

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Spannung und Familienunterhaltung - Bewährte Themen in neuer Verpackung

Ob Kocharena, Kochduell oder Promi-Dinner, die laufenden Fernsehformate möchten dem Zuschauer kulinarische Eleganz und Raffinesse vermitteln. Nicht so die Mandanten der Kanzlei **Strömer Rechtsanwälte** in Düsseldorf. Unter dem Titel „Imbiss LIVE“ werden hier „Geschichten aus der Pommes-Bude“ erzählt. Das verspricht nicht nur Sättigungsgefühle, sondern auch einen etwas realistischeren Blickwinkel auf deutsche Esskultur. Die Mandanten der Düsseldorfer Anwälte nehmen sich auch des beliebten „Bloß weg aus Deutschland“-Themas an und stellen Ausreisewilligen einen „Auswanderer-Coach“ zur Seite.

Auch die **Endemol Deutschland GmbH** kümmert sich in Köln mit „Haus unterm Hammer“ um die Nöte der

Zuschauer. Die Titel von **Rechtsanwältin Bettina Krause** bieten gleich ein umfassendes Service-Angebot: Das „Musikhotel“ steht für Unterhaltung, „Mord in der Eifel“ für den Spannungsfaktor und der „Energiesparmeister“ stellt sicher, dass die Stromversorgung der heimischen HighTech-Multimedia-Anlage auf jeden Fall bis Weihnachten gesichert ist. Denn dann lädt bei **SAT.1** mit „Jingle Bells“ „Eine Familie zum Fest“ und die **BRAINPOOL TV GmbH** bringt in Köln gleich „Zwei Weihnachtsmänner“ an den Start.

Revolutionär muten dagegen die Pläne des **Süddeutschen Verlags** in München an. Unter dem Motto „Sagen Sie jetzt nichts!“ sollen Interviews künftig auch ganz ohne Worte auskommen. (al)

Verstärkung für Kanzlei Dr. Rehbock & Kollegen

Medienanwalt **Dr. Klaus Rehbock**, der früher als Mitglied der Münchner Kanzlei Prof. Schweizer die Burda Media Holding und das Nachrichtenmagazin FOCUS vertrat, hat sein Team an den Standorten München-Germering und Passau weiter verstärkt. Rechtsanwalt **Matthias Schaefer LL.M.**, seit 2006 Mitglied der Kanzlei Dr. Rehbock & Kollegen, hat die Leitung des Passauer Büros abgegeben und ist im Frühjahr diesen Jahres ins Münchner



RA Dr. Klaus Rehbock

recht. Dritte im Münchner Bunde ist **Rechtsanwältin Silke Nickmann**, die sich gerade auf dem Gebiet Medizinrecht spezialisiert. Die seit 2006 zugelassene Anwältin unterstützt aber auch Kanzlei gründer Dr. Rehbock in wettbewerbs- und medienrechtlichen Aspekten und hat ihren Teil zur jüngst erschienenen 3. Auflage von „Damm/Rehbock - Widerruf, Unterlassung und Schadensersatz in den Medien“ (ISBN 978-3-406-55903-7 C.H. Beck) beigetragen. Hier hat Rehbock auch das z. Z. einzige rechtskräftige Urteil besprochen, das in der Frage der Prüfpflicht bei Interviews *zugunsten* der Presse entschieden wurde. Rehbock vertrat hier die Frankfurter Allgemeine Zeitung vor dem OLG München (AZ: 18 U 4341/06). (al)



RA Matthias Schaefer LL.M.

