

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Verstärkung für die Augsburger Kanzlei Hild & Kollegen



RA Alexander Wagner

Die Augsburger Kanzlei **Hild & Kollegen** hat ihr Team im November um zwei Wettbewerbsrechtler erweitert.

Rechtsanwalt Alexander Wagner verstärkt die Bereiche Wettbewerbsrecht, Internet- und Markenrecht. Wagner studierte Rechtswissenschaften an der Universität Trier und konnte in Wirtschaftskanzleien in Koblenz und Hamburg Erfahrungen in den Fachgebieten

Intellectual Property, Media und Technology sammeln. **Rechtsanwalt Jörg Khöber**, seit Mitte November bei Hild & Kollegen, ist seit 2006 als Anwalt zugelassen und war bisher verstärkt auf dem Gebiet des Gewerblichen Rechtsschutzes tätig. In seiner neuen Position wird er nun auch in den Bereichen Internet- und Markenrecht Mandanten betreuen. (al)



RA Jörg Khöber

Keine Gemeinschaftsmarke für „CANNABIS“-Bier

Das **Gericht erster Instanz der Europäischen Gemeinschaften** hat die Klage eines italienischen Getränkeherstellers abgewiesen. **Giam-pietro Torresan** hatte sich im Jahr 2003 beim **Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt (HABM)** das Wortzeichen „CANNABIS“ für Biere, Weine und Spirituosen als Gemeinschaftsmarke eintragen lassen. Doch das HABM erklärte die Marke auf Antrag der fränkischen **Klosterbrauerei Weissenohe GmbH & Co. KG**, die selbst ein mit Hanf aromatisiertes Bier namens „Cannabis Club“ braut, für nichtig.

Der Begriff „Cannabis“ bezeichnet, nach Ansicht des Harmonisierungsamts, umgangssprachlich sowohl eine Hanfpflanze als auch ein Betäubungsmittel und werde vom Durchschnittsverbraucher als klarer und unmittelbarer Hinweis auf die Merkmale der Ware aufgefasst, für die die Marke angemeldet worden sei.

Torresan forderte nun die Markenrechte zurück. Doch das EU-Gericht schloss sich der Auffassung des HABM an und stellte zum einen fest, dass ein sachlicher Zu-

sammenhang zwischen dem Zeichen „CANNABIS“ und bestimmten Merkmalen der genannten Waren bestehe, da Cannabis bei der Herstellung zahlreicher Lebensmittel, darunter der von Bier und bestimmten Getränken, verwendet werde. Zum anderen sei das Wort „Cannabis“ ein wissenschaftlicher lateinischer Begriff, der in mehreren Sprachen der Europäischen Gemeinschaft existiere und der breiten Öffentlichkeit durch seine Präsenz in den Medien bekannt sei.

Dieser Begriff sei daher für den angesprochenen Verbraucher im gesamten Gebiet der Gemeinschaft verständlich. Deshalb werde der Durchschnittsverbraucher der Gemeinschaft die Marke CANNABIS als Beschreibung eines Merkmals der fraglichen Produkte wahrnehmen. Dieses Merkmal sei, so das Gericht, für die Kaufentscheidung des Verbrauchers entscheidend, weil ihn die Möglichkeit reizen könnte, die gleichen Wirkungen wie mit dem Konsum von Cannabis zu erzielen. (al)

EuGH-Urteil vom 19.11.2009 – AZ: T-234/06

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
BGH: Voraussetzungen der Vorverlagerung des Werktitelschutzes für Domains	3-4
Titelschutzanzeigen: 40 neue Titel geschützt.....	4-7
Impressum	8

