

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche:
20 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

BGH: Ritter Sport bleibt das einzige Quadrat im Schoko-Markt

Der traditionsreiche Schokoladen-Hersteller **Alfred Ritter GmbH & Co. KG** mit Sitz in Waldenbuch bei Stuttgart hat sich erneut dagegen wehren können, dass die quadratische Verpackungsform den Markenschutz verliert. Das hat der unter anderem für das Markenrecht zuständige I. Zivilsenat des **Bundesgerichtshofes** in Karlsruhe unter Vorsitz des Vorsitzenden Richters **Prof. Dr. Thomas Koch** in letzter Instanz entschieden (Urteil vom 23. Juli 2020 – Az.: I ZB 42/19 und I ZB 43/19). In der entsprechenden Pressemitteilung Nr. 93/2020 heißt es klipp und klar: „Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofes hat die Anträge auf Löschung von zwei für ‚Tafelschokolade‘ eingetragenen Marken in Form quadratischer Verpackungen zurückgewiesen. Damit steht fest, dass diese Verpackungen weiterhin als Marken geschützt sind.“

Zehnjähriger Rechtsstreit endet mit Sieg für Ritter Sport

Mit den BGH-Beschlüssen vom 23. Juli 2020 ist ein zehnjähriges Verfahren zwischen dem **Milka**-Hersteller **Kraft Foods / Mondelez** in Bremen und Ritter zu Ende gegangen, das 2017 schon einmal beim Bundesgerichtshof zugunsten von **Ritter Sport** entschieden wurde, aber in Teilen noch einmal zum **Bundespatent-**

gericht in München zurückging. Das kam 2018 zur Erkenntnis, dass Ritter die Marke behalten darf. Gegen diese Entscheidung ging Mondelez ein weiteres Mal beim Bundesgerichtshof vor – erneut ohne Erfolg.



Die quadratische Form bleibt das Markenzeichen von Ritter Sport (Foto: Hans Braxmeier/pixabay)

Alfred Ritter vertraute bei diesem jahrelangen Verfahren auf den Patent- und Marken-Rechtler **Felix Neu** von der Stuttgarter Kanzlei **Jakisch & Partner** sowie auf den Marken-Rechtler **Dr. Andreas Schabenberger** von der Kanzlei **Heuking Kühn Lüer Wojtek** (Büro Stuttgart), dem Senior Associate **Dr. Felix Drefs** unterstützend zur Seite stand. Zu Beginn des Verfahrens arbeitete Dr. Schabenberger noch bei der Kanzlei **Menold Bezler**.

Für das Bremer Unternehmen Mondelez – früher Kraft Foods – lag das Man-

dat von Prozess-Beginn an bei der Kanzlei **Bardehle Pagenberg** in München. Dort kümmern sich die Marken-Rechtler **Dr. Henning Hartwig** und **Prof. Dr. Alexander von Mühlendahl** um den Milka-Produzenten.

Erläuterung zur Entscheidung des BGH

In der Presse-Information vom 23. Juli 2020 werden die Gründe für die Entscheidung folgendermaßen erläutert:

„Der Bundesgerichtshof hat die Rechtsbeschwerden zurückgewiesen. Die Löschungsanträge sind nicht begründet. Die eingetragenen Marken bestehen nicht ausschließlich aus einer Form, die der Ware einen wesentlichen Wert verleiht. Das einzige wesentliche Merkmal der als Marken eingetragenen Wa-

renverpackungen sind deren quadratische Grundflächen. Diese verleihen der in den Verpackungen vertriebenen Tafelschokolade keinen wesentlichen Wert. Maßgeblich für die insoweit erforderliche Beurteilung sind Beurteilungskriterien wie die Art der in Rede stehenden Warenkategorie, der künstlerische Wert der fraglichen Form, ihre Andersartigkeit im Vergleich zu anderen auf dem jeweiligen Markt allgemein genutzten Formen, ein bedeutender Preisunterschied gegenüber ähnlichen Produkten oder die Ausarbeitung einer Vermarktungsstrategie, die hauptsächlich die ästhetischen Eigenschaften der jeweiligen Ware herausstreicht. Das Schutzhindernis liegt vor, wenn aus objektiven und verlässlichen Gesichtspunkten hervorgeht, dass die Entscheidung der Verbraucher, die betreffende Ware zu kaufen, in hohem Maß durch dieses Merkmal bestimmt wird.

Auf der Grundlage der vom Bundespatentgericht getroffenen Feststellungen kann nicht angenommen werden, dass die Entscheidung der Verbraucher, die in den quadratischen Verpackungen vertriebene Tafelschokolade zu kaufen, in hohem Maße dadurch bestimmt wird, dass diese Verpackungsform der Schokolade einen wesent-

Fortsetzung auf Seite 2

Die 20 neuen Titel

<p>B</p> <p>Babyalarm – Eltern am Limit Beta Stories Beta Story Buchstaben Battle</p> <p>D</p> <p>Dan Sommerdahl – Tödliche Idylle Das Berlin Projekt Deutschland unter Drogen Die große Deutschlandreise – Das Quiz für unser Land Die smarte Art der Betonveredlung</p> <p>E</p> <p>EAT RIGHT NOT LESS</p> <p>I</p> <p>IN DREI STUNDEN BIST DU NICHT MEHR DA</p> <p>K</p> <p>Krass Schulcamp – Pauken oder Party?</p>	<p>M</p> <p>Miau und Wau – Mitbewohner auf 4 Pfoten</p> <p>N</p> <p>NDR Talk Show – Speak up!</p> <p>R</p> <p>Rap My Track RedlightON RotlichtAN</p> <p>W</p> <p>Wirecard</p> <p>Z</p> <p>ZUHAUSE IST KING ZUHAUSE IST QUEEN</p>
--	---

Fortsetzung von Seite 1

lichen Wert verleiht. Nach den Feststellungen des Bundespatentgerichts hat die quadratische Form der Verpackung keinen besonderen künstlerischen Wert und führt auch nicht zu bedeutenden Preisunterschieden gegenüber ähnlichen Pro-

dukten. Die Marken-Inhaberin verfolgt zwar eine Vermarktungsstrategie, in der sie die quadratische Form der Verpackung mit dem bekannten Werbespruch „Quadratisch. Praktisch. Gut.“ herausstellt. Dies kann zwar dazu führen, dass die Entscheidung der Verbraucher, die Schokolade zu erwerben,

durch die quadratische Form der Verpackung bestimmt wird, weil die Verbraucher darin einen Hinweis auf die Herkunft der Schokolade aus einem bestimmten Unternehmen sehen und damit bestimmte Qualitätserwartungen verbinden. Darauf kommt es aber nicht an. Vom Markenschutz ausgeschlos-

sen ist die Form einer Ware oder einer Verpackung nach § 3 Abs. 2 Nr. 3 MarkenG nur dann, wenn sie der Ware einen wesentlichen Wert verleiht. Dafür bestehen im Fall der hier in Rede stehenden quadratischen Tafelschokolade-Verpackungen keine Anhaltspunkte.“ (ps)

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

Rap My Track

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.

**BGB Beutler Grulert Brandt Rechtsanwälte PartGmbB
Hochallee 11, 20149 Hamburg**

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

Buchstaben Battle

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen. Die Inanspruchnahme bezieht sich auf alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

**Patentanwalt Dr. Wolfgang Behr
Widenmayerstraße 23, 80538 München**

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

EAT RIGHT NOT LESS

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Frühlingszwiebel · Stefanie Rabe
Obersteinach 4, 96154 Burgwindheim**

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

IN DREI STUNDEN BIST DU NICHT MEHR DA

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hans-Jürgen Kaiser
Schützenstraße 15, 04103 Leipzig**

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

Babyalarm – Eltern am Limit Das Berlin Projekt Deutschland unter Drogen Krass Schulcamp – Pauken oder Party? Miau und Wau – Mitbewohner auf 4 Pfoten

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, Offline- und Online-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Heussen Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Brienner Straße 9, 80333 München**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nimmt unser Mandant Titelschutz in Anspruch für:

RotlichtAN RedlightON

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**westendLaw PartmbB
Eschersheimer Landstraße 60/62, 60322 Frankfurt/Main**

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

Wirecard

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien einschließlich Printmedien, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste sowie Onlinemedien und Multimediaanwendungen sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

**Schindhelm Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Aegidientorplatz 2 B, 30159 Hannover**

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

ZUHAUSE IST KING ZUHAUSE IST QUEEN Die große Deutschlandreise – Das Quiz für unser Land Dan Sommerdahl – Tödliche Idylle Beta Stories Beta Story NDR Talk Show – Speak up!

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, 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.

**Anwaltskanzlei Bettina Krause
Hauptstraße 23, 82327 Tutzing**

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

Die smarte Art der Betonveredlung

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, Darstellungsformen, Titelkombinationen für Literatur, Seminarveranstaltungen, Bild-, Ton-, Daten- und Videoträger aller Art, Software-Erzeugnisse, Film, Fernsehen, Rundfunk, elektronische, audiovisuelle und digitale Medien, Merchandising in jeder Form sowie Druckerzeugnisse, CD-ROM, CD-i, Offline- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien und sämtliche Multimedia-Produkte.

**Meissner Bolte
Patentanwälte Rechtsanwälte Partnerschaft mbB
Berliner Straße 1, 07545 Gera**

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

titelschutz-anzeiger@presse-fachverlag.de
www.titelschutzanzeiger.de

Verleger/Herausgeber: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) (ps)

Titelschutzanzeigen: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-57)

Redaktion: Nicole Möller (nm) (-10)
moeller@titelschutzanzeiger.de

Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

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: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro,
jeder weitere Titel innerhalb einer
Anzeige plus 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 10
vom 1.1.2019

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

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

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2020 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 PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de



markenartikel

DAS MAGAZIN FÜR MARKENFÜHRUNG

Monatliches Fachmagazin des Markenverbandes
zu den Themen Markenführung, Handel und Recht

Sichern Sie sich Ihr exklusives Probe-Abo unter
www.markenartikel-magazin.de/bestellung

©~CI/PI~INFO+Titelanzeige~TOP~NOTICE~NO.I.S.3.~SPECIAL~EDITION~No.2.~To~LAC~By~Christel Nihues~(C.N.©)~As~C.B.E.C.~L.C.©C.C.~
> Im TITELSCHUTZ~ANZEIGER-HH-im-Presso Fachverlag=Nr.1473-am=24.07.2020-/s.a.Nr.1472-/2020-(Prof.C.N.©Majorness~Supervisor)/
+Nr.1441-/2019-(MY~CONISHITA©)+1451-/2020-(Matrshas Mysty-Circus)/+Nr.1287-/2016-(TOP NOTICE)/+1303-/2016-/1355-/2017~
*(CONI~TANZ&THEATERSCHULE~La~MIME~(MB/LAC)+Portraitistic-Art/+1391-/2018-/Nr.1441-/2019-(wie-2017-(1355))
~Titel,+Urhebergeschützt mit ausnahmerechtlicher Verkehrsgeltung©All Rights Reserved-s.1991-By-C.N.©As~C.B.E.C.~L.C.©C.C.~
Erstbelegdatum dieses-CI/PI-INFOs+Titelanzeige~ist~der=03.JUN.2020=By-Christel Nihues=C.N.©As~C.B.E.C.~L.C.©C.C.~seit~1991/92~
ON&LAC-Publish ↔ Rundblatt ↔ Infos ↔ Books ↔ u.a. ↔ (LAC) ↔ u.a. ↔ Books ↔ Infos ↔ Rundblatt ↔ ON&LAC Publish

(LAC) Publish ★ (Living Conference Artist) ★ Publish (LAC)

■ (©C.N. Majorness~Supervisor) ■ MAJOR-SUPERVISE-EDUCATION ■ (Majorness~Supervisor-C.N.©) ■

.3.Side-I.No. ▼ TOP NOTICE ▼ .no.I.-Side.3.

.2.No. ▼ SPECIAL~EDITION To LAC NEWS SPECIAL~EDITION ▼ No.2.

Special Competition • TITLE~WORKS~OWNERSHIP TRADEMARKS® BY~C.N.©As~C.B.E.C.©L.C.©C.C. Special Competition

Markets~LaMB~CONI©™MY~CONISHITA©By~CRYSTAL~LISA CONI~C.B.E.C.~L.C.©C.C.

~Prof.~C.N.©Majorness~Supervisor~

#↔ FORTSETZUNG-von-Side-1.+2.No.1.-TOP NOTICE-(Nr.1287-v.-23.08.2016+Nr.1472-/2020):↔ Das ganze Leben ist ein Schauspiel, aber es geht darum gar nicht. Es geht um das Wahrhaftige. Doch wie gelangt man dorthin? Das Wahrhaftige beinhaltet noch mehr als eine sogenannte Wahrheit. Das geht aus allen Religionen der Welt hervor. Ich bin Protestantin, habe mich aber schon sehr früh für alle Kultur,-Religions,-und Glaubensformen interessiert. Dadurch auch Berührung zum Tanz und Theater. In Passion freier Kunst,-Bildungs,-Modell,-und Medienscaffender (-u.a.Kunstdesign, Fantasie-SCI-FI-Autorin) hat sich insgesamt ein eigenes Format herauskristallisiert. Ich habe neben der künstlerischen Special-Label~Marke~LaMB~CONI©™MY~CONISHITA©By~C.N.©C.B.E.C.~L.C.©C.C.-/mein Ballet&Theatreschool-Package~CONI© TANZ&THEATERSCHULE~La~MIME-(MB/LAC) auch ein spezielles Supervise-Profession~Business-Education für Top Managements kreiert (Profession~C.N.©Major~Supervise Educations).~Alle Entwicklungs,-Kreationswerte und Werke haben sich darin gebildet aus der Zeit sowohl vor Veröffentlichung meiner Künstler,-& Autorennamen (-1991-/92), als auch währenddessen. Die Education- Kompendiens beinhalten Erkenntnisergebnisse, aus diversen Studien der/des freien Kunst, Schauspiel,-Tanz,-&Gesangstrainings, gewachsen mit langjähriger freier Forschungsarbeit, universitärem Wissen -u.a. in Bereichen der Gesellschafts,-und Ethnokulturen, Sprach,-&Theaterwissenschaften, Medien-/Kunst-/Kommunikation-/Psychologie-/Religion-/Philosophie/Jura/Kriminologie/-ect., bzw. Auseinandersetzungen als Künstlerin auch mit allen Kultur,-Komplementär,-&Grenzwissenschaftensarten sowie persönlichen Erfahrungswerten. So sind es auch die individuellen Reifeprozesse, wo innerhalb dessen in Form eines Persönlichkeitstrainings essenzielle Wegbereitungen~Wahrnehmungsbestände festigen sollen. Bei Transformationen des persönlichen Energiehaushaltes für Erfolgsmaßstäbe im Berufsleben oder/und in einer Passion (*ohne Freisetzung von Destruktivität) ist immer die 'Basis' das Geheimnis. In der Kunst ist es die unmittelbare Schöpfungsbasis. Vermarktungsstrategien hingegen basieren bereits auf Ergebnissen von Schöpfungen. Wenn jemand sagt 'Wir sehen leider keine Basis', obwohl diese deutlich vorliegt, zeigt das schon eine Haltung perfider Abgewandtheit. Wenn bei Geschäftspartnern~aus bestimmten Gründen jedoch eine Zusammenarbeit nicht oder noch nicht möglich ist, ist das etwas ganz anderes. Oft liegt bei denjenigen, die jede Basis verleugnen, eine Hemmschwellenlatenz vor. Während die bejahete Einstellung zum Materialismus den Verkaufserfolg garantiert, läuft -u. analog unbewußt das menschliche seelische Radarsystem amok,~sobald ein Wettbewerber als defizile Einflußnahme bewertet wird, wenn bei diesen Abläufen zwischen äußerer Funktionalität und innerem Energiemodus der Steuerungsmechanismus ausgebremst wird, sodaß es eine Barriere zu natürlichen Signalinstinkten darstellt und somit nicht mehr differenziert wird. Man diffamiert automatisch somit den Basisimpor~teur und suggeriert ihm, am falschen Platz zu sein. Mein Stil besagt, daß dem Verkaufserfolg auch dadurch eine Generierungsberechtigung bezuzumessen ist, indem sowohl einzelne Individuen als auch Organisationseliten sowohl für die eigene Persönlichkeit als auch die von anderen grundsätzlich mitverantwortlich sind. In der gegenwärtigen Zeit drängt sich~gleichsam die Frage auf, was es mit 'Verschwörungshypothetik', (*so nenne ich es~hypothetisch~auf einer Hypothese, also bloßen Annahme beruhend), auf sich hat. Zum einen~gibt es die gute und zum anderen die böse Verschwörung oder eben die Annahme von beidem oder von einer der beiden Möglichkeiten. In unserer Zeit kann auch vermehrt die Psychologie der IT-Technologie eine Rolle spielen. Hypothesen können sich zu Recht oder zu Unrecht bilden. Nämlich aus dem, was aus Zusammenhängen theoretisch alles möglich sein kann, abgesehen der Möglichkeit von Zufällen oder Implikaten. Eine Verschwörungshypothetik kann ebenso zum Mißbrauchsgegenstand mutieren wie alles andere auch. Von Vorurteilen und fanatischen Behauptungen sollte man fernbleiben. In Bezug auf die Corona Pandemie denke ich eher, es ist nun mal in diesem Fall das, was es ist. Es scheint ein sehr~variables Thema zu sein. Dennoch muß es nichts mit Verschwörung -i.d.S. zu tun haben. Um sich eine Meinung zu bilden, sollte man sich ganz einfach fachliterarisch gut informieren. Man darf nicht vergessen: Haben alle Menschen würdige Wohn,-Arbeits,-Bildungs,-und Zukunftsverhältnisse, wachsen günstige Voraussetzungen für ein gehobenes Bewußtsein der Menschheit. Der Aufbau von Feindbildern zur Machtkampferhaltung in der ein oder anderen Richtung würden völlig unnötig.#SPECIAL EDITION~No.2.-To~LAC~TOP NOTICE~Side-3. #By~Christel Nihues~C.N.©C.B.E.C.~L.C.©C.C.*~*CRYSTAL~BETTY~ELISABETH~CONRAD~As~CRYSTAL~LISA CONI©#~BS-25.05.+03.Jun-2020# ~*LISA CONI-LAC-Publish.##

Hinweis:~Meine Lizenzvergaben werden nur in einem Special Competition Vertrag vereinbart. Bisher ist von mir keinerlei Lizenz vergeben.~

LaMB~CONI©™MY~CONISHITA©~By~C.N.©As~C.B.E.C.~L.C.©C.C.

#BY©Christel Nihues-s.1991/92Alias~CRYSTAL~LISA CONI©C.B.E.C.~L.C.©C.C.-Freie Kunstschaffende; SCI-FI-Autorin, Modell,-+Kunstdesignerin#
#~IMPRESSUM: Christel Nihues (C.N.©)~As~C.B.E.C.~L.C.©C.C.~Kunst&Medienscaffende~/H.-Büssing-Ring-37~*38102*~PF-3520~D-38025~Braunschweig#
#####~LISA CONI©LAC~Publish/~NEWS-By~CRYSTAL~LISA CONI©~C.B.E.C.~L.C.©C.C.~#####
©~Stand-2016/-2020=Text/Inhalt/Gestaltung/INFO+Anzeigenherstellung&All Rights Reserved©By Christel Nihues Alias-C.B.E.C.~L.C.©C.C.- seit-1991/92