

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Rechtsanwälte wollen keine weiteren Fachanwaltschaften

Das hat eine Befragung des Essener **Soldan Instituts für Anwaltmanagement e.V.** ergeben. 86 Prozent der befragten Anwälte sprachen sich demnach gegen die Schaffung weiterer Fachanwaltschaften aus. Nur 14 Prozent würden weitere Fachanwaltstitel begrüßen. Bis 2003 gab es lediglich sieben Fachanwaltschaften. Inzwischen gibt die Fachanwaltsverordnung die Möglichkeit in 20 Rechtsgebieten einen Fachanwaltstitel zu erwerben. Die Voraussetzungen für den Erwerb des Titels regelt die Bundesrechtsanwaltsverordnung (BRAO) sowie die Fachanwaltsordnung (FAO). Anwälte, die sich für einen Fachanwaltstitel bewerben, müssen überdurchschnittliche theoretische Kenntnisse und praktische Erfahrungen in dem ent-

sprechenden Rechtsgebiet nachweisen. So auch für die Titel des Fachanwalts für den gewerblichen Rechtsschutz, für das Urheber- und Medienrecht sowie für das Informationstechnologierecht.

Dazu **Dr. Matthias Kilian**, Direktor des Soldan Instituts: „Der geringe Enthusiasmus gegenüber weiteren Fachanwaltschaften kann zum einen darauf hindeuten, dass aus Sicht der Anwaltschaft das Potenzial „sinnvoller“ Fachanwaltschaften weitgehend ausgeschöpft ist. Denkbar erscheint aber auch, dass für die Berufsangehörigen kein eindeutiges Konzept zur Erweiterung der Fachanwaltschaften erkennbar ist und weitere Fachanwaltschaften aus diesem Grund auf Ablehnung stoßen.“ (al)

## Die Games-Branche tagt in Hamburg

Am 8. April veranstaltet die Gamecity Hamburg in Kooperation mit der Medienrechtskanzlei **GRAEF Rechtsanwälte** die erste **Hamburg Games Conference**. Ziel der Tagung ist ein Austausch über neue Perspektiven und Entwicklungen

im boomenden Games-Sektor mit dem Fokus auf Finanzierung und Merchandising. Die Hamburg Games Conference 2010 tagt in der Bucerius Law School, Hamburg. Nähere Informationen gibt es unter: **www.games-conference.com**. (al)

## BGH: Verbraucherschützer-Klage gegen Spielehersteller abgewiesen

Der **Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv)** ist mit einer Klage gegen das Lizenzierungsmodell eines US-Spieleherstellers vor dem Bundesgerichtshof gescheitert. Das berichtete die **Kanzlei Unverzagt von Have**, Vertreter des Spieleherstellers, am vergangenen Freitag.

Bei dem beanstandeten Vertriebsmodell wird ein einmal gekauftes Spiel dauerhaft mit einem Benutzerkonto verbunden, das nicht weitergegeben werden darf. Das Benutzerkonto bietet den Zutritt zu einer durch den Hersteller kostenlos zur Verfügung gestellten Plattform für Multiplayer. Der Verbraucherzentrale Bundesverband erhob Klage mit der Begründung, dass diese Technik den Verbraucher unangemessen benachteilige. Der Bundesge-

richtshof entschied nun, dass dieses Lizenzierungsmodell zulässig sei.

„Die Entscheidung der Karlsruher Richter schafft endlich Rechtssicherheit für Anbieter und Nutzer im Online-Vertrieb von Medien“ erklärte **Rechtsanwalt Georg Fechner**, Partner der Kanzlei Unverzagt von Have in Hamburg. „Die Möglichkeiten, die sich aus dem Vertrieb von Inhalten für Geräte wie iPad, Kindle usw. ergeben, sind noch nicht einmal absehbar. Das Urheberrecht ist in der modernen Informationsgesellschaft angekommen, wenn Gerichte die Rechte der Urheber stützen und die rechtlichen Grundlagen für neue Vertriebs- und Nutzungsformen schaffen, die vor einigen Jahren noch undenkbar gewesen wären“, so Fechner. (al)

INHALT	SEITE
Titelübersicht .....	2
<b>Kein Eigentümer mit Fußball WM 2010 von Dr. Frank Rimmert</b> .....	<b>3-4</b>
Titelschutzanzeigen: 74 neue Titel geschützt .....	4-9
Impressum .....	9

