

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

5 oder 50plus? Neue Medien für Jung und Alt

Auch außerhalb der vielbeschworenen werberelevanten Zielgruppe zwischen 14 und 49 Jahren tut sich jetzt was.

In dieser Ausgabe des Titelschutz Anzeigers kümmert sich **acteam interNETional** mit einer „50plus Card“ um die Fiftysomethings und die Mandanten der Münchner **Beiten Burkhardt Rechtsanwälts-gesellschaft** beschreiben die Zielgruppe als „Menschen im besten Alter“. „Gold - Zeit zum Leben“ und „Gold- Das Magazin für die schönste Zeit des Lebens“ sollen hier die neuen Printprojekte heißen.

Doch auch die lieben Kleinen werden nicht zu kurz kommen. Der **Horncastle Verlag** in München hat es sich zum Ziel gesetzt, das Kunstverständnis von Kin-

dern zu fördern. Die Titel „Weltreise Kunst - Ägypten“ und „Mal mir mich - Geschichten zur Porträtkunst“ sollen schon in jungen Jahren das Interesse an Kunst und Geschichte wecken.

Kommen wir jetzt zum musikalischen Teil: Im „Musikantenzirkus“ und auf dem „Circusfest der Volksmusik“ der **AS EVENTS GmbH** kann so richtig geschunkelt werden. Ebenfalls ausgesprochen publikumswirksam kombiniert **Plugin Mediendesign** Fußballfieber mit heißen Hits zu „dfb-stadion-hits“ und „Ligasongs“. Die Hamburger Kanzlei **BeutlerMeinking** konzentriert sich mit „Music for Painters“ und „Music for Poets“ auf kleinere - aber feinere - Zielgruppen. (al)

„Champagnebier“ Vergleichende Werbung zulässig?

Die belgische Brauerei **De Landtsheer SA** führte 2001 eine neue Biersorte unter dem Label „Malheur Brut Réserve“ ein. Laut Werbeaussage von De Landtsheer war die Braumethode durch die Herstellungsweise von Schaumwein - der „Méthode champenoise“ - inspiriert und wurde daher auch als „Champagnebier“ beworben. Das wollten sich die französischen Champagner-Produzenten des **CIVC** (Comité Interprofessionnel du Vin de Champagne) und die **Veuve Cliquot Ponsardin SA** nicht gefallen lassen. Ist doch der Begriff „Champagner“ eine geschützte Ursprungsbezeichnung. Sie klagten gegen den Bierbrauer mit der Begründung auf Unterlassung, die Aussagen seien nicht nur irreführend, sondern auch unzulässige vergleichende Werbung.

Nach der Richtlinie 84/450/EWG aber ist vergleichende Werbung unter bestimmten Voraussetzungen durchaus zulässig. Das Brüsseler Berufungsgericht wandte sich jetzt mit der Frage an den Europäischen Gerichtshof: Liegt vergleichende Werbung auch dann vor, wenn in

einer Werbeaussage nur auf eine Warengattung, nicht aber auf ein bestimmtes Unternehmen oder Produkt Bezug genommen wird? Der Gerichtshof hat diese Frage bejaht. Zudem seien nach ständiger Rechtsprechung die an vergleichende Werbung gestellten Anforderungen so günstig wie möglich für diese Werbung auszulegen. Vergleichende Werbung sei nur dann ausdrücklich zulässig, wenn sie den Ruf einer Marke, eines Handelsnamens oder anderer Unterscheidungszeichen eines Mitbewerbers oder der Ursprungsbezeichnung von Konkurrenzzeugnissen nicht unlauter ausnutzt. Die praktische Wirksamkeit dieser Anforderung würde aber teilweise vereitelt, wenn von vornherein Produkte ohne Ursprungsbezeichnung niemals mit Produkten mit Ursprungsbezeichnung verglichen werden dürften. Fazit: Nicht jeder Vergleich, der sich für Waren ohne Ursprungsbezeichnung auf Waren mit Ursprungsbezeichnung bezieht, ist unzulässig. (al)

