

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Romantik oder Reality?

Das Medienangebot bleibt bunt

Das Knüpfen zarter Bande hat seine besonderen Tücken. Schön, dass die Mandanten des Berliner Rechtsanwalts **Patrick Rubin** Hilfestellung geben und für die „5 ersten Dates“ sorgen. Für einen passenden fahrbaren Untersatz sorgt der „Sportwagenservice Hamburg“ geschützt von den Rechtsanwälten **Achnitz v. Beust**. Nach Romantik pur klingt auch der **Sat.1** - Titel „Long time no see - Das Wiedersehen“.

Für mehr Reality sorgt **Studio Hamburg** und plant eine „Klinik unter Planen“ statt unter Palmen. Auch die Münchner **UIG GmbH** interessiert sich für knallharte Themen und recherchiert über Waffenschieber und Drogen Dealer Tycoone. Um Spannung aufzubauen be-

dienen sich die Mandanten von Rechtsanwältin **Bettina Krause** des so überaus talentierten Mr. Ripley, Patricia Highsmith bekannter Romanfigur. In diesem Fall übt sich Mr. Ripley in „der Kunst des Tötens“.

Künstlich sind auch die Katzen und Hunde der **Limbic Entertainment GmbH** und erfreuen doch das Herz junger Computerspieler. „Digicats“, „Digidogs“ und „Digihorses“ tummeln sich in der geplanten Unterhaltungssoftware.

„6! Setzen“ heißt es auch für Erwachsene, wenn Günther Jauch bei **RTL** zum „Wissensduell Groß gegen Klein“ lädt. Dass die Großen hier eine gute Figur machen, ist ausgesprochen unwahrscheinlich. (al)

Sloganrecherche USA

„Once you pop, the fun don't stop“ verspricht der Pringles-Slogan in den USA. Bounty reklamiert für sich „the taste of paradise“ und die Allianz verspricht in den Staaten „the power on your side“ zu sein. **Alexander Hahn** und **Inga Wermuth**, Geschäftsführer des Internetdienstes

„slogans.de“, haben die Recherchemöglichkeiten ihres Dienstes erweitert und bieten jetzt, neben Slogans aus Deutschland, der Schweiz und Österreich, auch eine Auswahl der wichtigsten Marken-Claims der USA an. (al)

BGH stärkt

den Schutz gegen Plagiate

Der Bundesgerichtshof hat, mit einem jetzt veröffentlichten Urteil, den Schutz deutscher Unternehmen gegen Nachahmungen im Ausland deutlich unterstützt.

Im vorliegenden Rechtsstreit hatte ein italienisches Unternehmen Nachbildungen der sogenannten „Wagenfeld-Tischleuchten“, im Stil des Bauhaus-Designers Wilhelm Wagenfeld, angeboten. Den Vertrieb in Deutschland aber nach einer strafbewehrten Unterlassungserklärung einstellen müssen.

Allerdings bot der italienische Hersteller die Plagiate nun auf einer deutschsprachigen Internetseite und in deutschen Printmedien an. Die deutschen Kunden sollten sich die Lampen dann in Italien abholen oder selbst

einen Transporteur beauftragen können. Die Rechteinhaber des 1990 verstorbenen Gebrauchsdesigners klagten wiederum auf Unterlassung. Schließlich werde die Werbung gezielt an den deutschen Verbraucher gerichtet. Der Wettbewerbsssenat des BGH schloß sich dieser Argumentation an. Kernsatz des Urteils: Werden Vielfältigungsstücke eines in Deutschland urheberrechtlich geschützten Werks der angewandten Kunst im Inland angeboten, so ist das Verbreitungsrecht des Urhebers auch dann verletzt, wenn die Veräußerung im Ausland erfolgen soll und das Werk dort urheberrechtlich nicht geschützt ist. (al)

Bundesgerichtshof
Urteil vom 15. Feb. 2007
AZ: I ZR 114/04

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
Bild- und Urheberrechte im CP	2
Museen und Marken	3
Hochschulradio zu Lehrzwecken erlaubt	3
Titelschutzanzeigen: 82 neue Titel geschützt	4-9
Impressum	9

