

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Aufbruch zu den Sternen, Klimakiller und Anti-Aging

Kaum haben Astronomen einen bewohnbaren Planeten außerhalb unseres Sonnensystems entdeckt, macht sich **ProSieben** auf die „zweite Erde“ zu entdecken. Schließlich ist der Planet kaum mehr als 20 Lichtjahre entfernt, also praktisch direkt nebenan. Allerdings soll dort ein Jahr nur 13 Tage dauern, was eine Kalenderproduktion, wie sie die Mandanten der Hamburger Rechtsanwälte **White & Case LLP** mit dem Titel „Unsere Erde in 365 Tagen“ planen, doch erheblich erschweren würde.

Auch Anti-Aging- und Gesundheits-Ratgeber hätten es bei einem derart hurtigen Jahreszeitenwechsel wohl schwer. Gut, dass wir hier unten auf der Erde ein wenig länger Zeit haben, uns auf das Alter vorzubereiten. So können wir mit

den Mandanten von Rechtsanwalt **Joachim Fauth** das „Geheimnis alternativer Medizin“ ergründen und unsere grauen Zellen mit dem Ratgeber „Fitness fürs Hirn“ auf Trab halten. „Früh übt sich, was spät altern will“ schützt Rechtsanwältin **Claudia Buss**. Da dieser gute Rat für die Meisten von uns zu spät kommt, präsentieren wir, wie die Kölner Patenanwälte **Maxton Langmaack**, unsere „Stolzen Falten“ und setzen auf einen den guten „Anlage-Berater“ der **Stiftungs Verlags GmbH** aus Berlin.

Wer sich zum „Einsatz auf dem Land“ bereit macht und welche Marketingrezepte für „Kleine Riesen“ angeboten werden, lesen Sie auf den nächsten Seiten. (al)

„Markenrecht und Branding“ Schneller Einstieg für Medienschaffende

Wie schütze ich meine Geschäftsidee, meine Produkte, meinen Firmennamen? Diese zentrale Frage stellen sich nicht nur Existenzgründer.



Dr. Stefan Haupt

Denn Kennzeichenrechte sind entscheidende Faktoren für die wirtschaftliche Entwicklung eines Unternehmens. Doch welcher Geschäftsführer oder Marketingleiter schafft es, sich neben den Anforderungen des Tagesgeschäfts, noch mit der Lektüre des Markengesetzes, des Urheberrechts und der Gemeinschaftsgeschmackmuster-Verordnung zu beschäftigen?

Die Berliner Rechtsanwälte **Dr. Stefan Haupt** und **Ronald Schmidt** bieten jetzt Hilfe an. Sie haben das gesamte Recht der Kennzeichen, neudeutsch „Branding“ genannt, in einem Taschenbuch für

den juristischen Laien verständlich dargestellt. Die Autoren befassen sich mit den Schutzmöglichkeiten von Namen, Unterneh-



Ronald Schmidt

menskennzeichen, Marken, Titel, Domains und geographischen Herkunftsangaben. So werden alle notwendigen Fachbegriffe erklärt und der Leser Schritt für Schritt durch die Tücken der Markenmeldung, der Erlangung von Titelschutz oder die Durchsetzung und Geltendmachung von Ansprüchen geführt. Mit Hilfe von Checklisten ist ein schneller Überblick möglich, ob alle Voraussetzungen für den Schutz gegeben sind.

„Markenrecht und Branding“ ist als Beck-Rechtsberater im Deutschen Taschenbuch Verlag erschienen und kostet EUR 11,50 (ISBN 978-3-406-55389-9). (al)

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
Kampf um „Yello“-Marken	2
Wann kommt .berlin?	3
Media Markt: Irreführung mit Sonderangeboten	3
Titelschutzanzeigen: 44 neue Titel geschützt.....	4-7
Impressum	8

