

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Buse Heberer Fromm schließt sich mit Spitzweg zusammen

Die **Buse Heberer Fromm Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft** (www.buse.de) und die **Spitzweg Partnerschaftsgesellschaft** (www.spitzweg.com) werden sich zum 1. April 2010 zu einer gemeinsamen Kanzlei zusammenschließen. Die Sozietät firmiert künftig unter **Buse Heberer Fromm Rechtsanwälte Steuerberater Partnerschaftsgesellschaft**. Im Frühling werden dann rund 130 Berufsträger an sechs deutschen und sieben ausländischen Standorten arbeiten. Gesamtumsatz, nach eigenen Angaben, rund 43 Mio. Euro.

Das Buse-Team erweitert sich so um acht Spezialisten in der steuerlichen Strukturberatung sowie acht Experten im Bereich Arbeitsrecht.

„Es ist uns gelungen, zwei starke unabhängige Kanzleien zusammenzuführen,

die sich in ihrer Beratung hervorragend ergänzen und zugleich eine identische Kultur pflegen, wenn es um den Umgang miteinander sowie mit Mandanten geht“, sagte **Dr. Martin Hamm**, Vorsitzender des Verwaltungsrates von Buse Heberer Fromm. „Mit der nun gewonnenen Schlagkraft und der erweiterten Kompetenz sowie unserer internationalen Präsenz können wir im deutschen Markt ein noch besseres Gegengewicht zu den zentralisierten und international vollintegrierten Kanzleien bilden.“

Die Buse-Practice Group für Gewerblichen Rechtsschutz und Medienrecht umfasst zur Zeit 13 Mitglieder an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Essen (Dortmund), Frankfurt und Hamburg. Dieser Rechtsbereich wird von **Dr. Felix Herbert** im Frankfurter Büro koordiniert. (al)

Chefjustiziar Wallraf verlässt Verlagsgruppe Handelsblatt

Die **Verlagsgruppe Handelsblatt** ordnet im Zuge des Umbaus ihrer Verlagsstrukturen auch die Bereiche Personal und Recht neu. Der Chefjustiziar und Leiter des Bereichs Personal, **Georg Wallraf**, verlässt das Düsseldorf Unternehmen zum 31. März, um sich selbständig zu machen.

„Wir danken Georg Wallraf für seine mehr als fünfundzwanzigjährige engagierte und erfolgreiche Mitarbeit. Er hat sich in der Presseverlagsbranche als herausragender Kenner des Medien-, Wettbewerbs- und Urheberrechtes profiliert. Für die Verlagsgruppe Handelsblatt hat er viele anspruchsvolle Rechtsfälle gelöst und unser Haus in zahlreichen Verbandsgremien vertreten. Darüber hinaus verbindet sich der Aufbau der **Presse Monitor GmbH** ebenso mit seinem Namen wie die richtungsweisende Entwicklung innovativer Standesregeln für Journalisten in der Finanzmarktberichterstattung. Und schließlich hat Herr Wallraf den anspruchsvollen strukturellen Umbau unserer Gruppe in den letzten Jahren mit seiner tiefen Expertise im Arbeitsrecht wesentlich mitgestaltet“, erklärte



RA Georg Wallraf

Tobias Schulz-Isenbeck, Sprecher der Geschäftsführung der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH.

Die Verlagsgruppe wird in Zukunft auf die externe Beratung durch ein Netzwerk von Kanzleien setzen, die dem Haus seit Langem verbunden sind. Wallraf wird dem Unternehmen weiterhin beratend zur Seite stehen. Die im Fachverlag der Gruppe erscheinende Zeitschrift **„Archiv für Presserecht“** wird er weiter als Herausgeber und Chefredakteur betreuen. Die juristischen Aufgaben des Medienhauses wird künftig Justiziar **Thomas Gottlöber** koordinieren. Die Personalabteilung wird wie bisher von **Ilka Remus** geleitet. (al)

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Keine Markenverletzung durch „DDR“ und „CCCP“	3
Titelschutz-Bilanz 2009	5
Titelschutzanzeigen: 48 neue Titel geschützt.....	4-9
Impressum	9

