

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“Online mit Gott”: 62 neue Titel für den Medienmarkt

Träume müssen keineswegs nur “Schäume” sein, sagt sich die Frisches Fernsehen GmbH und schützt sich die “Millionen-Show der Träume”. Auch Endemol sucht nach Traumännern und Universal Music liefert mit “Bittersweet” den Soundtrack. Zuviel des Guten? Dann bleibt nur noch “der letzte Ausweg in die Zukunft”. Alle 62 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

LEGO-Bausteine ohne Markenschutz?

Ob dem aus Klemmbau-steinen bestehenden Spielzeugsystem LEGO ein ergänzender wettbewerbsrechtlicher Leistungsschutz zusteht, hatte jetzt der Bundesgerichtshof zu beurteilen.

In Entscheidungen aus den Jahren 1964 und 1992 hatten die Karlsruher Richter diesen Leistungsschutz unter dem Gesichtspunkt des “Einschiebens in eine fremde Serie” bejaht. Diese Rechtsprechung ist aber zunehmend auf Kritik gestoßen, u.a. im Hinblick auf die Entwicklung des Wettbewerbsrechts im Raum der Europäischen Gemeinschaft.

Nachdem Land- und Berufungsgericht Form und System der beliebten LEGO-Steine für schützenswert hielten, hat der BGH nun im Streitfall einen wettbewerbs-

rechtlichen Schutz verneint. Nach 50 Jahren unbehinderter Marktpräsenz sei der Innovationsschutz des Klemmbau-stein-Systems nicht mehr gerechtfertigt.

Eine abschließende Entscheidung konnte der Senat aber nicht treffen, da sich die Klage auch auf das Geschmacksmuster- und Markenrecht stützt. Das neue, auf Gemeinschaftsrecht basierende Markenrecht eröffnet einen Schutz für die Form der Ware als Marke. Die Klägerin hatte von dieser Möglichkeit Gebrauch gemacht und eine Formmarke für den Klemmbau-stein eintragen lassen. Das Berufungsgericht hat nun über den sich daraus ergebenden Schutz zu entscheiden.

BGH, Urteil vom 2.12.2004, AZ.: I ZR 30/02

Bauer Verlag ohne Titelrechte an “Quick”

Entgegen den aktuellen Branchenspekulationen wird es bei der Bauer Verlagsgruppe wohl keine Wiederbelebung der renommierten Wochenil-lustrierten ‘Quick’ geben. Wie Pressesprecher Andreas Fritzenkötter auf eine Anfrage des Branchendienstes new business bestätigte, liegen die Titelrechte des 1992 eingestellten Wochentitels mittlerweile gar nicht mehr bei dem Hamburger Verlag. Die Rechte für ‘Quick’ seien inzwischen frei, nachdem Bauer sie nicht mehr verlängert habe.

Über eine Neuauflage der Zeitschrift wurde erst kürzlich wieder spekuliert, nachdem bekannt war, dass der People-Magazin-Profi Dr. Thomas Schneider, 53, bislang Vize-Chef bei Burdas ‘Bunte’, in die

Bauer-Geschäftsleitung wechselt. Nach der Einstellung der traditionsreichen Wochenzeit-schrift ‘Quick’ 1992 lagen die Titelrechte noch einige Jahre bei Bauer. Im Dezember 1995 kam das Blatt erneut an den Kiosk, allerdings nur als Sonderheft mit einem Jahresrück-blick. Produziert wurde die Ausgabe damals unter der redaktionellen Leitung von Ni-kolas Marten.

Die Gerüchte über eine neue People-Illustrierte aus dem Hause Bauer halten sich indes weiter. Eine Option ist dabei eine deutsche Version des amerikanischen Bauer-Titels ‘In Touch’.

