

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Von „Dorfschönheiten“ zum „Business Know-how“

Das Oktoberfest ist noch in vollem Gange, so kann auch der „Ochsi von der Wies'n“, geschützt von der Münchner Rechtsanwältin **Heidi Messer**, noch auftreten. In diesen Rahmen passt auch der neue Titel der **VVA Kommunikation**: „So schmeckt München“. Auch die „Dorfschönheiten“ der **Endemol Deutschland GmbH** haben noch Gelegenheit sich auf der Theresienwiese unter die Promis zu mischen.

Schnelle Entscheidungen sind bei der neuen Produktion der **Constantin Entertainment GmbH** gefragt. „Speeddating“ läßt zwar nur wenig Raum für intensives Kennenlernen, ist aber dafür ein wunderbares Thema für einen Film. Die Mandanten der Kanzlei **Taylor Wessing** in Hamburg haben ganz klar die „Frau im Blick“ und kümmern sich auch um Ex-

tras für die Frau“. Für „Neue Freizeit“-Gestaltung sorgt der **Alles Gute Verlag** und wünscht in diesem Sinne auch „Alles Gute für die Frau“. Die lieben Kleinen werden von der Unterführinger **megaherz gmbh** weitergebildet. Für den Kinderkanal erforscht der beliebte Willi Weitzel die „Wunder dieser Welt“.

Kulturelle Highlights hat Carsten Kollmeier demnächst im Angebot: So zeigt sich „Rembrandt“ im „Zenit der Radierkunst“ oder „Dali in Berlin“. Auch die „Meister des Irrationalen“ und „Very Important Smokers“ kommen zu Wort. Während die Mandanten von Rechtsanwalt **Patrick Jacobshagen** das „Filmbusiness“ beleuchten, plant **NBC UNIVERSAL** für seinen Spielfilmkanal Das Vierte einen „Crazy Dienstag“ ein.

Telefonwerbung auch im Geschäftsbereich nicht immer zulässig

Unaufgeforderte Werbeanrufe sind im geschäftlichen Umfeld, im Gegensatz zu Anrufen bei Privatpersonen, durchaus zulässig. Voraussetzung: Konkrete Umstände müssen vermuten lassen, dass der Angerufene ein sachliches Interesse an der Werbung hat.

Doch dieses „sachliche Interesse“ ist nicht immer gegeben. Das hat jetzt ein Suchmaschinenbetreiber zu spüren bekommen. Er hatte seine Mitarbeiter bei Kunden anrufen lassen, deren Seiten auf seiner Suchmaschine gelistet wurden, um den kostenlosen Eintrag in einen erweiterten, aber auch berechneten Eintrag umzuwandeln. Der Bundesgerichtshof zeigte deutlich, dass auch Werbeanrufe bei Unternehmen wettbewerbswidrig sein können, wenn sie zu belästigenden oder sonst unerwünschten Störungen der beruflichen Tätigkeit des Angerufenen führen. Der kostenlose Eintrag des Unternehmens in ihrer Suchmaschine habe den beklagten Betreiber zwar möglicherweise zu der Annahme berechtigt, das Unternehmen sei mit einem Anruf zur Überprüfung der

eingespeicherten Daten einverstanden. Eine Telefonwerbung, um zugleich das Angebot einer entgeltlichen Leistung zu unterbreiten, sei aber nach den gegebenen Umständen für den Angerufenen unzumutbar belästigend gewesen. Der Suchmaschinenbetreiber habe nicht mit einem besonderen Interesse des Unternehmens rechnen können, gerade im Verzeichnis ihrer - nicht besonders benannten - Suchmaschine gegen Vergütung mit einem erweiterten Eintrag aufgeführt zu werden. Ein kostenloser Eintrag über das Unternehmen sei in gleicher Weise bei weiteren 450 Suchmaschinen gespeichert gewesen. Angesichts der großen Zahl gleichartiger Suchmaschinen und der Verbreitung kostenloser Unternehmenseinträge in den Verzeichnissen von Suchmaschinen hätte die Beklagte vor einem Anruf berücksichtigen müssen, dass für einen Gewerbetreibenden die Gefahr bestehe, in seinem Geschäftsbetrieb durch eine Vielzahl ähnlicher Telefonanrufe empfindlich gestört zu werden.(al)

BGH vom 20.09.2007
AZ: I ZR 88/05

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Schwierige Zeiten für Inhouse-Juristen	2
Werktitelschutz für Sportgroßveranstaltungen	3
Titelschutzanzeigen: 51 neue Titel geschützt.....	4-7
Impressum	7

Die 51 neuen Titel dieser Woche

A
Alles Gute für die Frau
Alles sauber, alles rein
Alles Tester im Einsatz
AstroPortal
Astroportal
Astro-Portal
Autsch TV -
Das gibt's doch gar nicht

