

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, digitale Medien, Hörfunk, TV und Film

## Neuer Lebensstil oder einfach Konsum? 56 neue Titel für den Medienmarkt

Die schnelle Anpassung an neue Trends und Märkte ist eine Grundvoraussetzung für das wirtschaftliche Überleben. Die Mandanten der Rechtsanwälte **Wilde & Beuger** machen's vor: Sie schützen sich „Lohas TV“ und „Lohas - Das Magazin“.

Lohas ist die Kurzform für Lifestyle of Health and Sustainability. Gemeint ist damit ein neuer Lebensstil, der sich auf Gesundheit und Nachhaltigkeit ausrichtet. Für den Menschen bedeutet Lohas eine Umkehr der Lebensweise hin zu Selbsterkenntnis, Gesundheit und ökologischer Nachhaltigkeit im Umgang mit der Umwelt. Für die Wirtschaft bedeutet dieser neue Konsumententyp eine Abkehr von Fast-Food und Cluburlaub und eine stärkere Nachfrage nach gesundheitlich und ökonomisch sinnvollen Produkten und Dienstleistungen. Das umfasst Bio-Lebensmittel ebenso wie Outdoor-Angebote oder Vermögensanlagen wie der Natur Aktien Index. Die Begriffe Ökologie und Nachhaltigkeit stehen sicherlich für ein großes Wachstumspotential, doch für den schnöden

Luxus bleibt noch genügend Raum. Darauf setzen auch die Rechtsanwälte **TaylorWessing** mit den Titeln „Pure Luxury“ oder einfach „Best of“.

Die **VVA Kommunikation** möchte dem verwirrten Konsumenten mit „Einkaufen in Hamburg“ und dem „get local!“-Guide hilfreich zur Seite stehen. Während die „Poker Lounge“, geschützt von der Kanzlei **BeutlerMeinking**, Spannung bietet, zur Finanzierung von Shoppingtours aber nicht herangezogen werden sollte.

Lachen dagegen ist kostenlos, gesund, ökologisch unbedenklich und ganz sicher nachhaltig. Daher empfiehlt es sich bei **SAT.1** vorbei zu schauen und sich von den „Meistern der Comedy“ die Welt erklären zu lassen. Oder buchen Sie doch einfach „Einmal Glück und zurück“ bei den Mandanten von Rechtsanwältin **Bettina Krause**.

Wie Sie auch „nackt gut aussehen“ oder wer auf Traumwelten setzt, das erfahren Sie auf den folgenden Seiten. (al)

## Internetmagazin „Der Perlentaucher“ darf weitermachen

Der Perlentaucher ([www.perlentaucher.de](http://www.perlentaucher.de)) versteht sich als größtes Kulturmagazin im deutschsprachigen Internet. Das Angebot umfasst täglich aktualisierte Presseschauen auf die interessantesten Themen in deutschen Feuilletons. Zudem werten die Perlentaucher Buchrezensionen der sechs größten deutschen Zeitungen aus und verfassen Inhaltsangaben, sogenannte „abstracts“.

Gegen die Verbreitung dieser abstracts und vor allem gegen den Weiterverkauf der Texte an Internet-Bookshops hat die Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) eine Unterlassungsklage vor dem Landgericht Frankfurt angestrengt. Schließlich bietet die FAZ ihre Texte selbst gegen Entgelt im Online-Archiv „[www.faz-archiv.de](http://www.faz-archiv.de)“ an.

Doch nach Ansicht der Frankfurter Richter verstößt die Verbreitung selbst erstellter „abstracts“ weder gegen das Urheberrecht des Rechteinhabers FAZ, noch gegen das Wettbewerbs- oder das Markenrecht. Es handle es sich um eine Sekundärnutzung urheberrechtlich geschützter Textvorlagen - also der Originalrezensionen

der FAZ - in eigengestalteten Kurzfassungen, die lediglich dazu dienen den Leser über den wesentlichen Inhalt der Originaltexte zu informieren. An einer 1:1-Dokumentation von Textauszügen fehle es hier. Übernommen werden allenfalls kleine Teile der Originalkritiken wie einzelne Wörter, Sätze oder Satzteile, bei denen der Urheberrechtsschutz grundsätzlich daran scheitert, dass sie keinen ausreichenden Raum für die Entfaltung von Individualität bieten.

Auch eine Markenrechtsverletzung lehnte das Gericht ab. Das geschützte Kennzeichen „FAZ“ werde nur rein inhaltsbeschreibend verwendet. Mit der Überschrift „Notiz zur FAZ vom...“ werde vom Perlentaucher nur klargestellt, dass für die erstellten Zusammenfassungen Texte aus der FAZ verwendet wurden.

