

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## “Ausgetrickst!": 79 neue Titel wollen auf den Markt

Trotz närrischer Tage, die Medienmacher bleiben tierisch ernst. Fandango Film bereitet sich auf den Einsatz der “Tier Nanny” vor und die media Verlagsgesellschaft beschäftigt sich mit verrückten Küken. Tröstlicher ist da der “Liebesretter” der Constantin Entertainment und gibt’s auch am “großen Tag der Liebe” nichts mehr zu retten, bleibt uns immer noch “Rosen Krieg”, das Magazin für Trennung, Scheidung und Neuanfang. Alle 79 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

### Klangliche Verwechslung

Der Bundesgerichtshof stellte nicht nur eine Zeichenähnlichkeit bei den Marken “il Padrone” und “il Portone” fest, der Wortbestandteil “il” sollte auch in die Beurteilung der kollidierenden Marken einbezogen werden, obwohl es sich “nur” um einen bestimmten Artikel der italienischen Sprache handelt.

Die Inhaberin von “il Padrone”, hatte ihre Marke 1980 für Weine aus Italien eintragen lassen und erhob Widerspruch gegen die Wortmarke “il Portone”, die 1996 für “Alkoholische Getränke (ausgenommen Biere)” eingetragen wurde. “Il Portone” wurde vom Deutschen Patent- und Markenamt gelöscht.

Auch die Karlsruher Richter stimmten der Markenlöschung zu: Marken müssten einen deutlichen Abstand ein-

halten, um eine Verwechslungsgefahr auszuschließen. Davon könne in diesem Fall wegen der klanglichen Ähnlichkeit der Marken nicht ausgegangen werden. Der Gesamteindruck der kollidierenden Marken werde nicht nur durch die Wörter “Padrone” bzw. “Portone”, sondern in gleicher Weise auch durch die weiteren Wortbestandteile “il” in Groß- und Kleinschreibung geprägt. Diesem fremdsprachlichen Artikel komme in den kombinierten Wortmarken die Funktion zu, die sprachliche Herkunft der Marke und regelmäßig auch die geographische Herkunft des angebotenen Produkts einzuordnen. Die Gesamtbezeichnungen “il Padrone” und “il Portone” wiesen im Klangbild eine große Ähnlichkeit auf.

BGH, AZ.: I ZB 4/02

### Heise online abgemahnt

Der Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft e.V. hat in der vergangenen Woche den Heise-Verlag aufgrund eines Verstoßes gegen das Urheberrechtsgesetz abgemahnt.

In dem Beitrag von heise online wurde über Software zum “Knacken” eines Kopierschutzes berichtet und ein Link zum Hersteller der Software gesetzt. Nach Ansicht des Verbandes sei eine solche Berichterstattung für die in ihren Rechten verletzten Musikunternehmen nicht hinnehmbar. Als der Heise-Verlag nicht einlenkte, wurde er durch die Münchner Kanzlei Waldorf Rechtsanwälte formell abgemahnt. “Auch die Pressefreiheit ist kein Freibrief: Anleitungen und Hilfestellungen für illegale Handlungen sind unzulässig und haben erst recht

nichts mit seriöser Berichterstattung zu tun”, betonte Dr. Thorsten Braun, Syndikus der deutschen Phonoverbände.

Der Chefredakteur von heise online, Christian Persson, wies die Vorwürfe zurück: “Der Artikel enthält weder eine Anleitung noch Werbung, es wird im Gegenteil ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Nutzung dieser Software in Deutschland verboten ist. Einen Link auf die Webpräsenz des Herstellers zu setzen, ist in der Online-Berichterstattung eine Selbstverständlichkeit und angesichts der Tatsache, dass unsere Leserinnen und Leser Internetsuchmaschinen kennen und bedienen können, ohnehin belanglos”.

Lenkt Heise nicht ein, droht ein Gerichtsverfahren.

