

mit DER
SOFTWARE
TITEL

16. Sept. 2003

Woche 38

Nr. 636

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 86 Titel

Abenteuer Archäologie	FINYA	Innovation in Deutschland	Superpaket ~
Ablegen. Abfeiern. Ab 30	FR +	KI.KA-Brain	Traumgirls -
Alles für die Frau	FR plus	Know-how line	sexy + pffiffig
Angelino	Frau mit Pfiff	LAMBERT FEELING HOME	Trend Shopper
Best of TV	Frau von nebenan	LAMBERT HOME FEELING	Trend Shopping
BUSINESS*SELECT	Frauen - trendy + pffiffig	LAMBERT HOME LIFE	Trendy Girls
Das Buch vom guten Brot	Freizeit Magazin	LAMBERT LIVING MOMENTS	TV aktuell
Das Buch vom guten Käse	Freizeit Woche	Liborius Magazin	TV digital
Das Buch von der guten Wurst	FRIDA	LIMA	TV kompetent
Das gefrorene Licht	FRIDA IN DER GIESSKANNE	Mega TV	TV live
Der Bachelor -	FRIDA SONNENSCHIEB	Mein Herz und Du	TV media
Ein Mann zum Verlieben	Für immer im Herzen	Mein Mann, mein Leben und Du	TV quick
Deutscher Vertriebs	Für jede Frau	Mondkalb	TV smart
Performance Index	Futur B	My TV	TV style
DEUTSCHLAND SUCHT DAS	Gibt's doch gar nicht!	Nur nackt sein ist schöner	TV trend
SUPERBROT	Girls - trendy + pffiffig	Ökologische Qualität	Vor dem Regen
Deutschland sucht	Girls mit Pfiff	Oldtimer Handbuch	Vorsicht, frisch gestrichen!
das Superheim	Groß in Mode	Oldtimer Jahrbuch	Wort-Schatz
Diplomatic Facts.	HARRY POTTER UND	planF	Wort-Schatz -
Norddeutschland diplomatisch	DER FEUERKELCH	PUTSCH AUF MALLORCA	Das elektronische
Domino	HARRY POTTER UND	Quick TV	Nachschlagewerk
East meets West	DER GEFANGENE	Rheinschiff-Party ab 30	Wort-Schatz -
Ein Erbe wird gesucht	VON ASKABAN	Smart Shopper	Das etwas andere
epinews	HARRY POTTER UND	Smart Shopping	Wörterbuch
Erbe gesucht	DER ORDEN DES PHÖNIX	Stuttgart kocht!	Wort-Schatz - sag es genauer

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

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

Medien-Recht: Urteile & News

Namenszirkus vor Gericht

Der Cirque du Soleil beansprucht in Amerika umfassendes Markenrecht.

Der weltweit größte Zirkus Cirque du Soleil tritt in den Vereinigten Staaten jetzt auch vor Gericht auf, das berichtet die Online-Ausgabe von In Business. Schon seit längerem engagiere sich der seit seiner Gründung 1984 zu einem globalen Unternehmen herangewachsene Zirkus für den Schutz seines Namens. Vor vier Jahren reichte er gegen die amerikanische Cirque Incorporation Klage wegen Markenrechtsverletzung und unfairem Wettbewerb ein. Die gerichtliche noch immer unentschiedene Auseinandersetzung betrifft vor allem die Rechte an der Bezeichnung „Cirque“, dem französischen Wort für Zirkus. Der von dem kanadischen Feuerschlucker Guy Laliberté ins Leben gerufene Cirque du Soleil mit Hauptsitz in Montreal beansprucht für „Cirque“ Markenrecht, da das Unterhaltungsspektakel nach Angaben des Un-

ternehmens bei Millionen von Amerikanern unter dieser Abkürzung bekannt sei. Sollte der Cirque du Soleil sich durchsetzen, könnten Künstlergruppen, die die strittige Bezeichnung verwenden zu einer Namensänderung gezwungen werden. Der kanadische Zirkus verschickt bereits seit einigen Jahren Abmahnungen an Gruppen, deren Namen ihm in die Quere kommen, darunter der „Cirque de la Mer“ oder der „Cirque de Flambe“.

