

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Andreas Mundt neuer Präsident des Bundeskartellamts



Andreas Mundt
Präsident Bundeskartellamt

Bundeswirtschaftsminister Rainer Brüderle (FDP) führte am vergangenen Freitag den neuen Präsidenten des Bundeskartellamts, **Andreas Mundt** (49), offiziell in sein Amt ein. Zugleich verabschiedete der Bundeswirtschaftsminister Mundts Vorgänger **Dr. Bernhard Heitzer**, der als Staatssekretär ins Wirtschaftsministerium nach Berlin wechselt.

Norbert Nolte übernimmt Professur in Köln

Dr. Norbert Nolte, Partner im Kölner Büro der Sozietät **Freshfields Bruckhaus Deringer** (www.freshfields.com), ist Ende Januar zum Honorarprofessor für Medien- und Kommunikationsrecht an der Universität zu

Andreas Mundt ist bereits seit dem Jahr 2000 in der Wettbewerbsbehörde tätig. Der Jurist war zunächst Beisitzer in der 8. Beschlussabteilung für Kreditinstitute und Lotteriewesen, später Leiter des Referats „Internationale Wettbewerbsfragen“. Seit 2005 war Mundt Leiter der Grundsatzabteilung des Bundeskartellamts.

„Wir brauchen mehr Wettbewerb, um aus der Krise zu kommen“, erklärte Bundeswirtschaftsminister Brüderle in seiner Rede zur Amtseinführung in Bonn. Er betonte, das Bundeskartellamt zeige Kontinuität im Wandel. „Es geht eine bewährte Kraft, und es kommt ein neuer, aber auch schon erfahrener Wettbewerbsexperte“, so Brüderle. (al)

Köln ernannt worden. Nolte ist auf Rechtsfragen der Telekommunikations- und IT-Branche spezialisiert und bei Freshfields Leiter der weltweiten TMT-Praxis (Telekommunikation, Medien und Technologie). (al)

Fachtagung zum Marken- und Wettbewerbsrecht in Köln

Am 4. und 5. März 2010 findet zum achten Mal das **Kölner Symposium zum Marken- und Wettbewerbsrecht** statt. Die Fachtagung hat sich in den vergangenen Jahren zu einer erfolgreichen Veranstaltung im gewerblichen Rechtsschutz entwickelt.

Veranstalter ist der Carl Heymanns Verlag. Die wissenschaftliche Leitung übernehmen **Prof. Dr. Karl-Heinz Fezer** und **Prof. Dr. Otto Teplitzky**. Das Kölner Symposium wird an beiden Tagen von den Rechtsanwälten **Dr. Manfred Hecker** und **Dr. Ingo Jung** aus der Kölner Kanzlei CBH - Rechtsanwälte moderiert. Neben den Informationsforen, in denen die aktuelle Rechtsprechung des BGH zum Marken- und Wettbewerbsrecht dargestellt wird, referieren ausgewiesene Spezialisten zu einer Viel-

zahl aktueller Themen auf dem Gebiet des Marken- und Wettbewerbsrechts.

Zu den Schwerpunkten gehören die neuen Entwicklungstendenzen der EuGH-Rechtsprechung zum Markenrecht sowie Fragen der Schadensberechnung und der Markenökonomie. Im Wettbewerbsrecht geht es in diesem Jahr um das Verhältnis der reformierten UWG-Vorschriften zur UGP-Richtlinie sowie um das Lauterkeitsrecht im Internet-Versandhandel. Außerdem stehen Vorträge zu aktuellen Problemen des Wettbewerbsverfahrensrechts sowie zur neuesten Rechtsprechung der Oberlandesgerichte im Wettbewerbsrecht auf dem Programm. Nähere Informationen zu dieser Fachtagung finden sich unter www.koelnersymposium.de. (al)

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Namensnennung von Straftätern in Online-Archiven.....	3
LG Berlin untersagt unzulässige Abo-Werbung	3
Titelschutzanzeigen: 82 neue Titel geschützt.....	4-9
Impressum	9