Quelle:
www.new.business.de



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

Diese Woche: 62 Titel

b asys-Wunschhaus Bittersweet	E igenorganisation Arbeitsplatz Ein Kuckuckskind der Liebe EuropaMarkt Ost	Meine Foreign Affairs - 25 Jahre PR-Praxis Menschen, Heimat, Traditionen: Geschichten von Lesern für Leser Messe Today	Rosso!
C leverWin	F itness	N ational Walking Day nexchange No. 1 Norddeutscher Walking Day Nr. 1 Nummer 1	S icherheitspaket classic Sicherheitspaket comfort Sicherheitspaket compact Sicherheitspaket mIdentity Sicherheitspaket WTS-Client Sie sucht Traummann Sit Down SPORT EXTRA Süddeutscher Walking Day Südwestdeutscher Walking Day
D as neue Zeichen für mehr Verbraucherschutz. Das Zeichen für mehr Verbraucherschutz. DEM MANNE SEI UNTERTAN Der Bazar der Träume Der Jahrmarkt der Träume Der letzte Ausweg in die Zukunft Der Zirkus der Träume Die besten Produkte sind volldeklariert. Die Glockenkurve - Ölpreis 100 Dollar? Die große Show der Träume Die Millionen-Show der Träume Die Zeit in Afrika	G erman Walking Day GTO I ch bin ein Saartaler Innovationspartner IT-Marketing K araoke Kids Kerctraining Konzepte für Generationen M arktplatz der Innovationen MED CITY GUIDE Mehr Wald ... mehr Holz Mein Glückstag!	O n the top of the bell - oil price 100 Dollar? Online mit Gott Ostdeutscher Walking Day	U msatzsteuer-Experten V aterherz vinovationen Virtual Entertainment W estdeutscher Walking Day Wir sind dabei

Vorläufiger Verkaufsstopp für Telefon-Endgeräte der Deutschen Telekom

Nach mehreren Beschwerden von Wettbewerbern hat die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (Reg TP) im Wege einer vorläufigen Anordnung den Verkauf der Endgeräte "T-Sinus 711 Net" und "T-Sinus 721 Net" untersagt.

Beide Telefongeräte der Deutschen Telekom verfügen über eine zusätzliche Funktion "voreingestellte T-Com Netzwahl". Durch eine entsprechen-

de Programmierung wird hier bei jeder Rufnummernwahl automatisch als Netzvorwahl die 01033 der DT AG vorangesetzt.

In einer Pressemitteilung Anfang Dezember begründete die Regulierungsbehörde ihre Entscheidung mit der Einschränkung des Nutzers bei der Wahl von Verbindungen zu anderen Netzen. Nach Auffassung der Reg TP sei diese Call-by-Call- und Preselection-Sperre eine missbräuchliche Beein-

trächtigung der Wettbewerbsmöglichkeiten von Verbindungs- und Teilnehmernetzbetreibern.

Der VATM (Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten) begrüßte die schnelle Reaktion der Behörde. "Die RegTP hat hier zeitnah reagiert und insbesondere durch den Erlass einer vorläufigen Anordnung verhindert, dass weitere Endgeräte mit Call-by-Call- und Preselection-

Sperre in den Markt gelangen - mit der Folge, dass Wettbewerbern somit ein beträchtliches Kundenpotential verloren ginge," äusserte Jürgen Grützner, Geschäftsführer des VATM zufrieden. Für die bereits verkauften Telefone fordert der VATM, dass den Kunden unverzüglich der Code bereitgestellt wird, um die Voreinstellung dauerhaft ausschalten zu können.

Näheres unter: www.regtp.de und www.vatm.de

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 700 erscheint am 21.12.2004 **Anzeigenschluss:** 17.12.2004, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 704 erscheint am 18.01.2005 **Anzeigenschluss:** 14.01.2005, 10 Uhr

„Welt der Wunder“ künftig bei RTL II

Das Landgericht München I entschied am vergangenen Donnerstag in einem vorläufigen Eilverfahren gegen den Sender ProSieben. Die Rechte an dem Magazin „Welt der Wunder“ stehen nach Ansicht der Richter der gleichnamigen Produktionsgesellschaft zu. TV-Moderator Hendrik Hey kann sein Magazin also künftig bei RTL II ausstrahlen. ProSieben kündigte bereits Berufung an. Unabhängig davon wird der Sendeplatz am Sonntag

auch im nächsten Jahr dem Thema Wissen vorbehalten bleiben. Das neue Magazin soll von der STORY HOUSE Productions GmbH umgesetzt werden, die bereits Wissens-Formate für National Geographic, Discovery Channel und das ZDF produziert hat.

Näheres unter:
<http://presse.ProSieben.de>
www.weltderwunder.de

Kein Markenschutz für Bounty

Wer eine Marke heute umfassend schützen will, der schaut nicht mehr nur auf Namen und Logo. Immer mehr Unternehmen beanspruchen auch für das Aussehen ihrer Produkte Markenschutz. Die Storck AG wollte ihn für die ovale Form ihres Werther's Original, Nestlé für sein Pfefferminzbonbon Polo und das österreichische Unternehmen Almdudler für seine Limonadenflasche. Alle drei Hersteller blieben mit ihren Anträgen bisher erfolglos.

