

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Mystery, Kalter Krieg und Neues aus der Welt der Technik

Übernatürliche Phänomene und Botschaften aus dem Jenseits kommen beim Zuschauer immer gut an. Und so stellen sich auch die Mandanten von **Rechtsanwältin Bettina Krause** Tutzing der Herausforderung und schützen sich den Titel „Mystery Challenge“. **Sat.1** Berlin begibt sich mit dem neuen Event-Dreiteiler „The Company - Im Auftrag der CIA“ zurück in die 50er-Jahre und die Zeit des kalten Krieges. Die Geschichte eines CIA-Agenten, gewürzt mit großer Liebe, Verrat und Enttäuschung, wird von der **Tandem Communication GmbH** München mit internationaler Besetzung produziert. Neben Spionagethemen widmet sich Sat.1 aber auch den Regeln des Anstands und den korrekten Umgangsformen. „Kesslers Knigge“ wird aber vermutlich nicht ganz so ernst gemeint sein,

wie es sich anhört. Gefährlich wird es diese Woche bei den Mandanten der Münchener Kanzlei **Poll Straßer Ventroni Feyock**. Sie gehen mit den Titeln „Die Feuerschlange“, „Die Verstoßenen - Am Rande der Apokalypse“ und „Im Rausch der Höhe“ an den Start.

Doch auch Fachwissen will vermittelt werden. Medizinische Berichterstattung und Patienteninformation ist das Anliegen der **GFMK KG**. Die Leverkusener Verlagsgesellschaft schützt in dieser Ausgabe „Patient & Haut“. „Pumpen und Kompressoren“ sind das Thema der Nürnberger **Dr. Harnisch Verlagsgesellschaft mbH** und der **Bielefelder Verlag GmbH & Co. KG** kümmert sich um neue Perspektiven im Bereich „Future Energy“. (al)

### INHALT

### SEITE

Titelübersicht .....	2
Umfrage - Google News Archive .....	1 - 5
Titelschutzanzeigen: <b>35 neue Titel</b> geschützt.....	4-8
Impressum .....	8

## Google News Archive – kein Interesse bei deutschen Zeitungsverlagen?

Google plant ein weltumspannendes Zeitungsarchiv. Dabei setzt der Internetriese auf die Zusammenarbeit mit den Verlagen. Welche urheberrechtlichen Probleme dieses Online-Projekt aufwirft und ob sich die Verlage mit der Google-Vermarktungsstrategie anfreunden können, zeigt eine Umfrage des Titelschutz Anzeigers

bei Medienrechtlern und Zeitungsverlagen.

### Die Fragen

**1. Wie schätzen Sie die rechtliche Situation ein?**

**2. Welche Modelle der Zusammenarbeit mit Google wären aus Ihrer Sicht denkbar?**

### RA Dr. Ingo Jung, CBH-Rechtsanwälte Köln

1. „Nichts ist älter als die Zeitung von gestern“ - so hieß es bisher. Der Suchmaschinenbetreiber Google schickt sich an, die Welt eines Besseren zu belehren und zu beweisen, dass auch mit alten Zeitungen noch gutes Geld zu verdienen ist. Googles Idee: ein gigantisches, weltumspannendes digitales Archiv aller „offline“ verfügbaren Zeitungsartikel und damit „jeder Geschichte, die je geschrieben wurde“ - so Googles zuständige Projektmanagerin. Finanziert werden soll das Vorhaben Google-typisch über Werbung, wobei die beteiligten Verlage hieran partizipieren sollen. Das Projekt wirft spannende Fragen urheberrechtlicher Natur auf. Dabei



RA Dr. Ingo Jung  
CBH-Rechtsanwälte Köln

ist im Grundsatz davon auszugehen, dass das Einstellen von Artikeln in ein für Jedermann zugängliches, umfassendes elektronisches Archiv, welches noch dazu im Volltext durchsuchbar sein soll, ohne Zustimmung der Rechteinhaber unzulässig und insbesondere nicht von