Die 48 neuen Titel dieser Woche

100 Sekunden Leben	F	Kommissar La Bréa - Todesträume am Montparnasse
13 x Du - Deine Wahrheiten im Bewusstsein als ... !	Freizeit Heute	Kunstzeit
A	Funbewegung	L
Allgäuer Bierstraße	Funmob	Lübecker Sonntagsjournal
Apotheke im Blick	Funmove	LÜBECKER SONNTAGSJOURNAL
B	Funmovement	M
Best of Hidden Mystery	Funparade	Meine Strandperlen
bewerber.TV	G	Mystery Saga
Big Air	Gänsehaut für die Ohren	N
Big Air TV	Glück kommt selten allein	Nikolaus Rieseklein
C	H	P
Catch	Hanna	Photowisdom
Crazy	Hanna - Folge deinem Herzen	R
D	Hier lacht Edgar Wallace	RADLBARES DEUTSCHLAND
Der Bastelkönig	History Tales	S
Der Kunde zahlt nicht? Inkasso hilft!	I	Sind denn alle Männer Schweine?
Die Dorfhelferin	Im Auftrag des Secret Service	Spoke
Die Grenze	K	Strandperlen
Die Tanzplatte des Jahres	Kampf der Köche	U
E	Kate McLane	UFO
Es war einer von uns	Knockout - Der Kampf seines Lebens	W
	Kommissar La Bréa - Mord in der Rue St. Lazare	Werte statt Wertpapiere Wie lebt eigentlich ... ?

BGH: Opel verliert Auseinandersetzung um „Spielzeug-Astra“

Der **Bundesgerichtshof** hat in der vergangenen Woche die Verletzung einer von der **Adam Opel GmbH** eingetragenen Bildmarke durch ein Spielzeugauto verneint. Opel hatte sich die Darstellung des „Opel-Blitz-Zeichens“ als Bildmarke für Kraftfahrzeuge und Spielzeug eintragen lassen. Die Beklagte in diesem Verfahren vertreibt ein funkgesteuertes Spielzeugauto. Eine verkleinerte Version des Opel Astra V8 Coupé, die auf dem Kühlergrill auch das Opel-Blitz-Zeichen trägt. Der Autobauer verlangte daraufhin Unterlassung.

Das Landgericht Nürnberg-Fürth fragte zunächst den **Gerichtshof der Europäischen Union**, ob die Nachbildung in verkleinertem Maßstab eine unzulässige Markenbenutzung darstelle. Die Luxemburger Richter befanden, es käme darauf an, ob die angesprochenen Verkehrskreise das identische Zeichen (also den „Opel-Blitz“) als Hinweis darauf verstünden, die Spielzeugautos stammten von Opel oder einem wirtschaftlich verbundenen Unternehmen. Das Landgericht konnte dies verneinen und wies die Klage auf Unterlassung und Schadenersatz

ab. Das Berufungsgericht schloss sich dieser Ansicht ebenso wie der Bundesgerichtshof an. Zwar lägen die Voraussetzungen einer Markenverletzung insoweit vor, als es sich bei der Anbringung des Opel-Blitz-Zeichens auf dem Spielzeugauto der Beklagten um die Benutzung eines mit der Klagemarke identischen Zeichens für identische Waren (Spielzeug) handle, so die Karlsruher Richter. Dadurch würden jedoch weder die Hauptfunktion der Marke, die Verbraucher auf die Herkunft der Ware (hier: Spielzeugauto) hinzuweisen, noch son-

stige Markenfunktionen beeinträchtigt, weil die angesprochenen Verbraucher das Opel-Blitz-Zeichen auf den Spielzeugautos nur als – originalgetreue – Wiedergabe der Marke verstünden, die das nachgebildete Auto der Klägerin an der entsprechenden Stelle trägt. Das Opel-Blitz-Zeichen würde nur als Abbildungsdetail der Wirklichkeit angesehen. Die Verbraucher sähen darin folglich keinen Hinweis auf die Herkunft des Modellautos. (al)