Die 44 neuen Titel dieser Woche

24 Karat - Schlager	erleben - TourismusMagazin	Klimamacher + Wärmepumpen	bankduell Groß gegen Klein
24 Karat - Volksmusik	erleben - TourismusMagazine	Klimamacher + Wärmepumpen Journal	Setzen, sechs ! Groß gegen Klein im Wissenduell
A	F	Klimamacher + Wärmepumpen Zeitung	Stolze Falten
Allgäuer Bierzeitung	Fitness fürs Gehirn	L	T
C	- 777 geniale Kreuzwort- rätsel, Bilderrätsel, Denk- aufgaben, Ratekrimis u.a.	Liedschatten	TODAYS TRADING
CURIOCITY	Spiele, die Ihre grauen Zellen auf Trab halten	M	VISUALIZED
D	Früh übt sich, wer spät altern will	Meine Tierarztpraxis - Einsatz auf dem Land	TRADERS' TV
Das Geheimnis alternativer Medizin	I	Meine vegetarische Küche	Trendsetting
dentalDEBATTE	Institut für automobiles Marketing	Multiskript	Wert-Erhaltende Produktphilosophie
Der Anlage-Berater	ISSC	P	TTV
Der EU-Berufskraftfahrer - Grundqualifikation	ISSC-Water	Play Drums	Two Funny - Die Sketch Comedy
Der EU-Berufskraftfahrer - Lehrbuch für die Aus- und Weiterbildung	K	Pool + Spa Expert	U
Der EU-Berufskraftfahrer - Weiterbildung	Kleine Riesen - Die besten Marketingrezepte für kleinere Unternehmen	R	Unsere Erde in 365 Fotos
Die ZDF-Hitparty	Klimakiller	RAW PhotoStudio	Z
Die zweite Erde		Ru.Bashka	Zweite Erde
E		S	
erleben - ThemenSpezial		Schexing	
		Setzen, sechs ! Das Schul-	

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

22.05.2007, Woche 21, Nr. 824
Anzeigenschluss: 18.05.2007, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

12.06.2007, Woche 24, Nr. 827
Anzeigenschluss: 08.06.2007, 10 Uhr

Kampf um „Yello“-Marken

Der Anbieter des Internet-Branchenbuchs **GoYellow** hat sich bei einem Markenrechtsprozess gegen den Stromanbieter **Yello Strom** durchsetzen können.

Yello Strom hatte dem Online-Branchendienst die Verwendung des Firmennamens, der Internetadresse und des Firmenlogos in ers-

ter Instanz vom Landgericht München I untersagen lassen. Die Richter des Oberlandesgerichts München sahen aber keine hinreichende Verwechslungsgefahr zwischen den Marken GoYellow und Yello Strom. Laut einer Pressemitteilung von GoYellow wurde das Nutzungsverbot aufgehoben. „Wir freuen uns über diese

aus unserer Sicht absolut richtige Entscheidung. Wir sind der Meinung, dass der Begriff Yello(w) freihaltebedürftig ist.“, äußerte sich Dr. Klaus Harisch, Vorstandsvorsitzender der GoYellow Media AG.

Die Financial Times Deutschland meldete nun, dass Harisch seinerseits die

Initiative ergriffen habe. GoYellow beantragte beim Markenamt in München die Löschung mehrerer Yello Strom-Marken. (al)

Urteile:
LG München I
AZ: 1 HK O 11526/05

OLG München
AZ: 29 U 3700/06

„Wann kommt .berlin?“

Der nächste Domaintrend: Community-Top Level Domains

Die EU will starke Regionen. So will es die nächste europäische Strukturförderung, die derzeit in aller Munde ist. Was die EU schon hat, ist eine eigene Top Level Domain. Ob sie stark ist, wird sich noch zeigen. Mit eigenen Domainendungen wollen jetzt aber auch einzelne Regionen Stärke zeigen.

