

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“Hilflose Helden” und “Verzweifelte Hausfrauen”: 80 neue Titel für den Medienmarkt

Es ist Zeit sich auf den Jahreswechsel vorzubereiten: Der NDR ist bereits mit dem “Jahresquiz 2004” zur Stelle und ProSieben gibt einen Comedy-Rückblick über “die nervigsten Dinge 2004”. Die “Promi Woche” und “Promi Aktuell” aus dem Klambt Verlag beschäftigen sich lieber mit Stars und Sternchen und die Mandanten von RA Dzierzenga suchen das “Superluder”. Doch was mag denn wohl ein “Volksluder” sein? Möglicherweise ein Superluder, nur irgendwie demokratischer? Wir werden es erfahren. Alle 80 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

Katjes-Werbung: “Ohne Fett” erlaubt

Nach einer Entscheidung des Landgerichts Kleve dürfen die Fruchtgummis der Firma Katjes weiterhin mit dem Aufdruck “ohne Fett” werben.

Der Bundesverband der Verbraucherzentralen (vzbv) hatte in dieser Bezeichnung eine irreführende Werbung gesehen, da dem Verbraucher durch diesen Aufdruck suggeriert werde, es handle sich bei diesen Produkten um gesunde und nicht “dick machende Süßigkeiten”. Es sei zwar tatsächlich ein sehr geringer Fettanteil von 0,4 % enthalten, der Zuckeranteil dagegen liege teilweise bei 76,5 %.

Das Gericht konnte sich dieser Argumentation nicht anschließen. Der durchschnittliche Verbraucher wisse, nach Ansicht der Richter, dass nahezu alle Süßigkeiten Zucker enthielten. Die Aufga-

be des Gerichts bestehe nicht darin, die gesundheitsbewusste Ernährung zu fördern. Es müsse lediglich feststellen, ob eine nennenswerte Anzahl durchschnittlich informierter kindlicher oder erwachsener Verbraucher durch die beanstandete Werbung in wettbewerblich relevanter Weise getäuscht werde.

Der vzbv hält das Urteil nach eigener Aussage für falsch und will in die Berufung gehen. Das Urteil des Landgerichts Kleve verdeutliche, nach Ansicht der Verbraucherschützer, die schwierige Rechtsdurchsetzung und die bestehenden rechtlichen Defizite im Bereich der gesundheitsbezogenen Angaben für Lebensmittel.

LG Kleve vom 5.11.2004,
AZ: 8 0 69/04

Fantasiennamen erlaubt

Auch Anwaltssozietäten dürfen seit dem 1. November ihren Namen frei wählen und Kurzbezeichnungen oder Fantasienamen führen. Eine entsprechende Änderung des § 9 der Berufsordnung für Rechtsanwälte ist jetzt in Kraft getreten. Der Passus, dass die Kurzbezeichnungen “...aus

den Nachnamen früherer oder derzeitiger Mitglieder zu bilden seien ..” und dass Zusätze nur erlaubt seien, wenn “...dadurch keine Sach- oder Fantasiebezeichnung entsteht” wurde jetzt aufgehoben.

Näheres unter:
www.brak.de

Sixt muss zahlen

Der Autovermieter Sixt muss nach einer Meldung des Internetdienstes beck-aktuell.de eine Entschädigung von 100.000 Euro an Oskar Lafontaine zahlen.

Das OLG Hamburg hat dem Politiker jetzt in der Berufung die Entschädigung zugesprochen, weil sein Foto ohne Erlaubnis für Werbung einge-

setzt wurde. Sixt hatte 1999 in einer Anzeige ein Foto des Bundeskabinetts abgebildet und Lafontaine durchgestrichen. Nach Ansicht des Gerichts habe der Autovermieter nicht nur Honorare eingespart, sondern auch die Rechte Lafontaines verletzt.

