

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“Wo ein Wille ist....”: 41 neue Titel wollen auf den Markt

Die Sterne lügen nicht, sagt sich die Werbeagentur TEAM ATW und wirft für ihre Kunden einen Blick in “Sternzeichen-Woche” und “Sonnen-Horoskop”. Die Mandanten der Kanzlei Schwarz Kelwing bieten sogar einen Urlaub im “Space Hotel”. Wer’s kryptischer mag, kann mit ProSieben in “Sakrileg oder Legende” dem Da Vinci Code nachspüren oder sich - ganz einfach - beim SWR den “Mega-Kick” holen. Alle 41 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

Markeneintrag für “BerlinCard”?

Der Bundesgerichtshof hat einer Rechtsbeschwerde zur Anmeldung der Marke “BerlinCard” stattgegeben.

Die Marke sollte für ein Kartensystem im Sinne einer Rabatt- oder Mitgliederkarte für Berlin angemeldet werden. Das Bundespatentgericht verwies auf das Freihaltebedürfnis für beschreibende Angaben und lehnte den Markeneintrag ab. “BerlinCard” fehle die Unterscheidungskraft. Die angesprochenen Verkehrskreise würden in der Verwendung der Bezeichnung im Zusammenhang mit vielen unterschiedlichen Waren und Dienstleistungen, ausschließlich einen Sachhinweis, aber kein Unterscheidungsmerkmal für die Herkunft der Waren und Dienstleistungen sehen.

In Karlsruhe sah man das anders. Laut ständiger Rechtsprechung des Bundesgerichts-

hofs ist Unterscheidungskraft im Sinne des Markengesetzes, die einem Zeichen innewohnende Eignung, vom Verkehr als Unterscheidungsmerkmal für die in Rede stehenden Waren bzw. Dienstleistungen eines Unternehmens gegenüber anderen Unternehmen aufgefasst zu werden. Besteht das Eintragungshindernis für die Marke nur im Fehlen jeglicher Unterscheidungskraft, so ist, nach Ansicht des Bundesgerichtshofs, ein großzügiger Maßstab zugrunde zu legen. Es genügt also jede auch noch so geringe Unterscheidungskraft, um das Schutzhindernis zu überwinden.

Die entgeltliche Entscheidung, ob “BerlinCard” als Marke eingetragen wird, wurde an das Bundespatentgericht zurückverwiesen.

BGH vom 16.12.2004,
AZ.: I ZB 12/02

Neues Internetportal für deutsche Filmtitel

Pünktlich zur Berlinale 2005 ist die neue Internetplattform “filmportal.de” gestartet.

Zu Beginn stehen Informationen zu rund 30.000 deutschen Filmen von den Anfängen bis zur Gegenwart kostenfrei zur Verfügung. “filmportal.de” wendet sich nicht nur an Wissenschaftler und Branchen-Insider, Programmplaner und Journalisten, sondern möchte auch Schülern, Studenten und Filmfans den deutschen Film näher bringen. Die Grundlage

der filmografischen Daten bildet die Deutsche Filmografie, ein Gemeinschaftswerk des Deutschen Kinematheksverbundes. Außerdem werden in “filmportal.de” zwei der umfangreichsten deutschen Filmdatenbanken vereint: Die des Deutschen Filminstituts (DIF) und die CineGraph-Datenbank des Hamburgischen Centrums für Filmforschung.

Näheres unter:

www.filmportal.de und

www.deutsches-filminstitut.de

Mit einem Satz den Markt erobern

Unter diesem Motto veranstaltet Management Circle am 17. März ein Seminar in München. Thema ist der erfolgreiche Werbeslogan: Techniken der Entwicklung,

Kriterien zur Auswahl des Slogans, das Fine-Tuning und der Slogan im Kampagnenzusammenhang.

