

mit DER
SOFTWARE
TITEL

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Neue Fachpublikationen und Reality-TV

Wie castet man Millionäre? Diese Frage beschäftigt möglicherweise gerade die Produktions-Verantwortlichen der neuen **SAT.1**-Dokuserie „Millionäre undercover - Die Glücksbringer“. Nach Vorbild der britischen Erfolgsserie **Secret Millionaire**, sollen die gut betuchten Protagonisten der neuen Sendereihe für 10 Tage auf ihren Luxus verzichten, um in einem sozialen Brennpunkt zu wohnen und zu arbeiten. Dann entscheiden sie, welche Menschen sie als „Glücksbringer“ finanziell unterstützen.

Um „Geld und Leben“ geht es auch Rechtsanwältin **Bettina Krause**, während sich die Mandanten der Münchner Rechtsanwaltsgesellschaft **BEITEN BURKHARDT** mehr auf das idyllische „Landleben“ konzentrieren möchten. Die Nürnberger **DATEV**

eG wird ihre Mitglieder im Bereich „Mandantenanbindung“ unterstützen und **Karl Cerenko** arbeitet in Karlsruhe an einem „Messe Scout“.

Für Fachleute auf dem Gebiet der Schwimmbadtechnik bietet der Fellbacher **Fachschriften-Verlag** neue Informationen: „Pool & Spa-Profi“ und „Pool & Spa-business“ lauten hier die neuen Titel. Der **Verlag ME - Uwe Grundald** befasst sich mit der in der Medizin so notwendigen „Hygienereport Praxis“ und auch bei der **Deutschen Welle** in Bonn widmet man sich dem Thema „fit & gesund“.

Dafür, dass auch die Spannung nicht zu kurz kommt, sorgen die „gefährlichen Nachbarn“ der Münchner Rechtsanwälte **Poll Straßer Ventroni und Feyock**. (al)

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
„I“ als europäische Marke zugelassen	2
Nasdaq verteidigt seinen Namen	3
Strengere Regeln für Fernseh-Gewinnspiele	3
Titelschutzanzeigen: 41 neue Titel geschützt.....	4-7
Impressum	7

BGH weitet Prominentenschutz aus

Für Verlage wird es immer schwieriger zu entscheiden, ob sie über einen Prominenten berichten dürfen oder nicht.

Vor drei Wochen konnte sich die Freundin des Sängers **Herbert Grönemeyer** vor dem Bundesgerichtshof (AZ: VI ZR 12/06) gegen die **Bunte** durchsetzen. Jetzt setzte auch Ex-Nationaltorwart **Oliver Kahn** seine Klage gegen die Zeitschrift „**Frau im Spiegel**“ in Karlsruhe durch. Auch hier ging es wieder um Fotos, die den Kläger im Sommer 2005 mit seiner Freundin bei einem Spaziergang in St. Tropez zeigen. „**Frau im Spiegel**“ textete zu den Bildern **Kahn** würde mit seiner Freundin verliebte Blicke tauschen. Eine Woche vorher habe er sich mit seiner Familie auf Sardinien entspannt.

Ohne Einwilligung dürfen Bildnisse einer Person grundsätzlich nur verbreitet werden, so der VI. Zivilsenat des BGH mit einem Verweis auf die §§22, 23 Kunst-Urhebergesetz, wenn die Berichterstattung ein Ereignis von zeitgeschichtlicher Bedeutung betrifft. Das könne für den vorliegenden Fall nicht bejaht werden. Auch wenn die Presse grundsätz-

lich selbst darüber bestimmen darf, was sie für berichtenswert hält, müsse bei der erforderlichen Abwägung zwischen dem Anspruch der Öffentlichkeit über das Zeitgeschehen unterrichtet zu werden und dem Schutz des Betroffenen berücksichtigt werden, dass der Beitrag selbst bei Anlegung eines großzügigen Maßstabes keinen Vorgang von zeitgeschichtlichem Interesse betrifft, zumal die beanstandete Aufnahme den Kläger und seine Begleiterin im Urlaub zeigt, der auch bei Prominenten zum regelmäßig geschützten Kernbereich der Privatsphäre gehöre.

