

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Medizinisches Allerlei für die Medien

„In der ersten Hälfte unseres Lebens opfern wir unsere Gesundheit, um Geld zu erwerben, in der zweiten Hälfte opfern wir unser Geld, um die Gesundheit wiederzuerlangen“. Zu dieser Erkenntnis gelangte schon der französische Philosoph Voltaire und umschreibt damit die Dynamik eines wachsenden Gesundheitsmarktes. Ob als Ratgeber, Fachliteratur oder Fernsehformat, das Thema Gesundheit bietet Umsatzpotenzial, ab April sogar als Vollprogramm im Spartensender DGF - Deutsches Gesundheitsfernsehen.

Auch die heutige Ausgabe des Titelschutz Anzeigers zeigt sich gesundheitsbewusst: **Dr. Jürgen Hower** arbeitet an einem „Kinderarzt-Telegramm“ und

die Mandanten der **Luther Rechtsanwalts-gesellschaft** veröffentlichen den „Dialyseratgeber“ und das „NierenABC“. „Inside“ be-gibt sich das Psychologie-Magazin bei **Boehmert & Boehmert** und beantwortet Fragen zur „Psychologie im Alltag“. Für Informationen und Diskussionsstoff in der Naturheilkunde sorgen **Renate Pfeiffer-Wehner** und **Joachim Küster** mit ihrem „Apotheken Forum Naturheilkunde“. Die **Gesellschaft für Marketing und Werbung** führt einen „dialogDENTALE“ und entwickelt einen „dentalFRIENDfinder“. Zu guter Letzt titelt **Jan Weber**: „Umsonst ist nur der Tod“. Doch, wie schon der Volksmund sagt, auch der kostet uns schließlich das Leben. (al)

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Keine „Schweini“-Wurst in Bayern	2
Marktverwirrung um „3..2..1 meins!“	3
Buchhandel und Verlage gegen Piraterie	3
Titelschutzanzeigen: 55 neue Titel geschützt.....	4-8
Impressum	9

Neuerscheinung: Schneller Einstieg ins Medienrecht



„Das Medienrecht ist eine juristische Disziplin, in der wie in kaum einem anderen Bereich hergebrachte Inhalte mit neuen Anforderungen der Lebenswirklichkeit in Einklang gebracht werden müssen“. So leiten die Professoren Dr. Dieter Dörr und Dr. Rolf Schwartzmann ihren frisch im Verlag C. F. Müller erschienenen Titel „Medienrecht“ ein. Die beiden Autoren wissen um die Komplexität dieses Rechtsgebiets. Dörr ist Inhaber des Lehrstuhls für Öffentliches Recht, Völker- und Europarecht sowie Medienrecht an der Gutenberg-Universität Mainz und Vorsitzender der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Me-

dienbereich. Schwartzmann lehrt internationales und öffentliches Wirtschaftsrecht an der Fachhochschule Köln und ist Leiter der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht. Gemeinsam haben die beiden auf 164 Seiten einen Einstieg für Studierende in dieses vielschichtige Rechtsgebiet vorgelegt. Doch was Studenten einarbeiten soll, ist auch dem Medienpraktiker von Nutzen. Das Buch bietet einen schnellen Zugriff auf das gesamte Medienrecht, wobei der Schwerpunkt auf dem nationalen öffentlich-rechtlichen Bereich liegt. Besonders sinnvoll für den Praktiker ohne juristische Vorkenntnisse: Zu jedem Abschnitt wird ein kurzes und prägnantes Fazit gezogen und ein Glossar erläutert die jeweils wichtigsten Fachbegriffe. Übungsfragen machen mit Hilfe von Fallbeispielen die praktische Anwendung der medienrechtlichen Regeln deutlich.

