Ritt 1956 bei den Olympischen Spielen in Stockholm als Halla den an der Leiste verletzten Winkler fehlerfrei über den Hürden-Parcours bringt und ihm so die Goldmedaille sichert.

Nun zum Thema Gesundheit: RA Peter Keil nimmt für eine Mandantin „Apotheker Update“ in Anspruch, wäh-

rend die Düsseldorfer Deckling Arndt Advisors in Communications sich für den „Gesundheitsbürger“ interessieren. Auch zum Themenkreis gehörig: „Psychotherapie und Psychotherapie up2date“ wird von den Stuttgarter RAe Kees Hehl und Heckmann in Anspruch genommen.

Die Debatte in Deutschland um Unterschicht, Prekariat und die Zukunft unserer Kinder hat einen neuen traurigen Anlass in Bremen bekommen. Der Hamburger RA Martin Glänzer nimmt für eine Mandantin „Deutsche Kinderstudie“ in Anspruch.

Jetzt etwas Erfreuliches: Beim Verlag Das Beste in Stuttgart plant man offenbar „Das Readers' Digest Garten - Jahrbuch 2007/2008“. Um im Garten oder auf dem Balkon Erfolg zu haben, braucht man ihn: Den „Grünen Daumen“. Das hat sich augenscheinlich auch die Event-TV Fernsehproduktionsgesellschaft in Berlin gedacht und nimmt entsprechenden Titelschutz in Anspruch. (rd)

Vergleichende Werbung: Irreführend oder nicht?

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat die Möglichkeiten von vergleichender Werbung weiter ausgeführt.

Die Luxemburger Richter verdeutlichten, dass vergleichende Werbung dazu beiträgt, die Vorteile der verschiedenen Erzeugnisse objektiv herauszustellen und so den Wettbewerb zwischen Anbietern von Waren und Dienstleistungen fördert.

In dem Verfahren hatte der EuGH gleich zwei Fragen zum Thema vergleichende Werbung zu entscheiden. Der Discounter Lidl Belgium hatte gegen seinen belgischen Konkurrenten Colruyt geklagt, weil dieser das Preisniveau eines bestimmten Warensortiments mit dem seiner Mitbewerber verglichen hatte und daraus für den Verbraucher eine genaue Preisersparnis errechnete. Außerdem behauptete Colruyt in seiner Werbung, dass alle Waren, die mit der Aufschrift „Basic“ versehen seien, zum niedrigsten Preis vertrieben werden, der in Belgien angeboten werde. Der

Europäische Gerichtshof hielt diese Art der vergleichenden Werbung nicht für irreführend. Vorausgesetzt der Verbraucher hat die Möglichkeit die Bestandteile des Vergleichs leicht in Erfahrung zu bringen, um die Richtigkeit der Aussage zu überprüfen.

Irreführend sei eine solche Werbung nur, wenn die Werbeaussage nicht deutlich macht, dass sich der Vergleich nur auf eine bestimmte Auswahl und nicht auf alle Produkte des Werbenden bezieht. Wenn die Bestandteile des Vergleichs nicht deutlich für den Verbraucher erkennbar sind oder wenn die Werbung einen umfassenden Hinweis auf eine Ersparnisumme angibt, ohne dass der Werbende das allgemeine Preisniveau oder die Höhe der Ersparnis für den Verbraucher individualisiert. (al)

EuGH, AZ: C-356/04

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

24. Okt. 2006

Woche 43

Nr. 795

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 76 Titel

360 Grad Company Radar
360° Company Radar

Alles aus Liebe
Apotheker Update

Boom-TV

Clockwise Magazine
Company Radär

Der Grand Prix der Chöre
Der große Familien-Check
Der Grüne Daumen
Der Kindermöbelspezialist /
Kindermöbelspezialist
Der Möbelspezialist / Möbelspezialist
Der Polstermöbelspezialist /
Polstermöbelspezialist
Der Schlafzimmerspezialist /
Schlafzimmerspezialist
Deutsche Fachsuche
Deutsche Kinderstudie
Die Lernschrittmacher
Die Spur der Täter
Duell der Heimwerker

