

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

"Das große Graben": mit 101 neuen Titeln auf Umsatzsuche

Die Vorfreude auf die Weltmeisterschaft 2006 scheint sich bei Medienproduzenten noch in Grenzen zu halten. Nur 10 geschützte Titel zum Thema Fussball und WM konnte der Titelschutz Anzeiger bisher in 2005 verzeichnen. Umso erfreulicher, dass zumindest die U5 Filmproduktion ihre Zuschauer mit "Fit wie ein WM-Star" und "Wie werde ich WM-Star" auf das kommende Fussball-Jahr vorbereiten möchte. SAT.1 bleibt mit "Mutter aus heiterem Himmel" familiär und bei ProSieben ist "...Überleben Glückssache". R&R Media Concept sucht für die "Honk TV Show" - nach eigenen Angaben - verrückte, junge Menschen, die Spaß an einer wirklich durchgeknallten Reality-TV-Show haben. Wie beruhigend ist da doch die Aussicht auf ein neues Liedchen: Nach Schnappi, dem Krokodil freuen wir uns auf "Schnulli, das kleine Nilpferd". Alle 101 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

Benutzung einer fremden Marke erlaubt?

Der Bundesgerichtshof gestattete jetzt die Benutzung einer fremden Marke für die eigenen Produkte. Möglich ist dies, wenn die Marke als Angabe zur Bestimmung der eigenen Ware notwendig ist.

In diesem Fall verwendete der Hersteller von Filtertüten für Staubsauger den Markennamen "Vorwerk". Der Verbraucher sollte schließlich erkennen können, ob die Filtertüten auch zu seinem Modell passen.

Die Karlsruher Richter machten deutlich, dass nach dem § 23 Nr. 3 Markengesetz der Inhaber einer Marke oder geschäftlichen Bezeichnung ei-

nem Dritten die Benutzung der Marke im geschäftlichen Verkehr als Hinweis auf die Bestimmung einer Ware, insbesondere als Zubehör oder Ersatzteil, nicht verbieten dürfen, wenn es notwendig ist und nicht gegen die guten Sitten verstößt. Die mit einer derartigen Nutzung zu Informationszwecken verbundene Verwechslungsgefahr genüge nicht als Annahme, dass die Angabe der fremden Marke den anständigen Gepflogenheiten in Gewerbe und Handel widerspreche.

BGH Urteil vom 20.01.2005,
AZ.: I ZR 34/02

Suchmaschinenanbieter verpflichten sich zur Selbstkontrolle

Anbieter von Suchmaschinen im Internet sind sich ihrer besonderen Rolle bei der Informationsvermittlung bewußt. Sowohl Verbraucherschutz im Allgemeinen als auch der Schutz von Kindern und Jugendlichen sollten bei der Nutzung von Suchmaschinen berücksichtigt werden.

Die bekanntesten deutschen Suchmaschinenbetreiber, wie AOL, Google, LYCOS, MSN, T-Online und Yahoo, haben sich jetzt unter dem Dach der FSM (Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter) zu dem

ersten anbieterübergreifenden, bundesdeutschen Suchmaschinen-Organ zusammengeslossen.

In Kooperation mit der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien (BPjM) wurde ein Verfahren entwickelt, welches sicherstellt, dass Internetadressen, die von der BPjM auf den Index gesetzt wurden, in den Ergebnislisten der Suchmaschinen nicht mehr angezeigt werden.

Näheres unter: www.fsm.de
www.bundespruefstelle.de
www.kjm-online.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

