

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Gesund oder mörderisch?: 51 neue Titel für den Medienmarkt

Berichten über die strittige Gesundheitsreform 2006 kann man in diesen Tagen kaum entgehen. Die Wahl- und Entscheidungsmöglichkeiten der Versicherten sollen erhöht werden. Von mehr Wirtschaftlichkeit, höherer Transparenz und stärkerem Wettbewerb zwischen den Krankenkassen wird gesprochen. Dass die Versicherten nicht einfach nur Mitglieder, sondern in erster Linie Kunden sind, haben die gesetzlichen Kassen schon lange erkannt. Auch die **BKK Nordrhein-Westfalen** nützt die Medien zur Kundenbindung. Im Printbereich plant man ein "BKK-Gesundheitsmagazin". Doch auch die Möglichkeiten des Internets werden mit "BKK-webTV" und "BKK-webRadio" ausgeschöpft. Dem wunderbaren Argument "Weil gesundblei-

ben, einfach gesünder ist" können wir nur aus vollem Herzen zustimmen. Mit den Problemen der Pflegeversicherung und ihrer Anwendung setzt sich der **GALA-Verlag** mit seinem "Pflegepraxis Magazin" fachlich auseinander. Ebenfalls im Dienste der Gesundheit rufen die **Patentanwälte Richter, Werdermann** zur "Volksdiät" auf und **Rechtsanwalt Joachim Fauth** vermittelt Ratschläge im Namen seiner Mandanten: "Geistig fit - so geht's ganz einfach".

Doch bei allen Sorgen um die Gesundheit, darf auch die Spannung nicht zu kurz kommen. Bei **Kabel 1** schleichen "Mörder in Seidenstrümpfen" umher. Der **Schünemann Verlag** droht mit "Gedankenmördern" und bei **RAin Bettina Krause** wird gar in "aller Unschuld" gemordet. (al)

Keine "Google-Adwords" für Anwälte

Das Landgericht München I hat jetzt zwei Anwälten die Nutzung von Adword-Werbung in der Suchmaschine Google verboten. Die beiden Kapitalrechtler betreiben eine Website zum Thema und buchten bei Google den Namen eines bestimmten Kapitalanlage-Fonds als Adword. Gab ein Internetnutzer den Fonds-Namen ein, erschien als erster Treffer der, als Anzeige ausgewiesene, Link zur Website der Anwälte.

Die Münchner Richter sahen in der Verwendung des Fondsnamens zwar keinen markenrechtlichen Verstoß, da die neueste Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs eine fremde Marke als Suchwort erlaubt, wenn das Suchwort als Hinweis auf den Inhalt der Internetseite verwendet wird. Mit dem Ständesrecht der An-

wälte ließe sich eine solche Werbung aber nicht vereinbaren. Es sei ein unzulässiges "Fischen nach Mandanten", da sich diese Werbung nicht mehr im Rahmen einer sachlichen Unterrichtung über das Dienstleistungsangebot der Anwälte bewege. Wer den Namen des Fonds in die Suchmaschine eingibt, wolle sich über den Fonds informieren und nicht über Rechtsanwaltsdienstleistungen. Auch bliebe zunächst unklar, dass es sich um Werbung von Rechtsanwälten handelt. Aufgrund dieser fehlenden Sachlichkeit wurde den Anwälten die "Adword"-Werbung in dem einstweiligen Verfügungsverfahren durch Endurteil verboten. (al)

*Urteil: LG München I vom 26.10.2006
AZ: 7 O 16794/06
(noch nicht rechtskräftig)*

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 Benutzungsrecherchen auch unter www.researcher24.de

