

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Die neuen Filmtitel: Von „Adam und Eva“ zur reinen „Männersache“

Die Freuden und Nöte des menschlichen Zusammenlebens bilden ein unerschöpfliches Potenzial für die Film- und Fernsehunterhaltung.

Der Reigen der Beziehungskrisen beginnt natürlich schon mit „Adam und Eva“. In diesem Fall produziert von der **POLYPHON Film- und Fernsehgesellschaft mbH** in Hamburg. Bei den Mandanten von **Rechtsanwalt Patrick Rubin** in Berlin wird die Forderung gestellt: „Liebe mich und meine Kinder“ und in Potsdam bereitet sich das Produktionsteam von **team-Worx Television & Film GmbH** auf „Schicksalstage in Bangkok“ vor. Verkehrsrechtlich bedenklich ist der SAT.1-Titel „Dekker & Adi - Wer bremst verliert!“. Doch der Berliner Sender kann auch anders. „Auch Männer haben Gefühle“ lautet

die Botschaft der Komödie „Handyman“. Dagegen wird jetzt bei **ProSieben** in Unterföhring nach allen Regeln der Kunst „Runtergeputzt“. Die Mandanten der Münchner Kanzlei **Poll Straßer Ventroni Feyock** führen in dieser Woche gar den „Tod im Handgepäck“ mit sich. Statt Terroristen versuchen in „Ants on a plane“ Krabbeltiere ein Flugzeug zu übernehmen. Sensible Gemüter sollten also lieber der Empfehlung von **Rechtsanwalt Dr. Fauth** in Stuttgart folgen und das „Seenparadies Mecklenburg“ erkunden. Während Dr. House bei **RTL** medizinische Analysen durchführt, bereitet sich bei den Mandanten von **Rechtsanwältin Bettina Krause** „Frau Dr. Haus“ auf einen großen Immobiliencheck vor. (al)

## Neuer Ratgeber für Kreative erschienen

Komplexe rechtliche Beurteilungen sind für Kreative üblicherweise ein Buch mit sieben Siegeln. Doch auch der schöpferische Geist kommt um die rechtliche Absicherung seiner kreativen Leistungen nicht herum.

Das Autorenteam **Uwe Koch, Dirk Otto und Mark Rüdlin** hat jetzt die 6. überarbeitete Auflage des Ratgebers „Recht für Grafiker und Webdesigner“ auf den Markt gebracht. Die Autoren sind als Rechtsanwälte tätig und in der Kreativszene zu Hause. So ist hier auch kein Juristen-Deutsch zu fürchten. In leicht verständlicher Form und klarer Gliederung finden selbständige Kreative Antworten auf die Fragen, welchen Schutz ihr Design genießt, welches Haftungsrisiko sie zu tragen haben und worauf in Verträgen und

Honorarvereinbarungen zu achten ist. Praxisbeispiele, Musterverträge und Checklisten runden die Informationen ab. (al)



„Recht für Grafiker und Webdesigner“ ist im Bonner Verlag **Galileo Press GmbH** erschienen und kostet EUR 34,90 (ISBN 978-3-8362-1147-5).

## Bundesrat ermöglicht Public Viewing

Noch rechtzeitig zum Start der Fußball-EM 2008 hat der **Bundesrat** am vergangenen Freitag eine bundesweite Ausnahmegenehmigung zu den geltenden Lärmschutzvorschriften verabschiedet. Da die Fußballspiele meist in den Abendstunden stattfinden,

können sich Veranstalter von öffentlichen Fernsehübertragungen nun über die Regelungen zum Schutz der Nachtruhe „hinwegsetzen“. Nachzulesen in der Drucksache 233/08 unter [www.bundesrat.de](http://www.bundesrat.de). (al)

INHALT	SEITE
Titelübersicht .....	2
Presserecht: Interviews und Medienhaftung .....	2
Ein Sprecher von Radiowerbung ist kein Künstler .....	3
Lesetipp: Patent- und Markenschutz .....	3
Titelschutzanzeigen: <b>33 neue Titel</b> geschützt.....	4-7
Impressum .....	7

