

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Product Placement ab April erlaubt

Am 1. April tritt der **13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag (RÄStV)** in Kraft. Damit wird Product Placement (PP) gegen Entgelt möglich sein. Die Gesetzesänderungen erlauben Werbetreibenden erstmalig die gezielte Integration von Markenartikeln in redaktionelle TV- und Kinofomate zu werblichen Zwecken. Der **Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM)**, Berlin, begrüßt die Änderung im Rundfunkrecht zugunsten von PP. „Hiermit wird ein Wettbewerbsnachteil der deutschen Medienwirtschaft im Vergleich zu anderen europäischen Ländern beseitigt und Rechtssicherheit geschaffen“, heißt es in einer Stellungnahme vom Verband.

Werbungtreibende sehen diese Liberalisierung ebenfalls positiv. Das ergab eine Umfrage der Hamburger Agentur Initiative Media, für die Ende 2009 über 100 Entscheidungsträger aus dem Marketing in deutschen Unternehmen gefragt wurden. Demnach können sich 83 Prozent einen Einsatz für ihre Marke im Rahmen der Liberalisierung vorstellen. Sieben Prozent der befragten

Unternehmen nutzen PP bereits im bisher möglichen Rahmen. Lediglich für 13 Prozent kommt PP nicht in Frage.

Hintergrund der Novelle ist das Bestreben, die 2007 erlassene **EU-Richtlinie für audiovisuelle Medien** in nationales Recht umzuwandeln. § 7 VII RStV verbietet zwar nach wie vor PP, § 15 ermöglicht aber zwei Ausnahmen: die so genannten entgeltfreien Produktbeistellungen und unter Auflagen nun auch die Platzierung von Produkten mit dem Ziel der Absatzförderung und gegen Entgelt (vorher: Schleicherwerbung). PP ist nur zulässig in Kinofilmen, Filmen, Serien, Sportsendungen und „Sendungen der leichten Unterhaltung“. Ausgenommen sind Nachrichten- und Politikformate sowie Ratgeber-, Verbraucher- und Kindersendungen. So genannte Themen-Placements sowie das „zu starke“ Herausstellen einzelner Produkte sind nach wie vor verboten.

Juristen rechnen aufgrund der Interpretationsmöglichkeiten von Begriffen wie „Sendungen der leichten Unterhaltung“ bzw. „zu stark“ und divergierenden Interessen mit Konflikten.

Otto darf Quelle-Marken nutzen

Mit Zustimmung der Europäischen Kommission darf die Hamburger **Otto-Group** nun unter Auflagen die Markennamen von Quelle nutzen. Die Zustimmung für die geplante Übernahme bestimmter Vermögenswerte des insolventen deutschen Versandhandelsunternehmens Primondo durch das Versandhaus Otto erfolgte auf der Grundlage der EU-Fusionskontrollverordnung. Damit übernimmt die Otto-Group Marken (darunter Quelle), Markenmeldungen und Internet-Domains und erwirbt zudem das Recht, die Quelle-Kundendatenbank für Deutschland zu nutzen.

Die Genehmigung ist allerdings an die Bedingung geknüpft, dass bestimmte Marken veräußert und einem anderen Marktteilnehmer das Recht eingeräumt wird, die Kundendatenbank von Quelle zu denselben Bedingungen wie Otto und unter



Beachtung der einschlägigen Datenschutzbestimmungen zu nutzen. Otto hatte diese beiden Maßnahmen angeboten, um die wettbewerbsrechtlichen Bedenken der Kommission hinsichtlich einiger Teile des deutschen Versandhandelsmarktes auszuräumen. In Anbetracht dieser Zusagen kam die Kommission zu dem Schluss, dass die Übernahme den wirksamen Wettbewerb im Europäischen Wirtschaftsraum (EWR) oder in einem wesentlichen Teil desselben nicht erheblich behindern wird.

Die Genehmigungsentscheidung der Kommission gilt auch für den Erwerb von Quelle Russland durch Otto, der Teil desselben Zusammenschlusses und wettbewerbsrechtlich unbedenklich ist.