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

Diese Woche: 101 Titel

30 Jahre Discofieber!	Drehscheibe Diabetologie	Herr Sammler und Frau Jäger	Patientologie
Alles aus Liebe	Drehscheibe Gynäkologie	Hits made in Germany	Praktische Betriebsmedizin
Betriebsmedizin	Drehscheibe Hypertonie	Hollywood Minute	Premium Classics
Bis dass der Tod Euch scheidet	Drehscheibe Kardiologie	Honk TV	Radio-Gutscheine
Blaue Gurken	Drehscheibe Neurologie	Honk TV Show	Sammler und Jäger
Body & Soul	Drehscheibe Onkologie	Hummelies	Schnulli
Buchagentur Netzwerk	Drehscheibe Psychiatrie	Hyper-Dent	Schnulli, das kleine Nilpferd
CHARLIE UND DIE	Drehscheibe Rheuma	Hyper-Shop	Sieben Hummeln
SCHOKOLADENFABRIK	Drehscheibe Rheumatologie	Interieur	Sietland-Bote
Coratex Interieur	Drehscheibe Schizophrenie	Jäger und Sammler	Teddy Burtz
Corporate Books	Drehscheibe Urologie	Jetzt geht's los	Teddy Steffi
DA KOMMT KALLE	Ein Lama aus Yokohama	Kick wie ein WM-Star	TGA-Almanach
das BILDUNGsmagazin	Ein Lama in Yokohama	Kicken wie ein WM-Star	TGA-Praxis
Das Geheimnis der	Ein Schrei in den Wäldern	Kluges Verlag	TGA-Profi
Schauspielkunst	Eine große Nachtmusik	Krötenkäpt'n	The Expert in Publishing Books
Das große Graben	Fernseh-Gutscheine	Land und Liebe	TV-Gutscheine
Der Betriebsarzt	financial olympics	LITERATUR+KRITIK	VariÉT.
Der Kathedralen-Code	Fit wie ein WM-Star	Live Werbung auf der Bühne	Vom Unternehmer zum
Der Kleine Chartres-Führer	Fussball Total	Machtwort / Das Machtwort	Bestsellerautor
DIE GEISTERFAHRER	GEISTERFAHRER	Männer sind primitiv	Vom Unternehmer zum
Die Nonne und der Kommissar	Geometrische Geheimnisse	aber glücklich !	Buchautor
Die Saftschubsen	der Gotik	Milch ist meine Stärke	Wie werde ich WM-Star
Dr. Flynn -	HARRY POTTER UND	Mutter aus heiterem Himmel	www.mybestgames.de
Überleben ist Glückssache	DER FEUERKELCH	Nichts wie weg	www.mybestgames.net
Drehscheibe Allergie	HARRY POTTER UND	Otterjournal	Yoko Einstein
Drehscheibe Arthrose	DER ORDEN DES PHOENIX	Ottermagazin	Yokohamalama
Drehscheibe Depression	Hase Moppel	P.M. Look	
Drehscheibe Diabetes	Herr Jäger und Frau Sammler	Patento	

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 713 erscheint am 22.03.2005 **Anzeigenschluss:** 18.03.2005, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 716 erscheint am 12.04.2005 **Anzeigenschluss:** 08.04.2005, 10 Uhr

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

www.new-business.de

„Bin Ladin“ in der Schweiz als Marke geschützt

Es war im Jahr 2001, als der in Genf lebende Geschäftsmann Yeslam Binladin beschloss, seinen Familiennamen als Marke zu schützen. Der Halbbruder des gesuchten Top-Terroristen Osama Bin Laden reichte beim Schweizer Markenamt die Anmeldung ein und erhielt schon bald darauf grünes Licht für den Registereintrag. Das war im August. Hätte das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum damals gehaut, das der Name Bin Laden nur wenige Tage später für eine neue Dimension des Terrorismus stehen würde, es hätte wohl anders entschieden. Denn nur wenige Monate später widerrief das Amt den Eintrag der Marke „Bin Ladin“. In Anbetracht der Anschläge vom 11. September könne diese das moralische und sittliche Empfinden verletzen, lautete die Erklärung. In der Marke wurde ein Verstoß gegen die öffentliche Ordnung gesehen.

Binladin wollte sich mit dieser Argumentation jedoch nicht zufrieden geben und legte bei der Eidgenössischen Rekurskommission Einspruch ein. Wie erst jetzt bekannt wurde, gab die Kommission dem Geschäftsmann bereits im vergangenen Jahr Recht. Die Marke verstoße nicht gegen die öffentliche Ordnung, heißt es in dem Urteil. Es gäbe keinen Grund einen Markennamen zu löschen, der bereits einen Monat vor dem 11. September eingetragen worden sei. Weiterhin sei der Zusammenhang zwischen Osama Bin Laden und den Anschlägen vom 11. September nicht bewiesen. Binladin, der seit 1984 in Genf ansässig und Besitzer der Firma Falcon Sportin Goods ist, will von der zurückgewonnenen Marke vorerst keinen Gebrauch machen. Wichtig sei ihm gewe-

sen, andere Personen an der Nutzung des Namens zu hindern, erklärte er der Zeitung Tribune de Genève. Der Verkauf seines Parfums, das ursprünglich einmal „Bin Ladin“ heißen sollte, wird auch in Zukunft unter dem einstigen Ersatznamen „Yeslam“ weitergehen.

