

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

PowerKauer auf Gemüsejagd 69 neue Titel geschützt

Dass knuddelige Tiere immer positive Gefühle wecken, darauf setzten SAT.1 und ProSieben. So ist statt Kevin diesmal "ein Koala-Bär allein zu Haus" und "Robbie das Rentier" wird uns "die Legende des vergessenen Stammes" erzählen. Auf dem Weg zum "Business-Erfolg" stehen uns einige Ratgeber-Titel zur Seite: Mit "Echt gut verkaufen", dem "Innovations-Report" und "Praxis Profit", werden wir vielleicht sogar "Millionär im Nebenberuf". Alle 69 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

Öffentlichkeitsarbeit- aber wie?

Die dpa-Tochter news aktuell veranstaltet einen zweitägigen Workshop mit dem Titel "Presse- und Öffentlichkeitsarbeit - Die Grundlagen für Ihren Erfolg". Berufsanfängern und Quereinsteigern sollen hier die Grundlagen von Pressearbeit nahe gebracht werden.

Was braucht eine Pressemitteilung, um von Journalisten gelesen zu werden. Wie wird ein Text klar formuliert, wie werden die Themen gewichtet und natürlich wie findet man knackige Überschriften.

Mit diesen Fragen beschäftigt sich Referent Dr. Gerd Kalkbrenner, selbst gelernter Journalist und ausgebildeter PR-Berater mit einem Lehrauftrag für Wissenschaftsjournalismus an der Universität

Freiburg. Selbstverständlich werden auch die Grundvoraussetzungen für gute Pressearbeit, wie Aufbau und Verwaltung eines Verteilers, Redaktionskontakte und die Organisation einer Pressekonferenz, nicht zu kurz kommen.

Termin:
18. und 19. März 2004
in Hamburg
10. und 11. Mai 2004
in Berlin.

Veranstalter:
*news aktuell GmbH,
Mittelweg 144,
20148 Hamburg
Tel. 040 - 41 13 28 41
Mail : mediaworkshopnewsaktuell.de oder
<http://mediaworkshop.newsaktuell.de>*

Kein Parteienprivileg bei unerwünschten E-Mails

Eine E-Mail der SPD, die im Wahlkampf E-Cards auf ihrer Webseite bereitgehalten hatte, nahm ein Münchner Anwalt zum Anlass einer Klage. Das Oberlandesgericht München gab ihm auch in zweiter Instanz Recht.

Eine unerwünschte Werbung per E-Mail sei auch für Parteien schon bei einmaliger Versendung unzulässig. Die Zusendung politischer Informationen stehe der kommerzielle Werbung gleich ein Parteienprivileg gäbe es hier nicht. Die SPD sei durch das Bereithalten der Versendungsfunktion ohne entsprechende Filter als Mitstörerin für die Rechtsverletzung verantwortlich. Auch hätte die Partei da-

mit rechnen müssen, dass ein solcher Dienst durch Dritte missbraucht werde. Dabei spiele es keine Rolle, dass die E-Mail des Empfängers nicht als die eines Gewerbetreibenden zu erkennen war.

Der Argumentation der SPD, eine einmalige Zusendung einer Werbe-Mail könne nicht als Eingriff in die Rechte des Empfängers zu bewerten sein, schloß sich das Gericht nicht an. Es sah eine allgemeine Gefahr des Ausufers und Überhandnehmens von Werbeschreiben per elektronischer Post.

*OLG München,
Urteil vom 12.02.2004,
AZ: 8 U 4223/03*

Neue Zeitschriften brauchen ein gutes Anzeigengeschäft

Wir beraten Verlage bei der Organisation des Anzeigen- und Vertriebsgeschäfts und können für zeitschriftenaffine Zielgruppen auch den bundesweiten Anzeigenverkauf übernehmen.

Wir sind seit 45 Jahren für Fach- und Publikumszeitschriften im Anzeigenverkauf tätig und übernehmen alle Arbeiten einer Anzeigenabteilung auf Provisionsbasis.



Büttner Medien GmbH
Sigmund-Freud-Str. 77a
60435 Frankfurt am Main
Tel.: 0 69 / 75 61 90-30
Fax: 0 69 / 75 61 90-41
E-mail: Sbuettner@buemed.de
www.buemed.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 69 Titel

100.000 Euro im Nebenberuf
200.000 Euro im Nebenberuf

ABBA - Die große Jubiläumsshow
ABBA - Die Jubiläumsshow
ABBA - Die Show
agrarforum
agrarforum Weser-Ems
Arztehaus Kompendium
AutoBild.de finder

Background Vocals
Berlin heißt Willkommen
Business-Erfolg

ChemChina
ChinaCHEM

Damals warst du still
Das Arztehaus Kompendium
Das Echte gut verkaufen
Das Sex-Monster
Deutsche Orte
Die gefühlte Stadt

Die Genies

Easy Navigation
Echt gut verkaufen
Ein Koala-Bär allein zu Haus
Elektroplaner
Elite
Erfolg
Erinnerungsorte
Europa XXL
Ewig jung trotz vieler Falten

Fachwörterbuch Holz-
und Metallblasinstrumente
Forschung & Entwicklung

GB.info
Gewerbe-Ratgeber
Gobritain.info

Handbuch der
Lichttechnik
Hrjournal

Innovations-Report

Köln - die gefühlte Stadt
Kompendium Arztehaus

LandLeben
LandLeben Spezial

Mehr
Millionär im Nebenberuf
Monte
Montes

OPEL CLASSIC
OPEL KLASSIK

PferdeForum
PferdeForum
Oldenburg Weser-Ems
PowerKauer auf Gemüsejagd
Praxis Profit
PRAXISTEST

Robbie das Rentier in:
Die Legende des
vergessenen Stammes

The Shield -
Gesetz der Gewalt
TV four you

Unsere wunderbare Natur
Unter den Linden 1

Willkommen auf
den Kanaren
Willkommen in Barcelona
Willkommen in Florenz
Willkommen in Lissabon
Willkommen in London
Willkommen in New York
Willkommen in Palma
Willkommen in Paris
Willkommen in Prag
Willkommen in Rom
Willkommen in Wien

„kurt-biedenkopf.de“ kann nicht gesperrt werden

Bundesgerichtshof weist Klage zurück.

Im Streit um die Internetadresse „kurt-biedenkopf.de“ musste sich der frühere CDU-Ministerpräsident von Sachsen geschlagen geben. Nachdem er vor dem Landgericht Dresden seine Klage gegen einen anders namigen Inhaber des strittigen Domainnamens durchgesetzt und ihm die Nutzung der Adresse untersagt hatte, ging es vor dem Bundesgerichts-

hof jetzt um die Frage, ob Biedenkopf die Domainvergabestelle DENIC dazu verpflichten kann, eine Sperrung der Internetadresse vorzunehmen. Er will damit eine zukünftige Registrierung der namensgleichen Adresse durch Dritte verhindern. Biedenkopf selbst will von der Domain keinen Gebrauch machen.

In den Vorinstanzen war die Klage, eine Nutzung der Domain zu untersagen, bereits ge-

scheitert. Das Berufungsgericht hatte sie zuletzt mit der Begründung abgewiesen, dass die Sperrung der Adresse nur gerechtfertigt sei, wenn jede zukünftige Eintragung eines Dritten einen für die Beklagte erkennbar offensichtlichen Rechtsverstoß darstelle. Im vorliegenden Fall sei die Anmeldung durch einen anderen Kurt Biedenkopf jedoch möglich und zulässig. Der BGH bestätigte mit seinem Urteil vom 19. Februar (Az: I ZR 82 01) die

Entscheidung des Berufungsgerichts und wies die Klage ebenfalls ab. Die DENIC dürfe die Adresse bei einem neuen Antrag wie bei der ersten Registrierung allein nach Prioritätsprinzip vergeben, hieß es in einer Pressemitteilung. Die genaue Urteilsbegründung steht noch aus.

Quelle: www.markenplatz.de

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 659 erscheint am 09.03.2004 **Anzeigenschluss:** 05.03.2004, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 660 erscheint am 16.03.2004 **Anzeigenschluss:** 12.03.2004, 10 Uhr

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Wie alt ist "Nemo"?

Gerichtstermin im Urheberrechtsstreit um den Clownfisch.

Zu einer ersten Anhörung im Fall Nemo kam es jetzt vor einem französischen Gericht. Der Kinderbuchautor Franck Calvez kämpft um die Urheberrechte an seinem Clownfisch Pierrot le poisson clown. Er hatte Anfang diesen Jahres Klage gegen Disney, die Produktionsfirma Pixar und den Vertreiber des Erfolgsfilmes „Findet Nemo“ eingereicht, weil er in Nemo ein Plagiat seines eigenen Clownfisches sieht. Calvez gibt an, Pier-

rot als Marke und sein Manuskript bei der französischen Autorenvereinigung geschützt zu haben. Mit der jetzt eingereichten Klage will er vorerst einen Verkaufsstop von Merchandising-Produkten wie Plüschtieren, Pyjamas und Büchern erwirken. Über den gesamten Urheberrechtsfall wird das Gericht dann im Oktober entschieden.

Während der Anhörung ging es vor allem darum, das Alter der schuppigen Unterwasserhelden Pierrot und Nemo nachzuweisen. Pierrots Geburts-

tag datiere angeblich auf das Jahr 1995, 1996 seien erste Zeichnungen entstanden. Calvez' Kinderbuch „Pierrot – le poisson clown“ war 2003 mit einer Auflage von 3.000 Stück auf den französischen Markt gekommen, wegen seines Erfolges plante Calvez bereits eine Neuauflage und die Anfertigung von Plüschtieren, als er vom neuen Disney-Helden Nemo erfuhr. Disney datiert die Entstehung Nemos auf das Jahr 2000, seit 2002 sind die Geschichte und die Personen des Filmes „Findet Nemo“ urheberrechtlich geschützt. Calvez

Aussage, er habe sein Manuskript im Jahr 2002 bei der französischen Autorenvereinigung registrieren lassen, garantiere einen Schutz für den Text, nicht jedoch für das Bild Nemos, so Disney. Die äußerlichen Gemeinsamkeiten von Pierrot und seinem angeblichen Plagiat lägen in der Natur, sagten die Anwälte Disneys. Die Geschichten hingegen seien nicht identisch. Das Gericht wird am 12. März über Calvez Antrag auf einen Verkaufsstop entscheiden.

Quelle: www.markenplatz.de

Unter Hinweis auf § 5, Abs. 3 des Markengesetzes nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Forschung & Entwicklung ChinaCHEM ChemChina

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungsformen für alle Medien.

**Katscher Habermann Patentanwälte,
Fröbelweg 1, 64291 Darmstadt**

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

Die Genies Deutsche Orte Erinnerungsorte

in allen Schreibweisen national und international und Darstellungsformen in allen Medien.

**RAe Pape, Persike und Partner GbR,
Schützenstraße 18, 10117 Berlin**

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

Das Sex-Monster ABBA - Die Jubiläumsshow ABBA - Die große Jubiläumsshow ABBA - Die Show Mehr hrjournal

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 nehmen wir für eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

Easy Navigation

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten, Wort- und Zeichenverbindungen, Zusammensetzungen, Titelkombinationen und entsprechenden Untertiteln für Druckerzeugnisse, Printmedien, Software, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD, elektronische, digitale und audiovisuelle Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste, Online-Medien, Telekommunikations- und -dienstleistungen (insbesondere SMS, WAP, Unified Messaging Systems), Multimedia-Produkte, Multimedia-Anwendungen, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen aller Art und in jeder Form.

**Rechtsanwälte Zöpfl, Wiedorfer & Kollegen,
Bavariaring 25, 80336 München**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Pearl Jam bekommt Internetadresse

Die US-Rockband Pearl Jam konnte einen Domainstreit vor dem National Arbitration Forum für sich entscheiden (Fall Nr.: FA0312000221238). Sie klagte gegen eine in Miami ansässige Privatperson, die vorgab, unter dem strittigen Adressnamen „jampearl.com“ eine Familienseite betreiben zu wollen, deren Benennung sich an den väterlichen Vornamen James und den mütterlichen Pearl anlehne. Der Beklagte warf Pearl Jam außerdem Reverse Domain Name Hijacking vor. Die Musikgrup-

pe sei international bekannt und hätte die Adresse „jampearl.com“ gemeinsam mit den von ihr angemeldeten Marken und Domains längst registrieren können.

Das Schiedsgericht hielt die Argumentation des Beklagten für unglaublich und wies auch den Vorwurf des Hijackings zurück. Er hatte nach Auffassung des Gremiums keinen ausreichenden Nachweis erbracht, ein Familiengeschäft unter dem Namen „jampearl“ zu betreiben. Es läge vielmehr Nahe, dass man bei

den Vornamen James und Pearl auf einen Domainnamen wie „Jamespearl“ oder „jimpearl“ zurückgreife, nicht aber auf „Jam-Pearl“.

Die Marke der Musikgruppe sei das entscheidende Element in dem Adressnamen und jeder der „Jampearl“ höre, denke an Pearl Jam, so das Schiedsgericht. Die Aussage des Beklagten, dass er die Domain ohne Referenz auf Pearl Jam registriert habe, wurde deshalb als unaufrichtig bewertet. Vielmehr kam man zu dem Schluß, dass der

Domaininhaber von der Reputation der Band habe profitieren wollen und sprach die Adresse deshalb der Klägerin zu.

Seit 1991 tritt die amerikanische Rockband unter dem Namen Pearl Jam auf. Mitte der neunziger Jahre feierte sie ihre größten Erfolge und machte sich weltweit einen Namen. In den Vereinigten Staaten hat die Gruppe ihren Namen mit vier Markeneinträgen geschützt, zwei EU-Markeneinträge liegen für „Pearl Jam“ vor.

Quelle: www.markenplatz.de

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

Praxis Profit

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 für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Unter den Linden 1

für den Bereich Fernsehen, insbesondere TV-Formate und Rubriken von TV-Formaten, in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen und Wortverbindungen.

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

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

PowerKauer auf Gemüsejagd

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse aller Art und für Spiele.

**Rechtsanwälte Dr. Heinz & Stillner,
Seestraße 104, 70174 Stuttgart**

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

Unsere wunderbare Natur Heimische Tiere, Pflanzen und Lebensräume

in allen Schreibweisen für alle Medien.

**Buse Heberer Fromm Rechtsanwälte,
Abteistraße 57, 20149 Hamburg**

**Rund 35.000 Titel !
Recherchieren Sie kostenlos unter:
www.titelschutzanzeiger.de**

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

Echt gut verkaufen Das Echte gut verkaufen

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Kombinationen, Darstellungsformen und mit allen Untertiteln und Zusätzen, für alle Medien insbesondere für Printmedien, elektronische Medien und Netzwerke, Rundfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger.

**HAUSWALDT BOLLMEYER
Rechtsanwälte, Steuerberater,
Rathausstraße 13, 20095 Hamburg**

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

Fachwörterbuch Holz- und Metallblasinstrumente Background Vocals Ewig jung trotz vieler Falten Handbuch der Lichttechnik

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**

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

TV four you

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, graphischen Gestaltung, Abwandlung, Wortverbindung, Titelkombinationen zur Verwendung in allen Medien, insbesondere Druckerzeugnissen und einschließlich Internet und Merchandising.

**KÖNIGSTEINER AGENTUR,
Reinhold-Frank-Straße 63, 76133 Karlsruhe**

Gemäß § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Europa XXL

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und graphischen Gestaltungen für die Bereiche Druckwerke, Rundfunkausstrahlung, öffentliche Veranstaltung und Internet.

**Westdeutscher Rundfunk Köln,
Anstalt des öffentlichen Rechts,
50600 Köln**

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

GB.info gobritain.info

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen gedruckter oder elektronischer Art.

**DP Destination Publishing KG,
Max-Planck-Straße 3, 42477 Radevormwald**

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

Damals warst du still

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

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

**Top News aus Werbung,
Marketing und Medien**

www.new-business.de

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

PRAXISTEST

In allen Wortverbindungen und Darstellungsformen für Druck-
erzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und di-
gitale Medien und Netzwerke sowie allen sonstigen Medien.

**Bertelsmann Stiftung,
Carl-Bertelsmann-Straße 256, 33311 Gütersloh**

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

Elite Erfolg Business-Erfolg

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**Kanzlei Dr. Rehbock,
Wittgasse 7, 94032 Passau**

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

100.000 Euro im Nebenberuf 200.000 Euro im Nebenberuf Millionär im Nebenberuf

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Weckmüller & Partner,
Wankelstrasse 19, 50996 Köln**

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

OPEL KLASSIK OPEL CLASSIC

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen jeweils mit oder
ohne Untertitel „BLITZLICHT“.

**IPS Pressevertrieb GmbH,
Carl-Zeiss-Straße 5, 53340 Meckenheim**

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

AutoBild.de finder

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Ge-
staltungen und Schriftarten für Printmedien, elektronische und
digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste sowie
sonstige Online-Medien.

**Axel Springer AG,
Brieffach 3900, 20350 Hamburg**

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

Ein Koala-Bär allein zu Haus

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

**SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH,
Oberwallstraße 6, 10117 Berlin**

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

Ärztelhaus Kompendium Kompendium Ärztelhaus Das Ärztelhaus Kompendium

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen
für Druckwerke, für Ton-, Bild-, Datenträger, elektronische Me-
dien (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

Elektroplaner Innovations-Report Gewerbe-Ratgeber

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und
Kombination zur Verwendung in allen Medien, print- und non-
print, online und offline, als Einzel- und Reihentitel, sowie für
Dienstleistungen und Veranstaltungen.

**Huss Medien GmbH,
Am Friedrichshain 22, 10407 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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

agrарforum
LandLeben
PferdeForum
agrарforum Weser-Ems
PferdeForum Oldenburg Weser-Ems
LandLeben Spezial

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (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.

Landwirtschaftsverlag Weser-Ems GmbH,
Mars-la-Tour-Straße 4, 26121 Oldenburg

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

Willkommen in Paris
Willkommen in London
Willkommen in Prag
Willkommen in Wien
Willkommen in Florenz
Willkommen in Rom
Willkommen in Lissabon
Willkommen in Palma
Willkommen in New York
Willkommen in Barcelona
Willkommen auf den Kanaren
Berlin heißt Willkommen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Helmut Lingen GmbH & Co. KG,
Deutzer Freiheit 77, 50679 Köln

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

Monte
Montes

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien.

Rechtsanwalt Edgar van Mark,
Veichtedergasse 2, 84036 Landshut

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

Robbie das Rentier in:
Die Legende des
vergessenen Stammes
The Shield - Gesetz der Gewalt

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

ProSiebenTelevision GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

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

Die gefühlte Stadt
Köln - die gefühlte Stadt

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.

Gert Abram,
Vinzensallee 4, 50859 Köln

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

© 2004 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.



Probeabonnement

Fax: 040/609 009-66

Firma _____

Name, Vorname _____

Straße _____

PLZ, Ort _____

Tel. _____

USt.Nr. _____

Datum, Unterschrift _____

BITTE IN BLOCKSCHRIFT!

TS

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.

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