EuGH vom 19.04.2007
AZ: C-381/05

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
eBay: Mitstörer bei Markenverletzungen	3
Marken-Ranking: Top 100 der Welt	3
Titelschutzanzeigen: 118 neue Titel geschützt	4-9
Impressum	9

Die 118 neuen Titel dieser Woche

112 - Sie retten Dein Leben	Die Besten Stadionhits	L	Solvatec
112 - Zwischen Leben und Tod	Die Passfälscherin	Ligahits	Spy Cam - Die Sketch Comedy
50plus Card	Dr. Marco Spreider	Ligasongs	SR 1000
50plus-X Card	E	M	Stadionhit
75,- € und 4 Punkte in Flensburg für Navigationsgeräte mit Radar-Warner?	Easyschaum	Mal mir mich - Geschichten zur Porträtkunst	Stadionhits
A	Edition Geschichtenerzähler - Der große Ausbruch	Marco	Stadionsongs
ACOUSTIC SPIRITS	EIN MILLIONÄR ZUM VERLIEBEN	Marco S.	stadiontv
Alles für die Freizeit	Eine Liebe in Bonn	Marco Spreider	Stadion-TV-Hits
Amsol	Einsatz 112	MediaCity	Stars & Soaps
Aquabase AS	F	Mensch Bayer!	Stars on TV
ASA 12	Fanhits	MovieMemo	T
B	Fansongs	MUSIC FOR PAINTERS	TB 2/5
BIG BENN	Finito	MUSIC FOR POETS	Team 112
Bio-Hawap 2000	Fix-Scale ES	MUSIC FOR TRAVELS	Tecrasorb 90
Bonn - Die provisorische Hauptstadt	Freizeit Magazin	Musikantencircus	Thromboembolie im Fokus
C	Freizeit Trend	Musikanten-Circus	TOP 2000
CAESAR SPIELTE SAXOPHON	Fungi-Algizid	Musikantenzirkus	Trend 01
Circus der Musikanten	G	Musikanten-Zirkus	truckertv
Circus der Volksmusik	Gebührenerstattung? Ja! Mit ganz legalen Mitteln!	Mystery Profiler	TV Essen & Trinken
Circusfest der Volksmusik	Gold Das Magazin für die schönste Zeit des Lebens	N	TV Kochen
Cityflair	Gold Das Magazin für Menschen im besten Alter	NAMENSGEBER	TV Kochrezepte
city-flair	Gold Zeit zum Leben	NICK kommt mit	TV Rezepte
Colorex 31	Granny 2000	O	W
Colorstrip flüssig	Grease-Go 91	OCEAN	Was bedeutet „betriebsbereit“ gem. §23 Abs. 1 und 1 b StVO?
Comedy Rekruten	H	P	Weltreise Kunst - Ägypten
Crash Kids - Trust No One	Handi Super	Paßt die SAP-Software nicht zu Art. 3 GG? Unterschiedliche Lohnpfändungsberechnungen in der BRD!	Weltreise Kunst - Griechenland
D	I	R	WERTH-los
Das andere Leben der Anderen	Ice-Free	Rasant SR	WERTH-voll
dfb - stadionhit	IKZ-ENERGY	RUP 2000	wissensWERT
dfb - stadionhits	Im Leben eine Eins	S	wissenswert(h)
dfb-stadiontv	K	Schattenwirtschaft-	Wissenswerth
DHP extra	Kalkex ES	Bonnie und Clyde im Osten	Wissens-Werth
DIE BENENNUNG	KinderkramTV	SEF 3	Witzeshow
DER WELT	Kongress News	Soaps & Serien	X
			X-Ultra
			Z
			Zirkus der Musikanten
			Zirkus der Volksmusik
			Zirkusfest der Volksmusik

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

08.05.2007, Woche 19, Nr. 822
Anzeigenschluss: 04.05.2007, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

15.05.2007, Woche 20, Nr. 823
Anzeigenschluss: 11.05.2007, 10 Uhr

BGH: eBay als Mitstörer bei klar erkennbaren Markenverletzungen Richter entscheiden auch zum Telemediengesetz

Es ist vermutlich die schnellste höchstrichterliche Rechtsprechung zu einem neuen Gesetz in der deutschen Justizgeschichte. Erst kürzlich ist das neue Telemediengesetz (TMG) in Kraft getreten und schon hatte der Bundesgerichtshof Gelegenheit, in einem Urteil (AZ. I ZR 35/04) zur Störerhaftung von Internetplattformen bei Markenverletzungen erste Unklarheiten zu beseitigen.

