

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“Frauenhelden auf dem Holzweg”: 52 neue Titel geschützt

Schön, das dem Thema Fußball und “Wir werden Weltmeister” auch noch andere Aspekte abgerungen werden können. Die Mandanten der Kanzlei Sasse & Partner setzen mit “kick and cook” ganz neue Akzente. Auch SAT.1 verläßt den grünen Rasen. Hier “lauert der Tod im OP”. Gut, das es neben dem “Mörder in Weiß” auch noch “die Gesundheitsredaktion” gibt. Schließlich sollte auch eine “Golf Infection” nicht auf die leichte Schulter genommen werden. Alle 52 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

Neuzugang für Damm & Mann

Der Wettbewerbs- und Kartellrechtler Dr. Thomas Brach (38) ist ab Juli bei der Hamburger Medienrechtskanzlei Damm & Mann zu finden.

Brach war seit 1999 im Hamburger Büro der Sozietät Heuking Kühn Lüer Wojtek tätig, wo er sich auf die Deregulierung monopolisierter Märkte spezialisiert hat. Auf dem Gebiet der Postliberalisierung vertrat er zuletzt erfolgreich einige Wettbewerber der Deutschen Post AG im Verfahren um die Gewährung von Rabatten beim Bundeskartellamt. Da sich auf dem liberali-

sierten Postmarkt auch die deutschen Verlage zunehmend engagieren, ist Dr. Brach für die auf Presse- und Wettbewerbsrecht spezialisierte Sozietät Damm & Mann eine echte Bereicherung.

“Wir sehen im Bereich der Postliberalisierung einen klaren Beratungsbedarf bei unseren Mandanten und freuen uns, dass mit Herrn Kollegen Dr. Brach einer der wenigen Spezialisten in diesem Markt zu uns stößt,” kommentiert Namenspartner Dr. Roger Mann den Neuzugang.

Näheres unter:
www.damm-mann.de

Neuer Geschäftsführer für die VG Media

Prof. Dr. Hans-Henning Arnold (58) wurde Anfang Juni zum Geschäftsführer der VG Media in Berlin berufen. Weiterer Geschäftsführer ist Markus Runde, der zudem Bereichsleiter Regulatory Affairs der ProSiebenSat.1 Media AG ist.

Die VG Media beschäftigt sich, seit ihrer Zulassung durch das Patent- und Markenamt 1997, mit der treuhänderischen Wahrnehmung von Rechten und Ansprüchen, die sich aus dem Urheberrechtsgesetz für Medienunternehmen ergeben und der Verteilung der erzielten Einnahmen an die

Berechtigten. Die Verwertungsgesellschaft, ein Gemeinschaftsunternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG und der RTL Television GmbH, vertritt 29 private Fernseh- und 52 private Hörfunksender. Mit Professor Arnold beruft die VG Media einen versierten Medienrechtler in die Geschäftsführung. Arnold blickt auf eine über 25-jährige Lehrtätigkeit an verschiedenen Universitäten und Hochschulen in Nordrhein-Westfalen zurück. Seit 1992 war er bei RTL tätig, zuletzt als Verantwortlicher für Medienrecht.

Näheres unter: vgmedia.de

IPRGuard

+ Markenpiraterie + Domaingrabbing + Verunglimpfungen + Raubkopien +

Überwachen Sie
systematisch die
Benutzung Ihrer
Rechte?

- IPRGuard stellt die tatsächliche Benutzung von Namen, Slogans, Texten und Logos fest;
- IPRGuard überwacht weltweit Domainnamen mit Konnektierungs-, Inhaber- und Serverstandort-Informationen.