Bundesgerichtshof
Urteil vom 14.01.2010
AZ: I ZR 88/08

Keine Markenverletzung durch „DDR“ und „CCCP“ auf Bekleidung von Dr. Oliver Spieker

Mit zwei Urteilen vom 14. Januar 2010 (**I ZR 92/08 – DDR; I ZR 82/08 – CCCP**) hat der **Bundesgerichtshof** entschieden, dass Dritte auch dann Symbole ehemaliger Ostblockstaaten auf Kleidungsstücken anbringen dürfen, wenn diese mittlerweile als Marken für Kleidung geschützt sind. Es ist damit zu rechnen, dass die – noch nicht vorliegenden Entscheidungsgründe – die ständige Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs zur markenmäßigen Benutzung als Voraussetzung einer Markenrechtsverletzung ergänzen werden. Das Urteil dürfte Auswirkungen auf die Beurteilung der Verletzung von Marken haben, die den Phänomenen Retro, Ostalgie und Nostalgie zuzuordnen sind.

Im „DDR“-Verfahren ist der Kläger Inhaber der unter anderem für Bekleidungsstücke eingetragenen Wortmarke „DDR“. Außerdem war er Inhaber einer für Kleidung eingetragenen Bildmarke mit dem Staatswappen der DDR. Der Beklagte hatte eine „DDR“-Marke angemeldet, weshalb ihn der Kläger unter dem Gesichtspunkt der Erstbegehungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch

nahm. Gegenstand des Verfahrens war weiterhin, dass der Kläger als Mitgesellschafter und Mitgeschäftsführer einer Gesellschaft T-Shirts mit der Bezeichnung „DDR“ und dem Staatswappen vertrieb. Während das **Landgericht München I (9 HKO 3546/07)** die Klage wegen fehlender markenmäßiger Benutzung abwies, gab das **Oberlandesgericht München (29 U 4160/07)** der Berufung statt. Es verurteilte den Kläger zur Unterlassung und ließ die Revision nicht zu.

Im „CCCP“-Verfahren verhielt es sich ähnlich. Dort klagte die Lizenznehmerin der Wortmarke „CCCP“ gegen die Beklagte, die bedruckte Kleidungsstücke über das Internet vertreibt und auch ein Hammer-Sichel-Symbol mit der Buchstabenfolge „CCCP“ (= kyrillische Schreibweise der UdSSR) anbietet. Sowohl das **Landgericht (406 O 133/06)** als auch das **Oberlandesgericht Hamburg (3 U 280/08)** wiesen die Klage mangels markenmäßiger Benutzung ab.

Als Verletzungsgericht stellt der Bundesgerichtshof den Bestand der Marken nicht in Frage. Die Frage nach

der Markenfähigkeit eines Zeichens im Eintragungsverfahren spiegelt sich allerdings im Verfahren vor einem Verletzungsgericht in der Frage wider, ob die eingetragene Marke als Hinweis auf die Herkunft der Ware aus einem bestimmten Unternehmen oder etwa – nach der maßgeblichen Verkehrssicht – nur als dekoratives Element verwendet wird. Im Fall dieser herausragenden Symbole ehemaliger Ostblockstaaten hat der BGH die Möglichkeit der markenmäßigen Verwendung verneint und damit die Markeneintragen entwertet.

Die Entscheidungen liegen grundsätzlich auf der Linie der Rechtsprechung zur markenmäßigen Benutzung in der Textilbranche. Maßgeblich ist danach, ob es jedenfalls nicht völlig ausgeschlossen ist, dass ein erheblicher Teil des Verkehrs in der konkreten Benutzung des Zeichens einen Herkunftshinweis sieht. Politische Symbole sind jedoch bekannt. Der Verkehr sieht ihren politisch-geschichtlichen Gehalt und weiß, dass dieses Zeichen niemals eine Markenfunktion hatte. Daher mag es sich bei den Retro- und Ostalgiezeichen, die früher als Marken verwendet