In dem Streit **Rolex** vs. **eBay**, der auf einem Unterlassungsbegehren des Uhrenbauers aus dem Jahr 2001 beruht, hat der Bundesgerichtshof grundsätzlich an seiner Rechtsprechung zur Haftung von Internet-Auktionshäusern für Markenverletzungen festgehalten. Danach betrifft das neuerdings im Telemediengesetz (TMG) geregelte Haftungsprivileg für Host-Provider nur die strafrechtliche Verantwortlichkeit und die Schadensersatzhaftung, nicht dagegen den Unterlassungsanspruch.

Störerhaftung: Alles bleibt beim Alten

In Sachen Störerhaftung bringt das Urteil nichts Neues. Hier hatte der Streit **Rolex** vs. **Ricardo**, den der BGH 2004 entschieden hatte, zunächst für Klarheit gesorgt. Gleichzeitig hatte dieses ältere Urteil aber auch eine Welle neuer Streitigkeiten für Betreiber von Internetseiten ausgelöst, da durch teils gewagte In-

terpretationen die Haftung schier unendlich ausgedehnt werden sollte.

Eine Haftungsgrenze sieht auch der BGH selbst: „Die Beklagte muss – wenn sie von einem Markeninhaber auf eine klar erkennbare Rechtsverletzung hingewiesen wird – nicht nur das konkrete Angebot unverzüglich sperren, sondern grundsätzlich auch Vorsorge dafür treffen, dass es nicht zu weiteren entsprechenden Markenverletzungen kommt. Der BGH hat nochmals betont, dass der Beklagten auf diese Weise keine unzumutbaren Prüfungspflichten auferlegt werden dürfen, die das gesamte Geschäftsmodell in Frage stellen würden“, heißt es in der Pressemitteilung.

Unterlassung ja, Schadensersatz nein

Für **eBay** sei die Entscheidung ohne Belang, sagt Unternehmenssprecherin **Maïke Fuest**. Zwar ist das Auktionshaus künftig nur zur Unterlassung verpflichtet. Doch die geforderte Praxis werde derzeit bereits umgesetzt, ein höherer Verwaltungsaufwand entstände nicht. Bereits die Richter hatten festgestellt, dass weder Schadensersatzansprüche noch strafrechtliche Verfolgung drohen. Dem Auktionshaus kommt die damit verbundene Rechtssicherheit entgegen. Die Vorinstanz, das OLG Düsseldorf, das sogar einen

Unterlassungsanspruch gegen **eBay** abgelehnt hatte, muss nun klären, ob es sich bei den angebotenen **Rolex**-Uhren im Jahr 2000 um eindeutig erkennbare Markenverletzungen gehandelt hat.

Die geheimnisvolle eBay-Liste für Fälschungs- produkte

Verlässliche Zahlen, welchen Aufwand es bedeutet, die Pirateriewaren zu verfolgen und wie hoch der Anteil gefälschter Waren eigentlich ist, gibt es nicht. Geht man davon aus, dass weltweit nach den letzten Schätzungen 5-10 Prozent aller Waren gefälscht sind und geht man weiter davon aus, dass diese Waren bevorzugt bei Internetauktionshäusern abgesetzt werden, müsste man wohl von einem zweistelligen Prozentbereich ausgehen. Doch das ist Spekulation, interne Zahlen aus Controlling oder Quali-

