

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

„Der Stoff aus dem die Männer sind“ und andere Rätsel des Universums

Die Medien präsentieren sich diese Woche als Ratgeber in allen Lebenslagen.

Die **acteam interNETional GmbH** kümmert sich im schleswig-holsteinischen Mönkeberg um neue Modelle der Altersvorsorge in Form einer „Bausteinrente“ oder „Vorsorgepyramide“. Bei **Thomas Michael** in Mülheim wird ein „Magazin für Angeln + Urlaub“ vorbereitet und die Mandanten von **Rechtsanwalt Joachim Fauth** in Stuttgart starten eine „faszinierende Reise durch Zeit und Raum“ und ergründen das „Rätselhafte Universum“. Das medizinische Fachpublikum hat die **R & R GmbH** in Holzheim mit Titeln wie „Neurology Target News“ und „RheumaCare“ im Visier. Die komplexen Aspekte des „BIORechts“ erläutern die Mandanten der Frankfurter Kanzlei **GÖHMANN**

Rechtsanwälte, während die Rechtsanwalts-Partnerschaft **Heisse Kursawe Eversheds** in München auf „Green Tec“ setzt.

Das **F.A.Z.-Institut** in Frankfurt schützt sich die Titel „Erfolgreich gründen im Team“ und „Gründerflirt“. Hier klingt sogar die Vermittlung von Wirtschaftswissen recht romantisch. Dankenswert ist auch der Einsatz von **little book media** in Konstanz. Jetzt werden wir endlich mehr über „Testosteron - Der Stoff aus dem die Männer sind“ erfahren. Von Köln aus bringt die Produktionsfirma **GRUNDY Light Entertainment GmbH** die Zuschauer „in 80 Fragen um die Welt“ und die **Verlagsgruppe Lübbe** gründet ein „Team X-treme“. Schön, dass zumindest bei der Mandantin von Rechtsanwalt **Martin Glänzer** „Alles aus Liebe“ geschieht. (al)

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Der Makel vonLizenzen	3
Urheberrecht: Günther Grass gegen FAZ	3
Titelschutzanzeigen: 87 neue Titel geschützt.....	4-9
Impressum	9

Produkt-Piraten-Preis in Köln verliehen

Anfang Februar wurde auf der Frankfurter Konsumgütermesse „Ambiente“ zum 32. Mal der **Plagiarius** verliehen. Mit dieser keineswegs begehrten Trophäe werden jedes Jahr Hersteller und Händler ausgezeichnet, die besonders dreiste Nachahmungen von Markenprodukten auf den Markt gebracht haben. Der Zwerg mit der goldenen Nase ist ein Symbol für die großen Gewinne, die Produktpiraten mit dem Vertrieb ihrer Fälschungen machen und soll über Ausmaß, Schäden und



Preis-Verleihung erklärt er folgendermaßen: „Die Verleihung ist natürlich nicht gleichzusetzen mit einem gerichtlichen Beschluss - der Plagiarius kann und will nicht Recht sprechen, sondern die Öffentlichkeit auf Unrecht aufmerksam machen“. Es ginge der Aktion auch nicht darum Nachahmungen, die einem aktuellen Trend folgen, zu verurteilen, da sich diese ausreichend vom Original differenzieren und für einen lebendigen Wettbewerb sorgen. Im Fokus stünden für Busse vielmehr plumpe 1:1 Kopien innovativer Produkte, die vom Nachahmer als eigene kreative Leistung verkauft würden.



Der WMF „Two-in-One“ und sein chinesisches Pendant (rechts)

Gefahren von Plagiaten aufklären. Der erste Preis ging in diesem Jahr an die chinesische **Schantou Lian Ltd.**, die Design und Ausstattung eines Salz- und Pfeffersets eines Salz- und Pfeffersets besonders dreist kopierte.

Erdacht wurde der Plagiarius 1977 von **Prof. Rido Busse**, der als Designer selbst von Plagiaten besonders betroffen war. Die Ziele seiner Anti-

Die „Preisträger 2008“ sowie ein „Museum Plagiarius“ mit allen bisherigen Preisträgern finden sich auf der Seite **www.plagiarius.com**. (al)