Vorreiter ist eine Interessensvereinigung namens **dotBERLIN**. Berliner Unternehmen wie Strato, Hotels, Lotto oder die Branchen-Fernsprechbuch GmbH haben sich zusammengeschlossen, um die Top Level Domain „berlin“ durchzusetzen. Die ersten Meldungen über die neuen Domains stammen aus dem Jahr 2005 und auf der Webseite wird verkündet, dass im ersten Halbjahr 2007 ein Antrag bei der zuständigen **Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)** gestellt wird. Auch heißt es zuversichtlich: „Nach der Einführung von .berlin werden Domains voraussichtlich im zweiten Halbjahr 2008 registrierbar sein.“

Lokale Identifikatoren als logische Weiterentwicklung des Internets

Am Nutzen lokaler TLD zweifelt kaum jemand. Dirk Krischenowski, Geschäftsführer von dotBERLIN, sagte anlässlich eines Koalitionsantrags im Bundestag (Drucksachenummer

16/4564) zur Weiterentwicklung des Adressraums im Internet: „Wir freuen uns, dass der Deutsche Bundestag die Potentiale unserer Idee, künftig Internet-Adressen wie strato.berlin, konopke.berlin oder handwerk.berlin zu schaffen, ähnlich einschätzt wie wir und diese unterstützt! Berlin kann weltweit die erste Stadt sein, die über eine eigene Domainendung verfügt, und wir sind davon überzeugt, dass damit viele positive Effekte verbunden sind.“

In dem Antrag ist auch von Domainendungen wie „bayern“, „nrw“ oder „köln“ die Rede. **Michael Rotert**, Präsident des Verbandes der Deutschen Internetwirtschaft betont einen anderen Aspekt: „Deutschland hat bei der Entwicklung des Internets immer eine bedeutende Rolle gespielt und zählt heute in Bezug auf die absolute Zahl der Nutzer wie auch auf die Zahl der registrierten Domains zu den Ländern mit der intensivsten Nutzung. Vor diesem Hintergrund sind lokale Identifikatoren eine logische Weiterentwicklung.“

Klein-Berlin macht Schwierigkeiten

Wie so oft bei Internetgeschäften wittert auch diesmal jemand das große Geld. Die Vertretung der 500-Seelen-Gemeinde Berlin (www.seedorf-berlin.de), die auf eine ältere ersturkundliche

Erwähnung als die Bundeshauptstadt verweisen kann, hatte im Dezember 2006 – laut eines Berichts von spiegel-online – einstimmig beschlossen, an dem Projekt zur Einführung der Top-Level-Domain „berlin“ teilzunehmen. Sprich, ein Stück vom Kuchen abzube-

Media Markt:

Irreführung mit Sonderangeboten

Der **Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv)** ist jetzt mit einer wettbewerbsrechtlichen Klage gegen die **Media Markt Systemzentrale GmbH** und die **Media-Saturn-Holding GmbH** vor dem Landgericht Ingolstadt weitergekommen.

Die Verbraucherschützer hatten gegen eine Anfang Januar 2006 bundesweit laufende Werbeaktion unter dem Motto „Die Beste Elf des Jahres“ geklagt, bei der u.a. ein DVD-Player zum Preis von EUR 19,00 angeboten wurde. Das Gerät sollte in allen Media Markt-Geschäften erhältlich sein, war aber schon kurz nach Geschäftsöffnung in vielen Filialen ausverkauft. Nach Ansicht des vzbv eindeutig ein Lockvogelangebot, das nicht in angemessener Menge bevorratet worden sei. Das Landgericht Ingolstadt hat nun einen Beweisbeschluss verkündet. Die Be-

kommen. Derzeit gibt es 250 Länder-TLDs und 20 generische Domainendungen (Eine Liste findet sich unter: www.iana.org). Die einzige lokale Domain derzeit ist „cat“ für Katalonien.