weiter auf Seite 2

## Die 35 neuen Titel dieser Woche

<b>A</b>	automotive trainer automotiveIT	<b>G</b>	Graf Zahl 5 - Numerologie	Patient & Haut Photo Art & Design A.S. photo-as. Pumpen und Kompressoren mit Druckluft und Vakuumtechnik
<b>B</b>	Bamberger Sonntag	<b>H</b>	HARMONICANA	
<b>C</b>	Campuszeitung Club-Ziele	<b>I</b>	I am Energy I am the Energy Im besten Alter I'm Energy Im Rausch der Höhe	<b>T</b>
<b>D</b>	Deutsche Traktor-Legenden Die Feuerschlange Die Verstoßenen - Am Rande der Apokalypse	<b>J</b>	Just Trust Recordings	The Company - Im Auftrag der CIA The moment when you fall
<b>E</b>	EINSWEITER &endurance insight& Enzo's Song	<b>K</b>	Kesslers Knigge kiezmag	
<b>F</b>	Fahrrad News FAQ Kaffee - Fragen Antworten Quintessenzen Filiale aktuell Future Energy	<b>M</b>	Mann heiratet nur zweimal Montagetechnik Mystery Challenge	
		<b>O</b>	Open Mike - Keep it real	
		<b>P</b>		

## Die nächste Ausgabe erscheint am

### Der Titelschutz Anzeiger

30.09.2008, Woche 40, Nr. 893  
Anzeigenschluss: 26.09.2008, 10 Uhr

### Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

14.10.2008, Woche 42, Nr. 895  
Anzeigenschluss: 10.10.2008, 10 Uhr

der Ausnahmevorschrift für elektronische Pressespiegel nach § 49 UrhG abgedeckt ist.

Es stellt sich daher vordringlich die Frage, ob für Google ein „One-Stop-Shopping“ - also allein die Zustimmung der beteiligten Verlage - ausreicht oder ob auch der einzelne Urheber seine Zustimmung erteilen muss. Schon bei Texten freier Mitarbeiter bzw. Photos freier Photo-

graphen ist dies sehr fraglich, da hier möglicherweise nur ein einfaches Nutzungsrecht für die jeweilige konkrete Veröffentlichung, nicht aber für weitere Nutzungshandlungen erteilt worden ist.

Ein Urheber kann sich hingegen nicht schlicht darauf berufen, dass eine Volltext-Online-Archivierung eine zum Ursprungszeitpunkt unbekanntes Nutzungsart darstellt. Google kommt insoweit in

den Genuss der Neuregelung im deutschen Urheberrecht, wonach auch Rechte für noch unbekanntes Nutzungsarten eingeräumt werden können. Dies gilt nach einer hierzu maßgeblichen Übergangsregelung auch soweit der Urheber zwischen 1966 und 2008 alle wesentlichen Nutzungsrechte ausschließlich und unbegrenzt eingeräumt hat. Zum Ausgleich steht hierfür eine gesonderte angemessene Vergütung in

Rede. Dies könnte für die Urheber durchaus interessant sein, schlummerten doch bisher ihre Werke mehr oder minder ungenutzt in den Archiven der Verlage.

2. Es bleibt also mit Spannung zu erwarten, wie Google und die Verlage das neue Geschäftsfeld effizient und vor allem rechtssicher erschließen.

**Josef Krieg,  
Leiter Unternehmens-  
kommunikation,  
Frankfurter Allgemeine  
Zeitung GmbH**

1. Die Digitalisierung von Zeitungen bedarf der Zustimmung der Inhaber der urheberrechtlichen Nutzungsrechte. Diese Nutzungsrechte liegen in der Regel bei den Verlagen. Die urheberrechtliche Schutzdauer endet 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers (§ 64 UrhG). Das bedeutet in der Praxis, dass die Digitalisierung von Zeitungen, deren Erscheinungsdatum weniger als wenigstens 70 Jahre zurückliegt, ohne die Zustimmung der Verlage nicht möglich ist. Das gilt auch für das Digitalisierungsprojekt von Google.



**Josef Krieg,  
Leiter Unternehmenskommunikation,  
Frankfurter Allgemeine  
Zeitung GmbH**

2. Für die Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH ist hinsichtlich des Digitalisierungsprojekts von Google eine Zusammenarbeit weder denkbar noch wünschenswert.