„Medienrecht“ ist zum Preis von EUR 16,90 im C. F. Müller Verlag erschienen (ISBN 978-3-8114-3203-1)

Die 55 neuen Titel dieser Woche

A	Die Gangway - Berlin Die Gangway - Hamburg Die Gangway - Rostock	J	Kindstod endlich erkannt Prominente Plätze PSYCHOLOGIE IM ALLTAG
Apotheken Forum Natur- heilkunde		Jazz Hop	
B	E	K	R
Backkultur BAND TRIP Boarding BRAIN Bramsche hautnah	Ebbe und Knut (Der) „Echo“ der Berge Energie News Energy News	Katze - Deutsch Kinderarzt-Telegramm Köln ist ein Genuss	Reisswolf
C	F	M	S
Cavalia Cuba Jazz Hop	Familienpass Hamburg Forum Naturheilkunde forumDENTALIS	MAGAZIN AUS DER MITTE Mamiliebe MEIN ICH. DAS PSY- CHOLOGIE-MAGAZIN MSO Medien Marketing Service	solutionMANAGER Stars über Stars
D	G	N	t
Decor & Technik Dekorative Kunst dentalFRIENDfinder Deutsch - Hund Deutsch - Katze Deutsches Bäcker Magazin Deutschlands beste Schülerband dialogDENTALE Dialyseratgeber	GV Business	New Decor NierenABC Nierenratgeber	time-contract Toaster
	H	P	U
	Hamburger Familienpass Hamburgpass für Familien Hund - Deutsch	parken aktuell Pass für Hamburger Familien Phänomen plötzlicher	Umsonst ist nur der Tod
	I		W
	inNEWation INSIDE. DAS PSYCHO- LOGIE-MAGAZIN		Wir für Wallenhorst

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

27.03.2007, Woche 13, Nr. 816
Anzeigenschluss: 23.03.2007, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

11.04.2007, Woche 15, Nr. 818
Anzeigenschluss: 05.04.2007, 10 Uhr

Keine „Schweini“-Wurst mehr in Bayern

Nach einem Urteil des Landgerichts München I darf ein Fleischwarenhändler den Fußballstar Bastian Schweinsteiger nicht mehr „verwurstet“. Aufgrund einer Klage des Nationalspielers muss es der Fleischer nun unterlassen, ohne Zustimmung die Kennzeichnung „Schweini“ für seine Grillwurst zu verwenden. Außerdem wird die eingetragene Marke „Schweini“ beim Deutschen Patent- und

Markenamt gelöscht. Auch für einen Schadensersatzanspruch aufgrund der unbefugten Namensverwendung haben sich die Münchner Richter ausgesprochen.

Das Argument, er hätte bei seiner Markeneintragung nur an eine Bezeichnung für Schweinswürste und gar nicht an den Fußballer gedacht, zog bei den Richtern nicht. Auch Spitznamen würden den besonderen ge-

setzlichen Schutz des Namensrechtes genießen. Es käme nicht darauf an, ob der Fußballer den Spitznamen „Schweini“ selbst aktiv gebraucht habe. Ausreichend sei insoweit auch die Verwendung des Spitznamens für Bastian Schweinsteiger in der Öffentlichkeit und die Zuordnung des Spitznamens hinsichtlich des Fußballspielers Schweinsteiger in den Medien. Die Tatsache, dass der Beklagte kurze Zeit spä-

ter auch eine Marke mit dem Namen „Poldi“ eintragen ließ und enge persönliche Kontakte zum FC Bayern hatte, verhalf ihm in den Augen der Richter nicht unbedingt zu größerer Glaubwürdigkeit. Doch noch ist das Urteil nicht rechtskräftig und der Fleischgroßhändler kann beim OLG München Berufung einlegen. (al)