Die 40 neuen Titel dieser Woche

<p>A</p> <p>Alles, was Sie heute wissen müssen</p> <p>Alsterkind</p> <p>Asset Manager</p>	<p>F</p> <p>fun club spezial</p> <p>Für immer und wir</p>	<p>M</p> <p>MOCCA</p> <p>Modellbahnmotive</p>
<p>C</p> <p>Castrop-Rauzel kocht - Persönlichkeiten in die Töpfe geschaut!</p> <p>colores de España</p>	<p>G</p> <p>Geocache Magazin</p> <p>Geocaching Magazin</p>	<p>N</p> <p>Neusser</p> <p>NRW kocht - Nordrhein-Westfälischen Persönlichkeiten in die Töpfe geschaut!</p>
<p>D</p> <p>Das Chateau</p> <p>Das unendliche Mysterium der Liebe ... und ich weiss, dass ich nichts weiss, Sokrates</p> <p>Deutsche Superbauten</p> <p>Die ergründeten Wege Gottes</p> <p>Dortmund kocht - Dortmunder Persönlichkeiten in die Töpfe geschaut!</p>	<p>H</p> <p>halbesperd</p> <p>Hattrick, Elfmeter für die Liebe</p>	<p>P</p> <p>ParaMag Apothekenmagazin</p> <p>Pure Skin Care Solutions</p>
<p>E</p> <p>Ein Rockstar zum Frühstück</p> <p>Ella - für Berlins Frauen</p> <p>Ella - für Hamburgs Frauen</p> <p>Ella - für Münchens Frauen</p> <p>Essen kocht - Essener Persönlichkeiten in die Töpfe geschaut!</p>	<p>I</p> <p>INLIFE</p> <p>Intimes Revier</p>	<p>R</p> <p>Radio Teddy Mitmach-Musical</p>
<p>L</p> <p>Lüg weiter, Liebling</p>	<p>K</p> <p>Köln kulinarisch - Kölner Persönlichkeiten in die Töpfe geschaut!</p>	<p>S</p> <p>Siegen kocht - Siegener Persönlichkeiten in die Töpfe geschaut!</p>
<p>M</p> <p>Marl kocht - Marler Persönlichkeiten in die Töpfe geschaut!</p> <p>Meine Stadt kocht - Persönlichkeiten in die Töpfe geschaut!</p> <p>Mitmach-Musical</p>	<p>T</p> <p>Traumkontinent Australien - Entdeckungsreise am schönsten Ende der Welt</p> <ul style="list-style-type: none"> - Der Tropische Norden - Das Rote Herz - Der pulsierende Süden 	<p>W</p> <p>Wuppertal kocht - Wuppertaler Persönlichkeiten in die Töpfe geschaut!</p>

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

08.12.2009, Woche 50, Nr. 952
Anzeigenschluss: 04.12.2009, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

15.12.09.2009, Woche 51, Nr. 953
Anzeigenschluss: 11.12.2009, 10 Uhr



FÜR FRÜHAUFSTEHER

Die aktuelle Print-Ausgabe des
TITELSCHUTZ ANZEIGER jeden Dienstag im
Pdf-Format. Jetzt eintragen unter:
WWW.TITELSCHUTZANZEIGER.DE

BGH: Voraussetzungen der Vorverlagerung des Werktitelschutzes für Domains

von Dr. Lars Jaeschke LL.M.

Der BGH hat sich kürzlich im Rahmen der „airdsl“-Entscheidung (**Urteil vom 14.05.2009, Az.: I ZR 231/06**) auch zu den Voraussetzungen der Vorverlagerung des Schutzes von Internet-Domains als Werktitel geäußert. Eine solche Vorverlagerung des Schutzes durch Werktitelankündigung kommt danach nur bei Ankündigung „in branchenüblicher Weise“ und bei Erscheinen des Titels „in angemessener Frist“ in Betracht. Der BGH hat ausdrücklich klargestellt, dass die „*bloße Angabe auf der eigenen Internetseite der Werktitelschutz beanspruchenden Partei nicht ausreicht*“.

Im Einzelnen: Die Kläger in dem Verfahren sind seit 2002 Inhaber der Marke „air-dsl“ mit Schutz für Telekommunikationsdienstleistungen u.ä. Die Beklagte ist ebenfalls in dieser Branche tätig und hat bereits 1998 die Domains „airdsl.de“ und „airdsl.de“ für sich registrieren lassen. Zudem ist sie seit 2001 Inhaberin der Wort-/Bildmarke „AIR DE“, wobei zwischen dem jeweils in Großbuchstaben geschriebenen „AIR“ und dem „DE“ ein Gesicht mit roter Zunge skizziert ist („**AIR DE**“). Die Beklagte meinte, damit prioritätsältere Rechte an dem Zeichen „airdsl“ als einer geschäftlichen Bezeichnung innezuhaben. Zudem berief sie sich darauf, bereits vor dem Anmeldetag der Klagemarke auf ihrem Internetportal einen zukünftigen Internetauftritt unter den

Domainnamen als Werktitel angekündigt zu haben.

Die Kläger verlangten von der Beklagten, es zu unterlassen, Internetnutzer unter den genannten Domains auf ihren DSL-Internetshop „adsl.de“ weiterzuleiten. Die Beklagte verlangte im Wege der Widerklage u.a. die Unterlassung der Nutzung der Klägermarke „air-dsl“ sowie die Einwilligung der Kläger in deren Löschung.