Hauptsorge des für seine kreativen Shows bekannten Zirkusunternehmens ist, dass Gruppen, die den Titel „Cirque“ verwenden, von der Bekanntheit und Beliebtheit des Veranstalters profitieren. Der Cirque du Soleil hat sich mit seinen extravaganen und kreativen Unterhaltungsspektakeln weltweit einen Namen gemacht. 37 Millionen Zuschauer kamen seit seinem Gründungsjahr in den Zirkus, viele davon auch in Deutschland. Zur Zeit präsentiert das rund zweieinhalbtausend Mitarbeiter beschäftigende Unterneh-

men neun verschiedene Produktionen auf drei Kontinenten. In Amerika ist Las Vegas Hauptspielstätte der einfallreichen Shows.

Erstmalig beim amerikanischen Patent- und Markenamt schützen ließ sich der „Cirque du Soleil“ seinen Namen 1995. Mittlerweile hält er die Rechte an 27 Marken für „Cirque du Soleil“, 53 Markeneinträge finden sich für „Cirque“ insgesamt. Nach einer in der Datenbank amerikanischer Marken vorgenommenen Recherche besitzt das kanadische Unternehmen jedoch keine Rechte an der Bezeichnung „cirque“.

Diese versuchen die Anwälte des Zirkus nun geltend zu machen, indem sie auf seine allgemeine Bekanntheit unter der Abkürzung „Cirque“ hinweisen, die identisch mit dem Titel „Cirque du Soleil“ und im Bewußtsein der amerikanischen Öffentlichkeit tief verankert sei. Michael McCue, Anwalt der beklagten Cirque Incorporation, sagte nach Angaben von In Business,

Zirkusse mit dem Namen „Cirque“ existierten bereits sei langer Zeit weltweit. Man verwies im Unternehmen auf die europäischen Wurzeln der Bezeichnung „Cirque“, die eine Performance beschreibe, die den traditionellen Zirkus mit herkömmlicher Kunst wie Tanz oder Theater verbinde. Dem hatte bereits im April ein Bundesrichter mit dem Argument zugestimmt, es handle sich bei der Bezeichnung „Cirque“ um einen allgemeinsprachlichen Begriff. Der Cirque du Soleil hält dagegen, dass sein Name bei vielen amerikanischen Verbrauchern nicht als generischer Begriff, sondern als Markennamen für das Zirkusunternehmen bekannt sei.

Eine endgültige Gerichtsentscheidung wird für das kommende Jahr erwartet. Bis dahin nutzen viele der vom Cirque du Soleil abgemahnten Künstlergruppen wie der Cirque de la Mer oder der Cirque de Flambe ihre Namen auch weiterhin.

Quelle: www.markenplatz.de

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

Erbe gesucht Ein Erbe wird gesucht

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.

Marco Serafini,
Pfarrstraße 7, 80538 München

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

Wort-Schatz Wort-Schatz - Das etwas andere Wörterbuch Wort-Schatz - Das elektronische Nachschlagewerk Wort-Schatz - sag es genauer

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Reinwand-Concept, Ingrid Reinwand,
Fraunhoferstraße 25, 80469 München

Medien-Recht: Urteile & News

Eigentor: Fox News machte mit Verletzungsklage Publicity für liberalen US-Autor.

Besser hätte die PR für das neue Buch des Satirikers Al Franken nicht sein können. Kurz vor seinem Erscheinen auf dem amerikanischen Markt strengte der konservative Sender Fox News eine Klage wegen Markenrechtsverletzung an. Offizieller Grund dafür war der Titel des Buches "Lies And the Lying Liars Who Tell Them: A Fair and Balanced Look at the Right", der bereits angekündigt, worum es inhaltlich geht: um einen kritisch-satirischen Blick auf die konservative Medienlandschaft in den USA, der auch den Sender Fox News nicht verschont.