**LG München I vom
AZ: 4 HK O 12806/06**

Marktverwirrung um „3..2..1..meins!“: Neues Spiel ähnelt dem eBay-Slogan

Erst war es „nur“ ein Gerichtsverfahren, dann kam ein Himbeerlikör auf den Markt, jetzt kommt ein Spiel dazu. Die Entwicklung der Marke 3..2..1..meins!, die nichts mit dem Internetauktionshaus eBay gemeinsam hat, bleibt spannend. Und während der Geschäftsmann Peter Bakun ein Produkt nach dem anderen auf den Markt bringen will, investiert eBay auch weiterhin in großem Stil in die Werbung mit seinem fast identischen Slogan. „Der Name ist attraktiv und passt hervorragend zu dem Spiel“, sagt Michel Matschoss, Geschäftsführer des Spieleverlags Winning Moves. Ein Spiel verkauft sich aber nicht allein über den Namen, fügt der Geschäftsmann, der bereits einige Dutzend Spiele verlegt hat, hinzu. Einer möglichen Konfrontation mit dem Auktionshaus eBay sieht er gelassen entgegen: „Wir haben sicher gestellt, dass wir den Namen nutzen dürfen. Auch wird das Spiel graphisch anders gestaltet sein als die Marke eBay“. Bekannt ist der Verlag durch Spiele wie Städte-Monopoly oder das gleichnamige Spiel zu dem Bestseller „Da Vinci Code“.

Auktionsspiel 3..2..1..meins! auf Spielwarenmesse bereits präsentiert

3..2..1..meins! wird ein Auktionsspiel – wer hätte das gedacht? Gespielt wird um 90 Gegenstände des täglichen Lebens. Lieferbar soll das Spiel frühestens

Mitte des Jahres sein, noch ist das Brettspiel aber in der Entwicklung bei dem Autorenpaar Becker und Schliemann. Bei der Nürnberger Spielwarenmesse im Februar hatte der Verlag ein erstes Muster präsentiert.

Dass der Versteigerungsslogan als Name für ein Spiel verwendet werden kann, wird aufgrund eines Markeneintrags beim Deutschen Patent- und Markenamt möglich. Nur ein paar Tage vor dem eBay-Slogan „3..2..1..meins!“ hatte Peter Bakun seine Marke angemeldet und später in einer juristischen Auseinandersetzung erfolgreich verteidigt. Die beiden Marken unterscheiden sich nur minimal durch die Anzahl der Punkte zwischen den Zahlen. „Ich habe auch versucht, über den Anwalt von Ebay eine gemeinsame Verwertung zu organisieren“, berichtet Bakun. Doch bei dem Internetsriesen heißt es nur „Kein Interesse“.

Bekannte Namen nutzen ohne einen einzigen Werbe-Cent

Ein Beispiel für den fehlerhaften Umgang mit Schutzrechten ist der Slogan nun schon länger. Trotz Werbekampagne in Millionenhöhe hatten weder die Werbeagentur, noch das Unternehmen den Begriff rechtzeitig abgesichert. Werden Spiel, Himbeerlikör und wer weiß, was sonst noch auf den Markt kommt ein Erfolg,

kommt zu dem Beispiel noch die Geschichte eines legalen und gelungenen Trittbrettfahrers hinzu. Es ist die Geschichte, wie ein aufwändig beworbener Claim genutzt werden kann, ohne dass auch nur ein Cent für Werbung ausgegeben wurde.

„Es wird das erste Auktionsspiel als Brettspiel werden“, gibt Bakun voller Stolz bekannt. Und dann formuliert

der umtriebige Geschäftsmann noch einen Traum: „Es soll eine ganze Edition erscheinen!“ Ein Kartenspiel sei bereits entwickelt. Danach könnte er sich auch ein Puzzle und ein „Memory Spiel“ vorstellen. Mit einer Versteigerung von 3..2..1..meins!-das Spiel bei eBay ist übrigens zu rechnen.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Buchhandel und Verlage wehren sich gegen Piraterie



Unter dem Motto „Kopieren ist keine Kunst“ macht die Arbeitsgruppe Piraterie im Börsenverein des Deutschen Buchhandels gegen Raubkopierer mobil.

Die Aktion beginnt mit der Leipziger Buchmesse. Vom 22. März an werden Plakate, Postkarten und Aufkleber auf den Veranstaltungsforen der Messe und rund 100 weiteren Veranstaltungen von „Leipzig liest“ verteilt

bzw. geklebt. Das zentrale Statement der Arbeitsgruppe Piraterie für diese Plakat-Aktion: „Kopieren ist keine Kunst! Ich respektiere Künstler und kaufe original“.