Der BGH hat erwartungsgemäß der Beklagten keine kennzeichenrechtlichen Ansprüche aus ihrer Marke bzw. ihren Domains gegen die Kläger zugestanden und deren Klage stattgegeben. Er hat zu Recht angenommen, dass sich hinsichtlich der Beurteilung der Zeichenähnlichkeit die Gesamtmarken „air-dsl“ und „AIR DE“ gegenüberstehen, denn der Verkehr hat bei diesen Zeichen keinen Anlass die Bestandteile „dsl“ bzw. „DE“ zu vernachlässigen. In Anbetracht der nur geringen Zeichenähnlichkeit schied letztlich eine Verwechslungsgefahr trotz Dienstleistungsidentität und jeweils normaler Kennzeichnungskraft aus. Die Beklagte hat auch mit der Registrierung der Domainnamen 1998 allein kein prioritätsälteres Unternehmenskennzeichen erworben. Dazu hätte es einer Benutzung im geschäftlichen Verkehr bedurft. Die Beklagte nahm die Benutzung der Internetseite aber erst im Jahr 2003 auf. Ebenso hat die Beklagte an den

Domainnamen auch kein gegenüber der Klagemarke prioritätsälteres Werktitelrecht (§ 5 Abs. 1 und 3 MarkenG) erworben. Der Werktitelschutz entsteht ebenfalls grundsätzlich erst mit Aufnahme der Benutzung eines unterscheidungskräftigen Titels. Der Schutz kann grundsätzlich erst dann einsetzen, wenn das Werk weitgehend fertiggestellt ist. Allerdings kann durch eine formgerechte Titelschutzanzeige der Schutz eines Werktitels vorverlagert werden. Dies setzt aber voraus, dass

1. das Werk in *branchenüblicher* Weise angekündigt wird und
2. *in angemessener Frist* unter dem Titel erscheint.

Mit dem jetzigen Urteil hat der BGH klargestellt, dass für eine öffentliche Titelanankündigung an interessierte Mitbewerber die „*bloße Angabe auf der eigenen Internetseite der Werktitelschutz beanspruchenden Partei nicht ausreicht*“ (BGH, Ur. v. 14.05.2009, Az.: I ZR 231/06, Rn. 45 – airdsl; BGH, Ur. v. 01.03.2001, Az.: I ZR 205/98 – Tagesreport; a.A. Ingerl/Rohnke, MarkenG, 2. A., § 5 Rn. 86). Diese Klarstellung ist zu begrüßen, da bislang auch gut argumentiert werden konnte, dass für mit einem Domainnamen identische Werktitel – man denke an Internetzeitschriften – etwas anderes gelten sollte, denn es musste nicht unbedingt als unzumutbar gelten, etwa gängige Top



Dr. Lars Jaeschke LL.M.
Fachanwalt für
Gewerblichen Rechtsschutz

Level Domains wie „.de“ oder „.com“ so auf Werktitelschutz zu überprüfen. In der Rechtsprechung werden an die öffentliche Werktitelankündigung jedoch seit jeher strenge Anforderungen gestellt und nicht jede irgendwie öffentlich zugängliche Ankündigung für ausreichend erachtet. Art und Weise der branchenüblichen Werktitelankündigung zur Prioritätswahrung bestimmt sich nach den tatsächlichen Verhältnissen in der Praxis der entsprechenden Werkkategorie. Für digitale Medien wie Internetseiten als „sonstige vergleichbare Werke“ ist, soweit der „geistige Inhalt“ dominiert, eine formalisierte Titelschutzanzeige im „Titelschutz Anzeiger“ kategoriadäquat (vgl. Fezer, MarkenR, 4. A., 2009, § 15, Rnn. 323ff.; vgl. auch OLG München, Ur. v. 11.01.2001, Az.: 6 U 5719/99 – kuecheonline.de). Inzwischen gibt es zwar auch eine Reihe von Internetseiten, auf denen Titelschutzanzeigen ange-