Für diese deutliche Aussage der Karlsruher Richter kann **Michael Konken**, Bundesvorsitzender des Deutschen Journalisten-Verbandes (www.djv.de), kein Verständnis finden. In einer Pressemitteilung kritisiert er die „prominentenfreundliche Urteilspraxis“ des Bundesgerichtshofs: Es sei nicht Aufgabe von Richtern, darüber zu entscheiden, welche Themen und Personen von öffentlichem Interesse seien und welche nicht. (al)

BGH vom 3. Juli 2007
AZ: VI ZR 164/06

Die 41 neuen Titel dieser Woche

B		Fashion international fit & gesund	K	plan build run Pool & Spa Pool & Spa-business Pool & Spa-Profi Pools & Spas Produktion - Gesucht Gefunden Public Pools
Benutzer-Logbuch			KI.KAninisch Kontrovers - das Politikmagazin	
D	G	Gefährliche Nachbarn Geld und Leben GoContext GoData GoLayout GoSales GoTimes	L	Landleben Leipziger Briefdienst
Das Spiel mit den Musen Die Gaben des Todes Die Schöne und der Geist Düsseldorfer Vereins- & Brauchtumsanzeiger			M	Magical Sparks Mandantenanbindung Messe Scout Messescout Millionäre undercover - Die Glücksbringer
E	H	Herzschlag Hygienereport Gastroenterologie Hygienereport Praxis	P	Perfekte Momente
E2 Echtzeit erp next Extended Enterprise				S
F				Stars
Fashion				Z
				zuDritt

Europäisches Gericht lässt den Buchstaben „I“ als Marke zu

Der Bonner IVG Immobilien AG (www.ivg.de) ist es vorerst gelungen, für den Buchstaben „I“ in zahlreichen Dienstleistungsklassen ein Schutzrecht als Marke durchzusetzen. Nachdem das europäische Markenamt dieses Ansinnen noch abgelehnt hatte, entschied jetzt das Europäische Gericht 1. Instanz (Az: T-441/05), dass die Buchstabenmarke in das europäische Markenregister einzutragen sei.

Hat diese Entscheidung Bestand, ist das Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (Marken, Muster und Modelle) (HABM) gezwungen, die Wort/Bild-Marke „I“ in der Farbe königsblau in das Register einzutragen. Das deutsche Unternehmen hat dann in allen 27 Mitgliedsstaaten ein Monopol

auf den Buchstaben für die eingetragenen Waren und Dienstleistungen wie Beratung in Organisations- und Geschäftsführungsangelegenheiten, Auskünften in Bauangelegenheiten, Transportwesen oder auch Dienstleistungen eines Architekten und Bauberatung – zumindest in der Farbe königsblau.

In der Entscheidung des HABM hieß es, dass banale und einfache Zeichen wie einzelne Buchstaben, Grundzahlen und einfache geometrische Formen, soweit sie keine besondere und auffallende grafische Elemente enthielten, nicht unterscheidungskräftig und damit nicht als Marke eintragungsfähig seien. Gestritten wurde dann, ob die Ausgestaltung des Großbuchsta-

ben ‚I‘ bzw. der römischen Zahl Eins aus dem Schrifttyp ‚Times New Roman‘, bei dem aber der obere und untere Querbalken etwas dünner und breiter gestaltet seien, für den durchschnittlich aufmerksamen Betrachter wahrnehmbar seien.

Dem erteilten die EU-Richter für Gemeinschaftsmarken jetzt eine Absage: „Indem sie das Fehlen der Unterscheidungskraft bei dem angemeldeten Zeichen aus dem Fehlen von deutlicher grafischer Eigenart gegenüber einer Standardschriftart gefolgert hat, hat die Beschwerdekammer (des HABM, Anm. d. Red.) somit Art. 4 und Art. 7 Abs. 1 Buchst. b der Verordnung Nr. 40/94 unzutreffend angewendet. Auch sonst üben die Richter Kritik an der Begrün-

dung der Amtsentscheidung, so habe die Beschwerdekammer zu Unrecht auf den normal informierten, angemessenen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher abgestellt. In Art. 4 der Verordnung Nr. 40/94 mit der Überschrift „Markenformen“ heißt es: „Gemeinschaftsmarken können alle Zeichen sein, die sich grafisch darstellen lassen, insbesondere Wörter einschließlich Personennamen, Abbildungen, Buchstaben, Zahlen und die Form oder Aufmachung der Ware, soweit solche Zeichen geeignet sind, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens von denjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.“

Quelle: markenbusiness.de

Nasdaq verteidigt Namen in Europa Europäische Klarheit für bekannte Marken

Bekannte Marken genießen einen besonderen Schutz. Das hat jetzt ein italienisches Unternehmen in einem europäischen Markenstreit, der bereits seit 7 Jahren läuft, erneut zu spüren bekommen. Auch vor dem Europäischen Gericht 1. Instanz (Az: T-47/06) ist die ANTARTICA S.R.L. mit Sitz in Rom mit der Wort-Bildmarke zu dem Begriff „Nasdaq“ gescheitert.