Die 82 neuen Titel dieser Woche

5 erste Dates	Deutschlands Beste Gerichte	Finn, der Drachenhüter	Mr. Ripley und die Kunst des Tötens
5 first dates	Deutschlands Beste Rezepte	five first dates	Nacht des Kinos
6! Setzen - Das Wissensduell Groß gegen Klein	Deutschlands Bestes Essen	Fünf erste Dates	Neues für die Frau
A	Die 17 besten Kniffe gegen Kopfschmerzen, Migräne und Sehstörungen	G	O
Astrobrief	Die goldene Verbindung	Gute Freizeit	Olympia Doping Tycoon
Astrobrief - Die Goldene Verbindung	Die Legende vom Schatz im Silbersee	Gute Woche	R
B	Digibirds	Gutes für die Frau	Radspport Doping Tycoon
Bollywood - Das Musical	Digicats	I	Reader's Digest
Bollywood - Die Revue	Digicats	ICH FRIERE	Wissenswelt - 1000 Fragen, 1000 Antworten
C	Digidogs	Illustrierte Geschichte der Welt	S
circ corporate lexicon: edition I from corporate bullshit to corporate culture	Digihorses	K	Schlagzeug Markt
circ corporate lexicon: edition I von corporate bullshit zu corporate culture	Doping Tycoon	Kinopreis	Schlagzeug Markt 2008
CNG-Guide (Atlas) to Europe	Dreamgirls of Bollywood	Kinos in Deutschland	Sonntagsblatt
Copilot für Wohnmobil & Caravan	Drogen Dealer Tycoon	Klinik unter Planen	Sonntagsblatt (Ortsangabe)
D	E	Kocharena	Sonntagsblatt (Ortsangabe)
Das große Kochquiz	Endlich Lecker!	L	Sportstars im Südwesten
DeuStift	Equiamo	Leute aktuell	Sportwagenservice Hamburg
Deutsche Stiftungsverwaltung	Equilino	Long time no see - Das Wiedersehen	Sportwagenservice Hamburg GmbH
Deutscher Kinopreis	Erdgastankstellen-Atlas Europa	M	Sundeck
	Essen gegen Vergessen	Mein Traumberuf	T
	F	Mein Traumberuf: Babysitter	Tipps der Frau
	Familiero	Mein Traumberuf: Lehrerin	Tipps für die Frau
	Familieros	Meine Woche	V
	FILMWIRTSCHAFT	Miss Bollywood	Vor Ort. Die Reportage
	FILMWIRTSCHAFT - Der Branchendienst	Moosgeschichten	W
		MOVIEBIZ - Der Branchendienst der Filmwirtschaft	Waffenschieber Tycoon
			Wetten 2.0

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

21.08.2007, Woche 34, Nr. 837
Anzeigenschluss: 17.08.2007, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

11.09.2007, Woche 37, Nr. 840
Anzeigenschluss: 07.09.2007, 10 Uhr

Seminarangebot: Bild- und Urheberrechte im CP

Unternehmenspublikationen unterliegen ebenso den Regelungen des Urheber- und Persönlichkeitsrechts wie andere Verkaufsmedien. Auch für die Kundenzeitschrift eines Unternehmens gilt höchste Aufmerksamkeit beim Umgang mit Text- und Bildmaterial. Der Branchenverband **FORUM corporate publishing e.V.**

bietet daher im Oktober eine Einführung in das Urheber- und Persönlichkeitsrecht, um auch bei „Corporate Publishern“ das erforderliche Verständnis für die rechtlichen Regeln zu wecken. Durch das Seminar führt Rechtsanwalt **Dr. Matthias Lausen**, Geschäftsführer des Instituts für Urheber- und Medienrecht in München und

Namenspartner der Kanzlei Lausen Rechtsanwälte. Das Angebot wurde in Zusammenarbeit mit der Akademie des Deutschen Buchhandels entwickelt und ist für alle Mitarbeiter in Unternehmen und Agenturen interessant, die sich mit Corporate Publishing beschäftigen.