Näheres unter:

[www.ifpi.de](http://www.ifpi.de) und [www.heise.de](http://www.heise.de)

IPRGuard

+ 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](http://www.iprguard.de), E-Mail: [info@iprguard.de](mailto:info@iprguard.de), Tel. 04131-225 600-0  
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter [www.researcher24.de](http://www.researcher24.de)

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Diese Woche: 79 Titel

<b>Alles, was Segler bewegt</b> atem Ausgetrickst! Ausgetrickst! - Die unglaubliche Show Axel in Istanbul <b>Black Dahlia</b> Black Hole <b>Capital Health Journal</b> - Das Gesundheitsmagazin für Berlin/Brandenburg <b>Capital Health Magazin</b> - Das Gesundheitsmagazin für Berlin/Brandenburg Capital health report CELLULAR SOULS <b>Das missio Magazin</b> Der große Tag der Liebe Der große Tag..... Der Matador Deutschr Männer Die Mieter Die schwarze Dahlie <b>DIE STADT DER LÖWEN</b> Die Superfans - Überraschungsshow mit Kai Pflaume Die Tier Nanny Die Tierpsychologin <b>Elvis Has Left The Building</b> Endlich blond! <b>ESTELLA KOMMT!</b> Eulogy <b>FAHRTENBUCH</b>	Faszination Segeln Finde den Fehler <b>First Class Aid</b> - Das Gesundheitsmagazin für Berlin/Brandenburg Freiheit für Berlin - Die Doku zur Luftbrücke Für den ganzen Menschen <b>Geniale Erfindungen</b> - großartige Entdeckungen (Serientitel) Gesundheitsreport Berlin/Brandenburg Global JobTV <b>Hostage</b> - Entführt <b>JobTV</b> JobTV24 <b>Kochdate</b> Kochfight Kontinente - Das missio Magazin <b>Land &amp; Leute</b> Landlust Liebesretter <b>LISAMONA</b> oder die Liebe zur Architektur <b>Matador</b> Match Mozart und der Wal <b>NIGHTS LIKE THIS</b> <b>Oxford Club</b> <b>Papa Bulle</b> <b>PROPRAXIS</b> - Magazin für Management & Medizin	<b>Relative Strangers</b> Rosen Krieg <b>Schnapp Dich!</b> Schnappdich.de Schwimmende Hotels Sekretärinnenwelt <b>SOCIETY</b> Spurlos - Auf der Suche nach Vermissten Spurlos - Vermisste gesucht! Suche den Fehler Sweeties - Das verrückte Kükenspiel <b>TEXTILE</b> The Black Dahlia <b>THE CITY OF LIONS</b> The Tenants The Wicker Man Today You Die <b>TRAVEL VIEW</b> <b>Unimaxx</b> verrueckte-kueken.de <b>was segler bewegt</b> Wicker Man Wie bitte? <b>WIEDER UNTER EINEM DACH</b> Wir sind wieder wer Wo ist der Fehler Wohnzimmer
---	--	--

## Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

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

## Der Titelschutz Anzeiger

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 709 erscheint am 22.02.2005 **Anzeigenschluss:** 18.02.2005, 10 Uhr

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

**[www.new-business.de](http://www.new-business.de)**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## **Personal Branding oder was ist dran am Markenmenschen?**

„Na, der ist ja ne Marke“, betitelt der Umgangssprachler einen Mitmenschen, der vielleicht gerade in einer Fernseh-Quiz-Show eine Million gewonnen hat und nun sein ganzes Geld verschenkt. Doch genau das war vielleicht der Zweck der Aktion. Auffallen und als unverwechselbar wahrgenommen werden. Assoziiert werden. Kurz: Eine Marke werden.

Beckenbauer, Madonna oder Feldbusch - alle sind Personenmarken. Personal Branding heißt neudeutsch der Trick, einen Menschen zur Marke und vor allem bekannt zu machen. Eine Erkenntnis die sich hierbei gerade durchsetzt: Das klassische Instrumentarium der Markenführung kann auch auf Personen - vom Künstler über Sportler und Politiker bis hin zu Arbeitslosen auf Jobsuche - angewendet werden.

Nachzulesen ist das in dem Buch: „Der Mensch als Marke“ aus dem Jahr 2003. Herausgeber Prof. Dr. Dieter Herbst meint, dass sich das klassische Konzept, Bekanntmachung der Leistung und Schaffung eines so genannten Image-Designs ohne weiteres auf Personen übertragen lasse. Es müsse in einem möglichst langfristigen Prozess geschehen. Gerade in gesättigten Märkten komme es darauf an, sich immer stärker von anderen Menschen zu unterscheiden. Eine starke Markenpersönlichkeit sei wechselseitig, beständig, widerspruchsfrei und einzigartig. Hilfreich ist ein Erkennungszeichen.

Marketingexperten kennen das Geheimnis der Markenmenschen schon lange: Celebrity sells. Deshalb ist die

schöne, bunte Werbewelt auch voll von Stars. In den USA tauchen Promis beispielsweise in fast einem Viertel aller Spots und Anzeigen auf.

„Ein Mensch ist dann eine Marke, wenn er in besonderer Weise einmalig, einzigartig, ein bisschen komisch und gerade darum merkwürdig und bemerkenswert ist“, bringt es Marketingkenner Dr. Albert Ziegler auf den Punkt. Die Beispiele sind scheinbar endlos und genauso vielfältig wie die Warenwelt.

Perfekt vorgeführt haben dieses Konzept die Rolling Stones in den 70ern als sie sich im Gegensatz zu den Beatles als die bösen Buben etabliert haben. Das Image, das Manager Andrew Oldham ihnen verpasst hat und das Jagger & Co nicht nur beim Zertrümmern von Hotelzimmern nur zu gern bedient haben, hält bis heute. Und das obwohl die Musiker allein altersbedingt inzwischen ruhiger geworden sind.

Ein Markenbeispiel der Extraklasse ist Madonna. Sie hat es geschafft, gerade mit dem steten Wandel assoziiert zu werden. Und während immer noch nicht ganz klar ist, womit Frau Feldbusch, die das Markendasein als Dummchen perfekt pflegt, eigentlich berühmt wurde, verkörpert Franz Beckenbauer mit Meisterschaftstiteln als Spieler und Trainer bis zur erfolgreich gelösten Aufgabe einer Fußball-WM in Deutschland langfristigen Erfolg.

Das Thema Fußball gibt den Steilpass für die Markenmacher: Wichtig ist es, emotionale Assoziationen zu erzeugen. Entscheidend für den Aufbau eines unverwechselbaren Images als Markenbasis ist

zudem die Glaubwürdigkeit des Imagetragers. Konsequente Konstanz ist gefragt. Also werden gleich mehrere Hotelzimmer verwüstet. Einwandfreie Grammatik werden wir von Frau Feldbusch wohl nie hören.

Die Methoden, Markenmenschen zu erschaffen, sind vielfältig. Während die rechtlich zulässige Anmeldung des Personennamens zum Markenregister zwar empfehlenswert, aber nicht zwingend ist, führt am Fernsehen als Leitmedium unserer Zeit fast kein Weg vorbei. Prominentes Beispiel, das auch noch Rechtsgeschichte geschrieben hat, ist der rundum sympathische Alleswisser Günther Jauch. Schließlich dürfte er der erste Millionär in der gleichnamigen Sendung gewesen sein.

Doch der Marke Jauch hat sein Markendasein vor dem OLG Köln im Jahr 2001 nichts genutzt: „Grundsätzlich gilt im Bereich der Gleichnamigen das Prinzip der Befugnis, den eigenen Namen zu verwenden und zwar dort, wo dies nur einer Person gleichzeitig möglich ist, nach dem Grundsatz der Priorität (gemeint ist der Streit mehrerer Günther Jauchs um eine Domain). Der überragende Bekanntheitsgrad einer Person ergibt dabei keine Sperre für den Internetbereich.“ Das OLG Dresden wiederum spricht davon, keinen „diffusen Sonderrechtsschutz für Prominente“ geben zu wollen.