Per Lösungsverfahren waren die New Yorker Wertpapierhändler zuvor in der gleichen Sache bereits vor dem Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt in Alicante (HABM) erfolgreich. Die Marke musste aus dem Register gelöscht werden. Das bestätigte im Jahr 2004 bereits die Widerspruchsabteilung des europäischen Amtes. Jetzt bekräftigte die erste europäische Gerichtsinstanz diese Niederlage der Italiener gegen das HABM.

Kaum Überschneidungen im Klassenverzeichnis

ANTARTICA hatte bereits im Jahr 2000 eine Marke (Registernummer: 1583400) zum europäischen Register angemeldet. Die Marke sollte u.a. für Sportartikel, Uhren und Kleidung eingetragen werden. Die Nasdaq, die National Association of Securities Dealers Automated Quotations, mit Sitz am New Yorker Times Square, hatte eine EU-Marke bereits seit 1996 (Registernummer: 118406). Von den insgesamt 45 so genannten Nizza-Klas-

sen, in denen Marken eingetragen werden können, war nur die Klasse 9 identisch.

Juristen sprechen in solchen Fällen von geringer Branchenähnlichkeit - zu Überschneidungen mit den Eintragungen zur Nasdaq-Marke im Finanzwesen kam es nicht. Das europäische Gericht, letzte Instanz vor dem europäischen Gerichtshof (EuGH), fand jedoch genug Argumente um diese fehlende Branchennähe zu überwinden. Gestritten wurde auch um die Bezeichnung Nasdaq, die ohne einen Registereintrag bekannt sei.

Was im Markenstreit hilft: Omnipräsenz in den Medien

Zu dem Begriff Nasdaq warfen die Richter in die Waagschale, dass es sich um ein erfundenes und besonders unterscheidungskräftiges Wort handelt. Bedeutsam sei auch die Omnipräsenz des Begriffes in der Presse. ANTARTICA würde mit seiner Marke den guten Ruf der etablierten Marke Nasdaq ausbeuten und einen Vorteil u.a. darin haben, weil keine Werbeaufwendungen anfallen. Das Nasdaq auch ein Akronym sei, gebildet aus den Anfangsbuchstaben des italienischen Slogans 'Nuovi Articoli Sportivi Di Alta Qualità', konnte da nicht mithalten.

Die Entscheidung ist für die Inhaber von bekannten Marken von Bedeutung, da das Markenrecht von Ein-

zelfallentscheidungen geprägt ist. Gerade bekannte Marken werden immer wieder nachgeahmt und damit verwässert, was dazu führt, dass diese Marken verstärkt überwacht und intensiv geschützt und verteidigt werden müssen. Denn grundsätzlich gilt: Die Existenz weiterer Marken führt zu einer Schwächung der Kennzeichnungskraft, was sich bei der Verwechslungsprüfung auswirkt. Für die Nasdaq hatte der Streit scheinbar keine große Bedeutung.

Strengere Regeln für Fernseh-Gewinnspiele

Die Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten (DLM) möchte mehr Verbraucherschutz für die Zuschauer und hat neue Regeln für Fernseh-Gewinnspiele ausgearbeitet. So sollen TV-Gewinnspiele und ihre Auflösungen transparenter gemacht und die Chancengleichheit der Mitspieler gewährleistet werden. Wichtig sei hierbei der Abbau von künstlichem Zeitdruck durch die Moderation, die Offenlegung der technischen Mechanismen, eine Dokumentation der ausgezahlten Gewinne und

Im Geschäftsbericht 2006 (www.nasdaq.com) hieß es, dass das Unternehmen Nasdaq derzeit nicht in einen Rechtsstreit verwickelt sei, von dem angenommen werde, dass er einen nachteiligen Effekt auf das Geschäft, die Finanzen oder das operative Ergebnis habe. Geführt wurde die Nasdaq Stock Exchange in dem Verfahren als Streithelfer.

Quelle:
markenbusiness.de

klare Referenzen bei Wortsuchspielen. Der Verband privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT) und die betroffenen Veranstalter von Gewinnspielen haben an der Überarbeitung des Regelwerkes mitgewirkt. „Aufsichtsmaßnahmen gegen unlautere Gewinnspiele im Fernsehen erfordern eine klare rechtliche Grundlage; die DLM wird hierzu einen Vorschlag unterbreiten, teilte Reinhold Albert, der Vorsitzende der DLM mit. (al)

Infos unter: www.alm.de

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

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

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

14.08.2007, Woche 33, Nr. 836
Anzeigenschluss: 10.08.2007, 10 Uhr

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

zuDritt

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.

**Eva Mühlbacher,
Forstmeierstraße 21, 83278 Traunstein**

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

GoData GoSales GoContext GoLayout GoTimes

in allen möglichen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle möglichen Medien insbesondere Softwareerzeugnisse.

**GoCRM > touCon.,
Im Mühlgarten 20, 79589 Binzen**

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

Die Schöne und der Geist Gefährliche Nachbarn

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Messescout Messe Scout

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Bücher und allen Printmedien insbesondere, aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Zeitschriften und Magazine aller Art und elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste).

**Karl Cerenko,
Ochsantorstraße 22, 76227 Karlsruhe**

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

Pool & Spa Pools & Spas Public Pools Pool & Spa-Profi Pool & Spa-business

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen mit/ohne Zusätze von Untertiteln für Medien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Fachschriften-Verlag GmbH & Co. KG,
Höhenstraße 17, 70736 Fellbach**

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

Kontrovers - das Politikmagazin Echtzeit Herzschlag KI.KAninisch

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:

fit & gesund

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Deutsche Welle,
Kurt-Schumacher-Straße 3, 53113 Bonn**

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

Magical Sparks

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**Rechtsanwalt Georg Oswald,
Ledererstraße 17, 80331 München**

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

Landleben

in allen 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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Perfekte Momente

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

**Vartejanu Media Productions,
Bismarckstraße 8, 41564 Kaarst**

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

Millionäre undercover - Die Glücksbringer

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Das Spiel mit den Musen

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

**Rechtsanwältin Elsa Blanke, LL.M.,
Planufer 92A, 10967 Berlin**

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

Stars

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 Wymetal,
Leipziger Platz 3, 50733 Köln-Nippes**

Gemäß § 5 III MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Mandantenanbindung Benutzer-Logbuch

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, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Medien.

**DATEV eG,
Paumgartnerstraße 6-14, 90429 Nürnberg**

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

Düsseldorfer Vereins- & Brauchtumsanzeiger

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Düsseldorfer Medienverlag
für Brauchtum, Vereine und Kommunalpolitik,
Benderstraße 20, 40625 Düsseldorf**

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

Hygienereport Praxis Hygienereport Gastroenterologie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Verlag ME - Uwe Grunwald,
Bövingen 62, 53804 Much**

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

Die Gaben des Todes

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 einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Leipziger Briefdienst

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.

**Rechtsanwalt Matthias Meincke,
Dinterstraße 21, 04157 Leipzig**

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

Fashion Fashion international

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, grafischen Gestaltungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien, ferner für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD.

**Rechtsanwalt Dipl.-Kfm. Wolfgang Naegele,
Ballindamm 35, 20095 Hamburg**

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

Produktion - Gesucht Gefunden

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,
Sendlinger Straße 8, 80331 München**



+ Markenpiraterie + Domaingrabbing + Verunglimpfungen + Raubkopien +

Überwachen Sie
systematisch die
Benutzung Ihrer
Rechte?

- IPRGuard stellt die tatsächliche Benutzung von Namen, Slogans, Texten und Logos fest;
- IPRGuard überwacht weltweit Domainnamen mit Konnektierungs-, Inhaber- und Serverstandort-Informationen.

Informationen unter: www.iprguard.de, E-Mail: info@iprguard.de, Tel. 04131-225 600-0
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter www.researcher24.de

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

**erp next
E2
Extended Enterprise
plan build run**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**good source publishing,
Hagenring 39, 63303 Dreieich**

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

Geld und Leben

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für 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**

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