Termin: 15. Oktober 2007 München

Infos unter: www.forum-corporate-publishing.de & www.buchakademie.de

Museen und Marken

WIPO veröffentlicht Handbuch zu Geistigem Eigentum in Museen

Der größte Dinosaurier der Welt. Das Deutsche Museum in München. Die Museumsinsel in Berlin als Weltkulturerbe. Alles sind irgendwie Marken. Die Beispiele sind endlos. Doch nicht nur Museen sollten sich Gedanken über Marken und sonstige Schutzrechte machen. Einige Markeninhaber haben schon sehr viele Gedanken auf Museen verwendet. Daimler, Miele, 4711, Wella, Märklin oder Adidas: Sie bauen sogar ganze Museen, um ihre Marke zu stärken und zu präsentieren.

Doch nicht nur Museen als solche können Marken sein und mit ihrem guten Namen Geld verdienen. Markenrechtlich relevant sind viele Aspekte, vom Namen und Logo über die Namen von Künstlern, Künstlernamen und Signaturen bis hin zu Ausstellung- und Programmtiteln. Das Merchandising, typische Verpackungen, aber auch Farben können Hinweisfunktion haben. Zumal die Vermarktung seit ein paar Jahren immer wichtiger und auch professioneller wird.

DDR Museum und documenta sind eingetragene Marken

Auch die Gebäude, in denen die Museen und Sammlungen untergebracht sind, können unter dem Gesichtspunkt des Geistigen Eigentums, als Marke und wegen des Urheberschutzes betrachtet werden. Haben sie einen hohen Wiedererkennungswert und sind sie filmisch interessant, wie beispielsweise das Guggenheim Museum in New York, sind die Schutzrechte unverzichtbar.

DDR Museum, documenta oder Moma sind zwar eingetragene Marken. Doch eine ganze Reihe von Museen behandeln ihre Namen und Marken, ihr Geistiges Eigentum insgesamt, noch recht stiefmütterlich. Auch deshalb hat die World Intellectual Property Organisation (WIPO) den „WIPO GUIDE on Managing Intellectual Property for Museums“ aufgelegt. Das Geistige Eigentum spielt auch für Museen eine wichtige Rolle. Das Handbuch steht im In-

ternet kostenlos zum Download bereit (www.wipo.int/copyright/en/museums_ip/).

Das Handbuch enthält auf insgesamt 105 englischsprachigen Seiten Anregungen, wie Museen ein IP-Konzept für sich erarbeiten und umsetzen können. Geschäftsgeheimnisse und Vertragsfragen kommen hier genauso zur Sprache wie

Design, Marken und Urheberrecht. Auch verwandte Rechte wie Persönlichkeitsrechte und das Recht am eigenen Bild werden erörtert. Ganz nebenbei liefert das Handbuch damit eine kompakte Einführung in den IP-Bereich für jedermann.

Quelle:
markenbusiness.de

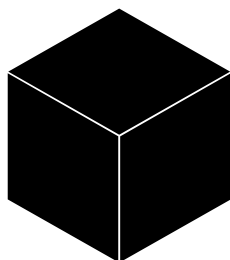
Hochschulradio: Zu Lehrzwecken erlaubt

Hochschulen dürfen, nach Ansicht des Bundesverfassungsgerichts, im Rahmen ihres Bildungsauftrags Radioprogramme anbieten. Vorausgesetzt es handelt sich um ein sogenanntes Lernprogramm, das den Studierenden die Möglichkeit gibt Erfahrungen in der Konzeption von Medien zu sammeln.

Die Karlsruher Richter haben damit eine Verfassungsbeschwerde des Freiburger Senders **Radio Dreieckland** abgewiesen. Der

nichtkommerzielle Hörfunkveranstalter hatte sich mit mehreren Verfahren gegen die **Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg** (LFK) gewandt, um die Zuweisung von Frequenzen an Lernradios zu verhindern. Doch für die Verfassungsrichter steht die Zulassung von staatlichen Hochschulen als mögliche Rundfunkveranstalter der Rundfunkfreiheit nicht entgegen. (al)

| BVerfG vom 31.07.2007
| AZ: 1 BvR 946/07



Red Box seit 1970
connecting creative professionals

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

Long time no see - Das Wiedersehen

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

Copilot für Wohnmobil & Caravan

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Schriftarten für alle Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, elektronische und digitale Medien und Netzwerke insbesondere auch Online- und Offline-Dienste sowie Bild-/Ton-Datenträger.