B
beach clubs germany
Bund 2008
Business Know-how
Golfstaaten
Business Know-how
Russland

C
Crazy Dienstag

D
Dali in Berlin
Das Superbuch
der erstaunlichen
Tatsachen
Das unglaubliche
Quiz der Tiere

Der „Ochsi“
von der Wies'n
Die Uhr tickt
Dorfschönheiten

E
Einer von 10.000
Einer von zehntausend
Extra für die Frau

F
Filmbusiness
Frau im Blick

G
GAG 9
Greenomics

I
Im Blick der Frau
Immobilie - aktuell
IQ Media

K
Kater Moshe
Kater Moshe und
der Ring des Königs
Kater Moshe und

die glücklichen Vier
Kreuzverhör
Kunst im Kloster
Kunst im Schloss

L
Love Doc

M
Meine Freizeit
meister des irrationalen

N
Neue Freizeit
Nichts als die Wahrheit
Nummer 13

R
Rembrandt -
Die Ausstellung
Rembrandt -
Zenit der Radierkunst
Room Attack

S
Saboteur
Showtime
So schmeckt München!

SPEEDDATING
T
TEN

V
Very Important Smokers

W
Willi und die Wunder
dieser Welt

Z
zwanzig 10 - Kultur,
Wirtschaft & Gesell-
schaft in NRW

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

09.10.2007, Woche 41, Nr. 844
Anzeigenschluss: 05.10.2007, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

16.10.2007, Woche 42, Nr. 845
Anzeigenschluss: 12.10.2007, 10 Uhr

Schwierige Zeiten für Inhouse-Juristen

Anwälte können sich im Falle einer gerichtlichen Untersuchung auf ihr besonderes Privileg der Vertraulichkeit berufen. Doch der Europäische Gerichtshof hat jetzt in erster Instanz genauer festgelegt, welchen sachlichen und persönlichen Geltungsbereich dieses Privileg hat. So soll sich der Schutz der Vertraulichkeit bei der Kommunikation zwischen Anwalt und Man-

dant nicht mehr in jedem Fall auch auf angestellte Unternehmensjuristen beziehen. Der bloße Umstand - so die Luxemburger Richter -, dass ein Schriftstück mit einem Rechtsanwalt erörtert worden ist, kann nicht genügen, um das Schriftstück als geschützt anzusehen. Das Gericht betonte sogar ausdrücklich, das Anwaltsprivileg gelte nur insoweit, als es sich um unabhängige,

d.h. nicht durch ein Beschäftigungsverhältnis an ihre Mandanten gebundene Rechtsanwälte handle. So fielen die mit einem Mitglied der Rechtsabteilung gewechselten E-Mails nicht unter den Schutz der Vertraulichkeit der Kommunikation zwischen Anwalt und Mandant. Für das Management von Unternehmen ergibt sich durch dieses Urteil eine schwierige Situation,

denn die Korrespondenz mit ihrem Inhouse-Juristen ist nun nicht mehr unter allen Umständen vertraulich.

Gegen diese Entscheidung können noch Rechtsmittel beim Gerichtshof der Europäischen Gemeinschaften eingelegt werden. (al)

EuGH vom 17.09.2007
AZ: T-125/03 und
T-253/03

Zur Frage des Werktitelschutzes für Sportgroßveranstaltungen

von Lars Jaeschke

Im Anschluss an die Ausweitung des Werktitelschutzes auf den Softwarebereich will eine starke Strömung in der Literatur einen weitgehenden allgemeinen Namensschutz für verkehrsfähige geistige Produkte etablieren und in den Kreis der Schutzobjekte auch Veranstaltungen bzw. Veranstaltungskonzepte (sog. Events) aufnehmen. Mit seinem offenen Bezug „auf sonstige vergleichbare Werke“ lässt § 5 III MarkenG für eine solche Rechtsfortbildung zumindest theoretisch Raum.

Die Judikatur hat sich – soweit ersichtlich – noch nicht zum Werktitelschutz von Sportgroßveranstaltungen geäußert. Der BGH hält indes die Grenzen des Titelschutzes terminologisch offen, wenn er in seiner Leitentscheidung zum Schutz von Software (BGH, GRUR 1998, 155, 156 – *Power-Point*) davon spricht, Titelschutz komme für das im Programm liegende „*immaterielle Arbeitsergebnis*“ in Betracht. Ablehnend äußerte sich der BGH für die Veranstaltung eines Musikfestivals (BGH, GRUR 1989, 626, 627 – *Festival Europäischer Musik*), da diesem der Werkcharakter fehle. Solche Veranstaltungen stellen eine Form der Dienstleis-