21. Nov. 2006

Woche 47

Nr. 799

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 51 Titel

A llein unter Bauern	G edankenmörder Geistig fit - so geht's ganz einfach	Revelations - die letzte Offenbarung
B KK-Gesundheitslexikon	H ILFE, DAD ALLEIN ZU HAUS HILFE, EIN PATE OHNE NERVEN Hot Movie	S am's Lounge Music Sam's Night Music Schatziland Sherlock Holmes - Mörder in Seidenstrümpfen smarten my school SUE THOMAS - FBI
BKK-Gesundheitsmagazin BKK-Gesundheitstipp BKK-NRW-webRadio BKK-NRW-webTV BKK-webRadio BKK-webTV	K örper und Welten Letzter Ausweg wilder Westen	T arget Forum TfN TfN · Theater für Niedersachsen Theater für Niedersachsen
D as Familienradio Der Familiensender DER TEUFEL IN DIR - LYING IN WAIT Deutschmond Die Familienfunker Die Legende vom Silbersee Digital Advertising Solutions	M aimarkt Metropol Radio Maimarkt Metropol Radio Rhein-Neckar Metropol Radio Rhein-Neckar Mord in aller Unschuld	U rlaub - die schönste Jahreszeit
e ssen.one EVM - Erotik Video Magazin	O utdoor-TV	V errückt nach Clara Villa Vertigo Volksdiät
F amilienradio-Aktiv fanblock	P ersonal und Recht Zeitschrift für Personalverantwortliche Pflegepraxis Magazin R ED CAP - EINE FRAGE DER EHRE	W eil gesund bleiben einfach gesünder ist Y OU CAN COOK!

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 800 erscheint am 28.11.2006 **Anzeigenschluss:** 24.11.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 802 erscheint am 12.12.2006 **Anzeigenschluss:** 08.12.2006, 10 Uhr

**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

Medienmarken

Stiftung Warentest kämpft gegen „Test“-Marken.

Dem Markt mit „Test“-Zeitschriften wird eine gute Zukunft prognostiziert. Und wo Test drin ist, soll auch Test drauf stehen. Doch der Begriff ist heiß umkämpft - Ein Exempel für Medienmarken, denn im Kampf um die besten Begriffe ziehen die Verlage immer wieder alle Register. Protagonisten im Fall „Test“ sind die Stiftung Warentest und die Axel Springer AG. Die Drohungen mit Markenklagen wurden bereits öffentlich ausgesprochen, als auch nur das Gerücht eines neuen Titels aufkam. So kündigte beispielsweise der Chefredakteur Hubertus

Primus von Stiftung Warentest in verschiedenen Medien rechtliche Schritte an, falls „TestBild“ aus dem Hause Springer unter diesem Namen auf den Markt käme.

Seit ein paar Monaten ist es nun soweit: Derzeit läuft für die europäische Springermarke „TestBild“ ein Warentest-Widerspruch vor dem europäischen Markenamt. Eine gleichnamige deutsche Marke hatte die Axel Springer AG bereits löschen lassen. Doch auch gegen die deutsche „Test“-Marke (Registernummer: 30320703) von Stiftung Warentest ist inzwischen ein Löschungsantrag gestellt.

BILD-Überschrift verstößt gegen die guten Sitten

Die Medienmacher bei Springer haben die Vorteile des Markenrechts längst verinnerlicht. Zahlreiche Zeitschriftentitel wie Hörzu, Bild oder Die Welt sind nicht nur über den Titel abgesichert, sondern zusätzlich auch als Marke geschützt. Allein 250 deutsche Marken sind im deutschen Register für den Verlag gelistet.

Neben den zahlreichen Zeitschriftentiteln finden sich auch Markeneinträge wie „Wir sind Papst!“. Die Meinungsmacher von Bild haben die legendäre Überschrift bereits einen Tag nach Erscheinen u.a. für Mer-

chandisingartikel und Druckwerke zum deutschen Markenregister angemeldet (Registernummer: 305263 67), sind damit wegen eines Verstoßes gegen die öffentliche Ordnung bzw. die guten Sitten fehlender Unterscheidungskraft aber gescheitert. Ein Schutz als Marke ist damit genauso wenig möglich wie für Marken, die mit der Überschrift spielen; bei „Papst sind wir“ / Weltmeister werden wir“ zur Registernummer 3060 88 97 ist vermerkt: „Eintragung nicht möglich“.

Quelle: *markenbusiness.de*

Gattungsbegriffe: Markenjuristen beeinflussen Wörterbucheinträge

China ist zwar in aller Munde, ist jedoch nicht das einzige Land auf der Weltkarte der Produkt- und Markenpiraterie. Nach einer jüngst von der EU durchgeführten Umfrage bei Unternehmen haben die europäischen Piratenjäger neben dem Schwerpunkt im Reich der Mitte auch erhöhten Handlungsbedarf in Russland, der Ukraine, Chile und der Türkei ausgemacht. „Diese Länder haben sich gegenüber der EU verpflichtet, die höchsten Standards in Bezug auf die Durchsetzung der Rechte am geistigen Eigentum (RGE) einzuführen, müssen jedoch ihre Anstrengungen erheblich steigern sowie gravierende Mängel beheben“, so das Ergebnis der Studie.