E.TV - Mein Frische-Programm
Energiecheck 2007
Energiecheck 2008
Energiecheck 2009
essen affairs - Das Magazin der Messe
Essen

Fachsuche

Finance night
Furniture-Intralogistics

GESUND & GELD
Gesundheitsbürger
GRAND GTRS

Halla - der Film
Heimwerkerduell

Lebst du schon oder existierst du
noch?
Lernschrittmacher
Licht und Design
LOCALHERO

Money & Media
Money meets Media
Money talk night
Money talks

Online Aktuell

Pluspunkt
Psychotherapie und Psychotherapie
up2date

Quiz Zone

Reader's Digest Garten-Jahrbuch
2007/2008
Rundum-Glücklich-Paket

Scheideweg, Der Scheideweg, Am
Scheideweg

Schlag 12
Schraubenzieher
Seite 4 - Das Magazin der neuen
Bücher
Sportmarkt

TV GESUND & GELD

watchberlin.com
watch-berlin.com
watchberlin.de
watchduesseldorf.com
watch-duesseldorf.com
watchduesseldorf.de
watch-duesseldorf.de
watchfrankfurt.com
watch-frankfurt.com
watchfrankfurt.de
watch-frankfurt.de
watchhamburg.com
watch-hamburg.com
watch-hamburg.de
watchkoeln.com
watch-koeln.com
watchkoeln.de
watch-koeln.de
watchmuenchen.com
watch-muenchen.com
watchmuenchen.de
watch-muenchen.de

Zeitschrift für Lektorinnen&Lektoren
ZfLL

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 796 erscheint am 31.10.2006 **Anzeigenschluss:** 27.10.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 798 erscheint am 14.11.2006 **Anzeigenschluss:** 10.11.2006, 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

Traditionskanzlei stößt Markenabteilung ab Einst Oppenhoff, dann Linklaters - jetzt Trennung von bewährter Markenverwaltung

Die weltweit agierende Anwaltskanzlei Linklaters gibt ihr Geschäft mit Markenmeldungen und Markenverwaltung auf. Damit bekommt der europäische Beratermarkt für bekannte Marken eine neue Struktur. Während in Deutschland eine Kooperation mit Linklaters bestehen bleibt, wechselt der bisherige Markenverwalter aus London zur Konkurrenz Taylor Wessing.

Oldsmobile, Kraft oder Polaroid. Mastercard, die Welt, Bild oder die Markenfamilie von DHL – die Liste bekannter Marken für die „Linklaters“ als Vertreter angegeben ist, scheint endlos. 12.533 eingetragene Marken sind es im deutschen Register, 2.326 Treffer zeigt die europäische Markendatenbank und bei internationalen Anmeldungen steht immerhin noch die Zahl 653.

Neue Gesellschaft für Markenverwaltungen in Deutschland

Laut Informationen des juristischen Branchendienstes Juve lagert die Großkanzlei mit weltweit etwa 2000 Anwälten in Deutschland den Markenbereich in eine unabhängige Gesellschaft aus. Diese wird vom bisherigen Kölner Partner im Bereich Intellectual Property Kay-Uwe Jonas geleitet. Vier Anwälte und 20 weitere Mitarbeiter werden sich dann um das Geschäft mit Markenlizenzen oder -verwaltung kümmern.

„Wir werden unseren Schwerpunkt weiter bei der Verwaltung großer Portfolios setzen“, sagte Jonas. „Wir können uns allerdings etwas freier bewegen, da wir dann nicht mehr so strikt an die Premi-

um-Mandanten gebunden sind. Auch in der internationalen Zusammenarbeit werden wir flexibler.“ Auf der Website von Linklaters sind die Informationen noch nicht geändert: „Wir repräsentieren mehr Marken ausländischer Inhaber in Deutschland als jeder andere Berater“ heißt es dort. Der Grund für diese Erfolgsmeldung dürfte der gute Name der Kanzlei Oppenhoff sein, die vor 5 Jahren mit Linklaters fusionierte. Der gewerbliche Rechtsschutz war eng mit der „Marke“ Oppenhoff verknüpft und war ein Standbein des Anwaltsbüros.

