

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

„Mitten im Leben“: Kindermagazine und Gartenfreuden

Probleme am Ausbildungsplatz, Stress mit Eltern oder Freunden? **ProSieben** nimmt sich der Sorgen von Jugendlichen unter 20 an. „U 20 - Deutschland deine Teenies“ wird die neue Reihe des Unterführer Senders heißen und sich mit den Lebensumständen, Problemen und Ängsten deutscher Teenager befassen. Auch die Augsburger **Presse-Druck- und Verlags-GmbH** visiert mit dem Kindermagazin „CapiTO“ eine junge Zielgruppe an. Für die lieben Kleinen gibt es bei den Mandanten von Rechtsanwalt **Dr. Marcus Pilla** in München noch „Trixie Pferdespass“, während die Scheidegger **media Verlagsgesellschaft mbH** mit „Eisbär - Das Spiel“ punkten möchte. Schließlich liegen knuffige weiße Bärchen voll im Trend und bringen sogar chronisch unterfinanzierten Zoos einen unverhofften Geldsegen. Doch in diesem Fall heißt es schnell handeln, denn das größte Landraub-

tier der Erde genießt nur im jugendlichen Alter die volle Aufmerksamkeit des Publikums.

Der Frühling läßt sich schon erahnen. Höchste Zeit sich endlich um den Garten zu kümmern. Der Stuttgarter Verlag **Das Beste GmbH** begleitet alle Hobbygärtner mit dem „Reader's Digest Garten-Jahrbuch“ durch die beginnende Pflanzperiode. Wer dagegen gern mit einem „Cabrio on Tour“ ist, für den organisiert die Palzinger **aris GmbH** die „Cabrio Freizeit“ und informiert mit dem „Cabrio Magazin“.

Doch in dieser Ausgabe beschäftigen wir uns auch mit technischen Problemen. Die **Universität zu Köln** erforscht das „Informationsmanagement 2.0“ und die Münchener **FAST TV TECHNOLOGY AG** ist nun noch „Näher am Programm“. (al)

Neuer IP-Partner bei Loh von Hülsen Michael



Dr. Cornelius Renner ist seit Anfang des Jahres Partner der Kanzlei **Loh von Hülsen Michael (LVHM)** in Berlin. Die Sozietät hat

sich auf die Beratung von Unternehmen und der Öffentlichen Hand spezialisiert und verfügt über Büros in Berlin und Prag.

Dr. Renner ist bereits seit 2003 als Anwalt bei LVHM tätig und seit 2007 sowohl Fachanwalt für den gewerblichen Rechtsschutz, als auch Fachanwalt für Arbeitsrecht. Zu seinen Schwerpunkten zählen Marken- und Wettbewerbsrecht, Presse- und Urheberrecht sowie Designrecht. (al)

Vorsicht vor dem Kleingedruckten

Diese Warnung gilt in umgekehrtem Sinne auch für die Hamburger **ZZ-Kurier GmbH**. Die Gesellschaft für Zeitungs- und Zeitschriftenvertrieb hat vor dem **Landgericht Hamburg** verloren und muss nun ihr „Kleingedrucktes“ bei Preisausschreiben ändern.

Auf einer Antwortkarte für ein Gewinnspiel wurde vom Teilnehmer auch eine Telefonnummer abgefragt mit dem Hinweis „z.B. zur Gewinnbenachrichtigung und für weitere interessante telef. Angebote der ZZ-Kurier GmbH“. Diese Einwilligungserklärung rechtfertige

keine späteren Werbeanrufe, befanden die Hamburger Richter. Die Werber dürfen Verbraucher nicht auf ihrem privaten Telefonanschluss anrufen, um Zeitschriften-Abonnements anzubieten, wenn der Verbraucher nicht zuvor einer solchen telefonischen Kontaktaufnahme zugestimmt hat. Eine dem Kunden im Zusammenhang mit einem Preisausschreiben untergeschobene Einwilligung erklärte das Gericht für unwirksam. (al)

**LG Hamburg
Urteil vom 06.02.2008
AZ: 315 O 829/07
nicht rechtskräftig**

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Ein Anwalt für den Meistbietenden	2
Gegendarstellungen: Auf die Deutung kommt's an	3
Titelschutzanzeigen: 54 neue Titel geschützt.....	4-7
Impressum	8