In dem Papier konnten die Ergebnisse aus 41 Ländern, von Argentinien über den Libanon und Macao bis zu Saudi Arabien, Südafrika und Vietnam ausgewertet werden. Der Wert der Studie liegt u.a. in einem Einblick in die jeweiligen Eigenhei-

ten sowie den Vergleichsmöglichkeiten in Sachen Verletzung Geistigen Eigentums. Per Fragebogen wurden Gegenmaßnahmen im Pirateriefall sowie Reaktionen seitens der nationalen Behörden erfasst. Nach der Eigenbeschreibung gibt die Umfrage einen „detaillierten Überblick über den derzeitigen Stand der RGE-Durchsetzung in den einzelnen Ländern mit einer Beschreibung der verfügbaren Maßnahmen gegen die Rechtsverletzungen sowie der wirksamsten Mechanismen und der bewährten Verfahren zu ihrer Bekämpfung. Weiterhin enthält die Umfrage umfangreiche Informationen über die Probleme, mit denen sich EU-Rechteinhaber in Drittstaaten konfrontiert sehen.“

Studie ist Grundstein einer EU-Kampagne zur Pirateriebekämpfung

In einem 232-seitigen englischsprachigen „Full Survey Report“ können die gestellten Fragen, die Zahl der Antworten

und auch die Antworten für jedes Land nachgelesen werden. Zweifel bestehen lediglich, ob die Antworten valide sind, teilweise beschränkte sich der Rücklauf auf 1 (Weißrussland, Kongo) oder 2 (Vietnam, Kolumbien) Antworten.

Die Umfrage bildet den Grundstein der vor gut einem Monat gestarteten EU-Kampagne zur Pirateriebekämpfung. Unter dem Schlagwort „das Globale Europa“ widmet sich der EU-Kommissar Mandelson einer Strategie für außenwirtschaftliche Wettbewerbsfähigkeit. Aufgrund der zunehmenden Nachrichtendichte in Sachen europäische Pirateriebekämpfung liegt nahe, dass es sich bei den jetzigen Anstrengungen um mehr handelt, als nur Lippenbekenntnisse. Für den 8. November wird beispielsweise ein Besuch Mandelsons beim chinesischen State Intellectual Property Office vermeldet. Hoffnung besteht auch, weil die große Mehrzahl von Verletzungen

Geistigen Eigentums ein innerchinesisches Problem sind.

Hauptaugenmerk auf Markenpiraterie

Immerhin zwei Drittel der in die EU verbrachten nachgeahmten Waren kommen schätzungsweise aus China. Als Datenbasis in der Studie dienten die Antworten von 41 Unternehmen und Institutionen. Auch bei dieser gewiss nicht repräsentativen Umfrage wird deutlich, dass hier das Hauptaugenmerk mit 33 genannten Fällen derzeit auf Markenpiraterie liegt, während Urheberrechtsverletzungen nur 18 mal, Designverletzungen nur 15 mal, Patentverletzungen nur 14 mal genannt wurde. In 2 Fällen geht es um Handelsgeheimnisse, in einem weiteren Fall um geographische Herkunftsangaben. Allgemein wettbewerbswidriges Verhalten kommt hinzu.

Quelle: *markenbusiness.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:

Sam's Night Music

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Sam's Park Gaststätten GmbH & Co. KG,
Königsallee 28, 40212 Düsseldorf**

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

Sam's Lounge Music

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Entipa Restaurant Konzepte GmbH,
Königsallee 27, 40212 Düsseldorf**

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

Körper und Welten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Bühnenwerke.

**Theater aus dem Bauch,
Dorfplan 7, 98693 Ilmenau-Roda**

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

Outdoor-TV fanblock

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**L-TV Multimedia,
Baacher Hauptstraße 39, 71364 Winnenden**

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

Die Legende vom Silbersee

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Film und Fernsehen.

**ASL Animationsstudio
Ludewig GmbH & Co. 1. Filmproduktion KG,
Alter Teichweg 15, Haus C, 22081 Hamburg**

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

EVM - Erotik Video Magazin Hot Movie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**GLM KFT,
Fö ut 40, H - 9226 Dunasziget / Ungarn**

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

Maimarkt Metropol Radio Maimarkt Metropol Radio Rhein-Neckar Metropol Radio Rhein-Neckar

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, 15 MarkenG nehmen wir im Auftrag unserer Mandantin für Druckereierzeugnisse, 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:

Volksdiät

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

**Patentanwälte
Richter, Werdermann, Gerbaulet & Hofmann,
Neuer Wall 10 II, 20354 Hamburg**

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:

Schatziland

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 einschl. Multimediadienste (On- und Off-line-Dienste/Internet) und Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie öffentliche und nichtöffentliche Veranstaltungen.

