

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Diese Woche: 86 Titel

Abenteuer bei den Mayas	Fernsichten
Abenteuer in der goldenen Stadt	Feuer & Flamme
Quiviras	Feuer und Flamme
Abzocke	Fiction Gate
Action Gate	Goethes Erben
ANTENNE BERLIN	GPS-Roadbook
ANTENNE BERLIN -	Guten Abend
VOLL DIE VIELFALT	HOME FEELING
BB RADIO ANTENNE	HOME FEELINGS
107,5 BRANDENBURG	HOME.FEELING.
BB RADIO ANTENNE	Idel & Idel Das Detektivbüro
DIGITAL BERLIN	Ihre Comödie
BB RADIO ANTENNE	Ihre größten Hits
DIGITAL BRANDENBURG	Kommunikationsmanager
Best Seller	Lachen verboten
BestSeller	Laß los
Bestseller	Lass los
CIO-Connect	Lass los!
CIO-Dialog	Laß los!
CIO-Forum	LISA CONI Titelanzeige
CIO-Lounge	LIVING MOMENTS
CIO-Matinee	Movie Gate
CIO-Open	München Vital
CIO-Soiree	MUSIC IN THE BOX
Comedy Gate	Nürnberg Vital
DER HAMMER	Quiz Gate
Der Hit	Renn, wenn du kannst
Der Kommunikationsmanager	Rhein-Main-Journal
Die Abzocker	Roadbook
Die Bestseller	Roadbook und Navigation
Die Comödie	Roadbook-Abenteuer
Die große Abzocke	Roadbook-Touren
Düsseldorf Vital	Sein größter Hit
Einfach englisch lernen	Sendlinger Samstagsblatt
Einfach gut organisiert !	Serien Gate
Einfach leben	Show Gate
Einfach leben !	Stuttgart Vital
Einfach organisiert !	Sunday Night Classics
Einfach selbstbewusst !	Tafelspitz
Einfach selbstbewusst leben	Telemedienjournal
Einfach wohlfühlen	Tim und die Zauberflöte
Elite - Magazin für Milcherzeuger	Travel Gate
Euro-CIO	Ulm Vital
Event Gate	Was Frauen alles ausplaudern,
Executive Briefing	wenn die Hormone neun
FEELING HOME	Monate lang verrückt spielen
FEELING.HOME.	

## Medien-Recht: Urteile & News

### James Bond-Darsteller macht Domaingrabber den Garaus

Einem auf die Namen prominenter Persönlichkeiten spezialisierten Domaingrabber fiel Hollywood-Schauspieler Pierce Brosnan zum Opfer. Seine erfolgreiche WIPO-Klage gegen den Inhaber der "piercebrosnan.com"-Domain (Fall Nr.: D2003-0519) bereitete dem Adressmissbrauch jetzt jedoch ein Ende.

Der unter dem Pseudonym Network Operations Center auftretende Beklagte ist der WIPO bereits ein alter Bekannter. Immer wieder registrierte er in der Vergangenheit Namen bekannter Persönlichkeiten und nutzte die Domains zu kommerziellen Zwecken. Schauspieler Kevin Spacey, Autor und Regisseur Michael Crichton und die als Model bekannt gewordene Stephanie Seymour mussten sich den Missbrauch ihres Namens bereits gefallen lassen. Die von ihnen wegen Domaingrabblings angestrebten Verfahren konnten jedoch zu ihren Gunsten entschieden werden.

Auch im Fall Pierce Brosnan zog der Beklagte den Kürzeren. Das Gremium der WIPO stellte eindeutig fest, dass der amerikanische Schauspieler im Laufe seiner Karriere Rechte an seinem Namen erworben hat, auch wenn dieser nicht als Marke geschützt ist.

Das Gremium der WIPO sprach dem Beklagten jedes Recht an der Registrierung und Nutzung

der strittigen "piercebrosnan.com"-Domain ab.

*Quelle: www.markenplatz.de*

### BGH entscheidet über „Kinder Kram“

Der I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat im Markenstreit zwischen Ferrero und Haribo entschieden.

Ferrero ist als Inhaberin der Wort-/Bildmarke „Kinder“, die seit 1991 für Schokolade eingetragen ist, gegen Haribo's seit 1998 eingetragene Marke „Kinder Kram“ vorgegangen. Das Oberlandesgericht Köln gab Ferrero zunächst Recht. Die Verwendung von „Kinder Kram“ für Süßigkeiten sei eine Verletzung der Markenrechte der Klägerin.