Die 87 neuen Titel dieser Woche

5 erste Dates	Deutschlands Beste Rezepte	In 80 Fragen um die Welt	Oncology Target News
5 first dates	Deutschlands Bestes Essen	Info Rheumatologie	R
A	Die Legende vom Schatz im Silbersee	K	Rätselhaftes Universum - Eine faszinierende Reise durch Zeit und Raum
Alles aus Liebe	Die Master Key Meditation	Kerstin Kochbar	RheumaCare
Ansichtssache	E	L	Rheumatology Target News
Artist of Germany	Endlich Lecker!	La Gente	S
Artist of the World	Erfolgreich gründen im Team	Leute	semmlerpic
B	eScript	Leute und Stadt	seven - life
Bausteinrente	eScript: blaschke.tv	Life 7	seven - live
Bausteinvorsorge - Sicherheit vor Sorge	F	Live 7	seven - time
Best Of	FERNSEH-ILLU	M	simage
BestOf	five first dates	Master Key	Stadt und Mensch
BIORecht	Fünf erste Dates	Master Key Meditation	Startklar
blaschke.tv	G	Master Key System	Studi DW
C	Geheimreport: Das Millionengeschäft	Masterkey	T
Chlorophyll	Geheimreport: So werden auch Sie Millionär	Master-Key	Team X-treme
Congress Value	Geheimreport: Was Sie über Network Marketing wissen sollten	Masterkeymeditation	TESTOSTERON
D	Green Tec	Master-Key-Meditation	TESTOSTERON - Der Stoff aus dem die Männer sind
Das große Kochquiz	Gründerflirt	Masterkeysystem	The One
Das Magazin für Angeln + Urlaub	I	Master-Key-System	TV-ILLU
Das Master Key System	In 18 Fragen um die Welt	Mein Restaurant	U
Dein Song	In 8 Fragen um die Welt	N	Ute
Der Hoteltester		Neurology Target News	V
Der Tote in der Mauer		Neustadt aktuell	Vorsorgepyramide
Design for living		Neustädter Anzeiger	W
Deutschlands Beste Gerichte		Neustädter Woche	Weiterblick
		O	
		Office easy	
		OncoCare	

Markenattraktivität optimieren

Eyes & Ears of Europe die Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien in Köln veranstaltet am 13. und 14. März einen Workshop zum Thema „Markenattraktivität nachhaltig optimieren“. Location ist das Schweizer Fernsehen

in Zürich. Der Workshop soll anhand von Beispielen aus der Praxis die Grundlagen und Voraussetzungen erfolgreicher Markenführung aufzeigen. Informationen finden sich unter: www.eeoffe.org. (al)

Recherchehilfe für Markenprüfer

Das **HABM (Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt)** in Alicante hat eine Datenbank veröffentlicht, in der die geographischen Angaben für Weine, Spirituosen und andere Lebensmittel verzeichnet sind, die durch Gemeinschaftsverordnungen und bilaterale

Verträge zwischen der EG und Drittländern geschützt sind. Diese Datenbank wird im HABM bei der Prüfung von Gemeinschaftsmarkenanmeldungen genutzt. Zu finden unter http://oami.europa.eu/en/mark/marque/pdf/Geographical_Indications.xls. (al)

Top News aus Werbung,
Marketing und Medien

www.new-business.de

Der Makel von Lizenzen

Lizenzen in der Insolvenz - was gilt, was könnte demnächst gelten?

Lizenzen sind derzeit mit einem Makel behaftet. Dem Insolvenzmakel. Gerät ein Lizenzgeber in einen finanziellen Engpass und wird ein Insolvenzverfahren eröffnet, könnte es ganz schnell vorbei sein mit der Lizenz. Vor allem bei Unterlizenzen, die dann nicht mehr sicher gestellt sind, kann es dann schnell zu horrenden Forderungen kommen. Das schwächt nicht nur die Verkehrsfähigkeit von Patent-, Marken- und sonstigen Lizenzen sondern ist auch ein Ergebnis, das fast niemandem etwas nutzt.

Der Fall, der das Lizenz-Dilemma verdeutlicht, ist simpel. Erfinder A lizenziert sein Patent an Entwicklungsfirma B, die ein ganzes

Paket an 17 weitere Firmen lizenziert, die auf dieser Basis Produkte zur Marktreife bringen. A wird insolvent, der Lizenzvertrag wird gekündigt und B guckt in die Röhre. Sind die 17 Verträge nicht wasserdicht, drohen immense Schadenersatzansprüche.

