

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Wunder oder Wundpflege? Die breite Titelpalette dieser Woche

Der Bundesminister für Arbeit und Soziales scheint gut gelaunt. Schließlich durfte er wieder gute Nachrichten vom Arbeitsmarkt verkünden. „Wirtschaft, öffentliche Hand und private Investoren sehen mit Zuversicht in die kommende Zeit“, erklärte Franz Müntefering in der vergangenen Woche.

Mit Zuversicht reagieren auch die Medien: die **gpe-Gesellschaft für Personalentwicklung** in Gießen spürt mit ihrem neuen Personalmagazin regionale „Potentiale“ auf und die **Frankfurter Societäts-Druckerei** berichtet über „Mainbusiness“. Sogar bei den Mandanten von Rechtsanwalt **Uwe Jahn** gibt jetzt es noch eine „zweite Chance“. Allerdings sucht **Claudia Alexandra Wohlfromm** in Palma de Mallorca noch

immer Arbeit für ihren „Superstar“. Wie schwierig es sein kann mit neuen Arbeitsbedingungen umzugehen, will auch **Kabel 1** mit dem Titel „Mein neuer Job“ deutlich machen.

**Sat.1** dagegen gibt sich in dieser Woche martialisch: „E-Ring - Military Minds“ heißt hier der neue Serientitel. Hoffentlich kommt es beim „Family Showdown“ nicht zu blutigen Auseinandersetzungen. Schon deutlich friedlicher klingt es von den British Virgin Islands. „I am the music“ schützt sich die **Berlin Ltd. BVI**. Das besondere Interesse der Redaktion gilt aber diesmal dem „Faltenschmeichler“ von **Judith Williams**, denn für den „Teenytausch“ bei **ProSieben** können wir uns wohl nicht mehr bewerben. (al)

### INHALT

### SEITE

Titelübersicht .....	2
Teure Referenzwerbung für Agenturen .....	2
Streit um eu-Domains - Eine Bilanz .....	3
Titelschutzanzeigen: <b>42 neue Titel</b> geschützt.....	4-7
Impressum .....	7

## Namensschutz gegen unternehmenskritisches Weblog

Eine Privatperson, die ein unternehmenskritisches Online-Tagebuch („Weblog“, kurz: „Blog“) betreibt, verletzt das Namensrecht des Unternehmens (§ 12 BGB), wenn sich die Internetadresse ausschließlich aus dem Unternehmensnamen und dem Begriff „Blog“ zusammensetzt. Dies hat derselbe Senat entschieden, der die Domain „awd-aussteiger.de“ als zulässig beurteilt hat (OLG Hamburg, MMR 2004, 415) und damit von dieser Entscheidung abgegrenzt.

Ein Privatmann, der sich seit längerem mit einer großen deutschen Finanzdienstleisterin auseinandersetzte, richtete ein Weblog ein, in dem er regelmäßig kritisch über das Unternehmen berichten wollte. Er wählte dafür die Domain [www.\\*\\*\\*blog.de](http://www.***blog.de), wobei der erste Teil der Domain der Name des Unternehmens war.

Das OLG Hamburg verbot die Verwendung der Domain per einstweiliger Verfügung wegen Namensanmaßung. Die Kombination des Un-

ternehmensnamens und dem rein beschreibenden Sachbegriff „blog“ lege – im Gegensatz zum Domainbestandteil „Aussteiger“ – den Schluss nahe, dass sich hinter der Anschrift eine Aktivität des Namensinhabers verberge.

Eine etwaige Klarstellung auf der Internetseite, dass es sich um ein unternehmenskritisches Weblog handle, schließe die Rechtsverletzung nicht aus, denn die Zuordnungsverwirrung sei bereits eingetreten, wenn die Internetseite aufgerufen werde. Die Domain vermittele den Eindruck, dass das Unternehmen dem Publikum ein „Corporate Blog“, ein offizielles Unternehmenstagebuch anbieten wolle. Ausreichend ist nach dem OLG Hamburg, dass dieser Eindruck bei „signifikanten Anteilen des Verkehrs“ entsteht.