weiter auf Seite 4

boten werden, allerdings ist fraglich, ob diese Angebote im Einzelfall tatsächlich Schutz bieten, da diese noch weitgehend unbekannt sind und es einen großen Aufwand bedeutet, auch noch in allen Online-Angeboten entsprechend nach Inhalten zu suchen. Im entschiedenen Fall war zudem das Vorliegen der weiteren Voraussetzung „in angemessener Frist“ problematisch, weil die Beklagte nicht vorgetragen hat, wann genau sie die Titelschutzanzeige auf ihre Internetseite gestellt hat. Welcher zeitliche Abstand zwischen Titelschutzanzeige und Erscheinen generell noch als angemessen zu erachten ist, hängt maßgeblich von der Vorlaufzeit des entsprechenden Werkprojekts

ab. Die oft genannte Frist von 6 Monaten für Druckschriften kann sich je nach Werkkategorie auf nur 2 ½ Monate verkürzen oder auf 12 Monate verdoppeln (vgl. Fezer, MarkenR, 4. A., 2009, § 15, Rnn. 328f.; BGH, Urt. v. 22.06.1989, Az.: I ZR 39/87 – Titelschutzanzeige). Im Einzelfall sollte Rat bei einem Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz eingeholt werden.

Der BGH gab vorliegend der Klägerseite recht, weil die Beklagte ihre der Klagemarke entsprechenden Domains markenmäßig benutzt hat. Der Verkehr sieht in ihnen einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der unter den Bezeichnungen im Internet angebotenen Waren

oder Dienstleistungen. Für die Beurteilung der markenmäßigen Verwendung kommt es nicht darauf an, ob sich die Domainnamen airdsl und air-dsl auf der mit „adsl.de/DSL Informations- und Shopportal“ überschriebenen Internetseite befanden. Auch im Falle einer Weiterleitung auf eine andere Internetseite wird der Verkehr in einem unterscheidungskräftigen Domainnamen einen Hinweis auf die betriebliche Herkunft der angebotenen Leistungen sehen, so der BGH richtig. Zwar setzt sich ein erst nach der Registrierung des Domainnamens entstehendes Namens- oder Kennzeichenrecht eines Dritten nicht ohne weiteres gegenüber dem Nutzungs-

recht des Domaininhabers durch, d.h. der Inhaber des später entstandenen Kennzeichenrechts kann dem Inhaber des Domainnamens nicht schon allein unter Berufung auf sein Recht jedwede Nutzung untersagen. Im Streitfall wandten sich die Kläger jedoch allein gegen die ihre Marke verletzende Verwendung für die aus dem Antrag ersichtlichen Internetangebote.

Das Urteil des BGH ist insgesamt zu begrüßen, da es für Klarheit in Bezug auf die Voraussetzungen des Schutzes von Internet-Domains als Werktitel als auch hinsichtlich der markenmäßigen Benutzung lediglich weiterleitender Domains sorgt.

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

Alsterkind

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Wolfgang Naegele,
Mönckebergstraße 31, 20095 Hamburg**

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

Modellbahnmotive

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Alba Publikation Alf Teloeken GmbH + Co. KG,
Willstätterstraße 9, 40549 Düsseldorf**

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

Intimes Revier

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Printmedien sowie Bild-, Daten- und Tonträger.

**Dörre Rechtsanwälte,
Am Sandtorkai 1, 20457 Hamburg**

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

halbespferd

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

**halbespferd.de,
Zum Haidenfeld 42, 04420 Markranstädt**

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

Asset Manager

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphische Darstellungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen, in allen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlineservices, CD-Rom, DVD und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien- und Netzwerke, Magazine, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**public imaging GmbH,
Goldbekplatz 3-5, 22303 Hamburg**

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

Radio Teddy Mitmach-Musical Mitmach-Musical

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertitel und/oder Zusammensetzungen in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Onlinedienste sowie Internet.

**Anwaltssozietät BOEHMERT & BOEHMERT,
Helene-Lange-Straße 3, 14469 Potsdam**

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

Pure Skin Care Solutions

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.

**Haft · von Puttkamer · Berngruber · Karakatsanis
Patentanwälte,
Franziskanerstraße 38, 81669 München**

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

Für immer und wir

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 nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Das unendliche Mysterium der Liebe ... und ich weiss, dass ich nichts weiss, Sokrates

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen, in allen Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Film, Fernsehen, Hörfunk und sonstige audiovisuelle Medien, Internet-Seiten und -auftritte, Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, insbesondere DVD, CD-ROM, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien und Multimedia-Anwendungen, Bild, Ton- und Datenträger aller Art sowie Veranstaltungen und Merchandising.