Wie in der Schweiz, ist auch in Deutschland der Verstoß einer Marke gegen die öffentliche Ordnung oder die guten Sitten ein Versagungsgrund für ihren Registereintrag. Ob eine Marke anstößig ist oder nicht, ist allerdings Auslegungssache. „Anmelden kann man grundsätzlich erst einmal alles“, erklärt Diane Nickl vom Deutschen Patent- und Markenamt. Inwieweit eine Marke gegen die guten Sitten verstoße, müsse dann im Einzelfall überprüft werden. Zu den Kennzeichen, denen die Münchner Behörde den Eintrag in der Vergangenheit verweigert hat, gehören nach Auskunft Nickls unter anderem „Schenkelspreizer“, „Dalailama“ und „Werwolf Germany“. Für die Löschung einer bereits registrierten Marke gilt folgendes: nur wenn der Verstoß schon bei der Eintragung vorgelegen hat und auch noch zum Zeitpunkt der Entscheidung über die Löschung besteht, kann das Zeichen aus dem Register gestrichen werden. Ändert sich die öffentliche Einschätzung eines Markennamens wie im Fall „Bin Ladin“ also erst nachträglich, besteht für diesen auch weiterhin Schutz.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Nutzt Nike-Werbespot Urheberrechte an Tattoo aus?

Tattoo-Künstler verklagt Basketballprofi.

Rasheed Wallace, Basketballspieler bei den Detroit Pistons, wirbt für Basketballschuhe der Marke Nike. Das stört Matthew Reed aus Portland (Oregon) von TigerLilly Tattoo und DesignWorks. In der Werbung zeigt Wallace ziemlich auffällig ein Tattoo, das auf seinem Oberarm prangt. Und da es aus der Feder von Reed stammt, macht dieser nun Urheberrechte geltend. Ziel des Tattoo-Künstlers ist sowohl Einstellung der Werbung als auch Zahlung von Schadensersatz. Deshalb hat er jetzt Klage vor dem U.S. District Court eingereicht.

Martin Barmers von der Zeitschrift „Tattoo Spirit“ geht im Gespräch mit Markenbusiness nicht davon aus, dass es in Deutschland in absehbarer Zeit ähnliche Klage geben werde: „In Deutschland hat es bisher keine vergleichbaren Fälle gegeben. Außerdem hat die Szene ihre eigenen Gesetze. Das scheint eine rechtliche Grauzone zu sein. Bisher wur-

de die Veröffentlichung von den Tätowierern immer geduldet.“

Wie auf www.detnews.com berichtet wird, hat der Basketballprofi für das Tattoo aus dem Jahr 1998 damals 450,00 USD gezahlt. Der Klage sei zu entnehmen, dass Wallace gegenüber Nike und der Werbeagentur Wieden+Kennedy angegeben habe, die Rechte am geistigen Eigentum allein inne zu haben bzw. mit dem Tätowierer zu teilen.

Um die Klage zu gewinnen, muss der Tätowierer aber noch einige Hürden überwinden. Das Tattoo muss ein urheberschutzfähiges Werk sein. Er darf aufgrund der Bezahlung keine Lizenz eingeräumt haben. Zudem muss ihm trotz der klaren Anweisung hinsichtlich der Motive das Urheberrecht auch zustehen. Bessere Karten hätte Reed nur, wenn er eine Marke oder ein Geschmacksmuster angemeldet hätte.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Marke, Domains, Firmennamen & Co.

„Wie setzen Sie Ihr Markenrecht durch?“. Diese Frage stellt und beantwortet die neue Informationsveranstaltung der Handelskammer Hamburg am 4. April.

Besonders Geschäftsleute und Mitarbeiter von Marken- und IP-Abteilungen müssen die jüngsten Entwicklungen des Markenrechts für ihr Unternehmen umsetzen. Die Handelskammer Hamburg liefert Informationen rund um das Thema Markenverletzung.

Sei es nun die Absicherung gegen Verletzungshandlungen oder auch die Frage ob durch die neue Firmenstrategie fremde Markenrechte verletzt werden. Welche Rechte ergeben sich aus Domains, Firmennamen oder Handelsregistereinträgen? Auch Designschutzrechte und der Schutz der eigenen Produktverpackung gegen Nachahmungen werden angesprochen.

Termin: 4. April 2005,
Infos unter: www.hk24.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:

Hyper-Dent Hyper-Shop

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**B.S.D. GmbH,
Högestraße 10, 79108 Freiburg**

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

Das Geheimnis der Schauspielkunst

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hamburger Schauspielkompanie AdHoc,
Preystraße 18, 22303 Hamburg**

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

financial olympics

für alle Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

**Multimediahaus GmbH,
Scherl 6, 58540 Meinerzhagen**

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

Milch ist meine Stärke

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

**Loschelder Rechtsanwälte,
Hohenstaufenring 30-32, 50674 Köln**

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

Drehscheibe Hypertonie Drehscheibe Diabetes Drehscheibe Diabetologie Drehscheibe Kardiologie Drehscheibe Neurologie Drehscheibe Psychiatrie Drehscheibe Schizophrenie Drehscheibe Depression Drehscheibe Rheuma Drehscheibe Rheumatologie Drehscheibe Arthrose Drehscheibe Urologie Drehscheibe Allergie Drehscheibe Onkologie Drehscheibe Gynäkologie

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien, print und non-print, online und offline, als Einzel- und Reihentitel, sowie für Dienstleistungen und Veranstaltungen.

**RA Berthold Wesle,
Amalienstraße 67, 80799 München**

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

Yokohamalama Ein Lama in Yokohama Ein Lama aus Yokohama Hase Moppel Schnulli Schnulli, das kleine Nilpferd Krötenkäpt'n Sieben Hummeln Hummelies Teddy Burtz Teddy Steffi Blaue Gurken Yoko Einstein

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, Variationen und Abkürzungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Diensten, Merchandising.

**RAe Sasse & Partner,
Brüsseler Straße 87, 50672 Köln**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Männer sind primitiv aber glücklich !

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, Variationen und Abkürzungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Diensten, Merchandising.

**RAe Sasse & Partner,
Brüsseler Straße 87, 50672 Köln**

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

Otterjournal Ottermagazin Sietland-Bote

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien.

**Zeitungsverlag Hottendorff GmbH & Co. KG,
Gutenbergstraße 1, 21762 Otterndorf**

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

Die Saftschubsen

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Kombinationen und Abwandlungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie Merchandising in jeglicher Form.

**Monaco Film GmbH,
Alter Wandrahm 11, 20457 Hamburg**

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

Der Betriebsarzt Betriebsmedizin Praktische Betriebsmedizin

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien, print und non-print, online und offline, als Einzel- und Reihentitel, sowie für Dienstleistungen und Veranstaltungen.

**RA Berthold Wesle,
Amalienstraße 67, 80799 München**

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

Land und Liebe Alles aus Liebe

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für alle Printmedien, Druckerzeugnisse aller Arten und Formen, Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien, Internet, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), speziell Unterhaltungsshow, Events, Musikdarbietungen sowie Bühnenshow, weiterhin Dienstleistungen, Merchandising in jeglicher Form, Domain-Bezeichnungen im Internet und Intranet.

**Rechtsanwalt M. Glänzer,
Borselstraße 18, 22765 Hamburg**

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

The Expert in Publishing Books Buchagentur Netzwerk Kluges Verlag Der Kathedralen-Code Der Kleine Chartres-Führer Geometrische Geheimnisse der Gotik Corporate Books Vom Unternehmer zum Bestsellerautor Vom Unternehmer zum Buchautor

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Variationen, Darstellungsformen und Abwandlungen, im Singular wie auch im Plural - für Druckerzeugnisse, Internet, Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste), Bild- und Datenträger.

**Kluges Verlag,
Menzenberger Straße 22, 53604 Bad Honnef**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Interieur Coratex Interieur

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwälte Madl & Kollegen,
Prannerstraße 1, 80333 München**

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

das BILDUNGsmagazin Schule, Ausbildung, Freizeit

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**SAF - Verlagsgesellschaft mbH,
Herrenhäuser Straße 126 a, 30419 Hannover**

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

Das große Graben Nichts wie weg Herr Jäger und Frau Sammler Herr Sammler und Frau Jäger Sammler und Jäger Jäger und Sammler

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

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

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

Honk TV Honk TV Show

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, elektronischen Informationsangeboten, CD-ROM, DVD, alle anderen Datenträger und alle sonstigen Angebote, sowie für alle audiovisuellen, elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke und Druckerzeugnisse.

**R&R Media Concept GmbH,
Koenigsallee 75 B, 14193 Berlin**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für unseren Mandanten, Warner Bros. Entertainment, Inc., Titelschutz in Anspruch für:

HARRY POTTER UND DER FEUERKELCH HARRY POTTER UND DER ORDEN DES PHOENIX CHARLIE UND DIE SCHOKOLADENFABRIK

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, für Film, Hörfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Multimediaanwendungen, Druckerzeugnisse (ausgenommen Romane).

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

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

www.mybestgames.de www.mybestgames.net

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**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Unter Hinweis auf §§ 5 Abs. 3 und 15 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für den Titel:

Live Werbung auf der Bühne

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auf CD-ROM, DVD, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien.

**IRION Rechtsanwälte,
Michaelisstraße 24, 20459 Hamburg**

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

LITERATUR+KRITIK

in allen Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Büchern und sonstigen Druckereierzeugnissen, Messenamen, Bild-, Druck- und Datenträgern aller Art, elektronischen und digitalen Medien und Netzwerken, insbesondere CD-ROM, Online-Diensten und sonstigen Online-Medien.

**PAe WOLF & LUTZ,
Hauptmannsreute 93, 70193 Stuttgart**

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

Radio-Gutscheine TV-Gutscheine Fernseh-Gutscheine

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

**Coenen Communication & Web Marketing,
Gräßlstraße 6, 93059 Regensburg**

Gemäß § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für nachfolgende Titel:

TGA-Praxis TGA-Profi TGA-Almanach

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Wort- und Zeichenkombinationen und Abwandlungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, elektronische Medien und Netzwerke, Rundfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger.

**kwm - Kanzlei für Wirtschaft und Medizin
Rechtsanwalt Martin Richter,
Von-Steuben-Straße 20, 48143 Münster**

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

Hollywood Minute Body & Soul VariÉT. Jetzt geht's los

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

**KC Walther Kahl COMMUNICATIONS,
Luxemburger Straße 379, 50354 Hürth/Köln**

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

Premium Classics

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Variationen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, Colourierungen und mit allen Zusätzen zur Verwendung in allen Medien, insbesondere Druckerzeugnisse aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Off-Line- und On-Line-Dienste und -Produkte, sonstige On-Line-Medien sowie Fernsehen, Film, Hörfunk, Ton-, Bildton- und Datenträger aller Art, Software-Erzeugnisse, Internet-Domains und Internet-Homepages und Druck- und Textilerzeugnisse sowie Werbe-, Unterhaltungs- und Eventmarketing-Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form.

**RAin Jutta Stegemann,
Franz-Joseph-Straße 11, 80801 München**

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:

Dr. Flynn - Überleben ist Glückssache

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 Titelschutz in Anspruch für:

Mutter aus heiterem Himmel

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

P.M. Look

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, 15 MarkenG nehme ich im Mandanten-auftrag für folgenden Titel Titelschutz in Anspruch:

Patientologie

jeweils für alle Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Medien und für Einzel- und Serientitel.

**Patentanwalt Dr. Wolfram Schlimme,
Haidgraben 2, 85521 Ottobrunn**

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

Fit wie ein WM-Star Kicken wie ein WM-Star Kick wie ein WM-Star Wie werde ich WM-Star Machtwort / Das Machtwort

In allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Kino-, Rundfunk- und Fernsehsendungen, sonstige audiovisuelle Medien und Träger sowie Druckerzeugnisse.

**U5 Filmproduktion GmbH & Co. KG,
Hanauer Landstraße 52, 60314 Frankfurt**

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

Fussball Total

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

**Rechtsanwalt Nicolas Meyer,
Hohenstaufenring 63, 50674 Köln**

Rund 40.000 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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Bis dass der Tod Euch scheidet

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Off-Line- und On-Line-Dienste einschließlich Web-Page-Auftritte).

**RAe Brehm & v. Moers,
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2
Spreepalais am Dom, 10178 Berlin**

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

Eine große Nachtmusik GEISTERFAHRER DIE GEISTERFAHRER 30 Jahre Discofieber! Ein Schrei in den Wäldern Die Nonne und der Kommissar DA KOMMT KALLE Hits made in Germany

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

**RAin Bettina Krause,
Hauptstraße 42, 82327 Tutzing**

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

Patento

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Zusätzen sowie Kombinationen zur Verwendung in allen Medien.

**Tatiana Micheli,
Am Kolfacker 1, 58099 Hagen**

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: 040 / 609 009 - 61

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