**Tommy Jaud,
Händelstraße 25-29, 50674 Köln**

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

Personal und Recht Zeitschrift für Personalverantwortliche

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

**Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH,
Kasernenstraße 67, 40213 Düsseldorf**

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

TfN Theater für Niedersachsen TfN · Theater für Niedersachsen

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.

**Theater für Niedersachsen GmbH i.G.
vertreten durch den Direktor
für Marketing und Vertrieb
Herrn Christian Gundlach
c/o Landesbühne Hannover,
Bultstraße 7-9, 30159 Hamburg**

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

Pflegepraxis Magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**GALA-Verlag & PflegeMedia,
Wörther Straße 38, 10435 Berlin**

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

BKK-Gesundheitstipp BKK-Gesundheitsmagazin Weil gesund bleiben einfach gesünder ist BKK-webTV BKK-webRadio BKK-NRW-webTV BKK-NRW-webRadio BKK-Gesundheitslexikon

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Zusätzen, allen Arten der graphischen Gestaltungen, Kombinationen und Wortverbindungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, Film, Rundfunk und Fernsehen, Stadion TV einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film- und Tonwerke, Tonträgerpromotion, Audiotexte, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (MiniDisc), CD-ROM, CDs, CD-R, CD-I, Domains und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, digitale und elektronische Medien und Netzwerke, z.B. Internet, Intranet, Extranet, einschließlich Offline- und Online-Dienste, sämtliche sonstigen Daten- und Kommunikations-Dienste und -Netze u.ä. für alle Druckerzeugnisse insbesondere Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form.

**BKK Landesverband Nordrhein-Westfalen,
Kronprinzenstraße 6, 45128 Essen**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

essen.one

in allen Schreibweisen für alle Medien.

**Rechtsanwälte Peters & Busacker,
Groot Enn 4, 21149 Hamburg**

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

Target Forum

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Fromm & Fromm GmbH,
Achtern Felln 26, 25474 Hasloh**

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

smarten my school

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 Titelschutz in Anspruch für:

YOU CAN COOK!

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

**Basta! Entertainment Film- und Fernsehproduktion,
Schillerstraße 1, 68723 Schwetzingen**

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

Das Familienradio Der Familiensender Die Familienfunke Familienradio-Aktiv

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BüroZwei Werbe- und Vertriebsgesellschaft mbH,
Senserstraße 8, 81371 München**

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

Geistig fit - so geht's ganz einfach Urlaub - die schönste Jahreszeit

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

**Rechtsanwalt Joachim Fauth,
Wilhelm-Blos-Straße 62, 70191 Stuttgart**

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

Letzter Ausweg wilder Westen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Off-Line- und On-Line-Dienste einschließlich Web-Page-Auftritte).

**RAe Brehm & v. Moers,
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2,
Spreepalais am Dom, 10178 Berlin**

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

Mord in aller Unschuld

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

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

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:

Gedankenmörder

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Schünemann Verlag,
Zweite Schlachtpforte 7, 28195 Bremen**

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

Villa Vertigo

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**S-Procurement KG,
Im Freihafen 9, 47138 Duisburg**

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

Verrückt nach Clara

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Allein unter Bauern

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Digital Advertising Solutions

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Zeitschriften und sonstige Druckerzeugnisse, Online-Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen.

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

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

DER TEUFEL IN DIR - LYING IN WAIT

**Sherlock Holmes -
Mörder in Seidenstrümpfen**

HILFE, DAD ALLEIN ZU HAUS

HILFE, EIN PATE OHNE NERVEN

Revelations - die letzte Offenbarung

RED CAP - EINE FRAGE DER EHRE

SUE THOMAS - FBI

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

**K1 Kabel 1 Fernsehen GmbH,
Betastraße 10, 85774 Unterföhring**

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

Deutschmond

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

**Robert Makowski,
Knesebeckstraße 93, 10623 Berlin**

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-/Seiteanzeigen: 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 elektroni-

sehen 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, 22850 Norderstedt

© 2006 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Ver-

lag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder Vervielfältigen-

gen, 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 Anzei-

gen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmi-

gung.



Produktpiraterie - Marken im Kampf gegen Plagiate

aus der Rubrik Firma
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 Bezugsjahres 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