

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“1000 Fragen an die Wissenschaft”: 87 neue Titel geschützt

Feiern die Printmedien mit Beilagen, Lexika und neuen Titeln noch den Wissens-Boom nach PISA, ruft GRUNDY Light Entertainment schon zur Offensive gegen “überflüssiges Wissen” auf, fragt nach dem “unnützlichstem Wissen der Welt” und plant die Top 50 des “nutzlosen Wissens”. Alle 87 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

“Auffälligkeiten” bei geltenden Werberegelungen?

Diese zarte Umschreibung gebrauchte die gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz (GSPWM) der Landesmedienanstalten am Donnerstag vergangener Woche. Gemeint ist ein Verdacht auf Schleichwerbung, der bei einer Routineüberprüfung von insgesamt 18 privaten TV-Veranstaltern festgestellt wurde. Nach dem Rundfunkstaatsvertrag ist Schleichwerbung verboten.

Betroffen sind die Sender SAT.1, VOX, Super RTL, MTV und n-tv. Die Programmanbieter müssen sich

jetzt gegenüber ihren zuständigen Landesmedienanstalten recht-fertigen.

MTV muss jetzt schon in zwei Fällen vor der Landesmedienanstalt Stellung nehmen. Mitte März war der GSPWM eine Überschreitung der zulässigen werblichen Obergrenze von 12 Minuten pro Stunde aufgefallen. Auch VIVA hatte die Grenze mit teilweise mehr als 18 Minuten pro Stunde überschritten.

*Näheres unter:
Arbeitsgemeinschaft der
Landesmedienanstalten
www.alm.de*

Verbesserter Verbraucherschutz bei Dialern

Mit verschärften Vorgaben für das Zustimmungsfenster, das bei der Einwahl in ein kostenpflichtiges Internetangebot erscheinen muss, sollen Verbraucher jetzt besser informiert werden.

Die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (kurz: RegTP) wendet diese Vorgaben jetzt für alle Neuregistrierungen von Dialern an. Bereits registrierte Dialer, die die neuen Vorschriften nicht erfüllen, haben noch eine Übergangsfrist bis zum 16. Juni 2005. Besonders wichtig bei dem neuen Zustimmungsfenster ist die Größe: Es muss mehr als ein Drittel

und darf höchstens zweidrittel der Bildschirmdarstellung einnehmen. Zudem sind Dialer verpflichtet vor Download und Installation/Aktivierung den Preis für die Inanspruchnahme anzugeben.

Matthias Kurth, Präsident der RegTP, möchte mit der jetzt vorgeschriebenen Preisinformation besonders dem Ausnutzen der Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen entgegenwirken, aber auch das Vertrauen des Verbrauchers in Angebote seriöser Dialer-Anbieter stärken.

*Näheres unter:
www.regtp.de*

Mehr als 3,6 Millionen Titel: Recherche und -überwachung für Experten von Experten ...

- Titelseuche **ab € 250,-**
- Titelüberwachung **ab € 55,- pro Jahr!**
- Ihre Ansprechpartnerin: Katja Borstel
Tel.: 04102-8048-24
borstel@smd-markeur.de

**15 % Rabatt für alle Leser des Titelschutz Anzeiger.
Rufen Sie uns an!**

Probieren Sie unseren **kostenlosen** Online-Titelcheck! www.smdNet.de

s.m.d.  markeur

Seit über 55 Jahren sind wir
Ihr Partner im gewerblichen
Rechtsschutz.

Schutz Marken Dienst GmbH
Manhagener Allee 76a
22926 Ahrensburg
Tel.: 04102-8048-0
Fax: 04102-8048-35
E-Mail: info@smd-markeur.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 87 Titel