Informationen unter: www.iprguard.de, E-Mail: info@iprguard.de, Tel. 04131-225 600-0
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter www.researcher24.de

28. Juni 2005
Woche 26
Nr. 727

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 52 Titel

1x1 der Wandbekleidung	F ranchreich erleben	P hänomen plötzlicher Kindstod endlich erkannt
b elletristik. DIE LITERATURZEITSCHRIFT BERLINER STUDENTEN Berufsbildungsmessen Bet for Success	G olf Infection Gute Nachtzuggeschichten	Pocket Mini
C ommercial Lounge Consumer Publishing House	H ammerexamen	S aar Tiere Sat.1 am Mittag Sat.1 Sommernacht Comedy
D as 1x1 der Tapete Das große 1x1 der Tapete Das Tapetenbuch der millionenfän Der Millionenfan der millionenfän Der Millionen-Fan Deutsche Obstwerbung Die charmanten Vier - Frauenhelden auf dem Holzweg Die Gesundheitsredaktion Die Schulküche Dresdner Stadtbuch	I NVESTIV - MAGAZIN FÜR GELDWERTE ANLAGEN	Schadenverhütung bei Fahrzeugflotten Schulverpflegung Sonnentor auf dem Teufelsberg
E AT SMART Engelskinder	K abel eins - Europa Quiz kick and cook König	T apeten im Trend
	L ebensstil in NRW LegendAir Leuchtfener der Berge	V ogel und schmerz - freie presse
	M ein Engelskind Meisterwerke Mörder in Weiß - Der Tod lauert im OP Motor MV	W as dem Körper gut tut Wir werden Weltmeister! Wirtschaftstreff Bayern wirwerdenweltmeister.de Wir-werden-Weltmeister.de
	N achtzuggeschichten	Z encha

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 728 erscheint am 05.07.2005 **Anzeigenschluss:** 01.07.2005, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 729 erscheint am 12.07.2005 **Anzeigenschluss:** 08.07.2005, 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

Ruhe für den Ampelmann

Klein war der Mann, laut war der Streit. Nun ist der Streit vorbei und der kleine Mann - medial aufgepumpt - ein ganzes Stück größer. Die Rede ist vom ostdeutschen Ampelmann. Keine Zeitung, kein Fernseh- oder Radiosender, der in den letzten Wochen nicht über den Streit um die Kultfigur berichtet hätte. Der Designer und Firmengründer Markus Heckhausen, der den Ampelmann schon seit Jahren erfolgreich vermarktet, hatte gegen den in Zwickau niedergelassenen Verkehrs-Technik-Unternehmer Joachim Roßberg geklagt, dem mehrere Ampelmann-Marken gehören. Heckhausen hatte Roßberg vorgeworfen, von diesen keinen Gebrauch zu machen und deshalb keine Rechte mehr zu besitzen. Zu einem Urteilspruch kam es in dem Streit allerdings nicht, da Heckhausen

und Roßberg zu einer außergerichtlichen Übereinkunft fanden. Man habe sich darauf geeinigt bestimmte Warengruppen auszutauschen, die dann von beiden Firmen produziert und vertrieben werden dürften. So kann Heckhausen den Ampelmann in Zukunft nahezu komplett vermarkten. Roßberg wurden im Gegenzug mehr Rechte an der jüngeren Ampelfrau zugesprochen, die bisher in Berlin vermarktet wurde. Dadurch kann der Verkehrstechnik-Unternehmer die Figur auch für den Verkauf von Spielwaren und Sportartikeln verwenden. Ebenfalls darf Roßberg die Produktion seines Ampelmann-Schnaps mit dem entsprechenden Logo fortsetzen. Weitere Details werden die Anwälte klären.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Jahresbericht des DPMA:

75 % aller Markenmeldungen innerhalb von 6 Monaten entschieden.

