

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Berliner Spitzweg-Anwälte schließen sich Preu Bohlig & Partner an



Dr. Andreas Heitmann

Zum 1. April 2010 schließt sich die Kanzlei **Preu Bohlig & Partner** mit dem Berliner Büro der **Sozietät Spitzweg** zusammen. Die drei Berliner Spitzweg-Anwälte **Dr. Andreas Heitmann**, **Dr. Ehrhard E. Liebrecht**

und **Thorsten Müller-Winterhager** haben ihren Beratungsschwerpunkt im Gewerblichen Rechtsschutz, Marken- und Arbeitsrecht und bringen namhafte Mandanten aus den Bereichen Großhandel, Green Technology, Elektrotechnik und Kommunikation in die neue Sozietät ein. Preu Bohlig wird dann in Berlin, neben Standortleiter und Partner **Prof. Dr. Christian Donle**, über sieben Anwältinnen und Anwälte verfügen können.

„Der Zusammenschluss ist eine „Win-win-Situation“ für beide Kanzleien. Durch unseren gemeinsamen Schwerpunkt im Gewerb-

lichen Rechtsschutz können wir unsere Marktposition am Standort Berlin weiter stärken und ausbauen“, erläutert Prof. Dr. Christian Donle das gemeinsame Vorhaben.

„Unsere Branchenexpertise ergänzt sich sehr gut. Dadurch sind wir breit aufgestellt und haben die Möglichkeit, neue Mandantenkreise zu erschließen“, ergänzt Dr. Heitmann.

Preu Bohlig (www.preu-bohlig.de) berät am Standort Berlin im Gewerblichen Rechtsschutz sowie im allgemeinen Wirtschaftsrecht und betreut Mandanten aus der Industrie und der Medienbranche. Zudem verfügt



Prof. Dr. Christian Donle

die Kanzlei über Büros an den Standorten München, Düsseldorf und Hamburg. (al)

Jürgen Brautmeier wird neuer Direktor der LfM



Die Medienkommission der **Landesanstalt für Medien NRW (LfM)** hat **Dr. Jürgen Brautmeier**, 55, zum Nachfolger von **Dr. Norbert Schneider** gewählt. Ab September 2010 wird Dr. Brautmeier das Amt des Direktors der Landesmedienanstalt in Düsseldorf übernehmen.

Das teilte die Kommission in der vergangenen Woche mit.

Der studierte Historiker ist bereits seit 1987 für die LfM tätig, seit 1999 als Stellvertreter des Direktors. Brautmeier war in den 90er-Jahren im Auftrag des Europarats regelmäßig in Mittel- und Osteuropa als unabhängiger Berater bei der Rundfunkgesetzgebung tätig und hatte Lehraufträge an der Lomonossow-Universität Moskau und der Universität in St.

Petersburg. Er gehört zu den Gründern der Europäischen Plattform der Regulierungsbehörden (EPRA) mit Sitz

in Straßburg und ist u.a. Mitglied des Aufsichtsrats des Adolf-Grimme-Instituts des (AGI). (al)

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Underberg darf weiter mit „Wohlbefinden“ werben	2
Nachrichtensender muss Werbeerlöse für „Möllemann-Video“ offenlegen	3
BVwerG weist Auskunftsklage eines Journalisten ab	3
Leistungsschutzrecht für Verlage - zwei Standpunkte	5
Titelschutzanzeigen: 36 neue Titel geschützt	4-7
Impressum	7

Die 36 neuen Titel dieser Woche

<p>A</p> <p>AppStar Arroganz für Frauen ab 40</p> <p>B</p> <p>BERGLUFT</p> <p>D</p> <p>Das Magazin der Tiergesundheit Das Magazin für die Tiergesundheit Die große ARD Weltreise Die perfekte Minute Die schönsten Gedichte deutscher Sprache</p> <p>E</p> <p>Erntefrisch auf den Tisch</p> <p>G</p> <p>GERMANYS TOP TUNER Good News</p> <p>H</p> <p>Hobby Implantologen HobbyImplantologen Hobby-Implantologen</p>	<p>K</p> <p>(K)ein Hahn im Korb Kochen mit Eiweißpulver & Co. Koffer zu und weg - Die Auswanderer Doku</p> <p>L</p> <p>Lexikon der aktuellen Begriffe</p> <p>M</p> <p>Macht und Magie der Elemente Medientreff Nürnberg Meine neue Familie Meine Welt Messewissen für Profis Mundtot - Abzocke im Mund auf Kosten der Gesundheit</p> <p>N</p> <p>Nürnberger Medientreff</p> <p>Q</p> <p>Quatsch-Frosch Quizpyramide - das Original Quizpyramide - Familienedition</p>	<p>S</p> <p>SoKo Berlin Sparen Sie 10.000 Euro mit einem Nagel</p> <p>T</p> <p>Trachten Nacht Trachten Nacht - Tradition meets Trends</p> <p>U</p> <p>Unbekannte Freunde</p> <p>V</p> <p>Veteri</p>
---	--	---

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

13.04.2010, Woche 15, Nr. 968
Anzeigenschluss: 09.04.2010, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

20.04.2010, Woche 16, Nr. 969
Anzeigenschluss: 16.04.2010, 10 Uhr

OLG Düsseldorf: Underberg darf weiter mit „Wohlbefinden“ werben

Der **Schutzverband der Spirituosen-Industrie e.V.** mit Sitz in Frankfurt ist mit dem Versuch einer einstweiligen Verfügung gegen das Rheinberger Familienunternehmen **Underberg** vor dem **Oberlandesgericht Düsseldorf** gescheitert. Underberg darf vorerst weiter mit dem Slogan „weltweit im Dienste

des Wohlbefindens“ werben. Wie der juristische Nachrichtendienst **beck.de** mitteilte, sah der Verband in der Kräuterschnaps-Werbung eine unerlaubte gesundheitsbezogene Aussage für ein Getränk mit 44 Prozent Alkoholgehalt. Zudem werde mit Werbeaussagen wie „Besonders nach dem Essen

für den Magen“ und „appetitregend und verdauungsfördernd“ eine medizinische Wirkung suggeriert.

Laut einem Vorschlag des OLG, solle im Hinblick auf die grundsätzliche Bedeutung des Rechtsstreits der Europäische Gerichtshof im z. Z. noch laufenden Haupt-

verfahren (Landgericht Klevve) über die Zulässigkeit der Werbeaussagen entscheiden. (al)

**Oberlandesgericht
Düsseldorf
Entscheidung vom
23.03.2010**

BGH: Nachrichtensender muss Werbeerlöse für "Möllemann-Video" offenlegen

Im Juni 2003 fand der FDP-Politiker Jürgen Möllemann bei einem Fallschirmsprung den Tod. Der Sprung wurde von einem Begleiter an Bord des Flugzeugs auf Video festgehalten. Dieses Video wurde vier Jahre später, am 29. Juni 2007, mehrmals in den Nachrichtensendungen von N24 und auf dem früheren Internetportal „BILD.T-online.de“ gezeigt.

Der Hersteller des Videos klagte auf Auskunft und hatte, nach Abweisung der Klagen durch das LG Bochum, vor dem OLG Hamm Erfolg. Nun hat auch der **Bundesgerichtshof** die Betreiber der beiden Medien zur Auskunft über die Wer-

beerlöse des Ausstrahlungstages verpflichtet.

Die Karlsruher Richter bestätigten grundsätzlich den Auskunftsanspruch des Klägers und schränkten lediglich den Umfang der Ansprüche ein. Die beklagten Medien hätten das Recht des Klägers als Hersteller des Videofilms widerrechtlich und schuldhaft durch die unerlaubte Ausstrahlung verletzt. Sie seien dem Kläger deshalb zum Schadensersatz verpflichtet, heißt es in der Urteilsbegründung.

Die Schadensersatzpflicht umfasse - je nach der Berechnungsart, die der Kläger wähle - die Herausgabe des Gewinns, den die Beklagten

durch die Veröffentlichung erzielt haben. Um den Umfang dieses Gewinns berechnen zu können, benötige der Kläger Angaben über die von den Beklagten am Tag der Veröffentlichung erzielten Werbeeinnahmen. Die Beklagten hätten zwar geltend gemacht, die durch die Ausstrahlung von Werbung an diesem Tag erzielten Einnahmen stünden in keinem Zusammenhang mit den am selben Tag veröffentlichten Nachrichten, da die Kunden die Werbung bereits Monate im Voraus in Auftrag gaben.

Nach Ansicht des I. Zivilsenats des Bundesgerichtshofs komme es hierauf bei der Ermittlung des Verletzergewinns aber nicht an. Die

Werbenden erwarten, dass die Beklagten die Werbung in einem Nachrichtenumfeld platzieren. Hierzu rechne am fraglichen Tag auch der ausgestrahlte Videofilm. Dass die Beklagten statt des Videofilms andere Nachrichten hätten senden können, hebe den Zusammenhang zwischen der Verletzung des Rechts des Klägers und den von den Beklagten erzielten Werbeeinnahmen nicht auf. (al)

Bundesgerichtshof
Urteil vom 25.03.2010
AZ: I ZR 122/08

BVerwG weist Auskunftsklage eines Journalisten gegen BND ab

Das **Bundesverwaltungsgericht** in Leipzig hat die Klage eines Journalisten der **Berliner Zeitung** gegen den **Bundesnachrichtendienst (BND)** überwiegend abgewiesen. Das teilte das Gericht am vergangenen Mittwoch mit. Ein vom Parlamentarischen Kontrollgremium des Deutschen Bundestages in Auftrag gegebenes Rechtsgutachten, der so genannte „Schäfer-Bericht“, war zu dem Ergebnis gelangt, dass der Journalist im Rahmen der im

Frühjahr 2001 eingeleiteten „Operation M“ unter Verstoß gegen die Pressefreiheit ausgespäht worden war. Auf seine erste Klage hin wurde der BND im November 2008 zur Auskunft über die zur Person in den Akten enthaltenen Daten verpflichtet. Der BND teilte dem Journalisten daraufhin auf mehreren Seiten in chronologischer Folge aufgelistete Informationen mit. Der Journalist hielt diese Auskunft für unzulänglich und begehrte mit Hilfe einer zweiten Klage darüber

hinaus die Beantwortung von zwölf weiteren Auskunftsfragen.

Das Bundesverwaltungsgericht hat nun zwar angenommen, dass die meisten Fragen zur Person des Klägers gespeicherte Daten betrafen. Hält den Auskunftsanspruch wegen entgegenstehender gesetzlicher Auskunftsverweigerungsgründe aber für unbegründet: Die Ausforschung der Arbeitsweise des Bundesnachrichtendienstes wäre zu befürchten und der

Auskunftsanspruch erstreckte sich nicht auf die Herkunft der Daten und die Empfänger der Übermittlungen. Nur hinsichtlich einer Frage habe sich der BND in der mündlichen Verhandlung bereit erklärt, dem Kläger eine ergänzende Auskunft zu erteilen. (al)

Bundesverwaltungsgericht vom 24.03.2010
AZ: 6 A 2.09

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

(K)ein Hahn im Korb

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 Druck-erzeugnisse.

**teamWorx Television & Film GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam**

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

Messewissen für Profis

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für sämtliche Medien, einschließlich Bücher, Zeitungen, Magazine und sonstige Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Softwareerzeugnisse, Off- und Online-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, digitale und elektronische Medien und Netzwerke aller Art, sonstige Online-Medien sowie öffentliche Veranstaltungen wie Seminare, Messen und Ausstellungen, Merchandising in jeder Form sowie Dienstleistungen aller Art.

**Messe Frankfurt Medien und Service GmbH,
Ludwig-Erhard-Anlage 1, 60327 Frankfurt am Main**

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

BERGLUFT

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Printmedien, Film, Fernsehen, Rundfunk, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien, Multimediale Produkte, Multimediaanwendungen, Softwareerzeugnisse, Telekommunikationsdienste, Merchandising-Produkte, Spiele sowie öffentliche Veranstaltungen.

**RAe Schulz Noack Bärwinkel,
Baumwall 7, 20459 Hamburg**

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

Unbekannte Freunde Quatsch-Frosch Good News

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

**mixtvision Film & TV,
Pündterplatz 4, 80803 München**

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

Veteri Das Magazin der Tiergesundheit Das Magazin für die Tiergesundheit

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen, Abwandlungen, Kürzungen, Schriftarten, grafischen Gestaltungen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Ton-/Bildtonträgerpromotion, audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Onlinediensten, Druckerzeugnisse und Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**Impact Medien GmbH,
Allmendenweg 43, 40221 Düsseldorf**

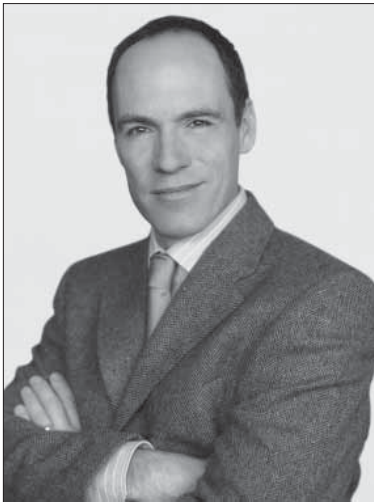
Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz für die nachfolgenden Titel in Anspruch:

Hobby-Implantologen Hobby Implantologen HobbyImplantologen Mundtot - Abzocke im Mund auf Kosten der Gesundheit

Dies bezieht sich auf alle Abwandlungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wort- und Zeichenverbindungen in sämtlichen Medien, insbesondere in Druckschriften.

**Fachanwaltkanzlei für Urheber- und Medienrecht
Pötzl & Kirberg,
Friedensallee 25, 22765 Hamburg**

Leistungsschutzrecht für Verlage Keese vs. Kreutzer - zwei Standpunkte zum Thema



Christoph Keese
Konzerngeschäftsführer Public Affairs
Axel Springer AG

Am 26. Juni 2009 unterzeichneten namhafte deutsche Verlage die ‚Hamburger Erklärung zum Schutz geistigen Eigentums‘, mit der die Schaffung einer gesetzlichen Grundlage für ein Leistungsschutzrecht der Verlage gefordert wird.

Mit dieser Forderung erzielten die Verlage zunächst einen Etappenerfolg. Im Koalitionsvertrag der neuen Bundesregierung steht geschrieben: „Verlage sollen im Online-Bereich nicht schlechter gestellt sein als andere Werkvermittler. Wir streben deshalb die Schaffung eines Leistungsschutzrechts für Presseverlage zur Verbesserung des Schutzes von Presseerzeugnissen im Internet an.“ Dennoch sorgt das Thema im deutschen Medienmarkt nachhaltig für Kontroversen. In der aktuellen Ausgabe der **MedienWirtschaft – Zeitschrift für**

Medienmanagement und Kommunikationsökonomie (Heft 1/2010, New Business Verlag) stellen **Christoph Keese**, Konzerngeschäftsführer Public Affairs der Axel Springer AG, Berlin, und **Dr. Till Kreutzer**, Rechtsanwalt/Assoziierter Mitarbeiter des Hans-Bredow-Instituts sowie Redakteur bei iRights@info, ihren Standpunkt zum Thema dar:

Christoph Keese weist unter dem Aspekt des „Gedeihns“ von Gesellschaft und Demokratie auf die Rolle der hiesigen Pressevielfalt hin: „Was wir heute von den Kiosken kennen – ein vielschichtiges Angebot von Zeitschriften und Zeitungen, das weltweit seines Gleichen sucht – kann im Netz nur weiter bestehen, wenn es gelingt, neben Anzeigen auch Inhalte zu verkaufen. Nur so kann die Unabhängigkeit auf Dauer gesichert werden. Auf diese Tatsache hinzuweisen, ist kein Alarmanismus“, so Keese. Er warnt vor einem Szenario, in dem „Journalismus im Netz ohne einen Sponsor nicht möglich ist und wer keinen Krösus findet, dessen Stimme würde verstummen.“ Seine Antwort auf die Lösung des Problems der Finanzierung von Qualitätsjournalismus lautet: Es müsse nicht mehr nur Werbung an die Wirtschaft, sondern auch Beiträge an das Publikum verkauft werden. Er geht auch für den Journalismus von einer Koexistenz von legalen und illegalen Märkten – analog zum Film- und Musik-Markt – aus. Eine

Perspektive für die Kapitalisierung von Online-Inhalten sieht Keese zudem in der Lizenzierung von Beiträgen für gewerbliche Nutzer, analog zu den Rahmenverträgen, wie es sie heute schon für die Nutzung z.B. in Datenbanken oder Pressespiegeln gibt.

Till Kreutzers Kontra lautet: „Versucht man, die Position der Verleger zu interpretieren, deutet allerhand darauf hin, dass man das Heil des wirtschaftlichen Erfolgs zukünftig weniger in der Bezahlung durch den Leser suchen will, sondern in der Bezahlung durch Intermediäre, also insbesondere durch Google und andere, die sich – so die Diktion vieler Interessensbekundungen – auf Kosten der Verlage eine goldene Nase verdienen, obwohl sie nicht einmal Inhalte produzieren, sondern nur (!) schnöde Auswertungs-, Aggregations- und Suchtechnologien entwickeln und bereitstellen“, so Kreutzer. „Diesem Schmarotzertum solle Einhalt geboten werden, indem sie durch ein neues Schutzrecht gezwungen werden, an die Verlage Vergütungen zu bezahlen.“ Kreutzer weist außerdem auf die Abgrenzungsproblematik hin: Unter welchen Voraussetzungen könnten einzelne, von fremden Webseiten aus Originalmeldungen erstellte Snippets oder gar einzelne Headlines unter dieses Leistungsschutzrecht fallen? Wer hält das Monopol an von Dritten veröffentlichten Worten? „Natürlich kann von Content-Klau angesichts des Umstands, dass es hier um



Rechtsanwalt Dr. Till Kreutzer
Hans-Bredow-Institut

Handlungen geht, die nach geltendem Recht völlig legal sind, überhaupt keine Rede sein. [...] Und im Übrigen ist es Tatsache, dass Google jederzeit bereitwillig Publikationen von der Newssuche ausschließt, wenn dies vom Anbieter gewünscht wird. Die Verleger machen hiervon aber keinen Gebrauch“, sagt Kreutzer.



Der komplette Beitrag der Rubrik ‚Standpunkte‘ ist nachzulesen in MedienWirtschaft 1/2010 und kann unter www.medienwirtschaft-online.de oder Tel.: 040 - 609 009 -0 bestellt werden.

Quelle: new-business.de

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

Arroganz für Frauen ab 40

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Susanne Keck,
Schachnerstraße 5, 81379 München**

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

AppStar

In allen Schreibweisen für alle Medien und Veranstaltungen.

**Thomson CompuMark,
St. Pietersvliet 7 , 2000 Antwerpen/Belgien**

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

GERMANYS TOP TUNER

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**HEINRICH ERB PARTNER,
Hanauer Landstraße 126-128, 60314 Frankfurt am Main**

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

Kochen mit Eiweißpulver & Co.

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Heizmann GmbH,
Mittelweg 125 d, 20248 Hamburg**

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

SoKo Berlin

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere für Film, Hörfunk, Fernsehen, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Druckerei- sowie Softwareerzeugnisse, Dienstleistungen und Veranstaltungen.

**D · E · 3 Emanuel Hipp,
Yorckstraße 64, 10965 Berlin**

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

Meine Welt

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 Titelschutz in Anspruch für:

Medientreff Nürnberg Nürnberger Medientreff

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischer Gestaltung, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste).

**projekt.quartett - Agentur für
vernetzte Kommunikation & Emotion,
Marienstraße 16 RG, 90402 Nürnberg**

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

Trachten Nacht Trachten Nacht - Tradition meets Trends

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischer Gestaltung, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste).

**projekt.quartett - Agentur für
vernetzte Kommunikation & Emotion,
Marienstraße 16 RG, 90402 Nürnberg**

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

Die perfekte Minute

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:

Koffer zu und weg - Die Auswanderer Doku

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

**Sixx GmbH,
Gutenbergstraße 3a, 85774 Unterföhring**

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

Die große ARD Weltreise Meine neue 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.

**Rechtsanwaltskanzlei Bettina Krause,
Hauptstraße 42, 82327 Tutzing**

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

**Erntefrisch auf den Tisch
Quizpyramide - das Original
Quizpyramide - Familienedition
Die schönsten Gedichte deutscher Sprache
Sparen Sie 10.000 Euro mit einem Nagel
Lexikon der aktuellen Begriffe
Macht und Magie der Elemente**

- Die ungezähmte Energie des Feuers
- Die schöpferische Kraft des Wassers
- Unsere ruhelose Atmosphäre

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**

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

VON:	FIRMA:	_____
	NAME:	_____
	ANSCHRIFT:	_____ _____
	TELEFON:	FAX:
	E-MAIL:	_____

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: _____