**Rechtsanwälte Becker Büttner Held,
Untere Weidenstraße 5, 81543 München**

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

Traumkontinent Australien - Entdeckungsreise am schönsten Ende der Welt

- Der Tropische Norden
- Das Rote Herz
- Der pulsierende Süden

Alles, was Sie heute wissen müssen

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Geocaching Magazin Geocache Magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Redaktionsbüro Christian Gallus,
Adolf-Kolping-Straße 49, 64521 Groß-Gerau**

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

Die ergründeten Wege Gottes

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für Druckschriften, Filmwerke, Computersoftware, CD-Rom, Spiele.

**W.E.G. Vierke,
Maxim-Gorki-Straße 30, 18106 Rostock**

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

INLIFE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, graphischen Darstellungen, Abwandlungen und Abkürzungen für alle Medien, insbesondere für alle Druckerzeugnisse und Printmedien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien, Internet und Software, Multimediaanwendungen, CD-ROM's, DVD's sowie BLUE-RAY's und andere digitale Speicher- und Wiedergabemedien.

**Rechtsanwalt André Tacke,
Lange Straße 28, 33154 Salzkotten**

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

Ella - für Hamburgs Frauen

Ella - für Berlins Frauen

Ella - für Münchens Frauen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Helmut Oertel,
Margaretenstraße 16, 93047 Regensburg**

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

Das Chateau Hatrick, Elfmeter für die Liebe

in allen Schreibweisen, sämtlichen Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen und Abkürzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse und Printmedien, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Office-Dienste).

**Taylor Wessing,
Am Sandtorkai 41, 20457 Hamburg**

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

Deutsche Superbauten Lüg weiter, Liebling

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**

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

www.new-business.de

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

Neusser

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

**Neusser Druckerei und Verlag GmbH,
Moselstraße 14, 41464 Neuss**

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

MOCCA

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen und Abwandlungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, elektronische und digitale Medien sowie Online-Dienste.

**Rechtsanwaltskanzlei Martin & Küster,
Thujaweg 1, 76149 Karlsruhe**

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

Ein Rockstar zum Frühstück

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,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für unseren Mandanten, Herrn Dirk Piette, Borbergstraße 42, 59065 Hamm, Titelschutz in Anspruch für:

Dortmund kocht -

Dortmunder Persönlichkeiten

in die Töpfe geschaut!

Marl kocht - Marler Persönlichkeiten

in die Töpfe geschaut!

Wuppertal kocht -

Wuppertaler Persönlichkeiten

in die Töpfe geschaut!

Siegen kocht - Siegener Persönlichkeiten

in die Töpfe geschaut!

Castrop-Rauxel kocht -

Persönlichkeiten in die Töpfe geschaut!

Köln kulinarisch - Kölner Persönlichkeiten

in die Töpfe geschaut!

Essen kocht - Essener Persönlichkeiten

in die Töpfe geschaut!

NRW kocht - Nordrhein-Westfälischen

Persönlichkeiten in die Töpfe geschaut!

Meine Stadt kocht - Persönlichkeiten

in die Töpfe geschaut!

„ParaMag“ Apothekenmagazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien einschließlich Multimediaanwendungen.

**RAe Dr. Eick & Partner GbR Erfurt,
RA Markus J. Wolf,
FA für Urheber- u. Medienrecht,
Anger 63, 99084 Erfurt**

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

colores de España

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Titelkombinationen, Untertiteln und grafischen Darstellungen für alle Printmedien (insbesondere Broschüren, Zeitungen, Magazine und Zeitschriften) und elektronische Medien.

**Grafenstein Freizeit- und Tourismuswerbung GmbH,
Kaunstraße 21, 14163 Berlin**

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

fun club spezial

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten, in allen Medien, insbesondere Fernsehen, Hörfunk, Film, Internet, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnissen, Spiele, elektronische und digitale Medien und Netzwerken, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, DVD, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Endemol Deutschland GmbH,
Am Coloneum 3-7, 50829 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/Herausgeber: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) PS
Redaktion/Anzeigen: Angela Lautenschläger (AL), -61
verantwortlich
Geschäftsanzeigen: Manuela Busche, -51
Titelschutzanzeigen: Angela Lautenschläger (AL), -61
Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)
Druckauflage: 3.400
Verbreitete Auflage: 3.100
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.
jeweils Freitag, 10 Uhr

Anzeigenschluss: 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
Lehmann Offsetdruck GmbH,
Kösliner Weg 20, 22850 Norderstedt

Druck: © 2009 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.
Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel
erhalten Sie über die PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0
oder www.presse-monitor.de



**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 Bezugjahres 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