Quelle:  
[www.markenbusiness.de](http://www.markenbusiness.de)

## **Google verliert Markenrechtsstreit in Frankreich**

Die Frage, ob Googles Werbepaxis Markenrechte verletzt, beschäftigt schon seit längerem die Gerichte dies- und jenseits des Atlantiks. Da die Suchmaschinenbetreiber über ihr sogenanntes „Adwords“-Werbeprogramm Such- und Schlüsselwörter verkaufen, von denen viele als Marken geschützt sind, kam es in der Vergangenheit immer wieder zu Rechtsstreits. In Frankreich klagte kürzlich die europäische Hotelkette Le Meridien gegen die Google-Tochter Google France und bekam Recht.

Die Suchmaschinenbetreiber hatten konkurrierenden Anbietern die Schlüsselwörter „méri dien“ bzw. „le méridien“ zum Kauf angeboten. Werden diese im Erwerbsfall dann von einem Internetnutzer in die Suchmaske eingegeben, er-

scheinen automatisch auch die Links der Wettbewerber. Per Gerichtsbeschluss forderten die Richter die französische Google-Tochter nun dazu auf, die Schlüsselwörter von der Angebotsliste zu streichen und bei der Ergebnisanzeige auf die Generierung von Links der Konkurrenz zu verzichten. Gleiches gelte auch für „Méri dien“-Marken mit den Zusätzen „resort“ und „hôtel“. Bei Zuwiderhandlung drohe ein Strafgehalt.

Nachdem sich Google vor einem amerikanischen Gericht im Streit um seine Werbepaxis erst kürzlich gegen den Autoversicherer Geico durchsetzen konnte, entschieden die Richter in Frankreich zum wiederholten Male zu Gunsten des Markeninhabers.

Quelle:  
[www.markenbusiness.de](http://www.markenbusiness.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 Titelschutz in Anspruch für:

## **Sekretärinnenwelt**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Heidrun Polegek,  
Abensweg 9, 84072 Au in der Hallertau**

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

## **Landlust**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen in sämtlichen Medien.

**Rechtsanwältin Gabriela Hellwig,  
Entrup 8, 48341 Altenberge**

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

## **LISAMONA oder die Liebe zur Architektur**

für alle Medien, insbesondere Film und Fernsehen, Printmedien und elektronische Medien.

**Beil Staehle Wagner & Milde,  
Tengstraße 27, 80798 München**

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

## **atem**

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

**Oberwetter & Olfen Rechtsanwälte,  
Mönckebergstraße 11, 20095 Hamburg**

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

## **Schwimmende Hotels**

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

**AFO Verlag,  
Wodanstraße 2, 90513 Zirndorf**

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

## **Axel in Istanbul**

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

## **Deutschränner WIEDER UNTER EINEM DACH**

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 für unsere Mandantin Titelschutz in Anspruch für

## **Kontinente - Das missio Magazin Das missio Magazin**

in allen Schreibweisen und 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.

**Redeker Sellner Dahs & Widmaier,  
Mozartstraße 4 - 10, 53115 Bonn**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

## **Wohnzimmer**

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

**Rechtsanwalt Bernhard Brand,  
Marienberger Weg 15, 50767 Köln**

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

## **Match**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse und Printmedien aller Art.

**RwB Rechtsanwaltskanzlei,  
Torriweg 54, 81247 München**

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

## **TEXTILE**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Sprachübersetzungen, Titelkombinationen, Zusätzen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen, für alle Medien, Ton-, Bildträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste (auch Internet), CD-ROM, CD-I, DVD, alle anderen Datenträger, Druckerzeugnisse und alle sonstigen CD-Derivate, elektronische und digitale Medien, Bücher, Zeitschriften, Kataloge sowie andere Printmedien als auch jegliche Art von Merchandising-Produkten und Dienstleistungen aller Art.

**ALSCO Berufsbekleidungs-Service GmbH,  
Durchhäuserhof 65, 51107 Köln**

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

## **Geniale Erfindungen - großartige Entdeckungen (Serientitel)**

- **Von der Macht des Feuers  
bis zu Herstellung von Bronze (Bandtitel)**
- **Von der Eisenschmiede  
bis zum gefährlichen Schießpulver (Bandtitel)**
- **Vom magnetischen Kompass  
bis zur modernen Weltkarte (Bandtitel)**

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 Markengesetz nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

## **Kochdate Kochfight**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, allen Arten der grafischen Darstellung für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film- und Tonwerke, Tonträgerpromotion, Audiotexte, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (MiniDisc), CD-Rom, CDs, CD-R, CD-I, Domains und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, digitale und elektronische Medien und Netzwerke, z.B. Internet, Intranet, Extranet, einschließlich Offline- und Online-Dienste, sämtliche sonstigen Daten- und Kommunikations-Dienste und -Netze u.ä. für Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Veranstaltungen jeder Form, Bühnenwerke jeder Art einschließlich Musicals und sonstigen Bühnenaufführungen sowie Merchandising in jeglicher Form.

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

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

## **Oxford Club**

in allen Wort- und Zeichenverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen 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 audiovisuelle Medien, sonstige Multi-Media-Anwendungen, sowie Softwareerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, sonstige CD-Derivate, 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, sowie öffentliche Veranstaltungen.

**Pauly Rechtsanwälte,  
Kurt-Schumacher-Straße 16, 53113 Bonn**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

## **was segler bewegt Faszination Segeln Alles, was Segler bewegt**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, allen Arten der grafischen Darstellung für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film- und Tonwerke, Tonträgerpromotion, Audiotexte, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (MiniDisc), CD-Rom, CDs, CD-R, CD-I, Domains und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, digitale und elektronische Medien und Netzwerke, z.B. Internet, Intranet, Extranet, einschließlich Offline- und Online-Dienste, sämtliche sonstigen Daten- und Kommunikations-Dienste und -Netze u.ä. für Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Veranstaltungen jeder Form, Bühnenwerke jeder Art einschließlich Musicals und sonstigen Bühnenaufführungen sowie Merchandising in jeglicher Form.

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

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

## **Ausgetrickst! Ausgetrickst! - Die unglaubliche Show**

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 Offline- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, DVD, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, (Live-)Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**Blueprint Productions GmbH,  
Goltsteinstraße 110, 50968 Köln**

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

## **Capital Health Magazin - Das Gesundheitsmagazin für Berlin/Brandenburg Capital Health Journal - Das Gesundheitsmagazin für Berlin/Brandenburg First Class Aid - Das Gesundheitsmagazin für Berlin/Brandenburg Capital health report Gesundheitsreport Berlin/Brandenburg**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**RAin Angelina Rudolf,  
Humboldtstraße 9, 28203 Bremen**

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

## **Schnappdich.de verrueckte-kueken.de Schnapp Dich! Sweeties - Das verrückte Kükenpiel**

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 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.

**media Verlagsgesellschaft mbH,  
Moosweg 17-19, 88175 Scheidegg**

# Für die entscheidenden Kontakte, wenn es um Presse-Marketing und -Verkauf geht!

2005

**CD-ROM**

Mit sämtlichen Adressen  
sowie einem Großteil der  
Zusatzinformationen!

**NEUMANN**

Handbuch für  
Presse-Vertrieb und -Verkauf

- Verlage
- Nationalvertriebe
- Service- und Support-Firmen
- Presse-Grosso
- Bahnhofsbuchhandel + Flughafenbuchhandlungen
- Werbender Buch- und Zeitschriftenhandel
- Lesezirkel
- Logistik-Unternehmen
- Ausländische Importeure



Ja, ich bestelle

- das Handbuch NEUMANN 2005 zum Preis von € 46,-  
 die CD-ROM NEUMANN 2005 zum Preis von € 139,-  
 das NEUMANN 2005-Paket (Handbuch + CD-ROM) zum Preis von € 163,-

(Zutreffendes bitte ankreuzen, alle Preise verstehen sich inkl. USt., zzgl. Versandkosten)

Firma \_\_\_\_\_ Straße \_\_\_\_\_

Name/Vorname \_\_\_\_\_ PLZ/Ort \_\_\_\_\_

Funktion \_\_\_\_\_ USt-IdNr. \_\_\_\_\_

Telefon \_\_\_\_\_ Datum/Unterschrift \_\_\_\_\_ TSA \_\_\_\_\_

# 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 im Mandantenauftrag Titelschutz in Anspruch für

## **Für den ganzen Menschen**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Dr. Alexander Rüdell,  
Kardinal-Faulhaber-Straße 14 A, 80333 München**

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

## **Rosen Krieg**

**Magazin für Trennung, Scheidung, Neuanfang**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**actio Rechtsanwälte und Steuerberater,  
Steinerstraße 15 c, 81369 München**

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

## **Wo ist der Fehler Suche den Fehler Finde den Fehler**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**FORMAT.E TV PRODUCTIONS GmbH,  
Bremsstraße 12, 50969 Köln**

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

## **Wie bitte?**

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 für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

## **SOCIETY**

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

**Rechtsanwälte White & Case LLP,  
Jungfernstieg 51, 20354 Hamburg**

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

## **ESTELLA KOMMT!**

**Das erste interaktive  
Nachschlagewerk für Erwachsene**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Christian Deutscher & Cora Tschangizian,  
Am Vogelsang 14, 42579 Heiligenhaus**

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

## **Die Tier Nanny Die Tierpsychologin**

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

**Fandango Film- TV- Internet-Produktions GmbH,  
Konrad-Adenauer-Ufer 65, 50668 Köln**

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

## **NIGHTS LIKE THIS THE CITY OF LIONS DIE STADT DER LÖWEN CELLULAR SOULS**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**X-Vision Filmproduktion GmbH & Co. KG,  
Rumfordstraße 29-31, 80469 München**



# 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:

## **Die Superfans - Überraschungsshow mit Kai Pflaume**

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:

## **Unimaxx Land & Leute**

In allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse aller Art, einschließlich elektronischer und digitaler Medien.

**Rechtsanwalt Volker Weise,  
Kaiserstraße 69, 60329 Frankfurt am Main**

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

## **Endlich blond!**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, sowie Bild- und Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, 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.

**Christine Hebeiss,  
Friedrichstraße 26, 80801 München**

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

## **TRAVEL VIEW**

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Variationen, Abkürzungen, grafischen Gestaltungen, Schriftarten, Wortverbindungen und Titelkombinationen für Print-Medien (Magazine), Literatur-, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, Filmtitel, Rundfunk- und Fernsehsendungen, audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, Merchandising, öffentliche Veranstaltungen und Druckerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste, sowie Online-Medien.

**M&T Verlag,  
Kreuzbergstraße 8, 10965 Berlin**

## **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  
www.titelschutzanzeiger.de**

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

## **Liebesretter Der große Tag..... Der große Tag der Liebe**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, Untertiteln, Zusammensetzungen und mit allen Zusätzen 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**

# 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:

## **JobTV JobTV24 Global JobTV**

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

**JobTV GmbH,  
Bötzowstraße 7, 10407 Berlin**

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

## **Wir sind wieder wer Freiheit für Berlin - Die Doku zur Luftbrücke**

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 Markengesetz nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

## **Papa Bulle**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, Untertiteln, Zusammensetzungen und mit allen Zusätzen 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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

## **FAHRTENBUCH**

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.

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

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

## **Spurlos - Auf der Suche nach Vermissten Spurlos - Vermisste gesucht!**

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 im Auftrag unserer Mandantin, der Firma Fromm & Fromm GmbH, vertreten durch den Geschäftsführer Michael Fromm, Achtern Felln 26, 25474 Hasloh, Titelschutz in Anspruch für:

## **PROPRAXIS - Magazin für Management & Medizin**

**Orthopädie  
Gynäkologie  
Kardiologie  
Neurologie  
Hämatologie / Onkologie  
Dermatologie  
Diabetologie  
Unfallchirurgie**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

**Relative Strangers  
Eulogy  
Elvis Has Left The Building  
The Tenants  
Die Mieter  
Today You Die  
Mozart und der Wal  
Hostage - Entführt  
Matador  
Der Matador  
The Black Dahlia  
Black Dahlia  
Die schwarze Dahlie  
Black Hole  
The Wicker Man  
Wicker Man**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Film, Fernsehen, Hörfunk, Printmedien sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

**Equity Pictures AG,  
Bavariafilmplatz 7, 82031 Grünwald**

## 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.

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

**[www.new-business.de](http://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:** \_\_\_\_\_