Dr. Oliver Spieker
Fachanwalt für Medien-
und Urheberrecht,
GÖRG Partnerschaft
von Rechtsanwälten (Berlin)

wurden, auch dann anders verhalten, wenn einem Teil des Verkehrs bekannt ist, dass es die ursprünglichen Unternehmen nicht mehr gibt. Die Urteile des BGH reihen sich ein in die Entscheidungen zu Retro- und Ostalgiemarken der vergangenen Jahre (INTERFLUG, Held der Arbeit, Junge Pioniere, Trabant etc.). Inwieweit die dazu getroffenen Entscheidungen der Instanzgerichte zu revidieren sind und abgegebene Unterlassungserklärungen, gezahlter Schadensersatz etc. in Frage gestellt werden müssen, wird anhand der Entscheidungsgründe zu beurteilen sein.

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

02.02.2010, Woche 05, Nr. 958
Anzeigenschluss: 29.01.2010, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

09.02.2010, Woche 06, Nr. 959
Anzeigenschluss: 05.02.2010, 10 Uhr

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

LÜBECKER SONNTAGSJOURNAL
Lübecker Sonntagsjournal

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

CarlosOne Medien GmbH,
Schefestraße 13, 21493 Schwarzenbek

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

Big Air
Big Air TV

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Redaktionsbüro Frank Weckert,
Hastener Straße 149, 42855 Remscheid

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

Gänsehaut für die Ohren
Hier lacht Edgar Wallace
Im Auftrag des Secret Service
Kate McLane
Nikolaus Rieseklein

in jeder Schreibweise, Abkürzung, Abwandlung, Wortverbindung und Darstellungsform für alle Medien, insbesondere Hörspiele, Hörbücher, Tonträger, Bild-Tonträger, audiovisuelle Medien, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, sämtliche elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (online und offline), Hörfunk, Fernsehen, Film sowie Merchandising aller Art.

LPL Records e.K., Lars Peter Lueg,
Saalestraße 7, 63667 Nidda

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

Hanna
Hanna - Folge deinem Herzen
100 Sekunden Leben
Es war einer von uns
Der Kunde zahlt nicht? Inkasso hilft!

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 eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

Funmob
Funparade
Funmove
Funmovement
Funbewegung

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 Titelschutz in Anspruch für

Kommissar La Bréa -
Mord in der Rue St. Lazare
Kommissar La Bréa -
Todesträume am Montparnasse

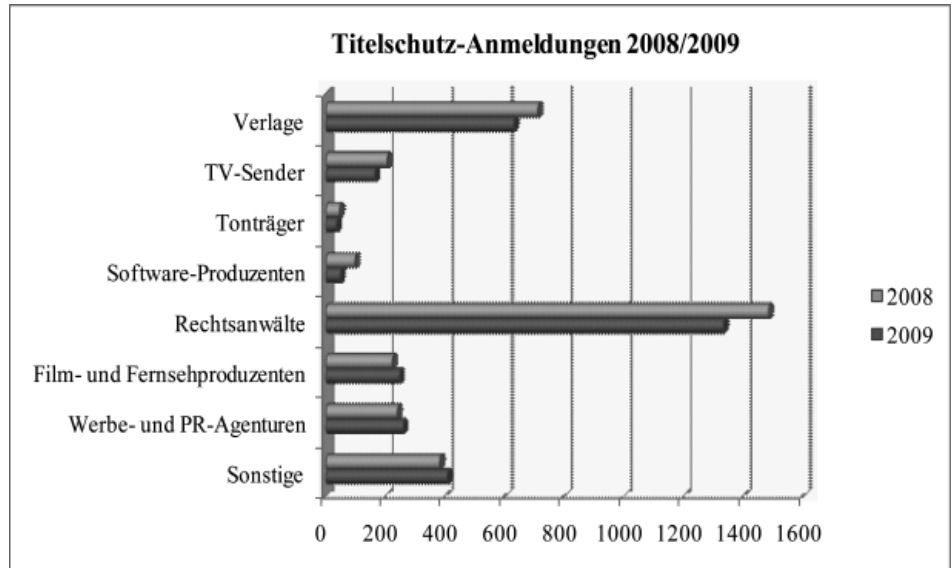
in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle 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

Titelschutz-Bilanz 2009: Wirtschaftskrise macht sich bemerkbar

Die Wirtschafts- und Medien-Krise hat ihre Spuren auch im Titelschutz-Sektor hinterlassen - allerdings weit weniger stark als zu erwarten war. So ging die Anzahl der Titelschutz-Anmeldungen beim TITELSCHUTZ ANZEIGER nur um 7,9 Prozent auf 3.139 zurück. Im Vorjahr wurden 3.407 Titel zum Schutz angemeldet.