Marken als Massengeschäft mit großem Unterbau

„Das Verwaltungsgeschäft ist ein Massengeschäft und erfordert z. B. einen großen Unterbau, dies passt nicht zu der Highend-Strategie von Linklaters“, so Stefan Lütje, bei Linklaters zuständig für die deutsche IP-Praxis. Das komplexe grenz- und fachbereichsübergreifende Beratungsgeschäft der Gesamtkanzlei habe andere Anforderungen. Obwohl die Markenberatung ein durchaus einträgliches Geschäft ist, fiel sie damit bei der strategischen Positionierung der Großkanzlei durch.

In London hingegen soll der bisherige Leiter Markenverwaltung Roland Mallinson, samt fünf weiteren Anwälten zur Konkurrenz wechseln. Von Dezember an wird er für die Kanzlei Taylor Wessing tätig, die derzeit in ganz Europa mit 25 Berufsträgern im juristischen Markengeschäft aktiv ist.

Quelle: markenbusiness.de

Chinesen kopieren Smart-Autodesign

Vom Turnschuh bis zum Hotel – im Reich der Mitte wird so ziemlich alles gefälscht, was der Markt hergibt. Jetzt scheinen die Chinesen mit einer neuen Dreistigkeit zu überraschen: einem Elektroauto, das aussieht wie ein Smart. Laut Berichten der Zeitschrift Auto Bild produziert das in Suzhou niedergelassene Unternehmen CMEC den Kleinwagen exklusiv für den europäischen Markt. Erste Exemplare will der Hersteller bereits nach Großbritannien und Ungarn exportiert haben. Sie sollen ab dem kommenden Jahr für 4200 Euro verkauft werden.

Smart-Chef Ulrich Walker sagte gegenüber Auto Bild: „Wir kennen dieses Fahrzeug nicht. Da es aussieht wie ein Smart fortwo, scheint es mir aber ziemlich unverfroren, unser einzigartiges Konzept kopieren zu wollen.“ Unterschei-

den tut sich das chinesische Plagiat namens „Electric Car City Smart“ vom Originalfahrzeug durch einen Elektromotor, der es laut Herstellerangaben auf 100 Kilometer Reichweite und eine Spitzengeschwindigkeit von 55 km/h bringt. Wahrnehmbare Unterschiede zum echten Smart weist das Plagiat außerdem im Cockpit auf. Ansonsten ist die Ähnlichkeit verblüffend.

Bei Smart wies man darauf hin, dass das Design seines Kleinwagens in vielen Ländern, darunter auch China, geschützt sei. In Europa hat sich die Smart GmbH das Modell ihres Cityautos als dreidimensionale EU-Marke registrieren lassen. Die Anwälte des Stuttgarter Mutterkonzerns DaimlerChrysler prüfen derzeit, welche Schritte eingeleitet werden können.

Quelle: markenbusiness.de

IP-Workshop in München

Wie schon in der Vergangenheit veranstaltet das Münchner Büro von Heisse Kursawe Eversheds auch in diesem Jahr einen **IP-Workshop**. Die Veranstaltung findet am 16.11.2006 statt und richtet sich in erster Linie an Werbeagenturen sowie an alle Personen und Firmen, die im Bereich der Werbung tätig sind. Angesprochen sind aber auch Unternehmen, die ihre Ideen und Konzepte erfolgreich gegen Konkurrenten oder Nachahmer schützen lassen beziehungsweise verteidigen wollen. Die Rechtsanwälte Axel Zimmermann, Dr. Carsten Schulte und Dr. Alexander Niethammer referieren unter anderem über die Schutzfähig-

keit von Marken, Titeln, Werbetafeln, Werbekonzepten, Ideen und hiermit zusammenhängende urheberrechtliche Fragen. Darüber hinaus geht es um aktuelle Entwicklungen im Domain-Recht, welches auch durch die Schaffung der EU-Domain neue Impulse erfahren hat. Abgerundet wird der Workshop mit einem kurzen Update über die neueste Rechtsprechung im Bereich der vergleichenden und irregeführten Werbung.

Der Workshop beginnt um 17 Uhr und endet gegen 19 Uhr. Kostenlos anmelden können Sie sich unter d.schulze@heisse-kursawe.com oder der Telefonnummer 089 / 54 56 52 23.

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

Schlag 12 Boom-TV

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Kombinationen, Darstellungsformen und mit allen Untertiteln und Zusätzen, für alle Medien insbesondere Printmedien, elektronische Medien und Netzwerke, Rundfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger.

**HAUSWALDT BOLLMEYER
Rechtsanwälte · Steuerberater,
Rathausstraße 13, 20095 Hamburg**

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

Money talks Money talk night Money meets Media Money & Media Finance night

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Sören Bauer Events GmbH,
Hallerstraße 70, 20146 Hamburg**

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

Quiz Zone

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen, Schriftarten und Darstellungsformen für alle Tourneen, Einzelveranstaltungen, Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien- und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, Off- und Onlinemedien sowie für Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen sowie Merchandising in jeder Form und für sämtliche Merchandising-Artikel und Dienstleistungen aller Art.

**Callactive GmbH,
Augsburgerstraße 8, 80337 München**

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

Apotheker 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 Titelschutz in Anspruch für

Lernschrittmacher Die Lernschrittmacher Schraubenzieher Duell der Heimwerker Heimwerkerduell Energiecheck 2007 Energiecheck 2008 Energiecheck 2009 Halla - der Film

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Film Fernseh Kommunikation Kröhnert GmbH,
Friedrichstraße 20, 57072 Siegen**

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

Company Radar 360 Grad Company Radar 360° Company Radar

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.

**Conslone AG,
Leonrodstraße 68, 80636 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

Lebst du schon oder existierst du noch?

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Ingrid Mier,
Anemonenweg 6, 70186 Stuttgart**

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

GRAND GTRS

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und für alle Medien.

**pnp - Verlag media4music,
Ringstraße 33, 92318 Neumarkt**

Wiederholung und 50% Rabatt?

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

www.titelschutzanzeiger.de

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

Gesundheitsbürger

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Deekeling Arndt Advisors in Communications,
Schanzenstraße 56, 40549 Düsseldorf**

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

Der Grüne Daumen Scheideweg, Der Scheideweg, Am Scheideweg

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Furniture-Intralogistics

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Zusätzen sowie Kombinationen zur Verwendung in Printmedien und Druckerzeugnissen.

**m+t Ritthammer Publishing GmbH,
Andernacher Straße 5a, 90411 Nürnberg**

Unter Hinweis auf § 5, Absatz 3 Markengesetz nehme ich im Auftrag meiner Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Deutsche Kinderstudie Alles aus Liebe

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für sämtliche Medien, insbesondere TV, einschließlich Ton-, Bild-, Bildtonträger, Film-, Hörfunk, Software-, Internet-Dienste, Video, CD-ROM und/oder Datenträger sowie sonstige audiovisuelle und/oder digitale Medien einschließlich sämtlicher Multimedia-Anwendungen (Online/Offlinedienste) sowie Dienstleistungen, Veranstaltungen und/oder Merchandising aller Art.

**Rechtsanwalt Martin Glänzer,
Borselstraße 18, 22765 Hamburg**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir für einen Klienten Titelschutz in Anspruch für folgenden Titel:

Psychotherapie und Psychotherapie up2date

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 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Online Aktuell

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

**FPS Fritze Paul Seelig,
Königsallee 62, 40212 Düsseldorf**

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

Licht und Design

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Zusätzen sowie Kombinationen zur Verwendung in Printmedien und Druckerzeugnissen.