... natürlich wird der Lizenzverwalter schwach

Der Hintergrund ist schnell skizziert. Seit 1999, als das Insolvenzrecht komplett reformiert wurde, gelten Lizenzen nicht mehr als insolvenzfest. Der Insolvenzverwalter kann wählen, ob er an dem Lizenzvertrag festhalten möchte, oder nicht. Und natürlich wird ein Insolvenzverwalter

schwach, wenn für ein Patent ein Angebot kommt, das die Kosten mal eben deckt, wenn er sonst aus einer laufenden Geschäftsbeziehung jahrelang Lizenzzahlungen abwarten muss.

Das soll jetzt anders werden. Mit dem Gesetzesentwurf zur „Entschuldung mittelloser Personen, zur Stärkung der Gläubigerrechte sowie zur Regelung der Insolvenzfestigkeit von Lizenzen“ steht derzeit ein Papier zur Diskussion, das allen Lizenznehmern Hoffnung macht. In einem neu einzuführenden § 108a soll demnach künftig geregelt sein, dass Lizenzverträge über ein Recht am geistigen Eigentum künftig mit Wirkung für die Insolvenzmasse fortbestehen. Der

Insolvenzverwalter soll dann nicht mehr wählen können, ob er kündigt oder nicht. Dafür muss er Nebenpflichten aus diesem Vertrag nur insoweit erfüllen, wie dies für die Nutzung des geschützten Rechts »zwingend geboten« ist. Gerade das Merkmal „zwingend geboten“ ist derzeit heftig umstritten. Besteht ein auffälliges Missverhältnis zwischen vereinbarter und marktgerechter Vergütung, kann der Verwalter eine Anpassung verlangen, wobei der Lizenznehmer dann ein außerordentliches Kündigungsrecht haben soll.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Urheberrecht: Günther Grass setzt sich gegen FAZ durch

Der Schriftsteller **Günther Grass** hat sich in der Auseinandersetzung um die Veröffentlichung seiner Briefe nun auch vor dem **Berliner Kammergericht** durchsetzen können. Die **Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)** hatte im Zusammenhang mit der Diskussion um die SS-Vergangenheit des Schriftstellers zwei Briefe veröffentlicht, die Grass 1969/70 an den damaligen

Bundeswirtschaftsminister **Karl Schiller** geschrieben hatte und in denen er **Schiller** aufforderte, sich zu seiner NS-Vergangenheit zu äußern. Grass erwirkte beim **Landgericht Berlin** eine einstweilige Verfügung auf Unterlassung, die durch ein Urteil am 23.01.2007 bestätigt wurde. Die FAZ legte

Rechtsmittel ein, doch das Kammergericht folgte der Argumentation der Vorinstanz.

Der umfassende Abdruck der beiden Briefe verletze den Schriftsteller in seinem Veröffentlichungsrecht und sei durch keine gesetzlichen oder verfassungsrechtlichen Schranken gerechtfertigt, so die

Berliner Richter. Obwohl eine große zeitgeschichtliche Bedeutung nicht zu verkennen sei, stehe das Urheberpersönlichkeitsrecht, über die Veröffentlichung zu entscheiden, an erster Stelle, da es darum gehe, das Werk in den kulturellen Kommunikationskreislauf zu bringen. (al)

Kammergericht Berlin
AZ: 5 U 63/07

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

26.02.2008, Woche 09, Nr. 862
Anzeigenschluss: 22.02.2008, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

11.03.2008, Woche 11, Nr. 864
Anzeigenschluss: 07.03.2008, 10 Uhr

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

The One

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, grafischen 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 Karsten Hock,
Fuggerstraße 9, 86150 Augsburg**

Unter Hinweis auf § 5 Absatz 3 MarkenG nehmen wir für unseren Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Green Tec

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechende Untertitel, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Internet.

**Heisse Kursawe Eversheds Partnerschaft Rechtsanwälte,
Maximiliansplatz 5, 80333 München**

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

BestOf Best Of

in allen Schreibweisen und 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 Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**WILDE.Rechtsanwälte, RA Steffen Wilde,
Kaiser-Wilhelm-Ring 22, 50672 Köln**

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

Startklar

in allen Schreibweisen, möglichen Kombinationen, Abwandlungen und Schriftarten, Abkürzungen, Titelverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Printmedien, Zeitschriften und sonstige Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen einschließlich IPTV und Web-TV, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online- und Offline -Dienste) sowie für Veranstaltungen und Merchandising jeglicher Form.