tätsmanagement nennt **eBay** nicht. Interessanter dürfte auch die Liste fälschungsanfälliger Produkte sein, die **eBay** nach eigenen Angaben intern führt. „Vor kurzem haben wir für Verkauf von Artikeln, die besonders häufig gefälscht werden, verschärft. Für das Anbieten solcher Artikel ist eine zusätzliche Verkäufer-Verifizierung notwendig. Darüber hinaus wurden Beschränkungen beim grenzüberschreitenden Handel für diese Artikel eingeführt.“ Auch eine ein- oder dreitägige Angebotsdauer sei für diese Artikel nicht mehr möglich. Auf der Webseite, wo **eBay** auch die möglichen Sanktionen für den Verkäufer unter der Rubrik unzulässige Artikel, Repliken und Fälschungen auflistet, werden als Beispiele Artikel wie Uhren, Handtaschen oder andere Accessoires genannt.

Quelle:
markenbusiness.de

Marken-Werte: Neues Marken-Ranking erschienen

Das Marktforschungsunternehmen **Millward Brown** hat in Kooperation mit der **Financial Times** unter dem Label „BrandZ“ eine Top 100-Aufstellung der wertvollsten Marken der Welt herausgegeben.

An die erste Stelle des Rankings hat sich jetzt **Google** gesetzt. Geschätzter Markenwert: 66,4 Mrd \$ mit einem Zuwachs von 77% zum vergangenen Jahr. An

zweiter Stelle rangiert **General Electric** mit 61,8 Mrd \$, gefolgt von **Microsoft** mit einem Markenwert von 54,9 Mrd \$.

Als wertvollste deutsche Marke besetzt der Autohersteller **BMW** Platz 14 der Rangliste. **Mercedes** findet sich auf Rang 29 und **Porsche** auf Rang 40. Die vollständige Liste findet sich als Download auf: www.millwardbrown.com. (al)

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

Spy Cam - Die Sketch Comedy

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 Titelschutz in Anspruch für

Im Leben eine Eins

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

**Producers at Work GmbH,
Alt Nowawes 116-118, 14482 Potsdam**

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

Marco Marco S. Marco Spreider Dr. Marco Spreider

in allen Kombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Schreibweisen, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle Medien, Bild-, Ton-, Bild/Ton- und Datenträger aller Art, Off-line- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien, Domain-Bezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, Merchandising sowie öffentlichen Veranstaltungen und Dienstleistungen.

**Dr. Marco Spreider,
Diezweg 21, 81477 München**

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

city-flair Cityflair

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern, Bildtonträgern, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Service, CD-ROM, CD-I, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (Mini-Disc) und andere Datenträger, sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**IZ-REGIONAL, Verlag Bayerische Anzeigenblätter GmbH,
Stauffenbergstraße 2a, 85051 Ingolstadt**

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

Schattenwirtschaft- Bonnie und Clyde im Osten Das andere Leben der Anderen Bonn - Die provisorische Hauptstadt Eine Liebe in Bonn

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, insbesondere mit und ohne Bindestrich, Schriftarten, Wortverbindungen, Kombinationen, Zusammensetzungen für Medien, insbesondere Printmedien, Verlagsprodukte und/oder elektronische Medien, Hörfunk, Film- und Netzwerke, Online-Dienste, sowie für Bild-, Ton- und Datenträger, werbende und redaktionelle Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Annekatrien Hendel,
Heinrich-Heine-Straße 7 a, 16552 Berlin**

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

NICK kommt mit Witzeshow Comedy Rekruten

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

**MTV Networks Germany GmbH,
Stralauer Allee 7, 10245 Berlin**

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

**Freizeit Magazin
Freizeit Trend
Alles für die Freizeit**

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

**avocado rechtsanwälte,
spichernstraße 75-77, 50672 köln**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 Markengesetz nehmen wir für unsere Mandantenschaft Titelschutz in Anspruch für:

**Stars on TV
Soaps & Serien
Stars & Soaps**

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 nehme ich hiermit für meinen Mandanten Titelschutz in Anspruch für die Titel