Die Kampagne soll in erster Linie aufklären und Informationen darüber vermitteln, was beim Kopieren erlaubt ist und was nicht. Besonders Nutzern von Online-Tauschbörsen soll die Strafbarkeit ihrer Handlungen deutlich gemacht werden.

Die Arbeitsgruppe Piraterie (www.original-legal.de) macht sich bereits seit Anfang 2005 für die Erprobung von DRM-Techniken (digitales Rechtekontrollmanagement), Abrechnungs- und Vertriebssystemen, die Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen und für einen Bewusstseinswandel bei Internet-Usern und Providern stark. (al)

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

Köln ist ein Genuss

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Kombinationen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie elektronische Medien einschl. Multimedia-Anwendungen, Online- und Offline-Dienste einschl. Internet sowie Bild-, Ton- und Datenträger aller Art und Softwareerzeugnisse, insbesondere CD-ROM, CD-I und DVD.

**RA'in Nadja Siebertz, CBH-Rechtsanwälte,
Bismarckstraße 11-13, 50672 Köln**

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

Boarding Die Gangway - Hamburg Die Gangway - Berlin Die Gangway - Rostock

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**GMM Gesellschaft Medien & Marketing mbH,
Alter Wall 65, 20457 Hamburg**

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

Kinderarzt-Telegramm

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen, Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**Dr. Jürgen Hower,
Nachtigallental 3, 45478 Mülheim an der Ruhr**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir im Auftrag unserer Mandantin für Druckerzeugnisse, 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:

New Decor Dekorative Kunst Decor & Technik

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

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

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

Dialyseratgeber Nierenratgeber NierenABC

in allen Abwandlungen, Schreibweisen, insbesondere Zusammen- und Getrenntschreibung, Darstellungsformen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelkombinationen, mit entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Bücher und alle Printmedien, einschließlich Zeitschriften, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, sowie alle elektronischen Medien, insbesondere auch Online- und Offline-Dienste (z.B. Internet), Bildtonträger, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM und DVD sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art, Merchandising.

**Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Mergenthalerallee 10-12, 65760 Eschborn**

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

Deutsch - Hund Hund - Deutsch

Deutsch - Katze Katze - Deutsch

in jeder Schreibweise, Schriftart, Abkürzung, Darstellungsform und Wortverwendung zur Verwendung in allen Medien einschließlich Druckerzeugnissen, insbesondere Zeitschriften, digitale Medien und Netzwerke, Off- und Onlinediensten, Hörfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträgern aller Art.

**KMRS Rechtsanwälte und Notar,
Westendstraße 41, 60325 Frankfurt am Main**

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

„Phänomen“ plötzlicher Kindstod endlich erkannt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Wolfgang Rietig,
Bergstraße 11, 87719 Mindelau

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

Backkultur Deutsches Bäcker Magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

BackMedia Verlags GmbH,
Universitätsstraße 74 a, 44789 Bochum

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

Ebbe und Knut

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Hörfunk, Film, Fernsehen 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, Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

Manuel Martensen,
Grüzmühlenweg 67, 22339 Hamburg

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

MEIN ICH. DAS PSYCHOLOGIE-MAGAZIN INSIDE. DAS PSYCHOLOGIE-MAGAZIN PSYCHOLOGIE IM ALLTAG

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Onlinedienste sowie Internet.

Anwaltssozietät BOEHMERT & BOEHMERT,
Meinekestraße 26, 10719 Berlin

+++ Immobilien - Ticker +++ Immobilien - Ticker +++ Immobilien - Ticker +++ Immobilien - Ticker +++ Immobilien - Ticker +++ Immobilien

Im Wendland steht „Pressehaus“ zum Verkauf

Wendland? Ja, Wendland. Das ist nicht nur Gorgeben. Denn im dünnst besiedelten Landkreis der alten Bundesrepublik gibt es noch das, was der Volksmund gerne mit „Schnäppchen“ bezeichnet. Wie zum Beispiel das Haus, in dem Ralf Jaeckel seinen Jaeckel-Report gründete und damit die Fachpresse zum wichtigsten Thema dieses Mediendienstes machte. Nach fast elf Jahren Wendland machen familiäre Gründe einen Umzug notwendig.