## Die 74 neuen Titel dieser Woche

<p><b>A</b></p> <p>Altmärker des Jahres Anstatt Blumen Anstatt Blum'n Arendseer des Jahres</p> <p><b>B</b></p> <p>Beetzendorfer des Jahres BestBuildings - Die besten Gebäude Bismarker des Jahres Bist du s!cher?!</p> <p><b>C</b></p> <p>child of chernobyl</p> <p><b>D</b></p> <p>Das Schandmal DECKNAME: MAGICUM UNDECIM DELUXE LOUNGE Der Clan - Die Stunde des Patriarchen Die Ewigkeit ist jetzt Die Grenze Die große Reader's Digest-Videothek für Ihre Gesundheit - Vorbeugung und Selbsthilfe für jeden Tag - Morgenstund' hat Gold im Mund - Frisch in des Tages Lauf - Guten Abend, gut' Nacht DIE PREUSSISCHBLAUE STATION Die Schnäppchenhäuser Diesdorfer des Jahres</p> <p><b>E</b></p> <p>Essen ist Leben expertcams expertcams.de</p> <p><b>F</b></p> <p>Feel it be it</p>	<p><b>G</b></p> <p>Gardelegener des Jahres Geburtstagslied mit Namen Generation Ahnungslos Geniale Erfindungen - Großartige Entdeckungen - Das Zeitalter der Mobilität - Die Epoche der Elektrizität - Die Eroberung des Himmels Glücksmomente GRIPS Grundbildung - Ich pack's</p> <p><b>H</b></p> <p>Hautnah Haut-nah Havelberger des Jahres Helden von nebenan</p> <p><b>I</b></p> <p>IBOCLICK INDIE 98,2 BERLIN INDIE 98,2 FM INDIE BERLIN INDIE FM</p> <p><b>K</b></p> <p>Kalbenser des Jahres Ketten, Kunst und Kaviar Klädener des Jahres Klinikapotheke Update Klötzer des Jahres</p> <p><b>M</b></p> <p>Menopause - The Musical Mensch des Jahres Metropolitan Trends</p> <p><b>N</b></p> <p>Nail'd</p> <p><b>O</b></p> <p>Osterburger des Jahres</p>	<p><b>P</b></p> <p>PhotoImpress Psychiatrie Update</p> <p><b>S</b></p> <p>Sächsisches Tageblatt Salzwedeler des Jahres Samtstimme Schandmal - Der Tote im Berg Spiritus Spiritus 120% Stendaler des Jahres</p> <p><b>T</b></p> <p>Tangerhütter des Jahres Tangermünder des Jahres Taste of Berlin THE MAGIC ELEVEN</p> <p><b>U</b></p> <p>Unser Held von nebenan Unsere Helden + Jahreszahl Urteil Mord - Spurensuche hinter Gittern</p> <p><b>V</b></p> <p>Value-Depesche Value-Inside Value-Report Verantwortung Zukunft</p> <p><b>W</b></p> <p>Warten - worauf? Wechseljahre - Menopause The Musical</p>
---	---	---

## Die nächste Ausgabe erscheint am

### Der Titelschutz Anzeiger

02.03.2010, Woche 09, Nr. 962  
Anzeigenschluss: 26.02.2010, 10 Uhr

### Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

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

## Kein Eigentor mit der Fußball WM 2010

von Dr. Frank Rimmertz

Viele Unternehmen wollen die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 in Süd-Afrika für ihre Marketingaktivitäten nutzen. Neben den Olympischen Spielen ist die Fußball-WM 2010 das sportliche Großereignis des Jahres. Die Erfolge und die Begeisterung während der FIFA WM 2006 in Deutschland sind allen noch frisch in Erinnerung. Viele Unternehmen melden Marken an oder lassen Titelschutzanzeigen schalten, die einen Bezug zur Fußball-WM 2010 haben. Die FIFA will dieses sportliche Großereignis – wie schon bei der WM 2006 in Deutschland – weitestgehend selbst vermarkten, entsprechende Aktivitäten durch die Vergabe von Lizenzrechten steuern und insbesondere Trittbrettfahrer (so genanntes Ambush Marketing) verhindern.

