

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Spiel, Spass und Spannung ohne Altersgrenze

Medienvielfalt für die junge Generation ist in dieser Woche angesagt. Der Berliner **MOSAIK Steinen für Steinen Verlag** bringt „Anna Bella Caramella“ und „Amy Booboo Charlotta“ im bewährten Comic-Format an den Start und die Mandanten des Hamburger **Rechtsanwalts Martin Glänzer** planen „Das erste Mädchenmusical der Welt!“ natürlich unter dem Titel „Prinzessin, Prinzessin!“. **Jürgen an Mey**, Galerist des Künstlers Janosch, zeigt in Kerken den „Tigerentenblues“ und bei den Mandanten von **Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians** München heißt es „Crash Kids - Trust No One“. Nur für Erwachsene, versucht sich die Hamburger **SPN Zeitschriften-Verlags-GmbH** an neuen Erotik-Titeln. Wie es sich für die St.

Pauli Nachrichten (SPN) gehört präsentiert sich hier „hot cherie“, „hot sweetheart“ und „dolce favorita“. Aber auch der **NDR** interessiert sich für Hamburgs sündige Meile und schützt den Titel „Echt Reeperbahn - Leben auf dem Kiez“.

Familientauglicher wird es bei **Sat.1** Berlin zugehen. Mit dem Film „Zoogeflüster - Komm mir nicht ins Gehege!“ setzt Sat.1 Romantik, Beziehungsprobleme Alleinerziehender und tierische Sympathieträger perfekt in Szene. Wer sich dagegen bei sommerlichen Temperaturen lieber im Freien aufhält, kann sich mit dem Hamburger Gartenspezialisten **Michael Breckwold** auf die Suche nach „Buschmann, Hecken schützen und Umgraber“ machen. (al)

Auch Nachfragen per Fax können wettbewerbswidrig sein

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat mit einem neuen Urteil die Grenzen gewerblicher Nachfragen per Telefax und E-Mail anhand zweier Fälle verdeutlicht. Im ersten Fall hatte ein Autohändler per Telefax bei einer Toyota-Vertretung Interesse zum sofortigen Ankauf einiger Toyota-Modelle bekundet. Im zweiten Fall wurde dem Fußballverein FC Troschenreuth von einem Anbieter von Online-Fußballspielen per E-Mail ein Angebot für ein Werbebanner auf der Website des Vereins gemacht.

Grundsätzlich ist eine Werbung unter Verwendung von Faxgeräten oder E-Mail als unzumutbare Belästigung verboten, wenn keine Einwilligung des Adressaten vorliegt. Dabei wird nicht zwischen privaten und gewerblichen Empfängern unterschieden. Der BGH hat jetzt deutlich gemacht, dass auch gewerbliche Anfragen nach Waren und Dienstleistungen in diesem Sinne „Werbung“ sind. Für das Schutzbedürfnis des Inhabers eines Telefax- oder E-Mail-Anschlusses sei es unerheblich, ob er unaufgefordert Kaufangebote für Waren oder Dienstleistungen erhält oder ihm Anfragen zugehen, in

denen z.B. Immobilien oder Antiquitäten nachgefragt würden. Der Bezug von Waren und Dienstleistungen, die ein Unternehmen für seine Geschäftstätigkeit auf dem Markt benötige, diene zumindest der Absatzförderung. Daher beurteilten die Karlsruher Richter die beiden Fälle auch unterschiedlich. Die Toyota-Vertretung habe mit der Veröffentlichung ihrer Telefax-Nummer in allgemein zugänglichen Verzeichnissen ihr Einverständnis erklärt, dass Kunden den Anschluss bestimmungsgemäß für Kaufanfragen nutzen, die sich auf die übliche Verkaufstätigkeit des Unternehmens bezögen. Dieses Einverständnis erstreckte sich auch auf Anfragen gewerblicher Nutzer. Die Anfrage zur Platzierung eines Werbebanners sahen die BGH-Richter dagegen als belästigende Werbemaßnahme an. Weder gehöre das Angebot von Bannerwerbung gegen Entgelt auf der eigenen Homepage zum typischen Vereinszweck des Fußballvereins, noch sei die angegebene E-Mail-Adresse für derartige Anfragen bestimmt. (al)

BGH vom 17.07.2008
AZ: I ZR 75/06
und I ZR 197/05

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Bildrechtsverletzungen sind nicht mit Wortbeiträgen vergleichbar	3
Londoner Übereinkommen in Kraft	3
Bild- und Urheberrechte im CP	3
Titelschutzanzeigen: 64 neue Titel geschützt.....	4-9
Impressum	9