**RA Dominik Eickemeier,  
HEUKING KÜHN LÜER  
WOJTEK Köln**

1. Problematisch. Einerseits sind die urheberrechtlichen Grenzen relativ klar, andererseits wissen wir, dass diese rechtlichen Grenzen im Internet häufig nicht beachtet werden. Je mehr Inhalte digitalisiert sind (was sich kaum aufhalten läßt und ja durchaus auch positive Effekte hat, von denen wir alle profitieren), desto größer ist eine Mißbrauchsgefahr (man denke nur an die versehentliche (?) Veröffentlichung einer negativen Nachricht zu United Airlines in den USA, die zu einem Börsenabsturz des Unternehmens geführt haben soll). Eine



**RA Dominik Eickemeier  
HEUKING KÜHN LÜER  
WOJTEK Köln**

weitere Tendenz ist bedenklich: Aufgrund gewünschter Ergebnisse werden Suchmaschinen in der Rechtsprechung mitunter scheinbar privilegiert. So erscheinen

mir einzelne „thumbnail“-Entscheidungen zu Fotos im Internet den Suchmaschinen mehr Rechte zuzugestehen als anderen Telemedienanbietern im Netz.

Es wird schwierig sein, die Rechteinhaber technisch zu schützen, wie dies etwa bei iTunes versucht wird. Die Erfinder von Umgehungen

technischer Sperren sind den Rechtewahrrern häufig einen Schritt voraus. Dies ist ähnlich wie beim Doping.

2. Vermutlich wird den Verlagen nichts anderes übrig bleiben, als über Lizenzen zu kooperieren. Der Weg der Inhalte in das Netz ist nicht aufzuhalten.

**RA Georg Wallraf,  
Bereichsleitung  
Personal und Recht,  
Verlagsgruppe Handels-  
blatt GmbH Düsseldorf**

1. Die Aufnahme von Presseinhalten in eine solche Datenbank kann nur erfolgen, wenn hierzu die erforderlichen Nutzungsrechte eingeholt wurden. Diese liegen auch für die Archivnutzung in aller Regel beim Verlag.

2. Derzeit besteht ein Erfordernis und daher auch die Phantasie für eine Zusammenarbeit auf unserer Seite (Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH) nicht. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass wir gemeinsam mit der FAZ das Datenbankangebot GBI-Genios unterhalten. Dieses Angebot speichert auch für Jahre zurück die wesentlichen



**RA Georg Wallraf  
Bereichsleitung Personal u. Recht  
Verlagsgruppe Handelsblatt**

deutschen Presstitel und stellt sie zur Nutzung bereit. Damit kommt GBI-Genios einem Nutzungsbedürfnis entgegen, das Google mit seinem Projekt und einem hohen Aufwand zukünftig erst bedienen will.

**Paul Binder,  
Unternehmenssprecher,  
WAZ Mediengruppe  
Essen**

1. Die Inhalte, die Google mit aller Macht weltweit verbreiten will, sind geistiges Eigentum und sollten

auch als solches anerkannt und geachtet werden. Die Urheberrechte für die wertvollen Archive liegen bei den Journalisten und Verlagen, diese Rechte würden durch Google hart verletzt. Die deutschen Verlage werden sich gegen einen dro-

weiter auf Seite 5

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

## HARMONICANA

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Henning Eichler, Blues Blend GbR,  
Karl-Duchmann-Weg 9, 63303 Dreieich**

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

## Campuszeitung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Mediapolis GmbH & Co. KG,  
Artillerieweg 56, 26129 Oldenburg**

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

## Fahrrad News

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Scout Medien GmbH bede-Verlag GmbH,  
Schwarzgrub 5, 94262 Kollnburg**

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

## Patient & Haut

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**GFMK KG,  
Gezelinallee 37, 51375 Leverkusen**

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

## Pumpen und Kompressoren mit Druckluft und Vakuumtechnik

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Harnisch Verlagsgesellschaft mbH,  
Blumenstraße 15, 90402 Nürnberg**

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

## &endurance insight&

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Verlag &endurance insight&  
Baran und Polzin GbR,  
Zum Heidentempel 5, 53947 Nettersheim**

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

## Enzo's Song The moment when you fall

in allen Schreibweisen, Darstellungs- und Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, samt Ton- und Bild(ton-)trägern, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online- und (Mobil-)Telefondienste, DVD, CD-Rom, CD-i, sämtliche anderen Datenträgern, alle sonstigen CD-Derivate sowie sämtlicher elektronischer, digitaler und audiovisueller Medien und Netzwerke sowie für Bücher und Printmedien.