## Die 33 neuen Titel dieser Woche

<p><b>A</b></p> <p>Adam und Eva Ants on a plane - Tod im Handgepäck AQUANALE</p>	<p><b>H</b></p> <p>Handyman - Auch Männer haben Gefühle</p> <p><b>L</b></p> <p>Liebe mich und meine Kinder</p>	<p><b>S</b></p> <p>Schicksalstage in Bangkok Seenparadies Mecklenburg Spiegelreflex-Digital</p>
<p><b>B</b></p> <p>Berlin Block Branko &amp; Jhonny</p>	<p><b>M</b></p> <p>Männersache mio - Marketing-Magazin in Ostbayern Münchner Hochzeitsplaner</p>	<p><b>T</b></p> <p>Telekom Trend Telekom Trends Testmagazin für SLR-Fotografie Testmagazin für Spiegelreflex-Fotografie</p>
<p><b>D</b></p> <p>Das Wissen der Vielen Dekker &amp; Adi - Wer bremst verliert! Die falsche Mutter Die Polizeischule Die Polizeischüler Die Weisheit der Vielen</p>	<p><b>N</b></p> <p>Netzwerk Sicherheit Neuropsychologists do it with brains News - Made in Germany</p>	<p><b>V</b></p> <p>Virtual Entertainment - Die Welt von Übermorgen, leben im Cyberspace - zwischen Vision und Verwirklichung</p>
<p><b>E</b></p> <p>Ein Lied für München - Bayern gratuliert!</p>	<p><b>P</b></p> <p>PROFILE - das Trendmagazin für die Parfümerie</p>	<p><b>W</b></p> <p>Wir schreiben Deutschland</p>
<p><b>F</b></p> <p>Frau Dr. Haus - der große Immobiliencheck</p>	<p><b>R</b></p> <p>Runtergeputzt</p>	<p><b>X</b></p> <p>X3 - Das Beste für Deine Box</p>

## Die nächste Ausgabe erscheint am

### Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

10.06.2008, Woche 24, Nr. 877  
Anzeigenschluss: 06.06.2008, 10 Uhr

### Der Titelschutz Anzeiger

17.06.2008, Woche 25, Nr. 878  
Anzeigenschluss: 13.06.2008, 10 Uhr

## Presserecht: Interviews und Medienhaftung

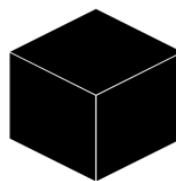
Am 20. Mai berichtete der Titelschutz Anzeiger in der Ausgabe 874/08 über ein aktuelles Urteil des **Landgerichts Hamburg (AZ: 324 O 998/07)**, dessen Veröffentlichung in den Medien für Unruhe sorgte. Thema: Die Saarbrücker Zeitung war bei einem Interview mit dem TV-Moderator Roger Willemsen ihrer redaktionellen Prüfpflicht nicht nachgekommen. Urteil der Hamburger Richter: Auch Behauptungen, die von In-

terviewpartner geäußert werden, müssen auf ihren Wahrheitsgehalt überprüft werden.

**Dr. Gerd F. Hegemann**, Rechtsanwalt in München, wies den Titelschutz Anzeiger jetzt darauf hin, dass diese Entscheidung - für den Gerichtsort Hamburg - nichts Neues bringt. Bereits in einer Berufungs-Entscheidung des **OLG Hamburg vom 25.10.2005 (AZ: 7 U 68/05)** wird die Haftung

der Presse deutlich gemacht. Hier heißt es: Für Presseinterviews gilt die allgemeine Verbreiterhaftung ohne Einschränkung, zumal die Printmedien in der Lage sind, den Inhalt der Aussagen ihrer

Interviewpartner vor deren Publikation zu überprüfen. Nachzulesen in AfP Archiv für Presserecht 2006, 564. (al)



**Red Box** seit 1970  
connecting creative professionals

[www.redbox.de](http://www.redbox.de) . [www.redbox.de](http://www.redbox.de) . [www.redbox.de](http://www.redbox.de)

## Ein Sprecher von Radiowerbung ist kein Künstler

Für das **Finanzgericht Rheinland-Pfalz** ist das Sprechen von Werbetexten keine künstlerische Leistung. Einkünfte aus dieser Tätigkeit unterliegen also der Gewerbesteuer.

Grund für diese Feststellung war die Klage eines Sprechers von Radio-Werbepots, der mit seiner steuerrechtlichen Einschätzung nicht zufrieden war. Nach seiner Ansicht wäre seine Tätigkeit in der Radiowerbung kein Zufallsprodukt, sondern Ergebnis einer laufenden Schulung und Übung des Sprechens. Das Sprechen

sei als Kunst anzusehen, weil durch Betonungen, Senken, Erheben und Veränderungen der Stimme, Stimmlage und Sprache aus einem Text erst ein Kunstwerk entstehe.

