

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“Günstige Prognosen” und “Erfolgreich gärtnern” Ideenvielfalt im Medienmarkt

Mehr Wettbewerb im Energiemarkt. Das ist zur Zeit das Motto in Regierungskreisen. Passende Informationen zu diesem Thema kann die “Energiestudie”, geschützt von der Kanzlei **Geitz Truckenmüller und Lucht**, bieten. Auch die “Gasstudie” kommt zur rechten Zeit. Ist doch gerade jetzt die Angst vor mächtigen Energiekonzernen wie Gazprom ein zentrales Thema der Medien. Selbst der **Hoffmann und Campe Verlag** wendet sich der Frage nach Energieressourcen. “Die Kohle-Saga” setzt historische Akzente.

Doch Zukunftssorgen bringen keine hohen Quoten und so verlassen sich die **Medien Experten** mit “Sensation” und “Augenzeugen-TV” auf die ausgeprägte Sensationslust des Zuschauers. Noch wichtiger als das Unglück der Anderen ist natürlich das Thema Liebe und Essen. Perfekt kom-

binert von **Norddeich TV** mit dem Titel “Liebe geht durch dem Magen”. Auch die Mandanten von **RAIN Bettina Krause** stellen sich die Frage “Was isst Deutschland?”. Die Antwort lautet natürlich: Fast-food. Aber das muss nicht immer so gesundheitsschädlich sein, wie es sich vielleicht anhört. “Schnelle Küche mit Stern” schützen die Patentanwälte **Findeisen Hübner Neumann Seerig** für ihre Mandanten. Das läßt hoffen.

Sehr bedenklich stimmen uns dagegen die neuen Titel von **MTV Networks**. “Damenwahl” heißt es hier und “Um Antwort wird gebeten”. Sollte MTV jetzt etwa Wert auf höfliche Umgangsformen legen? Der MTV-Titel “Para-Comedy” nimmt uns allerdings die Angst vor einem plötzlichen Profilwechsel des Jugendsenders. Alle 62 Titel im Überblick finden Sie auf der nächsten Seite. (al)

Wie schütze ich meine Ideen und Produkte?



Diese existenzielle Frage beantwortet jetzt Dominik Eickemeier, Partner der wirtschaftsberatenden Sozietät Heuking Kühn Lüer Wojtek in Köln, in seinem neuen Buch “Chefsache Geistiges Eigentum”. Obwohl als Anwalt eher an rechtlich abgesicherte Formulierungen gewöhnt, hat er in diesem Werk auf vor Paragraphen strotzendes und verkläuertes Juristendeutsch verzichtet und einen anschaulichen Einstieg in den gewerblichen Rechtsschutz vorgelegt. Denn das Buch wendet sich an

Entscheider in den Unternehmen, an Praktiker, Kreative und Existenzgründer, denen ein Gefühl vermittelt werden soll, ob und wie Ideen erfolgreich geschützt werden können.

Eickemeier erläutert auf 287 Seiten, wie gesetzlicher Schutz erreicht und gegen Verletzung durch Dritte verteidigt werden kann. Behandelt werden nicht nur Marken, Logos und Brands, sondern auch das Urheber- und Wettbewerbsrecht.

Als besonders praktisch erweisen sich dabei die kurzen tabellarischen Übersichten zu allen Verfahrensschritten und Problembereichen, wie etwa die Entstehung des Markenschutzes, Markenformen und -kategorien oder Grundzüge des Anmeldeverfahrens. (al)

“Chefsache Geistiges Eigentum” ist im Verlag Recht und Wirtschaft, Frankfurt erschienen und kostet € 28,-. (ISBN 3-8005-7313-X).

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

31. Okt. 2006

Woche 44

Nr. 796

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 62 Titel

| | | |
|---------------------------------------|--|--|
| acc | Divadonna | Kompetenzcenter- |
| ALLRADLER | EM-Planer | Gebäudesystemdesign |
| AOK benefIT | EM-Planer 2008 | Liebe geht durch den Magen |
| Arceo | EM-Wandplaner | M athematik zum Anfassen |
| Asia Life | EM-Wandplaner 2008 | Mein allerschönstes Weihnachtslied |
| augenzeugen TV | Energiestudie | Mein Frische-Programm |
| augenzeugen.tv | Erfolgreich gärtnern mit dem | O utcome |
| Augenzeugen-TV | Wissen aus der guten alten Zeit | P apa allein daheim |
| augenzeugenTV.de | essenz | Para-Comedy |
| B ayern (Blas-) Musik Festival | G asstudie | pfadfinden |
| Beijing 2008 | Gold Das Magazin für | primaSchenken |
| Blasmusik Champion | die schönste Zeit des Lebens | S chnelle Küche mit Stern |
| D amenwahl - Du bist raus | Gold Das Magazin für | sensation TV |
| Das deutsch-deutsche Geheimnis | Menschen im besten Alter | sensation.tv |
| Der Gebäudesystemdesigner | Gold Zeit zum Leben | sensation-TV |
| Der große Blasmusikwettbewerb | Grand Prix der Blasmusik | sensationTV.de |
| Der perfekte Tag | Großstadt-Cowboys | SpurenSuche |
| Die Akte Ackermann | Günstige Prognose | Stadtplan Jüdisches München - |
| Die Erfinder-Werkstatt | J ahrbuch der Münchner Ballett- | Die Stadt als Text |
| Die Fischwaid | Akademie der Hochschule für | u .A.w.g. - um Antwort wird gebeten |
| Die Kohle-Saga | Musik und Theater | W er tunt was |
| Die perfekte Woche | Joining Plastics - | Wie isst Deutschland? |
| Die Welt 50plus | Fügen von Kunststoffen | |
| DIGITAL_DENTAL.NEWS D D N | K argar trifft den Nagel | |

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 797 erscheint am 07.11.2006 **Anzeigenschluss:** 03.11.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 798 erscheint am 14.11.2006 **Anzeigenschluss:** 10.11.2006, 10 Uhr

**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

Chinesischer Fahrzeugbauer kopiert MAN-Bus „Starliner“

Man könnte meinen, hochmoderne deutsche Reisebusse führen durch China. Doch der Schein trügt. Was aussieht, wie ein Bus aus den Werkhallen des Nutzfahrzeugherstellers MAN, ist nur eine Kopie. Hergestellt wird das Plagiat, das unter dem Namen „A9“ durchs Land rollt, von Zonda, Chinas drittgrößter Unternehmensgruppe für Busse.

Der deutsche Hersteller MAN teilte jetzt mit, dass er vor einem Gericht in Peking Klage eingereicht hat. Zonda hätte Luxusreisebusse der MAN-Tochter Neoplan nachgebaut, lautet der Vorwurf. „Das ist ein absolut glasklarer Fall“, sagte Franz Neundlinger, Vizepräsident von MAN-China, laut Berichten des Spiegel. „Es handelt sich um einen ernsten Fall von Patentverletzung.“

Im Mittelpunkt des Rechtsstreits steht das Design des Modells „Starliner“, das MAN im Herbst 2004 auf der Automesse in Hannover erstmals der Öffentlichkeit vorstellte. Nur wenige Monate vergingen, bis im März 2005 ein gleich aussehendes Fahrzeug auf einer Bus-Schau in Shanghai präsentiert wurde. Bei dem Modell handelte es sich allerdings nicht um den

echten „Starliner“, sondern um eine Kopie namens „A9“, hergestellt vom Fahrzeugbauer Zonda aus der Provinz Jiangsu.

Das Unternehmen MAN, das im August 2005 das Design seines „Starliners“ in China erfolgreich schützen ließ, geht davon aus, dass Zonda bereits einige hundert dieser Busse verkauft hat. Und das zu einem sehr viel niedrigeren Preis als für die originalen „Starliner“ eigentlich gezahlt werden müsste. Angeblich ist der „A9“ bereits für 90.000 Euro zu haben, während man für den echten „Starliner“ in China rund 200.000 Euro zahlen soll.

Leidtragender der Fälschungsgeschichte ist vor allem der chinesische MAN-Partner Neoplan Youngman Jinhua, der die Lizenz für den Bau des „Starliners“ erworben hat und den Bus für den chinesischen Markt herstellen will. Er rechnet nun mit großen Verlusten. Neundlinger vermutet, dass die Chinesen die eindrucksvolle und preisgekrönte Form des „Starliner“ von Fotos abgekupfert haben.

Er erwartet, dass die chinesischen Richter die Produktion des „A9“ so schnell wie möglich stoppen und Zonda zu einer Entschädigung verurteilen. Der beschuldigte Autobauer erklärte, von einer Klage wisse

er nichts. Das Design des „A9“ habe man selbst entwickelt. Das chinesische Fahrzeugplagiat ist nun schon das zweite, das innerhalb von kürzester Zeit von sich reden macht. Kaum zwei Wochen ist es her, da sorgte eine

in China hergestellte Kopie des Kleinwagen SMART für Schlagzeilen. Das Plagiat sollte für den europäischen Markt bestimmt sein.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Rechtsstreit um Jugendkrimi: Die Drei ??? müssen umbenannt werden

Die jugendlichen Amateur-Detektive Justus, Peter und Bob aus der erfolgreichen Krimi-Serie „Die Drei Fragezeichen“ müssen jetzt in der Hörspielversion auf ihre berühmten Fragezeichen verzichten. Grund dafür ist ein Rechtsstreit zwischen dem Kosmos-Verlag, der die Jugendbücher herausbringt und der Sony BMG-Tochter Europa, die für die Hörspiele zuständig ist.

Laut einer Meldung der Süddeutschen Zeitung reklamiert Sony BMG die alleinigen Rechte für die Fortführung der Krimi-Reihe für sich. Der Kosmos-Verlag argumentiert dagegen, die Hamburger Hörspielproduzenten hätten nur die Veröffentlichungsrechte an

zehn Bänden der „Drei ???“ von den Erben des Autoren erworben. Der US-Journalist Robert Arthur hatte die Geschichten um die drei Detektive schon in den 60er Jahren geschrieben. Für eine endgültige Klärung muss das Düsseldorf Landgericht im Januar nächsten Jahres sorgen.

In der Zwischenzeit heißen die Drei ??? in der Hörspielversion „Die Dr3i“. Sogar die Namen der schlauen Teenies sollen geändert werden. Aus Justus Jonas und Peter Shaw werden - wie im amerikanischen Original - Jupiter Jones und Pete Censhaw. Ob sich die Fans der Kult-Serie damit identifizieren können, wird sich zeigen. (al)

Neue Markenstatistik abrufbar

Das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt hat eine neue Statistik der Gemeinschaftsmarken veröffentlicht.

Abrufbar sind die „Statistics of Community Trade Marks“ - Stand 30.09.06 - unter: www.habm.eu.int

**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

acc

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Abwandlungen.

**acc-media e.K.,
Sonnbornstraße 59, 40625 Düsseldorf**

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

Asia Life

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**W.P.T. Verlags GmbH,
Weinmarkt 1, 90403 Nürnberg**

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

primaSchenken pfadfinden

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Junior-Verlag GmbH & Co. KG,
Raboisen 30, 20095 Hamburg**

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

Wer tunt was

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Domsel-Consulting,
Flatenstraße 11, 68623 Lampertheim**

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

Schnelle Küche mit Stern

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

**Patentanwälte Findeisen Hübner Neumann Seerig,
Pornitzstraße 1, 09112 Chemnitz**

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

Die Akte Ackermann

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Titelkombination für alle Medien, insbesondere elektronische Medien einschließlich Multimediaanwendungen (Online- und Offline-Dienste) und sonstige Online-Medien sowie Druckerzeugnisse.

**Nieding+Barth Rechtsanwaltsaktiengesellschaft,
An der Dammheide 10, 60486 Frankfurt am Main**

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

Mathematik zum Anfassen Mein allerschönstes Weihnachtslied Wie isst Deutschland?

in allen möglichen Kombinationen, 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, DVD, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Bettina Krause Rechtsanwaltskanzlei,
Hauptstraße 42, 82327 Tutzing**

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

AOK benefIT

in allen möglichen Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Kombinationen, Wortverbindungen, Ergänzungen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen in allen Medien, insbesondere für Printmedien, Spiele, elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien, sowie CD-ROM, CD-I, DVD.

**wdv Gesellschaft für Medien
& Kommunikation mbH & Co. OHG,
Siemensstraße 6, 61352 Bad Homburg v.d.H.**

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:

Divadonna

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Tonträger aller Art und Musikwerke.

**Rechtsanwälte Frömming & Partner,
Dr. Endress Wanckel
Rothenbaumchaussee 3, 20148 Hamburg**

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

Joining Plastics - Fügen von Kunststoffen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Verlag für Schweißen und verwandte Verfahren
DVS-Verlag GmbH,
Aachener Straße 172, 40223 Düsseldorf**

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

Das deutsch-deutsche Geheimnis

in allen Schreibweisen und 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.

**Rechtsanwälte Junghans & Radau,
Lietzenburger Straße 99, 10707 Berlin**

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

augenzeugen TV Augenzeugen-TV augenzeugen.tv augenzeugenTV.de sensation TV sensation-TV sensation.tv sensationTV.de

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**DME Die Medien Experten GmbH & Co. KG,
Friedrichstraße 246, 10969 Berlin**

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

Grand Prix der Blasmusik Der große Blasmusikwettbewerb Blasmusik Champion Bayern (Blas-) Musik Festival

in allen möglichen Schreibweisen, Titelkombinationen und mit entsprechenden Untertiteln, Darstellungsformen, Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Zusammensetzungen und Schriftarten zur Verwendung für Film, Funk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Druckereierzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste, Online-Medien, Werbung, Promotion, Merchandising und Veranstaltungen.

**SCHOEPE FETTE PENNARTZ REINKE
Rechtsanwälte,
Beethovenstraße 14, 80336 München**

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

Damenwahl - Du bist raus u.A.w.g. - um Antwort wird gebeten Kargar trifft den Nagel Para-Comedy

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, sowie alle elektronische Medien, insbesondere auch Online- und Offline-Dienste (z.B. Internet), Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**MTV Networks GmbH & Co. OHG,
Stralauer Allee 7, 10245 Berlin**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Die Welt 50plus

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen und mit allen Untertiteln und Zusätzen, insbesondere für alle Medien, insbesondere Printmedien und Veranstaltungen.

**KW MEDIEN,
Moltkestraße 123-131, 50674 Köln**

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

Outcome

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, 15 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Energiestudie Gasstudie

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen in allen Medien, einschließlich elektronischen Medien, insbesondere auch Online und Offline Diensten, sowie für Messen, Kongresse, Fachtagungen und sonstige Veranstaltungen aller Art.

**GEITZ TRUCKENMÜLLER LUCHT,
Kriegsstraße 234, 76135 Karlsruhe**

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

Großstadt-Cowboys

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Abkürzungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen sowie entsprechenden Untertiteln für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, elektronische/digitale Medien einschließlich Multimediadienste (On- und Offline-Dienste/Internet) und Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie öffentliche und nichtöffentliche Veranstaltungen.

**Wilde & Beuger Rechtsanwälte,
Kaiser-Wilhelm-Ring 15, 50672 Köln**

Gemäß § 5 Absatz 3 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Gold Zeit zum Leben

Gold Das Magazin für die schönste Zeit des Lebens

Gold Das Magazin für Menschen im besten Alter

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

**BEITEN BURKHARDT
Rechtsanwalts-gesellschaft mbH,
Ganghoferstraße 33, 80339 München**

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

Liebe geht durch den Magen Die Erfinder-Werkstatt

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

**NORDEICH TV Produktions-GmbH,
Hans-Böckler-Straße 163, 50354 Hürth**

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 Kohle-Saga

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hoffmann und Campe Verlag GmbH,
Harvestehuder Weg 42, 20149 Hamburg**

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

Die Fischwaid

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Edition Marisol,
Apto. 1029, PT- 8801-908 Tavira/Luz**

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

Günstige Prognose

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

**Brehm & v. Moers Rechtsanwälte + Steuerberater,
Oberbaumbrücke 1, 20457 Hamburg**

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

Erfolgreich gärtnern mit dem Wissen aus der guten alten Zeit

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 Titelschutz in Anspruch für

SpurenSuche

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

**Südwestrundfunk, Anstalt des öffentlichen Rechts,
Am Fort Gonsenheim 139, 55122 Mainz**

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

Der perfekte Tag Die perfekte Woche

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

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

**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 einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für den Titel

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 Partnerschaft von Rechtsanwälten,
Rechtsanwalt Dr. Wolfgang Prinz,
Sachsenring 81, 50677 Köln**

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

essenz

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

**Port Media GmbH,
Senefelderstraße 14, 80336 München**

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

Der Gebäudesystemdesigner Kompetenzcenter- Gebäudesystemdesign

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, mit allen Zusätzen, Schriftarten, Kombinationen und Abwandlungen für sämtliche Medien, insbesondere Printmedien, elektronische Medien und Netzwerke, Ton-, Daten- und Bildträger.

**RA Thomas Weichslgartner,
Giesebrechtstraße 2 IV, 81669 München**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für meine Mandanten Renata Stih und Frieder Schnock Titelschutz in Anspruch für:

Stadtplan Jüdisches München - Die Stadt als Text

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen und Kombinationen, für alle Medien, Bücher und alle übrigen Printmedien, audiovisuelle Medien, elektronische Medien und Netzwerke, Rundfunk, Film, Fernsehen sowie Datenträger aller Art.

**Rechtsanwältin Dr. Miriam Kellerhals,
Holtzendorffstraße 7, 14057 Berlin**

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

Jahrbuch der Münchner Ballett- Akademie der Hochschule für Musik und Theater

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen zur Verwendung in allen Medien, insbesondere im Bereich Druckerzeugnisse.

**RAe Werner Luger Werner,
Brienner Straße 9, 80333 München**

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

EM-Planer EM-Planer 2008 EM-Wandplaner EM-Wandplaner 2008 Beijing 2008

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**in.takt musik und media marketing GmbH,
Münsterstraße 5, 59065 Hamm**

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:

DIGITAL_DENTAL.NEWS D D N

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Comcord GmbH,
Lindemannstraße 90, 40237 Düsseldorf**

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

ALLRADLER

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Martin Freyer & Volker Hamacher GbR,
Otto-Fischer-Straße 5, 50674 Köln**

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

Papa allein daheim

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

**NORDDEUTSCHER RUNDFUNK,
Rothenbaumchaussee 132, 20149 Hamburg**

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

Arceo

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Abwandlungen für Druckerzeugnisse, insbesondere Zeitschriften und elektronische Medien.

**RAe Allen & Overy LLP,
Kehrwieder 12, 20457 Hamburg**

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)
Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel: monatlich
Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare, Geschäftsführer u. Entscheider in Verlagen, Hörfunk- u. TV- Anstalten, Produzenten von audiovisuellen u. elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträgern, Software).
Bezugspreis: Jährlich € 80,- zzgl. USt. (inkl. Versand)
Für Empfänger aus dem o.g. Verkehrskreis kostenlos.

Preis für Titelschutzanzeigen:

Standard mit einem Titel € 150,00 ,
jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige
plus € 35,00 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,
Kösliner Weg 20, 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.

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: _____