

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

„frisch & entspannt“ zeigt sich der Medienmarkt mit 78 neuen Titeln

Auch wenn der Schrecken noch tief sitzt und die Empörung groß ist, Fußball bleibt unser Leben. Das sagt sich auch Hermann Vaske und untersucht „the Art of Football“. Frau Ströhmann dagegen plant schon den „WM-Adventskalender“. Bedenklicher erscheint da der Titel „Drei Promis und ein Baby“. Sollte das ein neues Reality-Format werden? Das arme Kind. Alle 78 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

Urheberrecht: Freiheit von Forschung und Lehre

Über 50 Jahre nach dem Tod des Münchner Komikers Karl Valentin, beschäftigt sich das Landgericht München I mit seinen Gedanken über den Zufall.

Ein Professor hatte sein Vorlesungsskript mit mehrseitigen Textpassagen aus Valentins „Die Orchesterprobe“ und dem Sketch „Der überängstliche Hausverkäufer“ aufgenommen und seinen Studenten im Internet und in gedruckter Form zugänglich gemacht. Er wollte damit den Begriff „Zufall“ besonders anschaulich vermitteln. Der Verwalter des urheberrechtlichen Nachlasses von Karl Valentin ließ diese Nutzungen des Werkes per einstweiliger Verfügung im Januar verbieten.

Die 21. Zivilkammer des Landgerichts München hatte nun zwischen dem Widerstreit

des Eigentumsgrundrechts und der ebenfalls grundrechtlich geschützten Freiheit von Forschung und Lehre abzuwägen.

Die Richter kamen zu dem Ergebnis, dass auch längere Zitate geschützter Werke vom Inhaber des Urheberrechts hinzunehmen sind, wenn sie dazu dienen, Studenten den Vorlesungsstoff in plastischer Weise anschaulich zu machen. Eine Veröffentlichung ganzer Werke im Internet als Zitate in einem Vorlesungsskript untersagt das Gericht allerdings, wenn nicht durch technische Maßnahmen sichergestellt wird, dass der Zugang beschränkt ist.

*Landgericht München I
Urteil vom 19.01.05,
AZ.: 21 O 312/05*

Auskunftsanspruch der Presse gestärkt

Der Bundesgerichtshof hat mit einem Urteil am vergangenen Donnerstag den presserechtlichen Auskunftsanspruch von Journalisten erheblich erweitert. Auch private Unternehmen in der Rechtsform der GmbH müssen Journalisten Auskunft geben, sofern „die öffentliche Hand maßgeblichen Einfluss“ auf die Firma ausübt.

Anlass des Streits war die Klage des Bundes der Steuerzahler (BdSt) Niedersachsen und Bremen und eines Redakteurs der Mitgliederzeitschrift „Der Steuerzahler“ gegen den kommunalen Energieversorger Stadtwerke Schaumburg-Lippe GmbH. Der Journalist ist verantwortlicher Redakteur der Beilage „BdSt-Nachrichten Niedersachsen und Bremen“, die sich kritisch mit Vorgängen der öffentlichen Finanzen und der öffentlichen Haushaltswirtschaft auseinan-

dersetzt. Nach Presseberichten über eine angebliche Vervielfachung der Sitzungsgelder im Aufsichtsrat des Energieversorgers, fasste der Redakteur nach und verlangte Auskunft über die Höhe der Sitzungsgelder. Gestützt wurde das Auskunftsbegehren auf den § 4 des Niedersächsischen Pressegesetzes. Danach sind Behörden verpflichtet, den Vertretern der Presse die für die Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgaben nötigen Auskünfte zu erteilen.

Der Bundesgerichtshof stimmte dem zu: Unter den presserechtlichen Behördenbegriff würden auch juristische Personen des Privatrechts wie eine GmbH fallen, auf die die öffentliche Hand maßgeblichen Einfluss ausübt und deren sie sich zur Erfüllung öffentlicher Aufgaben bedient.

*BGH vom 10.02.2005,
AZ.: III ZR 294/04*



+ 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

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

Diese Woche: 78 Titel

29... und noch Jungfrau	DVD GAMES	Lust an Gesundheit Lust auf Gesundheit Lust auf Leben	Radsport Manager 2005/2006
Am Tag als das Baby kam Audomad Audomat	Fibromyalgie-Syndrom. Ein ambulantes, multimodales Trainingsprogramm der Deutschen Rheuma-Liga Schleswig-Holstein	MP 3 goes CD MP 3 goes Handy	Schnäppchen Songs Showdown in Seoul Sofort, Chef!
Bilderatlas der Türkei	frisch & entspannt Frühstücksclub Fußball-Adventskalender	News Berlin News Düsseldorf News Hamburg News Hannover News Köln News München News Stuttgart News Wiesbaden	Stephen King's Kingdom Hospital STILLE HELDEN Wie mutige Menschen Juden vor den Nazis retteten StrandGut
carré CD goes MP 3 Comödie Bochum Comödie Duisburg im Residenz Comödie im Revier Comödienverlag Cycling Manager	Ghidion' Singles	Open Your Mouth!	TEXTILE The Art of Football. From A to Z Top Ten TV
Das jüngste Gerücht Der Schnäppchen Jäger DER TEUFEL IN DIR - LYING IN WAIT Deutschlands schönste Ferienstraßen DIE STRASSEN VON PHILADELPHIA Don't Drop the Baby! Drei Promis und ein Baby Drei Stars und ein Baby DVD ACTION	Hek Magazine Hekmag HITLER Größenwahn und Untergang HITLER Verführer des Volkes	PC MAXX PDF goes DOC PDF goes HTML PDF goes WORD phase5 Picture goes Handy Plattdütscher Trödelmarkt	Verlorene Träume WM-Adventskalender Years ZungenFutter Zwei Promis und ein Baby Zwei Stars und ein Baby
	Illustrierte Geschichte der Welt (Serientitel) Im Namen der Marke	Quadrat Quizfabrik	
	Ja, Chef! Jawohl, Chef!	Radsport Manager	
	Karree Klar, Chef!		
	Lust am Leben		

Der Titelschutz Anzeiger

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

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 712 erscheint am 15.03.2005 **Anzeigenschluss:** 11.03.2005, 10 Uhr

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

www.new-business.de

Markenschutz für „Have a break“ abgelehnt

Mit dem markenrechtlich geschützten Werbeslogan „Have a Break... Have a Kit Kat“ wirbt Nestlé schon seit Jahren für seinen rot verpackten Schokoriegel. In England wollte der Nahrungsmittelhersteller auch den Bestandteil „Have a break“ als Süßwarenmarke schützen lassen. Nachdem der Schokoladenkonzern Mars UK Ltd. widersprochen und der englische Court Appeal den Widerspruch zurückgewiesen hatte, legte Mars Berufung ein. Das englische Gericht leitete die Anfrage an den Europäischen Gerichtshof weiter, der Nestlés Markenschutzabsichten jetzt eine Absage erteilte.

Die mit dem Fall beauftragte Generalanwältin Juliane Kokott hatte in einem Rechtsgutachten (C-353/03) über die Frage zu entscheiden, ob die Marke „Have a break“ für sich allein genommen oder aufgrund ihrer Benutzung in Verbindung mit der Marke „Have a Break... Have a Kit Kat“ Unterscheidungskraft erlangt hat. Kokott kam zu der Auffassung, dass der Bestandteil des Slogans keine ausreichende Kennzeichnungskraft besitzt. Der durchschnittliche Verbrau-

cher ergänze „Have a Break“ zwar vermutlich reflexartig mit „Have a Kit Kat“. Dieser Reflex reiche jedoch nicht aus, um die Unterscheidungskraft zu belegen, so Kokott. „Vielmehr muss nachgewiesen werden, dass die maßgeblichen Verbraucher eine markenmäßig mit „Have a Break“ gekennzeichnete Ware oder Dienstleistung, also z. B. das Schild einer Chocolaterie oder die Beschriftung einer Keksdose, den Herstellern von Kit Kat zuordnen“, heißt es in dem Rechtsgutachten. Verbraucher würden sich jedoch eher fragen, ob die mit „Have a break“ gekennzeichnete Ware vom Kit Kat Hersteller stamme. Darin läge nur die Gefahr der Verwechslung, so Kokott.

Für den zu einem späteren Zeitpunkt erwarteten Urteilsspruch ist das Gutachten eines Generalanwalts richtungsweisend. In 80 Prozent der Fälle folgen die Richter seiner Empfehlung.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Apple, Google und IKEA sind die einflussreichsten Marken der Welt

Dass Apple, Google, IKEA und Starbucks zu den einflussreichsten Marken der Welt zählen – wir hätten es uns fast gedacht. Neu ist jedoch, das im vergangenen Jahr auch der arabische Nachrichtensender Al-Dschasira den Sprung unter die globalen Top-Marken schaffte. Das ergibt zumindest eine jetzt veröffentlichte Umfrage des amerikanischen Branchenmagazins Brandchannel. Das Magazin befragte

fast 2000, vorrangig aus der Werbe- und Marketingbranche stammende Leser nach dem Einfluss von Marken auf das Alltagsleben.

Das gute Abschneiden Al-Dschasiras sorgte dabei für eine Überraschung. Der Fernsehsender gewinnt wegen seiner alternativen Sichtweise sowie seiner relativen Unabhängigkeit zunehmend an Glaubwürdigkeit und Bedeutung, heißt es in der Pressemit-

teilung. Al-Dschasira landete im Ranking auf dem fünften Platz. Auch an der Spitze der Top-Marken gab es eine Veränderung. Google, seit 2002 die einflussreichste Marke der Welt, musste seinen Titel an Apple abgeben. Für den Erfolgskurs der Computermarke haben vor allem die Produkte iPod und iTunes gesorgt, die für Apple zu einer Gewinnsteigerung von 300 Prozent führten. Google verlor zwar seinen Titel, rutschte in der Gesamtwertung aber nur auf Platz zwei, gefolgt von dem schwedischen Möbelhaus IKEA sowie der amerikanischen Kaffee-Kette Starbucks. Beide Marken gingen auch im vergangenen Jahr auf Expansionskurs. IKEA eröffnete zehn weitere Läden und setzt in diesem Jahr ebenfalls auf die Er-

schließung neuer Standorte. Starbucks weihte rund 1.300 neue Filialen ein und ist mit weit über 8.000 Läden in mehr als 30 Ländern präsent. Als Newcomer des Jahres landete das Online-Auktionshaus ebay auf dem neunten Platz.

Die einflussreichsten Marken in „Europa&Afrika“ – so die von Brandchannel vorgegebene Region – kommen aus Skandinavien. IKEA belegt hier den ersten Platz, das schwedische Modehaus H&M kommt nach Virgin auf den dritten Rang. Der Mobiltelefonhersteller NOKIA kann sich über Platz Nummer vier freuen. Al-Dschasira wurde auch in Europa unter die fünf einflussreichsten Marken gewählt.

Quelle:
www.markenbusiness.de

„MetroBusse“ dürfen auch in München fahren

Metro Group unterliegt im Markenrechtsstreit.

Die von der Münchner Verkehrsgesellschaft (MVG) eingesetzten „MetroBusse“ verletzen nicht die Markenrechte der Metro Group. Das entschied das Hamburger Landgericht und bescherte dem Düsseldorfer Handelskonzern damit zum zweiten Mal eine Niederlage. So war das Unternehmen schon im Oktober mit seiner Unterlassungsklage gegen die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) sowie die Hamburger Hochbahn AG und den Hamburger Verkehrsverbund (HVV) gescheitert. Sie verwenden die Bezeichnung „Metro“ als Bestandteil von Produktnamen.

In München hatte es die Metro Group nun auf den seit

Mitte Dezember fahrenden „MetroBus“ abgesehen. Die Auffassung des Handelskonzerns, die MVG verletze Markenrechte, konnten die Richter allerdings nicht teilen. Sie gingen vielmehr davon aus, dass mit der Bezeichnung „MetroBus“ eine bestimmte Buslinie benannt wird, die Verbraucher nicht mit dem Namen des Handelskonzerns verwechseln würden.

Ob die Metro Group die vom Hamburger Landgericht getroffene Entscheidung akzeptieren wird, bleibt abzuwarten. Gegen das im Oktober gesprochene Urteil hat der Handelskonzern bereits Rechtsmittel eingelegt.

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:

Stephen King's Kingdom Hospital 29... und noch Jungfrau

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

**ProSieben Television GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

Das jüngste Gerücht

in allen Satzergänzungen, Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Tonträger, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Multimedia-Anwendungen (online und offline).

**Scheele & Partner GbR,
Prinzregentenplatz 15, 81675 München**

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

Open Your Mouth !

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.

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

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

Fibromyalgie-Syndrom. Ein ambulantes, multimodales Trainingsprogramm der Deutschen Rheuma-Liga Schleswig-Holstein

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

**Deutsche Rheuma-Liga Schleswig-Holstein e.V.,
Holstenstraße 88-90, 24103 Kiel**

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

PDF goes HTML PDF goes DOC PDF goes WORD CD goes MP 3 MP 3 goes CD MP 3 goes Handy Picture goes Handy

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen, Wortfolgen, Satzstellungen und mit allen Zusätzen, für sinngemäße Titel, als Einzel- und Reihentitel, für alle Medien, einschließlich Printmedien und Druckerzeugnisse sowie alle elektronischen, audiovisuellen und digitalen Medien, Bild-, Ton- und Datenträger und Netzwerke, einschließlich On- und Offline-Dienste und sonstige Online-Medien, Softwareerzeugnisse und sonstige Datenträger.

**Franzis Verlag GmbH,
Gruber Straße 46 a, 85586 Poing**

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

Drei Promis und ein Baby Zwei Promis und ein Baby Drei Stars und ein Baby Zwei Stars und ein Baby Am Tag als das Baby kam Don't Drop the Baby!

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

**Straßer Feyock Rechtsanwälte,
Oberanger 30, 80331 München**

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

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:

phase5

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen, Schriftarten und Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere für Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Film, Fernsehen, Hörfunk, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art und alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch Online-Dienste, Internet, Multimedia-Anwendungen.

**Georg D.W. Callwey GmbH & Co. KG,
Streitfeldstraße 35, 81673 München**

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

Im Namen der Marke

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, grafischen Gestaltungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Bücher, Printmedien, 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.

**DORENZ & STRÖLL Rechtsanwälte,
Stammheimer Straße 10-12, 50735 Köln**

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

Verlorene Träume

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Bühnenwerke und sonstige Aufführungen, 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, alle Multimedia Anwendungen (online und offline).

**Rechtsanwalt Dr. Stefan Rüll,
Fuggerstraße 22, 10777 Berlin**

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

Top Ten TV

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Tonträger und Merchandising, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, DVD und MD (MiniDisc) und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, für Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Dr. Jürgen Chr. Jenckel,
Hegelplatz 1, 10117 Berlin**

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 Berufskleidungs-Service GmbH,
Durchhäuserhof 65, 51107 Köln**

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

Quadrat carré Karree

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 Druckereierzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Onlinedienste sowie Internet.

**Patent- und Rechtsanwälte ULLRICH & NAUMANN,
Luisenstraße 14, 69115 Heidelberg**

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:

Plattdütscher Trödelmarkt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Membran International GmbH,
Albert-Schweitzer-Ring 5-7, 22045 Hamburg**

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

Ghidion' Singles

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Ghidion Abraham,
Friedrichstraße 23a, 70174 Stuttgart**

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

frisch & entspannt

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Multimedia (Online- und Offline-Dienste) und sonstige Online-Medien, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**AOK-Verlag GmbH,
Lilienthalstraße 1-3, 53424 Remagen**

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

StrandGut

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Titelkombinationen, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, grafischen Darstellungen, in entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien.

**Gerd Gröppler,
Poststraße 22c, 18225 Kühlungsborn**

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

Comödie Bochum Comödie Duisburg im Residenz Comödie im Revier Comödienverlag

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Comödie Bochum, Duisburg, Wuppertal,
Königsallee 128, 44789 Bochum**

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

Lust am Leben Lust auf Leben Lust auf Gesundheit Lust an Gesundheit

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

years

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, grafischen 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.

**Linklaters Oppenhoff & Rädler
Rechtsanwälte Wirtschaftsprüfer,
Hohenstaufenring 62, 50674 Köln**

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

Showdown in Seoul

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**

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:

ZungenFutter

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**emotion effects,
Sophienstraße 136, 76135 Karlsruhe**

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

Bilderatlas der Türkei

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Schönberger Verlag GmbH & Co. litera team KG,
Prof.-Schinnerer-Straße 12a, 85778 Haimhausen**

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

The Art of Football. From A to Z

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hermann Vaske's Emotional Network,
Schmidtstraße 12, 60326 Frankfurt**

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

Fußball-Adventskalender WM-Adventskalender

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Andrea Ströhm,ann,
Friedhofsweg 9, 35687 Dillenburg**

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

Der Schnäppchen Jäger Schnäppchen Songs

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen.

**Membran International GmbH,
Albert-Schweitzer-Ring 5-7, 22045 Hamburg**

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

DVD ACTION DVD GAMES PC MAXX

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Cybermedia GmbH,
Petöfi út 14, H- 8960 Lenti, Ungarn**

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

Quizfabrik Frühstücksclub

in jeder Schreibweise, Schriftart und Darstellungsform, mit Zusätzen und Untertiteln für Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP) sowie Druckerzeugnisse und Softwareerzeugnisse.

**9Live Fernsehen GmbH & Co. KG,
Münchener Straße 101/Geb. 9, 85737 Ismaning**

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

Hekmag Hek Magazine

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten und -größen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen und Untertiteln für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse wie Zeitungen, Zeitschriften, Büchern u.ä. sowie für Film, Hörfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art einschließlich elektronischer und digitaler Medien.

**Rechtsanwälte Schmidt, von der Osten & Huber,
Mommsenstraße 73, 10629 Berlin**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Audomad Audomat

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, Titelkombinationen für Literatur, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Printmedien, Software-Erzeugnisse, Filmtitel, Fernsehen, Rundfunk, audiovisuelle und digitale Medien, Merchandising, Druckerzeugnisse aller Art, CD-ROM, CD-I, POI, E-Kiosksysteme, Offline- und Online-Dienste, sonstige Medien, Hörfunk.

**takomat GbR,
Am Neptunplatz 6b, 50823 Köln**

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

HITLER Verführer des Volkes HITLER Größenwahn und Untergang STILLE HELDEN

Wie mutige Menschen Juden vor den Nazis retteten

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

**RAin Zimmermann,
Am Ringofen 45, 50321 Brühl**

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

Ja, Chef! Jawohl, Chef! Sofort, Chef! Klar, Chef!

in allen Schreibweisen, Zusammensetzungen, Schriftarten, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Titelkombinationen, allen Arten der grafischen Darstellung für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film- und Tonwerke, Fernsehen, 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 und Aufführungen jeder Art, sowie Merchandising in jeglicher Form.

**Rechtsanwalt Tim M. Kohaupt,
Trimbornstraße 11, 51105 Köln**

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

Illustrierte Geschichte der Welt (Serientitel)

- Die Entstehung unserer Zivilisation
- Die Welt der Antike
- Zwischen Kreuz und Halbmond
- Glanzvolles Mittelalter
- Das große Zeitalter der Könige und Khane

Deutschlands schönste Ferienstraßen

- Traumrouten unserer Heimat-
mit Besuchen bei unseren Nachbarn

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**

**Rund 39.000 archivierte Titel !
Recherchieren Sie kostenlos unter:
www.titelschutzanzeiger.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 TEUFEL IN DIR - LYING IN WAIT DIE STRASSEN VON PHILADELPHIA

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

**K1 Kabel 1 Fernsehen GmbH,
Gutenbergstraße 1, 85774 Unterföhring**

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

Radsport Manager 2005/2006 Radsport Manager Cycling Manager

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Internet und Multimedia-Anwendungen (z.B. CD-ROM, DVD).

**ntp entertainment AG,
Usedomstraße 19, 22047 Hamburg**

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

News Berlin News Düsseldorf News Hamburg News Hannover News Köln News München News Stuttgart News Wiesbaden

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line-Dienste und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Rechtsanwälte Trabert Saalfeld Baule Rzeznik,
Franz-Mehring-Straße 10, 06846 Dessau**

Impressum

**DER TITELSCHUTZ ANZEIGER
mit DER SOFTWARE TITEL**

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

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

Redaktion: Angela Lautenschläger (AL) -61,

Ansprechpartner für Titelschutzanzeigen:

Angela Lautenschläger, -61

Geschäftsanzeigen: Manuela Busche, -51

Druckauflage: 5.400 **Verbreitete Auflage:** 5.200

Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel: monatlich

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare, Geschäftsführer und Entscheider in Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten, Produzenten von audiovisuellen und elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträgern, Software).

Bezugspreis: Jährlich € 80,- zzgl. USt. (inkl. Versand) Für Empfänger aus dem o.g. Verkehrskreis kostenlos.

Preis für Titelschutzanzeigen:

Standard mit einem Titel € 150,-, jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige plus € 35,- jeweils zzgl.USt.

Anzeigenschluss: jeweils Freitag, 10 Uhr

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 8 vom 1.1.2003

Bankverbindungen:

Hamburger Sparkasse, Kto. 1105 212 649, BLZ 200 505 50
Handelsregister HRA 96 228, Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH, 22850 Norderstedt

© 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 Prozent.

Fon: +49 40 / 609 009 - 61