Quelle:
markenbusiness.de

weisaufnahme soll klären, ob tatsächlich ein irreführendes Lockvogelangebot gemacht wurde. Das klingt zunächst noch nicht besonders erfolgversprechend für den Bundesverband der Verbraucherzentralen, doch tatsächlich liegt in der geplanten Beweisaufnahme ein Fortschritt. Bisher konnten sich, nach Ansicht der Verbraucherschützer, Media Markt und Saturn mit einem juristischen Kniff aus der Verantwortung ziehen. Durch die Aufspaltung in zahlreiche, formal selbständige Tochtergesellschaften konnte der vzbv bisher nur gegen einzelne Media „Märkte“ vorgehen. So musste nur der jeweils direkt verklagte Markt eine abgemahnte Werbeaktion unterlassen. Das könnte sich bei einem erfolgreichen Urteil nun ändern. (al)

LG Ingolstadt
Beschluss vom 8.05.2007

Top News
aus Werbung,
Marketing und Medien
www.new-business.de

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für unsere Mandantin, die dtp young entertainment GmbH & Co. KG, Titelschutz in Anspruch für:

Meine Tierarztpraxis - Einsatz auf dem Land

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, für Computerspiele, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Multimediaanwendungen, Hörbücher, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art und Druckerzeugnisse.

**Ihde & Partner Rechtsanwälte,
Schönhauser Allee 10-11, 10119 Berlin**

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

Schexing Die ZDF-Hitparty

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:

Der EU-Berufskraftfahrer - Lehrbuch für die Aus- und Weiterbildung Der EU-Berufskraftfahrer - Weiterbildung Der EU-Berufskraftfahrer - Grundqualifikation

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (online und offline).

**Kirschbaum Verlag GmbH,
Siegfriedstraße 28, 53179 Bonn**

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

erleben - TourismusMagazin erleben - TourismusMagazine erleben - ThemenSpezial

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**

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

ISSC ISSC-Water Trendsetting Wert-Erhaltende Produktphilosophie

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen für Computerprogramme, Handbücher, Druckereierzeugnisse, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, CD-ROM, DVD, CD-I, Software, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Medien.

**WZR Wülfing Zeuner Rechel
Rechtsanwälte vereidigter Buchprüfer Steuerberater,
Lehmweg 17, 20251 Hamburg**

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

dentalDEBATTE

in allen denkbaren Schreibweisen, insbesondere Zusammen- und Trennschreibung, 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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

RAW PhotoStudio

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**H.C. Top Systems B.V.,
Celsiusweg 32-58, NL - 5928 PR Venlo**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 Markengesetz nehme ich für meine Mandantin Titelschutz in Anspruch für Druckerzeugnisse:

Früh übt sich, wer spät altern will

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen.

**Rechtsanwältin Claudia Buss,
Am Gähkopf 26, 70192 Stuttgart**

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

Allgäuer Bierzeitung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen - für alle Medien.

**Verlag HEPHAISTOS, „Edition ALLGÄU“,
Gnadenberger Weg 4, 87509 Immenstadt-Werdenstein**

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

CURIOCITY

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hoffmann und Campe Verlag GmbH,
Harvesthuder Weg 42, 20149 Hamburg**

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

Play Drums

in allen Schreibweisen, mit allen Zusätzen, in allen Abwandlungen und Schriftarten, Titelkombinationen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse, namentlich Zeitschriften, sowie elektronische und digitale Medien aller Art.

**Loh von Hülsen Michael
Partnerschaft von Rechtsanwälten,
Jägerstraße 59, 10117 Berlin**

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

Multiskript

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Medien, insbesondere Verlagsprodukte, Printmedien und elektronische Medien, Online-Dienste, sowie für Bild-, Ton-, -und Datenträger, Softwareerzeugnisse und Dienstleistungen aller Art.

**Multiskript Beate Herfurth-Uber,
Burgstraße 97, 65817 Eppstein**

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

Liedschatten

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphische Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische und digitale Medien, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen sowie Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**WZR Wülfing Zeuner Rechel
Rechtsanwälte vereidigter Buchprüfer Steuerberater,
Lehmweg 17, 20251 Hamburg**

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

Das Geheimnis alternativer Medizin Meine vegetarische Küche Fitness fürs Gehirn

**- 777 geniale Kreuzworträtsel, Bilderrätsel,
Denkaufgaben, Ratekrimis u.a. Spiele, die Ihre
grauen Zellen auf Trab halten**

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:

24 Karat - Schlager 24 Karat - Volksmusik

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**MCP Sound & Media GmbH,
Industriestraße 5, A - 6430 Öztal-Bahnhof / Österreich**

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

Unsere Erde in 365 Fotos

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für Kalender.