Zu ihnen gesellt sich jetzt auch die Mars U.K. Limited. Das Unternehmen scheiterte mit seinem Vorhaben, die Form seines Kokosnuss-Schokoriegels Bounty beim englischen Markenamt schützen zu lassen. Nestlé hatte gegen die Marken-anmeldung Widerspruch eingelegt. Der Nahrungsmittelkonzern verwies auf den deutschen Schokoladenhersteller Ludwig Schokolade, der auf dem englischen Markt Schokoriegel vertreibt, die dem Bounty in ihrem Aussehen nur allzu ähnlich sind. Nestlé hatte die Unterscheidungskraft der Bounty-Form deshalb angezweifelt und die

Schutzfähigkeit in Frage gestellt. Das Markenamt wies die Markenmeldung zurück.

Als Vorlage für den beanspruchten Schutz hatte Mars die Abbildung eines halben Bounty-Schokoriegels eingebracht, auf der insbesondere das runde Ende und die Kräuselung auf der Schokoladenoberfläche des Snacks zur Geltung kamen. Im Widerspruchsverfahren bezog sich Mars unter anderem auf zwei Verbrauchermfragen, nach denen der nackte Schokoriegel von der Allgemeinheit als Bounty identifiziert wurde.

Dem Markenamt reichte diese Begründung jedoch nicht. Es merkte erstens an, dass weder die vorgelegte Bounty-Verpackung, noch das dazugehörige Werbematerial die angemeldete Marke abbildeten. Zweitens seien in einer der beiden Umfragen ganze Bountys gezeigt worden und nicht nur ein, wie in der Markenmeldung dargestellter, Teil des Snacks. Auch dieser in der zweiten Umfrage auftauche, müsse sich das Augenmerk vor allem auf die Art und Weise richten, wie der Verbraucher Produkte vonein-

ander unterscheidet. Dabei sei festzustellen, dass nicht die Form, sondern der auf der Produktverpackung markierte Markenname ausschlaggebend sei. Schließlich werde auch das Bounty nur verpackt verkauft. Der von Mars vorgebrachte

Nachweis über die äusserliche Unterscheidungskraft des Schokoriegels wurde damit als für einen Markeneintrag unzureichend angesehen.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Springer verliert Domainstreit um „weltonline.de“

Die bloße Registrierung eines Gattungsbegriffs als Domainname stellt kein unlauteres Verhalten dar. Der Bundesgerichtshof (BGH I ZR 207/01) hat entschieden, dass die Paffgen GmbH die Domain „weltonline.de“ auch in Zukunft nutzen darf. Eine von der Axel Springer AG gegen das Unternehmen eingereichte Klage wurde damit zurückgewiesen. Springer ist Herausgeber der als Marke geschützten Tageszeitung „Die Welt“. Ihre Online-Ausgabe findet man im Internet unter der Adresse „welt.de“.

Die Paffgen GmbH hat nach eigenen Aussagen eine Vielzahl von Domainnamen registriert, darunter für Sachbegriffe und geografische Angaben. Der Streit mit dem Springer Verlag hatte begonnen, als die Paffgen AG die Domain „welt-online.de“ in ihren Besitz brachte. Der Verlag ließ die Benutzung der Adresse daraufhin rechtskräftig verbieten. Statt klein beizugeben, registrierte die Beklagte anschließend „weltonline.de“. Das Oberlandesgericht Frankfurt untersagte abermals die Nutzung des Domainnamens „weltonline.de“, und zwar in jeglicher Schreibweise. Die Paffgen GmbH legte daraufhin Berufung ein.

Das Berufungsgericht bestätigte das Urteil erster Instanz mit der Begründung, dass

Verhalten der Beklagten sei eine vorsätzliche und sittenwidrige Schädigung. Der Bundesgerichtshof kam jedoch zu einer anderen Auffassung. Der Vorteil, der demjenigen zukomme, der als erster um die Registrierung eines beschreibenden Domainnamens nachsuche, könne nicht als sittenwidrig angesehen werden. Eine wettbewerbsrechtliche Behinderung der Klägerin könne nicht angenommen werden. So sei der Springer Verlag nicht auf den Domainnamen „weltonline.de“ angewiesen, da die Tageszeitung Die Welt bereits unter der Internetadresse „welt.de“ zugänglich sei.

Das Gericht wies zuletzt noch darauf hin, dass der Fall anders aussehen könnte, wenn die Bekanntheit der Marke „Welt“ mit der Registrierung des Domainnamens durch die Beklagte und deren geschäftliches Gebaren in unlauterer Weise beeinträchtigt werde. Im Streit zwischen Springer und Paffgen sei es zur Zeit jedoch nicht möglich, über die Schädigung des Markenzeichens zu entscheiden. Die geschäftliche Verwendung des Domainnamens „weltonline.de“ sei noch ungewiss. Die strittigen Internetadressen sind zur Zeit nicht in Betrieb.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

**Der Jahrmarkt der Träume
Der Bazar der Träume
Der Zirkus der Träume
Die große Show der Träume
Die Millionen-Show der Träume**

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

**Frisches Fernsehen GmbH,
Alter Wandrahm 15, 20457 Hamburg**

Gemäß § 5 III MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

**Umsatzsteuer-Expertisen
Sicherheitspaket compact
Sicherheitspaket classic
Sicherheitspaket comfort
Sicherheitspaket mIdentity
Sicherheitspaket WTS-Client
Eigenorganisation Arbeitsplatz**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen für Computerprogramme, Handbücher, Druckereierzeugnisse, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, CD-ROM, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Medien.

**MCT micro computer team, Gesellschaft zur
Entwicklung von EDV Systemen mbH,
Nagelsweg 41-45, 20097 Hamburg**

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

**National Walking Day
German Walking Day
Ostdeutscher Walking Day
Süddeutscher Walking Day
Norddeutscher Walking Day
Westdeutscher Walking Day
Südwestdeutscher Walking Day**

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

**Idko GmbH & Co. KG,
Haedenkampstraße 20, 45143 Essen**

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

Vaterherz

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Ton- und Fernsehroundfunk, alle sonstigen elektronischen Medien und Netzwerke, Bild-, Ton- und Datenträger, Spielfilmproduktionen, Druckerzeugnisse und sonstige vergleichbare Werke.

**Rechtsanwälte Raabe Habben Heinemann-Schulte,
Trostbrücke 1, 20457 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 III i.V.m. § 15 MarkenG nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

**Der letzte Ausweg in die Zukunft
(Buchtitel)
Virtual Entertainment
(Zeitschriftentitel)**

und zwar in allen Schreibweisen, Wortkombinationen, Darstellungen, Schriftarten, Variationen, Abwandlungen, in allen Sprachen, für sämtliche Medien, insbesondere auch die neuen Medien, mit allen möglichen Zusätzen.

**Prof. Dr. Bernd Willim,
Demex Allee, 14641 Elstal**

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 23. Dezember 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:

**on the top of the bell -
oil price 100 Dollar?
Die Glockenkurve -
Ölpreis 100 Dollar?**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Jürgen Hüholdt,
Löwenzahnweg 47, 44797 Bochum**

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

Online mit Gott

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

**Alexandra Danuta Fuzinski,
St.-Apern-Straße 66-68, 50667 Köln**

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

**Ein Kuckuckskind der Liebe
DEM MANNE SEI UNTERTAN**

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 42, 82327 Tutzing**

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

Karaoke Kids

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

**edel media & entertainment GmbH,
Neumühlen 17, 22763 Hamburg**

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

**basys-Wunschhaus
Die besten Produkte
sind volldeklariert.
Das Zeichen für mehr
Verbraucherschutz.
Das neue Zeichen für
mehr Verbraucherschutz.
Wir sind dabei
Konzepte für Generationen
Mehr Wald ... mehr Holz
Marktplatz der Innovationen
Innovationspartner**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Manfred Krines,
Sedubertstraße 8, 76131 Karlsruhe**

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

**Romeo und Julius
Die Komödie**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelmöglichkeiten, 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.

**Woesner Brothers Entertainment, Ingo Woesner,
Jablonskistraße 10, 10405 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:

EuropaMarkt Ost

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**KircherBurkhardt
Editorial & Corporate Communication GmbH,
Hackescher Markt 4, 10178 Berlin**

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

Fitness

in allen Schreibweisen für alle Medien.

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

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

vinovationen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Gert Österreicher Werbeagentur GmbH,
Wielandstraße 4, 65187 Wiesbaden**

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

nexchange

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**neromedia Wolfgang Rohe,
Uhlandstraße 32, 78628 Rottweil**

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

Sit Down

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Ton- und Fernsehfunk, alle sonstigen elektronischen Medien und Netzwerke, Bild-, Ton- und Datenträger, Spielfilmproduktionen und Druckerzeugnissen sowie Netzwerke einschließlich Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, Merchandising.

**Rechtsanwalt Heinz-Josef Klekamp,
Heger-Tor-Wall 1C, 49074 Osnabrück**

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

Sie sucht Traummann

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

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

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz für unsere Mandantin, die Sanoma Men's Magazines B.V., in Anspruch für:

GTO

in jeglicher Schreibweise und Gestaltung für alle Medien, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Musical, Theater, elektronische und digitale Medien, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien sowie für Software-Erzeugnisse und Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Merchandising und Musikveranstaltungen.

**Uexküll & Stolberg Patentanwälte,
Beselerstraße 4, 22607 Hamburg**

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

Mein Glückstag!

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**

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:

Kerntraining

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Enrico A. Kern,
Güstrowerstraße 3, 40595 Düsseldorf**

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

rosso!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rüdiger Deperade e.K.,
Nelmannwall 4, 59494 Soest**

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

IT-Marketing

in allen Schreibweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, mit allen Zusätzen und Darstellungen, in allen Print- und elektronischen Medien, insbesondere Internet, sowie bei allen Multimedia-Anwendungen (online und offline).

**Compu-Mark NV,
Sint-Pietersvliet 7, 2000 Antwerpen/Belgien**

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

Meine Foreign Affairs - 25 Jahre PR-Praxis

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Moritz Hunzinger,
Hunzinger-Haus, Holzhausenstraße 21,
60322 Frankfurt am Main**

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

CleverWin

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

**Rechtsanwaltskanzlei Neumann,
Odenwaldstraße 8, 70794 Filderstadt**

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

SPORT EXTRA

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen für alle Medien.

**Marken Verlag GmbH,
Bonner Straße 323, 50968 Köln**

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

Messe Today

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, 15 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Menschen, Heimat, Traditionen: Geschichten von Lesern für Leser

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**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Ich bin ein Saartaler

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**EURO RSCG 4D GmbH,
Kaiserswerther Straße 135, 40474 Düsseldorf**

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

Bittersweet

in jeder Schreibweise, Abkürzung und Darstellungsform, für Tonträger, Bild-Tonträger und sonstige audiovisuelle Medien.

**UNIVERSAL Music GmbH,
Stralauer Allee 1, 10245 Berlin**

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

REEPERBAHN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BRANDKITCHEN,
Annenstraße 34, 20359 Hamburg**

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

Die Zeit in Afrika

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hardy Holte,
Friedrich-Breuer-Straße 32, 53225 Bonn**

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

Nr. 1 No. 1 Nummer 1

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Wortverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Ton- und Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art), Software, Off-Line und On-Line-Dienste.

**SPIEKER & JAEGER, Rechtsanwälte und Notare,
Kronenburgallee 5, 44139 Dortmund**

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

MED CITY GUIDE

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 Zeitschriften, Magazine, Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Alexandra Goldfuss, Roland Braun,
Wilhelm Hartenstein,
Heidemannstraße 5b, 80939 München**

**Rund 38.000 archivierte Titel !
Recherchieren Sie kostenlos unter:
www.titelschutzanzeiger.de**

mit DER
SOFTWARE
TITEL

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

14. Dez. 2004
Woche 51
Nr. 699

Impressum DER TITELSCHUTZ ANZEIGER
Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Eidelstedter Weg 22, 20255 Hamburg
Fon: (040) 609 009-0, Fax: (040) 609 009-66
titelschutz-anzeiger@presse-fachverlag.de
www.titelschutzanzeiger.de

Verleger: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.)

Redaktion: Angela Lautenschläger (AL), -61

Ansprechpartner für Titelschutzanzeigen:

Angela Lautenschläger, -61

Geschäfts-/Seitenteilanzeigen: Manuela Busche, -51

Druckauflage: 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

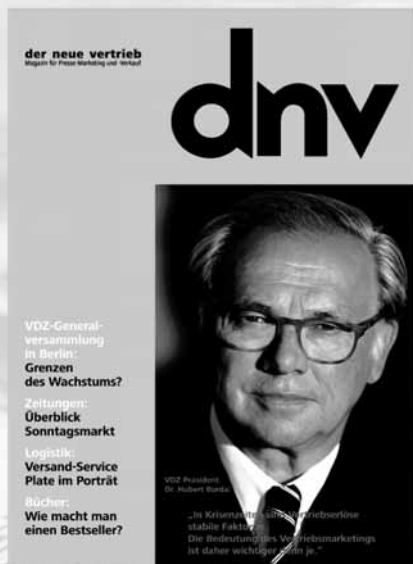
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 8 vom 1.1.2003

Bankverbindungen: Hamburger Sparkasse,
Kto. 1105 212 649, BLZ 200 505 50

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 Abbonnementspreis 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