Der Bundesgerichtshof hat die Entscheidung aufgehoben und die Sache an das Berufungsgericht zurückverwiesen. Die Wirksamkeit der eingetragenen Marke „Kinder“ ist zwar unbestritten, den vom Berufungsgericht zuerkannten weiten Schutz gegen Verwechslungsgefahr hat der BGH allerdings verneint. Dem Wortbestandteil „Kinder“ allein komme im Streitfall kein markenrechtlicher Schutz gegenüber der Bezeichnung „Kinder Kram“ zu.

Ob dies nun auch auf die graphische Gestaltung zutrifft und hier eine erhöhte Kennzeichnungskraft erlangt wurde, muss das Berufungsgericht klären. (AL) *BGH, Urteil vom 28.08.2003 AZ: I ZR 257/00*

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Medien-Recht: Urteile & News

### Berühmte Filmrollen als Markennamen (Teil II)

Marken- vs. Urheberrecht – Spielraum für Markenmeldungen durch Dritte.

Das Aufeinandertreffen von Urheber- und Markenrecht ist häufig brisant, komplex und läßt Spielraum für Dritte, die mit einer Markenmeldung von der Bekanntheit einer Rolle profitieren wollen. Eine Bezeichnung oder Figur kann markenmäßig selbst ohne Eintragung in das Markenregister geschützt sein, „sofern sich diese Bezeichnung oder Figur im Verkehr durchgesetzt hat“, sagt Urheberrechtsexperte Prof. Dr. Hartwig Ahlberg, Rechtsanwalt in Hamburg und Honorarprofessor an der Universität Lüneburg. „Die Bezeichnung bzw. Figur darf sich aber nicht als solche im Verkehr durchgesetzt haben, sondern immer in Verbindung mit einem Produkt oder einer Dienstleistung.“

Da der Walt Disney Konzern das Reh mit den großen Augen nicht als deutsche Marke angemeldet hat, war Dritten ein Eintrag der Marke „Bambi“ für Holzspielwaren mit Schutz in der Klasse 28 problemlos möglich. Auch allgemein ist die Tendenz einer markenrechtlichen Drittverwertung von Filmrollen erkennbar. Für den Namen des fliegenden Segelohrenelefanten „Dumbo“ finden sich insgesamt drei deutsche Markenmeldungen, alle durch Dritte geschützt. Für „Cinderella“ gibt es sogar 17 deutsche Markenregi-

strierungen durch andere Inhaber als die Disney Studios.

Anders als „Bambi“, „Dumbo“ und „Cinderella“ ist die Figur „Alf“ mit drei deutschen Markeneinträgen durch die Produktionsfirma Alien Productions geschützt. Dass sich im Markenregister allerdings 15 weitere Registrierungen für „Alf“ finden zeigt, dass es zahlreiche Drittverwerter gibt, die von Alfs Filmrollen-Bekanntheit – gewollt oder ungewollt – profitieren. So hat sich bei der Suche nach Funksignalen auch die Deutsche Telekom AG eingemischt und die Marke „Alf“ in den Klassen 42 (wissenschaftliche Dienstleistungen) und 35 (Werbung) geschützt. Ähnlich ist es bei der Marke „Frankenstein“, die von den Universal City Studios mit zwei Einträgen in den Klassen 9 (Datenverarbeitung), 25 (Bekleidung) und 28 (Spiele) geschützt ist. Zwei weitere „Frankenstein“-Marken sind aber auf Dritte eingetragen.

Die Universal City Studios halten auch die Rechte an der Marke „Dracula“, ebenfalls in den Klassen 9, 25 und 28. Vampirgemäß ist „Dracula“ aber auch noch für Wein- und Schaumweine (Klasse 33) oder Blutspendeveranstaltungen eingetragen. „Moby Dick“ ist beim Deutschen Patent- und Markenamt mit 13 Markenregistrierungen verzeichnet, wobei Marken wie „MOBY DICK - Gesundheitsprogramme für übergewichtige Kinder“ allerdings bis auf das „dick“ im Namen keinen

direkten Bezug zur Filmfigur aufweisen.

Bei menschlichen Filmrollen mit Spitz- oder Eigennamen findet sich eine Vielzahl von Markeneinträgen durch Dritte, wobei die Filmfiguren oft überhaupt nicht von Produktionsunternehmen geschützt sind. Gut im Rennen liegt dabei 007 James Bond. Das Deutsche Patent- und Markenamt verzeichnet unter „007“ 13 Registrierungen. Ob Verteidigungsgas auch in das Repertoire von Bonds Wunderwaffen fällt ist zwar unklar, die in Klasse 13 eingetragene Marke „KO SPRAY 007 CS-GAS PARALISANT“ setzt allerdings auf das Bild des unbesiegbaren 007. Frauen, die CS-Gas lieber zu Hause lassen und sich dafür mit scharfen Gewürzmischungen bewaffnen, gilt die Marke „MARINOL 007“, eingetragen für Gewürze in der Klasse 30. Spannende Stunden unterm Weihnachtsbaum verspricht die Marke „007“, die unter anderem auch für Christbaumschmuck geschützt ist.

Interessant an der Marke „007“ ist die Tatsache, dass es sich bei der Bezeichnung um einen im Filmtitel zu findenden Begriff handelt. „Filmtitel sind nach §§ 5 Abs. 3, 15 MarkenG geschützt. Nach § 15 Abs. 2 ist es Dritten untersagt, die geschäftliche Bezeichnung eines anderen (wozu auch Titel gehören) oder ähnliche Zeichen im geschäftlichen Verkehr unbefugt in einer Weise zu benutzen, die geeignet ist, Verwechslungen mit der ge-

schützten Bezeichnung hervorzurufen.“ so Rechtsanwalt Ahlberg. Möglicherweise könne deshalb aufgrund des Filmtitels „James Bond - 007“ allein aus der Bezeichnung „007“ gegen die Marken mit dem Bestandteil „007“ vorgegangen werden.

Weitere deutsche Markeneinträge für Eigennamen finden sich unter „Mr. Bean“ (4 Marken), „Sherlock Holmes“ (2) und „Miss Marple“ (2 Marken). Glaubt man dem Markenregister, haben Holmes und Marple ihre Fälle vorzugsweise durch einen tiefen Blick ins Glas gelöst. Die auf ihre Namen eingetragenen Marken sind u.a. - wie auch für „Mr. Bean“ - in der Klasse 33 (alkoholische Getränke) geschützt.

Abschließend kann festgestellt werden, dass zwar der Blick in die Details des markenrechtlichen Status von berühmten Filmrollen ein unterschiedliches Ergebnis liefert, aktuelle Filmproduktionen und Rollen jedoch immer besser, auch markenrechtlich geschützt und überwacht werden. Als Grund läßt sich, ähnlich wie schon in dem Markenreport zu Musikstars, die zunehmende Bedeutung des Merchandising ausmachen. Durch Filesharing schrumpfende Absatzzahlen bei Film- und Tonträgern müssen durch den Absatz anderer Waren kompensiert werden, denn T-Shirts und Kaffetassen lassen sich nicht downloaden.

Quelle: [www.markenplatz.de](http://www.markenplatz.de)

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

### Sendlinger Samstagsblatt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Sendlinger Anzeiger Verlag Fürst oHG,  
Luise-Kiesselbach-Platz 31, 81377 München**

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

### Elite - Magazin für Milcherzeuger

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen in sämtlichen Medien.

**Landwirtschaftsverlag GmbH,  
Hülsebrockstraße 2, 48165 Münster**

# 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

## **Telemedienjournal**

in allen Wortverbindungen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie allen sonstigen Medien.

**GWV Fachverlage GmbH,  
Abraham Lincoln-Straße 46, 65189 Wiesbaden**

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

## **Der Kommunikationsmanager Kommunikationsmanager**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**F.A.Z.-Institut für Management-,  
Markt- und Medieninformationen GmbH,  
Mainzer Landstraße 199, 60326 Frankfurt am Main**

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

## **Düsseldorf Vital München Vital Nürnberg Vital Stuttgart Vital Ulm Vital**

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

**FORUM VERLAG HERKERT GMBH,  
Mandichostraße 18, 86504 Merching**

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

## **Sunday Night Classics MUSIC IN THE BOX Renn, wenn du kannst Rhein-Main-Journal**

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 Titelschutz in Anspruch für:

## **BestSeller Best Seller Die Bestseller Bestseller Sein größter Hit Ihre größten Hits Der Hit**

in allen Abwandlungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Titelkombinationen für Film, Bühne, Theater, Hörfunk, Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Merchandising, Druckerzeugnisse, alle Printmedien, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien, sowie für Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Peter Jamin, Autor,  
Steffenstraße 35, 40545 Düsseldorf**

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

## **Tim und die Zauberflöte Abenteuer in der goldenen Stadt Quiviras Abenteuer bei den Mayas**

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 und Internet, Internet-Domains, Internet-Homepages, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Druck- und Textil-Erzeugnisse aller Art, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**„Die Zauberflöte“ Kinofilmproduktion GmbH,  
Hartwichstraße 11, 40547 Düsseldorf**

# 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:

## **Guten Abend**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Schreibstelle Süd GbR,  
Richard-Wagner-Straße 8, 50674 Köln**

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

## **Goethes Erben**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Deutsche Welle,  
Kurt-Schumacher-Straße 3, 53113 Bonn**

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

## **Tafelspitz**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**EuBuCo Verlag GmbH,  
Geheimrat-Hommel-Platz 4, 65239 Hochheim**

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

## **Lachen verboten**

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

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

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

## **FEELING HOME FEELING.HOME. HOME FEELING HOME.FEELING. HOME FEELINGS LIVING MOMENTS**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Zusätzen, allen Arten der graphischen Gestaltung für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film- und Tonwerke, 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 sonstige Daten- und Kommunikations-Dienste und -Netze u.ä. für alle Druckerzeugnisse, insbesondere Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form.

**ARCON Rechtsanwälte  
Schmidt-Sibeth Heisse Weißkopf Kursawe,  
Maximiliansplatz 5, 80333 München**

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

## **Einfach organisiert ! Einfach gut organisiert ! Einfach selbstbewusst leben Einfach selbstbewusst ! Einfach wohlfühlen Einfach leben Einfach leben ! Einfach englisch lernen**

in allen Wort- und Zeichenverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton-, Bild- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien, sonstige Multi-Media-Anwendungen, sowie Softwareerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, sonstige CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet, sowie öffentliche Veranstaltungen.

**Pauly Rechtsanwälte,  
Kurt-Schumacher-Straße 16, 53113 Bonn**

# 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 eigene verbundene Urheber-Werktitel, Herstellung u.Bezeichnung (s.a.Titelschutzanzeiger Nr.630/632/03):

## **Das Balladenbuch Nr.1.**

☉ **LISA CONI MB Balladen** ☉

☉ **MB Autorenkabinett; MB Methodik; MB Mysteryshows** ☉

>Tanz-Produktionstitel (seit 1991/92) mit MB Ballads u.a.:

**Remember; Montpellier; Russian Girl; Scarletts rote Schuhe; Renaissance Epos; European Emotion; Orpheus Geigerin; Sternenstaub; Marilyn's Christmas; poupee Marie; Carneval favola; Silver Blue; Patience; Die Eisläuferin; Die Maus im Drury Lane; "la chat"; Die Domteuse; Carmen Ballade; Das Bildnis; `Partie Samba; Ballade pour Ballerin; Modern seeming; Magic voice; Impression Marilyn; Tea for two; `Swing even; `Chinese fan` ; Der zerbrochene Spiegel; Flex point; Japonaise; Alexandra; `Marilyn's Nature River; Feentanz, Norma Jeane Chanel No.5.**

>Theater-Produktionstitel (seit 1991/92) mit MB Ballads u.a.:

**"Gruppenbild der Mimen"; Schauspieler Dialoge; Das Nest im Wespennetz oder das Netz im Wespennetz; Metamorphosenstadt; Feuerball; Sterneninsel; Zwischen Himmel und Erde; Ballade vom Wassermann und einer Nymphe, Projektionen für Millionen; Das Kreuz; `Mimen Ballade`; Ballade von der Strahlenfee; Dolphin&human being; Zwilling und Waage; East Side Story, Antonio & Elisa; `Die Reiterin; North Freya; Indian Sister, Saga Strategrafien;**

>Filmtitel Drehbücher (seit 1991/92) mit MB Mysteryshows:

**"Kinder der Weisheit; "Chinese fan"; Sehnsucht nach Amerika;**

In allen Schreibweisen, Zusammenhängen, Darstellungs-u.Veranstaltungsformen, Titelnkombination +Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnissen, Hörfunk, Fernsehen, Film, audiovisuellen, elektronischen u. digitalen Medien aller Art, Netzwerke, -Bild,-u.Ton- u.Datenträger.

▲▲▲ **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**  
(Alle Titel sind bezeugt, hinterlegt und überwiegend schon einmal titelveröffentlicht)

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

**Action Gate  
Movie Gate  
Comedy Gate  
Travel Gate  
Event Gate  
Fiction Gate  
Serien Gate  
Quiz Gate  
Show Gate**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Tele 5 TM-TV GmbH & Co. KG,  
Bavariafilmplatz 7, 82031 Grünwald

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

**CIO-Connect  
CIO-Dialog  
CIO-Forum  
CIO-Lounge  
CIO-Matinee  
CIO-Open  
CIO-Soiree  
Euro-CIO  
Executive Briefing**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

CIOFORUM Deutschland e.V.,  
Pilotystraße 4, 80538 München

# 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 einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

## **Was Frauen alles ausplaudern, wenn die Hormone neun Monate lang verrückt spielen**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Anwaltskanzlei Hutter & Dr. Schmid,  
Hauptstraße 26, 89257 Illertissen**

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

## **Die Comödie Ihre Comödie**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Comödie Bochum, Verwaltung,  
Königsallee 128, 44789 Bochum**

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

## **Feuer & Flamme Feuer und Flamme**

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 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

## **Roadbook Roadbook-Touren Roadbook-Abenteuer Roadbook und Navigation GPS-Roadbook**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**AC Verlags & Messe GmbH,  
Alte Landstraße 21, 85521 Ottobrunn**

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

## **Lass los Lass los! Laß los Laß los!**

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**GRUNDY Light Entertainment GmbH,  
Hans-Böckler-Straße 163, 50354 Hürth**

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

## **ANTENNE BERLIN ANTENNE BERLIN - VOLL DIE VIELFALT BB RADIO ANTENNE DIGITAL BRANDENBURG BB RADIO ANTENNE DIGITAL BERLIN BB RADIO ANTENNE 107,5 BRANDENBURG**

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstigen Druckerzeugnissen, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Onlinedienste sowie Internet.

**Anwaltssozietät BOEHMERT & BOEHMERT,  
Meinekestraße 26, 10719 Berlin**

# 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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

## **Idel & Idel Das Detektivbüro**

in allen auch abgewandelten Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Abkürzungen, für alle Medien und Netzwerke, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und andere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien, Internet, Hörfunk, Fernsehen und Film.

**Rechtsanwalt Cordsen,  
Berliner Straße 2, 82110 Germering**

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

## **Die Abzocker Die große Abzocke Abzocke**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien, Plakate, Prospekte, Aufkleber und Merchandising in jeder Form sowie Dienstleistungen aller Art.

**Börsenmedien AG,  
Hofer Straße 20, 95326 Kulmbach**

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

## **DER HAMMER**

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstigen Druckerzeugnissen, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Onlinedienste und/oder Telekommunikationsdienste (wie SMS-Dienste) sowie Internet.

**Anwaltssozietät BOEHMERT & BOEHMERT,  
Meinekestraße 26, 10719 Berlin**

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

## **Fernsichten**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Tonträger und Merchandising, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, DVD und MD (MiniDisc) und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, für Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Dr. Jürgen Chr. Jenckel, Rechtsanwalt und Notar,  
Hegelplatz 1, 10117 Berlin**

**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,- ,je-der 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.

9. Sept. 2003

Woche 37

**Nr. 635**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## 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**

## Der Titelschutz Anzeiger

**Die nächste Ausgabe:**

Nr. 637 erscheint am 23.09.2003

**Anzeigenschluss:**

19.09.2003, 10 Uhr

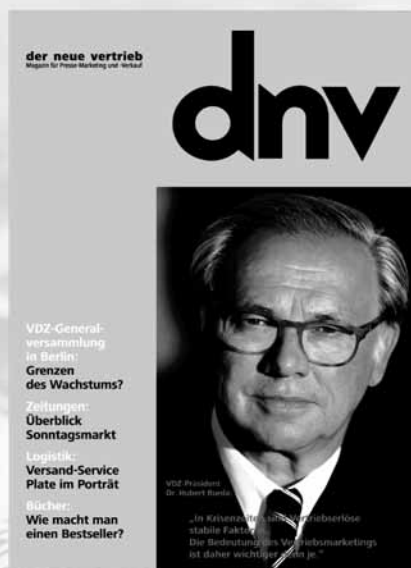
## Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

**Die nächste Ausgabe:**

Nr. 636 erscheint am 16.09.2003

**Anzeigenschluss:**

12.09.2003, 10 Uhr



**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