Wen wundert: Die Berichterstattung über Marken nimmt nach Patenten den größten Raum in dem Jahresbericht 2004 des Deutschen Patent- und Markenamts (DPMA) ein. Als Erfolg verbucht das Amt, dass „im Jahr 2004 bereits ca.75% aller Anmeldungen innerhalb von 6 Monaten entschieden wurden.“

Berichtet wird zudem, dass jetzt ein Handbuch für den Markenprüfer eingesetzt wird, was eine Vereinheitlichung bei den Anmelde- und Prüfverfahren erwarten lässt. Der simple Trick, vor dem Hintergrund der Prüfungszuständigkeit

nach Leitklassen einfach mal anzumelden, weil es ja nur 300 Euro kostet, könnte dadurch überholt sein. Was unter einer Leitklasse nicht angemeldet werden konnte, hatte unter einer anderen Leitklasse bisher gelegentlich Erfolg. Ein wesentliches Markenereignis im Jahr 2004 mit der Folge, dass nunmehr eine Reihe von Mindeststandards für Markenmeldungen und -eintragungen gelten, war der Beitritt Deutschlands zum TLT-Vertrag (Trademark Law Treaty, Fundstelle: <http://www.wipo.int>). „Vor allem das Erfordernis, die Waren und Dienstleistungsverzeichnisse in gruppierter Form, d.h. in einer nach Klassen geordneten Aufstellung, einzureichen, hat sich ...

ausgewirkt“, heißt es in dem Bericht. Eine inhaltliche Auseinandersetzung mit Marken enthält das Schriftstück zu besonderen Markenformen, wie abstrakten Farbmarken, Tastmarken, Hörmarken, Hologrammen und Bewegungsmarken. Aus der Rechtsprechung und Rechtsentwicklung hebt das Markenamt neben Ausführungen zu den Farbmarken und dem Hinweis auf das neue Eintragungshindernis der bösgläubigen Markenmeldung (§ 8 Abs.2 Nr.10 MarkenG) vor allem Fähigkeit der GbR (Gesellschaft bürgerlichen Rechts) als Markenmelderin oder -inhaberin aufzutreten sowie die EuGH-Urteile „biomild“ und „postkantoor“ hervor, die allgemein für die Schutzfähigkeit von Mehrwortzeichen eine Abkehr von der liberalen Eintragungspraxis angesehen würden. „... die bloße Aneinanderreihung von beschreibenden Bestandteilen (kann) ohne eine ungewöhnliche Änderung, insbesondere syntaktischer oder semantischer Art, eine Schutzfähigkeit nicht begründen...“. Auf internationa-

ler Ebene ist vor allem der EU-Beitritt zum Protokoll zum Madrider Abkommen (PMMA) interessant. Nunmehr kann ein Inhaber oder Anmelder einer Gemeinschaftsmarke seinen Markenschutz mit nur einem Antrag unter wesentlicher Kosten- und Zeitersparnis auf alle 66 Mitgliedsstaaten (zur Liste aller Mitgliedsstaaten des MMA und des PMMA: www.wipo.int/treaties/en/documents/word/g-mdrd-m.doc) ausdehnen. Zudem brachte die EU-Osterweiterung im Mai 2005 eine kostenneutrale Schutzrechtserstreckung auf die zehn neuen Mitgliedsstaaten (Estland, Lettland, Litauen, Malta, Polen, Slowakei, Slowenien, Tschechische Republik, Ungarn, Zypern).

Unter dem Stichwort „neues DV-System Marken“ teilt das Amt mit, dass „Projektanbahnung und ein Probebetrieb bereits ab Sommer 2005 geplant sind; im Juni 2006 soll der Startschuss für das neue DV-System Marken fallen.“

Quelle:
www.markenbusiness.de

Iran: US-Brands setzen sich auch ohne nationale Marke durch

Amerikanische Markeninhaber werden im Kampf um ihre Rechte im Iran nicht behindert und können sich durchsetzen. Das berichtet das Online-Portal fool.com unter Berufung auf eine Veröffentlichung der INTA (Voice of the International Trademark Association). Zwei in jüngster Vergangenheit im Iran geführte Rechtsstreits hätten das deutlich gemacht. Der eine betraf den Konzern Proc-

ter&Gamble, dessen Marke „Pringle“ von einem Iraner nachgeahmt wurde. Obwohl das weltweit tätige US-Unternehmen sein Kennzeichen im Iran nicht geschützt hat, konnte es den Markeneintrag erfolgreich anfechten. In einem zweiten Fall war Time Warner mit Erfolg gegen den Inhaber der Marke „Tweety Bird“ vorgegangen.