Die 64 neuen Titel dieser Woche

<p>A</p> <p>alles frisch Amy Booboo Charlotta Anna Bella Caramella Automationskarten</p>	<p>Gartenriese, Strauchdieb und Grünzeugwart Golf Hits Golf Welt Grafisches Wissen Grafisches Wissen aus erster Hand Graphic Arts Knowledge GUT ZU WISSEN - Das Promi-Quiz für die Welthungerhilfe</p>	<p>S</p> <p>SAP Spectrum - Best Practices for Business SAP Spectrum - Best Practices für Unternehmen Speaking Spelling Bee Sprachenstudio Englisch stylemag.net sweetheart</p>
<p>B</p> <p>Bayern macht Geschichte Beetschwester, Blumenflüsterer und Rasensprenger Bibliothek des grafischen Wissens Bionic Brand Base Bücherlieder Buschmann, Heckenschütze und Umgraber</p>	<p>H</p> <p>hot cherie hot darling hot sweetheart</p>	<p>T</p> <p>Tigerentenblues Train the Trainer - Das neue Standardwerk</p>
<p>C</p> <p>cherie Crash Kids - Trust No One</p>	<p>I</p> <p>Improvisieren ist keine Hexerei</p>	<p>W</p> <p>weekly Wie deutsch bist du wirklich? Wipeout - Heul nicht, lauf! Wurzelbehandlerin, Rasenkavalier und Blütenspender</p>
<p>D</p> <p>Das erste Mädchenmusical der Welt! Der große Gedächtnistest Deutschlands größter Gedächtnistest Die Wahrheit übers Lügen dolce favorita</p>	<p>J</p> <p>Jonas. Nur Jonas. Und Sam</p> <p>L</p> <p>Länger Leben Language Professor Library of Graphic Arts Knowledge</p>	<p>X</p> <p>XX&XY XX/XY</p>
<p>E</p> <p>Echt Reeperbahn - Leben auf dem Kiez English Language Trainer</p>	<p>M</p> <p>Mein Erfolgs-System Multi-Title-Wörterbuch my way my wellness</p>	<p>Z</p> <p>Zooge Flüster - Komm mir nicht ins Gehege!</p>
<p>F</p> <p>favorita Freiheit! Das Ende der DDR Führen heißt loslassen! future competence - Der ultimative Wissenskoffer</p>	<p>O</p> <p>Ostfriesenkurier Ostfriesen-Kurier Ostfrieslandkurier Ostfriesland-Kurier</p>	
<p>G</p> <p>Gartennixe, Rasenmanagerin und Fliederweibchen</p>	<p>P</p> <p>Politikum Prinzessin, Prinzessin!</p>	

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

05.08.2008, Woche 32, Nr. 885
Anzeigenschluss: 01.08.2008, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

12.08.2008, Woche 33, Nr. 886
Anzeigenschluss: 08.08.2008, 10 Uhr

Bildrechtsverletzungen sind nicht mit Wortbeiträgen vergleichbar

Die Rechtsprechung, nach der eine wiederholte und hartnäckige Bildrechtsverletzung einen Anspruch auf Geldentschädigung begründen kann, obwohl die einzelne Bildveröffentlichung jeweils für sich betrachtet nicht als schwerwiegend einzustufen ist, ist auf den Bereich von Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch Wortberichterstattung nicht übertragbar. Das hat das **Hanseatische Oberlandesgericht** Hamburg in einem jetzt veröffentlichten Urteil entschieden. Der Ehemann einer bekannten Sängerin hatte gegen meh-

re Veröffentlichungen in verschiedenen Zeitschriften eines Verlages geklagt. Die Berichte handelten von seiner Scheidung und gaben auch Details aus einer Scheidungsakte wieder.

Die Veröffentlichung von Auszügen aus der Scheidungsakte sahen auch die Hamburger Richter als eine schwere Persönlichkeitsrechtsverletzung an und erkannten dem Kläger eine Geldentschädigung von 10.000 Euro zu. Im Hinblick auf die wiederholten Wortberichterstattungen behielten die Richter aber das Ur-

teil der Vorinstanz bei. Nach Ansicht des Gerichts bestehe ein Unterschied zwischen Wort und Bild. Das Persönlichkeitsrecht in der besonderen Gestalt des Rechts am eigenen Bild sei scharf umrissen, während bei Persönlichkeitsrechtsverletzungen durch Wortbeiträge auf allgemeine Grundrechtsnormen zurückgegriffen werden müsse. Dies habe zur Folge, so die Richter, dass es wesentlich unproblematischer sei, die Rechtswidrigkeit einer Bildberichterstattung festzustellen, als im Falle einer Wortberichterstattung, bei der im Einzelfall ganz

unterschiedliche Kriterien gelten, je nachdem ob es sich um wahre oder unwahre Tatsachen, Meinungsäußerungen, Berichte aus dem Bereich der Privatsphäre oder Verdachtsäußerungen handle. In jedem Einzelfall sei eine umfassende Abwägung zwischen dem Vorrang des Persönlichkeitsrechts oder der Meinungsäußerungsfreiheit zu treffen. (al)