**Rechtsanwälte White & Case LLP,
Jungfernstieg 51, 20354 Hamburg**

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

Der Anlage-Berater

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für die Verbreitung redaktionell er- und bearbeiteter Informationen zu allen Bereichen der Geldanlage, insbesondere an das Fach-Publikum.

**Die Stiftung Verlags GmbH,
Bouchéstraße 12/Haus 8/Aufgang B, 12435 Berlin**

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

Pool + Spa Expert

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Print-Medien sowie elektronische und digitale Online- und Offline-Medien, insbesondere Internet.

**Rechtsanwälte Löffler-Wenzel-Sedelmeier,
Königstraße 1 A, 70173 Stuttgart**

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

Two Funny - 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, 15 Markengesetz nehmen wir für unsere Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für:

Klimakiller

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

**Rechtsanwälte Domernicht & v. Bredow,
Bismarckstraße 34, 50672 Köln**

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

Institut für automobiles Marketing

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, für Druckerzeugnisse aller Art, insbesondere Bücher, Präsentationen, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen, digitalen und mobilen Medien und Netzwerke, Softwareerzeugnisse, Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form.

**Jens Helmerich,
Burgschmietstraße 40, 90419 Nürnberg**

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

Klimamacher + Wärmepumpen Klimamacher + Wärmepumpen Journal Klimamacher + Wärmepumpen Zeitung

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

**Durm & Partner,
Moltkestraße 45, 76133 Karlsruhe**

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

Stolze Falten

und zwar in allen Schreibweisen, möglichen Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, off-line- und on-line-Dienste und sonstige on-line-Medien, Internet.

**Patentanwälte Maxton Langmaack & Partner,
Mathias Kirchplatz 5, 50968 Köln**

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

Die zweite Erde Zweite Erde

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

**ProSieben Television GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

Setzen, sechs ! Groß gegen Klein im Wissenduell Setzen, sechs ! Das Schulbankduell Groß gegen Klein

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

**Rechtsanwälte Schulte-Franzheim Seibert Bürglen,
Sachsenring 75, 50677 Köln**

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

TRADERS' TV TTV TODAYS TRADING VISUALIZED

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

**TRADERS' media GmbH,
Beethovenstraße 1A, 97080 Würzburg**

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

Ru.Bashka

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen, in allen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlineservices, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger, sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien- und Netzwerke, Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwälte Junghans & Radau,
Lietzenburger Straße 99, 10707 Berlin**

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

Kleine Riesen - Die besten Marketingrezepte für kleinere Unternehmen

in jeder Schreibweise, Schriftart und Darstellungsform, Abwandlung, Abkürzung, Wortverbindung, Titelkombination, graphischen Gestaltung, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Druckerzeugnissen aller Art, Merchandising, Multimedia-Anwendungen, On- und Offline-Dienste und sonstige Medien einschließlich Telekommunikation, Internet-Suchsysteme, CD-ROM, CD-I und sonstige CD-Derivate und Datenträger, elektronische und digitale Medien sowie Printmedien

**Süddeutscher Verlag GmbH, Business Affairs / Recht,
Sendlinger Str. 8, 80331 München**

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

Impressum:

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER mit DER SOFTWARE TITEL
 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: Angela Lautenschläger (AL), -61
 verantwortlich

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

Druckauflage: 5.400
 Verbreitete Auflage: 5.200
 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,

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 syste-
 matischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adres-
 sen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenent-
 würfe 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-Abonne-
 ment. 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-Abonne-
 ment. Ich erhalte das Magazin ab sofort regelmäßig
 für 98,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Abon-
 nement 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