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 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Deutsche Obstwerbung

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 Titelschutz in Anspruch für:

vogel und schmerz - freie presse

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Andreas Gößling,
Hollensiek 43, 33619 Bielefeld**

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

Schadenverhütung bei Fahrzeugflotten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Allianz Versicherungs-AG, Hauptverwaltung,
Königinstraße 28, 80802 München**

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

INVESTIV - MAGAZIN FÜR GELDWERTE ANLAGEN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Lothar Meier-Delius,
Am Dammsteg 71, 40591 Düsseldorf**

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

Die Gesundheitsredaktion

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Titelkombination für Hörfunk- und Fernsehsendungen, audiovisuelle und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen, Merchandising sowie Druckerzeugnisse.

**RAe Dr. Klassen & Partner,
Thomas-Mann-Straße 58, 53111 Bonn**

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

Kabel eins - Europa Quiz

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:

Sat.1 Sommernacht Comedy Die charmanten Vier - Frauenhelden auf dem Holzweg Mörder in Weiß - Der Tod lauert im OP Sat.1 am Mittag

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 Titelschutz in Anspruch für:

Pocket Mini

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Kombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Bild-, Ton-, Bildton- und Datenträger, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off-Line und Online Diensten und sonstige Online-Medien, Netzwerke, insbesondere das Internet sowie alle Arten von Domain-Bezeichnungen in Intra- und Internet und Merchandising.

**TIGERPRESS Verlag GmbH,
Lange Reihe 13, 20099 Hamburg**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Wirtschaftstreff Bayern

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Preu Bohlig & Partner,
Leopoldstraße 11a, 80802 München**

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

Frankreich erleben

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Printmedien und Online-Medien.

**Globus Medien GmbH,
Unnastraße 4, 20253 Hamburg**

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

Lebensstil in NRW

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Klaus Hinz,
Isolde-Kurz-Straße 149/76, 48161 Nienberge**

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

Berufsbildungsmessen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**AUBI-plus GmbH,
Kalte Welle 3, 32609 Hüllhorst**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich Titelschutz in Anspruch für eine Druckschrift (Zeitschrift) mit dem unten genannten Titel

belletristik. DIE LITERATURZEITSCHRIFT BERLINER STUDENTEN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Johannes Christoph Schwöbel-Frank,
Rathausstraße 17, 10178 Berlin**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich Titelschutz in Anspruch für folgenden Event- und Veranstaltungstitel:

Sonnentor auf dem Teufelsberg -„Sonnentor“ auf dem Potsdamer Platz -„Sonnentor“ vor dem Bundeskanzleramt -„Sonnentor“ vor dem Brandenburger Tor

mit allen Ortsbezeichnungen und in allen Schreibweisen, Versalien, kleingedruckt, unterstrichen.

**Rotraud von der Heide (© Schwarze Schokolade),
Danckelmannstr. 55, 14509 Berlin**

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

Die Schulküche Schulverpflegung

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.

**Patentanwälte Dr. Müller + Partner,
Mühlstraße 9a, 65597 Hünfelden-Dauborn**

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

Engelskinder Mein Engelskind Nachtzuggeschichten Gute Nachtzuggeschichten

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Fernsehen (Fernsehserie, Fernsehfilm, Fernsehspiel, Formate), Kinofilm, Bücher und alle anderen Printmedien.