Dieses Pressehaus also, 1925 mit Jugendstil-Elementen erbaut, bietet all das, was „Wohnen und Arbeiten unter einem Dach“ erst möglich macht: Platz, aber auch Stil. So zum Beispiel neun Zimmer, 240 Quadratmeter Wohnfläche, ein Grundstück mit 2.505 Quadratmetern.

Das alles nicht „jwd“, sondern eingebettet in eine Struktur vor Ort: Von der Grundschule, über den Arzt, die Sparkasse, die Poststelle, den Frisör bis zum Edekamarkt. Die Kreisstadt Lüchow ist nur zwölf Kilometer entfernt, wie auch der Bahnhof Salzwedel mit Verbindungen nach Hamburg und Hannover über Uelzen, wie auch Berlin direkt oder über Stendal.

Fazit: Das Wendland hat schon viele Journalisten, Schriftsteller, Künstler und Werber angezogen. Nicht wenige mussten zunächst eine sich über Jahre hinziehende Renovierung des so romantisch wirkenden Resthofes absolvieren. Anders mit Jaeckels Pressehaus. Hier ist alles an seinem Platz und funktionsfähig.

Kontakt für ernsthafte Interessenten:

Telefon 05883 / 93 30, Fax 93 32; info@jaeckel-report.de

+++ Immobilien - Ticker +++ Immobilien - Ticker +++ Immobilien - Ticker +++ Immobilien - Ticker +++ Immobilien - Ticker +++ Immobilien

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

Jazz Hop Cuba Jazz Hop

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**MIROMAR Entertainment AG,
Hoferstraße 20, 71636 Ludwigsburg**

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

Apotheken Forum Naturheilkunde Forum Naturheilkunde

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Renate Pfeiffer-Wehner, Joachim Küster,
Im Weingarten 67, 72805 Lichtenstein**

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

Energy News Energie News

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten und graphischen Gestaltungen sowie für alle Medien.

**Rechtsanwälte Lichtenstein, Körner & Partner,
Heidehofstraße 9, 70184 Stuttgart**

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

Mamiliebe

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Kombinationen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, alle elektronischen und digitalen Medien, insbesondere Internet und einschließlich Merchandising.

**RAe Ganten, Hünecke & Bieniek,
Ostertorstraße 32, 28195 Bremen**

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

Hamburger Familienpass Familienpass Hamburg Pass für Hamburger Familien Hamburgpass für Familien

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Behörde für Soziales, Familie,
Gesundheit und Verbraucherschutz,
Hamburger Straße 47, 22083 Hamburg**

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

time-contract

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen sowie Kombinationen für alle Medien, insbesondere Zeitschriften, Newsletter, Bücher und andere Printmedien und Publikationen, audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, Software-Erzeugnisse, insbesondere CD-ROM, CD-I und sonstige CD-Derivate und Datenträger, Netzwerke, insbesondere Off-line- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien, Internet, Internet-Suchsysteme (Suchmaschinen) und sonstige Suchsysteme, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sämtliche Multimedia-Bereiche.

**Frank Stedtler, Fa. time-contract,
Frankfurter Straße 28, 58095 Hagen**



+ 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

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

BRain Deutschlands beste Schülerband

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

MSO Medien Marketing Service Toaster Bramsche hautnah Wir für Wallenhorst

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Neue Osnabrücker Zeitung GmbH & Co. KG,
Breiter Gang 10-16, Große Straße 17-19,
49074 Osnabrück**

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

BAND TRIP

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.

**Viacom Germany GmbH,
Stralauer Allee 7, 10245 Berlin**

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

Cavalia

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, grafischen Gestaltungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse und alle Printmedien, sowie für alle weiteren Medien, einschl. Ton-, Bild- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-Rom, DVD, CD-I, und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische, optische und digitale Medien, Multimediaprodukte, Multimediaanwendungen, Merchandisingprodukte, Spiele sowie öffentliche Veranstaltungen.

**HERTIN Anwaltssozietät,
Kurfürstendamm 54/55, 10707 Berlin**

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

Reisswolf

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form.