**DoldeMedien Verlag GmbH,
Postwiesenstraße 5 A, 70327 Stuttgart**

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

FILMWIRTSCHAFT FILMWIRTSCHAFT - Der Branchendienst MOVIEBIZ - Der Branchendienst der Filmwirtschaft

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

**FFV Film Fachverlag Holding KG,
Oskar-Jäger-Straße 170, 50825 Köln**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir namens und in Vollmacht des Herrn Reitz Titelschutz in Anspruch für Druckerzeugnisse in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen:

circ corporate lexikon: edition I from corporate bullshit to corporate culture

Desgleichen nehmen wir für Herrn Reitz Titelschutz in Anspruch für Druckerzeugnisse in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen:

circ corporate lexikon: edition I von corporate bullshit zu corporate culture

**Doerr Kühn Plück Makki & Thoeren
Rechtsanwälte & Notare,
Danziger Straße 64, 65191 Wiesbaden**

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

Radsport Doping Tycoon Olympia Doping Tycoon Waffenschieber Tycoon Drogen Dealer Tycoon Doping Tycoon

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

**UIG GmbH,
Knöbelstraße 14, 80538 München**

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

Digicats Digidogs Digibirds Dighorses Equilino Equiamo

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen für Druckschriften, Druckerzeugnisse, Datenträger, Rundfunk und Fernsehsendungen, Film- und Tonwerke, elektronische, digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste, sowie sonstige vergleichbaren Werke, Audiotexte und sonstige Online-Medien.

**Limbic Entertainment GmbH,
Heinrich-Hertz-Straße 21, 63225 Langen**

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

Schlagzeug Markt Schlagzeug Markt 2008

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen für alle Medien.

**RA Schmid-Loiper,
Waldstraße 4, 82194 Gröbenzell**

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

6! Setzen - Das Wissensduell Groß gegen Klein

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien einschließlich Merchandising.

**RTL Television GmbH,
Aachener Straße 1036, 50858 Köln**

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

Wetten 2.0

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Kombinationen und mit allen Zusätzen zur Verwendung für Ton-, Bildton- und Datenträger aller Art, Offline- und Online-Dienste, sonstige elektronische und digitale Medien, Druckerzeugnisse sowie für Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form.

**wbpr Public Relations,
Schumannstraße 5, 10117 Berlin**

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

Astrobrief Astrobrief - Die Goldene Verbindung Die goldene Verbindung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**IMV-Verlag GmbH & Co. KG,
Breitwiesenstraße 28, 70565 Stuttgart**

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

Leute aktuell Gute Woche Meine Woche Gute Freizeit Tipps der Frau Gutes für die Frau Neues für die Frau Tipps für die Frau

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Zusätzen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, grafischen Darstellungen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, in allen Medien einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger sowie Software- und Druckereierzeugnisse aller Art, insbesondere Zeitschriften, Zeitungen, Magazinen und Büchern sowie Hörfunk, Film, Fernsehen und elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, Merchandising.

**Rechtsanwalt Dr. Andreas Keil LL.M.,
Rosenstraße 49, 40479 Düsseldorf**

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

5 erste Dates Fünf erste Dates 5 first dates five first dates Deutschlands Beste Rezepte Deutschlands Beste Gerichte Deutschlands Bestes Essen Kocharena Endlich Lecker! Das große Kochquiz

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

**Rechtsanwalt Patrick Rubin,
Keithstraße 2-4, 10787 Berlin**

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

Klinik unter Planen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, elektronische, digitale (Online- und Offline-Dienste in allen technischen Verfahren) und audiovisuellen Medien, z.B. Internet, Intranet, im Mobile Business in jeder Nutzungsform, z.B. für Mobilephones, PDA, etc., z.B. als SMS, MMS-Bilder/Videos/Fotos und Klingeltöne in jeder Nutzungsart sowie Veranstaltungen in jeder Form, Softwareerzeugnisse, Musicals, Bühnenwerke und Merchandising in jeglicher Form.

**Studio Hamburg Produktion GmbH,
Jenfelder Allee 80, 22039 Hamburg**

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

Sundeck

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für sämtliche Medien, insbesondere Print und TV, einschließlich Ton-, Bild-/Tonträgern, Film-, Hörfunk-, Software-, Internetdienste, Video, CD-ROM und/oder andere Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich sämtlicher Multimedia-Anwendungen (Online-/Offline-Dienste) sowie Dienstleistungen, Veranstaltungen und Merchandising aller Art.