**Hans. Oberlandesgericht
Urteil vom 20.05.2008
AZ: 7 U 100/07
(noch nicht rechtskräftig)**

Londoner Übereinkommen in Kraft

Das Gesetz zur Verbesserung der Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums ist am 11. Juli verkündet worden. Die Regelungen der Artikel 8a, 8b und 10 befassen sich mit dem sogenannten Londoner Übereinkommen im nationalen Recht. Hierin sind die beteiligten Staaten übereingekommen, weitgehend darauf zu verzichten, dass Patente, die vom Europäischen Patentamt erteilt werden, in die jeweiligen Landessprachen übersetzt werden müssen. Bisher wurde die gesamte Patentschrift in sämtliche Sprachen der Länder übersetzt, in denen das Patent

gelten sollte. Das Übereinkommen gilt rückwirkend zum 1. Mai 2008. Das bedeutet die Übersetzungspflicht entfällt für diejenigen Patente, bei denen der Hinweis auf die Erteilung am 1. Mai 2008 oder später im europäischen Patentblatt bekannt gemacht wurde. Für Altpatente, für die der Hinweis auf die Erteilung bis einschließlich 30. April 2008 im europäischen Patentblatt veröffentlicht worden ist, bleibt die Übersetzungspflicht bestehen. (al)

Nähere Informationen gibt es unter: **www.dpma.de** und **www.epo.org**.

Bild- und Urheberrechte im CP

Mit Corporate Publishing betätigen sich Unternehmen als Verleger. Doch sind sie auch mit den Regeln des Verlags-, Urheber- und Persönlichkeitsrechts entsprechend vertraut? Das Medienrecht gilt schließlich auch für reine Kundenzeitschriften.

Der Verband **FORUM corporate publishing e.v.** München bietet in Zusammenarbeit mit der **Akademie des Deutschen Buchhandels** Anfang Oktober ein Einführungs-Seminar in das Urheber- und Persönlichkeitsrecht. Referent Dr. Richard Hahn, Kanzlei Lausen Rechtsanwälte München,

entwickelt mit den Teilnehmern eigene Leitfäden für den sicheren Umgang mit Texten und Fotos im Zusammenhang mit dem Corporate Publishing. Anhand von Fallbeispielen soll das vermittelte Wissen dann überprüft und vertieft werden. (al)

Termin: 6. Oktober 2008
Literaturhaus München

Veranstalter:
Akademie des Deutschen Buchhandels, Salvatorplatz 1, 80333 München.
Infos gibt es unter:
**Tel. 089 / 29 19 53 62 oder
www.buchakademie.de**



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

Crash Kids - Trust No One

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:

Golf Hits Golf Welt

in allen Schreibweisen und 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).

**Böhm Public Relations GmbH,
Otto-Keck-Straße 2, 87509 Immenstadt**

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

English Language Trainer Language Professor Speaking Spelling Bee Multi-Title-Wörterbuch Sprachenstudio Englisch

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Franklin Electronic Publishers GmbH,
Kapellenstraße 13, 85622 Feldkirchen**

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

Bionic Brand Base

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, 15 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Beetschwester, Blumenflüsterer und Rasensprenger Wurzelbehandlerin, Rasenkavalier und Blütenspender Buschmann, Heckenschütze und Umgraber Gartenriese, Strauchdieb und Grünzeugwart Gartennixe, Rasenmanagerin und Fliederweibchen

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

**www.Garten-und-Gabel.de, Michael Breckwold,
Lassdrift 1a, 21129 Hamburg**

Unter Hinweis auf §§ 5 Abs. 3, 15 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Bibliothek des grafischen Wissens Library of Graphic Arts Knowledge Grafisches Wissen Graphic Arts Knowledge Grafisches Wissen aus erster Hand

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sowie für elektronische und digitale Medien, insbesondere auch Off- und Onlinemedien aller Art.

**Prem & Klare Rechtsanwälte,
Im Brauereiviertel 2, 24118 Kiel**

Ihr neues Portal für Medienrecht



mehr Service, mehr Infos
tägliche News
wöchentlicher, kostenfreier Newsletter
Titelarchiv mit über 52.000 geschützten Titeln

Weitere Informationen bei Angela Lautenschläger ☎ (040) 60 90 09-61,
angela.lautenschlaeger@presse-fachverlag.de
www.titelschutzanzeiger.de

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

Tigerentenblues

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Galerie Jürgen an Mey,
Kolpingstraße 33, 47647 Kerken**

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

alles frisch

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Beisert & Hinz Unternehmenskommunikation GmbH,
Prinzenstraße 21a, 37073 Göttingen**

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

future competence - Der ultimative Wissenskoffer

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Fritz & Brandenburg Patentanwälte,
Im Mediapark 4d, 50670 Köln**

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

Train the Trainer - Das neue Standardwerk

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Commax Consulting AG,
Südliche Münchner Straße 10a,
82031 Grünwald bei München**

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

Prinzessin, Prinzessin! Das erste Mädchenmusical der Welt! Bücherlieder

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für sämtliche Medien, insbesondere TV, einschließlich Ton-, Bild-/Tonträger, Film-, Hörfunk- und Internetdienste, Video, CD-ROM und/oder andere Datenträger, insbesondere auch mittels DVD und/oder CD, 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

Echt Reeperbahn - Leben auf dem Kiez Wie deutsch bist du wirklich? Deutschlands größter Gedächtnistest Der große Gedächtnistest

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

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

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

www.new-business.de

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

weekly

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 Matthias Reichwald,
Clayallee 311, 14169 Berlin

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

SAP Spectrum - Best Practices für Unternehmen SAP Spectrum - Best Practices for Business

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen. Die Inanspruchnahme bezieht sich auf alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

Patentanwalt Dipl.-Ing. H. Hering,
Berendt · Leyh · Hering
Innere Wiener Straße 20, 81667 München

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

Politikum Bayern macht Geschichte GUT ZU WISSEN - Das Promi-Quiz für die Welthungerhilfe

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 Titelschutz in Anspruch für:

cherie hot cherie hot darling favorita dolce favorita sweetheart hot sweetheart

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

SPN Zeitschriften-Verlags-GmbH,
Waidmannstraße 35, 22769 Hamburg

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

my way my wellness

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 nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Ostfriesenkurier Ostfriesen-Kurier Ostfrieslandkurier Ostfriesland-Kurier

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Druckerzeugnisse - insbesondere Zeitungen und Anzeigenblätter, Zeitschriften, Newsletter, Veranstaltungsletter -, elektronische und digitale Medien, Internet und Netzwerke aller Art

Rechtsanwalt Dr. Christoph Partsch LL.M.,
Meinekestraße 26, 10719 Berlin

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

Anna Bella Caramella Amy Booboo Charlotta

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**MOSAIK Steinchen für SteinchenVerlag +
PROCOM Werbeagentur GmbH,
Lindenallee 5, 14050 Berlin**

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

Führen heißt loslassen! Erfolgsstrategien im Mittelstand

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. oec. habil. Jörg Schumann,
Freiberuflicher Unternehmensberater, Führungscouch,
Rotkäppchenweg 18, 04277 Leipzig**

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

Zoogeflüster - Komm mir nicht ins Gehege! Freiheit! Das Ende der DDR

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:

Mein Erfolgs-System Länger Leben Automationskarten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

XX/XY XX&XY

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Büchern und sonstigen Druckerzeugnissen, Tonträgern, Bild-/Tonträgern, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitalen Datenträgern (wie z.B. CD-ROM, CD-I, DVD, HD-DVD, MD, Blue-Ray Disc) und/oder Online-Diensten, Online-Medien sowie Internet.

**Rechtsanwälte Unverzagt von Have,
Rothenbaumchaussee 43, 20148 Hamburg**

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

Die Wahrheit übers Lügen

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, (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 sowie Merchandising.

**Rechtsanwalt Axel Schwarzberg,
Oranienplatz 4, 10999 Berlin**

Über 52.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de

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

stylemag.net

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Andrist - Baudouin - Tjaben GbR,
Schoenhauser Allee 8, 10119 Berlin

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

Improvisieren ist keine Hexerei

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Verlag Christian Holzer,
Ferdinand-Miller-Platz 2, 80335 München

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

Wipeout - Heul nicht, lauf!

in allen 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 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Jonas. Nur Jonas. Und Sam

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerei-Erzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, Online-Dienste.

kurutsua GmbH & Co. KG,
Mittelweg 41a, 20148 Hamburg

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.

FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

TELEFAX: 040/609 009 – 66

VON: FIRMA: _____
NAME: _____
ANSCHRIFT: _____

TELEFON: _____ FAX: _____
E-MAIL: _____

ICH MÖCHTE EINE TITELSCHUTZANZEIGE AUFGEBEN:

Bitte nehmen Sie den folgenden Text in die nächst erreichbare Nummer

- des TITELSCHUTZ ANZEIGER auf.
- des TITELSCHUTZ ANZEIGER mit SOFTWARE TITEL
(Heft Nr. _____) auf.

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für

pro Titel bitte eine Zeile

(Adresse)

Preis pro Titelschutzanzeige im Standardformat: € 150,- (zzgl. USt.)

Preis für jeden weiteren Titel innerhalb dieser Anzeige: € 35,- (zzgl. USt.).

DATUM UND UNTERSCHRIFT: _____