**Rechtsanwalt Günther Rudhart,  
Hohe Gasse 2, 87439 Kempten**

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

## kiezmag

in allen Schreib- und grafischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, für sämtliche Medien, insbesondere TV, einschließlich Ton-, Bild-/Tonträgern, Film-, Hörfunk-, Software-, Internetdienste, Video, CD-ROM und/oder andere Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich sämtlicher Multimediaanwendungen (Online-/Offline-Dienste) insbesondere Internet und Netzwerke, für Domainbezeichnungen, Veranstaltungen, Merchandising, Bücher, Zeitschriften und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**Verlag Marlis Schneider,  
Luckauer Straße 3, 10969 Berlin**

henden Diebstahl geistigen Eigentums zur Wehr setzen und ein rechtsverletzendes Verhalten solcher Art nicht akzeptieren. Die WAZ Mediengruppe fordert daher die Verantwortlichen in der Medienpolitik auf, entsprechende Vorkehrungen zum Schutz der Zeitungsarchive zu treffen.

2. Die WAZ Mediengruppe hätte, aus den oben genannten Gründen, keinerlei Interesse daran, die Archive ihrer Tageszeitungen Google zur Verfügung zu stellen. Außerdem finden unsere Leserinnen und Leser auf unserem hauseigenen Internetportal DerWesten.de bereits die überregionalen

**RA J. Friedrich Niebuhr, LL.M., NESSELHAUF Rechtsanwälte Hamburg**

1. Der Suchmaschinenbetreiber und Internetdienstleister Google hat kürzlich bekannt gegeben, dass er die Archive von über 100 Tageszeitungen digitalisieren werde. Hierbei wird Google die Digitalisierung der Archive übernehmen und über das Internet abrufbar zur Verfügung stellen. Im Gegenzug sollen die Verlage an den durch den Abruf der digitalisierten Archive generierten Werbeeinnahmen beteiligt werden. Zunächst wird sich Google auf die Archivierung US-amerikanischer Zeitschriften beschränken, es kann jedoch davon ausgegangen werden, dass Google bei positiver Resonanz auf diesen Service sein Angebot auch auf Deutschland ausweiten wird. Im Gegensatz



**Paul Binder**  
Unternehmenssprecher  
WAZ Mediengruppe

und lokalen Artikel unserer vier Tageszeitungen in NRW – täglich aktualisiert und kostenlos.



**RA J. Friedrich Niebuhr LL.M**  
NESSELHAUF Rechtsanwälte  
Hamburg

zu den vor einigen Jahren diskutierten und heftig umstrittenen Pressespiegeln, wird Google die Digitalisierung jedoch nur mit Einwilligung der Verlage vornehmen. Das Angebot wird sich vornehmlich an kleinere Verlage richten, denen bisher die finanziellen Mittel

zur Digitalisierung ihrer Archive fehlten. Trotz der Einwilligung der Verlage zu einer Digitalisierung ihrer Archive, bestehen zahlreiche rechtliche Fragen, die einer Klärung bedürfen, denn die Urheberrechte der Autoren könnten entgegenstehen. Auch wenn immer wieder Zweifel angemeldet werden, gewährt die Rechtsprechung in der Regel Zeitungsartikeln Urheberrechtsschutz, sie werden also gem. § 2 Abs. 2 UrhG als Werke eingestuft. Damit liegen die Rechte an dem Zeitungsartikel grundsätzlich zunächst allein bei dem Autor des Zeitungsartikels. Bei festgestellten Autoren bestehen oft vertragliche Abreden, die die Nutzungsrechte auf den Verlag übertragen, so dass auch eine Digitalisierung und Verwertung über Google möglich ist. Im Gegensatz hierzu werden mit freien Mitarbeitern oft keine ausdrücklichen Verträge geschlossen, so dass dem Verleger in der Regel gem. § 38 Abs. 3 UrhG ein einfaches Nutzungsrecht an dem Artikel zusteht, wobei insbesondere bei älteren Artikeln sehr zweifelhaft ist, ob die Online-Verwertung mit erfasst ist (ähnlich wie bei

der Digitalisierung von Archiven auf CD-ROM). Hieran ändert auch § 49 UrhG nichts, der die Vervielfältigung und Verbreitung einzelner Artikel aus Zeitungen gegen entsprechende Vergütung gestattet, da die beabsichtigte Digitalisierung sich auf den gesamten Inhalt einer Zeitung erstreckt und diese Vorschrift bereits für elektronische Pressespiegel restriktiv angewandt worden ist. Unbeschränkt vervielfältigt werden können nur vermischte Nachrichten tatsächlichen Inhalts und Tagesneuigkeiten gem. § 49 Abs. 2 UrhG, der aufgrund seines eingeschränkten Anwendungsbereichs nur auf wenige Zeitungsartikel anwendbar sein dürfte.