**m+t Ritthammer Publishing GmbH,
Andernacher Straße 5a, 90411 Nürnberg**

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

**watchberlin.com
watchhamburg.com
watchmuenchen.com
watchkoeln.com
watchfrankfurt.com
watchduesseldorf.com
watch-berlin.com
watch-muenchen.com
watch-koeln.com
watch-hamburg.com
watch-frankfurt.com
watch-duesseldorf.com
watchberlin.de
watchmuenchen.de
watchkoeln.de
watchfrankfurt.de
watchduesseldorf.de
watch-muenchen.de
watch-koeln.de
watch-hamburg.de
watch-frankfurt.de
watch-duesseldorf.de**

in allen Schreibweisen national und international, Schriftarten und Darstellungsformen in allen Medien, grafischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Online Dienste sowie sonstige Online-Medien.

**RAe Pape, Persike und Partner GbR,
Schützenstraße 18, 10117 Berlin**

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

LOCALHERO

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

**Brinkschulte GmbH & Co. KG,
Flachmarkt 4, 45127 Essen**

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

Sportmarkt

in allen Schreibweisen, 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, Gebäude 31.1, 51063 Köln**

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

Zeitschrift für Lektorinnen&Lektoren ZfLL

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen sowie Kombinationen von Haupt- und Untertiteln für alle Medienformen, insbesondere Druckerzeugnisse und digitale Medien.

**Susanne Culjak,
Waldparkdamm 6, 68163 Mannheim**

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:

Seite 4 - Das Magazin der neuen Bücher essen affairs - Das Magazin der Messe Essen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**VVA Kommunikation GmbH,
Theodor-Althoff-Straße 39, 45133 Essen**

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

Reader's Digest Garten-Jahrbuch 2007/2008

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

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

Der BGH fordert:

Damit eine Titelschutzanzeige wirksam wird, muss sie die „betroffenen Verkehrskreise auf einfachste Weise“ erreichen (BGHZ 108,89).

Der **Titelschutz Anzeiger** erfüllt diesen Leistungsanspruch mit einem seit 1990 sorgfältig gepflegten und qualifizierten Empfängerkreis. Woche für Woche beliefern wir daher mehr als 3.000 Verlage, TV- und Radiosender, Film-Produktionsfirmen, Softwarehäuser und Medien-Anwälte.

www.titelschutzanzeiger.de

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

TV GESUND & GELD GESUND & GELD

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:

Fachsuche Deutsche Fachsuche

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelnkombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für alle Printmedien, Druckerzeugnisse aller Art und Formen, Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Onlinedienste und sonstige Onlinemedien, Telekommunikationsdienstleister (einschließlich UMS, SMS, WAP), Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domainbezeichnungen im Intra- und Internet.

**Dr. von Göler Anwaltskanzlei,
Polkostraße 74, 81245 München**

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

Der Polstermöbelspezialist / Polstermöbelspezialist Der Möbelspezialist / Möbelspezialist Der Schlafzimmerspezialist / Schlafzimmerspezialist Der Kindermöbelspezialist / Kindermöbelspezialist

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Zusätzen sowie Kombinationen zur Verwendung in Printmedien und Druckerzeugnissen.

**Verlag M. Ritthammer GmbH,
Andernacher Straße 5a, 90411 Nürnberg**

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 den Titel

E.TV - Mein Frische-Programm

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen und Zusammensetzungen, in allen Medien, und zwar auch für Rundfunk- und Fernsehsendungen, Druckerzeugnisse, Internet sowie Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**GÖRG Rechtsanwälte,
Rechtsanwalt Dr. Wolfgang Prinz,
Sachsenring 81, 50677 Köln**

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

Rundum-Glücklich-Paket Pluspunkt

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

**Euro RSCG GmbH,
Kaiserswerther Straße 135, 40474 Düsseldorf**

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

Der Grand Prix der Chöre Der große Familien-Check Die Spur der Täter

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für

Clockwise Magazine

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen, in allen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlineservices, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien- und Netzwerke, Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Andreas Rühl,
Laube 14, 69242 Mühlhausen**

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 audio-

visuellen 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.