Die Parallelklage der Süddeutschen Zeitung gegen den Perlentaucher wurde ähnlich entschieden. (al)

### LG Frankfurt

Urteil vom 23.11.2006  
AZ.: 2-03 O 172/06  
(nicht rechtskräftig)

## Die 56 neuen Titel dieser Woche

<b>360 Live</b>	<b>F</b>	<b>L</b>	<b>S</b>
<b>A</b>	Familienarena	Learning by playing.	Sprechen Sie Deutsch?
Aber bitte mit Sahner...	Female Security - Tödliche Stille	Leutkirch hat was	Superstars des modernen Heimatfilms
<b>B</b>	Fitness fürs Gehirn	Lohas - Das Magazin	<b>T</b>
Baden-Baden geht aus!	<b>G</b>	Lohas TV	Tierarzt Dr. Dreesen
Bea - immer dabei	Gastgewerbekalender	<b>LUXURY</b>	Traumwelt
Berlin up to date	get local! hamburg a	<b>M</b>	Treppenlift Händler- und Firmenverzeichnis Deutschland
BEST OF	newscomer's guide	Marie und Leon, die Familie im Wandel	<b>U</b>
Bewegungstherapie impuls	to the city	- so geht es auch.	und sein Hirn flog
Business and Diplomacy	<b>GUT GEMACHT!</b>	Mein Hausarzt	Lichtgeschwindigkeit
<b>D</b>	<b>H</b>	Meister der Comedy... erklären die Welt!	Unser Hausarzt
Das Erziehungscamp -	Hand aufs Herz	Missing -	Unsere Gesundheit
Jugendliche kurz	Himmel oder Hölle	Verzweifelt gesucht	<b>W</b>
vor dem Knast	Hüllenlos - auch nackt	<b>MyFame</b>	Wein - Die große
Das wilde Tümpelrennen	gut aussehen	<b>O</b>	Enzyklopädie
Der kleine Hundekönig	<b>I</b>	O sieben	win-die Wocheninfo
Der Kraftlehrgang	Im Namen des Volkes	Oberland sieben	<b>Z</b>
<b>E</b>	Immo Idealplan	<b>P</b>	Z wie Zukunft
Einkaufen in Hamburg	<b>K</b>	Planet Lohas	Zeitreise Kassel in Bildern
EINMAL GLÜCK	Kunstlicht	Poker Lounge	zwischen Kaiserreich und
UND ZURÜCK	Küss mich, Genosse!	<b>PURE LUXURY</b>	Wirtschaftswunder
Endlich Schluss mit			
Rückenschmerzen			

## Die nächste Ausgabe erscheint am

### Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

12.12.2006, Woche 50, Nr. 802  
Anzeigenschluss: 08.12.2006, 10 Uhr

### Der Titelschutz Anzeiger

19.12.2006, Woche 51, Nr. 803  
Anzeigenschluss: 15.12.2006, 10 Uhr

**Top News aus Werbung,  
Marketing und Medien**

**[www.new-business.de](http://www.new-business.de)**

## Verständnisschwierigkeiten: Englische Claims in der Werbung

Mit Schrecken werden wohl einige Marketingexperten auf die neue Studie der Agentur Endmark zur Verständnisfähigkeit englischsprachiger Claims in Deutschland reagieren. Denn „Schüttel den Euro zum Fliegen“ ist wohl kaum die Interpretation, die sich Air Berlin bei dem Slogan „Fly Euro Shuttle!“ vorgestellt hatte. Auch die Übersetzung „ein imposantes Nichts“ für den Adidas-Slogan „impossible is nothing“ ist zweifellos nicht im Sinne des Erfinders.

Die **Agentur Endmark** ([www.endmark.de](http://www.endmark.de)) beschäftigt sich seit ca. fünfzehn Jahren mit Benennungsmarketing, der Entwicklung

wurden über eintausend Männer und Frauen im Alter zwischen 14 und 49 Jahren. Die Interviews fanden in Hamburg, Köln, Leipzig und München statt.