2. Es kann somit im Ergebnis festgehalten werden, dass auch bei der Bereitschaft der Verlage, den Service von Google in Anspruch zu nehmen, die Rechte der Autoren in vielen Fällen dies unmöglich oder wesentlich erschweren werden. Dem könnte nur durch eine sehr unwahrscheinliche Gesetzesänderung oder durch Vereinbarungen zwischen Verlag und Autor abgeholfen werden.

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

---

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

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

### Future Energy

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und Produkte, Internet).

**Bielefelder Verlag GmbH & Co. KG,  
Ravensberger Straße 10 f, 33602 Bielefeld**

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

### Filiale aktuell

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für alle Medien, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Spiele, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, insbesondere CD-Rom, DVD, CD-I, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

**SCHIEDERMAIR Rechtsanwälte,  
Eschersheimer Landstraße 60, 60322 Frankfurt am Main**

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

### Im besten Alter

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, sowie alle elektronischen Medien, insbesondere auch Online- und Offline-Dienste (z.B. Internet), Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwältin Anja Mordhorst,  
Sibbetstraße 1, 22587 Hamburg**

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

### Bamberger Sonntag

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.

**Salleck + Partner Rechtsanwälte Steuerberater,  
Spardorfer Straße 26, 91054 Erlangen**

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

### Die Feuerschlange Die Verstoßenen - Am Rande der Apokalypse Im Rausch der Höhe Mann heiratet nur zweimal

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

### Deutsche Traktor-Legenden Mystery Challenge EINSWEITER

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:

## **Club-Ziele**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

Gemäß §§ 5,15 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

## **Montagetechnik**

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien.

**Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG,  
Kolbergerstraße 22, 81679 München**

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

## **Photo Art & Design A.S. photo-as.**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Photo Art & Design A.S. GmbH,  
Große Straße 8 a, 22926 Ahrensburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für Herrn Franz P. Linder Titelschutz in Anspruch für

## **I am Energy I'm Energy I am the Energy**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und für alle Medien.

**PAe Freischem,  
An Groß St. Martin 2, 50667 Köln**

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

## **FAQ Kaffee - Fragen Antworten Quintessenzen**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Coffea Trading & Consulting GmbH,  
Schaftalberg 1, 8044 Graz / Österreich**

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

## **automotive trainer automotiveIT**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Müller Schupfner & Partner,  
Bavariaring 11, 80336 München**

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

## **Kesslers Knigge The Company - Im Auftrag der CIA**

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:

## **Just Trust Recordings Graf Zahl 5 - Numerologie Open Mike - Keep it real**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**GbR mit Michael Becker, Damir Beder,  
Bachwiesen Straße 25, 70199 Stuttgart**



## Produktpiraterie – Marken im Kampf gegen Plagiate

aus der Rubrik  
**Markenrecht**

Firma \_\_\_\_\_

Name, Vorname \_\_\_\_\_

Straße \_\_\_\_\_

PLZ, Ort \_\_\_\_\_

Tel.: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

Datum, Unterschrift \_\_\_\_\_

BITTE IN BLOCKSCHRIFT! TSA

**JA** ich bestelle **markenartikel** im Probe-Abonnement. Ich erhalte die nächsten drei Ausgaben **markenartikel** zum Preis von 20,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Probe-Abonnement endet automatisch.

**JA** ich bestelle **markenartikel** im Jahres-Abonnement. Ich erhalte das Magazin ab sofort regelmäßig für 98,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Abonnement gilt zunächst für ein Jahr (11 Ausgaben) und verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr, wenn ich nicht mit der Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugsjahres schriftlich kündige.

**New Business Verlag GmbH & Co. KG**

Postfach 70 12 45 • 22012 Hamburg

Birgit Jessen

Telefon 040/60 90 09-62

Fax 040/60 90 09-66

jessen@new-business.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.