Doch, weder das Finanzamt noch das Finanzgericht folgten seiner Argumentation. Das Sprechen von Werbetexten im Rahmen der Hörfunk- und Fernsehwerbung könne, nach Ansicht der Richter, nur dann im Einzelfall als eigenschöpferische Leistung von künstlerischem Rang angesehen werden, wenn der jeweilige Sprecher eine große Rolle

zu verkörpern habe, die ihrer Art und in ihrem Umfang nach mit einer typischen schauspielerischen oder sonstigen künstlerischen Tätigkeit vergleichbar sei. An einem künstlerischen Gestaltungsspielraum fehle es, wenn sich die Tätigkeit lediglich darauf beschränke, die Rolle eines normalen Produktbenutzers zu sprechen oder zu spielen sowie lediglich den Gegenstand der Werbung anzupreisen.

Die Frage nach dem „künstlerischen“ Status führte bereits im Januar diesen Jahres zu einem Urteil des **Bun-**

**dessozialgerichts** (AZ: B 3 KS 1/07 R). Hier wurde den Klitschko-Brüdern der Status als darstellende Künstler für ihren Auftritt in einigen Werbespots „aberkannt“. Profisportler würden auch durch ihre Mitwirkung in Werbespots nicht zu Künstlern, befanden die Richter des Kasseler Bundessozialgerichts. In diesem Fall zum Nachteil der klagenden Künstlersozialkasse. (al)

**FG Rheinland-Pfalz  
Urteil vom 02.04.2008  
AZ: 3 K 2240/04**

## Lesetipp: Patent- und Markenschutz



Das aktuelle Heft von **markenartikel - das Magazin für Markenführung** steht ganz im Zeichen des Themas „Patente und Marken“.

Anlässlich der 130. Jahrestagung der International Trademark Association (INTA) in Berlin hat das Re-

daktionsteam von markenartikel mit **Dr. Jürgen Schade**, Präsident des Deutschen Patent- und Markenamtes (dpma) und mit **Cornelia Rudloff-Schäffer**, Leiterin der dpma-Hauptabteilung Marken und Muster, gesprochen. Zu den besonderen Verfahrens-Schwerpunkten beim Schutz des geistigen Eigentums kommt in dieser Ausgabe auch der Präsident des Bundespatentgerichts **Raimund Lutz** zu Wort. Ein Blick in den „markenartikel“ könnte sich also lohnen.

Das Heft 5/08 kostet EUR 9,80 zzgl. Versandkosten und ist im **New Business Verlag GmbH & Co. KG** Hamburg zu beziehen: [www.new-business.de](http://www.new-business.de) / Tel. 040 - 60900965. (al)

## „Tempo“-Sondershow im Museum Plagiarius in Solingen



wie die typisch blau-weiße Packung und der diagonale Schriftzug des Tempo-Taschentuchs.

Im Solinger **Museum Plagiarius** läuft noch eine Aus-

stellung mit über 100 verschiedenen Tempo-Plagiaten aus der Sammlung des Asienreisenden **Christian Rommel**. Nachzulesen ist die Geschichte der Marke „Tempo“ bei [www.plagiarius.de](http://www.plagiarius.de) und natürlich auf der Homepage der **SCA Hygiene Products AG** München [www.tempo-web.de](http://www.tempo-web.de). (al)

Im Januar 1929 wird das erste deutsche Papiertaschentuch beim Reichspatentamt in Berlin als Marke angemeldet. Für die **Vereinigten Papierwerke Nürnberg** sollte der Name ihres revolutionären Wegwerf-Produkts den Zeitgeist der 20er Jahre widerspiegeln: **Tempo**. Seit diesen Anfängen wurde wohl kaum ein Markenauftritt so oft nachgeahmt

Im Solinger **Museum Plagiarius** läuft noch eine Ausstellung mit über 100 verschiedenen Tempo-Plagiaten aus der Sammlung des Asienreisenden **Christian Rommel**. Nachzulesen ist die Geschichte der Marke „Tempo“ bei [www.plagiarius.de](http://www.plagiarius.de) und natürlich auf der Homepage der **SCA Hygiene Products AG** München [www.tempo-web.de](http://www.tempo-web.de). (al)

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

### Wir schreiben Deutschland

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphische Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildträger, 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 Off-line- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**WZR Group Wülfing Zeuner Rechel**  
Rechtsanwälte Wirtschaftsprüfer Steuerberater,  
Kurfürstendamm 186, 10707 Berlin

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

### Schicksalstage in Bangkok

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Literatur- und Druckerzeugnisse.

**teamWorx Television & Film GmbH,**  
Dianastraße 21, 14482 Potsdam

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

### Telekom Trend Telekom Trends

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für alle Medien, insbesondere Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

**RAin Mascha Grundmann**  
Mayer Brown LLP,  
Bockenheimer Landstraße 98-100,  
60323 Frankfurt am Main

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

### Virtual Entertainment - Die Welt von Übermorgen, leben im Cyberspace - zwischen Vision und Verwirklichung

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere Printmedien, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

**Rechtsanwalt Bernd Globig,**  
Tollensestraße 39, 14167 Berlin

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

### Die falsche Mutter Ants on a plane - Tod im Handgepäck

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line- und On-Line-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Poll Straßer Ventroni Feyock Rechtsanwälte,**  
Oberanger 30, 80331 München

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

### Die Polizeischule Die Polizeischüler Männersache

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

**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:

## Adam und Eva

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

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

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

## Neuropsychologists do it with brains

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Bruno Preilowski,  
Karl-Erb-Ring 5, 88213 Ravensburg**

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

## mio - Marketing-Magazin in Ostbayern

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Creativ Concept GmbH,  
Prüfening Straße 35, 93049 Regensburg**

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

## AQUANALE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere im Zusammenhang mit Veranstaltungen jeglicher Art mit oder am Wasser.

**KARNEY Entertainment,  
Blossiner Straße 9, 12589 Berlin**

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

## Handyman - Auch Männer haben Gefühle Dekker & Adi - Wer bremst verliert!

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:

## Netzwerk Sicherheit

in allen Schreibweisen, möglichen Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und allen Schriften für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Softwareerzeugnisse, insbesondere CD-ROM, CD-I, Netzwerke wie off- und online-Dienste und sonstige online-Medien, TV- und Radiosendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**ProPress Verlag,  
Am Buschhof 8, 53227 Bonn**

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

## Frau Dr. Haus - der große Immobiliencheck Ein Lied für München - Bayern gratuliert!

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, 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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

## Spiegelreflex-Digital Testmagazin für Spiegelreflex-Fotografie Testmagazin für SLR-Fotografie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Druckwerke, für Ton-, Bild-, Datenträger, elektronische Medien (einschließlich Rundfunk, Multimedia-Produkte, Tele- und Mediendienste) sowie für alle sonstigen Medien.

**HighEndOffice, Dr. Artur Landt,  
Karwendelstraße 1, 82061 Neuried**

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

### **Branko & Jhonny**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Janus Entertainment GmbH,  
Münchener Straße 101, 85737 Ismaning**

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

### **Berlin Block**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Heike Gläser,  
Wiener Straße 35, 10999 Berlin**

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

### **Seenparadies Mecklenburg**

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:

### **Münchner Hochzeitsplaner**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für sämtliche Medien, insbesondere für Druckschriften aller Art.

**PROGRESS MEDIA, Jan Vogel,  
Griesstraße 8, 82467 Garmisch-Partenkirchen**

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

### **Runtergeputzt**

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 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

### **PROFILE - das Trendmagazin für die Parfümerie**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**Marken Verlag GmbH,  
Hansaring 97, 50670 Köln**

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

### **News - Made in Germany**

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.

**Rechtsanwälte Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,  
Kurfürstendamm 220, 10719 Berlin**

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

### **Liebe mich und meine Kinder**

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**

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

### X3 - Das Beste für Deine Box

in allen Schreibweisen, möglichen Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse.

**BEITEN BURKHARDT Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,  
Ganghoferstraße 33, 80339 München**

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

### Die Weisheit der Vielen Das Wissen der Vielen

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

**Rechtsanwälte Schulte-Franzheim Seibert Bürglen,  
Sachsenring 75, 50677 Köln**

#### 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  
Druckauflage: 5.400  
Verbreitete Auflage: 5.200  
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.

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

**[www.new-business.de](http://www.new-business.de)**

# new business für Ihren Erfolg!



Experten aus Marktforschung, Sport-, Kultur- und Public Sponsoring geben auf über 250 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. T-Systems, Veltins, Reemtsma, BDI, WEST LB, BASF, Phonak, Gruner + Jahr.

Zusätzlich bietet Ihnen das Jahrbuch Themen wie Sponsoring-Kriterienkatalog, Stadionranking, Football TOP20, Football Finance, Ambush Marketing sowie Agentur- und Dienstleister-Porträts, wichtige Adressen und Termine aus dem Sponsoringsektor.

[www.jahrbuch-sponsoring.de](http://www.jahrbuch-sponsoring.de)

## Jahrbuch

# 58,-

Ja, ich bestelle \_\_\_\_\_ Exemplar/e Jahrbuch Sponsoring 2008 zum Preis von je 58,- Euro zzgl. Versandkosten.

## 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“.



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