Die 82 neuen Titel dieser Woche

<p>A</p> <p>Alpenglühlen Alps Alps Magazine</p> <p>B</p> <p>Berglust Berg-Lust Bronx</p> <p>C</p> <p>Café 23 Clipwissen</p> <p>D</p> <p>Das Große Musik-Quiz Das Intensivbuch Das schwarze Buch der Steuerzahler - Die Show - Der Arzt selbst ist die beste Medizin Der Clan Der Große Musiktest Der letzte Bulle Deutsch Lehre das Notizbuch Deutsch-Lehrer Die Stunde des Patriarchen DIE TRÖDELQUEEN DURCHGEKNALLT</p> <p>F</p> <p>FEMALE WORDING fidelius.tv Finde Dich in Dir</p> <p>g</p> <p>gagaxie.tv Glücks Illustrierte GO FOR GOAL Gottschalks Zeitreise Grenzen unseres Wissens</p> <p>H</p> <p>Hinterm Horizont</p>	<p>I</p> <p>In einer Stunde besser texten ... schreiben ...werben ...reden</p> <p>Inhousebroker Innovation Stars</p> <p>J</p> <p>Jahrbuch Fernsehen 2010 Jahrbuch Fernsehen 2011 Jahrbuch Fernsehen 2012</p> <p>K</p> <p>karrierefürer controlling karrierefürer erneuerbare energien karrierefürer steuern karrierefürer wirtschaftsprüfung karrierefürer wirtschaftswissenschaften karrierefürer wp kiddieville.tv Küss Dich reich!</p> <p>L</p> <p>Lebensfeldstabilisator Lust auf Berge</p> <p>M</p> <p>Makler Inhousebroker Mein erfolgreiches Gartenjahr Meine Zoogeschichte(n) - Von der Menagerie zum Naturschutzzentrum Meinungsbilder motiva Mukoviszidose Eine Darstellung für Laien My Swinging Sixties</p> <p>O</p> <p>Oldtimer Automobile Omas Küche - günstig, schnell und einfach</p>	<p>P</p> <p>Pflanzenpracht für Ihr Zuhause Popo Club Popo Club TV</p> <p>S</p> <p>Schildi-Buch Schildi-Verlag Schmunzeln, lachen, fröhlich sein</p> <p>T</p> <p>Transparente(r) Anzeige(r)(n)</p> <p>U</p> <p>Unsere Wilde Erde Unsere Wilde Welt Unzensiert - gegen den Strom</p> <p>V</p> <p>Vergangenheit - wie war sie wirklich? Versorgung leben - Wege im Gesundheitswesen Voice Over - Die Nacht der Stars im Hintergrund VOICES - The Show</p> <p>W</p> <p>Was hilft - was schadet Was ist Was „Beziehung“ Was ist Was „Frau“ Was ist Was „Hartz IV“ Was ist Was „Mann“ WE GO FOR GOAL Werte, Wissen, Wachstum Wilde Welt Magazin Wirtschaftswunder Ingolstadt-Oberbayern Wirtschaftswunder München-Oberbayern Wirtschaftswunder Nürnberg-Franken Wunderbare Babyzeit Wunderbare Wilde Erde Wunderbare Wilde Welt</p>
---	---	---

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

23.02.2010, Woche 08, Nr. 961
Anzeigenschluss: 19.02.2010, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

09.03.2010, Woche 10, Nr. 963
Anzeigenschluss: 05.03.2010, 10 Uhr

Namensnennung von Straftätern in Online-Archiven - „Spiegel Online“ setzt sich durch

Der **Bundesgerichtshof** hat am vergangenen Dienstag ein weiteres Urteil zugunsten von Online-Archiven gefällt. Nach dem Urteil des für den Schutz des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts zuständigen VI. Zivilsenats darf „Spiegel Online“ im Internet ein Dossier mit Altmeldungen über den Mord an **Walter Sedlmayr** weiterhin zum Abruf bereithalten. Die 1993 wegen Mordes an Sedlmayr verurteilten Straftäter hatten gegen die Nennung ihrer Namen und die Veröffentlichung von kontextbezogenen Bildern in diesem Dossier geklagt.

Die Klage hatte zwar in den Vorinstanzen Erfolg, doch der Bundesgerichtshof hob die Urteile nun auf. Die Richter erkannten zwar an, dass die identifizierenden Meldungen einen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht der Kläger darstelle. Der Eingriff sei aber nicht

rechtswidrig, da im Streitfall das Schutzinteresse der Kläger hinter dem von der Beklagten verfolgten Informationsinteresse der Öffentlichkeit und ihrem Recht auf freie Meinungsäußerung zurückzutreten habe. Das beanstandete Dossier beeinträchtige, so die Karlsruher Richter, das Persönlichkeitsrecht der Kläger einschließlich ihres Resozialisierungsinteresses unter den besonderen Umständen des Streitfalls nicht in erheblicher Weise. Es sei insbesondere nicht geeignet, die Kläger „ewig an den Pranger“ zu stellen oder in einer Weise „an das Licht der Öffentlichkeit zu zerren“, die sie als Straftäter (wieder) neu stigmatisieren könne.

Angesichts der Schwere des Verbrechens, der Bekanntheit des Opfers, des erheblichen Aufsehens, das die Tat in der Öffentlichkeit

erregt hatte, und des Umstands, dass sich die Verurteilten noch im Jahr 2004 um die Aufhebung ihrer Verurteilung bemüht hatten, wären die Meldungen zum Zeitpunkt der erstmaligen Veröffentlichung zulässig gewesen. Hieran habe sich trotz der zwischenzeitlich erfolgten Entlassung der Kläger aus der Haft nichts geändert. Dem Dossier käme nur eine geringe Breitenwirkung zu. Es enthalte nur eindeutig als solche erkennbare Altmeldungen und wäre nur durch gezielte Suche auffindbar. Darüber hinaus setze die Kenntnisnahme von den die Kläger identifizierenden Inhalten den kostenpflichtigen Abruf des Dossiers voraus, wodurch der Zugang zu den beanstandeten Inhalten zusätzlich erschwert würde.

Der BGH machte zudem deutlich, dass die Meinungs- und Medienfreiheit in unzulässiger Weise eingeschränkt

würde, wäre „Spiegel Online“ verpflichtet Archivmeldungen immer wieder auf ihre Rechtmäßigkeit zu kontrollieren. Auch bei den in den Meldungen enthaltenen Bildern erkannte der BGH keinen Anspruch auf Unterlassung der Verbreitung. Bei den Abbildungen handle es sich um Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte.

Die beiden Kläger waren bereits im Dezember 2009 mit einer vergleichbaren Klage vor dem BGH gescheitert. In diesem Fall ging es um ihre Namensnennung im Online-Archiv des Senders **Deutschlandradio (AZ: VI ZR 227/08 und VI ZR 228/08)**. Ein weiteres Verfahren ist noch vor dem Europäischen Gerichtshof in Luxemburg anhängig.(al)

Bundesgerichtshof
Urteil vom 09.02.2010
AZ: VI ZR 243/08 und
VI ZR 507/07

Landgericht Berlin untersagt unzulässige Abo-Werbung

Zeitungsverlage dürfen ihren Kunden auf dem Teilnahme-coupon für Gewinnspiele oder Bestellcoupons für Abonnenten-Werber keine Erklärung unterschieben, mit der sie der Werbung per Telefon und E-Mail zustimmen. Das geht aus einem jetzt veröffentlichten Urteil des Landgerichts Berlin hervor. Der **Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV)** hatte gegen den **Axel Springer-Verlag** und den zum Springer-Konzern gehörenden

Ullstein Verlag geklagt. Laut einer Mitteilung des VZBV stellten die Berliner klar, dass die Nutzung persönlicher Daten für Werbezwecke nur erlaubt sei, wenn der Kunde klar und eindeutig darüber informiert wurde, mit welcher Werbung er rechnen müsse. Der strittige Bestellcoupon der Berliner Morgenpost enthielt für Werber eines neuen Abonnenten neben der anzukreuzenden Werbeprämie eine vorformulierte Einwilligungserklä-

rung. Darin erklärte sich der Kunde damit einverstanden, dass die Zeitung seine Daten für Werbezwecke nutzt, sie von Dritten verarbeiten lässt und er schriftlich, per Telefon und E-Mail über weitere Angebote des Springer-Verlags informiert werde. Eine ähnliche Klausel stand auch in einem Teilnahme-coupon für ein Gewinnspiel der Welt am Sonntag. Nach Angaben des VZBV sah das Gericht hierin Verstöße gegen das Wettbewerbsrecht und das

Bundesdatenschutzgesetz. So seien Einwilligungsklauseln zur Weitergabe persönlicher Daten nur zulässig, wenn sie vom übrigen Text deutlich hervorgehoben sind. Sie müssten außerdem klar beschreiben, von wem die Daten für welche Zwecke verarbeitet und genutzt werden. (al)

LG Berlin vom 18.11.2009
Az. 4 O 89/09 und 4 O
90/09 (nicht rechtskräftig)

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

Meine Zoogeschichte(n) - Von der Menagerie zum Naturschutzzentrum

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Helmut Lingen Verlag GmbH & Co. KG,
Opladener Straße 8, 50679 Köln**

Im Mandanteninteresse nehme ich gem. § 5 Abs. 3 MarkenG Titelschutz in Anspruch für

Schildi-Verlag Schildi-Buch

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwältin Sybille Wolk,
Karlstraße 4, 86150 Augsburg**

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

Voice Over - Die Nacht der Stars im Hintergrund VOICES - The Show

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Fernsehen (Fernsehserie, Fernsehfilm, Fernsehspiel, Formate), Kinofilm, Online-Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen (z.B. CD-ROM), Hörfunk und Druckerzeugnisse.

**SKW Schwarz Rechtsanwälte, Dr. Bernd Joch,
Wittelsbacherplatz 1, 80333 München**

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

Glücks Illustrierte

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertiteln, grafischen Darstellungen und allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Zeitungen und Zeitschriften, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte sowie Internet.

**RAe Löffler-Wenzel-Sedelmeier,
Königstraße 1A, 70173 Stuttgart**

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

DURCHGEKNALLT Deutsch-Lehrer Deutsch Lehre das Notizbuch Was ist Was „Hartz IV“ Was ist Was „Frau“ Was ist Was „Beziehung“ Was ist Was „Mann“ Das schwarze Buch der Steuerzahler - Die Show -

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

**JONAS Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Hohenstaufenring 62, 50674 Köln**

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

Unzensiert - gegen den Strom Hinterm Horizont Café 23 Meinungsbilder

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Offline und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**Vogt Film GmbH & Co. KG,
In der Mehleck 1, 56459 Elbingen**

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

Transparente(r) Anzeige(r)(n)

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**kirchheimer.info,
Randeckstraße 9, 73230 Kirchheim unter Teck**

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

DIE TRÖDELQUEEN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Arbor TV-Filmproduktion GmbH & Co. KG,
Türkenstraße 89, 80799 München**

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

Jahrbuch Fernsehen 2010 Jahrbuch Fernsehen 2011 Jahrbuch Fernsehen 2012

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Institut für Medien- und Kommunikationspolitik,
Fasanenstraße 73, 10719 Berlin**

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

Wirtschaftswunder München-Oberbayern Wirtschaftswunder Ingolstadt-Oberbayern Wirtschaftswunder Nürnberg-Franken

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Wirtschafts- und Finanzredaktion München,
Zugspitzstraße 140, 85591 Vaterstetten**

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

Unsere Wilde Welt Unsere Wilde Erde Wunderbare Wilde Welt Wunderbare Wilde Erde Wilde Welt Magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Dr. Klaus Rehbock
Kanzlei Dr. Rehbock Büro München,
Gabriele-Münter-Straße 3, 82110 Germering**

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

karriereführer wirtschaftswissenschaften karriereführer erneuerbare energien karriereführer controlling karriereführer steuern karriereführer wirtschaftsprüfung karriereführer wp

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Transmedia Verlag GmbH & Co. KG,
Weyertal 59, 50937 Köln**



FÜR FRÜHAUFSTEHER

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

WWW.TITELSCHUTZANZEIGER.DE

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

motiva

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**os.media & consulting UG (haftungsbeschränkt),
Vossnackstraße 18, 42857 Remscheid**

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

Oldtimer Automobile

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**Rechtsanwältin Nejla Celik,
Grossflecken 17, 24534 Neumünster**

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

Werte, Wissen, Wachstum

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hoffmann und Campe Verlag GmbH,
Harvesthuder Weg 42, 20149 Hamburg**

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

FEMALE WORDING

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Martina Koula / Konzepte, Texte für Werbung,
Sankt-Anna-Straße 13, 80538 München**

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

fideli.us.tv gagaxie.tv kiddieville.tv

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Levision GmbH,
Wilhelm Mauser Straße 14-16, 50827 Köln**

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

Das Intensivbuch

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

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

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

Berg-Lust Berglust Lust auf Berge Alpenglühlen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien und sonstige Werkarten, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Fernsehen, Film und Hörfunk, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Tonträgerpromotion und elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten.

**Nachmann Vilgertshofer Scharf Barfuss
Rechtsanwalts GmbH,
Theatinerstraße 15, 80333 München**

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

Clipwissen My Swinging Sixties Gottschalks Zeitreise

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Finde Dich in Dir
Lerne den Tiger zu reiten und
entdecke dabei den Tiger in Dir!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Jutta Lotz-Hentschel,
Mathildenstraße 25, 64285 Darmstadt

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

GO FOR GOAL
WE GO FOR GOAL

In allen Schreibweisen und Darstellungsformen für TV-Formate, Werbeslogans, Veranstaltungen zum Thema Sport, insbesondere Fussball, Tonträger aller Art sowie alle audiovisuellen, elektronischen und digitalen Medien.

Marcel Römer,
Alicenstraße 8, 35390 Giessen

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

Wunderbare Babyzeit

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertiteln, grafischen Darstellungen und allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Zeitungen und Zeitschriften, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte sowie Internet.

RAe Löffler-Wenzel-Sedelmeier,
Königstraße 1A, 70173 Stuttgart

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

Innovation Stars
Zukunft erleben. Die Entdeckertour zu den besten Ideen
und Innovationen in der Metropolregion Rhein-Neckar.

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen und Abkürzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse und Printmedien, Merchandise, elektronische und digitale Medien einschließlich Internet und Multimedia-Anwendungen.

Delta Medien GmbH,
Melchiorstraße 1, 68167 Mannheim

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

Der Große Musiktest
Das Große Musik-Quiz

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line- und On-Line-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

Poll Straßer Ventroni Feyock Rechtsanwälte,
Oberanger 30, 80331 München

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

Der Clan
Die Stunde des Patriarchen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, (Mobil-) Telefondienste, CD-ROM, CD-i, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

BRAUNER Rechtsanwälte,
Joachimstraße 7, 10119 Berlin

Über 55.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de

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

Der letzte Bulle Küss Dich reich!

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:

In einer Stunde besser texten ... schreiben ... werben ... reden Der Arzt selbst ist die beste Medizin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**D & P Marketing GmbH,
Graf-Recke-Straße 51, 40239 Düsseldorf**

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

Popo Club Popo Club TV

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle, auch elektronische Medien, insbesondere Fernsehen (Fernsehserie, Fernsehfilm, Fernsehspiel, Fernsehshow, Formate), Kinofilm, Off- und/oder Online-(Abruf-)Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen, Hörfunk, Merchandise und Druckerzeugnisse.