Die offiziellen Sponsoren wie ADIDAS oder Coca Cola zahlen beträchtliche Lizenzsummen und erwarten von der FIFA, dass der Marketingradius für andere Unternehmen möglichst klein gehalten wird.

Marken mit dem Bestandteil „FIFA“ und das offizielle WM-Logo und Maskottchen dürfen in keinem Fall ohne Genehmigung der FIFA genutzt werden. Eine aktuelle Übersicht über die von der FIFA beanspruchten Marken und Rechte an der Fußball WM 2010 findet man unter [http://www.fifa.com/mm/53/42/06/2010\\_fifa\\_public\\_guidelines\\_](http://www.fifa.com/mm/53/42/06/2010_fifa_public_guidelines_)

[en\\_260908.pdf](#). Darunter befinden sich auch Angaben wie „WM 2010“ oder „World Cup 2010“, die eigentlich vom Markenschutz ausgenommen sein sollten. Denn als Marken kommen grundsätzlich nur Zeichen in Betracht, die geeignet sind, als Herkunftshinweis zu dienen. Beschreibende und damit freihaltebedürftige Zeichen können nicht als Marken eingetragen werden. So hat denn konsequent das **Bundespatentgericht** Markenschutz für „WM 2010“ zugunsten der FIFA versagt (**BPatG, Beschluss v. 28.11.2009 – 25 W (pat) 38/09**).

Diese Rechtsprechung liegt auf der Linie der Rechtsprechung des **BGH**, der schon in seinem Beschluss vom 27.04.2006 – **I ZB 96/05** – in bemerkenswerter Klarheit festgehalten hatte, dass Bezeichnungen wie „Fußball WM 2006“ nicht als Marke schutzfähig sind, da es sich um reine Sachhinweise handelt. Dies gelte auch für Waren und Dienstleistungen, die vom Verkehr mit dem Sportereignis im Zusammenhang gebracht werden. Dem Erfordernis einer „Eventmarke“ (Markenschutz für die Veranstaltung von sportlichen oder kulturellen Großereignissen als solche) erteilte der BGH eine klare Absage. In einem Streit mit dem Süßwarenhersteller Ferrero, der Schokoerzeugnissen Fußballsammelbilder beifügt und sich mit der FIFA seit einigen Jahren im Dauerstreit wegen der

Markenrechte befindet, hat der BGH jetzt überraschend deutlich der FIFA Grenzen gezogen. In einem – bislang noch nicht vollständig veröffentlichten – Urteil vom 12.11.2009 hat der BGH klargestellt, dass das Recht der FIFA zur wirtschaftlichen Verwertung der von ihr organisierten Sportveranstaltungen nicht dazu führe, dass ihr jede wirtschaftliche Nutzung, die auf das Sportereignis Bezug nimmt, vorbehalten ist (**BGH, Urteil vom 12.11.2009 – I ZR 183/07 – WM Marken**). Hintergrund des Urteils waren Löschanträge, die die FIFA gegen mehrere eingetragene Marken von Ferrero mit Wörtelementen „WM 2010“ eingeleitet hatte, z.B. gegen die folgende Marke:



Doch aufgepasst! Wer jetzt meint, Angaben wie „WM 2010“ oder „World Cup 2010“ frei verwenden zu dürfen, sieht sich enttäuscht. Denn anders als in Deutschland wurden entsprechende Marken der FIFA vom EU-Markenamt ohne Beanstandung als Gemeinschaftsmarke eingetragen, so z.B. die Wortmarken „WM 2010“ (EU 004725321), „Football World Cup“ (EU 006639298), und „South Africa 2010“ (EU 005119599) für eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen, darunter praktisch alle



**Rechtsanwalt Dr. Frank Rimmertz**  
REMMERTZ SON Rechtsanwälte  
München

wichtigen Merchandising-Artikel. Es besteht somit die Gefahr, dass die FIFA in der gesamten EU aus ihren eingetragenen Gemeinschaftsmarken gegen Unternehmen vorgehen und Abmahnungen ausspricht, die „WM 2010“ oder „World Cup 2010“ wie eine Marke, mithin „markenmäßig“ in ihrer Werbung oder auf Produkten nutzen. Ob sie sich dabei auf die strengere Rechtsprechung des BGH und des BPatG berufen können, ist zweifelhaft. Denn solange die Gemeinschaftsmarken eingetragen sind, müssen sich auch die nationalen Gerichte bei einer Abmahnung oder Klage der FIFA wegen Markenverletzung daran halten. Offenbar hatte das EU-Markenamt, an Entscheidungen des BGH nicht gebunden und sonst eher streng in der Beurteilung der Schutzfähigkeit von Marken, bei „WM 2010“ und „World Cup 2010“ keine

weiter auf Seite 4

Bedenken. Dies war schon 2006 zugunsten der FIFA und 2008 bei der Fußball-Europameisterschaft zugunsten der UEFA der Fall.