Am besten schnitt dabei Ford mit dem Claim „Feel the difference“ ab: Immerhin verstanden 55% der Befragten, dass sie den „Unterschied erleben“ sollten. Es kam aber auch zu Erklärungsversuchen wie „fühle das Differenzial“ oder „ziehe die Differenz ab“. Nur 24% erkannten mit „One of life's pleasure“ Mars-Riegel als Annehmlichkeit des Lebens an. Einige interpretierten gar: „Ohne Leben bitte“. Als besonders schwierig erwies sich der Jaguar-Slo-

gan „Life by Gorgeous“. Mehrheit als „gut“ bewertet, die aber von der derselben Mehrheit gar nicht verstanden wurden.

Für **Bernd Samland**, Geschäftsführer von Endmark, ist dies aber kein Widerspruch. Wie beim „Popmusik-Effekt“ werden auch Songs oft von Menschen

gekauft, die den Text nicht verstehen. „Allerdings ist es fatal, daraus die Schlussfolgerung ziehen, die wörtliche Bedeutung eines Claims wäre generell egal“, betont Samland, „denn wenn Missverständnisse die Positionierung und Wahrnehmung des Produkts verändern, geht dies zu Lasten des Verkaufserfolges“. (al)

## Weitere Klage gegen Google

Der französische Produzent des 2004 herausgekommenen Dokumentarfilms „The world according to Bush“ und Geschäftsführer der Firma **Flach Film Jean-François Lepetit** verklagt die Suchmaschine **Google** wegen Urheberrechtsverletzung. In der vor dem Pariser Handelsgericht eingereichten Klage wirft er Google France und Google Inc. vor, seinen Dokumentarfilm kostenfrei und ohne Erlaubnis über Google Video France in voller Länge ausgestrahlt zu haben.

Der Film sei in kurzer Zeit rund 43.000 Mal angeklickt worden, sagte Lepetit, der nun Schadensersatz fordert.

Er betonte, dass Google als Verbreiter des Films zur Verantwortung zu ziehen sei. Weiterhin sagte er, dass sich sein Vorgehen nicht generell gegen den Filmvertrieb im Internet richte, da er seinen Film selbst über die Seite Editions Montparnasse anbiete. Er wolle sich jedoch dafür einsetzen, dass der Aufbau legaler Angebote durch Vorgehensweisen wie die von Google nicht behindert werde. Mit dem Verfahren will Lepetit ein Exempel statuieren. Urheberrechtsklagen gegen Videoportale wie Google Video oder Youtube häufen sich.

Quelle: [markenbusiness.de](http://markenbusiness.de)



**Bernd Samland**

von Namen, Claims und Bezeichnungssystemen. Die Frage, wie englische Werbebotschaften eigentlich vom Konsumenten verstanden werden, lag also nahe. Wie die erste Studie im Jahr 2003 zeigte auch die aktuelle Befragung deutlich: Englische Slogans führen beim deutschen Verbraucher zu vielen Missverständnissen. Befragt

wurden über eintausend Männer und Frauen im Alter zwischen 14 und 49 Jahren. Die Interviews fanden in Hamburg, Köln, Leipzig und München statt.

Am besten schnitt dabei Ford mit dem Claim „Feel the difference“ ab: Immerhin verstanden 55% der Befragten, dass sie den „Unterschied erleben“ sollten. Es kam aber auch zu Erklärungsversuchen wie „fühle das Differenzial“ oder „ziehe die Differenz ab“. Nur 24% erkannten mit „One of life's pleasure“ Mars-Riegel als Annehmlichkeit des Lebens an. Einige interpretierten gar: „Ohne Leben bitte“. Als besonders schwierig erwies sich der Jaguar-Slo-

## Städte können auch eine „.info“-Domain einklagen

Was für die Top-Level-Domain „.de“ gilt, kann auch auf „.info“ angewendet werden. Das hat der Bundesgerichtshof festgestellt. Die Verwendung des Namens einer Stadt bzw. einer Gebietskörperschaft ohne weitere Zusätze als „.info“-Domain durch einen Dritten, der kein

Recht zur Namensführung hat, stellt eine unberechtigte Namensanmaßung dar. Die Stadt Solingen hatte sich mit diesem Urteil gegen den Betreiber der Website „solingen.info“ durchgesetzt. (al)

**Bundesgerichtshof**  
AZ.: I ZR 201/03

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

**Einkaufen in Hamburg  
get local!  
hamburg a newscomer's  
guide to the city  
Baden-Baden geht aus!**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

**Küss mich, Genosse!  
Meister der Comedy...erklären die Welt!**

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 eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

**Hüllenlos - auch nackt gut aussehen**

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line- und On-Line-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Poll Straßer Ventroni Feyock Rechtsanwälte,  
Oberanger 30, 80331 München**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 1 und 3 MarkenG nehmen wir für Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

**Mein Hausarzt  
Unser Hausarzt  
Unsere Gesundheit**

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten und Zusätzen für alle Printmedien und Druckerzeugnisse.