**OLG Hamburg**  
**Beschluss vom 31.05.2007**  
**AZ: 3 W 110/07**

**Quelle:**  
[www.damm-mann.de](http://www.damm-mann.de)

## Die 42 neuen Titel dieser Woche

<b>A</b>	<b>F</b>	<b>M</b>	Generationen
anno	Faltenschmeichler	MAINBUSINESS	School's out
<b>B</b>	Family Showdown	Mein neuer Job	second chance
BLACE	Feine WELT	Mode für Generationen	Superstar sucht Arbeit!
Brainstorm	<b>FRIEDENSSCHLAG</b>	<b>P</b>	<b>T</b>
<b>C</b>	<b>H</b>	Perfekt Rätseln	Talk & Style
Café Solo	Hessen schönste Burgen	Phytomineral	Talk + Style
Cafezinho	Von Burg Frankenstein	PLACE	Teenytausch
Coffea	zum Dornröschen-	PLAZA	<b>W</b>
<b>D</b>	schloss	Potentiale	Williams & Williams
Das Wunder von	Hessens beliebteste	Potentiale -	Wundmedizin und
Mogadishu	Sehenswürdigkeiten	Ihr regionales	Wundpflege,
Deutsche Schlagercharts	<b>I</b>	Personalmagazin	Zeitschrift für
DIE KANZLERIN	I am the music	Potenziale	Vulnerologie
Die zweite Chance	I Know	Potenziale - Ihr regio-	<b>Y</b>
<b>E</b>	<b>L</b>	nales Personalmagazin	You are the music
E-Ring - Military Minds	Life Long Beauty	<b>S</b>	
		Schlagercharts	
		Schmuck für	

## Die nächste Ausgabe erscheint am

### Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

10.07.2007, Woche 28, Nr. 831  
Anzeigenschluss: 06.07.2007, 10 Uhr

### Der Titelschutz Anzeiger

17.07.2007, Woche 29, Nr. 832  
Anzeigenschluss: 13.07.2007, 10 Uhr

## Teure Referenzwerbung für Agenturen

Den selbst produzierten Werbespot zur Eigenwerbung auch auf der eigenen Homepage zu präsentieren ist für eine Werbeagentur fast selbstverständlich. Doch ebenso selbstverständlich ist es für die GEMA Gebühren zu verlangen, wenn dieser Spot mit Musik unterlegt ist.

Im vorliegenden Rechtsstreit vor dem Landgericht München I wollte sich die Agentur eine Gebührenabrechnung der GEMA nicht

gefallen lassen und klagte gegen die Wahrnehmungsgesellschaft für musikalische Rechte. Schließlich wurde mit den Musikurhebern ein Berechtigungsvertrag abgeschlossen und in diesem sei keine selbständige Nutzungsart im Sinne der „Nutzung eines musikalischen Werkes als Bestandteil einer Eigenwerbung mit Arbeitsergebnissen“ enthalten. Die GEMA hätte also in diesem Falle gar keine Nutzungsrechte übertragen bekommen. Die Musikur-

heber seien an einer solchen Rechtseinräumung sogar gehindert, weil sie mit den übrigen am Werbespot Urheberberechtigten eine Verwertungsgemeinschaft nach § 9 UrhG bildeten.

Die Münchner Richter haben die Klage der Agentur jetzt abgewiesen. Nach ihrer Ansicht bedarf es zur Nutzung fertiggestellter Werbespots als Referenzwerbung im Internet zwar weder eines Verfilmungsrechts, noch der Einwilligung des Urhe-

bers, dennoch sei diese Art der „Werbung mit der Werbung“ keine eigenständige Verwendungsform im Sinne der Rechtsprechung. Somit hat die GEMA einen Vergütungsanspruch. (al)

**LG München I  
Urteil vom 03.05.2007  
AZ: 21 O 12356/05**

**Nachzulesen unter:  
JurPC Web-Dok.  
104/2007, Abs. 1-41  
(www.jurpc.de)**

## Seit gut einem Jahr wird über eu-Domains gestritten - Eine Bilanz:

Seit gut einem Jahr gibt es eine neue Instanz in Sachen Kennzeichenrecht - die Schiedskommission für EU-Domains beim Tschechischen Schiedsgerichtshof (www.adr.eu). Insgesamt 629 endgültige Entscheidungen sind bisher (Stand: 25. Juni 2007) auf der Webseite (www.adreu.eurid.eu) des Gerichts veröffentlicht.

Unter „Disputed Domain Names“ (Umstrittene Domainnamen) werden 1555 Domains geführt. Fast täglich kommen ein oder gar mehrere Entscheidungen hinzu – darunter eine ganze Reihe Entscheidungen zu prominenten Marken und Namen wie bundesliga, Prada oder Salomonsports, wo in allen Fällen die Übertragung angeordnet wurde. Und auch Anträge für weitere Entscheidungen kommen im Tagesrhythmus hinzu; im Juni u.a. für „lotto.eu“ oder „grundig.eu“.

Etwas merkwürdig muten jedoch einige der widersprüchlichen Entscheidungen an, die bisher in durchaus vergleichbaren Sachverhalten gefällt wurden.