**Rechtsanwalt Kai Flatau,
Jungfernstieg 14, 20354 Hamburg**

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

Congress Value Neurology Target News Rheumatology Target News Oncology Target News RheumaCare OncoCare Info Rheumatologie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, Untertiteln, grafischen Gestaltungen, allen Printmedien, Internet, sonstigen Medien- und Druckerzeugnissen, Netzwerke, Hörfunk, Fernsehen, (Mobil-)Telefondienste, CD-ROM, Off- und Onlinedienste, allen übrigen elektronischen, audiovisuellen und digitalen Medien, Veranstaltungen.

**R & R GmbH,
Kleine Gartenstraße 6, 65558 Holzheim**

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

Dein Song eScript blaschke.tv eScript: blaschke.tv Der Tote in der Mauer

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.

**Rechtsanwaltskanzlei Bettina Krause,
Hauptstraße 42, 82327 Tutzing**

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

Das Magazin für Angeln + Urlaub

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Thomas Michael,
Heissener Straße 53, 45468 Mülheim**

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

Design for living

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Sonja Becker,
Maximilianstraße 10, 80539 München**

Unter Hinweis auf § 5, Absatz 3 Markengesetz nehme ich hiermit im Auftrag meiner Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Alles aus Liebe

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für sämtliche Medien, insbesondere 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 Multimediaanwendungen (Online-/Offlinedienste) sowie Dienstleistungen, Veranstaltungen und Merchandising aller Art.

**Rechtsanwalt Martin Glänzer,
Borselstraße 18, 22765 Hamburg**

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

Team X-treme

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere für periodisch erscheinende Magazine, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Buchbindeartikel und sonstige Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke on- und offline, digitale Datenträger, Spielfilme, Hörfunk- und Fernsehsendungen, Tonträger jeder Art und Merchandising in jeder Form.

**Verlagsgruppe Lübbe GmbH & Co. KG,
Scheidtbachstraße 23-31, 51469 Bergisch Gladbach**

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

Live 7
Das Magazin der Region 7
Life 7
Das Magazin der Region 7
seven - life
Das Magazin der Region 7
seven - live
Das Magazin der Region 7
seven - time
Das Magazin der Region 7

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen 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 Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**Rechtsanwälte Köppe, Straub,
Staufer, Schwemmlé & Kollegen
Rechtsanwalt Jürgen Staufer,
Bonländer Hauptstraße 72, 70794 Filderstadt**

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
Endlich Lecker!
Das große Kochquiz
Mein Restaurant

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:

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**

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

semmlerpic simage

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Joerg Lantelme,
Ginsterweg 8, 34125 Kassel**

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

Bausteinvorsorge - Sicherheit vor Sorge Bausteinrente Vorsorgepyramide

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

**acteam interNETional GmbH,
Stubenrauchstraße 36, 24248 Mönkeberg**

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

TV-ILLU FERNSEH-ILLU

in allen Schreibweisen, sämtlichen Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen und Abkürzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse und Printmedien, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

**Taylor Wessing,
Hanseatic Trade Center,
Am Sandtorkai 41, 20457 Hamburg**

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

Das Master Key System Die Master Key Meditation Master Key Master Key System Master Key Meditation Master-Key Master-Key-System Master-Key-Meditation Masterkey Masterkeysystem Masterkeymeditation

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Master Key Media Ltd. & Co. KG,
Burgweg 25b, 83246 Unterwössen**

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

In 8 Fragen um die Welt In 18 Fragen um die Welt In 80 Fragen um die Welt

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:

TESTOSTERON
TESTOSTERON - Der Stoff aus dem die Männer sind

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Bühnenerwerke, Kabarett, Comedy.

little book media,
Alter Bannweg 19, 78467 Konstanz

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

Ansichtssache
Weiterblick

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

RA Jörg Thomas, LL.M., RAe Rosenberger & Koch,
Reinhardtstraße 17, 10117 Berlin

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

Artist of Germany
Artist of the World

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere auch für Druckerzeugnisse, Rundfunk- und Fernsehsendungen, Internet sowie Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Veranstaltungen aller Art, insbesondere Musikveranstaltungen.

KLS Rechtsanwälte,
Gleueler Straße 277, 50935 Köln

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

Neustadt aktuell
Neustädter Anzeiger
Neustädter Woche

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und allen Schriftarten für Druckerzeugnisse, elektronische und sonstige Medien sowie Dienstleistungen und Merchandising aller Art.

RA Kurt Braun,
Dresdener Straße 23, 59939 Olsberg

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

Studi DW

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Chlorophyll

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen insbesondere für Zeitschriften.

Christine Feldmann,
Wrangelstraße 2, 20253 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, 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 nehme ich für meinen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Office easy

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Abwandlungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Online-Dienste und Softwareerzeugnisse.

RA Sven Schnitzer,
Mörfelder Landstraße 73, 60598 Frankfurt am Main

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

BIORecht

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

GÖHMANN Rechtsanwälte,
Friedensstraße 2, 60311 Frankfurt am Main

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

Geheimreport: So werden auch Sie Millionär Geheimreport: Was Sie über Network Marketing wissen sollten Geheimreport: Das Millionengeschäft

in allen Schreibweisen, Schriftarten/-größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titeln, Untertiteln, grafischen Darstellungen und Zusammensetzungen in folgenden Werkkategorien: Printmedien, Software, Funk-Fernsehen, Film, Bild-Ton, Online-Publikationen, Internet-Projekte, Domaintitel.

Tycoon Holding GmbH,
Dr. Franz Burda Straße 14, A- 5018 Anif

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

Rätselhaftes Universum - Eine faszinierende Reise durch Zeit und Raum

- Unser Sonnensystem
- Abenteuer Raumfahrt
- Geheimnisvolle Phänomene

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

Rechtsanwalt Joachim Fauth,
Wilhelm-Blos-Straße 62, 70191 Stuttgart

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

Gründerflirt Erfolgreich gründen im Team

als Einzel- und Reihentitel, branchenübergreifend in Verbindung mit allen Produkten/Services/Technologien in allen möglichen Wortverbindungen, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen, Video und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Diensten, sonstige audio-visuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form (insbesondere - aber nicht beschränkt - auf die Nutzung als Titel für Buch-, Zeitschriften-, Zeitungs-, Newsletter-Produktionen aller Art), Merchandising, Veranstaltungen, Ausstellungen, Dienstleistungen, sowie Domainbezeichnungen im Intra- und Internet.

F.A.Z.-Institut GmbH, Innovationsprojekte,
Mainzer Landstraße 199, 60326 Frankfurt am Main

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir im Auftrag unserer Mandantin für Druckerzeugnisse, insbesondere Publikationen im Printbereich sowie für Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien (einschließlich CD-ROM, Online Medien und Internet), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP) sowie Softwareerzeugnisse Titelschutz in Anspruch für:

Kerstin Ute Leute Leute und Stadt Stadt und Mensch La Gente

in allen Schreibweisen, in allen Abwandlungen, Titelkombinationen und Darstellungsformen.

Taylor Wessing Rechtsanwälte,
Isartorplatz 8, 80331 München

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

Kochbar

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen und Zusammensetzungen, in allen Medien, und zwar auch für Rundfunk- und Fernsehsendungen, Druckerzeugnisse, Internet sowie Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**GÖRG Partnerschaft von Rechtsanwälten,
Rechtsanwalt Dr. Wolfgang Prinz,
Sachsenring 81, 50677 Köln**

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

Der Hoteltester

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).

**Strömer Rechtsanwälte,
Duisburger Straße 5, 40477 Düsseldorf**

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)

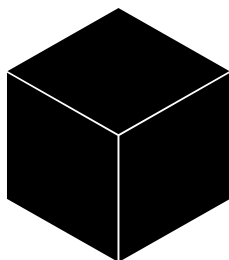
Preis Titelschutzanzeige: Standard mit einem Titel 150,- Euro
jeder weitere Titel innerhalb einer
Anzeige plus 35,- Euro jeweils zzgl. USt.

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

© 2008 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.



Red Box seit 1970
connecting creative professionals

Markenkommunikation transportiert Wertorientierung



Der Autor **Dr. Christian Duncker** widmet sich der Frage, mit welchen gesellschaftlichen Werten eine Marke idealerweise am Markt positioniert werden kann. Das vom Autor entwickelte „**Marken-Wertebarmeter**“ zeigt die Wertprofile einer Marke, die Nischen-Identifizierung für die Einführung neuer und die Markenvitalisierung für etablierte Marken. Auf 210 Seiten in acht Kapiteln geht es auch um Themen wie **Kernwerte der Markenführung**, **Ende des Billig-Zeitalters**, und die **Hierarchie der Werte**.

Ab sofort lieferbar!

Wertebasierte Markenführung

Marken, Werte, Erfolge. Von Dr. Christian Duncker

48,50 €

Ja, ich bestelle Exemplar(e) "Wertebasierte Markenführung" zum Preis von je 48,50 zzgl. Versandkosten.

Firma: _____

Name, Vorname: _____

Funktion: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Telefon: _____

e-Mail: _____

Datum/Unterschrift: _____

tsa