Zu beachten ist ferner, dass eine zu starke Anlehnung an die Fußball WM 2010 unlauter sein kann, insbesondere dann, wenn der gute Ruf und der Werbeaufwand der FIFA für eigene Werbung genutzt wird (Ambush Marketing). Verfolgt werden insbesondere Preisausschreiben und Gewinnspiele im Zusammenhang mit Eintrittskarten. Auch können Persönlichkeits- oder Namensrechte, das Recht am eigenen Bild und in manchen Fällen auch Markenrechte von Fußballprofis verletzt werden, wenn diese zu Werbezwecken abgebildet, namentlich erwähnt oder sonst anderweitig ohne deren Einwilligung werblich genutzt werden.

### **Empfehlung für die Praxis:**

Wer ohne Lizenz Konflikten mit der FIFA aus dem Weg gehen will, der sollte darauf achten, dass die Begriffe „Fußball WM 2010“, „WM 2010“ oder „World Cup 2010“ rein beschreibend und nicht als Kennzeichen verwendet werden wie z.B.: „Starten auch Sie bei der WM 2010 durch mit unserem neuen Angebot xy“ oder besondere Verkaufaktionen während der WM wie: „Nur während der WM 2010: 10 % auf Fernseher!“, sofern die Werbung nicht aus anderen Gründen wettbewerbswidrig ist. Hier können schon kleine Unterschiede im Wortlaut oder der grafischen Gestaltung entscheidend sein. Unzulässig ist beispielsweise eine Werbetafel vor einem Biergarten mit der Aufschrift: „Heute

große WM 2010 Party“, da der Eindruck erweckt wird, es handle sich um eine „offizielle“ und von der FIFA genehmigte Veranstaltung. Zulässig hingegen der Hinweis: „Anlässlich der WM 2010: Große Party“, da hier „WM 2010“ als beschreibende Angabe verwendet wird. Auch Assoziationen zur Fußball WM wie „Wir holen den Titel!“, „Wir zeigen hohen Preisen die rote Karte“ oder „Gewinnen auch Sie 3:0 mit unserem tollen Angebot“ werden für zulässig erachtet. Gleichwohl empfiehlt sich, die konkrete Werbung rechtlich überprüfen zu lassen, da es immer auf die konkreten Umstände des Einzelfalls ankommt und der Übergang zum unzulässigen Ambush Marketing fließend ist. Vermieden werden sollte in jedem Fall auch, die zugunsten der FIFA geschützten Bezeichnungen in einer

Domainadresse zu verwenden wie „wm2010sonderangebote.de“, da dies als markenmäßige Nutzung angesehen wird. Auch sollten Unternehmen bei Werbeaktionen darauf achten, nicht den Eindruck entstehen zu lassen, man zähle zu dem (ausgewählten) Kreis der Sponsoren. Schließlich ist zu bedenken, dass auch andere Unternehmen und Institutionen Marken im Zusammenhang mit der Fußball WM 2010 geschützt haben, nicht nur die Firma Ferrero. Hier empfiehlt sich, im Vorfeld werblicher Maßnahmen eine Markenrecherche durchführen zu lassen.

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

### **DELUXE LOUNGE**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Deluxe Television GmbH,  
Münchener Straße 101 V, 85737 Ismaning**

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

### **child of chernobyl**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Joerg Altekruise,  
Rutschbahn 33, 20146 Hamburg**

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

### **Die Ewigkeit ist jetzt Warten - worauf?**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. med. Dipl.-Psych. Gisela Schmeer,  
Jensenstraße 8, 81679 München**

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

### **Feel it be it**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Heitmann Vermeer & Kollegen  
Rechtsanwalts-gesellschaft mbH,  
Adersstraße 12-14, 40215 Düsseldorf**

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

### **Nail'd**

in jeder Schreibweise, Wortverbindung, Zusammensetzung und Abkürzung, Darstellungsform und grafischer Gestaltung zur Verwendung für alle Medien, insbesondere Printmedien, Hörfunk und Fernsehen, Internet, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, Unified Messaging Systems, SMS, WAP, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen sowie Off-Line und ONLINE-Dienste .