So hat Deutschlands Medien- und Kreativ-Wirtschaft mit durchschnittlich 260 Titel-Anmeldungen pro Monat oder über 60 pro Woche im vergangenen Jahr eine beachtliche Aktivität an den Tag gelegt und sich nicht vom Krisen-Gerede anstecken lassen. In besonderem Maße gilt dies für die Bereiche der Film- und Fernseh-Produzenten bzw. der Werbe- und PR-Agenturen, die ihre Titel-Anmeldungen um knapp acht bzw. gut zehn Prozent gesteigert haben. Diese beiden Bereiche können als Früh-Indikatoren für



© 2010 Der Titelschutz Anzeiger

eine Belebung angesehen werden, denn Produzenten und Agenturen gehen dann in Vorleistung, wenn sie die ersten Anzeichen für eine höhere Nachfrage spüren.

Deutlich hat sich die Krise im Segment der Rechtsanwälte gezeigt, die im Auftrag ihrer Mandanten aktiv werden. Hier sank die Anzahl der Anmeldungen um

zehn Prozent auf 1.335 Titel. Auch Verlage und TV-Sender haben mit minus zehn bzw. zwanzig Prozent spürbar weniger Titel zum Schutz angemeldet. Die Anmeldungen aus diesen drei Bereichen spiegeln die gegenwärtige Situation wider, denn dieses Lager meldet überwiegend Titel zum Schutz an, die kurz vor dem Start in den Markt stehen. Im Segment

der Sonstigen fällt auf, dass immer öfter auch Markenartikel-Unternehmen das Instrument des Titelschutzes nutzen. Zum Einen steht dahinter der Trend zu mehr Kunden-Zeitschriften, zum Anderen kann der Titelschutz den ersten Schritt in Richtung Markenschutz darstellen. (ps)

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

Die Dorfhelferin

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 Titelschutz in Anspruch für:

Wie lebt eigentlich ... ?

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, DVD, HD-DVD, Blue-Ray-Disc, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, UMTS, SMS, WAP), sowie für Merchandising-Produkte und Veranstaltungen aller Art.

MedienKontor Movie GmbH,
Sauerbruchstraße 15, 14482 Potsdam

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

Spoke

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Redaktionsbüro Frank Weckert,
Hastener Straße 149, 42855 Remscheid**

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

Allgäuer Bierstraße

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rainer Störtenbecker,
Jahnstraße 37, 21614 Buxtehude**

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

Sind denn alle Männer Schweine?

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 Titelschutz in Anspruch für:

Der Bastelkönig

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

**REDSEVEN ENTERTAINMENT GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

Knockout - Der Kampf seines Lebens

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).

**Rechtsanwalt Dr. Christian Raßmann,
Widenmayerstraße 23, 80538 München**

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

Kampf der Köche

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

**kabel eins Fernsehen GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

Freizeit Heute

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 Dr. Axel M. Weniger,
Ida-Ehre-Platz 14, 20095 Hamburg**

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

Photowisdom

Große Fotografen über ihr Werk

UFO

Unified Fashion Objectives

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Feymedia Verlagsgesellschaft mbH,
Kaiserswerther Straße 115, 40474 Düsseldorf**

14. G·E·M Markendialog

Donnerstag, 25. Februar 2010, 10.00 bis 17.00 Uhr
Harnack-Haus, Tagungstätte der Max-Planck-Gesellschaft
Ihnestr. 16-20, 14195 Berlin-Dahlem

Die Frühjahrsveranstaltung

Markenführung in strukturell veränderten Märkten Müssen wir die Basis der Marke neu definieren?