**RA Ulf Dobberstein LL.M.,
Kurfürstendamm 188, 10707 Berlin**

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

Inhousebroker Makler Inhousebroker

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.

**Andörfer Rechtsanwälte,
Lungengasse 48-50, 50676 Köln**

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

Omas Küche - günstig, schnell und einfach Grenzen unseres Wissens Schmunzeln, lachen, fröhlich sein Vergangenheit - wie war sie wirklich? Was hilft - was schadet Pflanzenpracht für Ihr Zuhause Mein erfolgreiches Gartenjahr - Neue Ideen, nützliche Tipps, noch mehr Freude

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Lebensfeldstabilisator

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Ortus Buch und Marketing Verlag,
Helmertweg 50, 64732 Bad König**

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

www.new-business.de

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

Mukoviszidose Eine Darstellung für Laien

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**WEICKMANN & WEICKMANN Patentanwälte,
Kopernikusstraße 9, 81679 München**

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

Alps Alps Magazine

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Alps Magazine UG,
Hildegardstraße 9, 80539 München**

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

Bronx

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

**Kamin & Wilke Rechtsanwälte,
Dorotheenstraße 54, 22301 Hamburg**

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

Versorgung leben - Wege im Gesundheitswesen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**amb4stat AG,
Kaiser-Friedrich-Ring 4, 40545 Düsseldorf**

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
Redaktion: Ralf Deppe (RD), -80
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)

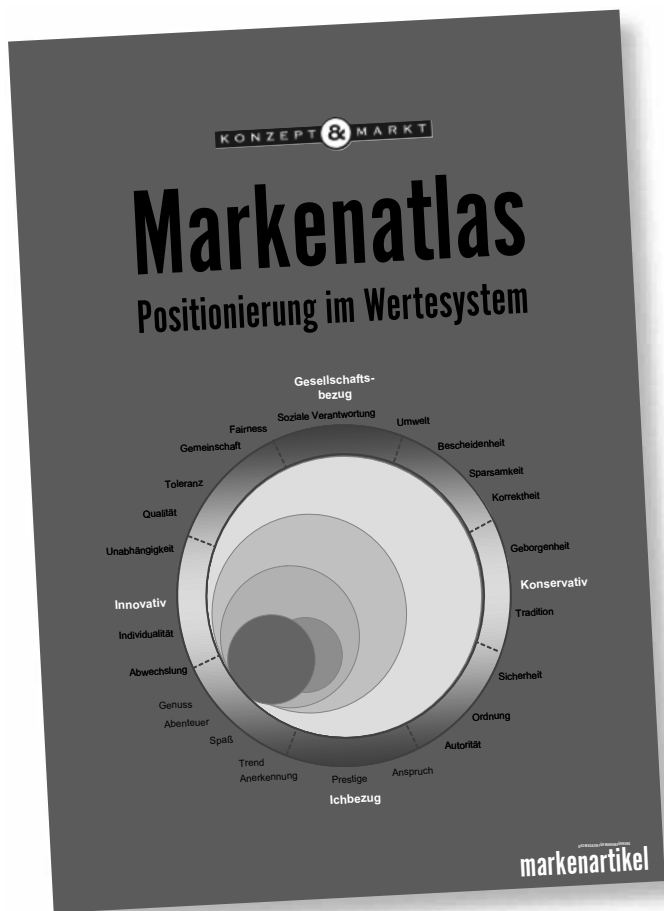
Preis Titelschutzanzeige: Standard mit einem Titel 150,- Euro
jeder weitere Titel innerhalb einer
Anzeige plus 35,- Euro jeweils zzgl. USt.
jeweils Freitag, 10 Uhr
Anzeigenschluss: Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 8
vom 1.1.2003

Bankverbindungen: Hamburger Sparkasse,
Kto. 1105 212 649,
BLZ 200 505 50
Handelsregister HRA 96 228,
Ust.-Id-Nr. DE813310785
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
Pressepiegel 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: