

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Spurensuche und Frühlingsgefühle

Es ist noch nicht lange her, da tauchte die Spurensicherung im Sonntagskrimi allenfalls am Rande auf. Der Kommissar kümmerte sich noch selbst um die Fingerabdrücke und gelegentlich durfte ein Pathologe über der züchtig bedeckten Leiche ein paar Worte sprechen. Doch diese Zeiten sind vorbei. Mit dem Erfolg von U.S.-Serien wie C.S.I., Crossing Jordan und anderen, steht plötzlich die Crime Scene im Vordergrund. Sat.1 hat bereits am Sonntag seine Rechtsmedizinische Investigative Sonderkommission - kurz R.I.S - auf den Zuschauer angesetzt. **Eyeworks** bereitet jetzt den Einsatz eines „Mobilen Forensik Teams“ - kurz MFT - vor. Aber für den „Star Blog“ und den „grossen Musik Test“ wer-

den die Produzenten von Eyeworks wohl keine DNA-Spuren auswerten müssen. Auch die „grosse Klischee Show“ weckt Neugierde ohne Angst vor allzu blutigen Leichenteilen.

Nachdem die Ministerpräsidenten der Bundesländer sich nun auf ein Rauchverbot geeinigt haben, eilt das **Live Magazin Saar** dem verzweifelten Nikotinabhängigen zur Hilfe. Ein „Guide Fumeur“ soll als „Raucher-Reiseführer“ die Richtung zu allen Örtlichkeiten weisen, in denen noch fröhlich gequalmt werden darf.

Für erste Frühlingsgefühle sorgt Rechtsanwältin **Bettina Krause** mit den Titeln „Gefühlsecht“ und „In echt verliebt“. (al)

## Atze Schröder darf nicht enttarnt werden

Das Landgericht Berlin hat einem Zeitungsverlag untersagt den bürgerlichen Namen des Künstlers „Atze Schröder“ zu verbreiten.

Der Schauspieler und Comedian tritt in der Öffentlichkeit nur unter dem Pseudonym und in der bekannten Aufmachung mit Lockenperücke und Brille auf. Das Gericht hatte bereits in einem Eilverfahren am 18. Januar die Veröffentlichung des Namens verboten. Nach der mündlichen Verhandlung befanden die Berliner Richter, dass dem Antragsteller „Atze Schröder“ ein Unterlassungsanspruch zustünde. Das Geheimhaltungsinteresse des Künstlers sei in diesem Fall gewichtiger als das Informationsinteresse der

Öffentlichkeit. Die Veröffentlichung des bürgerlichen Namens des Comedians verletze dessen berechtigtes Interesse an der Wahrnehmung seiner Anonymität außerhalb seines beruflichen Wirkens. Bei der Nennung des Namens der hinter der Kunstfigur stehenden Privatperson handele es sich um eine „Enttarnung“.

Die Veröffentlichung von Bildern, die Atze Schröder in privaten Alltagssituationen zeigen, war schon im Jahr 2005 untersagt worden. Eine Berufung gegen die Entscheidung zum Kammergericht Berlin ist möglich. (al)

**LG Berlin vom 14.03.07  
AZ 27 O 72/07**

## Patent Office ändert den Namen

Ab dem 2. April 2007 wird das UK Patent Office als **UK Intellectual Property Office** auftreten. Die alte Bezeichnung würde nicht alle Aufgaben des Patent Office widerspiegeln können und für Verwirrung sorgen, verkündete Chief Executive Ron Marchant in

einer Pressemitteilung. So trägt denn auch das neue Logo die Unterzeile „For Creativity and Innovation“.

Im Netz ist das UK Intellectual Property Office aber noch unter [www.patent.gov.uk](http://www.patent.gov.uk) zu erreichen. (al)

INHALT	SEITE
Titelübersicht .....	2
Rügen und Tadel für die Medien .....	2
Ein „Hoch“ auf Maggi .....	3
BGH spricht „Hakenkreuz-Urteil“ .....	3
Titelschutzanzeigen: <b>57 neue Titel</b> geschützt.....	4-8
Impressum .....	8

## Die 57 neuen Titel dieser Woche

<b>A</b>	selten allein	Kinder in der Kiste	Wissenswelt -
Airport	Emilys Liste	Kreuzwort Krone	1000 Fragen,
<b>B</b>	<b>F</b>	<b>L</b>	1000 Antworten
BUTTER BEI	Film bewegt	LEICHTER LEBEN	Regio-Life
DIE FISCHE	Fonds - Basiswissen	<b>M</b>	<b>S</b>
<b>C</b>	für Einsteiger	Main Event	Schaufenster aktuell
Comedy City	Freizeitwelt	Max entdeckt	Schwarz Rot Gold
<b>D</b>	<b>G</b>	Max entdeckt	Spätschicht
Das Inferno -	Garten und Gabel	die Welt-Religionen	Star Blog
Flammen über Berlin	Gefühlsecht	MFT -	<b>T</b>
Der grosse Musik Test	Glossy	Mobiles Forensik Team	Traum Wohnen
Der perfekte Tag	GUIDE FUMEUR	Mission Man	Traumwohnen
Die goldenen Stimmen aus	<b>H</b>	Mission Mann	TV Faces
Volksmusik & Schlager	HippoLino	myshops	TV Solo
Die grosse Klischee Show	<b>I</b>	my-shops	<b>W</b>
Die perfekte Woche	Ich weiss,	<b>P</b>	Wald, Wild und Wasser
Die Schöne und der Freak	wer gut für dich ist	Protein Pharmaceuticals	Was ist los mit ...?
Die Schöne und der Nerd	IFRS-Fachportal	<b>R</b>	Welt der Freizeit
<b>E</b>	In echt verliebt	RAUCHER-	<b>Y</b>
Echt Böhmermann!	<b>J</b>	GASTROFÜHRER	YOGA EXPRESS
Echt im Leben	Jumpstyle Mania	RAUCHER-	<b>Z</b>
Ein Elvis stirbt	<b>K</b>	REISEFÜHRER	Zeitschrift für Osteologie
		Reader's Digest	

## Die nächste Ausgabe erscheint am

### Der Titelschutz Anzeiger

03.04.2007, Woche 14, Nr. 817  
Anzeigenschluss: 30.03.2007, 10 Uhr

### Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

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

## Rügen und Tadel für die Medien

Der Deutsche Presserat (www.presserat.de) hat Mitte März acht Rügen wegen Verstoßes gegen das Trennungsgebot ausgesprochen. Die Grenze zur Schleichwerbung wurde hier allzu deutlich überschritten. So kassierte die Zeitschrift TV HÖREN UND SEHEN gleich zwei öffentliche Rügen für Artikel über medizinische Themen, die auf Produkte nur eines Herstellers hinwiesen und auch noch dessen Homepage nannten.

Auch BILD, NORDWEST-ZEITUNG und der KÖLNER STADT-ANZEIGER wurden wegen Schleichwerbung oder Product Placement gerügt.

Ein Artikel der Zeitschrift go longlife! über das Sultanat Oman als Reiseziel, machte nach Ansicht des Presserats sogar den Eindruck einer Werbebroschüre. Bei Berichten über medizinische Themen ist, laut Pressekodex, eine unangemessen

sensationelle Darstellung zu vermeiden, die unbegründete Befürchtungen oder Hoffnungen beim Leser wecken könnte. Die Zeitschrift RTV wurde aufgrund eben dieses Grundsatzes vom Presserat gerügt, da hier ein Beitrag über Parkinson-Heilmethoden veröffentlicht wurde, der falsche Angaben enthielt.

Doch auch für Werbekampagnen hagelte es Proteste. Der Deutsche Werberat (www.werberat.de) zog jetzt

Bilanz für 2006. Im vergangenen Jahr wurden 1.116 Proteste gegen kommerzielle Werbung verzeichnet. Im Vorjahr waren es nur 788. Die Anzahl der betroffenen Werbemotive hat dagegen abgenommen.

Tatsächlich beanstandet hat der Werberat in 2006 nur 61 Werbemaßnahmen. Darunter auch den Slogan eines Mobilfunkanbieters: „Noch billiger als Frau Schmidt aus der Buchhaltung“. (al)

## Ein „Hoch“ auf Maggi: Wetternamen sind günstiger als ein Markeneintrag

Über das Wetter wird geredet. Marken sollen ins Gespräch kommen. Eine ideale Kombination also, die der Suppenhersteller Maggi mit seinem jüngsten Marketingcoup für sich zu nutzen wusste. Am 8. März wurde vom Institut für Meteorologie in Berlin das aktuelle Hoch für schlappe 299 Euro auf den Namen Maggi getauft. Damit war Maggi auf allen Kanälen präsent.

Meist sind es Privatleute, die eine Wetterpatenschaft eingehen und für 199 bzw. 299 Euro die Namen erwerben. Den Preisunterschied begründen die Wetternamensvergeber vor allem mit der „deutlich längeren Lebens-

dauer“ von Hochdruckgebieten, die so viel länger auf den Wetterkarten erscheinen. Also sind Tiefs für 100 Euro weniger zu haben. Mehr als 800 Personen haben sich bisher auf diesem Weg in den Wetterannalen verewigt.

Als Motivation benennen die Berliner Wetterforscher originelle Geschenke, aber auch um einen Namen überhaupt erst bekannt zu machen, eignet sich eine Patenschaft. In einem Vornamensstreit etwa geht es immer wieder auch darum, ob ein Name überhaupt bekannt sei. Taucht der Name jedoch in Medienberichten auf und gibt es dann noch ein paar Google-Treffer,

kommen Verwaltungsbeamte kaum mehr an dem Namen vorbei.

Wie das Beispiel Maggi zeigt, sind bei der Namensvergabe doppeldeutige Namen/Marken klar im Vorteil. Es werden nur allgemein gebräuchliche Vornamen zugelassen, Doppelnamen, Sonderzeichen und Nachnamen sind genauso tabu wie Firmennamen. Doch Maggi hat es soeben vorgemacht: Firmennamen, die gleichzeitig Vornamen sind, werden akzeptiert.

„Die Wetterpatenschaft ist ideal, um die Maggi-Küche mit frühlingshafter Frische in Verbindung zu setzen“, so Manfred Strobl, stellvertre-

tender Geschäftsführer Optimedia, die den Namen für Maggi gebucht hatte. Es sei das erste Mal, dass ein Unternehmen eine Wetterpatenschaft für die Kommunikation der eigenen Marke nutze.

Markenanmelder gehen jedoch einen anderen Weg, um das Wetter für ihre Marken fruchtbar zu machen. Die Marke Kyrill beispielsweise, angemeldet am 24.01.2007 zum deutschen Register, soll künftig Dachziegel absichern. Gar keine schlechte Marke, wenn es gelingt die Kunden über die Gedankenbrücke, Sturm und Dachziegel mitzunehmen.

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

## BGH spricht „Hakenkreuz-Urteil“: Anti-Nazi-Symbole sind nicht strafbar

Ein durchgestrichenes Hakenkreuz ist kein verbotenes Kennzeichen. Mit diesem Statement hob der Bundesgerichtshof ein Urteil des Stuttgarter Landgerichts gegen einen Unternehmer auf. Der Versandhändler war von den Stuttgarter Richtern zu einer Geldstrafe verurteilt worden, weil er Aufkleber und Anstecker vertrieben hatte, auf denen nationalsozialistische Kennzeichen, wie das Hakenkreuz, durchgestrichen oder zerschmettert abgebildet waren. Das Landgericht sah dies als Verwendung von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen an.

Der Bundesgerichtshof sprach den Angeklagten jetzt frei. Der Tatbestand sei

zu weit gefasst und bedürfe der Einschränkung. Die Karlsruher Richter hatten schon in früheren Entscheidungen bestimmte Kennzeichenverwendungen ausgenommen, bei denen sich aus den Umständen ergeben hatte, dass der Schutzzweck des Gesetzes (§ 86 a StGB) ersichtlich nicht verletzt war. Der Gebrauch des Kennzeichens einer verfassungswidrigen Organisation werde auch dann nicht von § 86 a StGB erfasst, wenn bereits der Inhalt der Darstellung in offenkundiger und eindeutiger Weise die Gegnerschaft zu der Organisation und die Bekämpfung der Ideologie zum Ausdruck bringe. Dies gelte selbst dann, wenn solche Artikel aus kommerziellen Interessen massenhaft

vertrieben werden. Die Befürchtung, rechtsextreme Personen könnten diese Lockerung des Verbots ausnutzen und ihrerseits derart abgeänderte Kennzeichen

verwenden, teilten die Karlsruher Richter nicht. (al)

**Bundesgerichtshof**  
**Urteil vom 15.03.2007**  
**AZ: 3 StR 486/06**

## Stiftung Warentest gegen „test24.de“

Das Oberlandesgericht Hamburg (AZ 408 O 37/06) hat eine Verwechslungsgefahr zwischen dem Magazin „test“ mit seiner Homepage „test.de“ und der Domain „test24.de“ verneint.

Die Stiftung Warentest sah sich in ihren Rechten verletzt und hatte den Besitzer der Domain auf Unterlassung verklagt. Die Hamburger Richter sahen dies anders. Die Kennzeichen von Stiftung Warentest bestün-

den, was ihren Schutzzumfang betrifft, nicht allgemein in dem Wort „Test“, einem weit verbreitetem Wort der Umgangssprache ohne Kennzeichnungskraft, sondern in bestimmten Wort-/Bildmarken und daher in speziell gestalteter Form bzw. in dem entsprechend farblich aufgemachten Zeitschriftentitel „test“. Näheres zu diesem Urteil ist im Rechtsnewsletter der Kanzlei Dr. Bahr ([www.dr-bahr.com](http://www.dr-bahr.com)) zu lesen. (al)

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

### **YOGA EXPRESS**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**polyband Medien GmbH,  
Otto-Hahn-Straße 20, 85609 Aschheim-Dornach**

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

### **Schaufenster aktuell**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Wittich Verlage KG,  
Rheinstraße 41, 56203 Höhr-Grenzhausen**

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

### **Kreuzwort Krone**

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

**Rechtsanwälte Altstötter & Spängler,  
Virchowstraße 25, 90409 Nürnberg**

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

### **Zeitschrift für Osteologie**

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien, print und nonprint, online und offline, als Einzel- und Reihentitel, sowie für Dienstleistungen und Veranstaltungen.

**RA Berthold Wesle,  
Amalienstraße 67, 80799 München**

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

### **IFRS-Fachportal**

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).

**Rechtsanwalt Thomas Gottlöber,  
Stephanienstraße 19, 40211 Düsseldorf**

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

### **Main Event**

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

**Rechtsanwälte Dr. Johannes Weberling,  
Prinzessinnenstraße 14, 10969 Berlin**

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

### **Glossy**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line-Dienste und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Dienstleistungen, Veranstaltungen und Unterhaltung aller Art.

**Rechtsanwalt Christian Böttger,  
Sievekingdamm 44, 20535 Hamburg**

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**

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

## **Max entdeckt** **Max entdeckt die Welt-Religionen**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Druckerei-Erzeugnisse und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich Online-Dienste und Offline-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Sahra Winterfeldt, Julia Winterfeldt,  
Kaltenbergen 1, 22117 Hamburg**

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

## **Ein Elvis stirbt selten allein**

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

## **Mission Mann** **Mission Man**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Video und digitale Speicher- und Wiedergabemedien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Off-Line- und On-Line-Dienste einschließlich Web-Page-Auftritte).

**Lunet Entertainment GmbH,  
Theresienstraße 71, 80333 München**

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

## **TV Solo** **TV Faces**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**Rechtsanwalt Andreas Fritzsche,  
Possartstraße 7, 81679 München**

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

## **Traum Wohnen**

## **Traum Wohnen**

## **Traumwohnen**

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

**BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,  
Ganghoferstraße 33, 80339 München**

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

## **Schwarz Rot Gold** **Airport** **Comedy City**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, (Mobil-) Telefondienste, CD-ROM, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**Rechtsanwalt Dr. Stefan Rüll,  
Fuggerstraße 22, 10777 Berlin**

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

## HippoLino

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen in sämtlichen Medien.

Rechtsanwältin Gabriela Hellwig,  
Teltheide 9, 48329 Havixbeck

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

## Regio-Life

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Marin Zwick,  
Meierhofstraße 19, 86473 Ziemetshausen

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

## Fonds - Basiswissen für Einsteiger

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Stiftung Warentest,  
Lützowplatz 11-13, 10785 Berlin

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

## Garten und Gabel

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Michael Breckwoldt,  
Lassdrift 1a, 21129 Hamburg

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

## Freizeitwelt Welt der Freizeit

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

Rechtsanwälte Werner & Knop,  
Ortenberger Straße 47, 77654 Offenburg

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

## my-shops myshops

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse.

FPS Fritze Paul Seelig Rechtsanwälte,  
Große Theaterstrasse 42, 20354 Hamburg

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

## Reader's Digest Wissenswelt - 1000 Fragen, 1000 Antworten - Völker und Kulturen (Bandtitel)

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

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

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

## Emilys Liste Das Inferno - Flammen über Berlin

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, 15 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

**Protein Pharmaceuticals**  
**Formulation, Analytics and Delivery**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, in allen Wortverbindungen für alle Medien.

**ECV · Editio Cantor Verlag GmbH**  
**für Medizin und Naturwissenschaften,**  
**Bändelstockweg 20, 88326 Aulendorf**

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

**Jumpstyle Mania**

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

**Die Schöne und der Freak**  
**Die Schöne und der Nerd**  
**Ich weiss, wer gut für dich ist**  
**Was ist los mit ...?**  
**MFT - Mobiles Forensik Team**  
**Star Blog**  
**Die grosse Klischee Show**  
**Der grosse Musik Test**  
**Spätschicht**

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen, Merchandising, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**Eyeworks GmbH,**  
**Hans-Böckler-Straße 163, 50354 Hürth**

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

**Die goldenen Stimmen**  
**aus Volksmusik & Schlager**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**MCP Sound & Media GmbH,**  
**Industriestraße 5, A - 6430 Ötztal Bahnhof**

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

**GUIDE FUMEUR**  
**RAUCHER-REISEFÜHRER**  
**RAUCHER-GASTROFÜHRER**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**LIVE MAGAZIN SAAR**  
**H & P - VERLAG HOYER GmbH -**  
**Bereich Neue Medien,**  
**Mainzer Straße 23, 66111 Saarbrücken**



+ 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](http://www.iprguard.de), E-Mail: [info@iprguard.de](mailto:info@iprguard.de), Tel. 04131-225 600-0  
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter [www.researcher24.de](http://www.researcher24.de)

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

**Film bewegt  
BUTTER BEI DIE FISCHE  
LEICHTER LEBEN  
Echt Böhmermann!  
Gefühlsecht  
In echt verliebt  
Echt im Leben  
Kinder in der Kiste**

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:

**Wald, Wild und Wasser**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Zusätzen, allen Arten der graphischen Gestaltung für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film und Tonwerke, Tonträgerpromotion, Audiotexte, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (MiniDisc), CD-ROMs, 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 Kommunikationsdienste und -netze und Ähnliches für Bücher und sonstige Druckereierzeugnisse, Kalender, Softwareerzeugnisse, Veranstaltungen jeder Form, Ausstellungen aller Art, Bühnenwerke jeder Art sowie Merchandising in jeglicher Form.

**Landesjagdverband Bayern e.V.,  
Hohenlindner Straße 2, 85622 Feldkirchen**

**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: 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

© 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.

**Über 45.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter  
[www.titelschutzanzeiger.de](http://www.titelschutzanzeiger.de)**