tung dar. In der einzigen klar bejahenden Entscheidung gewährte das LG Düsseldorf (LG Düsseldorf, WRP 1996, 156, 159 – *Paracelus-Messe*) einer jährlich stattfindenden Messe, deren Schutz als Unternehmenskennzeichen es abgelehnt hatte, Titelschutz gegen die spätere Durchführung einer weiteren Veranstaltung unter derselben Bezeichnung. Es ist jedoch zweifelhaft, ob den Bezeichnungen derartiger Ereignisse oder Konzepte tatsächlich Titelschutz zukommen kann, denn es handelt sich bei Sportveranstaltungen nicht um Werke, die mit den in § 5 III MarkenG genannten vergleichbar sind. Neue Schutzgegenstände müssen im Kern geistig geprägt sein (wie Druckschriften, Filmwerke, Tonwerke, Bühnenwerke, vgl. § 5 III MarkenG). Das mag man mit dem LG Düsseldorf bei medizinischen Messen mit Produktpräsentationen und –schulungen noch bejahen. Der geistige Gehalt von Sportveranstaltungen, Stadtfesten etc. hingegen lässt sich schon schwerer ausmachen.

Nach dem BGH ist für den Titelschutz von Veranstaltungen letztlich die Abgrenzung zu einer reinen Dienstleistung erheblich. Es kommt darauf an, ob

der Verkehr im Einzelfall den Schwerpunkt der Bezeichnung auf die Dienstleistungshandlung legt und darunter den Anbieter versteht oder darin das immaterielle, geistig geprägte Arbeitsergebnis selbst als Werk erblickt. Nur in letzterem Fall kommt Werktitelschutz in Betracht. Ansonsten ist der Anbieter auf etwaigen Markenschutz angewiesen. Bei Veranstaltungen ist im Einzelfall zu fragen, in welchem Maße der bezeichnungsfähige Inhalt – etwa in Form programmatischer Besonderheiten – über die bloßen Dienstleistungen der Planung, Organisation, Logistik und Finanzierung hinausgehend – besteht. Hier haben es Sportveranstaltungen schwerer als Kunstausstellungen, wo beispielsweise neben dem Ergebnis der Zusammenstellung von Gemälden unter thematischen und künstlerischen Aspekten der Akt der Organisation seine Bedeutung verliert. Zudem sind Gattungsbezeichnungen und sonstige sich auf Inhaltsbeschreibungen beschränkende Angaben ohne jede Eigenart von Hause aus nicht geeignet, bei ihrer Benutzung im Verkehr als Kennzeichen des betreffenden Werkes zu dienen (OLG Oldenburg, GRUR 1987, 127, 127 – *Sonntagsblatt*). Daher sind die rein

beschreibenden Bezeichnungen „*FUSSBALL WM 2006*“ oder „*WM 2006*“ keine unterscheidungskräftigen Werktitel. Gleiches gilt für Begriffe wie „*EURO 2008*“ oder „*WM 2012*“. Es ist auf der Grundlage der „*Festival Europäischer Musik*“ – Entscheidung des BGH davon auszugehen, dass dies auch das Ergebnis des BGH wäre, wenn er über den Werktitelschutz von Sportgroßveranstaltungen zu entscheiden hätte.



Dr. iur. Lars Jaeschke ist Teilnehmer des von Prof. Dr. Horst-Peter Götting, LL.M. (London) begründeten und betreuten Aufbaustudienganges LL.M. Intellectual Property Law (Dresden/London) der Technischen Universität Dresden in Zusammenarbeit u.a. mit dem Queen Mary Intellectual Property Research Institute (QMIPRI) der Queen Mary University of London (www.llm-ip.de).

Top News aus Werbung,
Marketing und Medien

www.new-business.de

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

Crazy Dienstag
Autsch TV - Das gibt's doch gar nicht

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen und/oder Zusätzen und Zusammensetzungen in allen Medien, insbesondere Ton- und Bildton- und Datenträger jeder Art, Film, Hörfunk, Fernsehen, Druckwerke, Zeitschriften, Bücher, Software, Off-Line und On-Line Dienste und Veranstaltungen sowie Dienstleistungen aller Art.

NBC UNIVERSAL International GmbH,
Theresienstraße 47 a, 80333 München

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

Astro-Portal
Astroportal
AstroPortal

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Kater Moshe
Kater Moshe und der Ring des Königs
Kater Moshe und die glücklichen Vier

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten in allen Medien, und zwar auch für Druckereierzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton-, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-Rom, DVD, CD-E, online- und offline-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich SMS, WAP), Merchandising, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

Christiane Seidler,
Rheinellbestraße 42, 45886 Gelsenkirchen

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

Extra für die Frau
Frau im Blick
Im Blick der Frau

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen in allen Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Film, Fernsehen, Hörfunk und sonstige audiovisuelle Medien, Internetseiten und -auftritte, Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, insbesondere CD-ROM, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien und Multimediaanwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

Rechtsanwälte Taylor Wessing,
Am Sandtorkai 41, 20457 Hamburg

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

Bund 2008

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckerzeugnisse aller Art, insbesondere Bücher, Zeitschriften, Kataloge, Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, DVD, CD-I, CD-Rom, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien, insbesondere Internet, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen, Merchandising-Produkte, Veranstaltungen sowie Dienstleistungen aller Art.

Rechtsanwälte Dr. Neumann & Partner,
Wachsbleiche 26/III, 53111 Bonn

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

Greenomics
Business Know-how Russland
Business Know-how Golfstaaten

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

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

Immobilie - aktuell

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**NIAX Medien GmbH,
Bahnhofstraße 48, 29221 Celle**

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

Das unglaubliche Quiz der Tiere

in allen Schreibweisen für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film und Internet.

**NORDDEUTSCHER RUNDFUNK,
Rothenbaumchaussee 132, 20149 Hamburg**

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

Filmbusiness

in allen Schreibweisen und für alle Medien insbesondere Buch, Online-Medien, Internetseiten, Hörbücher, Computerspiele und -software.

**Jacobshagen & Gabriel
Rechtsanwalt Patrick Jacobshagen,
Monbijouplatz 5, 10178 Berlin**

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

Einer von 10.000 Einer von zehntausend

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**POLYPHON Film- und Fernsehgesellschaft mbH,
Jenfelder Allee 80, 22039 Hamburg**

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

Rembrandt - Zenit der Radierkunst Rembrandt - Die Ausstellung Kunst im Schloss Kunst im Kloster Dali in Berlin Very Important Smokers meister des irrationalen beach clubs germany

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insb. Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (insb. Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse, Dienstleistungen aller Art sowie Domain-Bezeichnungen.

**Carsten Kollmeier,
Bussardstraße 11, 68782 Brühl**

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

Showtime GAG 9 Die Uhr tickt TEN Love Doc Saboteur Kreuzverhör Nummer 13 Nichts als die Wahrheit

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**GRUNDY Light Entertainment GmbH,
Siegburger Straße 215, 50679 Köln**

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

Dorfschönheiten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten, in allen Medien, insbesondere Fernsehen, Hörfunk, Film, Internet, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, Spiele, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-Rom, CD-I, DVD, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Endemol Deutschland GmbH,
Am Coloneum 3-7, 50829 Köln**

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

Das Superbuch der erstaunlichen Tatsachen Alles sauber, alles rein

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 Titelschutz in Anspruch für:

SPEEDDATING

jeweils in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, Untertiteln, Zusammensetzungen und mit allen Zusätzen für alle audiovisuellen Medien insbesondere Ton-, sowie Bild- und Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen.

**Constantin Entertainment GmbH,
Carl-Zeiss-Ring 3, 85737 Ismaning**

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

IQ Media

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Film, Fernsehen, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Software und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On-Line und Off-Line) sowie für Dienstleistungen jeglicher Art, insbesondere Vermarktungstätigkeiten.

**Rechtsanwalt Thomas Gottlöber,
Stephanienstraße 19, 40211 Düsseldorf**

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

Room Attack

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.

**MSC Promotion GmbH,
Aumühlenstraße 4, 61440 Oberursel**

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

Der „Ochsi“ von der Wies'n

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in sämtlichen Medien, einschließlich Tonträger, Bild-/Tonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernsehen- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form sowie Merchandising.

**Rechtsanwältin Heidi Messer,
Sendlinger Straße 13, 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 Benutzungsforschungen auch unter www.researcher24.de

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

Willi und die Wunder dieser Welt

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

**megaherz gmbh film und fernsehen,
Föhringer Allee 17, 85774 Unterföhring**

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

AllesTester im Einsatz

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:

zwanzig 10 - Kultur, Wirtschaft & Gesellschaft in NRW So schmeckt München!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**VVA Kommunikation GmbH,
Theodor-Althoff-Straße 39, 45133 Essen**

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

Neue Freizeit Meine Freizeit Alles Gute für die Frau

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Alles Gute Verlag Ltd.,
Adolfstraße 5, 39646 Oebisfelde**

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.

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.

www.jahrbuch-sponsoring.de

Ab sofort lieferbar!

new business-Abonnement
+ Jahrbuch

35,- monatl.

Ja, ich abonniere new business für mindestens ein Jahr (50 Ausgaben, inkl. zwei Doppelnummern und allen nb Reports eines Jahres) 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