Die Stadt Stockholm hat „stockholm.eu“ beispielsweise nicht bekommen, die finnische Hauptstadt Helsinki hingegen „helsinki.eu“ schon. Die Domain „oxford.eu“ beruht auf der Marke „ox&ford“ und wurde zu Recht eingetragen, die EU-Domains aus den Marken „Barc&Elona“ oder „FRANKF&URT“ hingegen wurden als Verstoß gewertet.

### Hatten seltsame Markenmeldungen wie u\*r\*I\*a\*u\*b oder sex.eu Erfolg?

Kryptische Markenmeldungen, wie die soeben genannten, hatten im Vorfeld der eu-Sunrise Phase für Aufregung gesorgt. Beliebt waren vor allem Marken, welche die Zeichen „&“, „=“ und „\*“ enthielten. Damit konnten in der Sunrise-Phase die Domains registriert werden. Doch, ob die bevorrechtigten Domaineintragen rechtmäßig waren oder nicht, müssen nun weitere Einzelfallentscheidungen zeigen.

Durch die landestypische Aussprache des Zeichens „&“ waren Anmeldungen wie aus der Marke „P&A“ für „pesa.eu“ (im ungarischen wird & als „es“ gesprochen) oder „F&E“ für „fee.eu“ rechtmäßig. Auch „urlaub.eu“, bevorrechtigt angemeldet aufgrund der Marke u\*r\*I\*a\*u\*b, hatte Bestand. Auf die Nase gefallen sind hingegen ein paar ganz schlaue Markenmelder: Sex.eu und casino.eu berechtigte lediglich zu Domains wie sexeu.eu oder casinoeu.eu, heißt es in den Entscheidungen.

### Bisher 18 mal in ein Verfahren verwickelt: Zheng Qingying

Zu einer gewissen Prominenz hat es inzwischen der Londoner Zheng Qingying gebracht, der in insgesamt 18 Entscheidungen, u.a. BRITISHSWIMMING, bigdutchman, osram-os, auf der

Seite des Beschwerdegegners stand. Im Fall Osram hatte er nicht einmal Stellung genommen, die Domain musste übertragen werden, ebenso bei Bigdutchman. Einige Auslegungen der zumeist umstrittenen VO (EG) Nr. 874/2004 sind inzwischen gesichert. Fest steht beispielsweise schon, dass Markenansprüche allein nicht für eine bevorrechtigte Registrierung ausgereicht haben. Ein besonderes Recht hatte nur, wer einen Markeneintrag vorweisen konnte. Das bekam der polnische Anmelder Pan Pawel Dlugosz im Fall Nummer 02579 gegen die Eurid gleich 240 mal zu spüren, darunter auch für geplante Domains wie Blondinen, Games24 oder Jews.

### Was die Statistik sagt

In einem Beitrag der Fachzeitschrift Multimedia und Recht 2007, Seite 282ff, gibt Rechtsanwalt Jan Gerd Mietzel einen Überblick über die ersten 200 ADR-Entscheidungen in Sachen EU-Domains. Seine statistische Auswertung besagt, dass von den 200 ersten Fällen nur 31 mal die teurere dreiköpfige Schiedskommission gewählt wurde, sonst hat immer nur ein Schiedsrichter den Fall verantwortet. Dominiert haben zu Anfang die Verfahren gegen die Eurid. Nur 34 mal wurde gegen die Domaininhaber vorgegangen. Wie ein Blick in das Entscheidungsregister zeigt, überwiegen in jüngerer Zeit die Verfahren gegen Domaininhaber jedoch deutlich. Wertvoll ist die Auswertung jedoch für die statistische Beurteilung

der Erfolgsaussichten eines Verfahrens vor dem Prager Schiedsgericht. Verfahren gegen die Eurid hatten nur in 23% aller Fälle Erfolg. Domaininhaber verloren in 41% der Fälle, wobei hier die niedrige Zahl der entschiedenen Fälle die Aussage relativiert.

### Verfahrenssprache ist englisch, gefolgt von deutsch und holländisch

Während in den Verfahren gegen die Domainverwaltung Eurid (www.eurid.de) englisch als Verfahrenssprache vorgeschrieben ist, steht in einer Auseinandersetzung um eine Domain gegen einen Domaininhaber die Sprache nicht von vornherein fest. Doch auch hier dominiert die Sprache englisch. Immerhin 43 Entscheidungen wurden bisher in deutscher Sprache, 24 auf niederländisch, gefällt. Auch die anderen EU-Sprachen sind gelegentlich vertreten.

Wer nicht auf englisch streiten kann oder will, hat dazu durchaus die Möglichkeit. Insgesamt 9 Schiedsrichter präsentieren sich auf der adr.eu-Webseite auch in deutscher Sprache, insgesamt können Interessenten unter 44 deutschsprachigen Entscheidern wählen. Für die Verfahrenssprache niederländisch stehen beispielsweise 14 Schiedsrichter zur Verfügung.

Quelle:  
www.markenbusiness.de

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

### School's out

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, Rundfunk, Fernsehen, Film und sonstige elektronische und digitale Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

Senfft Kersten Nabert & Maier,  
Schlüterstraße 6, 20146 Hamburg

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

### Feine WELT

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

Jonas Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,  
Börsenplatz 1, 50667 Köln

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

### second chance Die zweite Chance

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).

Rechtsanwalt Uwe Jahn,  
Neumühler Straße 22, 19057 Schwerin

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

### Café Solo Cafezinho Coffea

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Zeitschriften und Druckerzeugnisse jeder Art und elektronische und digitale Medien, insbesondere CD-Rom, DVD und Online-Medien.

Rechtsanwalt Klaus Peter Weber,  
Schaumainkai 101-103, 60596 Frankfurt am Main

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

### Schmuck für Generationen Mode für Generationen Phytomineral Life Long Beauty Faltenschmeichler Williams & Williams

in allen Titelkombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Zusammensetzungen, Zusätzen, Untertiteln, Schriftarten, graphischen Gestaltungen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film und Fernsehen, Video, Ton-, Bildton- und Datenträger einschließlich Multimedia-Datenträger, Software, Telekommunikation und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Online-Dienste und -Medien/-Produkte, Internet- und Intranet-Domainbezeichnungen, sonstige audiovisuelle, analoge und/oder digitale/elektronische Medien, Printmedien, Druckerzeugnisse, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art, Merchandisingartikel.

Judith Williams,  
Konzerstraße 20, 54329 Konz

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

### anno Das Wunder von Mogadishu Hessens beliebteste Sehenswürdigkeiten Hessens schönste Burgen Von Burg Frankenstein zum Dornröschenschloss

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, 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:

### MAINBUSINESS

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen insbesondere für Druckprodukte und Onlinemedien.

**Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH,  
Frankenallee 71-81, 60327 Frankfurt**

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

### Deutsche Schlagercharts Schlagercharts

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Andreas Matern,  
Kirchplatz 2, 53804 Much**

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

### Mein neuer Job

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

**K1 Kabel 1 Fernsehen GmbH,  
Betastraße 10, 85774 Unterföhring**

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

### Teenytausch

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 eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

### Wundmedizin und Wundpflege, Zeitschrift für Vulnerologie

in allen Schreibweisen und 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.

**RAe Kiechle + Partner,  
Hindenburgstraße 1, 86807 Buchloe**

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

### I Know Brainstorm

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**



+ 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 eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für die Titel

### **Talk & Style Talk + Style**

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 Jürgen Greite,  
Poststraße 25, 20354 Hamburg**

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

### **Potentiale Potenziale Potenziale - Ihr regionales Personalmagazin Potentiale - Ihr regionales Personalmagazin**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**gpe-Gesellschaft für Personalentwicklung.de,  
Katharinengasse 12, 35390 Gießen**

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

### **PLAZA PLACE BLACE**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelnkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off-Line und On-Line-Diensten, sonstige audiovisuelle und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**KAHB Rechtsanwälte  
Kruhl Arends Hofert Bergemann Partnerschaft,  
Neuer Wall 59, 20354 Hamburg**

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

### **DIE KANZLERIN**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Printmedien, elektronische und digitale Medien, Hörfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie Offline-, Online- und Audiotextdienste und das Internet.

**Swantje-Britt Koerner,  
Kanzowstraße 11, 10439 Berlin**

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

### **You are the music I am the music**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Sprachen.

**Berlin Ltd. BVI,  
Romasco Place, Wickham's Cay 1,  
VG 1110 Road Town, Tortola**

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

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

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

### FRIEDENSSCHLAG

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Rechtsanwalt Knut Dierks,  
Fuggerstraße 33, 10777 Berlin

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

### Superstar sucht Arbeit!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Claudia Alexandra Wohlfromm,  
Dos de Maig 44, 07015 Palma de Mallorca/Spanien

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

### Perfekt Rätself

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

### Family Showdown E-Ring - Military Minds

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

#### 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 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.

# FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

**TELEFAX: 040/609 009 – 66**

<b>VON:</b>	<b>FIRMA:</b>	_____
	<b>NAME:</b>	_____
	<b>ANSCHRIFT:</b>	_____
		_____
	<b>TELEFON:</b>	_____
	<b>FAX:</b>	_____
	<b>E-MAIL:</b>	_____

## 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:** \_\_\_\_\_