Näheres unter:

www.managementcircle.de



+ 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

22. Feb. 2005

Woche 08

Nr. 709

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 41 Titel

2000 JAHRE OHNE DEMOKRATIE	SommerZeit - Zeitung für das Erzbistum Köln
CityTourist - Magazin für Städtereisen	Sonnen-Horoskop Sonnen-Horoskop- Woche
Coconut Kiss	Space Hotel
da geh' ich hin	Sternen-Woche
Das Festival der Volksmusik	Sternzeichen
Ein sächsisches Dorf spielt Theater: Jule Verne's „Reise um die Welt“	Sternzeichen-Woche
Einstein in Schilda	SWR3 Mega-Kick
Ginkgo-Vorsorge	Tabakfachhändler des Jahres
Ginkgo-Vorsorgeplanung	Tabakhändler des Jahres
hallo neustadt - bad windsheim	Tag 7
hallo-nea	Wegweiser Hospiz und Palliativmedizin Deutschland 2005
HAPE TRIFFT...	Wireless Automation
Industrial Facility Management & Services	Wo ein Wille ist
König von Kreuzberg	Y.B.A.C.
Kraut's	YBAC
Letztes Kapitel	Young Bavarian Academy Choir
Muzzle	YoungBavarianAcademyChoir
Pfeifenhändler des Jahres	Young-Bavarian- Academy-Choir
Rüdiger Hoffmann's Kostbarkeiten	Zigarrenhändler des Jahres
Sakrileg oder Legende? Das Rätsel um den Da Vinci Code	Zigarrenraucher des Jahres

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

**Sonnen-Horoskop
Sonnen-Horoskop-Woche
Sternen-Woche
Sternzeichen
Sternzeichen-Woche**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Printmedien, alle elektronischen Medien, TV sowie Online- und Audiotextdienste und das Internet.

**TEAM ATW Werbeagentur GmbH,
Drostestraße 14-16, 30161 Hannover**

Gemäß § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Tag 7

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und graphischen Gestaltungen für die Bereiche Druckwerke, Rundfunkausstrahlung und Internet.

**Westdeutscher Rundfunk Köln,
Anstalt des öffentlichen Rechts,
50600 Köln**

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 710 erscheint am 01.03.2005 **Anzeigenschluss:** 25.02.2005, 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

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Der "Hooligan" als Marke

"Hooligan" ist tatsächlich eine eingetragene Gemeinschaftsmarke. Sie wurde im April 1996 beim HABM (Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt) für Bekleidung und Kopfbedeckungen angemeldet.

Der Europäische Gerichtshof musste jetzt über eine Verwechslungsgefahr zu der internationalen und eintragungsalteren Wortmarke "Olly Gan" entscheiden.

Die Luxembourger Richter befanden, dass dem Durchschnittsverbraucher die Bedeutung des englischen Wortes "hooligan" und dessen Schreibweise bekannt seien und er die einander gegenüber-

stehenden Marken unterschiedlich ausspreche. Zwischen beiden bestehe also keine schriftbildliche, klangliche und begriffliche Ähnlichkeit und somit auch keine Verwechslungsgefahr.

"Olly Gan" werde zudem als männlicher Vor- und Zunamen erkannt und als Name des Designers verstanden. In der Modebranche ist dies weit verbreitet, wodurch andere Assoziationen ausgeschlossen würden. Da nur von einem normalen Schutzzumfang der älteren Marke auszugehen sei, schlossen die Unterschiede eine Verwechslungsgefahr aus. *EUGH vom 1.02.2005, AZ.: T-57/03*

Google muss Vuitton Schadensersatz zahlen

Wegen Markenpiraterie, unlauterem Wettbewerb und irreführender Werbung muss Google dem Luxuslabel Louis Vuitton 200.000 EUR Schadensersatz zahlen. Das entschied ein Gericht in Paris. Der Rechtsstreit hatte sich mal wieder an Googles Werbeprogramm „AdWords“ entzündet, über das die Suchmaschinenbetreiber Schlüsselwörter wie „Vuitton“, „Louis Vuitton“ oder „LV“ an Konkurrenzunternehmen der Modemarke verkaufen. Werden diese Kennwörter von Internetnutzern bei Google eingegeben, erscheinen Annoncen bzw. Links, die zu Seiten Vuittons Wettbewerbern führen. Auf

diesen Seiten wurden unter anderem gefälschte oder illegal erworbene Vuitton-Artikel angeboten. Laut Gerichtsbeschluss muss Google 100.000 EUR Schadensersatz wegen Markenfälschung und 100.000 EUR wegen unlauteren Wettbewerbs zahlen. Über eine Anfechtung des Urteils wurde bisher nichts bekannt.

Googles Werbepaxis hat bereits mehrere namhafte Unternehmen zu Klagen veranlasst. In Frankreich gewann zuletzt die Hotelkette Le Meridien einen „AdWords“-Rechtsstreit gegen Google.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Prada und Mugler gewinnen Domainstreits

Bekannte Modemarken geraten nicht selten ins Visier von Domaingrabbern. Jetzt war es mal wieder so weit. Sowohl der Luxuskonzern Prada, wie auch das französische Fashionlabel Thierry Mugler mussten vor der WIPO klagen, um die Domains www.prada.com sowie mugler.com in ihren Besitz zu bringen.

Der in Amerika gemeldete Inhaber der Prada Tippfehler-domain hatte Besucher seiner Homepage auf kommerzielle Seiten weitergeleitet und damit laut Schiedsgericht böse Absicht demonstriert. Von der Verwechslungsgefahr zwischen Prada-Marke und Domainnamen wurde ausgegangen. Im Fall Mugler hatte ein in Cypern niedergelassener John Mugler behauptet, die strittige Internetadresse als Sei-

te für Familien mit dem Namen Mugler nutzen zu wollen. Das französische Modelabel sei ihm nicht bekannt gewesen. Das Schiedsgericht nahm dem Beklagten diese Erklärung nicht ab. Vielmehr folgte es der Klägerin, die die Richtigkeit der Angaben des Beklagten zu seinem Familiennamen in Zweifel gezogen hatte. Da der Beklagte trotz Aufforderung des Schiedsgerichts keine Stellung nahm, reichte der Nachweis der Klägerin über die inkorrekten Angaben des Beklagten aus, so das Gremium. Von einer Registrierung in böser Absicht sei auszugehen. Auch im Fall Mugler konnte die Domain deshalb der Klägerin zugesprochen werden.

Quelle:
www.markenbusiness.de

China: Wrigley scheitert mit Markenschutz für „Coolwhite“

Der weltweit führende Kaugummihersteller Wrigley darf den Namen „Coolwhite“ in China nicht als Marke schützen lassen. Das entschied jetzt ein Gericht in Peking. Mit seiner Entscheidung bestätigte es die Auffassung des chinesischen Markenamtes, das den Registereintrag abgelehnt hatte. Der Name „coolwhite“ bestehe aus den Wörtern „cool“ und „white“, die im Hinblick auf den Geschmack, den Geruch und die Farbe eines Kaugummis beschreibend seien, so die Begründung. Der Markenname sei deshalb nicht ausreichend unterscheidungskräftig.

Das Gericht betonte, dass Chinas Markenrecht die Registrierung von Marken verbiete, die anderen Unternehmen die

Möglichkeit nähmen, ihre Produkte zu beschreiben.

Auch der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat Wrigleys Markenschutzabsichten für einen Kaugumminamen schon einmal eine Absage erteilt. So hatte das Unternehmen vor einigen Jahren versucht, die Bezeichnung „Doublemint“ als EU-Marke schützen zu lassen. Der Fall landete vor dem EuGH. Dort entschieden die Richter, dass die Bezeichnung auch die Eigenschaft eines Produktes beschreiben könne, weshalb sie nicht für einen Hersteller geschützt werden könne.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Über 39.000 archivierte 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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Einstein in Schilda

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Ed Dellian,
Bogenstraße 5, 14169 Berlin**

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

da geh' ich hin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

CityTourist - Magazin für Städtereisen

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

**CityTourist Verlag & Media GmbH i.G.,
Stutterheimer Straße 16-18, A - 1150 Wien**

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

König von Kreuzberg

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 eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Letztes Kapitel

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

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

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

Space Hotel

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Fernsehen (Fernsehserie, Fernsehfilm, Fernsehspiel, Formate), Kinofilm, Online-Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen (z.B. CD-ROM), Hörfunk und Druckerzeugnisse.

**RAe Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,
Postfach 20 17 42, 80017 München**

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

Wo ein Wille ist

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

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

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

SWR3 Mega-Kick

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

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

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:

**Young Bavarian Academy Choir
Young-Bavarian-Academy-Choir
YoungBavarianAcademyChoir
Y.B.A.C.
YBAC**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Bayerische Musikakademie Hammelburg e.V.,
Am Schlossberg, 97762 Hammelburg**

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

2000 JAHRE OHNE DEMOKRATIE

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphische Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Büchern und sonstige Druckerzeugnissen, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Onlinedienste sowie Internet.

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

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

**Ginkgo-Vorsorge
Ginkgo-Vorsorgeplanung**

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

**acteam interNETional GmbH,
Dorfstraße 75, 24248 Mönkeberg**

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

**Wireless Automation
Industrial Facility
Management & Services**

in allen Schreibweisen, Kombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Schriftarten und mit allen Zusätzen für Druckereierzeugnisse, Veranstaltungsnamen, Messenamen, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Druck- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere CD-ROM, Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Patent- und Rechtsanwaltssozietät
GRAMM, LINS & PARTNER GbR,
Theodor-Heuss-Straße 1, 38122 Braunschweig**

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

Das Festival der Volksmusik

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen, Schriftarten und Darstellungsformen für alle Tourneen, Einzelveranstaltungen, Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien- und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, Off- und Onlinemedien sowie für Messen, Kongresse, Fachtagungen und sonstige Veranstaltungen sowie Merchandising in jeder Form und für sämtliche Merchandising-Artikel und Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwälte SCHWEIZER & LEHMANN,
Marktplatz 9, 89150 Laichingen**

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

**Ein sächsisches Dorf spielt Theater:
Jule Verne's „Reise um die Welt“**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstigen Druckerzeugnissen, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger und/oder Onlinedienste und/oder Telekommunikationsdienste sowie Internet.

**MUMM SÖFFGE & COLL.
Rechts- und Patentanwälte,
Pfaffendorfer Straße 26, 04105 Leipzig**

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:

hallo neustadt - bad windsheim hallo-nea

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**regioGATE GmbH,
Friedrich-Bergius-Ring 15, 97076 Würzburg**

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

Kraut's

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**MingaMedia Entertainment GmbH,
Föhringer Allee 17, 85774 Unterföhring**

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

HAPE TRIFFT...

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, 15 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

SommerZeit - Zeitung für das Erzbistum Köln

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und für alle Medien.

**J.P. Bachem Verlag GmbH,
Ursulaplatz 1, 50668 Köln**

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

Coconut Kiss

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 Absatz 3 Markengesetz nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Muzzle

in jeder Schreibweise, Abkürzung, Darstellungsform und grafischer Gestaltung zur Verwendung für alle Printmedien, Hörfunk und Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und ONLINE-Dienste.

**KOCH Media GmbH,
Gewerbegebiet, A - 6600 Höfen/Österreich**

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

Wegweiser Hospiz und Palliativmedizin Deutschland 2005

und weiter laufender Jahre, in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Variationen, Kombinationen, Abwandlungen sowie Zusätzen.

**Bundesarbeitsgemeinschaft Hospiz e.V.,
Am Weiherhof 23, 52382 Niederzier und
Deutsche Gesellschaft für Palliativmedizin e.V.,
Von-Hompesch-Straße 1, 53123 Bonn**

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

Sakrileg oder Legende? Das Rätsel um den Da Vinci Code

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**

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:

Rüdiger Hoffmann's Kostbarkeiten

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, in allen Arten der grafischen Darstellung, mit und ohne Zusätzen und Untertiteln für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art (z.B. Schallplatte, MC, CD, DVD, MD, CD-Rom, CD-R, CD-I und andere Datenträger), Film- und Tonwerke, Hörfunk, Fernsehen, Software, alle elektronischen und digitalen Medien, Netzwerke und Dienste (einschließlich Off- und Online-Dienste, Internetdienste, Multimedia-Anwendungen, Telekommunikations- und Mobilfunkdienste, UMTS-Dienste), für Buch- und Druckerei-Erzeugnisse sowie alle sonstigen Printmedien, für Veranstaltungen und Aufführungen in jeder Form (einschließlich Bühnenwerke, Theater-, Comedy- und Kabarett-Aufführungen) sowie für alle Formen des Merchandising (einschließlich Textilien, Kopfbedeckungen, Tassen, etc.)

Rechtsanwälte
Scheuermann Westerhoff Strittmatter,
Ubierring 7, 50678 Köln

Im Namen einer Mandantin nehme ich gemäß den §§ 5, 15 MarkenG Titelschutz in Anspruch für folgende Titel in allen Schreibweisen und Darstellungsformen:

Zigarrenhändler des Jahres
Zigarrenraucher des Jahres
Pfeifenhändler des Jahres
Tabakhändler des Jahres
Tabakfachhändler des Jahres

Rechtsanwalt Dr. Christian Russ,
An der Ringkirche 6-8, 65197 Wiesbaden

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

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