

mit DER
SOFTWARE
TITEL

15. April 2003

Woche 16

Nr. 614

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

Diese Woche: 88 Titel

Alles Blanco
Autoland Sachsen
Bayern Burgen Blasmusik
besser leben
Bildungsbuch
Business & Charity
Business & Charity Award
Business @ Charity
Business And Charity
Business by Charity
Business For Charity
Business helps Charity
Business meets Charity
Business Plus Charity
Business Pro Charity
BusinessMobility
Card Master
Charity by Business
Charity Powered by Business
Chart Rotation
Content Quality Management
Create First
Das blaue Wunder

Das Ur-Gesetz
Dataportal
Datareport
Der Geschichtsschreiber
Der Glücksschmied
Der verpflanzte Baum
Design in Bayern - Das Handbuch
Destination Based Services
Die 10 größten Deutschen
Die 10 größten Hits des Jahres
2003
Die vergessene Welt
Erleb Dein Markenwunder
Frau mit Ideen
Frau mit Spaß
Frau von heute
free Mind Magazin
FUTURE OF AUTOMATION
Gesundheit für alle!
Helden auf Zeit
HIRO Card Master
HIRO Rätsel Master
INDUSTRIAL AUTOMATION

Kino - das deutsche Filmmagazin
Kino - the German Filmmagazin
Konflikte & Kreativität
Konflikt-Kopfstand
Kunst im Fluss
lunch & learn
lunch 'n learn
lunch and learn
Markenwunder
medienprozesse.de
medienprozesse
MEGA HIRO
MEGA HIRO Card Master
MEGA HIRO Rätsel Master
MegaHiro
Mobility and Business
Oldtimer Handbuch
Oldtimer Jahrbuch
Pluratel
Pro Charity
PROCESS AUTOMATION
Rätsel Master
Ride Now

Ridenow
SCHANZE'S ARD-BISTRO
SCHANZE'S BISTRO
Schattenspiele
schöner leben
Songsation
St. Pauli Verführer
STARCASTING
Sterben & leben ... für Anfänger!
Sterben ... für Anfänger!
Sterben kann Spass machen!
SÜDSEITE
SÜDSEITEN
Tide Surfmagazin
Tower Play
Verschollen im Paradies
Vom Denken und von
Denkmaschinen
WORLD OF AUTOMATION
ZU VIERT IM BETT
ZU€RICH CLUB

Spezialist in
Titelschutz-
Recherchen

Täglich ergänzte Titelschutzanzeigen-, Fernsehtitel-,
Pay-TV- und Softwaretitel-Datenbanken; Titelrecherchen;
Schnellauskünfte; Literaturzusammenstellungen etc.

O. Gracklauer

EIN COMPU-MARK UNTERNEHMEN



www.gracklauer.de info@gracklauer.de Tel 030 825 81 39 Fax 030 826 20 39

NEU: Fon: +49-40/609 009 - 61 • Fax: +49-40/609 009 - 66, www.titelschutzanzeiger.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

Medien-Recht: Urteile & News

Disneys Mogli, Balu und Shanti

Kein Markenschutz für Dschungelbuch Charaktere

Seit dem 28.03.2003 läuft das „Dschungelbuch 2“ die Fortsetzung des Disney Zeichentrick-Klassikers in den deutschen Kinos. Und auch die entsprechenden Merchandising und Promotion Aktionen nehmen Fahrt auf. So kündigte Procter&Gamble gestern Sondereditionen und limitierte Produktzugaben mit den Filmprotagonisten für Ariel, Tempo und Bounty Produkte an.

Erstaunlicherweise und abweichend vom Vorgehen bei anderen Filmen findet sich jedoch unter den mehr als 350 Marken des Disney Konzerns mit Schutzwirkung für Deutschland nur eine einzige Eintragung in Zusammenhang mit der Geschichte um Mogli, Balu und Baghira. Der Name eben dieses gutherzigen Panthers ist in der

englischen Schreibweise „Bagheera“ als Internationale Registrierung seit 1977 für Spielzeug und Sportartikel von der Walt Disney Company geschützt.

In der deutschen Schreibweise finden sich zwei Marken der MuZ Motorrad- und Zweirad GmbH, Hersteller der legendären MZ. Das Modell Baghira wird stilecht auch in der Version Black Panther ausgeliefert.

Ebenso von dritter Seite angemeldet existieren für den Namen der Dschungelbuch Hauptperson Mogli zwei Eintragungen in den Registern der deutschen Marken, Europäischen Gemeinschaftsmarken und Internationalen Registrierungen. Der Name seines väterlichen Freundes Balu wird von insgesamt sieben Marken beansprucht. Keine Treffer ergibt die Suche nach Moglis gefährlichem Gegenspieler dem Tiger Shir

Khan. King Louie, der König der Affen ist mit einer Marke bedacht. Für die hypnotische Schlange Kaa findet sich eine Eintragung. Moglis Freundin Shanti, die im zweiten Teil eine bedeutende Hauptrolle spielt, kommt auf insgesamt fünf namensgleiche Markenregistrierungen.

Keine Eintragungen lassen sich für „Dschungelbuch“, „Dschungelbuch 2“ und „Jungle Book“ ermitteln.

Auch im Domainbereich ist Disney nicht übermäßig aktiv geworden, außer der Domain „junglebook2.com“ befinden sich nahezu alle Domains für die Begriffe „Dschungelbuch“, „Dschungelbuch2“ und „Junglebook“ in fremdem Besitz.

Der nicht vorhandene Markenschutz könnte sich für Merchandising Maßnahmen durchaus negativ auswirken. Markenrechtsspezialist Rechts-

anwalt Karsten Pehm erläutert: „Während Filmtitel und Design der Figuren durch Titelschutz gemäß § 5 Abs.3 MarkenG bzw. § 2 Abs.2 Nr.4 UrhG geschützt sind, stellt sich die Lage bei den Rollennamen differenzierter dar. Der wirksamste Schutz wäre hier die eingetragene Marke für die relevanten Waren- und Dienstleistungsklassen.“

Ob sich Ansprüche gegen die namensgleichen Konkurrenzmarken durchsetzen lassen, darf bei der vorliegenden Datenlage bezweifelt werden.“

www.markenplatz.de

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

Design in Bayern - Das Handbuch

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**AFM Verlag GmbH,
Parsdorfer Straße 2, 85598 Baldham**

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

Oldtimer Jahrbuch Oldtimer Handbuch

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen und mit allen Zusätzen für sämtliche Medien einschließlich Bild-, Ton-, Bildton-, Datenträgern und sonstigen Aufzeichnungsmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstigen elektronischen und digitalen Medien und Netzwerken einschließlich Off-Line und On-Line Diensten, sonstigen audiovisuellen, elektronischen und digitalen Medien, sowie Software-Erzeugnissen, CD-ROM, CD-I, DVD, Telekommunikationsdienstleistungen, Merchandising, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**Classic Data Datenverarbeitungs- und
Verlagsgesellschaft mbH,
Wittener-Straße 105, 44575 Castrop-Rauxel**

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe:
Nr. 615 erscheint am 23.04.2003

Anzeigenschluss:
17.04.2003, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe:
Nr. 618 erscheint am 13.05.2003

Anzeigenschluss:
09.05.2003, 10 Uhr

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

Medien-Recht: Urteile & News

Anwälte dürfen mit „optimal“ werben

Grundsätzlich dürfen Rechtsanwälte in Deutschland in ihrer Werbung mit der Formulierung agieren, dass sie die Interessen ihrer Mandanten „optimal wahrnehmen“. Nach Ansicht des Bundesverfassungsgericht (BverfG) stellen entsprechende Aussagen keine verbotene Werbung dar. Anders lautende Urteile von Fachgerichten verletzen die Rechtsanwälte

in ihrer Berufsausübungsfreiheit.

Eine Kanzlei war mit folgender Werbe-Aussage im Internet aufgetreten: Rechtsanwalt hat es sich zu seiner wichtigsten Aufgabe gemacht, die wirtschaftlichen Interessen seiner Mandanten optimal zu wahren und durchzusetzen.“ Gegen diese Aussage waren Kollegen vorgegangen und

hatten beim Oberlandesgericht (OLG) Brandenburg eine Verurteilung des Anwalts zur Unterlassung dieser Werbung erreicht.

Von großem Interesse ist der Beschluss des Bundesverfassungsgerichts wegen seiner Kritik am OLG Brandenburg: Es sei „verfassungsrechtlich bedenklich“, weil es die Grundsätze des BverfG zur an-

waltlichen Werbung nicht angewendet habe. Es sei gerade nicht verboten, mit einem Werturteil und einer subjektiven Beschreibung zu werben. Die Formulierung „optimale Interessenvertretung“ sei nicht anpreisend. Die Rechtssuchenden mit durchschnittlichem Leseverständnis wüssten schon, was sie davon zu halten hätten. (rd)

*BverfG vom 28. Februar 2003
AZ: BvR 189/03*

„Es ist nicht verboten, mit einem Werturteil und einer subjektiven Beschreibung zu werben.“

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

Konflikte & Kreativität Konflikt-Kopfstand

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten in allen Medien, insbesondere Druckerzeugnissen, Spielen, Software-Erzeugnissen, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträgern aller Art, elektronischen und digitalen Medien und Netzwerken, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Diensten und sonstigen Online-Medien.

**RAe Palaschinski & Partner,
Ballindamm 8, 20095 Hamburg**

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

MegaHiro MEGA HIRO

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Schriftart, graphischen Gestaltung, Abwandlung, Abkürzung, Wortverbindung, Titelskombination als Einzel- und Reihentitel für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, sowie Offline- und Onlinedienste, Hörfunk- und Fernsehsendungen, audiovisuelle Medien und Multimedia-Anwendungen sowie Merchandising.

**Rechtsanwalt Dr. Marcus Pilla,
Marienplatz 26, 80331 München**

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

PROCESS AUTOMATION WORLD OF AUTOMATION FUTURE OF AUTOMATION INDUSTRIAL AUTOMATION

in allen Schreibweisen, Kombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Schriftarten und mit allen Zusätzen für Druckereierzeugnisse, Veranstaltungsnamen, Messenamen, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Druck- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Patent- und Rechtsanwaltssozietät
GRAMM, LINS & PARTNER GbR,
Theodor-Heuss-Straße 1, 38122 Braunschweig**

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

Frau von heute Frau mit Spaß Frau mit Ideen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, grafischen Gestaltungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien, fern für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD.

**Rechtsanwalt Dipl.-Kfm. Wolfgang Naegele,
Ballindamm 35, 20095 Hamburg**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

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

ZU€RICH CLUB

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**FID Verlag GmbH,
Koblenzer Straße 99, 53177 Bonn**

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

St. Pauli Verführer

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Interessengemeinschaft St. Pauli e.V.,
Reeperbahn 154, 20359 Hamburg**

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

Verschollen im Paradies

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien einschließlich Merchandising.

**RTL Television GmbH,
Aachener Straße 1036, 50858 Köln**

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

Das blaue Wunder

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**POLYPHON Film- und Fernsehgesellschaft mbH,
Jenfelder Allee 80, 22039 Hamburg**

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

Kunst im Fluss

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, inkl. Internet, Entertainment Aufführungen, Veranstaltungen und Merchandising.

**RA Stefan-C. Birch,
Sierichstraße 57, 22301 Hamburg**

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

SÜDSEITE SÜDSEITEN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Preu Bohlig & Partner, Rechtsanwälte
Steuerberater und Wirtschaftsprüfer,
Freiligrathstraße 27, 40479 Düsseldorf**

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

Markenwunder Erleb Dein Markenwunder

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Kombinationen und Wortverbindungen für alle Medien, einschließlich Bücher, Zeitschriften, Zeitungsveröffentlichungen und andere Druckerzeugnisse, sowie Bild-Ton-Träger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Off- und Online-Dienste, alleinstehend und mit allen etwaigen Zusätzen für sinngemäße Titel - als Einzel oder Reihentitel - in allen Sprachen und sinngemäßen Übersetzungen.

**Taylor Wessing, Rechtsanwälte,
Senckenberganlage 20-22, 60325 Frankfurt am Main**

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

Das Ur-Gesetz

in allen Abwandlungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Titelkombinationen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Merchandising, alle Printmedien und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, Off-line- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien sowie öffentliche Veranstaltungen.

**RAe CMS Hasche Sigle,
Stadthausbrücke 1-3, 20355 Hamburg**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

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

Tide Surfmagazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Tide Surfmagazin,
Holzstraße 11 Aufgang 3, 80469 München**

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

Helden auf Zeit

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Wirtz & Kraneis RA,
Sachsenring 83, 50670 Köln**

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

Alles Blanco

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Brand New World,
Sandstraße 33, 80335 München**

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

Bildungsbuch

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

**Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft,
Reifenbergerstraße 21, 60489 Frankfurt am Main**

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

Ride Now Ridenow

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Vereinigte Motor-Verlage GmbH & Co. KG,
Leuschnerstraße 1, 70174 Stuttgart**

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

Content Quality Management

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Variationen, Kombinationen, Schriftarten, Übersetzungen, Kombinationen, Abwandlungen, Abkürzungen, Zusätzen und in allen Medien und Publikationsformen.

**Wittkewitz Consulting,
Warmbüchenstraße 21, 30159 Hannover**

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

Destination Based Services

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

**Betreiber-gesellschaft RegioOnline mbH,
Schiffgraben 46, 30175 Hannover**

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

Sterben ... für Anfänger! Sterben & leben ... für Anfänger! Sterben kann Spass machen!

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, grafischen Gestaltungen, in sämtlichen Medien, einschließlich Ton-, Bild- und Bildtonträgern, Hörfunk, Film, Fernsehen, Software, Offline- und Onlinedienste, CD-ROM, CD-I, DVD und sonstige Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

**Hado Prützmann,
Ohmstraße 20, 80802 München**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

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

Gesundheit für alle!

in allen Darstellungsformen, für alle Medien.

**O. Gracklauer,
Wallotstraße 7 A, 14193 Berlin**

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

Vom Denken und von Denkmaschinen

in jeder Schreibweise, Darstellungsform und Wortverbindung in allen Medien.

**Hippocampus Verlag KG,
Bismarckstraße 10, 53604 Bad Honnef**

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

JOURNAL DE ACASA

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**MA/MA/COM MAIER & MARASOIU GBR,
Neuhauser Straße 63, 73760 Ostfildern**

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

Der Geschichtsschreiber

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Blauwerk media,
Regierungsstraße 57, 99084 Erfurt**

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

Chart Rotation

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Zusammensetzungen, Wortverbindungen und Kombinationen zur Verwendung in allen Medien, insbesondere im Hörfunk und elektronischen Medien und öffentlichen Veranstaltungen.

**Radio Herford Betriebsgesellschaft mbH & Co. KG,
Niedernstraße 21-27, 33602 Bielefeld**

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

Autoland Sachsen

Automobile State of Saxony

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Schriftarten und mit allen möglichen Zusätzen sowie in allen klanglichen Umschreibungen für Druckerzeugnisse, Bild- und Datenträger aller Art.

**Patentanwaltkanzlei Dr. Horn,
Draisdorfer Straße 69, 09114 Chemnitz**

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

SCHANZE'S ARD-BISTRO SCHANZE'S BISTRO

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Kombinationen, Darstellungsformen, Abkürzungen und mit allen Zusätzen für Druckerzeugnisse, für Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off-Line und On-Line-Diensten sowie für Bild-, Ton- und Datenträger und für Aufführungen in allen Medien.

**Musikfilm key media productions GmbH,
Münchner Straße 19, 82319 Starnberg**

Verlängerung und 50% Rabatt?

Mit der Wiederholung Ihrer Titelschutzanzeige können Sie die Schutzfrist um ein halbes Jahr verlängern. Sie buchen, wir kümmern uns um die rechtzeitige Veröffentlichung. Auf die zweite Anzeige gewähren wir Ihnen 50% Rabatt.

Fon: +49 40 / 609 009-61

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

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

medienprozesse medienprozess.de

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Apenberg+Partner GmbH,
Ulmenstraße 21, 22299 Hamburg**

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

Kino - das deutsche Filmmagazin Kino - the German Filmmagazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Deutsche Welle, Justitiariat,
Raderberggürtel 50, 50968 Köln**

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

Schattenspiele

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Kombinationen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Abkürzungen, Abwandlungen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln für alle Medien und Druckerzeugnisse.

**Verlag Ziegler & Partner GbR,
Brehmstraße 11, 40239 Düsseldorf**

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

free Mind Magazin

**Alles was Sie über sich selbst und andere schon
immer wissen wollten**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**IPS Pressevertrieb GmbH,
Postfach 12 11, 53334 Meckenheim**

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

Pluratel

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medienerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Software-Erzeugnisse, Printmedien, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Anwaltskanzlei Michael Bernzott,
Niederhohlstraße 12, 76863 Herxheim**

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

lunch & learn lunch and learn lunch 'n learn

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen für alle Medien, insbesondere Printmedien, elektronische Medien und Netzwerke, Bild-, Ton- und Datenträger.

**SAMMLER VOLHARD BREN & LANGE,
Burgplatz 7, 04109 Leipzig**

Gemäß § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Mobility and Business BusinessMobility

in allen Schreibweisen, möglichen Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten in allen Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Netzwerke, insbesondere CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Rechtsanwalt Dr. Gerth Arras,
Eugenstraße 16, 70182 Stuttgart**

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

ZU VIERT IM BETT

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Ton- und Fernsehrundfunk, alle sonstigen elektronischen Medien und Netzwerke, Bild-, Ton- und Datenträger, Spielfilmproduktionen und Druckerzeugnisse.

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

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

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

Datareport Dataportal

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien.

**Peter Schmidt Group,
Feldbrunnenstraße 27, 20148 Hamburg**

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

Die 10 größten Deutschen Die 10 größten Hits des Jahres 2003

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien einschließlich Merchandising.

**RTL Television GmbH,
Aachener Straße 1036, 50858 Köln**

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

Songsation

in jeder Schreibweise, Schrift- und Darstellungsform, Variation und Abkürzung für Schriftarten und Rundfunk- sowie Fernsehsendungen, für Film und Video sowie sonstige Bild- und/oder Tonträger aller Art, Printmedien, Druckerzeugnisse sowie elektronische, audiovisuelle und/oder digitale Medien und/oder Daten- und Verbreitungswege sowie Off-/Online-Services, Veranstaltungen, Merchandising in jeder Form und für sämtliche Merchandisingartikel sowie sonstige geschäftliche Bezeichnungen.

**Dr. Michael Roggen Rechtsanwalt,
Sternstraße 67, 40479 Düsseldorf**

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

STARCASTING

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Wortverbindungen und graphischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich DVD, CD-ROM, CD-I, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMTS, SMS, WAP), Internet, Internet-Domains und -Homepages, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Starcasting.de / Ralph Sporleder Werbeagentur,
Grossheidestraße 49, 22303 Hamburg**

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

Der Glücksschmied Der verpflanzte Baum

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Hörspiel, Film, Fernsehen, Video, Telekommunikation und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off-line- und On-line-Diensten, Off-line- und On-line-Medien und Produkte, Internet-Domains, Konzert-, Festival-, Musik-, Musical-, Theater- und andere Veranstaltungen, Bühnenshows, Merchandising- und Druckereierzeugnisse sowie Literatur, insbesondere Zeitschriften, Newsletter, Bücher und andere Printmedien und Publikationen, Bild-, Ton-, Bildton- und Datenträger jeder Art.

**Busse & Partner,
Robert-Koch-Straße 1, 80538 München**

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

Rätsel Master Card Master HIRO Rätsel Master HIRO Card Master MEGA HIRO Rätsel Master MEGA HIRO Card Master

jeweils in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Schriftart, graphischen Gestaltung, Abwandlung, Abkürzung, Wortverbindung, Titelkombination jeweils als Einzel- und Reihentitel für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, sowie Offline- und Onlinedienste, Hörfunk- und Fernsehsendungen, audiovisuelle Medien und Multimedia-Anwendungen sowie Merchandising.

**Rechtsanwalt Dr. Marcus Pilla,
Marienplatz 26, 80331 München**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

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

Die vergessene Welt

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien einschließlich Merchandising.

**RTL Television GmbH,
Aachener Straße 1036, 50858 Köln**

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

Create First

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**redtec publishing GmbH,
Greber Straße 46 a, 85586 Poing**

Unter Hinweis auf § 5 Absatz 3 Markengesetz nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Tower Play

in jeder Schreibweise, Abkürzung, Darstellungsform und grafischer Gestaltung zur Verwendung für alle Printmedien, Hörfunk und Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I sowie ONLINE-Dienste.

**KOCH MEDIA Deutschland GmbH,
Lochhamer Straße 9, 82152 Planegg/München**

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

**Business & Charity
Business And Charity
Business For Charity
Business Pro Charity
Business Plus Charity
Business by Charity
Business @ Charity
Business helps Charity
Business meets Charity
Business & Charity Award
Pro Charity
Charity by Business
Charity Powered by Business**

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten und Zusätzen für Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, einschließlich CD-ROM, CD-I, DVD, ferner für elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Online-Medien, Online- und Offline-Dienste sowie sonstige Medien-Dienstleistungen und Medienprodukte aller Art, für Domain-Bezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, für Event-Merchandising sowie für Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen aller Art.

**PA Dipl.-Ing. Tilmar Konle,
Benderstraße 23 a, 81247 München**

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

Bayern Burgen Blasmusik besser leben schöner leben

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.

**RAIn Bettina Krause,
Hauptstraße 35, 82327 Tutzing**

Rund 30.000 Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter:

www.titelschutzanzeiger.de

mit DER
SOFTWARE
TITEL

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV, Film und Software

15. April 2003

Woche 16

Nr. 614

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG

Eidelstedter Weg 22, 20255 Hamburg

Fon: (040) 609 009-0, Fax: (040) 609 009-66

titelschutz-anzeiger@presse-fachverlag.de

www.titelschutzanzeiger.de

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

Redaktion: Angela Lautenschläger (AL), -61, Ralf Deppe (RD), -80

Ansprechpartner für Titelschutzanzeigen:

Angela Lautenschläger, -61

Geschäfts-/Seitenteilanzeigen:

Manuela Busche, -51

Druckauflage: 3.400 Verbreitete Auflage: 3.100

Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel: monatlich

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare, Geschäftsführer und Entscheider in Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten, Produzenten von audiovisuellen und elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträgern, Software).

Bezugspreis: Jährlich € 80,- zzgl. USt. (inkl. Versand) Für Empfänger aus dem o.g. Verkehrskreis kostenlos.

Preis für Titelschutzanzeigen:

Standard mit einem Titel € 150,- ,jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige plus € 35,- 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

Postbank Hamburg, Kto. 276913-208, BLZ 200 100 20

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

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH, 22850 Norderstedt

© 2002 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.



JA – ich möchte ein Probeabonnement für die nächsten sechs Ausgaben **dnv – der neue vertrieb** zum Vorzugspreis von 30,- Euro (zzgl. Umsatzsteuer)! Wenn ich vom **dnv** überzeugt bin und nicht innerhalb einer Woche nach Erhalt der fünften Ausgabe schriftlich abbestelle, erhalte ich **dnv** zum günstigen Abonnementspreis von 160,- Euro (zzgl. Umsatzsteuer) für 26 Hefte im Jahr.

Probeabonnement

Fax: 040/609 009-66

Firma _____

Name, Vorname _____

Straße _____

PLZ, Ort _____

Tel. _____

USt.Nr. _____

Datum, Unterschrift _____

Bitte in Blockschrift!

TS

Presse Fachverlag

Eidelstedter Weg 22 • 20255 Hamburg
Telefon 040/609 009-61 • Telefax 040/609 009-66
angela.lautenschlaeger@presse-fachverlag.de
www.presse-fachverlag.de