

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## “Mad in Germany”: 47 neue Medientitel geschützt

Die Fussball Weltmeisterschaft wirft bereits ihre Schatten voraus. Da heißt es ganz klar: “2006. Wir sind dabei”. Auch broadview tv brennt schon im “TribünenFieber” und die Treucan beschwört bereits den “FC Deutschland 07”. Nur ProSieben beschäftigt sich noch mit der “Intimzone Schwiegereltern” und lässt zur Not auch “Mädchen über Bord” gehen. Alle 47 Titel finden Sie auf Seite 2 (AL).

## ueber18.de genügt nicht

Nach dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) dürfen Jugendliche keinen Zugang zu jugendgefährdenden Inhalten im Internet erhalten. Enthält eine Website pornographische Inhalte, darf sie nur Erwachsenen zugänglich gemacht werden.

Nach einem neuen Urteil des Landgerichts Krefeld ist das bisher gängige Alterskontrollsystem “ueber18.de” zur Altersverifizierung nicht ausreichend. Die Ermittlung des Alters eines Nutzers erfolgt bei “ueber18.de” durch Eingabe einer Personalausweisnummer

und weiterer Angaben wie Postleitzahl und Bankverbindung. Den Krefelder Richtern ist zwar bewusst, dass kein hundertprozentiger Schutz Jugendlicher im Web möglich ist, fordern aber die Errichtung eines zumindest regelmäßig wirksamen Hindernisses für den Zugriff auf pornographische Seiten. “ueber18.de” erfülle diese Anforderungen nicht, da es durch Nutzung eines fremden Personalausweises leicht zu umgehen sei.

*Landgericht Krefeld,  
Urteil vom 15.09.2004,  
AZ.: 11 O 85/04*

## Kampf dem Spamming

Nach einer Meldung des Online-Magazins silicon.de haben sich in London Daten- und Verbraucherschützer aus 15 Ländern getroffen, um einen Plan zur Zusammenarbeit im Kampf gegen unerwünschte Werbe-Mails zu erarbeiten.

Die Konferenz fand unter der Schirmherrschaft des britischen “Office for Fair Trade” und der amerikanischen “Federal Trade Commission” statt.

*Näheres unter: [www.silicon.de](http://www.silicon.de)*

## Täuschende Mittel im Wettbewerb

Das Vertriebsunternehmen der SodaClub-Gruppe darf das Zeichen “MultiMax” nicht mehr benutzen oder schon gekennzeichnete Kohlendensäurezylinder in den Verkehr bringen. So entschied jetzt das Landgericht Hamburg für den Schutz der Markenrechte der Trinkwassersprudlermarke WasserMaxx. Die Hamburger Richter hiel-

ten die Verwendung der Bezeichnung “MultiMax” für einen unlauteren Einbruch in das Marketingsystem des Konkurrenten mit wettbewerbsfremden, weil täuschenden Mitteln. Dies führe zu einer unbilligen Behinderung des Vertriebssystems von WasserMaxx.

*Landgericht Hamburg,  
AZ.: 416 O 66/04 / 1.09.2004*

## Nur eine Werbe-Mail genügt schon...

... um einen wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch auszulösen, wenn keine Genehmigung des Empfängers vorliegt. Empfiand die Vorinstanz eine einzige Werbe-Mail noch als geringfügige Beeinträchtigung des Empfängers, die mit der Versicherung des Versenders, den Empfänger aus der Datenbank zu streichen, aus der Welt zu schaffen sei, entschied das OLG Düssel-

dorf jetzt, dass nur die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung die Wiederholungsfahr verhindern. Die einzelne E-Mail dürfe, nach dieser Auffassung, nicht isoliert, sondern als Teil des zu bekämpfenden Spamming betrachtet werden.

*Oberlandesgericht Düsseldorf  
Urteil vom 22.09.2004,  
AZ.: I-15 U 41/04*

## MediaRegister

Die schnelle und günstige Titelrecherche

### Suchen Sie online in:

- ▶ über 200.000 Titelschutzanzeigen aller relevanten, deutschen Publikationen
- ▶ 1,6 Millionen Zeitschriften- und Buchtitel
- ▶ 1,1 Millionen Film-, Musik- und Softwaretitel
- ▶ Mehr als 2 Millionen Fernsichtitel (Europa, USA, Pay- und Free-TV)

**für 59 € pro  
Online-Recherche**  
(zuzüglich 16 % Mehrwertsteuer)

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Diese Woche: 47 Titel

2.5	Die Nord-Süd-Saga	Handwerk Holz & mehr	Stilo & Gusto
2006. Wir sind dabei.	Die Nord-Süd-Story	Handytainment	Stilo + Gusto
beauftragt	dix - deutscher	hearme!	Stilo e Gusto
Benchsystem	internationaler index	Intimzone Schwiegereltern	Systembench
business & law	Eine neue Zeit	Liebe per Mausclick	Tao Life
Casa Moresca Magazin	Eingebrannte Bilder	Mad in Germany	TribünenFieber
Das durchstoßene Herz	Erinnere Dich,	Mädchen über Bord	Wachse und gedeihe,
Das Unglück von Ramstein	wenn Du kannst!	Making tomorrow happen	liebes Kind
Die Dr.KarstenBredemeier	Extralogistik	MANUFACTUM	Wander Träume
Methode	FC Deutschland 04	Plus	Wander-Paradiese
Die ICE-Saga	FC Deutschland 05	Ramstein	
Die ICE-Story	FC Deutschland 07	Riss durchs Leben	
Die Katastrophe	Goethe lebt	Segel Journal	
von Ramstein	Gut gebrüllt, Dr. Loewe	Singles - Wilde Zeiten	

## Neue Möglichkeiten für Anwaltswerbung

Das Bundesverfassungsgericht hat im August den Weg freigemacht zu einer offeneren Form der Selbstdarstellung von Anwälten (AZ.: 1 BvR 159/04). So darf sich ein Rechtsanwalt jetzt auch "Spezialist" nennen.

Laut Berufsordnung durfte bisher nur die Fachanwaltschaft sowie Interessen- oder Tätigkeitsschwerpunkte in der Werbung bzw. im Briefkopf des Anwalts genannt werden. Der

Titel des Fachanwaltes konnte aber nur in acht Bereichen (Verwaltungs-, Steuer-, Arbeits-, Familien- und Sozialrecht, sowie Versicherungs-, Insolvenz- und Strafrecht) verliehen werden. Nach einer Meldung des Handelsblatts, nimmt nun auch die Bundesrechtsanwaltskammer das Urteil der Verfassungsrichter zum Anlass über Reformen nachzudenken. In der zuständigen Satzungsversammlung soll

diskutiert werden, ob man sich nicht auf zwei Werbemöglichkeiten beschränken sollte. Dies bedeute den Ausbau des Fachanwaltstitels und der Spezialistenbezeichnung, darunter auch die Fachanwaltsqualifikation im Wettbewerbsrecht.

Für (noch) "Spezialisten" im Medien- und Wettbewerbsrecht bringen der "Titelschutz Anzeiger" und der Info-Dienst "new business" Ende November ein

Nachschlagewerk heraus, das Anwälten die Möglichkeit bietet ihr Leistungsspektrum den Entscheidern der Medienbranche zu präsentieren.

*Anwälte für  
Medien- und Wettbewerbsrecht 2005  
Näheres erläutert:  
Manuela Busche,  
Presse Fachverlag GmbH,  
Tel. 040 - 609 009 51*

## Der Titelschutz Anzeiger

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 692 erscheint am 26.10.2004 **Anzeigenschluss:** 22.10.2004, 10 Uhr

## Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 695 erscheint am 16.11.2004 **Anzeigenschluss:** 12.11.2004, 10 Uhr

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Lila ist von nun an für Milka reserviert

### Kraft Foods gewinnt vor dem Bundesgerichtshof.

Großstadtkinder, die einen Landausflug nur aus dem Schulbuch und Kühe nur aus der Milka-Werbung kennen, glauben tatsächlich, die weidenden Wiederkäuer seien lila. Auch wenn sich diese Annahme spätestens bei der ersten Begegnung mit einer echten Kuh als Irrtum erweist, zeigt sie, wie stark die Farbe Lila im Zusammenhang mit der „Milka“-Marke in Erscheinung tritt. Das bestätigen auch Verbraucherumfragen, nach denen die Mehrheit der Befragten Lila der Schokoladenmarke zuordnet. Nachdem der Milka-Hersteller Kraft Foods seine kennzeichnungskräftige Farbe aus diesem Grund als Mar-

ke für Schokoladenwaren eintragen lassen durfte, konnte er jetzt seinen Alleinanspruch auf deren Benutzung durchsetzen. Kraft Foods gewann eine vor dem Bundesgerichtshof (BGH) eingereichte Klage gegen die Verdener Keks- und Waffelfabrik, die eine 500-Gramm-Gebäckmischung mit lilafarbener Verpackung auf den Markt gebracht hatte (Az.: I ZR 91/02). Der BGH bestätigte mit seinem Urteil die Entscheidung des Oberlandesgerichts Bremen, das die Berufung der Beklagten zurückgewiesen hatte.

In der Begründung heisst es, eine auf Verpackungen verwendete Farbe könne normalerweise nicht als Marke geschützt und auch nicht als Herkunftshinweis

verstanden werden. Im vorliegenden Fall sei es jedoch anders, weil die für die Klägerin markenrechtlich geschützte Farbe Lila nach den Feststellungen des BGH zum Inbegriff von Milka-Schokoladenerzeugnissen geworden sei und über eine gesteigerte Kennzeichnungskraft verfüge. Die Richter vertraten die Auffassung, dass die gegenüber den Gestaltungselementen hervortretende Grundfarbe Lila den Gesamteindruck der von der Beklagten verwendeten Verpackung prägt und vom Kunden daher als Kennzeichnungsmittel verstanden wird.

Zwischen der Verpackung der Verdener Keks- und Waffelfabrik sowie den Milka-Produkten Kraft Foods konnte deshalb

Verwechslungsgefahr festgestellt werden.

Die Entscheidung im Fall Milka erinnert an den vor einem Jahr ausgetragenen Telekom-Streit um die Farbe Magenta, den das Telekommunikationsunternehmen zu seinen Gunsten entscheiden konnte. Vor dem Hintergrund dieses Erfolges äuserten die Rechtsvertreter der Verdener Keks- und Waffelfabrik die Befürchtung, dass Großkonzerne Farben zunehmend monopolisieren. Lebensmittelhersteller, die lilafarbene Verpackungen auf den Markt bringen, müssen in Zukunft jedenfalls mit einer Unterlassungsklage rechnen.

Quelle:

[www.markenbusiness.com](http://www.markenbusiness.com)

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

### MANUFACTUM

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

**Adolf Würth GmbH & Co. KG,  
Reinhold-Würth-Straße 12-17, 74653 Künzelsau**

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

### Mädchen über Bord Intimzone Schwiegereltern

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 für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

### Handwerk Holz & mehr

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

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

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

### Wachse und gedeihe, liebes Kind

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

**Seminare & Praxis Doderer,  
Limburgerstraße 37, 65510 Idstein**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## GoYellow bleibt Gelb

Das Online-Branchenverzeichnis GoYellow darf für seinen Internetauftritt die Farbe Gelb verwenden. Das Frankfurter Landgericht wies eine Klage der Telekom-Tochter DeTeMedien zurück. Die Herausgeberin der Gelben Seiten hatte versucht, ein Exklusivrecht durchzusetzen. Sie wollte GoYellow per Gerichtsentscheid verbieten lassen, von der Farbe, wie auch dem Namen „Gelb“ Gebrauch

zu machen. Ursprünglich hieß GoYellow nämlich „Googelb“. Der Betreiber des Online-Branchenverzeichnisses Klaus Harnisch hatte diese Bezeichnung gewählt, weil er darin die optimale Beschreibung seines Angebots sah. Eine Mischung aus Suchmaschine und Branchenbuch eben. Zu diesem Namen darf das Unternehmen laut Urteilspruch jedoch nicht zurückkehren. Die Richter begrün-

deten ihre Entscheidung damit, dass die Ähnlichkeit zu dem Namen Google zu groß sei. Ohne vor Gericht als Klägerin aufzutreten zu sein, haben die Betreiber der Suchmaschine dank DeTeMedien damit einen Sieg errungen.

Bei GoYellow-Chef Klaus Harnisch rief die Entscheidung Zufriedenheit hervor. Dem Hamburger Abendblatt sagte er: „Wir meinen, das entspricht

dem Recht.“ Harnisch konzentriert sich jetzt auf den für diese Woche geplanten Start seines Branchenverzeichnisses, das mit einer großangelegten TV-Kampagne beworben werden soll. Bei GoYellow können Gewerbetreibende ihr Angebot für einen Euro pro Tag veröffentlichen.

*Quelle:*

[www.markenbusiness.com](http://www.markenbusiness.com)

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

### Tao Life

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**TV Media Medienmanagement GmbH,  
Kolpingstraße 3, 85560 Ebersberg**

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

### dix - deutscher internationaler index

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:

### Liebe per Mausclick

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**DMB-Film,  
Pommersche Straße 9, 10707 Berlin**

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

### EINSTEINCHEN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

### Singles - Wilde Zeiten

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

**KOCH Media GmbH,  
Gewerbegebiet, A - 6600 Höfen/Österreich**

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

### Mad in Germany Goethe lebt

in allen Schreibweisen, Schrift- und Darstellungsformen, in allen Kombinationen für Film, Video und sonstige Bild- und/oder Tonträger aller Art, Printmedien, elektronische Medien und/oder digitalen Daten und Verbreitungswege sowie Onlineservices.

**Rechtsanwälte Frömming & Partner,  
Rothenbaumchaussee 3, 20148 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 für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

## **Die Dr.KarstenBredemeierMethode**

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereizerzeugnisse, Prospekte, Publikationen, Software-Erzeugnisse, 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.

**NORTON ROSE VIeregge Rechtsanwälte,  
Theodor-Heuss-Ring 19-21, 50668 Köln**

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

## **Riss durchs Leben**

in allen Abwandlungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wort- und Zeichenverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste) sowie für Dienstleistungen und Veranstaltungen.

**Hans-Otto von Hirschfeld,  
Schumannsdieken 45, 40885 Ratingen**

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

## **Ramstein Eingebrannte Bilder Das durchstoßene Herz Die Katastrophe von Ramstein Das Unglück von Ramstein**

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen.

**PICTORION PICTURES GMBH,  
An der Hasenkaule 1-7, 50354 Hürth**

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

## **Extralogistik**

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

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

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

## **Making tomorrow happen**

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh-, Videoproduktionen, Computersoftware aller Art und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich off-line und on-line Diensten, sonstige audiovisuelle und digitale Medien, sowie Softwareerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen aller Art, Literatur und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domainbezeichnungen im Intra- und Internet.

**Rechtsanwälte Mayer, Brown, Rowe & Maw LLP,  
Bockenheimer Landstraße 98-100,  
60323 Frankfurt am Main**

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

## **Eine neue Zeit**

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh-, Videoproduktionen, Computersoftware aller Art und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich off-line und on-line Diensten, sonstige audiovisuelle und digitale Medien, sowie Softwareerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen aller Art, Literatur und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domainbezeichnungen im Intra- und Internet.

**Rechtsanwälte Mayer, Brown, Rowe & Maw LLP,  
Bockenheimer Landstraße 98-100,  
60323 Frankfurt am Main**

# 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

## **Stilo e Gusto Stilo & Gusto Stilo + Gusto**

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Abwandlungen, Darstellungen, Wort- und Zeichenverbindungen und mit allen Zusätzen, für alle Medien insbesondere Druckerzeugnissen, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträgern aller Art, Internet, elektronische und/oder digitale Medien sowie Netzwerke einschließlich On- und Offlinediensten sowie Telekommunikationsdienstleistungen.

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

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

## **Die ICE-Story Die ICE-Saga Die Nord-Süd-Story Die Nord-Süd-Saga**

In allen möglichen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen und Wortverbindungen und mit allen Zusätzen für Serien- und Einzelbandtitel im gesamten Printbereich, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, sowie Software-Erzeugnisse, CD-Rom, CD-I, DVD.

**VGB Verlagsgruppe Bahn GmbH,  
Am Fohlenhof 9a, 82256 Fürstenfeldbruck**

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

## **Systembench Benchsystem 2.5**

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen, graphischen Gestaltungen und mit allen Zusätzen für sämtliche Medien, insbesondere Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich off-line- und on-line-Diensten, sowie sämtliche audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen, Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen in Intra- und Internet.

**PSB RAe Pfeiffer Schneider Breski,  
Im Wallgraben 48, 79761 Waldshut-Tiengen**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- 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-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, 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 für:

## **TribünenFieber**

**broadview.tv GmbH,  
Ubierring 61 a, 50678 Köln**

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

**[www.new-business.de](http://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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

## **hearme!**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen und graphischen Gestaltungen, alleinstehend oder mit entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, in allen Medien, einschließlich, aber nicht beschränkt auf Druckerzeugnisse und Printmedien aller Art (wie z.B. Bücher, Zeitschriften, für Magazine, Kataloge, Werbeschriften etc.), als Einzel- oder Reihentitel, für Softwareerzeugnisse, Ton-, Bild-, Bildton- und Datenträger aller Art (einschließlich CD-ROM, CD-I, DVD, CD, Audiokassette etc.), Hörbuch, Hörspiel, Hörfunk, Film, Fernsehen, Off- und Online-Services sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien- und Netzwerke, Multimedia-Anwendungen, Internet, Telekommunikation (einschließlich UMTS, SMS, WAP, MMS etc.), Veranstaltungen, Merchandising etc.

**Rechtsanwalt Hans-Jürgen Homann,  
Marienstraße 2, 10117 Berlin**

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

## **FC Deutschland 04 FC Deutschland 05 FC Deutschland 07**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Titelkombinationen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien einschließlich Multimediaanwendungen (Online- und Offlinedienste), CD-Rom, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate, für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie für Dienstleistungen und für öffentliche und nicht öffentliche Veranstaltungen.

**Treucan Vermögensverwaltungsgesellschaft mbH,  
c/o Alpers & Stenger,  
Colonnaden 5, 20354 Hamburg**

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

## **Gut gebrüllt, Dr. Loewe Erinnere Dich, wenn Du kannst! 2006. Wir sind dabei.**

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereizerzeugnisse, 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 42, 82327 Tutzing**

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

## **Wander Träume Segel Journal Casa Moresca Magazin Wander-Paradiese beauftragt**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, allen Arten der grafischen Darstellung 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 sonstigen Daten- und Kommunikations-Dienste und -Netze u.ä. für Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Veranstaltungen jeder Form, Bühnenwerke jeder Art einschließlich Musicals und sonstigen Bühnenaufführungen sowie Merchandising in jeglicher Form.

**Rechtsanwälte Josef Nachmann und Kollegen,  
Theaterstraße 32, 80333 München**

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

## **business & law**

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

**Moritz Müller,  
Klingelhüttenweg 28, 69118 Heidelberg**

19. Okt. 2004

Woche 43

**Nr. 691**

# 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:

## **Plus Handytainment**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Bristein Verlag GmbH,  
Kantstraße 5-13, 44867 Bochum**

## **Wiederholung und 50% Rabatt?**

Möchten Sie Ihre Titelschutzanzeige erneut schalten? Dann gewähren wir Ihnen auf die zweite inhaltsgleiche Anzeige einen Rabatt von 50%.

**Fon: +49 40 / 609 009 - 61**

## **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,  
Kösliner Weg 20, 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.

**Rund 38.000 Titel !**  
**Recherchieren Sie kostenlos unter:**  
**[www.titelschutzanzeiger.de](http://www.titelschutzanzeiger.de)**