Büro gewechselt. Zu Schaefers Schwerpunkten zählen die Bereiche IT-, Marken- und Urheberrecht. Die Leitung des Passauer Büros hat nun **Rechtsanwältin Edeltraud Thomas** übernommen. Sie verstärkt das Team bereits seit Anfang des Jahres im Bereich Arbeits-

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
Jahrbuch der Werbewirtschaft 2008 erschienen	2
BGH entscheidet über „POST“-Marke	3
Lucky Strike setzt sich vor dem BGH durch	3
Titelschutzanzeigen: 104 neue Titel geschützt.....	4-9
Impressum	9

Die 104 neuen Titel dieser Woche

4 Elements	Die strengsten Eltern der Welt	Mein Gladenbach
A	Die Teenie-Mamas.	Mein Kirchhain
Adam, die Schlange und Eva	Wenn Kinder Kinder kriegen	Mein Lahntal
Allgäu Brunch	Discount	Mein Lohra
Anomalie	Discounter	Mein Marburg
B	E	Mein Münchhausen
Büro aus dem Netz	Eine Frau Ein Buch	Mein Neustadt
D	Energiesparmeister	Mein Rauschenberg
daily nature	Evergreen - Das Magazin	Mein Stadtallendorf
Das andere Heimatmagazin	für Lebenserfahrene	Mein Steffenberg
Der 5-Sterne-Mann	Evergreen - Events	Mein Weimar
Der Amöneburger	F	Mein Wetter
Der Angelburger	Fische	Mein Wohratal
Der Auswanderer-Coach	G	Mord in der Eifel
Der Bad Endbacher	Genial Lokal	Musikhotel
Der Biedenkopf	GOOD	MY BUDGET
Der Breidenbacher	H	P
Der Cölber	Haus unterm Hammer	Passivrauchhysterie
Der Dautphetal	Helfende Hände	Passivrauchlüge
Der Fronhäuser	Hell-Mut-Schmied-Methode	Patientenversorgung
Der Fünfsterneemann	Helping Hands	aus einem Guss
Der Fünf-Sterne-Mann	Hunde	Portfolio
Der Gladenbacher	I	S
Der große Coup	Im Schatten der Krone	Sagen Sie jetzt nichts!
Der Kirchhainer	Imbiss LIVE -	Schlagerette
Der Lahntaler	Geschichten aus der	T
Der Lohraer	Pommes-Bude	The New Luxury
Der Lohraner	J	Troll
Der Marburger	Jingle Bells - eine Familie zum Fest	U
Der Münchhäuser	JUNIOR CONSULTANT	UNIVERSITY JOURNAL
Der Neustädter	K	Z
Der Rauschenberger	Katzen	Zwei Weihnachtsmänner
Der schlaue Planet	KFZ.Future	Zwillingsküsse schmecken besser
Der Stadtallendorfer	KFZ-Future	Zwischenzeit
Der Steffenberger	Kidnapped - 13 Tage Hoffnung	
Der Weimarer	Krasse Küche mit Andrew Zimmern	
Der Wetteraner	M	
Der Wohrataler	Mein Amöneburg	
Deutsche Stiftung Projektsteuerung	Mein Angelburg	
Deutscher Versicherungs-Atlas	Mein Bad Endbach	
Dicke Liebe	Mein Biedenkopf	
Die 5-Sterne-Frau	Mein Breidenbach	
Die Bauretter	Mein Cölbe	
Die Fünfsternefrau	Mein Dautphetal	
Die Fünf-Sterne-Frau	Mein Ebsdorfergrund	
	Mein Fronhausen	

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

24.06.2008, Woche 26, Nr. 879
Anzeigenschluss: 20.06.2008, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

08.07.2008, Woche 28, Nr. 881
Anzeigenschluss: 04.07.2008, 10 Uhr

BGH entscheidet über die „POST“-Marke

Die **Deutsche Post AG** kann Wettbewerbern nicht untersagen das Wort „Post“ in ihrem Unternehmenskennzeichen zu verwenden. Das entschied jetzt der Bundesgerichtshof in zwei Prozessen.

Die Deutsche Post AG hatte zwei Kurier- und Postdienstleister wegen Verletzung der Marke in Anspruch genommen. Sowohl die **City Post KG** als auch **Die Neue Post** dürfen nun weiterhin als „Post“ firmieren und den Wortbestandteil auch in ihren Domainnamen bzw. E-Mail-Adressen nutzen. Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat die Ansprüche des Bonner Konzerns aus seiner „POST“-Marke nach § 23 Nr. 2 MarkenG verneint.