**Sundeck,
Apartado Postal 191, E - 07610 Can Pastilla**

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

ICH FRIERE

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 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Familiero Familieros

in allen Abwandlungen, Schreibweisen, Darstellungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Untertiteln, Gestaltungen, Zusammensetzungen und Zusätzen in sämtlichen Medien, insbesondere Publikationen in elektronischen und digitalen Medien - einschließlich Internet, Online-Medien, DVD- und CD-ROM, Telekommunikationsdienstleistungen, - einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP - und Softwareerzeugnisse, sowie für Print, Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton und Datenträger aller Art.

**Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG,
Theodor-Heuss-Str. 2-4, 53177 Bonn**

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

Miss Bollywood Dreamgirls of Bollywood Bollywood - Die Revue Bollywood - Das Musical

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Datenträger aller Art sowie für Veranstaltungen, insbesondere Musical- und Showveranstaltungen einschließlich Merchandising.

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

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

Kinopreis Deutscher Kinopreis Nacht des Kinos

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

**FFV Film Fachverlag Holding KG,
Oskar-Jäger-Straße 170, 50825 Köln**

Im Namen einer Mandantin nehme ich gemäß den §§ 5, 15 MarkenG Titelschutz in Anspruch für die folgenden Titel in allen Schreibweisen und Darstellungsformen:

**Sonntagsblatt
Sonntagsblatt (Ortsangabe)**

**Rechtsanwalt Professor Dr. Christian Russ,
An der Ringkirche 6-8, 65197 Wiesbaden**

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

**Die 17 besten Kniffe gegen Kopfschmerzen,
Migräne und Sehstörungen**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**IMV-Verlag GmbH & Co. KG,
Breitwiesenstraße 28, 70565 Stuttgart**

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

**Erdgastankstellen-Atlas Europa
CNG-Guide (Atlas) to Europe**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

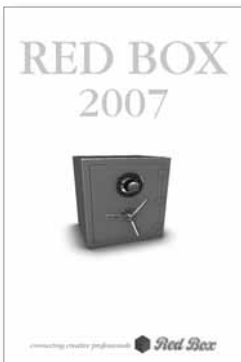
**Rechtsanwalt Jürgen Schneider,
Steinsdorfstraße 10, 80538 München**

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

Die Legende vom Schatz im Silbersee

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

**ASL Animationsstudio
Ludewig GmbH & Co. 1. Filmproduktion KG,
Alter Teichweg 15, Haus C, 22081 Hamburg**



Red Box 2007! Erleichtern Sie sich Ihren Arbeitsalltag!

Wer professionelle Partner aus der Werbe- und Medienindustrie sucht, schaut seit 1970 in die *Red Box*, das unentbehrliche Nachschlagewerk der Kreativbranche. Auf 880 Seiten finden Sie die relevanten Kommunikationsdaten von Filmproduktionen, Service-Companies, Fotodesignern, Grafikern, PR-/Werbeagenturen, Studios, Modellagenturen, Stylisten, Verleihern. Die Gliederung in ca. 240 Branchen und der Zusatz der Spezialisierungen ermöglichen einen schnellen Zugriff auf nahezu 38.000 Adressen. Mit *Red Box* finden Sie schnell den richtigen Kontakt für Ihr kreatives Projekt.

Bestellen Sie jetzt die *Red Box 2007* zum Preis von 89,00 Euro zzgl. Versand.

Bestellfax: 040-450 150 98

Ja, ich bestelle ____ Exemplar(e) Red Box 2007 zum Stückpreis von 89,00 Euro zzgl. Versand

Firma: _____

Name, Vorname: _____

Funktion: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

E-Mail: _____

Datum/Unterschrift: _____

Widerrufsgarantie: 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: _____

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

Moosgeschichten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, Untertiteln/-zeilen, für alle Medien einschließlich Ton-, sowie Bild- und Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste, sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**Klaus Peter Karger Film Kultur und Video,
Ewald-Huth-Straße 4, 78050 Villingen-Schwenningen**

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

Deutsche Stiftungsverwaltung DeuStift

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Grünberg'sche Forst- und
Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG,
Rothenbaumchaussee 38, 20148 Hamburg**

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

Mr. Ripley und die Kunst des Tötens Vor Ort. Die Reportage

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, 15 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Reader's Digest Wissenswelt - 1000 Fragen, 1000 Antworten - Völker und Kulturen

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

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

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

Illustrierte Geschichte der Welt

- Zeit des Umbruchs
- Die Welt in Flammen
- Im Zeichen der Supermächte
- Entspannung und Globalisierung
- Weltgeschichte auf einen Blick

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 Markengesetz nehmen wir für unsere Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

Sportwagenservice Hamburg Sportwagenservice Hamburg GmbH

in allen Schreibweisen, möglichen Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Wortverbindungen und Schriftarten, für alle Medien-, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien, Softwareerzeugnisse, Netzwerke einschließlich Multimediaanwendungen (Online- und Offlinedienste) sowie sonstige Onlinemedien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Achnitz v. Beust Schulz Siepert Rechtsanwälte,
Mönckebergstraße 11, 20095 Hamburg**

**Rund 49.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de**

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

Sportstars im Südwesten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Oliver Bernhart - Marketing mit mehr Wert!,
Gartenstraße 38, 70794 Filderstadt**

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

Essen gegen Vergessen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**IMV-Verlag GmbH & Co. KG,
Breitwiesenstraße 28, 70565 Stuttgart**

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

Kinos in Deutschland

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

**FFV Film Fachverlag Holding KG,
Oskar-Jäger-Straße 170, 50825 Köln**

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

Mein Traumberuf Mein Traumberuf: Babysitter Mein Traumberuf: Lehrerin Finn, der Drachenhüter

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für Druckschriften, Filmwerke, Tonwerke, Computersoftware, CD-ROM, Spiele.

**TIVOLA Publishing GmbH,
Münzstraße 19, 10178 Berlin**

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.

new business für Ihren Erfolg!



Experten aus Marktforschung, Sport-, Kultur- und Public Sponsoring geben auf 228 Seiten ihr Know-how weiter.

Die neuesten Studien u.a. von Nielsen Media Research, TNS Sport, pilot group und Ipsos zeigen die Entwicklungen auf dem Sponsoring-Markt.

Neue Denkanstöße und Ideen liefern Kampagnen aus Unternehmen wie z.B. Deutsche Bahn, Hyundai, Colgate Palmolive, Milram, BASF, West LB, Deutsche Telekom, UBS, Melitta, BDI und Vodafone.

Zusätzlich bietet Ihnen das Jahrbuch Themen wie Corporate Citizenship, Web 2.0 als Distributionskanal für Sportinhalte, Ambush Marketing sowie Agentur- und Dienstleister-Porträts, wichtige Adressen und Termine aus dem Sponsoringsektor.

Ab sofort lieferbar!

new business-Abonnement
+ Jahrbuch **35,-**monatl.

Ja, ich abonniere new business für mindesten ein Jahr (50 Ausgaben, inkl. zwei Doppelnummern) zum Preis von monatlich 35,- Euro zzgl. USt. und Versandkosten.

Mein Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn ich nicht mit einer Frist von einem Monat vor Ablauf der Bezugsfrist schriftlich kündige. Als Begrüßungsgeschenk erhalte ich die aktuelle Ausgabe des „Jahrbuch Sponsoring“.



Jahrbuch **56,-**

Ja, ich bestelle _____ Exemplar/e Jahrbuch Sponsoring 2007 zum Preis von je 56,- Euro zzgl. Versandkosten.

Firma: _____

Name, Vorname: _____ **Funktion:** _____

Straße: _____ **PLZ/Ort:** _____

Telefon: _____ **e-Mail:** _____

Datum/Unterschrift: _____

Widerrufsgarantie: Bei Fortsetzungsbezug garantieren Sie uns, dass wir diese Vereinbarung innerhalb der folgenden zwei Wochen durch schriftliche Mitteilung an den Verlag widerrufen können. Zur Wahrung der Frist genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs. Dies bestätige ich mit meiner 2. Unterschrift.

2. Unterschrift: _____

tsa