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
Wichtiger Erfolg für virtuelle Stadtplandienste	3
Titelschutzanzeigen: 72 neue Titel geschützt	4-8
Impressum	8

Die 72 neuen Titel dieser Woche

7 777 praktische Umwelttipps	Grundlagen der hybriden Betriebswirtschaftslehre Grundlagen der hybriden Ökonomie Grundlagen des hybriden Marketings	S SO WAR DAS - Filmschätze aus unserer Heimat StattGarten Summer Challenge Summer Challenge - Athletics Tournament SYGMA
A ADAC Ski 2011 All is one and one is all Alleingang Alles ist eins und eins ist alles Am Ende sind wir alle Gärtner Auf dem Schirm	H Hybride Betriebswirtschaft Hybride Betriebswirtschaftslehre Hybride Ökonomie Hybrides Marketing	T Talk im Turm Taxi Deutschland aktuell taxinews Deutschland Teenager werden Mütter Teenager-Mütter Theorie der hybriden Betriebswirtschaft Theorie der hybriden Betriebswirtschaftslehre Theorie der hybriden Ökonomie Therapie To Go Ticket Für 2 Ticket Für Zwei
B Berglust Bluteiche Burnout Familie	I Ich wehre mich! Ich wehre mich! - Wenn der Kanal voll ist	U UNOFOLIO Urlaub in ... Urlaub in ... - Europas stille Winkel
C Churchill und der Verrat an Polen Churchill und die Verschwörung gegen Polen	J Judith Williams Glanzstücke Judith Williams Goldschmuck Judith Williams Mode Judith Williams Silberschmuck	V VOCATES
D Darwins Dilemma Das Erleben-Experiment Die große Geburtstagsshow 60 Jahre ARD	L Lady lift Lantliv LateLine Late-Line LateLine jetzt reden wir LateLine Radiotalk bundesweit Lust aufs Land	W Wie tolerant ist der Islam? Winston Churchill und die Verschwörung gegen Polen Winston Churchill. Der Komplize Stalins
E Ein Fall für Fingerhut - Mord im Mühlengrund Erich Lejeune Motivation Die Macht der Emotion Expelled - Intelligenz streng verboten	M Mallorca Fahrschule Motivation Die Macht der Emotion My First ride	Z Zweifach
F Fahrschule Mallorca Familie Burnout First ride	P Picasso an der Riviera Psycho To Go	
G Grundlagen der hybriden Betriebswirtschaft	R RAL 1015 taxi news	

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

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

Der Titelschutz Anzeiger

16.03.2010, Woche 11, Nr. 964
Anzeigenschluss: 12.03.2010, 10 Uhr

Wichtiger Erfolg für virtuelle Stadtplandienste: „Bilderbuch Köln“ ist zulässig

Das **LG Köln** hat mit Urteil vom 13.01.2010 die Veröffentlichung von Fotos privater Wohnhäuser im Rahmen des Internetangebots „Bilderbuch Köln“ für zulässig erklärt. Eine Verletzung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts der Hauseigentümerin durch Aufhebung der Privatheit und Offenbarung persönlicher Lebensumstände lehnte es ab. In Abwägung mit datenschutzrechtlichen Belangen, sah es die Kommunikationsfreiheit als vorrangig an.

Die Betreiber des Angebots „**Bilderbuch Köln**“ haben es sich zur Aufgabe gemacht, Einzelfotos von sämtlichen Häusern, Straßen und Plätzen des gegenwärtigen und historischen Kölns in **google maps** zu integrieren. Der Internetnutzer bekommt dadurch die Möglichkeit, sich auf einen Stadtrundgang durch das virtuelle Köln zu begeben. Insbesondere ist es aber auch möglich, nach einer Örtlichkeit durch Eingabe von Straßennamen und Hausnummer systematisch zu suchen. Der Clou aus Sicht der Betreiber von „Bilderbuch Köln“: Der Nutzer bekommt bei Abruf der Bilder weitere Informationen, beispielsweise über die Historie oder den

architektonischen Stil des abgebildeten Objektes angezeigt („T-Buch fängt an, wo Google Earth aufhört“).

Kein Eingriff in die Privatsphäre

Auch das Wohnhaus der Klägerin war bereits in das Angebot aufgenommen. Hierin sah sie sich in ihrem Allgemeinen Persönlichkeitsrecht und speziell in ihrem Recht auf informationelle Selbstbestimmung verletzt und verlangte Unterlassung aus § 1004 BGB analog i. V. m. § 823 Abs. 1 BGB bzw. § 1004 BGB analog i. V. m. § 823 Abs. 2 BGB, § 4 Abs. 1 BDSG.

Das LG Köln folgte dem nicht: Zwar bejahte es eine Betroffenheit des Persönlichkeitsrechts der Klägerin durch die Veröffentlichung des abfotografierten Wohnhauses, denn durch die erkennbare Wohnanschrift werde sie hinreichend individualisiert.

Den Eingriff in die Privatsphäre lehnte es allerdings ab. Die Fotografie der Außenansicht eines Grundstücks von einer allgemein zugänglichen Stelle betreffe nur den ohnehin nach außen gewandten Lebensbereich.

Diesen könne in entsprechender Form jedoch auch jeder Betrachter der sich vor Ort befinden einsehen. Da der Name der Bewohner nicht genannt sei, werde die Anonymität des Grundstücks nicht aufgehoben und deshalb kein zusätzlicher Informationsgehalt zu den bereits öffentlich zugänglichen Informationen vermittelt. Eine Störung der Klägerin in ihren privaten Lebensumständen liege mithin nicht vor.

Auch aus datenschutzrechtlichen Erwägungen sah das Gericht den Anspruch als nicht begründet an. Zwar sei die konkrete Anschrift bei Abbildung des Hauses ein personenbezogenes Datum i. S. d. § 3 Abs. 1 BDSG. Jedoch sei die konkrete Verwendung vorliegend nach § 29 Abs. 2 BDSG zulässig. Das Gericht wog das Interesse an der Nutzung der Daten mit der darin liegenden Interessenverletzung für den Betroffenen ab. Berührt war das Recht auf informationelle Selbstbestimmung. Der Einzelne kann grundsätzlich selbst darüber entscheiden, ob, wie und in welchem Umfang er sich persönlicher Daten entäußern wolle. Wegen der allgemeinen Zugänglichkeit der kaum sensiblen und wenig aussagekräftigen

Daten aus der Sozialsphäre schätzte das Gericht die Beeinträchtigung jedoch als marginal ein.

Schwerer wog die Kommunikationsfreiheit der Betreiber von „Bilderbuch Köln“ aus Art. 5 Abs. 1 GG. „Bilderbuch Köln“ befriedigte durch die Information über Raumplanung, Geschichte und Architektur der Stadt das Interesse einer breiten Öffentlichkeit. Diesen freien Meinungs-austausch zu unterbinden würde einen unverhältnismäßigen Eingriff in die Meinungs- und Informationsfreiheit bedeuten.

Online-Medien gestärkt

Dementsprechend konnte das Gericht im Ergebnis offenlassen, ob nicht bereits das Medienprivileg aus § 41 BDSG das Online-Portal von der Einhaltung der Datenschutzvorschriften entbinde. Die Richter sprachen sich jedoch für eine Anwendbarkeit aus, da Bilderbuch Köln durch die Nennung von Kontextinformationen ein journalistisch-redaktionelles Angebot darstelle.

Quelle:
GRAEF Rechtsanwälte
(www.graef.eu)



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 Titelschutz in Anspruch für

Auf dem Schirm

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Cornelius Grupen,
Papenstraße 122, 22089 Hamburg**

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

ADAC Ski 2011

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**ADAC Verlag GmbH,
Am Westpark 8, 81373 München**

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

RAL 1015 taxi news taxinews Deutschland Taxi Deutschland aktuell

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien einschließlich Internet und Multimedia-Anwendungen.

**V & V Verkehrsverlag GmbH,
Salzufer 14a, Aufgang E, 10587 Berlin**

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

Ich wehre mich! Ich wehre mich! - Wenn der Kanal voll ist

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen sowie als sonstige Geschäftsbezeichnung für alle Medien, insbesondere Funk und Fernsehen, Printmedien und elektronische Medien einschließlich Internet, Off- und Online-Services, bespielte Ton- und Bildtonträger, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen aller Art.

**BeutlerMeinking Rechtsanwälte,
Postfach: 13 02 11, 20102 Hamburg**

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

Mallorca Fahrschule Fahrschule Mallorca First ride My First ride Am Ende sind wir alle Gärtner Bluteiche All is one and one is all Alles ist eins und eins ist alles

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, Domain-Endungen, 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, UMTS, HSDPA sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Modern Unit Management S.L.,
C/ Mar Negra 1a1, 07610 Las Maravillas / Spanien**

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

Grundlagen der hybriden Ökonomie Theorie der hybriden Ökonomie Grundlagen der hybriden Betriebswirtschaft Theorie der hybriden Betriebswirtschaft Grundlagen der hybriden Betriebswirtschaftslehre Theorie der hybriden Betriebswirtschaftslehre Grundlagen des hybriden Marketings Hybrides Marketing Hybride Betriebswirtschaftslehre Hybride Betriebswirtschaft Hybride Ökonomie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Datenträger, Ton- und Bildtonträger, Netzwerke.

**Andreas Reimer,
Strenge 6, 22391 Hamburg**

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

Das Erleben-Experiment

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien und Veranstaltungen.

**Lovells LLP,
Alstertor 21, 20095 Hamburg**

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

StattGarten

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Titelkombinationen, Teilnutzungen und Abwandlungen.

**www.garten-und-gabel.de, Michael Breckwold,
Lassdrift 1a, 21129 Hamburg**

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

VOCATES

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,
Brienner Straße 10, 80333 München**

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

Churchill und die Verschwörung gegen Polen Winston Churchill und die Verschwörung gegen Polen Churchill und der Verrat an Polen Winston Churchill. Der Komplize Stalins

in allen Schreibweisen, sämtlichen Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, graphischen Gestaltungen, Abwandlung und Abkürzungen für alle Medien, insbesondere für Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich Multimediaanwendungen (Offline- und Online-Dienste).

**LOOKS Film & TV GmbH,
Marienplatz 1, 04103 Leipzig**

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

Erich Lejeune Motivation Die Macht der Emotion Motivation Die Macht der Emotion

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- sowie Bild-Ton-Träger, Filmwerke aller Art, einschließlich Fernseh(live)sendungen und Fernsehsendereihen, Hörfunk, Rundfunksendungen und Rundfunksendereihen, Fernsehen, Bühnenwerke aller Art, einschließlich Opern, Operetten, Schauspielstücken und Musicals, Software, Off- und Online-Dienste und Internet, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen, Bücher und alle anderen Printmedien, einschließlich Zeitungen, Zeitschriften, Illustrierte, Magazine, öffentliche Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen jeder Art.

**Lejeune Academy GmbH Philosophie & Motivation
Erich Lejeune,
Denningerstraße 15, 81679 München**

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

Judith Williams Mode Judith Williams Silberschmuck Judith Williams Goldschmuck Judith Williams Glanzstücke Lady lift

in allen Titelkombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Zusammensetzungen, Zusätzen, Untertiteln, Schriftarten, graphischen Gestaltungen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film und Fernsehen, Video, Ton-, Bildton- und Datenträger einschließlich Multimedia-Datenträger, Software, Telekommunikation und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Online-Dienste und -Medien/-Produkte, Internet- und Intranet-Domainbezeichnungen, sonstige audiovisuelle, analoge und/oder digitale/elektronische Medien, Printmedien, Druckereierzeugnisse, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art, Merchandisingartikel.

**Judith Williams,
Konzerstraße 20, 54329 Konz**

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

Alleingang

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Ton- und Fernseh Rundfunk, alle sonstigen elektronischen Medien und Netzwerke, Bild-, Ton- und Datenträger, Spielfilmproduktionen, Druckerzeugnisse und sonstige vergleichbare Werke.

**Raabe Habben Heinemann-Schulte Rechtsanwälte,
Trostdrücke 1, 20457 Hamburg**

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

Expelled - Intelligenz streng verboten Wie tolerant ist der Islam? Darwins Dilemma

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Drei Linden Filmproduktion - Fritz Poppenberg,
Württembergallee 26, 14052 Berlin**

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

Zweifach

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, Zusätzen, Abwandlungen, Abkürzungen, Kombinationen, grafischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen, Titelkombinationen für alle Medien, für Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Fernsehen, für Unterhaltungsshow, Events, Bühnenshow, Revuen, musikdramatische Werke, Musiktitel, Konzertveranstaltungen, Schauspiele, Multimediaanwendungen, Film, Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art, Merchandising, Dienstleistungen, sowie sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild- und Tonträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen aller Art.

**Axel Mütze Rechtsanwalt,
Grabbeallee 15, 13156 Berlin**

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

Lust aufs Land Urlaub in ... Urlaub in ... - Europas stille Winkel

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 sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet, sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, UMTS, SMS, WAP), sowie für Merchandising-Produkte und Veranstaltungen aller Art.

**MedienKontor Movie GmbH,
Budapester Straße 40, 10787 Berlin**

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

SO WAR DAS - Filmschätze aus unserer Heimat

in allen möglichen Schreibweisen, Kombinationen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten, Untertiteln und mit allen Zusätzen für sämtliche Medien, insbesondere Printmedien und Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, einschließlich CD-ROM, CD-I und DVD, ferner für elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Online- und Offline-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), sowie sonstige Mediendienstleistungen und Medienprodukte aller Art, für Domainbezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, Merchandising, Dienstleistungen sowie für Veranstaltungen aller Art.

**Presse-Druck- und Verlags-GmbH,
Curt-Frenzel-Straße 2, 86167 Augsburg**

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

Ein Fall für Fingerhut - Mord im Mühlengrund LateLine Late-Line LateLine jetzt reden wir LateLine Radiotalk bundesweit

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:

Lantliv

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Kombinationen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Internet sowie Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**LRF Media,
Gävlegatan 22 , 11392 Stockholm, Schweden**

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

Familie Burnout Burnout Familie

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.

**Mark Britton,
An der Flora 13, 50735 Köln**

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

Psycho To Go Therapie To Go Ticket Für 2 Ticket Für Zwei

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen sowie als sonstige Geschäftsbezeichnung für alle Medien, insbesondere Funk und Fernsehen, Printmedien und elektronische Medien einschließlich Internet, Off- und Online-Services, bespielte Ton- und Bildtonträger, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen aller Art.

**BeutlerMeinking Rechtsanwälte,
Postfach: 13 02 11 ,20102 Hamburg**

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

Die große Geburtstagsshow 60 Jahre ARD

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

**NORDDEUTSCHER RUNDFUNK,
Rothenbaumchaussee 132, 20149 Hamburg**

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

777 praktische Umwelttipps

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:

Picasso an der Riviera SYGMA Close-up: Die Macht der Bilder

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

Unter Hinweis auf § 5 Absatz 3 MarkenG nehmen wir für unseren Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Teenager-Mütter Teenager werden Mütter

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechende Untertitel, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Internet.

**Heisse Kursawe Eversheds Partnerschaft Rechtsanwälte,
Maximiliansplatz 5, 80333 München**

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

Berglust

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

**Rechtsanwalt Philipp Schwarz,
Ernst-Friedrich-Straße 5, 76227 Karlsruhe**

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

Talk im Turm

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:

Summer Challenge Summer Challenge - Athletics Tournament

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten, in allen Medien, insbesondere Softwareerzeugnisse, Spiele, Internet, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, Fernsehen, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

**RTL interactive GmbH,
Aachener Straße 1040, 50858 Köln**

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

UNOFOLIO

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Zusammensetzungen und grafischen Gestaltungen für alle Medien, insbesondere Printmedien und Druckerzeugnisse aller Art, Internet, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, alle sonstigen elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke.

**T&L Publishing Group GmbH,
Am Falder 4, 40589 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,
Birte Schäffler (BS), 76

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
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 8
vom 1.1.2003

Anzeigenschluss:

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