Die 54 neuen Titel dieser Woche

1001 praktische Umwelttipps	D Das Geheimnis alternativer Medizin	K Krebs vorbeugen und bekämpfen	S Sie prägten unsere Welt - 3000 Menschen, die Geschichte schrieben
500 Pflegeleichte Pflanzen für Ihren Traumgarten	Das Superbuch der erstaunlichen Tatsachen	L Lemon	Strategiewerkstatt
7Million	Doc Aktuell	M MEN's BEST	StrategieWerkstatt
A Abgestimmt!	E Eisbär - Das Spiel	Miss	Strategie-Werkstatt
Was Deutschland wirklich denkt	Emotionen 2008	MISS	T Trixi Pferdespass
Alles sauber, alles rein	Energie-today	mizz	Trixie Pferdespass
B Bilanzen im Mittelstand	Energy-Today	Mitten im Leben	U U20 - Deutschland deine Teenies
C Cabrio	EpiLog - Newsletter zum Valentinsymposium	mizz	V Velvet Assassin
Cabrio aktiv	G Golfdigital News	Mizz	Violette Summer
Cabrio Freizeit	Golfdigital.tv News	MIZZ	W weltzeit energie
Cabrio Magazin	H HOLLYWOOD PRINCESS	Mom@Work	Z Zuhause in Hannover
Cabrio on Tour	I In Hannover Zuhause	N Näher am Programm	
Cabrio unterwegs	Informationsmanagement 2.0	O O'zapft is - ein Wiesnmusical	
Capito		online4industry	
CAPiTO		R Reader's Digest Garten-Jahrbuch 2009/2010	
Das Kindermagazin capito.			
Das Kindermagazin			

Ein Anwalt für den Meistbietenden

Ein Rechtsanwalt darf seine Dienstleistungen in einem Internetauktionenhaus versteigern. Dies stellte jetzt das **Bundesverfassungsgericht** in Karlsruhe fest.

Die Rechtsanwaltskammer hatte einem Fachanwalt für Familienrecht eine Rüge erteilt, weil er Beratungsleistungen „versteigert“ hatte. (Sein Angebot für die Internetauktion lautete: „Beratungen bis 60 Minuten“ mit Startpreisen von 1 EUR bzw. 75 EUR und „Exklusivberatungsservice (fünf Zeitstunden)“ mit einem Startpreis von 500 EUR. Für

die zuständige Anwaltskammer und das Amtsgericht eindeutig ein berufswidriges Verhalten. Doch die Karlsruher Verfassungsrichter sahen dies anders. Laut Bundesrechtsanwaltsordnung dürfen Rechtsanwälte über ihre berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichten, soweit die Werbung nicht auf die Erteilung eines Auftrages im Einzelfall gerichtet ist.

Die Art und Weise der Informationsübermittlung sei bei Versteigerungen in einem Internetauktionenhaus dadurch gekennzeichnet,

dass nur derjenige davon Kenntnis nimmt, der die entsprechende Internetseite aufruft. Die Werbung über eine solche passive Darstellungsplattform dränge sich keiner breiten Öffentlichkeit unvorbereitet auf. Auch die Wiedergabe der angebote-

nen Beratungsleistungen mit einem niedrigen Startpreis oder dem aktuellen Höchstgebot seien nicht irreführend. (al)

**BVerfG vom 19.01.2008
AZ: 1 BvR 1886/06**

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

18.03.2008, Woche 12, Nr. 865
Anzeigenschluss: 14.03.2008, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

15.04.2008, Woche 16, Nr. 869
Anzeigenschluss: 11.04.2008, 10 Uhr

Gegendarstellungen: Auf die Deutung kommt es an

Das Recht auf Gegendarstellung ist in den Landespressesetzen verankert. Doch welche Behauptung oder Äußerung der Medien im Ernstfall richtig gestellt werden muss, ist eine Frage der Interpretation. Ende Dezember letzten Jahres hat der **SPIEGEL-Verlag** in Hamburg vom **Bundesverfassungsgericht** eine klare Definition für die Anforderungen an eine Gegendarstellung erhalten. Die Verfassungsrichter erkannten an, dass der Abdruck einer Gegendarstellung einen nur schwer ausgleichbaren Imageschaden für das Presseunternehmen bewirken könne. So kann nur zu einer Gegendarstellung verpflichtet werden, wenn sich diese auf eine offene Aussage bezieht. Die Möglichkeit, dass sich eine „nicht fern liegende Deutung“ für den Betroffenen nachteilig auswirken könnte, sei nicht ausreichend.

Eindeutig oder mehrdeutig?

So hat jetzt auch das **Oberlandesgericht Düsseldorf**, unter Bezug auf das verfassungsgerichtliche Urteil, den Anspruch des Moderators **Günther Jauch** auf eine Gegendarstellung in der **WirtschaftsWoche** abgelehnt. Das Wirtschaftsmagazin aus der **Düsseldorfer Verlagsgruppe Handelsblatt** hatte in einem Artikel zu den Möglichkeiten einer Internetrecherche mit Hilfe von „Google Earth“ eine Luftbildaufnahme der Villa des Fernsehmoderators ver-

öffentlicht. Das Foto zeigte sowohl Haus und Grundstück als auch den Bootssteg am nahe gelegenen See. Am Steg war eine Motoryacht oder eine Art Motorboot zu sehen. Dazu schrieb die **WirtschaftsWoche** „Ja, hier lässt es sich aushalten...“. **Günther Jauch** fand, hier werde ihm ein Luxusaccessoire zugeschrieben, das er nicht besitze und auch nicht für erstrebenswert halte. Es entspräche nicht seinem Selbstverständnis, mit seinem Einkommen zu protzen. Während das **Landgericht Düsseldorf** den Verlag zu einer Gegendarstellung verurteilte, haben die Oberlandesrichter den Antrag auf Gegendarstellung jetzt zurückgewiesen. Sie könne nur dann erfolgen, wenn sich nur diejenige Deutung, auf welche die Gegendarstellung eine Erwiderung darstellt, als unabweisliche Schlussfolgerung aufdränge.

Tatsachenbehauptung oder Meinungsäußerung?

Im Gegensatz zu Entertainer **Günther Jauch** konnte sich **Peter Alexander** jetzt gegen den Münchener **Burda Verlag** durchsetzen. Hier ging es um eine Titelseite der **Freizeitrevue** im Oktober 2007. Unter zwei Bildern des Sängers hatte die **Freizeitrevue** den Satz geschrieben „Seine schlimme Zeit in der Gefangenschaft holt ihn jetzt ein“ und zudem auf eine weitere Seite im Innenteil verwiesen. Der **Burda-Verlag** vertrat die Ansicht, diese Mitteilung sei nicht gegendarstellungsfähig, da

es sich um eine Schlussfolgerung auf MeinungsEbene handle. Es sei also eine wertende Interpretation und damit eine Meinungsäußerung. Die Richter des **Oberlandesgerichts Karlsruhe** folgten dieser Argumentation nicht und erkannten **Peter Alexanders** Antrag auf Gegendarstellung an.

Der Verlag weise zwar zu recht daraufhin, dass eine derartige auf innere Vorgänge und Befindlichkeiten des Betroffenen bezogene Äußerung nach allgemeiner Meinung nur dann als Tatsachenbehauptung zu werten sei, wenn die innere Tatsache erkennbar mit äußeren Geschehnissen in Beziehung gesetzt werde. Schließlich nenne der Satz auf der Titelseite keine solchen Tatsachen. Durch den Hinweis auf den im Heftinneren platzierten Artikel werde aber beim durchschnittlichen Empfänger der Eindruck erweckt, dass im angekündigten Artikel Tatsachen mitgeteilt werden, die den Schluss auf die behauptete innere Befindlichkeit des Sängers zulassen. Nach Ansicht der Richter rechtfertige dies die Einstufung der Äußerung als Tatsachenbehauptung.

Das Berufungsverfahren der **Freizeitrevue** hatte aber zumindest in einem wichtigen Punkt Erfolg. Die Gegendarstellung muss nicht in der geforderten Größe abgedruckt werden. Dadurch würde eine Fläche in Anspruch genommen, die das Erscheinungsbild der Titelseite in starker Weise prägen würde. Den

Belangen der Pressefreiheit sei indessen nur dann Rechnung getragen, wenn die Titelseite durch Umfang und Aufmachung der Gegendarstellung nicht ihre Funktion verliere. So soll eine Identifizierung des Blattes noch möglich sein und die Mitteilungen (sprich Heads), die das Interesse des Publikums erregen sollen, müssen mit aufgenommen werden können. (al)

BVerfG vom 19.12.2007
AZ: 1 BvR 967/05

OLG Düsseldorf
vom 20.02.2008
AZ: I-15 U 176/07

OLG Karlsruhe
vom 29.02.2008
AZ: 14 U 199/07

Schadensersatz für eine Gegendarstellung?

Kurz vor Redaktionsschluss erreicht uns noch die Nachricht, dass sich die **M.I.G. Medien Innovations GmbH** in Offenburg mit dem SAT.1-Moderator **Hugo Egon Balder** auf Schadensersatz geeinigt habe. Laut einer Meldung von **baden-online.de**, hatte der Moderator am 11.05.2005 eine Gegendarstellung auf der Titelseite der „neuen woche“ erstritten (**OLG Karlsruhe, AZ: 14 U 173/05**). Die **M.I.G.** ging jetzt in Offenburg wieder vor Gericht, um zu beweisen, dass die Schlagzeile „Hugo Egon Balder/Geliebte zeigt ihn wegen Gewalttat an“ der Wahrheit entsprach. **Balder** soll nun freiwillig die geltend gemachten Ansprüche eingeräumt haben. (al)

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

MEN's BEST

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Verlag Sternefeld GmbH & Co KG,
Oberkasseler Straße 100, 40545 Düsseldorf**

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

Emotionen 2008

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Schwäbische Zeitung GmbH & Co. KG,
Rudolf-Roth-Straße 18, 88299 Leutkirch**

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

MIZZ
Mizz
mizz
MISS
Miss
miss

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Schriftart, graphischen Gestaltung, Abwandlung, Abkürzung, Wortverbindung, Titelkombination als Einzel- und Reihentitel für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, sowie Offline- und Onlinedienste, audiovisuelle Medien und Multimedia-Anwendungen sowie Merchandising.

**Rechtsanwalt Dr. Marcus Pilla,
Marienplatz 26, 80331 München**

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

Eisbär - Das Spiel

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

**media Verlagsgesellschaft mbH,
Moosweg 17-19, 88175 Scheidegg**

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

**500 Pflegeleichte Pflanzen
für Ihren Traumgarten
1001 praktische Umwelttipps
Sie prägten unsere Welt -
3000 Menschen, die Geschichte schrieben
Das Geheimnis alternativer Medizin
Krebs vorbeugen und bekämpfen
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 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

**capito. Das Kindermagazin
CAPiTO Das Kindermagazin
Capito**

in allen möglichen Schreibweisen, Kombinationen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten, Untertiteln und mit allen Zusätzen für sämtliche Medien, insbesondere Printmedien und Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, einschließlich CD-ROM, CD-I und DVD, ferner für elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Online- und Offline-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), sowie sonstige Mediendienstleistungen und Medienprodukte aller Art, für Domainbezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, Merchandising, Dienstleistungen sowie für Veranstaltungen aller Art.

**Presse-Druck- und Verlags-GmbH,
Curt-Frenzel-Straße 2, 86167 Augsburg**

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

Lemon

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line-Dienste und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Dienstleistungen, Veranstaltungen und Unterhaltung aller Art.

**Rechtsanwalt Christian Böttger,
Esplanade 39 (IV), 20354 Hamburg**

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

Trixi Pferdespass Trixie Pferdespass

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Schriftart, graphischen Gestaltung, Abwandlung, Abkürzung, Wortverbindung, Titelkombination als Einzel- und Reihentitel für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, sowie Offline- und Onlinedienste, audiovisuelle Medien und Multimedia-Anwendungen sowie Merchandising.

**Rechtsanwalt Dr. Marcus Pilla,
Marienplatz 26, 80331 München**

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

Golfdigital.tv News Golfdigital News

in jeder Schreibweise und Darstellungsform, Variation, Kombination und Abkürzung, Schriftart und mit allen Zusätzen für Druckerzeugnisse, Broadband, IPTV, PCTV, Rundfunk- und Fernsehsendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke insbesondere CD-ROM, Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**International Management Group,
Carlswerkstraße 13 d, 51063 Köln**

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

Informationsmanagement 2.0

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für sämtliche Medien, insbesondere Print, 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.

**Universität zu Köln, Sem. WI+Infomanagement,
Pohligstraße 1, 50969 Köln**

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

Mitten im Leben

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten, Titelkombinationen, Wort- und Zeichenverbindungen für alle Medien, insbesondere Film, Fernsehen und Hörfunk, für Print- und Druckerzeugnisse aller Art, insbesondere Zeitschriften, Newsletter, Bücher und andere Printmedien und Publikationen, für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch für CD-Rom, DVD, CD-I, für elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien sowie für Software-Erzeugnisse, Telekommunikationsdienstleistungen, Internet und Intranet.

**RAe und PAe Eisenführ, Speiser & Partner,
Zippelhaus 5, 20457 Hamburg**

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

Cabrio Cabrio aktiv Cabrio Freizeit Cabrio on Tour Cabrio unterwegs Cabrio Magazin

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere für Zeitungen, Zeitschriften, Buchbindeartikel und sonstige Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, digitale Datenträger, Spielfilme, Tonträger jeder Art und Merchandising in jeder Form.

**aris GmbH,
Haindlfingerstraße 20, 85406 Palzing**

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

EpiLog - Newsletter zum Valentinssymposium

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Fromm & Fromm GmbH,
Achtern Felln 26, 25474 Hasloh**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Reader's Digest Garten-Jahrbuch 2009/2010

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 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

HOLLYWOOD PRINCESS

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Off-Line- und On-Line-Dienste sowie für Bild-, Ton- und Datenträger.

**Tele 5 TM-TV GmbH,
Bavariafilmplatz 7, 82031 Grünwald**

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

Näher am Programm

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Zusammensetzungen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschl. Off-Line und On-Line-Dienste sowie für Bild, Ton- und Datenträger.

**FAST TV TECHNOLOGY AG,
Rüdesheimer Straße 11, 80686 München**

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

Doc Aktuell

in allen Schreibweisen, Abwandlungen, Darstellungen, Wortverbindungen und mit allen Zusätzen in Anspruch, in allen Medien einschließlich Druckerzeugnissen aller Art, Film, Fernsehen und allen sonstigen audio-visuellen, elektronischen und/oder digitalen Medien und Datenträgern.

**YarraZ AG,
Dorfstraße 8, 19246 Camin**

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

U20 - Deutschland deine Teenies

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

**ProSieben Television GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

7Million

in jeder Schreibweise, Abkürzung, Darstellungsform und grafischer Gestaltung zur Verwendung für alle Printmedien, Hörfunk und Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I sowie ONLINE-Dienste.

**KOCH Media GmbH,
Gewerbegebiet 1, A - 6600 Höfen/Österreich**

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

StrategieWerkstatt Strategie-Werkstatt Strategiewerkstatt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Kunz Rechtsanwälte,
Mainzer Straße 108, 56068 Koblenz**

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

O'zapft is - ein Wiesnmusical

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Musicalproduktionen.

**Kurzweil & Wohlklang,
Peissenbergstraße 12, 81547 München**

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

Mom@Work

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Abkürzungen für alle Medien.

**MOMENTUM WORKS GmbH,
Hamburger Allee 45, 60486 Frankfurt am Main**

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

Zuhause in Hannover In Hannover Zuhause

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Kanzlei Dr. Nordmann & Gebler,
Nordmannpassage 8, 30159 Hannover**

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

Velvet Assassin Violette Summer

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**ME Enterprises GmbH,
Herrenhäuser Straße 24, 30938 Burgwedel**

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

Abgestimmt! Was Deutschland wirklich denkt

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 Abs. 3 MarkenG nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

online4industry Energy-Today Energie-today weltzeit energie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Andreas Wolff,
Feldstraße 54, 58119 Hagen**

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

Bilanzen im Mittelstand

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).

**Rechtsanwalt Thomas Gottlöber,
Lakronstraße 28, 40625 Düsseldorf**

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

www.new-business.de

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,
 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 auszugswise Nachdruck oder
 Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der system-
 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.

JAHRBUCH HEALTHCARE MARKETING 2008



Experten aus Theorie und Praxis geben Einblicke in
 das Geschehen im Healthcare-Marketing. Sie
 beschreiben auf weit über 250 Seiten die
 aktuelle Marktsituation, berichten in Fall-
 studien über **erfolgreiche Kampagnen** und
 Marketingstrategien und stellen die
 Medien der Pharma- und Healthcare-
 Kommunikation vor. Ein Überblick über
preisgekrönte Pharmawerbung,
Agenturporträts, wichtige Adressen
 und Termine aus dem Pharmasektor
 unterstreichen den Nutzwert des
 Buches. Bestellen Sie jetzt Ihr Exem-
 plar und erfahren Sie mehr über die
 Themen **der globale Patient, Geo-**
marketing, Boom-Sektor Healthcare-
Dienstleistungen, Mehrwert Online,
Telemedizin, Apotheken auf Profil-
 suche, Krankenhäuser und ihre Öffent-
 lichkeitsarbeit u.v.m.

Ab März 2008 lieferbar!

**Hiermit bestellen wir ____ Exemplar(e)
 JAHRBUCH HEALTHCARE MARKETING zum
 Preis von je 48,- Euro zzgl. Versandkosten.**

 Firma

 Name, Vorname

 Funktion

 Straße

 PLZ/Ort

 Telefon

 Datum/ Unterschrift isa