

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“Geschichten, die das Leben schreibt”: 54 neue Titel geschützt

Der Tierliebe der Deutschen wurde bisher zu wenig Rechnung getragen. Doch jetzt wird Abhilfe geschaffen: Bei teamWorx beschäftigt man sich mit “der Pferdeinsel” und “Apollo”, der arme Hund, muss Single bleiben. Die Mandanten der Kanzlei Brehm & v. Moers schicken “die Tierärzte” zum “Einsatz für vier Pfoten” und die Kanzlei Dr. Wulf befasst sich ganz allgemein mit der “Tierwelt”. Nur der SAT.1 “Fall für den Fuchs” ist wohl doch etwas anders gelagert. Alle 54 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

Erweiterte Regeln für Alkoholwerbung

Seit Januar gelten neue Verhaltensregeln in Bezug auf die Werbung mit alkoholhaltigen Getränken. Dies hatten die im Zentralverband der Werbewirtschaft (ZAW) zusammengeschlossenen Unternehmen aus Wirtschaft, Handel, Werbeagenturen und Medien im Herbst des vergangenen Jahres entschieden.

Die Bestimmungen des seit 1976 existierenden Selbstbeschränkungsabkommens für Alkoholwerbung gelten jetzt nicht nur für die klassische Werbung wie Anzeigen, Spots und Plakate, sondern auch für alle Markt-Kommunikationsinstrumente wie Direktmarketing, Sponsoring oder Verkaufsförderung.

So gibt es jetzt acht neue Themenfelder: Es darf nicht zu missbräuchlichem Alkoholkonsum aufgefordert werden. Außerdem dürfen keine trin-

kenden Kinder, Jugendliche, Leistungssportler, Fahrzeugführende oder Personen des Heilgewerbes dargestellt werden. Aussagen zur Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten sollen unterlassen und hoher Alkoholgehalt nicht besonders herausgestellt werden. Und natürlich darf auch im Bereich der Markt-Kommunikation alkoholischen Getränken keine Wirkung nahe gelegt werden, die auf die Beseitigung oder Überwindung psychosozialer Konflikte oder die Verbesserung der physischen Leistungsfähigkeit abstellt.

Im Hinblick auf die EU-Ratsempfehlung sollte kommerzielle Kommunikation nicht in Medien erscheinen, deren Zielgruppe vorwiegend Kinder bzw. Jugendliche sind.

Nähers unter:
www.werberat.de

“Fett weg in Rekordzeit”: Pressehaftung bei irreführender Werbung

Das Oberlandesgericht Hamm hat auch den Verlag für einen Wettbewerbsverstoß des Inserenten haftbar gemacht. Streitgegenstand war eine Anzeige für ein Schlankheitsmittel, das ohne jede Diät oder Anstrengung das Gewicht reduzieren sollte. Die Überschrift der Anzeige lautete: “Fett weg in Rekordzeit” und “Bestätigt: 12 Kilo in 3 Wochen”.

Die Richter bestätigten zunächst, dass der Verleger bei der Entgegennahme von Anzeigen grundsätzlich zur Prüfung verpflichtet ist, ob die Veröffentlichung gegen gesetzliche Vorschriften verstößt. Wegen des gebotenen Schutzes der Pressefreiheit und der Besonderheiten des Anzeigengeschäftes darf diese Prüfungspflicht aber nicht überspannt werden. Daher haftet der Ver-

leger selbst nur dann für die Veröffentlichung solcher Anzeigen, wenn diese grob und unschwer erkennbar wettbewerbswidrig sind. In diesem Fall fanden die Richter zwar, dass bei Anzeigenkaufleuten, die für die Überprüfung der Anzeigen zuständig sind, keine speziellen Kenntnisse über lebens- und heilmittelrechtliche Detailregelungen vorausgesetzt werden können. Grobe Verstöße gegen Grundnormen des Wettbewerbsrechts, wie das allgemeine Irreführungsverbot, aber erkannt werden müssen. Ausschlaggebend für das Urteil war zudem das Vorliegen einer Freistellungserklärung des Inserenten, die allein schon als “Alarmzeichen” zu besonderer Vorsicht und Prüfung veranlassen musste.

OLG Hamm, AZ.: 4 U 98/04



+ Markenpiraterie + Domaingrabbing + Verunglimpfungen + Raubkopien +

Überwachen Sie systematisch die Benutzung Ihrer Rechte?

- IPRGuard stellt die tatsächliche Benutzung von Namen, Slogans, Texten und Logos fest;
- IPRGuard überwacht weltweit Domainnamen mit Konnektierungs-, Inhaber- und Serverstandort-Informationen.

Informationen unter: www.iprguard.de, E-Mail: info@iprguard.de, Tel. 04131-225 600-0
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter www.researcher24.de

1. Feb. 2005
Woche 05
Nr. 706

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 54 Titel

Apollo, der Singlehund	Latin Lounge
Bad Doberaner Anzeiger	Liebe Julia
BETTER AGING	(Liebes-)Briefe an Julia
Carwash	MESSEKURIER
Classics Late Night	niedersachsen magazin
Comedy total	Ribnitz-Damgartener Anzeiger
Das Superfrauen	Romeo sucht Julia
DER HAMMER	Sea Star
Der Krieg der Marken	Shangani
Der Traum von Sansibar	Shangani - Lord der Delphine
Die Pferdeinsel	Shangani - Lord of the Dolphins
Die Tierärzte - Einsatz für vier Pfoten	Steuerberater-Magazin
Discovery Geschichte	Stralsunder Anzeiger
DSL Telefonie	
Easy Living	The Dream of Zanzibar
Ein Fall für den Fuchs	tierwelt
Geistig fit in täglich fünfzehn Minuten	Tipp Profi
Geschichten, die das Leben schreibt	UPDATE DEUTSCHLAND
Getgood	UPDATE GERMANY
Greifswalder Anzeiger	Usedom-Peene Anzeiger
Grevesmühlener Anzeiger	Verbunden mit der Zukunft
Grimmener Anzeiger	Wer ist Howard
HAMBURG	Wer ist Howard Spence
HAMBURG HEUTE	Wismarer Anzeiger
Heilpilze als Waffe gegen Krebs	Wo ist Howard
Julia sucht Romeo	Wo ist Howard Spence
Küss mich, Hexe!	Wolgaster Anzeiger
	Wutz und Wiebke

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 707 erscheint am 08.02.2005 **Anzeigenschluss:** 04.02.2005, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 708 erscheint am 15.02.2005 **Anzeigenschluss:** 11.02.2005, 10 Uhr

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

www.new-business.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Satellitensystem „Galileo“ muss sich einen neuen Namen zulegen

Das europäische Satelliten-Navigationssystem „Galileo“ muss seinen Namen ändern. Die in Barbados niedergelassene Softwarefirma Galileo International pocht auf ihre älteren Rechte an dem Namen „Galileo“. Sie klagte deshalb gegen die deutsche EADS-Tochter und Herstellerin von Satellitensystemen Astrium GmbH aus München. Das Oberlandesgericht der bayerischen Hauptstadt bestätigte kürzlich ein in erster Instanz gesprochenes Urteil, nach dem Astrium den Namen „Galileo“ in Zukunft nicht nutzen darf. Eine Urteilsbegründung liegt noch nicht vor.

Die Klägerin stellt eines der weltweit führenden elektronischen Reisevertriebssysteme für Reisebüros her und hat den Namen „Galileo“ umfassend geschützt, darunter auch für Softwarelösungen und die Verarbeitung von elektronischen Signalen. Sie meldete „Galileo“ bereits 1987 als EU-Marke an. Astrium ließ sich den Namen erst 2002 für mehrere EU-Marken schützen. Die Richter konnten die älteren Rechte von Galileo International somit anerkennen. Wie die Gerichtssprecherin Sybille Fey der Nachrichtenagentur AFP erklärte, müsse EADS jetzt nach einem neuen Namen für das Navigationssystem suchen. Eine Revisionsklage vor dem Bundesgerichtshof wurde nicht zugelassen. Astrium kann allerdings

eine Nichtzulassungsbeschwerde einlegen. Ob das passieren wird, ist noch offen.

Für den Satellitenbauer Galileo Industries, an dem der deutsche Hersteller von Satellitensystemen beteiligt ist, hat das Urteil vorerst keine Konsequenzen. Vor einem Brüsseler Gericht stritt sich Galileo Industries kürzlich selbst erst in einem Verfahren mit Galileo International um den Namen „Galileo“. In erster Instanz entschieden die Richter zu Gunsten von Galileo Industries. Galileo International legte daraufhin Berufung ein. Außerdem klagt das Unternehmen in Luxemburg gegen die EU-Kommission. Gemeinsam mit der europäischen Raumfahrtbehörde ESA hat die EU das Galileo Joint Undertaking (GJU) gegründet. Eine Entscheidung über die Klage soll Ende diesen Jahres fallen.

Sowohl die Münchner Richter, wie auch Astrium betonten, dass das Projekt durch den Namensstreit nicht gefährdet sei. Mit dem Satelliten-Navigationssystem „Galileo“ soll bisher existierenden Satellitensystemen wie dem amerikanischen GPS Konkurrenz gemacht werden.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Französische Hauptstadt wirbt für „Eau de Paris“

Die neue Marke kommt aus dem Wasserhahn.

Leitungswasser hat einen schlechten Ruf. Es wäscht Hände, Teller und Toiletten und ist immer da, wenn man es braucht. An Exklusivität oder hochwertigen Geschmack denkt deshalb kaum jemand, wenn er den Hahn aufdreht. In Paris soll sich das jedoch ändern. Um den Bewohnern der Metropole mehr Lust auf Leitungswasser zu machen, hat die Produktions- und Transportfirma des Hauptstadtwassers eine neue Kampagne ins Leben gerufen. Von nun an heißt die Société Anonyme de Gestion des Eaux de Paris (Sagep) so, wie ihr wertvollstes Produkt: „Eau de Paris“. Mit dem geschützten Label will sie die Pariser in Zukunft dazu bringen, lieber die Leitung aufzudrehen, als Flaschen zu schleppen. 47 Prozent der Hauptstadtbewohner sollen das bereits tun.

Evian, Perrier, Vittel und unzähligen anderen Mineralwasserherstellern wird damit der Kampf angesagt. Die Konkurrenz aus dem Hahn will vor allem durch Qualität überzeugen.

Schließlich ist Leitungswasser oft besser als sein Ruf. Es wird nach strengsten Vorgaben kontrolliert, ist wie das Produkt aus der Flasche mit Mineralstoffen angereichert und kostet vergleichsweise wenig. Das lässt auch Eau de Paris wissen. Ein weiterer Pluspunkt: der Konsum von Leitungswasser ist umweltverträglicher als der von Wasser aus Plastikflaschen und beruht damit auch auf ökologischem Gewissen. Was dem „Eau de Paris“ trotz aller Vorzüge bleiben wird, das ist sein Chlorgeschnack. Ihn muss man in Kauf nehmen, will man Wasser aus der weltberühmten Seine trinken. Doch auch gegen diesen oft als störend empfundenen Nebeneffekt lässt sich etwas machen. So empfiehlt Eau de Paris das Leitungswasser einige Stunden vor dem Konsum in einer Karaffe im Kühlschrank zu lagern. Durch die Kälte verschwindet der lästige Geschmack.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Verkehrte Markenpiratenwelt ?

Das ist neu: Ein chinesisches Unternehmen verklagt den Computerriesen IBM wegen einer Markenverletzung. Derzeit prüft der Beijing's Chaoyang People's Court den Antrag der Shanghai Shenji Computer Software Compa-

ny. IBM veröffentlicht in China seine Software mit den Zusätzen „Shen Ji“ und „Shen Ji Miao Suan“, was soviel wie „wunderbare Weitsicht“ (wonderful foresight) bedeutet.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Über 39.000 Titel !
Recherchieren Sie kostenlos unter:
www.titelschutzanzeiger.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Getgood

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**WG Verlag & Lizenzen AG,
Bahnhofstraße 111, CH - 9240 Uzwil**

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

Tipp Profi (10-Finger Schreibsystem leicht gemacht)

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**WG Verlag & Lizenzen AG,
Bahnhofstraße 111, CH - 9240 Uzwil**

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

Discovery Geschichte

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Discovery Communications Deutschland GmbH,
Maximilianstraße 13, 80539 München**

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

Latin Lounge

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Empress-Records,
Hofgasse 10, 97769 Bad Brückenau**

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

Geistig fit in täglich fünfzehn Minuten

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**

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

Comedy total

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 Markengesetz nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Das Superfrauchen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, in entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, sowie Bild- und Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste, CD-Rom, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**Constantin Entertainment GmbH,
Carl-Zeiss-Ring 3, 85737 Ismaning**

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

UPDATE DEUTSCHLAND UPDATE GERMANY

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch DVD, CD-ROM, CD-I, Offline- und Onlinedienste und sonstige Offline- und Online-Medien, sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschl. Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising und Druckerzeugnisse.

**TelepointMedien Produktionsgesellschaft mbH,
In de Masch 12, 22869 Schenefeld b. Hamburg**

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 28. Februar 2005**

**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

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:

Ein Fall für den Fuchs Küss mich, Hexe!

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 nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Die Tierärzte - Einsatz für vier Pfoten

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

**Rechtsanwälte Brehm & v. Moers,
Brodschragen 3-5, Haus Cölln, 20457 Hamburg**

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

HAMBURG HAMBURG HEUTE BETTER AGING

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, grafischen Gestaltungen und Schriftarten insbesondere für Druckerzeugnisse.

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

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

tierwelt

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

**Kanzlei Dr. Wulf,
Cremon 34, 20457 Hamburg**

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

Grevesmühlener Anzeiger Wismarer Anzeiger Ribnitz-Damgartener Anzeiger Bad Doberaner Anzeiger Stralsunder Anzeiger Grimmener Anzeiger Greifswalder Anzeiger Wolgaster Anzeiger Usedom-Peene Anzeiger

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, grafischen Gestaltungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien, ferner für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD.

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

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

Sea Star

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, Abwandlungen und Schriftarten und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton-Bild- 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- und online-Diensten, sonstige Online-, audiovisuelle Medien und Multi-Media-Anwendungen, sowie Softwareerzeugnisse, CD-Rom, CD-I, DVD, sonstige CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, WAP), Literatur und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet, sowie öffentliche Veranstaltungen.

**KLEEBLATT Verlag Martin Helmers,
Steinstraße 25, 31157 Sarstedt**

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

Classics Late Night

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Der Krieg der Marken

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien sowie für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-Rom, CD-I und DVD.

**Rechtsanwälte Weber & Sauberschwarz,
Königsallee 1, 40212 Düsseldorf**

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

Wer ist Howard Wer ist Howard Spence Wo ist Howard Wo ist Howard Spence

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen für alle Druckschriften, Filmwerke, Tonwerke, Bühnenwerke oder sonstigen vergleichbaren Werke.

**Reverse Angle Pictures GmbH,
Neue Schönhauser Straße 20, 10178 Berlin**

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

Der Traum von Sansibar Shangani Shangani - Lord der Delphine The Dream of Zanzibar Shangani - Lord of the Dolphins

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

**Markus Brandmair,
Riemannstraße 10, 10961 Berlin**

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

Die Pferdeinsel

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,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam**

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

DER HAMMER

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Onlinedienste und/oder Telekommunikationsdienste (wie SMS-Dienste) sowie Internet, jedoch nicht, soweit der Titel schwerpunktmäßig oder ausschließlich für den Musikbereich oder nicht schwerpunktmäßig oder ausschließlich mit Musikbezug eingesetzt wird.

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

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

niedersachsen magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**dbb verlag gmbh,
Reinhardtstraße 29, 10117 Berlin**

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

Wutz und Wiebke

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Leonore Poth,
Niddastraße 76, 60329 Frankfurt am Main**

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

Carwash

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

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

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

Heilpilze als Waffe gegen Krebs

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. med. Andreas Kappl,
Friedhofstraße 28, 92442 Wackersdorf,
Dipl. biol. Gundula Thor,
Hienheimerstraße 14, 93309 Kelheim**

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

Apollo, der Singlehund

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,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam**

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

MESSEKURIER

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen, in allen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Services, CD-ROM, CD-I, DVD und sonstige CD-Derivate und Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Fanny Gadewolz,
Waagestraße 2a, 17033 Neubrandenburg**

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

www.new-business.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Easy Living

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Titelnkombinationen, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien national und international, insbesondere für Printmedien und elektronische Medien.

**Patentanwalt Matthias Thomas,
Rungstockstraße 15, 09526 Olbernhau**

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

Steuerberater-Magazin

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,
Derendorfer Straße 70, 40479 Düsseldorf**

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

DSL Telefonie Verbunden mit der Zukunft

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Kern Preis Zindel Rechtsanwälte,
Hagenauer Straße 57, 65203 Wiesbaden**

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

Julia sucht Romeo Romeo sucht Julia (Liebes-)Briefe an Julia Liebe Julia

Geschichten, die das Leben schreibt

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Ton- und Fernseh- und Hörfunk, 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**

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 und Entscheider in Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten, Produzenten von audiovisuellen, digitalen und elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträger, 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,

Kösliner Weg 20, 22850 Norderstedt

© 2005 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.

Wiederholung und 50% Rabatt?

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

www.titelschutzanzeiger.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: _____