**Koch Media GmbH,  
Gewerbegebiet 1, A - 6604 Höfen / Österreich**

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

### **Value-Depesche Value-Inside Value-Report**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien einschließlich Online- und Offline-Dienste sowie Internet.

**Georg Pröbstl,  
Dufourstraße 101, 9000 St. Gallen / Schweiz**

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

### **Die große Reader's Digest-Videothek für Ihre Gesundheit - Vorbeugung und Selbsthilfe für jeden Tag**

- Morgenstund' hat Gold im Mund
- Frisch in des Tages Lauf
- Guten Abend, gut' Nacht

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Printmedien, insbesondere Serien- und Einzelbandtitel sowie Bild-, Daten- und Tonträger, insbesondere Video/DVD und Hörbücher.

**Reader's Digest Deutschland:  
Verlag Das Beste GmbH,  
Vordernbergstraße 6, 70191 Stuttgart**

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

### **Schandmal - Der Tote im Berg Das Schandmal**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Video on Demand, Video, Film, elektronische, digitale (Online- und Offline-Dienste in allen technischen Verfahren) und audiovisuellen Medien, z.B. Internet, Intranet, im Mobile Business in jeder Nutzungsform, z.B. für Mobilephones, PDA, etc., z.B. als SMS, MMS-Bilder/Videos/Fotos und Klingeltöne in jeder Nutzungsart sowie Veranstaltungen in jeder Form, Softwareerzeugnisse, Musicals, Bühnenwerke und Merchandising in jeglicher Form.

**Network Movie Film- und  
Fernsehproduktion GmbH & Co. KG,  
Steinhöft 11, 20459 Hamburg**

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

### **Psychiatrie Update Klinikapotheke Update**

jeweils in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Bücher und alle anderen Printmedien, Tonträger und Merchandising, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, DVD und MD (miniDisc) und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**GERSTENBERG RECHTSANWÄLTE  
Peter Keil Rechtsanwalt,  
Briener Straße 10, 80333 München**

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

### **Wechseljahre - Menopause The Musical Menopause - The Musical**

in allen Schreibweisen, insbesondere Zusammen- und Getrenntschreibung, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelkombinationen, mit entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Bücher und alle Printmedien einschließlich Zeitschriften, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, sowie alle elektronischen Medien, Bildtonträger, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, für alle Werkarten, insbesondere Musicals, Musik- und Tanzdarbietungen und Veranstaltungen aller Art.

**Grünecker Kinkeldey Stockmair &  
Schwanhäusser Anwaltssozietät,  
Leopoldstraße 4, 80802 München**

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

### **Geburtstagslied mit Namen**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Medienvertrieb Volker Schulz,  
Pingelshäger Straße 5, 19057 Schwerin**

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

### **Verantwortung Zukunft**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Gabriele Kalt,  
Birkenweg 5, 61118 Bad Vilbel**

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

### **Spiritus Spiritus 120% Photolmpress**

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

**RA Bernd Hickertz,  
Karlsplatz 5, 80335 München**

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

### **Sächsisches Tageblatt**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen für alle Medien, insbesondere Printmedien und Druckerzeugnisse aller Art, Hörfunk, Film, Fernsehen, Internet, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art einschließlich Multimediaanwendungen, alle sonstigen elektronischen und digitalen Medien, Netzwerke und Software.

**Rechtsanwälte Dr. Schwarz & Kollegen,  
Kipsdorfer Straße 99, 01277 Dresden**

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

### **Anstatt Blum'n Anstatt Blumen Hautnah Haut-nah Samtstimme**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Feinwerke-Verlag,  
Mielkendorfer Weg 19, 24113 Molfsee**

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**



## **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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

### **GRIPS Grundbildung - Ich pack's**

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:

### **Urteil Mord - Spurensuche hinter Gittern Die Grenze**

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, 15 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

### **Geniale Erfindungen - Großartige Entdeckungen**

- Das Zeitalter der Mobilität
- Die Epoche der Elektrizität
- Die Eroberung des Himmels

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 für eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

### **Generation Ahnungslos Die Schnäppchenhäuser**

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:

### **INDIE BERLIN INDIE FM INDIE 98,2 BERLIN INDIE 98,2 FM**

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln 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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

### **IBOCLICK**

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, Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Video-produktionen 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.