Hanseatisches Oberlandesgericht, Urteil vom 9.11.2004



Täglich ergänzte eigene Datenbanken
in allen Medienbereichen

Gracklauer Titelrecherchen

www.gracklauer.de
info@gracklauer.de
Tel 030 825 81 39
Fax 030 826 20 39

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 80 Titel

2004 Das Jahresquiz	Deutschland sucht das Volksluder	In Respekt-Ausbildung von Pferd u. Reiter nach traditionellen Grundsätzen	Retter und Rekorde
Abend des Heilens	Die Flamme	Kicked	Say What
Abnehmen mit Erfolg	Die Hamburger Sturmflut	Kochen to go	Schattenspiele
Allein unter Mädchen	Die nervigsten Dinge 2004-der Comedy-Rückblick von A bis Z	Leute Aktuell	SIR International - Das Männermagazin
Apres Ski Grand Prix	Die nervigsten Dinge an Weihnachten von A bis Z	Liebesperlen	Spökenkieker
Arzneimittelkompass in schwierigen Zeiten	Die Sturmflut	Links blinken, rechts abbiegen	Sturmflut
Axel - Die Lehrjahre	Die Urne	Meißner Theaterblätter mohrstrom	Superluder
Axel will's wissen	Du bist was Du isst	more or less jazz	Top of the Alps
BankPraktiker	European academy for prevention and health promotion	moreorlessjazz	Top of the Mountains
Biosens	EXPERT Onkologie	München kocht!	Upper Class International - Das Gesellschaftsmagazin
Club Dance only!	Flucht in die Fremde	Nova Centurio - Die Kitamura-Chroniken	Verlassene Heimat
Cool kochen	Genuss ohne Reue - Iss Dich gesund mit den 5 Elementen	pb perspectives	Verzeichnis der Franchisewirtschaft
Das Recht und sein Preis	Gei Packing	perspectives	Verzweifelte Hausfrauen
Der Absacker	Global Player	Pferde und Persönlichkeiten	Volksluder
Der Gedankenleser- Ein Mann sieht alles	Grand Prix des Apres Ski	PostProben	Weltenbummler
Deutsche Akademie für Prävention und Gesundheitsförderung	Handbuch zur Sünde	Promi Aktuell	Wilde Maus
Deutsche Highlights	Handwerker-Pass	Promi Woche	Wildwechsel
Deutsche Höchstleistungen	High Class International - Das Gesellschaftsmagazin	Reise-Ticker	Woche Aktuell
Deutsche Rekorde	Hilflose Helden	Requiem	Wunderwelt Wissen
Deutsche Superlative			X-treme Dating
Deutschland sucht das Superluder			

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 696 erscheint am 23.11.2004 **Anzeigenschluss:** 19.11.2004, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 699 erscheint am 14.12.2004 **Anzeigenschluss:** 10.12.2004, 10 Uhr

Neuer Service für das Vertragsmanagement

Verträge sind notwendige Grundlage aller Geschäftsprozesse. Deren zielorientierte Konzeption, Realisierung und Durchführung sind daher wichtige Steuerungselemente eines Unternehmens. Hierfür ist ein modernes, professionelles Management aller Vertragsdokumente und -daten unerlässlich. Die Flut laufender Verträge stellt jedoch hohe Anforderungen an

jede zeitgemäße Vertragsverwaltung. Unternehmen selbst können diese nur mit hohem Aufwand erfüllen.

„Jede Inhouse-Verwaltung ist nicht nur personalintensiv, sie birgt auch Risiken, zum Beispiel dann, wenn an unterschiedlichen Stellen des Unternehmens Eingaben erfolgen“ weiß der Hamburger Rechtsanwalt Wolfgang Naegele aus vielen Jahren

Beratungs- und Unternehmenspraxis. Aus dieser Problemstellung heraus entwickelte er für seine Kunden eine Datenbank, die er in der vergangenen Woche auf der Hamburger Dienstleistungsmesse „diwi“ vorgestellt hat. Mit einem eigenen Informationssystem soll sie Unternehmen den gesamten Prozess der modernen Vertragsverwaltung abnehmen. Rechtsanwalt Nae-

gele ermittelt und bereitet alle Vertragsdaten so auf, dass der Unternehmenskunde sie jederzeit abrufen kann. Ein Frühwarnsystem für einzuhaltende Fristen und Termine soll kostenintensive Fehler vermeiden und gleichzeitig Kosten und Ressourcen einsparen.

Näheres unter:
www.wn-recht.de

Benutzen und Anmelden: Von der Kunst eine Farbe als Marke zu schützen

Kühe sind nicht lila, Telefonhäuschen waren früher nicht magenta und ein Branchenbuch wie die „Gelben Seiten“ könnte man auch auf weißes Papier drucken. Was diese 3 Wahrheiten eint, ist das Thema Farbmarken. Wirtschaftlich sind sie äußerst attraktiv. Juristisch sind sie ein weiteres Beispiel für die gegensätzlichen Auffassungen von BGH und Bundespatentgericht. Für die Marketingexperten sind sie eine echte Herausforderung.

Gerade mal 20 so genannte Farbmarken sind bisher beim Deutschen Marken- und Patentamt eingetragen. Doch weitere Anmeldeverfahren seien anhängig, teilt die Markenamtssprecherin Diane Nickl auf Anfrage von Markenbusiness mit. Ein Trend? Ein Blick in die Statistik verrät, dass die überwiegende Zahl der Anmeldungen aus den vergangenen beiden Jahren stammt. Tendenz steigend.

Die erste Veröffentlichung einer Farbmarke im deutschen Markenregister liegt gerade mal gut ein Jahr zurück. Versuche, Farbmarken in das Register einzutragen zu lassen, gibt es schon länger. 1995 meldete die „Heidelberger Bauchemie“ die Farbcombination Gelb/Blau an. Und scheiterte erst einmal - der Weg durch die Instanzen begann. Im Juni 2004 entschied

der Europäische Gerichtshof (EuGH) die Fragen, ob Farben ein Zeichen sein können, zur herkunftskennzeichnenden Unterscheidung geeignet sowie grafisch darstellbar sind. Die Antwort fiel typisch juristisch aus: ja, aber der Einzelfall entscheidet. Zum Thema Farben hatte der EuGH schon 2003 mit dem Libertel-Urteil zur Farbe orange klar gestellt, dass auch Farben in die Markenregister einzutragen sind. Voraussetzung sei, dass die Farbe wie ein Zeichen eingesetzt werde und der Verbraucher anhand der Farbe bestimmte Waren und Dienstleistungen von denen der Konkurrenz unterscheiden kann. Übersetzt heißt das, dass beispielsweise den lilafarbenen Bergen von Schokoladenfiguren im Weihnachts- und Ostergeschäft Farbmarkenqualität zu kommt.

Wie aber kommt ein Unternehmen in den Genuss einer eingetragenen abstrakten Farbmarke? Benutzen und Anmelden. Im deutschen Markengesetz ist die Markenfähigkeit von „Farben und Farbzusammensetzungen“ ausdrücklich erwähnt. Zu den Farben Lila, Gelb und Magenta gibt es mittlerweile Gerichtsentscheidungen.

Farben sind für alle da, denkt der Laie. Doch eine Farbmarke führt zu einem Farbmo-

nopol. Und je größer die Zahl der Waren und Dienstleistungen ist, für die die Eintragung der Marke beantragt wird, desto eher besteht die Gefahr der Monopolisierung. Die spezielle Situation der Farbmarken formuliert der EuGH als ein zu beachtendes „Allgemeininteresse daran ...“, dass die Verfügbarkeit der Farben für die anderen Wirtschaftsteilnehmer ... nicht ungerechtfertigt beschränkt wird.“ Zudem lässt sich aus den Gerichtsurteilen durch die Verweise auf die Benutzung der Farbe im Geschäftsverkehr die Empfehlung herauslesen, eine Farbe erst am Markt zu etablieren und dann anzumelden.

Für die Anmeldung außerdem wichtig: Ein bloßes Farbmuster als Beilage zum ersuchten Markenregistereintrag ist gefährlich. Denn Farben auf Papier verblasen, eine eindeutige Identifizierung wäre später nicht mehr möglich. Zudem muss die Farbe grafisch darstellbar sein. Hier verweist der EuGH auf international anerkannte Farbsysteme; zu nennen sind beispielsweise RAL oder Pantone.

Der wirtschaftliche Wert einer Farbmarke kann eigentlich nicht unterschätzt werden, doch Erfahrungen mit der Bewertung von Farbmarken gibt es kaum. Nach dem Urteil zur Telekom-

farbe Magenta geisterten beispielsweise Werte bis zu 20 Milliarden Euro durch die Gazetten. Für die Farbe Lila, die bereits 1901 etabliert wurde, und seine Kuh gibt Milka jährlich nach eigenen Angaben etwa 50 Millionen Euro aus. Mit Erfolg: 1995 sollten in Bayern 40.000 Kinder bei einem Wettbewerb eine Kuh ausmalen, woraufhin jedes dritte Kind die Milka-Farbe auswählte.

Auffällig ist, dass die Farbmarken häufig besonders knallig sind. Signalwirkung möchte man meinen. Wiedererkennung oder bloß Orientierungshilfe in der Angebotsvielfalt? Oder werbetaktisch geschickt, wer kannte früher schon den Farbton magenta? Doch herkömmliche Farben haben ebenfalls Potential, gerade bei der Farbe des Neides ist der Andrang groß: Go Yellow, Gelbe Seiten, Yellow pages oder Post.

Rot, Schwarz, Braun. Der Lexikoneintrag zur Farbsymbolik verrät: In der sinnbildlichen Deutung einzelner Farben führten zuletzt die politischen Veränderungen der Neuzeit zu einem eigenständigen Symbolwert. Farbmarken, die sich durchsetzen, könnten die gleiche Entwicklung nehmen.

Quelle: www.markenbusiness.de

EU: Neuer Datenbank-Service

EUR-Lex bietet nach einer Fusion mit der europäischen Rechtsdatenbank Celex den weltweit größten Dokumentationsfond über das Recht der Europäischen Union.

Die neue Datenbank enthält Dokumente seit den Anfängen der europäischen Zusammenarbeit, beginnend mit dem Abschluss der Verträge zur Grün-

derung der Europäischen Gemeinschaft für Kohle und Stahl (1951) und der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und Euratom (1957). Sie umfasst ca. 320.000 Dokumente in allen Amtssprachen. Durchschnittlich kommen pro Jahr etwa 20.000 neue Dokumente hinzu.

<http://europa.eu.int/eur-lex>

Whitelist für Suchmaschinen-Vermarkter

Suchmaschinen-Marketing hat sich zu einem wichtigen Marketing-Instrument entwickelt. Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. möchte Auftraggebern eine Entscheidungshilfe bei der Auswahl der richtigen Agentur bieten und gleichzeitig zweifelhaft Anbieter zurückdrängen. Zu diesem Zweck entwickelt der BVDW

jetzt ein Zertifikat für seriöse Suchmaschinen-Marketing-Agenturen. „Die Projektgruppe ist sicher durch diesen Schritt mehr Transparenz in das Marktsegment des Suchmaschinen-Marketings zu bringen und den Missbrauch einzudämmen“ erklärt Heide Dombrowski vom BVDW e.V. Näheres unter: www.bvdw.org

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:

Spökenkieker

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien, print und nonprint, online und offline, als Einzel- und Reihentitel, sowie für Dienstleistungen und Veranstaltungen, Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bühne sowie und elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste).

**Sybille Heyms,
Marienterrasse 5, 22085 Hamburg**

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

Der Absacker Links blinken, rechts abbiegen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Off-Line- und On-Line-Dienste einschließlich Web-Page-Auftritte).

**RAe Brehm & v. Moers,
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2
Spreepalais am Dom, 10178 Berlin**

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

Handwerker-Pass

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, graphischen Gestaltungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Software-Erzeugnisse, 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 Ulrich Krause,
Auf dem Baggersand 17,
23570 Lübeck-Travemünde**

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

Arzneimittelkompass in schwierigen Zeiten

in jeder Schreibweise, Abkürzung, Darstellungsform, Schriftart und grafischen 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 Offline- sowie Online-Dienste.

**Rechtsanwälte Sander - Zirkel - Denninger,
Karlstraße 21, 60329 Frankfurt**

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

Apres Ski Grand Prix Grand Prix des Apres Ski Top of the Mountains Top of the Alps

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-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.

**Helmut Rinnhofer & Peter Schutti,
Petzoldstraße 4, A - 4020 Linz**

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

Say What Kicked X-treme Dating Get Packing

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, sowie alle elektronische Medien, insbesondere auch Online- und Offline-Dienste (z.B. Internet), Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**MTV Networks GmbH & Co. OHG,
Stralauer Allee 7, 10245 Berlin**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

NEU

präsentiert:

Anwälte für Medien- und Werberecht 2005

Das neue Nachschlagewerk!

Auflage: 5.000 Exemplare

Empfänger: Präsentieren Sie sich und Ihre Kanzlei den Entscheidern in Werbe- und PR-Agenturen, Verlagen, TV- und Radio-Sendern, Filmproduktionen.

Porträtseite: 1.480 Euro

**Anzeigenschluss ist
am 22. November 2004**

**15 %
EINFÜHRUNGS-
RABATT**

Interessiert? Dann rufen Sie uns einfach an!

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG • Manuela Busche
Telefon 040-609 009 51 • E-Mail: manuela.busche@presse-fachverlag.de

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:

Nova Centurio - Die Kitamura-Chroniken

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Christian Langhagen,
Heßstraße 92, 80797 München**

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

Abend des Heilens Biosens

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Gesundheits und Schönheitspflege GmbH,
Oberes Schloß, Sohlanderstraße 2,
02689 Taubenheim an der Spree**

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

Weltenbummler Reise-Ticker

in jeder Schreibweise, Schriftart und Darstellungsform, mit Zusätzen und Untertiteln für Film, Fernsehen, Hörfunk, 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), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP) sowie Druckerzeugnisse und Softwareerzeugnisse.

**Euvia Travel GmbH,
Königsallee 49, 71638 Ludwigsburg**

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

Genuss ohne Reue - Iss Dich gesund mit den 5 Elementen

In Respekt-Ausbildung von Pferd u. Reiter nach traditionellen Grundsätzen

Handbuch zur Sünde

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Wu Wei Verlag,
Seestraße 54, 86938 Schondorf am Ammersee**

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

Deutsche Rekorde Deutsche Superlative Deutsche Highlights Deutsche Höchstleistungen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- sowie Bild-Ton-Träger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste und Internet, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Bücher und alle anderen Printmedien, öffentliche Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen jeder Art.

**Prime Productions GmbH,
Wittekindstraße 30, 44139 Dortmund**

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

Upper Class International - Das Gesellschaftsmagazin High Class International - Das Gesellschaftsmagazin SIR International - Das Männermagazin

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereizerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, 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.

**Rechtsanwälte Bohn & Partner,
Garmischer Straße 8-10, 80339 München**

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 eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

PostProben

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse und Merchandisingprodukte sowie digitale Medien, Datenträger und Onlinedienste ebenso in Verbindung mit Veranstaltungen jeglicher Art, insbesondere zur Unterhaltung.

**Patentanwälte Vonnemann Kloiber & Kollegen,
An der Alster 84, 20099 Hamburg**

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

Sturmflut Die Sturmflut Die Hamburger Sturmflut

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für den nachfolgenden Titel:

Du bist was Du isst

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

**Rechtsanwalt Martin Jenke,
Drakestraße 58, 12205 Berlin**

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

perspectives pb perspectives

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen für alle Medien, insb. für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische, digitale und optische Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, DVD, Internet) sowie Telekommunikationswege (einschließlich GSM, UMTS, EDGE, EMS, MMS, SMS, WAP).

**Hammerstein und Partner,
ABC-Straße 19, 20354 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich Titelschutz in Anspruch für eine(n) Mandantin/Mandanten

Superluder Volksluder Deutschland sucht das Superluder Deutschland sucht das Volksluder

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

**Rechtsanwalt Norbert Dzierzenga,
Eifelstraße 29, 50677 Köln**

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

Promi Aktuell Promi Woche Woche Aktuell Leute Aktuell

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

**Klambt Verlag GmbH & Cie.,
Rotweg 8, 76532 Baden-Baden**

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

Das Recht und sein Preis

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Lothar Müller-Güldemeister,
Matterhornstraße 102, 14129 Berlin**

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

München 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:

Pferde und Persönlichkeiten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Club Dance only!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**RAe/WP/StB Kuntze Mayer & Beyer,
Kaiserplatz 7, 80803 München**

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

mohrstrom

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwälte Stritter & Partner,
Bahnhofstraße 75, 55218 Ingelheim**

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

Verzeichnis der Franchisewirtschaft

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Unternehmerverlag,
Bonner Straße 16, 53424 Remagen**

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

Die nervigsten Dinge 2004 - der Comedy-Rückblick von A bis Z Die nervigsten Dinge an Weihnachten von A bis Z Allein unter Mädchen

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:

Flucht in die Fremde Verlassene Heimat

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische 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.

**teamWorx Television & Film GmbH,
Mommensenstraße 73, 10629 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 für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

EXPERT Onkologie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Vogt & Reiners Rechtsanwälte,
Schloßstraße 92, 22041 Hamburg**

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

more or less jazz moreorlessjazz

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**California Sunset Records GmbH,
Weidestraße 122 a, 22083 Hamburg**

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

BankPraktiker

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Film, Fernsehen, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Software und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On-Line und Off-Line).

**Rechtsanwalt Dr. Gerald Mai,
Karlstraße 31, 40210 Düsseldorf**

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

Der Gedankenleser- Ein Mann sieht alles

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, 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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Global Player

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 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Wilde Maus Liebesperlen Wildwechsel Hilflose Helden Axel - Die Lehrjahre Axel will's wissen

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.

**BRAINPOOL TV GmbH,
Schanzenstraße 22, 51063 Köln**

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

2004 Das Jahresquiz

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

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

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

Schattenspiele

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

**Südwestrundfunk, Anstalt des öffentlichen Rechts,
Am Fort Gonsenheim 139, 55122 Mainz**

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

Requiem

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

**Südwestrundfunk, Anstalt des öffentlichen Rechts,
Am Fort Gonsenheim 139, 55122 Mainz**

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

Deutsche Akademie für Prävention und Gesundheitsförderung (DAPG) European academy for prevention and health promotion (eapg)

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Deutsche Akademie für
Prävention und Gesundheitsförderung,
Ludwig-Barnay-Straße 1, 30175 Hannover**

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

Meißner Theaterblätter Die Urne Die Flamme

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Off-Line- und On-Line-Dienste einschließlich Web-Page-Auftritte).

**Satztechnik Meißen GmbH,
Am Sand 1 c, 01665 Diera-Zehren/OT Nieschütz**

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

Verzweifelte Hausfrauen Cool kochen Kochen to go

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line- und On-Line-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Holme Roberts & Owen,
Rosental 4, 80331 München**

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

Wunderwelt Wissen

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.

**Ulrike Dörr,
Hegelplatz 1, 10117 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:

Retter und Rekorde

in allen möglichen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten, in allen Medien, insbesondere Fernsehen, Hörfunk, Film, Internet, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnissen, Spiele, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, DVD, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien.

**Endemol Deutschland GmbH,
Am Coloneum 3-7, 50829 Köln**

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

Abnehmen mit Erfolg

- Schritt für Schritt zum Wunschgewicht

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

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

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
mit DER SOFTWARE TITEL**

**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: 5.400 **Verbreitete Auflage:** 5.200

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
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.

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

www.new-business.de

FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

TELEFAX: 040/609 009 – 66

VON: FIRMA:
NAME:
ANSCHRIFT:
TELEFON: FAX:
E-MAIL:

ICH MÖCHTE EINE TITELSCHUTZANZEIGE AUFGEBEN:

Bitte nehmen Sie den folgenden Text in die nächst erreichbare Nummer

- des TITELSCHUTZ ANZEIGER auf.
- des TITELSCHUTZ ANZEIGER mit SOFTWARE TITEL
(Heft Nr. _____) auf.

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für

pro Titel bitte eine Zeile

(Adresse)

Preis pro Titelschutzanzeige im Standardformat: € 150,- (zzgl. USt.)

Preis für jeden weiteren Titel innerhalb dieser Anzeige: € 35,- (zzgl. USt.).

DATUM UND UNTERSCHRIFT: _____