**NÖRR STIEFENHOFER LUTZ  
Rechtsanwälte Steuerberater  
Wirtschaftsprüfer · Partnerschaft,  
Brienner Straße 28, 80333 München**

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

**Immo Idealplan**

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 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 Druckerzeugnisse.

**Minoggio Rechtsanwälte,  
Südring 14, 59065 Hamm**

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

**Traumwelt**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, 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 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.

**media Verlagsgesellschaft mbH,  
Moosweg 17-19, 88175 Scheidegg**

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

## Der Kraftlehrgang

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwälte Ellmer & Bengsch-Ellmer,  
Burgmauer 4, 50667 Köln**

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

## MyFame

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

**DEAG Deutsche Entertainment AG,  
Potsdamer Straße 58, 10785 Berlin**

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

## win-die Wocheninfo

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

**Rechtsanwälte Senger, Reimann, Kunzmann,  
Podbielskistraße 158, 30177 Hannover**

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

## Marie und Leon, die Familie im Wandel - so geht es auch. Learning by playing.

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Claudia Doujak, Ester Goethe,  
Twiete 4, 22113 Oststeinbek**

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

## Zeitreise Kassel in Bildern zwischen Kaiserreich und Wirtschaftswunder

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**B & S Siebenhaar Verlag,  
Tempelhofer Ufer 23-24, 10963 Berlin**

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

## Aber bitte mit Sahner...

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen und/oder Zusätzen und Zusammensetzungen in allen Medien, insbesondere Ton- und Bildton- und Datenträger jeder Art, Film, Hörfunk, Fernsehen, Druckwerke, Zeitschriften, Bücher, Software, Off-Line und On-Line Dienste und Veranstaltungen sowie Dienstleistungen aller Art.

**NBC Universal Global Networks Deutschland GmbH,  
Theresienstraße 47 a, 80333 München**

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

## Himmel oder Hölle

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild, Ton- und Datenträger aller Art, sowie elektronische und digitale Medien, insbesondere auch Off- und Onlinemedien.

**probono Fernsehproduktion GmbH,  
Krebsgasse 5 - 11, 50667 Köln**

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

### **Business and Diplomacy**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Zeitschriften und alle übrigen Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Online-Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen.

**Frank Schüttig,  
Kadettenweg 76, 12205 Berlin**

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

### **Der kleine Hundekönig Das wilde Tümpelrennen**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BRINK & PARTNER Rechtsanwälte,  
Rathausstraße 1, 24937 Flensburg**

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

### **Lohas TV Planet Lohas Lohas - Das Magazin**

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 Offline-Dienste/Internet) und Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie öffentliche und nichtöffentliche Veranstaltungen.

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

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

### **LUXURY PURE LUXURY BEST OF**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien national und international, insbesondere für Printmedien und elektronische Medien und in allen Darstellungsformen.

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

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

### **Bea - immer dabei**

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildträger, 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 Offline- und Online-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.

**advotec. Böck · Tappe · v. d. Steinen · Weigand,  
Patent- und Rechtsanwälte,  
Kantstraße 40, 97074 Würzburg**

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

### **Sprechen Sie Deutsch? Im Namen des Volkes Familienarena**

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (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 Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**GRUNDY Light Entertainment GmbH,  
Siegburger Straße 215, 50679 Köln**

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

### **Leutkirch hat was**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Schwäbischer Verlag GmbH & Co. KG Drexler, Gessler,  
Rudolf-Roth-Straße 18, 88299 Leutkirch**

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

### **Bewegungstherapie impuls**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**impuls e.V.,  
Fleetrade 78, 28207 Bremen**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für unsere Mandantin, die Berlin Tourismus Marketing GmbH, Am Karlsbad 11, 10785 Berlin, Titelschutz in Anspruch für:

### **Berlin up to date**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für periodische Druckschriften sowie für alle sonstigen Medien.

**Anwaltssozietät BOEHMERT & BOEHMERT,  
Meinekestraße 26, 10719 Berlin**

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

### **Treppenlift Händler- und Firmenverzeichnis Deutschland**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**A. Baumann Medienverlag GmbH,  
Sonnhalde 114, 79194 Gundelfingen**

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

### **Tierarzt Dr. Dreesen**

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 für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

### **Poker Lounge**

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen sowie als sonstige Geschäftsbezeichnung für alle Medien, insbesondere Funk und Fernsehen, Printmedien und elektronische Medien einschließlich Internet, Off- und Online-Services, bespielte Ton- und Bildtonträger, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen aller Art.

**BeutlerMeinking Rechtsanwälte,  
Magdalenenstraße 26, 20148 Hamburg**

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

### **Female Security - Tödliche Stille Missing - Verzweifelt gesucht**

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

### **GUT GEMACHT!**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und geografischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Telekommunikationsdienstleistungen.

**BELLEVUE AND MORE GmbH,  
Alsterufer 1, 20354 Hamburg**

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

## **O sieben Oberland sieben**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Mitscherlich&Partner,  
Sonnenstraße 33, 80331 München**

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

## **Gastgewerbekalender**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**t.o.m.s Verlagsgesellschaft, Fluch und Hanusch GbR,  
Unter den Linden 12, 10117 Berlin**

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

## **Fitness fürs Gehirn**

- 777 geniale Kreuzworträtsel, Bilderrätsel, Denkaufgaben, Ratekrimis und andere Spiele, die Ihre grauen Zellen auf Trab halten

**Superstars des modernen Heimatfilms**

**Wein - Die große Enzyklopädie**

**Endlich Schluss mit Rückenschmerzen**

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:

## **360 Live**

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckerzeugnisse aller Arten und Formen, Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, CD-ROM, DVD, CD-I, Off-line- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien, Internet, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Unterhaltungsshow, Events, Musikdarbietungen sowie Bühnenshow, weiterhin Dienstleistungen, Merchandising in jeglicher Form.

**Airmotion GmbH,  
Tassiloplatz 7, 81541 München**

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

## **Das Erziehungscamp - Jugendliche kurz vor dem Knast**

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line- und On-Line-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Poll Straßer Ventroni Feyock Rechtsanwälte,  
Oberanger 30, 80331 München**

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

## **Hand aufs Herz Kunstlicht EINMAL GLÜCK UND ZURÜCK Z wie Zukunft**

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**

**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.) PS  
 Redaktion: Angela Lautenschläger (AL), -61  
 verantwortlich  
 Ralf Deppe (RD), -80  
 Tielschutzanzeigen: Angela Lautenschläger (AL), -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 und Entscheider in  
 Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten,  
 Produzenten von audiovisuellen,  
 digitalen und elektronischen Medien  
 (Film, Fernsehen, Video, Tonträger,  
 Software).

Bezugspreis: Für Empfänger aus dem o.g.  
 Verkehrskreis kostenlos.  
 p.a. 80,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.  
 (Ausland: zzgl. Versandkosten)

Preis Titelschutzanzeige: Standard mit einem Titel 150,- Euro  
 jeder weitere Titel innerhalb einer  
 Anzeige plus 35,- Euro 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 syste-  
 matischen 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 Bezugsjahres schriftlich kündige.

### New Business Verlag GmbH & Co. KG

Postfach 70 12 45 • 22012 Hamburg

Birgit Jessen

Telefon 040/60 90 09-62

Fax 040/60 90 09-66

jessen@new-business.de

# Zeitungen öffnen den Zugang zu jedem Haushalt

2006 **new business** REPORT  
REGIONALE TAGESZEITUNGEN



## Der aktuelle **new business** REPORT REGIONALE TAGESZEITUNGEN 2006

liefert in acht Kapiteln auf 148 Seiten einen umfassenden Überblick über diesen Markt. Die Autoren aus Verlagen, Agenturen und Marktforschung geben die aktuellen Trends und den Stellenwert im Handel, bei Marken und bei den Konsumenten weiter. Verlage stellen u.a. ihre Instrumente der Kundenbindung und der Neukundengewinnung vor. Zur Bedeutung der regionalen Tageszeitungen als Werbeträger kommen Kreative und Planer aus Agenturen zu Wort.

**Jetzt bestellen!**

**Fax 040/60 90 09-66**



Ja, ich bestelle

Exemplare new business REPORT REGIONALE TAGESZEITUNGEN 2006 zum Preis von je € 25,- zzgl. USt und Versand.

Firma

Name, Vorname

Funktion

Telefon/Fax

Straße

Postleitzahl, Ort, Land

Mail

Datum, Firmenstempel, Unterschrift

New Business Verlag GmbH & Co. KG, Postfach 70 12 45, 22012 Hamburg  
Fon: 040/60 90 09-65, Fax: 040/60 90 09-66, Mail: abo@new-business.de

TSA