**Pascal Boy,  
1, Allée des Tilleuls, 67230 Sand / Frankreich**

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

### **Ketten, Kunst und Kaviar Glücksmomente**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Mike Trommer,  
Hartstraße 14, 82275 Emmering**

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

### **expertcams expertcams.de**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen in allen Medien.

**C4 Systems GmbH,  
Pfeufferstraße 41, 81373 München**

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

### **BestBuildings - Die besten Gebäude**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Online-, Print- und Video-Formate.

**Ulrich Frieß,  
Schlagintweitstraße 6, 80638 München**

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

### **Essen ist Leben**

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

**NORDEUTSCHER RUNDFUNK,  
Rothenbaumchaussee 132, 20149 Hamburg**

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

### **Bist du s!cher?!**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, mit entsprechenden Untertiteln und in allen Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bildträger, 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.

**Schindhelm Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,  
Fuhrberger Straße 5, 30625 Hannover**

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

### **Metropolitan Trends**

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**

**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 für unseren Mandanten Titelschutz in Anspruch für

**DECKNAME: MAGICUM UNDECIM  
THE MAGIC ELEVEN  
DIE PREUSSISCHBLAUE STATION**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, Zusätzen, Abwandlungen, Abkürzungen, Kombinationen, grafischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Rundfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auf CD-ROM, CD-I und DVD, in elektronischen, digitalen und audiovisuellen Medien und Netzwerken, Offline- und Onlinediensten, Online-Medien, Telekommunikation und Telekommunikationsdienstleistungen (insbesondere SMS, WAP, Unified Messaging Systems), Unterhaltungsshows, Events, Bühnenshows, Multimediaanwendungen, Veranstaltungen, Merchandising, Domain-Bezeichnungen im Internet und Intranet.

**rospatt osten pross  
Intellectual Property Rechtsanwälte,  
Kaiser-Friedrich-Ring 56, 40547 Düsseldorf**

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

**Altmärker des Jahres  
Salzwedeler des Jahres  
Stendaler des Jahres  
Gardelegener des Jahres  
Klötzer des Jahres  
Osterburger des Jahres  
Havelberger des Jahres  
Arendseer des Jahres  
Kalbenser des Jahres  
Beetzendorfer des Jahres  
Diesdorfer des Jahres  
Tangermünder des Jahres  
Tangerhütter des Jahres  
Bismarker des Jahres  
Klädener des Jahres  
Helden von nebenan  
Unsere Helden + Jahreszahl  
Unser Held von nebenan  
Mensch des Jahres**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BMH Bräutigam & Partner,  
Schlüterstraße 37, 10629 Berlin**

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

**Taste of Berlin**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen und graphische Gestaltungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse und Printmedien, elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen.

**Silvana Kara,  
Winterfeldtstraße 56, 10781 Berlin**

**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/Titelschutz-  
anzeigen verantwortlich: Angela Lautenschläger (AL), -61  
Redaktion: Ralf Deppe (RD), -80  
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

# FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

**TELEFAX: 040/609 009 – 66**

<b>VON:</b>	<b>FIRMA:</b>	_____
	<b>NAME:</b>	_____
	<b>ANSCHRIFT:</b>	_____
		_____
	<b>TELEFON:</b>	_____
	<b>FAX:</b>	_____
	<b>E-MAIL:</b>	_____

## ICH MÖCHTE EINE TITELSCHUTZANZEIGE AUFGEBEN:

Bitte nehmen Sie den folgenden Text in die nächst erreichbare Nummer

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

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

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(Adresse)

\_\_\_\_\_

Preis pro Titelschutzanzeige im Standardformat: € 150,- (zzgl. USt.)  
Preis für jeden weiteren Titel innerhalb dieser Anzeige: € 35,- (zzgl. USt.).

**DATUM UND UNTERSCHRIFT:** \_\_\_\_\_