**Paßt die SAP-Software nicht zu Art. 3 GG?
Unterschiedliche Lohnpfändungs-
berechnungen in der BRD!**

**Gebührenerstattung?
Ja! Mit ganz legalen Mitteln!**

**75,- € und 4 Punkte in Flensburg
für Navigationsgeräte mit Radar-Warner?**

**Was bedeutet „betriebsbereit“
gem. §23 Abs. 1 und 1 b StVO?**

in allen Darstellungsformen und Schreibweisen, Wort- und Zeichenverbindungen, grafischen Gestaltungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton-, Bild- und Bild-/Tonträger, 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- und Online-Diensten, sonstige audio-visuelle Medien und Multimedia-Anwendungen sowie Softwareerzeugnisse, CD-Rom, CD-I, DVD und sonstige CD-Derivate, Bild, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen und öffentliche Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**Rechtsanwalt Marcel van Maele,
Vereinsstraße 4-6, 52062 Aachen**

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

**Stadionhits
Stadionhit
Die Besten Stadionhits
dfb - stadionhits
dfb - stadionhit
stadiontv
dfb-stadiontv
truckertv
Stadionsongs
Stadion-TV-Hits
Fanhits
Fansongs
Ligahits
Ligasongs**

in allen Schreibweisen, 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.

**Plugin Mediendesign Walitzek GbR,
Kleine Kirchstraße 10, 55278 Uelversheim**

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

**50plus Card
50plus-X Card**

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, Abkürzungen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen in allen Medien, insbesondere für elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien sowie Hörfunk und Fernsehen.

**acteam interNETional GmbH,
Stubenrauchstraße 36, 24248 Mönkeberg**

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

**Thromboembolie im Fokus
Kongress News**

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

**Weltreise Kunst - Ägypten
Weltreise Kunst - Griechenland
Edition Geschichtenerzähler -
Der große Ausbruch
Mal mir mich - Geschichten zur Porträtkunst**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Horncastle Verlag,
Maistraße 31, 80337 München**

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

Die Passfälscherin

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 Online-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Brehm & v. Moers Rechtsanwälte,
Kaulbachstr. 1, 80539 München**

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

**Musikantenzirkus
Musikanten-Zirkus
Zirkus der Musikanten
Zirkus der Volksmusik
Zirkusfest der Volksmusik
Musikantencircus
Musikanten-Circus
Circus der Musikanten
Circus der Volksmusik
Circusfest der Volksmusik**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**AS EVENTS GmbH,
Hauptstraße 13 A, 39326 Farsleben**

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

**Gold
Zeit zum Leben**

**Gold
Das Magazin für die
schönste Zeit des Lebens**

**Gold
Das Magazin für
Menschen im besten Alter**

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

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

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

**MovieMemo
KinderkramTV**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Kombinationen, Abkürzungen und Darstellungsformen, in allen Medien, insbesondere Spielfilme und Druckerzeugnisse, im Hörfunk, Fernsehen, Film sowie audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste), Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art sowie für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art und Merchandising.

VCD - Visual-Communication-Design GmbH,
GF Wolfgang Konrad
Gebertstraße 5, 90411 Nürnberg

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

**TV Kochen
TV Rezepte
TV Kochrezepte
TV Essen & Trinken**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereierzeugnisse und alle sonstigen Medien, einschließlich Ton-, Bildtonträger, Film-, Hörfunk-, Software-, Internet-Dienste, CD-Rom und andere Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien sowie Dienstleistungen und Merchandising aller Art.

WAGNER Rechtsanwälte,
Lisdorfer Straße 14, 66740 Saarlouis

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

**Colorstrip flüssig
Fungi-Algizid
Granny 2000
DHP extra
Handi Super
Aquabase AS
Solvatec
Finito
Amsol
X-Ultra
SR 1000
Kalkex ES**

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

FROMM MAURER,
Fischtorplatz 20, 55116 Mainz

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

**Bio-Hawap 2000
Ice-Free
Tecrasorb 90
TB 2/5
Rasant SR
TOP 2000
Colorex 31
ASA 12
Easyschaum
Trend 01
Grease-Go 91
SEF 3
Fix-Scale ES
RUP 2000**

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

FROMM MAURER,
Fischtorplatz 20, 55116 Mainz

Über 47.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de

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

Mensch Bayer!
EIN MILLIONÄR ZUM VERLIEBEN
wissensWERT
WERTH-Ios
WERTH-voll
Wissenswerth
Wissens-Werth
wissenswert(h)

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

112 - Zwischen Leben und Tod
112 - Sie retten Dein Leben
Einsatz 112
Team 112
Crash Kids - Trust No One

in Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians,
Patent- und Rechtsanwälte
Hofstetter, Schurack & Skora,
Balanstraße 57, 81541 München

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

CAESAR SPIELTE SAXOPHON
DIE BENENNUNG DER WELT
NAMENSGEBER

in allen Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Abkürzungen, Abwandlungen, Untertiteln und Titelkombinationen für alle Medien, insbesondere Literatur- und Druckerzeugnisse jeder Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Hörfunk, Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art und Softwareerzeugnisse, CD-Rom, CD-I, DVD und sonstige DVD-Derivate sowie Domainbezeichnungen im Intra- und Internet.

Rechtsanwalt Dipl.-Kfm Walter F. Kalthoff,
Dessauer Straße 9, 80992 München

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

MUSIC FOR PAINTERS
MUSIC FOR TRAVELS
MUSIC FOR POETS
ACOUSTIC SPIRITS

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:

BIG BENN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Eggers & Landwehr KG,
Neue Schönhauser Straße 13, 10178 Berlin

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

IKZ-ENERGY

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Kanzlei Volke,
An der Wethmarheide 34, 44536 Lünen

Unter Hinweis auf § 5 Absatz 3 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für alle Medien für

OCEAN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Rechtsanwalt Dr. Matthias Wolgast,
Winterhuder Weg 122, 22085 Hamburg

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

Mystery Profiler

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Schriftgrößen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, Untertiteln, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Büchern und sonstige Druckerzeugnissen, Tonträgern, Bild-/Tonträgern, Hörfunk, digitalen Datenträgern (z.B. CD-ROM, DVD), Telekommunikationsdienstleistungen, Onlinedienste, Internet, einschließlich Merchandising.

Sybille Gläser,
Südfall 12a, 25704 Meldorf

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

MediaCity

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen.

Heidebrecht & Seyfarth Rechtsanwälte,
Herbert-Weichmann-Straße 2a, 22085 Hamburg

Top News
aus Werbung,
Marketing und Medien

www.new-business.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: 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.

MedienWirtschaft

Die Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie



bezieht viermal im Jahr Stellung zu aktuellen betriebswirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Fragen aus den Bereichen Medienmanagement, Medienökonomie und Telekommunikation.

Jetzt bestellen!

Ja, ich möchte keine weitere Ausgabe versäumen und bestelle MedienWirtschaft im Jahres-Abonnement (4 Ausgaben) zum Preis von EUR 69,00 zzgl. Versandkosten und USt. Mein Abonnement verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr, wenn ich nicht mit einer Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugszeitraumes schriftlich kündige.

Ja, ich bestelle das Studenten-Abonnement MedienWirtschaft (4 Ausgaben) zum Preis von € 49,00 zzgl. Versandkosten und USt. Mein Abonnement verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr, wenn ich nicht mit einer Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugszeitraumes schriftlich kündige.

Firma: _____

Name, Vorname: _____ Funktion: _____

Straße: _____ PLZ/Ort: _____

Telefon: _____ E-Mail: _____

Datum/ Unterschrift: _____
Widerrutzgarantie: Mir ist bekannt, dass ich diese Bestellung innerhalb der folgenden zwei Wochen beim New Business Verlag schriftlich widerrufen kann. Dies bestätige ich mit meiner zweiten Unterschrift.

2. Unterschrift: _____

tsa