100 % weiblich - die Hits der Frauen
1000 Fragen an die Wissenschaft
500 Pflegeleichte Pflanzen für Ihren Traumgarten
Auf den Spuren der Natur
Auf Krabat's Spuren
auto-"Stadt"/"Region"
autoland-"Stadt"/"Region"
Bauer sucht Bäuerin
Beachvolleyball kompakt
Berlin - Unsere Hauptstadt einst und heute
Beruf Network Marketing
Berufsbild Network Marketing
Big City Fever
BILD - klare Worte
Bolzen - das Fußballmagazin
Branchenbuch für Networker
Bundes-Promi-Spiele
Congo Square
Das Deutsche Vertriebs - Branchenbuch
Das Network Marketing Branchenbuch
Das Unnützeste Wissen der Welt
Der Weg nach Peking - das Olympiamagazin
Der Weg nach Turin - das Olympiamagazin
Deutsches Vertriebsbranchenbuch
Diaet-tv
Diät-Fernsehen
Diät-tv
Die große Landliebe
Die Hitparade des unnützen Wissens
Die Pathologin - Patientin 03/2005
Die Show der Weltrekorde

Europe's Fastest Drummer Contest
Fundraising professionell
Ganzheitliche Tierheilkunde
Ganzheitliche Veterinärmedizin
Ganzheitliche Veterinärpraxis
Geschichten aus der Geschichte
Gesund oder ungesund - Die Wahrheit über alles,
was schadet, und alles, was nutzt
Großeltern
Heimwerken-bauen-renovieren -
Das große Praxis-Handbuch von A bis Z
Hol Dir Dein Herz zurück!
hotels for nature
immobilia-"Stadt"/"Region"
InterAction Movie
JAKE 2.0
KlassikTage
Krabat Zauberer der Oberlausitz
Küchenfantasie
Küchenfantasie
Leichtathletik kompakt
let's go!
MEN, WOMEN AND DOGS
Muss ich das wissen?
Nutzloses Wissen
Nutzloses Wissen - die Top 50
Offenbarung 23
OFFENBARUNG 23 - Die Wahrheit ist unsterblich
Oldenburger Zeitung
Pareto-Reihe
Pareto-Reihe Radiologie

Pflanzen für ein schönes Zuhause -
Auswahl, Pflege und Gestaltung
POLO YARDS
Regulationsmedizinische Praxis
Sammelsurium des unnützen Wissens
Spielerisch zu einem besseren Gedächtnis
„Stadt“/„Region“ -Aktuell
Technik Fasziniert
Technik fasziniert
TechnikFasziniert
Technikfasziniert
TV 40
Überflüssiges Wissen
Unnützes Wissen
Unnützes Wissen - die Show
Unnützes Wissen - die Top 50
Unnützes Wissen - Kompakt
Usinger Land Extra
Vertriebsbranchenbuch für Deutschland
Volleyball kompakt
Vom Urknall zum Leben
walker
wanda
Wander Journal
Wer gewinnt?
Wir sind das Volk - Musical von
Gerhard Grün und Guido Kaufmann
Worldrecords - Die Show der Weltrekorde
Wunderbare Natur

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

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

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 717 erscheint am 19.04.2005 **Anzeigenschluss:** 15.04.2005, 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

Schutz für Schinken, Käse und Champagner

Europäisches System zum Schutz von Herkunftsbe- zeichnungen von WTO- Panel bestätigt

Geografische Herkunftsbezeichnungen wie Parma Schinken, Roquefort oder Champagner genießen auch in Zukunft Schutz. Die Schlichtungsstelle der Welthandelsorganisation WTO hat entschieden, dass die Ursprungsbezeichnungen für Agrarprodukte der EU nicht gegen die Regeln der Welthandelsorganisation WTO verstoßen. Die EU müsse aber sicher stellen, dass Herkunftsbezeichnungen aus Nicht-EU-Staaten genauso geschützt würden. Mit ihrer Entscheidung wies die Schlichtungsstelle die von den Vereinigten Staaten und Australien vorgebrachten Argumente zurück. Die beiden Länder vertraten die Auffassung, dass es sich bei den geschützten Lebensmittelspezialitäten um Gattungsbegriffe handelt, die frei zugänglich sein müssten. Den europäischen Schutz hielten sie für eine Diskriminierung von Handelspartnern.