Das Unternehmen hatte sich von seiner Unterlassungsklage gegen Franken und dessen Herausgeber Penguin deshalb Erfolg versprochen, weil es Rechte an der amerikanischen Marke "Fair & Balanced" besitzt. Zu einem Sieg konnten

diese ihm jedoch nicht verhelfen. Unter öffentlichem Aufsehen gewann Al Franken den Fall und sicherte sich bereits eine Woche nach dem Erscheinen seines Buches einen Platz auf der Bestsellerliste.

Franken durchleuchtet in "Lies And the Lying Liars Who Tell Them: A Fair and Balanced Look at the Right" die gesellschaftliche Verbreitung von "Lügen" durch konservative Entertainment-Programme und deren Moderatoren, wobei er vor allem den manipulativen Einfluß rechter Politiker und Lobbyisten herausstellt.

Franken folgt damit der aus dem liberalen Lager kommenden Kritik an konservativen Moderatoren, die in den Vereinigten Staaten zunehmend die öffentliche Meinung dominieren, weil sie laut und populistisch argumentieren. Das erzeugt bei den Zuschauern einen hohen Unterhaltungswert und gute Einschaltquoten, differenzierte-

re Positionen geraten jedoch zunehmend ins Abseits.

Der Autor und Satiriker Franken scheut sich in seinem Buch nicht, einflußreiche Politiker und bekannte Persönlichkeiten der Medienlandschaft an den Pranger zu stellen. Die Autorin Ann Coulter oder der bei Fox News moderierende Rechtspopulist Bill O'Reilly werden schon mit ihrer fotografischen Darstellung auf dem Buchcover als "Lying Liars" ("Lügende Lügner") geoutet. Der zu Rupert Murdochs Medium Imperium News Corporation gehörende Sender Fox News hätte deshalb sicherlich gerne einen anderen Titelumschlag gesehen.

Das Unternehmen versuchte seine Klage mit dem Hinweis auf Verwechslungsgefahr durchzusetzen, die wegen der Verwendung des Markennamens "Fair & Balanced" in dem Untertitel "A Fair and Balanced Look at the Right" bestehe. Das Cover sei zu subtil, um darin eine Parodie zu

erkennen, sagte eine Anwältin von Fox News nach Angaben von Reuters. Frankens Verteidiger widersprach dem. "Niemand könne es für möglich halten, dass Fox News seinen eigenen Moderator O'Reilly des Lügens bezichtigt", so Floyd Abrams.

Bundesrichter Denny Chin war der gleichen Ansicht und wies die von Fox News bemühte Klage ab. Parodie sei eine Form des künstlerischen Ausdrucks, der einem umfassenden Schutz unterstellt sei, so der Richter. "Der Schlüssel zur Parodie ist die Imitation, es ist eindeutig, dass Franken sich über Fox lustig macht", erklärte Chin weiterhin. Er verwies zudem auf die Ironie der Geschichte: von einem Medienunternehmen erwarte man normalerweise dass es sich für den Schutz der freien Rede engagiere und nicht, dass es diesen untergrabe. Der Punkt ging damit an Franken und seine Anhänger.

Quelle: www.markenplatz.de

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

Girls mit Pfiff
Frau mit Pfiff
Frau von nebenan
Trendy Girls
Traumgirls - sexy + pfiffig
Girls - trendy + pfiffig
Frauen - trendy + pfiffig

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen für Druckwerke, für Ton-, Bild-, Datenträger, elektronische Medien (einschließlich Rundfunk, Multimedia-Produkte, Tele- und Mediendienste) sowie für alle sonstigen Medien.

RAe Romatka & Collegen, Dr. Gero Himmelsbach,
Tengstraße 45, 80796 München

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, sonstige 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

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Nur nackt sein ist schöner Groß in Mode

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

**RAe JORDAN SCHÄFER AUFFERMANN,
Kapuzinerstraße 17, 97070 Würzburg**

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

Deutscher Vertriebs Performance Index Know-how line

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Abkürzungen und Kombinationen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse aller Art, als Serien- und Einzelbandtitel sowie in Verbindung mit Jahreszahlen 2003, 2004 und ff. Jahre.

**Munich Performance Consulting GmbH,
Ickelsamerstraße 58, 81825 München**

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

Vorsicht, frisch gestrichen!

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**Rechtsanwälte Frömming & Partner,
Rothenbaumchaussee 3, 20148 Hamburg**

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

Das Buch von der guten Wurst Das Buch vom guten Käse Das Buch vom guten Brot Ökologische Qualität

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Schriftarten, Wortverbindungen, Titelkombinationen sowie als Reihen- und Einzeltitel für alle Medien, insbesondere Printprodukte.

**Schönberger Verlag GmbH & Co. litera team KG,
Prof.-Schinnerer-Straße 12 a, 85778 Haimhausen**

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

FINYA

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.

**COELER Rechtsanwälte Steuerberater,
Alsterufer 1, 20354 Hamburg**

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

Gibt's doch gar nicht!

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronischen Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Literatur- und Druckerzeugnisse.

**Hurricane Fernsehproduktion GmbH,
Im Klapperhof 33 b, 50670 Köln**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Medien-Recht: Urteile & News

BGH setzt im Markenrechtsstreit "Obelix" vs. "MobiliX" einen Schlußpunkt

Mit der kürzlich getroffenen Entscheidung des Bundesgerichtshof fand der fortwährende Streit um die Verwechslungsgefahr der Marken "Obelix" und "MobiliX" jetzt ein Ende.

Der I. Zivilsenat wies die Nichtzulassungsbeschwerde des deutschen "MobiliX"-Markeninhabers Werner Heuser zurück. Angefangen hatte der Markenrechtsstreit vor zwei Jahren. Der französische Herausgeber der Asterix-Comics, Les Editions Rene Albert, war damals gegen den deutschen Inhaber der "MobiliX"-Marke vorgegangen und hatte vor dem Oberlandesgericht München in zweiter Instanz Recht bekommen. Die

Marken wurden als verwechslungsfähig angesehen, Heuser musste sein unter dem Namen "MobiliX" geführtes Internet-Projekt umbenennen, das inzwischen "TuxMobil" heisst. Er war vor den Bundesgerichtshof gezogen, weil das Oberlandesgericht keine Revision zuließ.

Der "MobiliX"-Markeninhaber zeigte sich über die Entscheidung des Bundesgerichtshofs enttäuscht. "Der Ausgang des Verfahrens ist umso bedauerlicher, weil einige finanzstarke Markeninhaber inzwischen recht abstruse Klagen anstrengen, denen ohne große Streitkasse nicht ausreichend entgegengetreten werden kann," erklärte er in einer Pressemitteilung.

Quelle: www.markenplatz.de

„Post“ ist nicht unterscheidungskräftig

Das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) hat einen Widerspruch der Deutschen Post gegen die Eintragung der Marke „TPG Post Deutschland“ zurückgewiesen.

Anmelderin der Marke ist die EP-Europost, ein Joint Venture der niederländischen Royal TPG Post und der deutschen Hermes Logistik Gruppe, die seit September 2000 ein Zustellnetzwerk für adressierte Postsendungen in Deutschland aufbaut und täglich Briefsendungen zwischen 100 und 2.000 Gramm an alle Haushalte in Deutschland zustellt.

Das Patentamt stellte fest, dass eine Verwechslungsgefahr zwischen den Marken „TPG Post Deutschland“ und „Deut-

sche Post“ nicht bestehe. Der Begriff „Post“ als solcher sei nicht unterscheidungskräftig und freihaltebedürftig. Es sei nicht ohne weiteres zulässig, ein Element aus einem zusammengesetzten Zeichen herauszugreifen und dieses allein mit dem anderen Zeichen auf seine Identität oder Ähnlichkeit zu prüfen. Markenrechtlicher Schutz habe von der Gestaltung der Marke auszugehen, wie sie eingetragen ist, und eine Ähnlichkeit mit einer anderen Marke könne nur in deren konkreter Verwendung festgestellt werden.

Der Schutz eines aus einem zusammengesetzten Zeichen herausgelösten Elements, wie in diesem Fall der Begriff „Post“, sei dem Markenrecht fremd. (AL) DPMA, München (AZ: 302 40 981.5/39)

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für Zeitungen, Zeitschriften und Magazine (in gedruckter oder in elektronischer Form) im pharmakologischen Bereich für den Titel

epinews

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**Desitin Arzneimittel GmbH,
Weg beim Jäger 214, 22335 Hamburg**

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

Das gefrorene Licht

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Joachim Zeitner, Marienstraße 27, 76137 Karlsruhe,
Anja Rosbach, Marienstraße 27, 76137 Karlsruhe,
Heinz Ritter, Adlerstraße 22, 76133 Karlsruhe,
Gábor Módos, Akademiestraße 15, 76133 Karlsruhe**

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

Deutschland sucht das Superheim

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

**ProSieben Television GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

PUTSCH AUF MALLORCA Ein Zukunftsroman aus dem Jahr 2020

In allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Bücher und Druckerzeugnisse alle Art, Hörfunk, Fernsehen, Film und alle elektronischen Medien.

**Joachim Schröder Filmproduktion,
Scheiderhöherstraße 73, 53797 Lohmar**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

**FRIDA
FRIDA SONNENSCHEN
FRIDA IN DER GIESSKANNE**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Michaela Kraushaar,
Waldweg 15, 82027 Grünwald**

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

**Diplomatic Facts.
Norddeutschland diplomatisch**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Wortverbindungen und Titelkombinationen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und On-Line-Dienste.

**Redaktionsbüro Jutta Höflich,
Bornstraße 4, 20146 Hamburg**

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

Angelino

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien.

**Mike Engel,
Richard-Sorge-Straße 66, 10249 Berlin**

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

**Freizeit Woche
Freizeit Magazin**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, zur Verwendung in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Film, Hörfunk, Fernsehen sowie für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art und in Online- und Offline-Diensten.

**Damm & Mann Anwaltssozietät,
Ballindamm 1, 20095 Hamburg**

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

BUSINESS*SELECT

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, ferner für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD.

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

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

**DEUTSCHLAND SUCHT
DAS SUPERBROT**

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.

**Mitteldeutscher Rundfunk,
Kantstraße 71 - 73, 04275 Leipzig**

Rund 30.000 Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter:

www.titelschutzanzeiger.de

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:

Stuttgart kocht!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Idee und Moderation Hans Ulrich Scholpp,
Bopserwaldstraße 71, 70184 Stuttgart**

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

Abenteuer Archäologie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Spektrum der Wissenschaft
Verlagsgesellschaft mbH,
Slevogtstraße 3 - 5, 69126 Heidelberg**

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

East meets West

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen für alle visuellen Medien, insbesondere Fernsehen, Video-Vertrieb, Film, Printmedien, elektronische Medien, Online-Auftritte, Veranstaltungen.

**Peter Pesek Kommunikationen PPTV,
Zazenhäuserstraße 112, 70437 Stuttgart**

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

LIMA Liborius Magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Wortverbindungen und Titelkombinationen für alle Medien, insbesondere für Printmedien.

**Verlag Liboriusblatt GmbH & Co. KG,
Lange Straße 335, 59067 Hamm**

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

Alles für die Frau Für jede Frau

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

**Rechtsanwalt Peter Beck,
Rathausstraße 6 A, 20095 Hamburg**

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

Der Bachelor - Ein Mann zum Verlieben

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:

KI.KA-Brain

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, Off-Air-Videotextspiele, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Mitteldeutscher Rundfunk,
Kantstraße 71 - 73, 04275 Leipzig**

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

Für immer im Herzen

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen, Schriftarten, Kombinationen, Abkürzungen, mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Film, Hörfunk, Fernsehen sowie sonstige elektronische Medien, insbesondere auch Online-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie öffentliche Veranstaltungen.

**KORNMEIER KOLLEGEN,
Rechtsanwalt Andreas Schardt,
Meinekestraße 4, 10719 Berlin**

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:

Innovation in Deutschland

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse und elektronische Medien.

**Spektrum der Wissenschaft
Verlagsgesellschaft mbH,
Slevogtstraße 3 - 5, 69126 Heidelberg**

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

Domino Mondkalb Vor dem Regen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**merleker&mielke,
Theodor-Heuss-Platz 8, 14052 Berlin**

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

Futur B Das Zukunftsmagazin aus Berlin-Brandenburg

in jeder Schreibweise und Darstellungsform, Kombination und/oder variierten Abwandlung für alle Medienerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, Printmedien, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**culturepartners berlin,
Tempelhofer Ufer 10, 10963 Berlin**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für den Serientitel

Superpaket ~

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen, Wortfolgen, Satzstellungen und mit allen Zusätzen, für sinngemäße Titel, als Einzel- und Reihentitel, für alle Medien, einschließlich Printmedien und Druckerzeugnisse sowie alle elektronischen, audiovisuellen und digitalen Medien, Bild-, Ton- und Datenträger und Netzwerke, einschließlich On- und Offline-Dienste und sonstige Online-Medien, Softwareerzeugnisse und sonstige Datenträger.

**Franzis' Verlag GmbH,
Gruber Straße 46 a, 85586 Poing**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für unseren Mandanten, Warner Bros. Entertainment, Inc., Titelschutz in Anspruch für

HARRY POTTER UND DER GEFANGENE VON ASKABAN HARRY POTTER UND DER FEUERKELCH HARRY POTTER UND DER ORDEN DES PHÖNIX

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

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

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

LAMBERT FEELING HOME LAMBERT HOME FEELING LAMBERT LIVING MOMENTS LAMBERT HOME LIFE

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

Ablegen. Abfeiern. Ab 30 Rheinschiff-Party ab 30

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 im Mandantenauftrag Titelschutz in Anspruch für

FR plus FR + planF

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen, Schriftarten, Kombinationen, Abkürzungen, mit allen Zusätzen für Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Film, Hörfunk, Fernsehen sowie sonstige elektronische Medien, insbesondere auch Online-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie öffentliche Veranstaltungen.

BEITEN BURKHARDT GOERDELER
Rechtsanwalts-gesellschaft mbH,
Bockenheimer Anlage 15, 60322 Frankfurt am Main

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

Mein Herz und Du Mein Mann, mein Leben und Du

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

RAin Bettina Krause,
Hauptstraße 35, 82327 Tutzing

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

TV live TV digital TV quick TV smart TV trend TV style TV aktuell TV kompetent TV media Best of TV Quick TV Mega TV My TV Smart Shopping Smart Shopper Trend Shopping Trend Shopper

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, graphischen Gestaltungen, Untertiteln und Zusammensetzungen in sämtlichen Medien einschließlich Print-Medien, Ton- und Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art), Software, Off-Line und On-Line-Dienste, CD-ROM, CD-I, DVD und sonstige Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

Rechtsanwalt Konrad Bennecke,
Warburgstraße 50, 20354 Hamburg

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. 640 erscheint am 14.10.2003
Anzeigenschluss: 10.10.2003, 10 Uhr

mit DER
SOFTWARE
TITEL

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

16. Sept. 2003
Woche 38
Nr. 636

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

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