Nach dieser Bestimmung kann der Markeninhaber einem Dritten untersagen, ein mit der Klagemarke ähnliches Zeichen als eine Angabe zu benutzen, mit der ein Dritter die von ihm angebotene Ware oder Dienstleistung beschreibt, sofern diese Benutzung nicht gegen die guten Sitten verstößt. An der

Benutzung der Bezeichnung „Post“ hätten die Unternehmen, die nach der teilweisen Öffnung des Marktes Postdienstleistungen erbringen, zur Beschreibung ihres Tätigkeitsbereichs ein besonderes Interesse, urteilten die Karlsruher Richter. Soweit sich die Wettbewerber der Deutschen Post AG durch

Zusätze von dem in Alleinstellung benutzten Markennwort „POST“ abgrenzen und nicht durch eine Anlehnung an weitere Kennzeichen und Ausstattungsmerkmale der Deutschen Post AG - etwa an das Posthornzeichen oder an die Farbe Gelb - die Verwechslungsgefahr erhöhen, könne ihnen die Verwendung der Bezeichnung „Post“ nicht untersagt werden.

Das Lösungsverfahren der Marke „POST“ ist noch beim Bundesgerichtshof anhängig und wird voraussichtlich am 23. Oktober diesen Jahres verhandelt. (al)

BGH vom 05.06.2008
AZ: I ZR 108/05 und
I ZR 169/05

Lucky Strike setzt sich durch: Anspielungen auf Promis sind erlaubt

Für Werbetexter verkündete der Bundesgerichtshof jetzt eine frohe Botschaft. Prominente müssen es sich durchaus Gefallen lassen von der Werbung durch den Kakao gezogen zu werden. Ziel der „Spott“-Werbung von Lucky Strike waren Prinz Ernst August von Hannover und Musikproduzent Dieter Bohlen. Bei Ersterem war das Motiv - eine zerdrückte Zigarettenpackung - mit der Frage verknüpft „War das Ernst? Oder August?“. Im Fall von Dieter Bohlen zeigte das Plakat zwei Lucky Strike-Packungen und einen schwarzen Filzstift. In der Textzeile „Schau mal, lieber Dieter, so einfach schreibt man super Bücher“ waren einzelne Worte auf „leser-

liche“ Weise geschwärzt. Eine Anspielung auf das Gerichtsverfahren um das Bohlen-Buch „Hinter den Kulissen“. Die Instanzgerichte hatten beiden Promis Lizenzzahlungen zugesprochen. Doch in der Revision gab der BGH nun dem beklagten Zigarettenproduzenten Recht und wies die Promi-Klagen ab.

Die Beklagten hätten aktuelle Geschehnisse zum Anlass für ihre satirisch-spöttischen Werbesprüche genommen, ohne über eine bloße Aufmerksamkeitswerbung hinaus die Namen der Kläger zur Anpreisung der beworbenen Zigarettenmarke zu vermarkten. Zwar spielten die Werbemotive

nicht auf Ereignisse von historisch-politischer Bedeutung an. Das auch im Bereich der Wirtschaftswerbung bestehende Recht auf freie Meinungsäußerung, auf das sich die Beklagten berufen könnten, umfasse jedoch

auch unterhaltende Beiträge, die Fragen von allgemeinem gesellschaftlichem Interesse aufgriffen. (al)

BGH vom 05.06.2008
AZ: I ZR 223/05 und
I ZR 96/07

Leitung der Pressestelle am BGH neu besetzt

Richter am Bundesgerichtshof Prof. Dr. Bert-ram Schmitt (49) ist mit Wirkung zum 9. Juni 2008 zum neuen Leiter der Pressestelle des BGH bestellt worden. Er wird im Schwerpunkt den strafrechtlichen Bereich betreuen. Den zivilrechtlichen Bereich

wird **Richter am Bundesgerichtshof Dr. Wolfgang Eick** (55) als Pressesprecher übernehmen. Vertretung beider Pressesprecher ist **Richterin am Bundesgerichtshof Dr. Karin Milger** (52). Weitere Infos gibt es unter: www.bundesgerichtshof.de. (al)

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

MY BUDGET

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische Medien einschließlich Multimediaanwendungen (Online- und Offlinedienste).

Freshmilk Entertainment GmbH,
Saarbrückerstraße 20/21, 10405 Berlin

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

Dicke Liebe

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:

Das andere Heimatmagazin auch in Zusammenhang mit Ortsbezeichnungen (z.B. Das andere Heimatmagazin Wesel etc.)

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Medienverband der Evangelischen Kirche
im Rheinland gGmbH,
Kaiserswerther Straße 450, 40474 Düsseldorf

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

Haus unterm Hammer

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.

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

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

Die 5-Sterne-Frau Die Fünf-Sterne-Frau Die Fünfsternefrau Der 5-Sterne-Mann Der Fünf-Sterne-Mann Der Fünfsternefrau

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Bücher und sonstige Printmedien und Druckerzeugnisse aller Arten und Formen, Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, CD-ROM, DVD, CD-I und alle sonstigen CD- und DVD-Derivate, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Konzert-Events, Musikdarbietungen sowie Bühnenshows, weiterhin Dienstleistungen, Merchandising in jeglicher Form, Domain-Bezeichnungen im Internet und Intranet.

Dr. Christian Koch,
Alsterchaussee 13, 20149 Hamburg

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

Der schlaue Planet So haben Sie die Welt noch nie gesehen

Eine Frau Ein Buch

Zwischenzeit

Der Platz für alles Denkbare zwischen Himmel und Hölle

Sagen Sie jetzt nichts! Interviews ganz ohne Worte

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten und Zusätzen für Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, 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-Medien, Online- und Offline-Dienste sowie sonstige Mediendienstleistungen und Medienprodukte aller Art, für Domain-Bezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, für Event-Merchandising sowie für Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen aller Art.

Süddeutscher Verlag GmbH,
Sendlinger Straße 8, 80331 München

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

GOOD

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und mit allen Zusätzen für Druckerzeugnisse, Printmedien, Ton- und Datenträger aller Art, audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien und Multimediaprodukte.

**RAe Schulz Noack Bärwinkel,
Baumwall 7, 20459 Hamburg**

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

Zwillingsküsse schmecken besser Jingle Bells - Eine Familie zum Fest Kidnapped - 13 Tage Hoffnung

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 für eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

Krasse Küche mit Andrew Zimmern

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 nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

The New Luxury

in allen Schreibweisen, insbesondere Zusammen- und Getrennschreibung, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelkombinationen, mit entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Bücher und alle Printmedien einschließlich Zeitschriften, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, sowie alle elektronischen Medien, insbesondere auch Online- und Offline-Dienste (z.B. Internet), Bildtonträger, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-Rom und DVD sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art, Merchandising.

**Rechtsanwälte Brodski und Lehner,
Leopoldstraße 50, 80802 München**

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

Zwei Weihnachtsmänner

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, 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, elektronische 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.

**BRAINPOOL TV GmbH,
Schanzenstraße 22, 51063 Köln**

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

Helping Hands Helfende Hände Genial Lokal Der große Coup

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Patientenversorgung aus einem Guss

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

**Rechtsanwälte Ellmer & Bengsch-Ellmer,
Burgmauer 4, 50667 Köln**

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

Deutsche Stiftung Projektsteuerung

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien, print und nonprint, online und offline, als Einzel- und Reihentitel, sowie für Dienstleistungen und Veranstaltungen.

**RA Berthold Wesle,
Amalienstraße 67, 80799 München**

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

Evergreen - Das Magazin für Lebenserfahrene Evergreen - Events

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, sowie auch für die Durchführung von Messen und Veranstaltungen.

**H&S Verlag und Consulting
Herwig & Schulze GbR,
Schierholzstraße 27, 30655 Hannover**

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

Büro aus dem Netz

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, sonstige Online-Medien sowie Softwareerzeugnisse.

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

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

Imbiss LIVE - Geschichten aus der Pommes-Bude

Der Auswanderer-Coach

Die Teenie-Mamas.

Wenn Kinder Kinder kriegen

Die strengsten Eltern der Welt

Die Bauretter

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**

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

Mord in der Eifel

Energiesparmeister

Schlagerette

Musikhotel

Im Schatten der Krone

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 nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Allgäu Brunch

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, 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.

**Meissner, Bolte & Partner GbR,
Widenmayerstraße 48, 80538 München**

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

Hunde Fische Katzen Discount Discounter

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Alexander Schubert,
Argentinische Allee 8a, 14163 Berlin**

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

**Der Amöneburger
Der Angelburger
Der Bad Endbacher
Der Biedenkopfer
Der Breidenbacher
Der Cölber
Der Dautphetal
Der Fronhäuser
Der Gladenbacher
Der Kirchhainer
Der Lahntaler
Der Lohraer
Der Lohraner
Der Marburger
Der Münchhäuser
Der Neustädter
Der Rauschenberger
Der Stadtallendorfer
Der Steffenberger
Der Weimarer
Der Wetteraner
Der Wohrataler**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film- und elektronische Medien einschließlich Multimediaanwendungen (online- und offline-Dienste).

**HITZEROTH Druck + Medien GmbH & Co. KG,
Franz-Tuczek-Weg 1, 35039 Marburg**

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

**Mein Amöneburg
Mein Angelburg
Mein Bad Endbach
Mein Biedenkopf
Mein Breidenbach
Mein Cölbe
Mein Dautphetal
Mein Ebsdorfergrund
Mein Fronhausen
Mein Gladenbach
Mein Kirchhain
Mein Lahntal
Mein Lohra
Mein Marburg
Mein Münchhausen
Mein Neustadt
Mein Rauschenberg
Mein Stadtallendorf
Mein Steffenberg
Mein Weimar
Mein Wetter
Mein Wohratal**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film- und elektronische Medien einschließlich Multimediaanwendungen (online- und offline-Dienste).

**HITZEROTH Druck + Medien GmbH & Co. KG,
Franz-Tuczek-Weg 1, 35039 Marburg**

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

Adam, die Schlange und Eva Troll

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Berliner Film Company GmbH,
Lohschneider 1, 84104 Rudelzhausen**

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

KFZ.Future KFZ-Future

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Stünings Medien GmbH,
Dießemer Bruch 167, 47805 Krefeld**

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

UNIVERSITY JOURNAL JUNIOR CONSULTANT

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse sowie elektronische und digitale Medien.

**KLAKA Rechtsanwälte,
Delpstraße 4, 81679 München**

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

4 Elements daily nature

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien einschließlich Multimedia.

**Angela Leo,
Bernadottestraße 10, 22763 Hamburg**

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

Anomalie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für sämtliche Medien, insbesondere TV, Film, Radio, Printmedien und sonstige elektronische, digitale und audiovisuelle Medien, Softwareprodukte, Tonträger, Bildtonträger, Internet, Merchandising und öffentliche Veranstaltungen, in jeder Schreibweise, Abkürzungs-, Schrift- und Darstellungsform, mit allen Zusätzen, allen Abwandlungen und Titelkombinationen.

**Firma Christian Muth,
An der Kirche 26, 36396 Steinau-Ulbach**

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

Passivrauchhysterie Passivrauchlüge

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Printmedien, elektronische und digitale Medien, Hörfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie Offline-, Online- und Audiotextdienste und das Internet.

**Scheele & Partner GbR,
Prinzregentenplatz 15, 81675 München**

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

www.new-business.de

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

Portfolio

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

HSBC Trinkaus & Burkhardt AG,
Königsallee 21/23, 40212 Düsseldorf

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

Deutscher Versicherungs-Atlas

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Barde Hoppe und Medien GmbH,
Mitteldorfstraße 12, 37130 Gleichien

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

Hell-Mut-Schmied-Methode

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Werner Dirkes,
Brucknerstraße 3, 49477 Ibbenbüren



Red Box seit 1970
connecting creative professionals

www.redbox.de . www.redbox.de . www.redbox.de

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 systematischen
Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien
sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich
geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm
erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung.

Rund 52.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.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

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