Thema 1. Innovationen im Absatzsystem Marke

Prof. Dr. Anton Meyer
Institut für Marketing, Ludwig-Maximilians-Universität München

Karl Matthäus Schmidt
Vorstandssprecher quirin bank AG, Berlin

Thema 2. Vertrauen schaffende Marken-Kommunikation

Prof. Dr. Ingo Balderjahn
Lehrstuhl für Marketing an der Universität Potsdam

Tina Müller
Corporate Senior Vice President Henkel AG & Co. KGaA, Düsseldorf

Thema 3. Nachhaltig gelebte Unternehmenskultur und Marken-Erfolg

Prof. Dr. André Habisch
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät Ingolstadt der Katholischen Universität
Eichstätt-Ingolstadt

Erich Harsch
Vorsitzender der Geschäftsführung dm-drogerie markt GmbH + Co. KG, Karlsruhe

Moderation:

Prof. Dr. Dr. h.c. Dr. h.c. Richard Köhler,
Emeritus am Marketing Seminar der Universität zu Köln

Rahmenprogramm:

Am Vorabend, Mittwoch, 24. Februar 2010, 19.00 Uhr:
Empfang der G·E·M und Gastvortrag von Leo A. Nefiodow:
Ein Blick in die Zukunft. Strukturwandel in Wirtschaft und Gesellschaft

Teilnahmegebühr:

G·E·M Mitglieder 400,- €, Nichtmitglieder 800,- €, Hochschullehrer 100,- €, Studenten 50,- €

Weitere Informationen (Programm, Anmeldung etc.):

G·E·M, Unter den Linden 42, 10117 Berlin
Telefon: 0 30-20 61 68-22, Telefax: 0 30-20 61 68-777, eMail: info@gem-online.de

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

Kunstzeit

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Der Kunsthandel Verlag GmbH,
Hermannstraße 54-56, 63263 Neu-Isenburg**

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

Apotheke im Blick

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwälte CMS Hasche Sigle,
Stadthausbrücke 3-5, 20355 Hamburg**

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

Werte statt Wertpapiere

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**WSM GmbH,
Karl-Bold-Straße 4, 77855 Achern**

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

bewerber.TV

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Coversion Studio
Julia Köhler und Christoph Gerken GbR,
Virchowstraße 25, 26382 Wilhelmshaven**

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

Glück kommt selten allein

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Fuhrmann Wallenfels Frankfurt am Main
Rechtsanwälte Partnerschaftsgesellschaft,
Schaumainkai 91, 60596 Frankfurt am Main**

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

Die Tanzplatte des Jahres

in jeder Schreibweise, Wort- und Zahlenverbindung, Darstellungsform und graphischer Gestaltung für Film, Funk, Fernsehen, Video, Ton-, Bildton- und Datenträger, Internet, elektronische und digitale Medien, Merchandising, Veranstaltungen und Druckerzeugnisse aller Art.

**Anwaltskanzlei W. Paul,
Kurze Straße 4, 30853 Langenhagen**

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

Catch Crazy

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-Rom, CD-I, Online- und Offline-Dienste sowie sonstige Online-Medien und Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**Werner & Knop Rechtsanwälte, Rechtsanwalt Dirk Knop,
Ortenberger Straße 47, 77654 Offenburg**

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

Die Grenze

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 Titelschutz in Anspruch für:

**Mystery Saga
History Tales
Best of Hidden Mystery**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**S.A.D. Software Vertriebs & Produktions GmbH,
Rötelbachstraße 91, 89079 Ulm**

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

RADLBARES DEUTSCHLAND

Die Natur bewusst erfahren. Die Heimat neu entdecken.

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**NATURE FITNESS,
Ahornweg 3, 87648 Aitrang**

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

**13 x Du - Deine Wahrheiten
im Bewusstsein als ... !**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Wortverbindungen und Kombinationen zur Verwendung in allen Medien, insbesondere Druckerzeugnissen, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronischen Medien, einschließlich Merchandising.