**Sony Pictures Film und Fernseh Produktions GmbH,
An der Hasenkaule 22, 50354 Hürth**

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

(Der) „Echo“ der Berge

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP) Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Literatur- und Druckerzeugnisse.

**Globe4Music Entertainment S.L.,
Rheinstahlstraße 36, 46236 Bottrop**

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

**dialogDENTALE
inNEWation
forumDENTALIS
solutionMANAGER
dentalFRIENDfinder**

in allen denkbaren Schreibweisen, insbesondere Zusammen- und Getrennschreibung, Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten und -größen, Abwandlungen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Kataloge, Newsletter und sonstige Druckereierzeugnisse, Printmedien, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD, Computer- und Onlinespiele) und/oder Onlinedienste, sonstige Onlinemedien, einschließlich Offline- und Online-Dienste, Online-Newsletter sowie Internet und Telekommunikationsdienstleistungen jeglicher Art.

**CCC, Gesellschaft für Marketing & Werbung mbH,
Kleingedankstraße 11, 50677 Köln**

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

Umsonst ist nur der Tod

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Jan Weber,
Steindamm 8, 20099 Hamburg**

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

GV Business

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Forum Verlag Herkert GmbH,
Mandichostraße 18, 86504 Merching**

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

Prominente Plätze

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Ulrich Clef,
Steinstraße 44, 81667 München**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG und § 16 UWG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

parken aktuell

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Maenken Kommunikation GmbH,
Von-der-Wettern-Straße 25, 51149 Köln**

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

Stars über Stars

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

MAGAZIN AUS DER MITTE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Regionalmanagement Nordhessen GmbH,
Ständeplatz 13, 34117 Kassel**

**Über 45.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de**

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/Anzeigen verantwortlich: Angela Lautenschläger (AL), -61

Redaktion: Ralf Deppe (RD), -80
 Titelschutzanzeigen: Angela Lautenschläger (AL), -61
 Geschäftsanzeigen: Manuela Busche, -51

Druckauflage: 3.400
 Verbreitete Auflage: 3.100
 Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel:
 Empfängerkreis: monatlich
 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

© 2007 Presse Fachverlag, Hamburg.
 Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systematischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung.



Produktpiraterie – Marken im Kampf gegen Plagiate

aus der Rubrik **Markenrecht**

Firma _____

Name, Vorname _____

Straße _____

PLZ, Ort _____

Tel.: _____

Email: _____

Datum, Unterschrift _____

BITTE IN BLOCKSCHRIFT!

TSA

JA ich bestelle **markenartikel** im Probe-Abonnement. Ich erhalte die nächsten drei Ausgaben **markenartikel** zum Preis von 20,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Probe-Abonnement endet automatisch.

JA ich bestelle **markenartikel** im Jahres-Abonnement. Ich erhalte das Magazin ab sofort regelmäßig für 98,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Abonnement gilt zunächst für ein Jahr (11 Ausgaben) und verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr, wenn ich nicht mit der Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugjahres schriftlich kündige.

New Business Verlag GmbH & Co. KG

Postfach 70 12 45 • 22012 Hamburg

Birgit Jessen

Telefon 040/60 90 09-62

Fax 040/60 90 09-66

jessen@new-business.de

FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

TELEFAX: 040/609 009 – 66

VON: FIRMA:
NAME:
ANSCHRIFT:
TELEFON: FAX:
E-MAIL:

ICH MÖCHTE EINE TITELSCHUTZANZEIGE AUFGEBEN:

Bitte nehmen Sie den folgenden Text in die nächst erreichbare Nummer

- des TITELSCHUTZ ANZEIGER auf.
- des TITELSCHUTZ ANZEIGER mit SOFTWARE TITEL
(Heft Nr. _____) auf.

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für

pro Titel bitte eine Zeile

(Adresse)

Preis pro Titelschutzanzeige im Standardformat: € 150,- (zzgl. USt.)

Preis für jeden weiteren Titel innerhalb dieser Anzeige: € 35,- (zzgl. USt.).

DATUM UND UNTERSCHRIFT: _____