**Rechtsanwältin Sabine Nagel,
Wundtstraße 62, 14057 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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Phänomen plötzlicher Kindstod endlich erkannt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Wolfgang Rietig,
Bergstraße 11, 87719 Mindelau**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehme ich Titelschutz für Druckerzeugnisse in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen in Anspruch für:

Saar Tiere

**Günther Wettlaufer,
Lilienthalstraße 39, 66117 Saarbrücken**

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

Meisterwerke

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

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

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

Was dem Körper gut tut

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Printmedien, insbesondere Serien- und Einzelbandtitel sowie Bild-, Ton- und Datenträger.

**Rechtsanwalt Joachim Fauth,
Wilhelm-Blos-Straße 62, 70191 Stuttgart**

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

Dresdner Stadtbuch

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On-Line und Off-Line).

**Kiermeier Haselier Grosse
Rechtsanwälte Steuerberater Partnerschaft,
Glacisstraße 6, 01099 Dresden**

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

kick and cook

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

**Sasse & Partner,
Eppendorfer Weg 93a, 20259 Hamburg**

Unter Hinweis auf §§ 5 Abs. 3, 15 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Der Millionen-Fan Der Millionenfan der millionenfän der millionenfän

In allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen für Druckereierzeugnisse aller Art.

**Harmsen & Utescher Rechts- und Patentanwälte,
Alter Wall 55, 20457 Hamburg**

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

Das Tapetenbuch Das 1x1 der Tapete Das große 1x1 der Tapete 1x1 der Wandbekleidung Tapeten im Trend

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Wolfgang Raith,
Berblingerstraße 14, 71254 Ditzingen**

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:

Golf Infection Commercial Lounge

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusätzen, in Kombinationen zur Verwendung in allen Medien sowie der sonstigen gewerblichen oder nicht gewerblichen Verwertung einschließlich Merchandising.

**Strachwitz&Gerhard optimierte Werbung GmbH,
Stralauer Allee 2a, 10245 Berlin**

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

Motor MV

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

**Rechtsanwälte Dr. Gitzinger & Partner,
Großer Markt 8, 66740 Saarlouis**

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

König

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).

**WILDE.Rechtsanwälte, RA Steffen Wilde,
Kaiser-Wilhelm-Ring 22, 50672 Köln**

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

LegendAir

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 nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Wir werden Weltmeister! Wir-werden-Weltmeister.de wirwerdenweltmeister.de

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titeln, auch in der Singular- und Pluralfassung, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen, in allen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträgern, Datenträgern, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Offline- und Onlinedienste/-Medien/-Produkte, insbesondere Internet sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Merchandising- und Druckereierzeugnisse sowie Bücher, Literatur, einschließlich Zeitschriften, Newsletter und andere Printmedien und Publikationen sowie Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**RAe. Burgesmeir & Rabe,
Bismarckstraße 29, 41061 Mönchengladbach**

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

Bet for Success Consumer Publishing House

in allen Wort- und Zeichenverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton-, Bild- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien, sonstige Multi-Media-Anwendungen, sowie Softwareerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, sonstige CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet, sowie öffentliche Veranstaltungen.

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

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Leuchfeuer der Berge

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern und Bildtonträgern, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Services, CD-ROM, CD-I, DVD (Digital Versatile Disc / Digital Video Disc) und MD (Mini-Disc) und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Andresen Productions,
Am Hockenberg 5, 21218 Seevetal-Lindhorst**

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

Zencha

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bildträger, Filme, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste, CD-ROM, CDI, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**Peter Hallmann,
Schwanenwik 33, 22087 Hamburg**

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

Hammerexamen

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Wortfolgen, Satzstellungen und allen Zusätzen (Kombinationen mit Zusätzen und Untertiteln) für sinn-gemäße 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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

EAT SMART

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

**Rechtsanwalt Dipl.-Kfm. Wolfgang Naegele,
Ballindamm 35, 20095 Hamburg**

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. Anzeigenterwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung.