

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 120 Titel

11 - Berater	EINKAUFSQUARTIER	Kölner Stadtmagazin	SHOPPING MALL
11 - Beratung	ELF - Berater	Kupon XXL	Signale des Körpers richtig deuten - Ein...
11 - how	ELF - Beratung	Lead how / Be how / Basis how	SNH Europe
11 - Philosophie	ELF - how	Logic in der Praxis	SNH Europe GmbH
11 - Vision	ELF - Philosophie	M.A.R.S. - Der Männerknast	snow TEST
59. Lippstädter Stadtmagazin	ELF - Vision	MALL	snowboard TEST
A - Makler	Entdecke die Welt mit mir	MEGA-was-LOS	Spaß TV
AAA - Erfolgsteam	Entfrustinator	Meine Tage mit Ron Sommer - ...	Stauffenberg - das Attentat auf Hitler
Ableton Live in der Praxis	Erlebe die Welt mit mir	Möllner Anzeiger	Studio Akustik
Ahrensburger Anzeiger	Eva Loewe - Keine Angst vor großen...	MOTORRAD Blitz	Sunny
All area access	Fab	MOTORRAD Express	Täglich im Einsatz
Allein unter Kerlen	feat	MOTORRAD Extra	Täglicher Einsatz
Alles ist möglich	Festival Formula - Campeonato del...	MYTHOS BERN	Taschenlexikon Beschallung
American Golf Cup	Filmrecht - Die Verträge	Neumann - The Microphone Company	Taschenlexikon Harmonielehre
Apollo - Der Singlehund	Finale in der Praxis	NO MONO	Teammaster / Teammagneten / Teammoderator
Bargtheider Anzeiger	Finanztomographie	Nostradamus Erben - dem Mörder...	Touch
bigdeal by bigben interactive	Freifließen / Verrücktes Verankern /	Orthodontie	Tutti Frutti, Branchennews für Lebensmittel-...
bike TEST	Höhendenken / Ganzsinnen	Perfect Vocals	TV kompakt
Bildungshafen	Funktionelle Orthodontie (FO)	Practice Guitar	TV Mini
Bio(-)Funktionelle Orthodontie	Ganz normale Härte - Der Männerknast	Pure	TV Spaß
Biofunktionelle Orthodontie (BFO)	Gelübde des Herzens	Quetzow - Der Männerknast	VioWell
Celebrity Branding	Glinder Anzeiger	Quizzen & gewinnen	VOM BRIEFING BIS ZUR BRIEFMARKE
Celebrity Marketing	Guano Apes - Das Songbook	Quizzen mit Glück & Verstand	Warum ich ?
Coupon XXL	hitec. die dokumentation	Ratzeburger Anzeiger	Was wär' die Welt ohne...
Cover	hitec. die reportage	Reinbeker Anzeiger	Wer nicht quizzt, der nicht gewinnt
Das ABC des Glücks	Homes & Holidays	Russisch Brot	Wie wär' das Leben ohne...
Das digitale Tonstudio	Innovationsfirma	Sax Clinics	XXL Coupon
Das Flügelhorn	Jolie	Schwamm-drüber-Tag	XXL Kupon
Das MEGA-was-LOS Glücks-Quiz	JVA - Der Männerknast	SHOP	
Die ganze Welt der Küchen	JVA Quetzow	SHOP & STYLE	
Die MEGA-was-LOS Show	kino&kult	SHOPPING	

Medien-Recht: Urteile & News

Was fehlt? Ein neuer Name für Fiats neuestes Modell

Der italienische Automobilhersteller Fiat will den bislang vorgesehenen Namen Gingo für sein neues Kleinwagenmodell wieder zurückziehen: Wg. zu großer Ähnlichkeit mit dem schon eingeführten Modellnamen Twingo des französischen Konkurrenten Renault. Zwar betonte ein Fiat-Sprecher, dass Renault kaum eine Chance gehabt hätte, die Umbenennung vor Gericht zu erzwingen, doch wolle sich Fiat nicht vor Gericht zerren lassen. Die Einführung des neuen Modells ist nach wie vor für September geplant. Über die Kosten des in letzter Minute geänderten Typ-Namens wollte sich Fiat nicht äußern. Das neue Fiat-Modell wird nun wieder Panda heißen. Dieser Name, so Fiat, sei eine außerordentlich erfolgreich eingeführte Marke, die seit 23 Jahren auf vielen internationalen Automobilmärkten bekannt sei.

Bei Fiat hat man offenbar versäumt, diesen vermeidbaren Namenskonflikt zu lösen. Dabei ist diese Namensrevidierung kein Einzelfall, sondern zeigt erneut, dass bei der Benennung eines Produktes Identität und Ähnlichkeit mit bereits existierenden Marken und anderen Schutzrechten sehr intensiv geprüft werden müssen, um teure Konflikte zu vermeiden. Obwohl es bereits viele kostspie-

lige Namens-Faux-Pas gegeben hat, richten viele Unternehmen und Markenartikelhersteller noch immer zu wenig Augenmerk auf die vorherige Prüfung.

Auf die Entwicklung kreativer und gleichzeitig rechtlich sicherer Namen für Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen hat sich zum Beispiel die Kölner Agentur Endmark AG spezialisiert. Ein Team aus Rechtsanwälten, Rechercheuren und internationalen freien Korrespondenten sucht im Auftrag großer Unternehmen, Markenartikelhersteller und Agenturen ständig die Nadel im Heuhaufen. Von einhundert frei kreierte Namensvorschlägen erzeugen im Durchschnitt 99 markenrechtliche Konflikte. Wenn also nur ein Prozent die rechtlichen Hürden schafft, benötigt man ein entsprechend großes Vorschlagsportfolio, um auch den sonstigen Marketingkriterien gerecht zu werden.

Verglichen mit weiteren Kommunikationsausgaben einer Markeneinführung zählt die Investition in einen Namefinding-Prozess zu den zeitlich und finanziell eher geringeren Aufwendungen. Je nach Umfang der notwendigen Recherchen und Prüfungen werden zum Beispiel bei Endmark für die reine Namensentwicklung drei bis sechs Wochen veranschlagt. Die Kosten liegen in der Regel zwischen 10.000 und 50.000 Euro.

Nähere Informationen unter www.endmark.de (RD)

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Medien-Recht: Urteile & News

Naddel vs. Dieter und Müller-Milch: Waren Markenspekulanten schneller?

Die aktuelle Werbekampagne der Molkerei Alois Müller GmbH mit Protagonist Dieter Bohlen ist dessen ehemaliger Lebenspartnerin Nadja Abd el Farrag ein Dorn im Auge. Bohlen als Vorsitzender der virtuellen Müller-Partei verspricht in Fernsehspots und Printwerbung allen Einsendern von 10 Jogurtbecher-Deckeln der Marke Müller eine „Anstecknaddel“.

Während Nadja Abd el Farrag in Deutschlands größter Boulevard-Zeitung stolz mit der Markenkunde für die Wortmarke „Naddel“, ihrer Waffe im Kampf gegen Dieter und die Anstecknaddeln posiert, wird übersehen, dass sich noch andere Player auf das Spielfeld begeben könnten.

Es gibt drei identische Markeneinträge, die im Vergleich zur Marke von Nadja Abd el Farrag aus dem November 2002 deutlich älter sind. Aus dem November 1998 stammt die Wort-/Bildmarke eines Markeninhabers aus Braunschweig, angemel-

det für Merchandising, Partyveranstaltung und Tonträger. Nur wenige Tage jünger aus dem Dezember 1998 ist die Wortmarke „Naddel“, die auch für die Klasse 14, also Schmuckwaren, gesichert ist. Da die Anstecknaddeln dieser Klasse zuzuordnen sind, kann diese prioritätsälteste Marke dieser Klasse für den Namensstreit von Bedeutung werden. Die Inhaber dieser Marke sind sich dieser Tatsache bewußt und wägen nach eigener Aussage gegenüber Markenplatz derzeit ab, welche Schritte einzuleiten sind. Eine weitere Wortmarke, u.a. auch für die Klasse 35 (Werbung) hat ihren Eigentümer in Tabarz, der seinerseits derzeit dabei ist, die Sachlage zu prüfen und sich dabei alle Schritte vorzubehalten.

An die Markeninhaber dieser prioritätsältesten Marke wurde in dem Namensstreit von den derzeitigen Konfliktparteien bislang nicht herangetreten. In den breiten Medien findet PR-wirksam nur der Streit zwischen „Naddel“, Dieter und Müller-Milch seinen Platz. Rechts-

anwalt Arne Platzbecker, anwaltlicher Vertreter von Nadja Abd el Farrag, erklärte gegenüber markenplatz.de, er habe in diesem Streit eine einstweilige Verfügung vor dem Landgericht Hamburg erwirkt, da der Spot für Müller-Milch die allgemeinen Persönlichkeitsrechte seiner Mandantin verletze. Zusätzlich liege auch eine Markenrechtsverletzung vor. Die Nutzung des Begriffes „Naddel“ für eine Anstecknadel kollidiere mit der eingetragenen Marke seiner Mandantin, welche auch den Schutzbereich Schmuck umfasse.

Aufstellung: „Naddel“-Marken im Register des DPMA

1. Marke: Naddel
Markenform: Wortmarke
Anmeldedatum: 25. November 2002
Klassen: 03, 14, 16, 18, 21, 30, 35, 45

2. Marke: Naddel
Markenform: Wortmarke
Anmeldedatum: 09. Juli 1999
Klassen: 03, 32, 33

3. Marke: Naddel
Markenform: Wortmarke
Anmeldedatum: 01. Dezember 1998
Klassen: 14, 16, 41

4. Marke: Naddel
Markenform: Wort-/Bildmarke
Anmeldedatum: 28. November 1998
Klassen: 09, 35, 41

Die Naddel-Marken: Frau Nadja Abd el Farrag ist nur die prioritätsjüngste Marke zuzurechnen.

Doch nicht nur um Naddel, auch um die meisten anderen Promi-Spitznamen ist längst ein Rennen entbrannt, das beim Deutschen Patent- und Markenamt ausgetragen wird. Welches die beliebtesten Spitznamen sind, und ob die Prominenten sich selber ihren eigenen Namen als erste sichern konnten, berichtet Markenplatz in seiner morgigen Ausgabe.

Quelle: www.markenplatz.de

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

**EINKAUFSQUARTIER
SHOP
SHOPPING MALL
MALL
SHOP & STYLE
SHOPPING**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Printmedien und/oder elektronische Medien, Hörfunk, Film und Netzwerke, On-Line-Dienste sowie für Bild-, Ton- und Datenträger.

**Rechtsanwälte Berghaus, Hartmann, Duin, Strüber
und Dr. Kiehne,
Postfach 11 48, 26581 Aurich**

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

**Cover
Sunny
Jolie
Pure
Fab
Touch**

in allen Schreibweisen und graphischen Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, für alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke.

**RAe Schäckermann & Kollegen,
Jakobstraße 41-43, 59494 Soest**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

VOM BRIEFING BIS ZUR BRIEFMARKE

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, maschinenlesbare Datenträger, elektronische und digitale Medien.

**PAe von Fünser, Ebbinghaus, Finck, Hano,
Mariahilfplatz 2 & 3, 81541 München**

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

Orthodontie Funktionelle Orthodontie (FO) Biofunktionelle Orthodontie (BFO) Bio(-)Funktionelle Orthodontie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Georg Risse,
Bogenstraße 15/16, 48143 Münster**

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

Täglich im Einsatz Täglicher Einsatz

In allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Kino-, Rundfunk- und Fernsehsendungen, sonstige audiovisuelle Medien und Träger sowie Druckerzeugnisse.

**U5 Filmproduktion GmbH & Co. KG,
Hanauer Landstraße 52, 60314 Frankfurt**

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

Schwamm-drüber-Tag

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse und alle sonstigen Medien, insbesondere für Hörfunk, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien, sowie für Software-Erzeugnisse und Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**PAe und RAe Eisenführ, Speiser & Partner,
Zippelhaus 5, 20457 Hamburg**

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

Meine Tage mit Ron Sommer - Innenansichten der Deutschen Telekom

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Zusätzen, allen Arten der graphischen Gestaltungen für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film- und Tonwerke, Rundfunk- und Fernsehproduktionen, Tonträgerpromotion, Audiotexte, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (MiniDisc), CD-ROM, CDs, CD-R, CD-I, Domains und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, digitale und elektronische Medien und Netzwerke, z.B. Internet, Intranet, Extranet, einschließlich Offline- und Online-Dienste, sämtliche sonstigen Daten- und Kommunikations-Dienste und -Netze u.ä., für alle Druckerzeugnisse, insbesondere Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form.

**RAuN Dr. Andreas Manthey,
Sächsische Straße 70, 10707 Berlin**

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

Coupon XXL Kupon XXL XXL Coupon XXL Kupon

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, sowie Bild-Ton-Träger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-ROM, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Robert Hopperdietzel Unternehmensberatung,
Bürgermeister-Drey-Straße 22, 82140 Olching**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

bigdeal by bigben interactive

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Bigben Interactive GmbH,
Walter Gropius Straße 24, 50126 Bergheim**

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

59. Lippstädter Stadtmagazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Friedhelm Thien, RA und Notar,
Gewerbepark Grüner Weg 30, 59269 Beckum**

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

Spaß TV TV Spaß TV Mini TV kompakt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Weitnauer Rechtsanwälte,
Ohmstraße 22, 80802 München**

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

Kölner Stadtmagazin

in jeder Schreibweise, Kombination und Darstellungsform für alle Medien, insbesondere Printmedien, elektronische Medien und Netzwerke, Rundfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger.

**LINKLATERS OPPENHOFF & RÄDLER
Rechtsanwälte Steuerberater,
Hohenstaufenring 62, 50674 Köln**

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

Entdecke die Welt mit mir Erlebe die Welt mit mir

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen und für alle Medien, einschließlich Ton- sowie Bildtonträgern, Film, Hörfunk, Fernsehen (insbesondere, aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für entsprechende Fernseh-, Film- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Online- und Offline-Dienste, sonstige Online- sowie audiovisuelle Medien und Multimedia-Anwendungen sowie Software-Erzeugnisse, DVD, CD, CD-ROM, CD-I, MD und andere Datenträger, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, MMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Geschäftsbezeichnungen aller Art, Domain-Bezeichnungen im Internet und Intranet sowie Merchandising.

**Dr. Heide & Partner GmbH,
Mühlenstraße 51 A, 13129 Berlin**

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

Das digitale Tonstudio All area access Taschenlexikon Harmonielehre Sax Clinics Neumann - The Microphone Company Guano Apes - Das Songbook Perfect Vocals Practice Guitar Logic in der Praxis Finale in der Praxis Taschenlexikon Beschallung Ableton Live in der Praxis Filmrecht - Die Verträge Studio Akustik Das Flügelhorn

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen für Ton-, Daten-, Bildträger, für periodische Druckschriften und/oder andere Publikationen, sowie für alle sonstigen Medien.

**RA Schmid-Loiper,
Waldstraße 4, 82194 Gröbenzell**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Unter Hinweis auf §5-Abs.3-MarkenG nehme ich Titelschutz in Anspruch für eig.verbundene Urheber-Werktitel, Herstellung u. Bezeichnung in allen Schreibweisen, Zusammenhängen, Darstellungs-, u.Veranstaltungsformen, Titelkombination+Wortverbindungen, für alle Medien, Druckerzeugnissen, Hörfunk, Film, audiovisuellen, elektronischen u.digitalen Medien aller Art, Netzwerke,-Bild,-u. Ton-u. Datenträger (siehe auch Titelschutzanzeiger Nr.603-/Nr.-613-und Nr.629-2003) für:

Columbina 2000

Queen of the Ballads

>Songs zu den Mysteryshows Columbina 2000< den MIMEN Balladen *nur von und mit LISA CONI- (MB Ballads)-,'auch als<

>Album 'Queen of the Ballads'' mit den Liedern u.Kompositionen von LISA CONI- und:

Veramente Nuovo''Fashion in the Mood''

Ballad Blizzard & Sunflowers & collection

Ballade & Modedkollektion By LISA CONI (Reit,-Trachten-u.Balkkostümentwürfe); passend außerdem zur Einführung des Geleittextes der Mysteryshows Columbina 2000 (Anzeige in Circuszeitung Dezember 2002 ©LISA CONI).

Hinweis zur Beanspruchung des Titelschutzes Columbina 2000:

'Colombine steht im allgemeinen Bewußtsein als Bezeichnung der Frau des Harlekin aus der Commedia del Arte. Die begriffliche (aber neue) Suggestiv-Anknüpfung Columbina 2000 wurde und wird jedoch von mir, LISA CONI als neue Kunstfigur in Verbindung mit meinem Kunstnamen LISA CONI (inklusive eigener bestehender u. beabsichtigter betriebl. Eigenschaften, Zusammenhang u-Herkunft) neu kreiert u. kultiviert und unterscheidet sich insofern strikt von der Überlieferung der Colombine aus der Commedia del Arte kraft meiner völlig neuartigen Geschichtserzählung, verarbeitet zu eig. Illusionsshow,-Musik,-Theater,-Film,-u.Modewerkerherstellung. Da hier nur eine Anlehnung an die Überlieferung der Commedia del Arte gegeben ist, aber i.ü. in allen Teilen eine neu ins Bewusstsein getragene separate Differenzierung durch neue Kreierungen, Verknüpfungen und Implikatoren, liegt hier eine volle Unterscheidung vor und ist zu beachten. So fixiert Columbina 2000 z.B. nicht die Zeitepoche der Commedia del Arte, sondern löst und manifestiert sich in dem Gedanken einer spezifisch erfundenen Archetypfigur zeitunabhängiger Epochen, wobei dieses Merkmal (Ursprünglichkeit von Natur und Epoche) auch inhaltlich in der betrieblichen Eigenschaft der LISA CONI MB Methodik+Pädagogik einfließt. Lizenzerlaubnisse obliegen daher in allen Teilen der mit meinem Namen verbundenen Person. Unabhängig verbleibt eigenständig die Geschichte der Commedia del Arte, ein überliefertes Kulturgut. Im begrifflichen Sinne 'der Colombine aus der Commedia del Arte wird von mir im Hinblick eigener Kreationen der Titelschutz Columbina 2000 beansprucht, nicht ein Titel der Colombine aus der Commedia del Arte. Die Anlehnungssuggestion als Sympathieträger, aber separate Figurengestaltung ist zu beachten. Auch die Anlehnung in den kollagierten Mysteryshows meiner primären Figur Columbina 2000 mit den Rollen historischer Figuren u. Filmdiven ist nur sekundär.

▲▲▲CONI TANZ&THEATERSCHULE La MIME Ballet&Theatre▲▲▲

◆By LISA CONI Production MB/LAC (Lied/Bühne/Film)◆

By LISA CONI© CrystalMgmt©Frau Christel Niehues -H.Büssing Ring 37, 38102 Braunschweig

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

Die ganze Welt der Küchen

in allen Abwandlungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wort- und Zeichenverbindungen, in allen und für alle Medien, einschließlich Ton- sowie Bildträgern, Film, Hörfunk, Fernsehen und sonstige elektronische und digitale Netzwerke, insbesondere auch Off- und Onlinemedien, für alle Printmedien und Druckerzeugnisse aller Arten und Formen, Veranstaltungen, Dienstleistungen, Domain-Bezeichnungen im Internet und Intranet.

RA Thomas Bendel,
Im Gefierth 12, 63303 Dreieich

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

Allein unter Kerlen

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Kombinationen und Abwandlungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie Merchandising in jeglicher Form.

Monaco TV GmbH,
Alter Wandrahm 11, 20457 Hamburg

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

**snow TEST
snowboard TEST
bike TEST**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Verlagsgruppe J. Fink GmbH & Co. KG,
Zeppelinstraße 32, 73760 Ostfildern**

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

Alles ist möglich

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen und Zusammensetzungen, in allen Medien, und zwar auch für Rundfunk- und Fernsehsendungen, Druckerzeugnisse, Internet sowie für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**GÖRG Rechtsanwälte, Rechtsanwalt Dr. Wolfgang Prinz,
Sachsenring 81, 50677 Köln**

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

**11 - Vision
11 - Beratung
11 - Berater
11 - how
11 - Philosophie
ELF - Vision
ELF - Beratung
ELF - Berater
ELF - how
ELF - Philosophie
Innovationsfirma
A - Makler
Finanztomographie
Lead how / Be how / Basis how
AAA - Erfolgsteam
Teammaster / Teammagneten /
Teammoderator
Freifließen / Verrücktes Verankern /
Höhendenken / Ganzsinnen
Entfrustinator
Bildungshafen**

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, Of-fline- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien und sämtliche Multimedia-Produkte.

**PAe Meissner, Bolte & Partner,
Geschwister-Scholl-Straße 15, 07545 Gera**

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

Celebrity Marketing Celebrity Branding

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**DWB°Kommunikation,
Leuchtturmweg 17 b, 22559 Hamburg**

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: **Anzeigenschluss:**
Nr. 632 erscheint am 19.08.2003 15.08.2003, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: **Anzeigenschluss:**
Nr. 631 erscheint am 12.08.2003 08.08.2003, 10 Uhr

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

Tutti Frutti, Branchennews für Lebensmittel-Groß- und Einzelhandel, Gastronomie und Großverbraucher

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Fruchthof Northeim GmbH Fruchtimport und
Großhandel, Am Güterbahnhof, 37154 Northeim**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

NO MONO

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Zusammensetzungen und mit allen Zusätzen insbesondere für Bücher aber auch für alle anderen Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Multimedia-Anwendungen, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Veranstaltungen.

**Walter Oswalt,
Holzhecke 27, 60528 Frankfurt am Main**

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

MYTHOS BERN

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und allen Schriftarten für Druckerzeugnisse und alle sonstigen Medien, einschließlich Ton-, Bildtonträger, Film-, Hörfunk-, Software-, Internet-Dienste, CD-ROM und andere Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien sowie Dienstleistungen und Merchandising aller Art.

**RA Kurt Braun,
Ruhrstraße 25, 59939 Olsberg**

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

VioWell

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Zusätzen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, in allen Medien, insbesondere auf Druckerzeugnisse, einschließlich Bild-, Ton-, Datenträger sowie Software- und Druckereierzeugnisse aller Art, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige elektronische und digitale Medien, Multimedia-Anwendungen und Netzwerke einschließlich soft- und online-Dienste, CD-ROM, CD-I, Merchandising.

**BBS-Redaktionsbüro,
Dorfstraße 57, 23719 Sarau**

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

SNH Europe SNH Europe GmbH

in allen Schreibweisen, möglichen Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Wortverbindungen und Schriftarten, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien, Softwareerzeugnisse, Netzwerke einschließlich Multimediaanwendungen (Online- und Offline-Dienste) sowie sonstige Online-Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Achnitz v. Beust Schulz Siefert Rechtsanwälte,
Ballindamm 38, 20095 Hamburg**

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

**M.A.R.S. - Der Männerknast
Ganz normale Härte - Der
Männerknast
Quetzow - Der Männerknast
JVA - Der Männerknast
JVA Quetzow**

in allen auch abgewandelten Darstellungsformen und Schreibweisen, in allen Wortverbindungen und mit allen Zusätzen für Film, Funk und Fernsehen sowie sonstige elektronische, digitale und audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Bild-/Tonträger sowie Merchandising- und Druckerzeugnisse.

**Grundy UFA TV Produktions GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam-Babelsberg**

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

**Möllner Anzeiger
Ratzeburger Anzeiger
Glinder Anzeiger
Bargteheider Anzeiger
Reinbeker Anzeiger
Ahrensburger Anzeiger**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und allen Schriftarten für Druckerzeugnisse und alle sonstigen Medien, einschließlich Internet-Dienste, audiovisuelle, elektronische und digitale Medien sowie Dienstleistungen und Merchandising aller Art.

**RA Kurt Braun,
Postfach 1130, 59939 Olsberg**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

American Golf Cup

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Werner Kurotschka,
Karlsbader Straße 18, 14193 Berlin**

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

Homes & Holidays

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Mediengattungen (Print, TV, Online).

**Moving Media Consult GmbH,
Eggersallee 16, 22763 Hamburg**

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

MOTORRAD Extra MOTORRAD Blitz MOTORRAD Express

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Signale des Körpers richtig deuten - Ein Symptomführer von A-Z

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Printmedien, insbesondere Serien- und Einzelbandtitel sowie Bild-, Ton- und Datenträger.

**RA Joachim Fauth,
Wilhelm-Blos-Straße 62, 70191 Stuttgart**

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

Festival Formula - Campeonato del Mundo de Formula Windsurfing Youth 2004 - Castellon de Empurias / Empuriabrava

in allen Schreibweisen, Sprachen und Darstellungsformen.

**Christiane Rohde GbR,
Friedrich Schiller Straße 15, 14780 Belzig**

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

feat

in allen Schreibweisen, Schrift- und Darstellungsformen, Wortverbindungen und Titelkombinationen für Rundfunk- und Fernsehsendungen, Veranstaltungen, Printmedien sowie sonstige elektronische, digitale und audiovisuelle Medien, Onlineservices, Bild-, Ton- und Bild/Tonträger aller Art sowie Tonträgerpromotion und Merchandisingerzeugnisse.

**VIVA Fernsehen GmbH,
Schanzenstraße 22, 51063 Köln**

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

Gelübde des Herzens Apollo - Der Singlehund Stauffenberg - das Attentat auf Hitler Eva Loewe - Keine Angst vor großen Tieren

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**teamWorx Produktion für Kino und Fernsehen
GmbH,
Mommsenstraße 73, 10629 Berlin**

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

Nostradamus Erben - dem Mörder auf der Spur

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

**mindfactory - Stephan G. Schulz,
Theodor Storm 3, 51429 Bergisch Gladbach**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

kino&kult

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

**Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl Rechtsanwälte,
Dr. Alexander Freys,
Kurfürstendamm 220, 10719 Berlin**

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

hitec. die dokumentation

hitec. die reportage

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**

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

MEGA-was-LOS

Die MEGA-was-LOS Show

Das MEGA-was-LOS Glücks-Quiz

Wie wär' das Leben ohne...

Was wär' die Welt ohne...

Quizen mit Glück & Verstand

Russisch Brot

Das ABC des Glücks

Wer nicht quizt, der nicht gewinnt

Quizen & gewinnen

Warum ich ?

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 und 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**

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

Ansprechpartner für Titelschutzanzeigen:

Angela Lautenschläger, -61

Geschäftsanzeigen: 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 u. Entscheider in Verlagen, Hörfunk- u. TV-Anstalten, Produzenten von audiovisuellen u. 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.