Laut der gültigen EU-Vorschrift dürfen nur die Produkte den Namen einer Region tragen, die auch tatsächlich aus dieser Gegend stammen. Das gilt für den Champagner aus der Champagne, die Wachauer Marillen aus der Wachau sowie den Balsamico-Essig aus der Region um Modena. In Europa sind rund 700 Produkte im Register der geschützten Herkunftsbezeichnungen erfasst. Zu den eingetragenen geografischen Herkunftsbezeichnungen in Deutschland zählen unter anderem „Nürnberger Rostbratwürste“, „Schwarzwälder Schinken“ und „Spreewälder Gurken“.

Der Schutz von geografischen Angaben ist ein integraler Bestandteil der europäischen Qualitätspolitik. Der Verbrauchernachfrage nach Qualitätserzeugnissen soll damit entsprochen, und die Entwicklung von landwirtschaftlichen Spezialerzeugnissen zugleich gefördert werden.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Produktwerbung mit fremden Markennamen

EuGH urteilt in von Gillette angezetteltstem Rasierklingsstreit.

Auf der Verpackung und dem Zubehör eines Produktes darf auch mit fremden Markennamen geworben werden. Das zumindest gilt für Rasierklings. Wie der Europäische Gerichtshof in Luxemburg

entschied (Verfahrenssache C-228/03), darf der finnische Hersteller von Nassrasierern LA Laboratories Ltd. Rasierklings der Marke „Parason Flexor“ mit dem Aufdruck „Die Klinge passt für alle Parason Flexor und alle Gillette Sensor Apparate“ verkaufen. Die finnische Tochter des

amerikanischen Konzerns Gillette hatte in der Kennzeichnung eine Verletzung ihrer Markenrechte gesehen. Bei Verbrauchern werde die Vorstellung geweckt, dass ein Zusammenhang zwischen den von der LA Laboratories vertriebenen Waren und denjenigen der Gillette-Firmen bestehe, begründete sie ihre Klage. Nachdem der Fall durch mehrere Instanzen gegangen war, legte das oberste finnische Gericht den Streit dem EuGH vor.

Wie dieser entschied, können der Inhaber einer Marke anderen Unternehmen nicht verbieten, die Marke zu benutzen falls dies notwendig sei, um auf die Bestimmung einer Ware, insbesondere als Zubehör oder Ersatzteil hinzuweisen. Im Urteil heißt es: „Die Benutzung einer Ware durch einen Dritten, der nicht deren Inhaber ist, ist als Hinweis auf

die Bestimmung einer von diesem Dritten vertriebenen Ware notwendig, wenn eine solche Benutzung praktisch das einzige Mittel dafür darstellt, der Öffentlichkeit eine verständliche und vollständige Information über diese Bestimmung zu liefern“, erklärten die Richter. Es dürfe jedoch nicht der Eindruck entstehen, dass es eine Handelsbeziehung zwischen dem Dritten und dem Markeninhaber gäbe. Ebenso wenig dürfe der Hersteller des Zubehörs die andere Marke ausnutzen, ihren Wert herabsetzen oder die Marke imitieren, deren Inhaber er nicht sei. Über die Frage, ob der finnische Hersteller von Nassrasierern den Markennamen „Gillette“ rechtmäßig verwendet hat, müssen die finnischen Gerichte nun erneut entscheiden.

Quelle:
www.markenbusiness.de

„Q“ wie Querelen

Nissan verklagt Audi im Streit um einen Buchstaben.

In Amerika hat das zehntletzte Zeichen des Alphabets den japanischen Automobilhersteller gegen seinen deutschen Konkurrenten aufgebracht. Nachdem Audi vor kurzem angekündigt hatte, im kommenden Jahr einen Geländewagen unter dem Namen „Q7“ auf den Markt zu bringen, reichte die Nissan North America Inc. bei einem Bezirksgericht im US-Bundesstaat Michigan gegen die Audi of America Inc. Klage ein. Der japanische Autobauer benutzt den strittigen Buchstaben seit 1989 für seine Luxusmarke „Infiniti“ und vertreibt Modelle mit Namen wie „Q45“,

„QX56“ und „QX4“. Da Nissan befürchtet, Audis Verwendung des Buchstaben „Q“ werde bei Kunden für Verwechslungsgefahr sorgen, ging das Unternehmen vor Gericht. „Wir besitzen bereits das Markenrecht für den Buchstaben Q durch Langzeitverwendung“, erklärte Infiniti-Sprecher Bill Garlin in einem Bericht der Detroit Free Press. Audi wollte den Fall mit Hinweis auf die Prüfung der Klage vorerst nicht kommentieren. Präsentiert werden soll der Luxus-Geländewagen namens „Q7“ auf der Internationalen Automobil-Ausstellung (IAA) im September.

Quelle:
www.markenbusiness.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Unter Hinweis auf § 5 III Markengesetz nehme ich für meinen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Congo Square

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Tonträger aller Formate, Bildtonträger, Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online und Offline Dienste), Film, Hörfunk, Fernsehen sowie Merchandising und Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwalt Ulrich Schulze-Rosbach,
Blissestraße 63, 10713 Berlin**

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

auto-”Stadt”/”Region” autoland-”Stadt”/”Region” immobilia-”Stadt”/”Region” “Stadt”/”Region”-Aktuell

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

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

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

Krabat Zauberer der Oberlausitz Auf Krabat's Spuren

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

**Brigitte Giebel,
Karl-Marx-Straße 32,
02977 Hoyerswerda / OT Knappenrode**

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

Wander Journal walker let's go! wanda hotels for nature

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Master of Masters Media,
Master of Masters Event Marketing GmbH,
Lerchesbergring 50, 60598 Frankfurt am Main**

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

Bundes-Promi-Spiele

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, elektronische 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.

**BRAINPOOL TV GmbH,
Schanzenstraße 22, 51063 Köln**

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

Die große Landliebe Bauer sucht Bäuerin

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**

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:

Diät-tv Diaet-tv Diät-Fernsehen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Karl-Heinz R. Fürst von Sayn-Wittgenstein,
c/o RA Lamsfuß,
Hedwigstraße 3, 80636 München**

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

InterAction Movie

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

**itvLAB - Reza Bahar,
Wilhelm-Bader-Straße 14, 71636 Ludwigsburg**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir im Auftrag unserer Mandantin für Druckerzeugnisse, insbesondere Publikationen im Printbereich sowie für Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien (einschließlich CD-ROM, Online Medien und Internet), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP) sowie Softwareerzeugnisse Titelschutz in Anspruch für:

TV 40

in allen Schreibweisen, in allen Abwandlungen, Titelkombinationen und Darstellungsformen.

**Riebe Villwock & Partner, Rechtsanwälte,
Metzstraße 14, 81667 München**

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

100 % weiblich - die Hits der Frauen

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen, Schriftarten, Kombinationen, Abkürzungen mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Film, Hörfunk, Fernsehen sowie sonstige elektronische Medien, insbesondere auch Online-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie öffentliche Veranstaltungen.

**GoldStar GmbH & Co. KG,
Reichenbachstraße 1, 85737 Ismaning**

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

Großeltern

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Schriftart, graphischen Gestaltung, Abwandlung, Abkürzung, Wortverbindung, Titelkombination als Einzel- und Reihentitel für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, sowie Offline- und Online-Dienste, Hörfunk- und Fernsehsendungen, audiovisuelle Medien und Multimedia Anwendungen sowie Merchandising.

**Proprium Strategie,
Agentur für Kundenorientierung, Peter Merbach,
Rieselfeldallee 30, 79111 Freiburg**

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

KlassikTage

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, als Einzel- und Reihentitel für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische, audiovisuelle und digitale Medien sowie Offline- und Onlinedienste, Hörfunk- und Fernsehsendungen sowie für öffentliche Veranstaltungen und Merchandising jeglicher Art.

**RAe Schiessl, Schrank & Partner G.b.R.,
Kurfürstendamm 56, 10707 Berlin**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

**Technikfasziniert
Technik fasziniert
TechnikFasziniert
Technik Fasziniert**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**RunKom, Kommunikation & Management,
Lindenstraße 122, 41844 Wegberg**

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

POLO YARDS

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen, Schriftarten für Druckereierzeugnisse, Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk, Film, Fernsehen, elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Off-line-Dienste).

**Rechtsanwalt Christoph Curvers,
Normannenweg 16-20, 20537 Hamburg**

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

**Volleyball kompakt
Beachvolleyball kompakt
Leichtathletik kompakt
Der Weg nach Turin -
das Olympiamagazin
Der Weg nach Peking -
das Olympiamagazin
Bolzen - das Fußballmagazin**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Schmidt Media GmbH,
Kiliansweg 30, 55283 Nierstein**

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

**OFFENBARUNG 23 -
Die Wahrheit ist unsterblich
Offenbarung 23**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere für periodisch erscheinende Magazine, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Buchbindeartikel und sonstige Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke on- und offline, digitale Datenträger, Spielfilme, Hörfunk- und Fernsehsendungen, Tonträger jeder Art und Merchandising in jeder Form.

**Verlagsgruppe Lübbe GmbH & Co. KG,
Scheidtbachstraße 23-31, 51469 Bergisch Gladbach**

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

**Das Deutsche Vertriebs -
Branchenbuch
Deutsches Vertriebsbranchenbuch
Vertriebsbranchenbuch
für Deutschland
Das Network Marketing
Branchenbuch
Branchenbuch für Networker
Beruf Network Marketing
Berufsbild Network Marketing**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**ECONOMI Verlag GbR,
Aquinostraße 1, 50670 Köln**

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

**Ganzheitliche Veterinärmedizin
Ganzheitliche Tierheilkunde
Ganzheitliche Veterinärpraxis
Regulationsmedizinische Praxis**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten und -größen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen 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.

**Gesellschaft für Ganzheitliche Tiermedizin e.V.,
Rudolf-Diesel-Straße 17, 74182 Obersulm-Willsbach**

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:

Wir sind das Volk - Musical von Gerhard Grün und Guido Kaufmann

In allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen und Wortverbindungen für alle Medien, Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offlinedienste) sowie in allen Kombinationen für Video-, Bild-, und/oder Tonträger aller Art.

**Guido Kaufmann,
Goethestraße 24, 56751 Polch**

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

Worldrecords - Die Show der Weltrekorde Die Show der Weltrekorde

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:

Muss ich das wissen? Überflüssiges Wissen Nutzloses Wissen Nutzloses Wissen - die Top 50 Unnützes Wissen Unnützes Wissen - Kompakt Unnützes Wissen - die Show Unnützes Wissen - die Top 50 Sammelsurium des unnützen Wissens Die Hitparade des unnützen Wissens Das Unnützeste Wissen der Welt

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**GRUNDY Light Entertainment GmbH,
Hans-Böckler-Straße 163, 50354 Hürth**

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

Vom Urknall zum Leben Wer gewinnt? Spielerisch zu einem besseren Gedächtnis Auf den Spuren der Natur Gesund oder ungesund - Die Wahrheit über alles, was schadet, und alles, was nutzt Heimwerken-bauen-renovieren - Das große Praxis-Handbuch von A bis Z Geschichten aus der Geschichte Pflanzen für ein schönes Zuhause - Auswahl, Pflege und Gestaltung Berlin - Unsere Hauptstadt einst und heute 500 Pflegeleichte Pflanzen für Ihren Traumgarten Wunderbare Natur 1000 Fragen an die Wissenschaft

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**

5. April 2005

Woche 14

Nr. 715

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:

Oldenburger Zeitung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Nordwest-Wochenzeitungen GmbH & Co. KG,
Peterstraße 28-34, 26121 Oldenburg**

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

Fundraising professionell

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Bergmoser + Höller Agentur,
Karl-Friedrich-Straße 68, 52072 Aachen**

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

BILD - klare Worte

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

**O.SKAR Verlag GmbH,
Frundsbergstraße 23, 80634 München**

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

Europe's Fastest Drummer Contest

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen für Ton-, Daten-, Bildträger, für periodische Druckschriften und/oder andere Publikationen, sowie für alle sonstigen Medien, Werbung, Promotion, Merchandising und Veranstaltungen.

**RA Schmid-Loiper,
Waldstraße 4, 82194 Gröbenzell**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir für einen Klienten Titelschutz in Anspruch für folgende Titel:

Pareto-Reihe Pareto-Reihe Radiologie

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Wortfolgen, Satzstellungen und allen Zusätzen (Kombinationen mit Zusätzen und Untertiteln) für sinnvolle Titel als Einzel- und Reihentitel für alle Medienformen, insbesondere Druckereierzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger, insbesondere auch CD-Rom, DVD und CD-I, elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

**Rechtsanwälte Kees Hehl Heckmann,
Gerokstraße 13 B, 70184 Stuttgart**

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

Die Pathologin - Patientin 03/2005 Big City Fever MEN, WOMEN AND DOGS JAKE 2.0

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**

Rund 40.000 Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter:

www.titelschutzanzeiger.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Usinger Land Extra

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse und Onlinemedien.

**White & Case LLP.,
Bockenheimer Landstraße 20, 60323 Frankfurt**

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

Küchenfantasie Küchenfantasie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**DRW-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG,
Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen**

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

Hol Dir Dein Herz zurück!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Angelika King, Diplom Psychologin,
Hörn 10, 24631 Langwedel**

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.



+ 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



Erfolgsstrategie Schwarm-Intelligenz
„Schwarm-Intelligenz“ steht für gemeinsame, konsensbasierte Entscheidungsfindung. Individualisten flüchten aus der Masse, die ihre eigene Intelligenz reduziert. Aber sie bleiben nicht allein. Sie suchen Nähe über interaktive und mobile Medien. Geborgenheit bietet der intelligente Schwarm.

Was passiert in der Gesellschaft?

Smart Mobs sind spontane Mehrheiten von Bürgern. Sie organisieren sich über Internet und Handy. Diese kooperativen Individualisten fokussieren sich auf ein Thema und bilden die smarte Mehrheit.

Wie verändert sich die Wirtschaft?

Blogging ist die digitale Mund-zu-Mund-Propaganda. Blogs gewinnen im Marketing an Bedeutung. Der Dialog der digitalen „Graswurzel-Konsumenten“ definiert den Erfolg der Märkte.

Wo entsteht neues Wissen?

Wikis sind die Autoren des Online-Lexikons Wikipedia. Sie arbeiten ohne Honorar. Das virtuelle Nachschlagewerk gibt es in 190 Sprachen. Jetzt startet Wikinews. Bürger werden Journalisten.

Wer erprobt die neuen Spielregeln?

Massively Multiplayer Online Games wie „Dark and Light“ sind Internet-Rollenspiele für Hunderttausende. Videospiele werden zum sozialen Laboratorium der Medien-Communities.

Warum totale Kundenorientierung?

Linking, das Verknüpfen von Suchenden und Anbietern im Internet, revolutioniert die Werbung. Keywords sind die neuen Claims. Das Business sollte googeln lernen.

Keynote-Speaker:

Howard Rheingold,

Autor von „Smart Mobs: The Next Social Revolution“

Referenten:

Prof. Dr. Norbert Bolz,
Medienphilosoph, TU Berlin

Dr. David Bosshart,
Direktor des Gottlieb Duttweiler Instituts, GDI, Zürich

Anastasia Goodstein,
Gründerin von Ypulse.com, San Francisco, USA

Laurent P. Paret,
Gründer „Dark and Light“, Reunion Island, Frankreich

Jimmy Wales,
Gründer „Wikipedia“, Petersburg, USA

Prof. Peter Wippermann,
Gründer Trendbüro, Universität Duisburg/Essen

Frühbucherrabatt bis 15. April

Trendbüro – Beratungsunternehmen für gesellschaftlichen Wandel GmbH
Hohe Brücke 1, 20459 Hamburg
k.bulla@trendbuero.de

2. JUNI 2005_HAMBURG_ZEHNTER DEUTSCHER

TRENDTAG

SCHWARM-INTELLIGENZ

DIE MACHT DER SMARTEN MEHRHEIT

WWW.TRENDBUERO.DE | TELEFON 040-36 97 78-65

SPIEGEL
ONLINE

new
business

GERMANY
B
B
D
O

GDI

markenartikel

RAMSAUER & GUILLOT
referenten.de

TREND[®]
BÜRO