**Gobbers & Denk Rechtsanwälte,
Niederkasseler Lohweg 18, 40547 Düsseldorf**

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

**Strandperlen
Meine Strandperlen**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse einschließlich Tonträgern, Bildtonträgern, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Service, CD-ROM, CD-I, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (Mini Disc) und anderen Datenträgern, sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Strandperlen-Media GBR
Birte Rüter, Cord Schumann,
Strandstraße 100a,
23669 Timmendorfer Strand / OT Niendorf**

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

verantwortlich: Angela Lautenschläger (AL), -61

Redaktion: Ralf Deppe (RD), -80

Titelschutzanzeigen: Angela Lautenschläger (AL), -61

Druckauflage: 3.400

Verbreitete Auflage: 3.100

Erscheinungsweise: wöchentlich

Der Titelschutz Anzeiger

mit Der 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

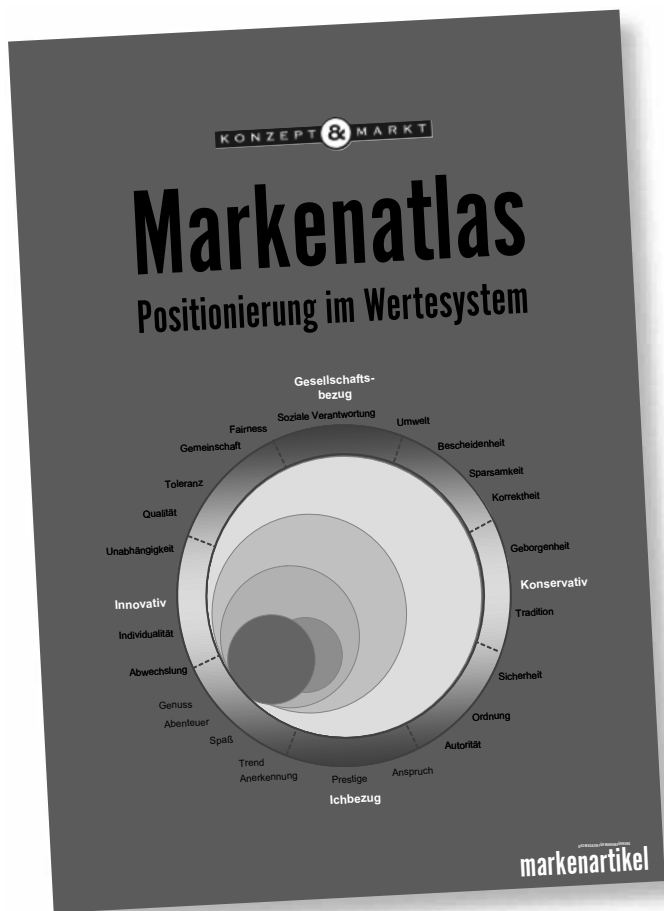
Handelsregister HRA 96 228,
Ust.-Id-Nr. DE813310785

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

© 2010 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

Markenatlas

100 Marken im Wertesystem



Eine Studie des Marktforschungsunternehmens Konzept & Markt in Zusammenarbeit mit der Universität Göttingen hat 100 Marken auf ihre Positionierung im Wertesystem der Konsumenten hin untersucht. Der Markenatlas verbindet dabei die Markentrichteranalyse aus dem Brand Census® von Konzept & Markt mit der Markenpositionierung im Wertekreis, die auf den wissenschaftlichen Grundlagen von Bernt Spiegel und Shalom Schwartz beruht. Im Markenatlas wird gezeigt, welche Werte die Konsumenten mit der Marke verbinden. Es lässt sich auch erkennen, inwieweit in anderen Branchen ähnliche Wertesegmente präferiert werden. Die Verortung im Wertekreis in Verbindung mit der Markentrichteranalyse zeigt damit Potenziale für die Markenführung auf und unterstützt Unternehmen bei der Zielgruppenbestimmung.



Ja, ich bestelle ___ Exemplar(e) des Markenatlas
zum Preis von je 95,- Euro zzgl. Umsatzsteuer, zzgl. Versandkosten

Firma:

Name, Vorname:

Straße:

PLZ/Ort:

Telefon:

e-Mail:

Datum/Unterschrift: