

mit DER
SOFTWARE
TITEL

12. Juli 2005

Woche 28

Nr. 729

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“Helden in Unterhose”: 85 neue Titel für die Medienfront

“Branding & Selling” ist die Devise. Die Firma Zapf Transporte macht es vor mit dem Titel: “die neue wohnung”. Auch n-tv setzt auf Service und schützt sich “bauen & wohnen- das immobilienmagazin”. ProSieben dagegen gibt “Vollgas - gebremst wird später”. Alle 85 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

Unzulässige Werbung: Schokohäschen und Nutella

SAT.1 muss seinen Zuschauern im Abendprogramm mit einer sogenannten “Beanstandungsveröffentlichung” einen Verstosses gegen des Schleichwerbeverbot bekannt geben. Das beschloss die Versammlung der Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz in ihrer Sitzung Ende Juni. Grund der Beanstandung war das im März diesen Jahres gesendete “Große Goldhasen Gewinnspiel”, das in Kooperation mit dem Süßwarenhersteller Lindt durchgeführt

wurde. Nach Ansicht der LMK ein deutlicher Verstoß gegen den Grundsatz der Trennung von Werbung und Programm.

Ähnlich erging es auch RTL II mit der Sendung “Nutella - die Geburtstagsshow” und der “kultigen Handyshow - O 2 can do”. Beide im Juni ausgestrahlt. Hier empfahl die Gemeinsame Stelle Programm, Werbung, Medienkompetenz (GSPWM) ein Ordnungswidrigkeitenverfahren einzuleiten.

Näheres unter: www.alm.de

Es darf mit der Presse gedroht werden

Nach Ansicht des Bundesgerichtshofs ist es grundsätzlich auch während eines Rechtsstreits erlaubt, mit der Veröffentlichung von Einzelheiten in der Presse zu drohen.

In der Auseinandersetzung ging es um die vorzeitige Beendigung eines Wartungsvertrages zwischen einer GmbH und einem Verein bzw. dessen Vorstand. Nach Ansicht des BGH sei die Persönlichkeit im geschäftlichen Bereich geringer geschützt, als im privaten. Ein Gewerbetreibender habe es grundsätzlich hinzunehmen,

dass sein Geschäftsgebaren auch in der Presse erörtert wird. Die Drohung mit der Information der Presse sei nicht rechtswidrig, wenn es dabei um wahrheitsgemäße Berichterstattung über eine die lokale Öffentlichkeit wesentlich berührende Frage gehe. So weit die Pressefreiheit (nach Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG) reicht, ist auch das Informieren der Presse durch die Meinungsäußerungsfreiheit des Informanten geschützt.

BGH, Urteil vom 19.04.2005, AZ.: X ZR 15/04



Gracklauer Titelrecherchen

Täglich ergänzte eigene Datenbanken in allen Medienbereichen

www.gracklauer.de

Titelrecherchen
Titelüberwachungen
Internet-Recherchen
Markenrecherchen

Thomson CompuMark
Tel + 32 3 220 72 11
Fax + 32 3 220 73 90
compu-mark.be@thomson.com

THOMSON
★

Diese Woche: 85 Titel

- | | | |
|---|---|--|
| A benteuer Glück | H EALTHCAMPUS | P riMama - Magazin für moderne Mütter |
| Anzeigen-Woche | Horoskop-Woche | Q uadQuest |
| Axcepta | Hundeelend | R eisekosten compact |
| B arock Leben | I ch bin ein Berliner | Reisekosten Vorerfassung |
| Besser Fernsehen | Ich lese gern | S chau Dich schlau! |
| blaupause | ICT in motion | Schwarz Rot Wild |
| Branding & Selling | Immo-Woche | Schwarzer September |
| C LINICAL RESEARCH IN CARDIOLOGY | Infovet | Sonnen-Horoskop |
| D as Urwaldmädchen | Inspectoren | Sonnen-Horoskop-Woche |
| Der Mann, den Frauen wollen | Inspectoren | Sternen-Woche |
| Deutschland entdecken | J obtest | Sternzeichen |
| Die Frau vom Checkpoint Charlie | K & K Philharmonie Budapest | Sternzeichen-Woche |
| Die große Musical Nacht | K & K Philharmoniker Budapest | Synchrovet |
| Die Heideklinik | L andshut Genießen | T empus vivit |
| Die Inspektoren | M ein 30-Minuten-Garten | THE COMPETENCE AGENCY |
| Die Inspektoren | Mein großer Wissensschatz | The Genius of Ray Charles |
| Die Kleinanzeige | Mein Hausfreund | THE SWING FACTORY |
| Die Münchner Partygänger | Mein Look - Die Beauty- | Tod eines Keilers |
| die neue Wohnung | Collection für zu Hause | U ND GANZ PLÖTZLICH IST ES LIEBE |
| Die Partygänger | n -tv Service: bauen & wohnen - | V OLLGAS - GEBREMST WIRD SPÄTER |
| E & E | das immobilienmagazin | w eiter |
| EDUCATIONTREND | Nudel-Weltmeister | Welt der Wunder - Schau Dich schlau! |
| EDUTREND | Nudel-Weltmeisterschaft | Wie man... TV |
| F ell und Feder | N UR DEIN HERZ KENNT DIE WAHRHEIT | Wie Mann... TV |
| Fit + aktiv | Nur wir werden Weltmeister! | Wir sind Köln |
| Fit und aktiv | o live lait | Wir werden wieder Weltmeister! |
| Fitaktiv | One Night of Ray Charles | Wissen Gesundheit |
| FPZ Konzept - Integrierte | P rima Mama ! Magazin für moderne Mütter | Wochenhoroskop |
| Funktionelle Rückenschmerztherapie - | PrimaMa - Magazin für moderne Mütter | Z ivile Jungs - Helden in Unterhose |
| Futschikato - Die Show mit dem Platsch | | |

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 730 erscheint am 19.07.2005 **Anzeigenschluss:** 15.07.2005, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 734 erscheint am 16.08.2005 **Anzeigenschluss:** 12.08.2005, 10 Uhr

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

www.new-business.de

Kein Monopol für den Namen „Post“

Die Deutsche Post wird in Zukunft nicht mehr das einzige Unternehmen sein, das den Namen „Post“ benutzen darf. Wie der Bundesverband der Kurier-Express-Post-Dienste (BDKEP) jetzt mitteilte, hat das Oberlandesgericht Köln entschieden, dass die Bezeichnung auch von anderen Unternehmen genutzt werden kann. Damit gaben die Richter der Berufungsklage des Briefdienstes Regional Post Recht. Er war von der Deutschen Post verklagt worden, die Inhaberin mehrerer „Post“-Marken ist.

„Der Markeneintrag „Post“ kann nicht soweit Geltung beanspruchen, dass die Benutzung zusammengesetzter Wort/Bild Marken wie in diesem Fall RegioPost und Regional Post von der Deutschen Post untersagt werden können“, heißt es in einer Pressemitteilung des BDKEP.

Aufgrund eines zwischenzeitlich ergangenen Urteils des Bundesgerichtshofs sei das Urteil rechtsverbindlich und habe Bedeutung für alle ähnlichen Verfahren, in denen die Post versuche, die Benutzung des beschreibenden Wortes „Post“ im Firmennamen eines Briefdienstes untersagen zu lassen.

Gegenüber der Nachrichtenagentur dpa bezeichnete ein Sprecher der Post die Äußerungen des BDKEP jedoch als irreführend. Es gäbe eine Wortmarkeneintragung „Post“, die in dem Urteilspruch noch nicht berücksichtigt worden sei. Auf der Basis dieser Entwicklung hätten Gerichte inzwischen auch anders entschieden. Er bestritt, dass in Zukunft jeder den Namen Post verwenden könne.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Streit um Fussball-Marken: WM-2006-Marken der FIFA gelöscht

Natürlich ist der Ball rund. Und natürlich sollte man Marken nur anmelden, wenn man sie benutzen möchte. Und markenrechtlich ganz selbstverständlich ist, dass beschreibende Begriffe, falls als Marke eingetragen, wieder gelöscht werden müssen. Die Fußball WM-Marken „WM 2006“, „Fußball WM 2006“, „Fußball WM Deutschland“ sowie „WM Deutschland 2006“, alle für den WM-Organisator FIFA eingetragen, wurden gelöscht. Und weil dass der FIFA nicht passt, wird am 20. Juli 2005 vor dem Bundespatentgericht (BPatG) über einige dieser Marken verhandelt.

So wie Marken in das Register eingetragen werden sollen, so muss – wenn es um Fußball geht

– das Runde eben in das Eckige. Doch manchmal zappelt der Ball im Netz und doch zählt der Treffer nicht. Abseits, Handspiel, Stürmerfoul heißen dann die Gründe, wenn das Stadion tobt. Doch der Schiedsrichter hat hier das letzte Wort. Genauso ist es bei Marken, der Eintrag allein ist keine Garantie für den Erfolg: Marken können wegen Bösgläubigkeit oder auch weil sie beschreibend und daher freihaltebedürftig sind wieder gelöscht werden. Doch anders als im Fußball gibt es hier mit dem BPatG eine Beschwerdeinstanz. Und manchmal, wenn die Rechtsbeschwerde zugelassen wird,

kommt sogar der Bundesgerichtshof ins Spiel. Durch die Beschwerde der WM-Organisatoren gibt es im Juli ein gerichtliches Hinspiel vor dem BPatG erst mal zu den Marken „WM 2006“ (Registernummern: 302 38 936 sowie 302 38 935) und „Fußball WM 2006“ (301 19 919). Die Marken „WM 2006“ (301 19 925), „Fußball WM Deutschland“ und „WM Deutschland 2006“, deren Löschung im Anschluss an die mündliche Verhandlung am 9. Juni 2005 verkündet wurde, sind noch nicht schriftlich begründet.

In den offiziellen Richtlinien der FIFA zum Gebrauch Ihrer Schutzrechte ist von den umstrittenen Marken wie „WM 2006“ jedoch keine Rede. Die Titelvariationen, die die FIFA durchsetzen möchte reichen von „FIFA WM 2006“ mit verschiedenen Kombinationen bis hin zu „FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Deutschland 2006“. Doch warum meldet die FIFA allgemeinere Begriffe als Marken an, wenn sie offiziell ohnehin immer nur mit dem Zusatz FIFA auftritt? Die Spekulationen reichen von Sperrmarken – damit wird durch die faktische Monopolisierung aufgrund des Markenrechts verhindert,

dass andere den Begriff gewerblich nutzen können – bis hin zu dem Statement des FIFA-Sprechers Andreas Herren. Er verweist vor allem auf das so genannte Ambush Marketing, bei dem Trittbrettfahrer bewusst Exklusivrechte umgehen: „Zum Schutze unserer eigenen Rechte und Produkte sowie der Exklusivrechte der Offiziellen Partner der FIFA, ist die FIFA teilweise vertraglich verpflichtet, angemessene Schritte zu unternehmen, um Missbräuche mit unseren Schutzrechten zu verhindern. Dieses Vorgehen entspricht den weltweit gebräuchlichen Standards bezüglich dem Schutz eingetragener Marken.“

Almut van Rissenbeck, Sprecherin bei dem Unternehmen Ferrero, das einen großen Teil der Löschanträge gestellt und selbst einige Marken mit Bezug zur Fußball WM 2006 angemeldet hat, erklärte dazu: „Nach unserer bisher in sämtlichen Verfahren bei dem Deutschen Patent- und Markenamt bestätigten Auffassung sind die von der FIFA zur Verteidigung ihrer Strategie eingetragenen Marken mit den markenrechtlichen Bestimmungen nicht vereinbar.“

Quelle: markenbusiness.de

Statt Gmail jetzt Googlemail

E-Mail-Adressen mit der Endung „gmail.com“ sind in Deutschland nicht mehr zu haben. Der Betreiber des Gmail-Services Google reagierte auf einen andauernden Rechtsstreit mit dem Inhaber der Marke „Gmail...und die Post geht richtig ab“. Nachdem Daniel Giersch im Mai vor dem Hamburger Landgericht eine einstweilige Verfügung gegen Google erwirkte und die Nutzung der Bezeichnung „gmail“

untersagen ließ, benannte der Suchmaschinenbetreiber seinen E-Mail-Service um. Aus Gmail wurde Googlemail. Mit dem Email-Vergabestop folgte nun der letzte Schritt, mit dem Google den Namen Gmail aus Deutschland verbannen will. Wer hierzulande bereits Inhaber einer bestehenden Adresse mit der Endung „gmail.com“ ist, ist von den Maßnahmen allerdings nicht betroffen.

Quelle: markenbusiness.de

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

die neue Wohnung

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

**Klaus E.H. Zapf Transporte GmbH,
Köpenickerstraße 14, 10997 Berlin**

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

THE SWING FACTORY

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste), insbesondere CD-ROM, DVD und vergleichbare Speichermedien der Gegenwart und Zukunft.

**Golf Hits GmbH,
Grafenweg 14, 84307 Eggenfelden**

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

n-tv Service: bauen & wohnen - das immobilienmagazin

für den Bereich Fernsehen, insbesondere TV-Formate und Rubriken von TV-Formaten, in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen und Wortverbindungen.

**Rechtsanwälte Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,
Dr. Alexander Freys,
Kurfürstendamm 220, 10719 Berlin**

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

Barock Leben

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

**Martin Wenzel,
Heimstraße 26, 01259 Dresden**

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

Besser Fernsehen Wie Mann... TV Wie man... TV

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 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Die Heideklinik Die Frau vom Checkpoint Charlie

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten, 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 Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**UFA-Fernsehproduktion GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam**

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:

One Night of Ray Charles

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Gastspiel- und Theaterdirektion Gerhartz GmbH,
Forstweg 24, 24105 Kiel**

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

blaupause

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Deutschsprachige SAP
Anwendergruppe e.V. (DSAG),
Altrottstraße 34a, 69190 Walldorf**

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

Futschikato - Die Show mit dem Platsch QuadQuest

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, graphischen Gestaltungen, Untertiteln und Zusammensetzungen in sämtlichen Medien einschließlich Print-Medien, Ton- und Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernsehen- und Videoproduktionen aller Art), Software, Off-Line und On-Line-Dienste, CD-ROM, CD-I, DVD und sonstige Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Veranstaltungen.

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

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz für den folgenden seit Jahren von uns geführten Titel in Anspruch:

Schwarzer September

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, 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.

**broadview.tv GmbH,
Ubierring 61a, 50678 Köln**

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

Axxepta Hundeelend Infovet Synchrovet

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen für alle Medien einschließlich Ton- sowie Ton-Bild-Träger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste und das Internet. Weiterhin für CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikation und UMTS, SMS, WAP sowie für Bücher, alle Printmedien, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen jeder Art.

**Rudolf Petrusch - Markenmakler,
Letteallee 11, 13409 Berlin**

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

Anzeigen-Woche Immo-Woche Sonnen-Horoskop Sonnen-Horoskop-Woche Sternen-Woche Sternzeichen Sternzeichen-Woche Wochenhoroskop Horoskop-Woche

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

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

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 eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für den Titel

ICT in motion

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

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

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Wissen Gesundheit

in allen Schreibweisen und grafischen Gestaltungsformen, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen und Abkürzungen für alle Medien, insbesondere Zeitschriften, Broschüren und sonstige Druckerzeugnisse, und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Online-Diensten sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien.

**Rechtsanwalt Michael Eberstein,
Kösterbergstraße 10, 22587 Hamburg**

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

EDUCATIONTREND EDUTREND HEALTHCAMPUS THE COMPETENCE AGENCY

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Darstellungsformen und mit allen Zusätzen für sämtliche Medien einschließlich digitaler Medien, Netzwerke und Online-Dienste sowie Software-Erzeugnisse, Dienstleistungen aller Art sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**BÜRO PETERS,
ABC-Straße 44, 20354 Hamburg**

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

Die Inspektoren Die Inspektoren Inspectoren Inspektoren

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.

**RÜBER Rechtsanwälte Steuerberater,
Konrad-Adenauer-Ufer 37, 50668 Köln**

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

Das Urwaldmädchen nach Motiven aus dem Leben von Louise C.A.C. Wochenauer Künstlername Sarah Porter

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen, Zusätzen und graphischen Gestaltungen aller Arten für alle Medien, einschließlich Printmedien und Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, sowie alle audiovisuellen, elektronischen und digitalen Medien, Bild-, Ton- und Datenträger und Netzwerke, einschließlich On-, Offline-Diensten und sonstigen Online-Medien, Software-Erzeugnisse, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen jeglicher Form.

**Louise Wochenauer,
Langenscheidtstraße 3, 10827 Berlin**

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

Wir sind Köln

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

**Center TV Heimatfernsehen
Köln/Düsseldorf GmbH,
Aachener Starße 1051, 50858 Köln**

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

FPZ Konzept - Integrierte Funktionelle Rückenschmerztherapie -

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwälte Wilde, Beuger & Ellmer,
Kaiser-Wilhelm-Ring 15, 50672 Köln**

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

Mein Hausfreund

in allen Schreibweisen für alle Medien.

**Buse Heberer Fromm Rechtsanwälte,
Harvestehuder Weg 23, 20149 Hamburg**

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

The Genius of Ray Charles

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Gastspiel- und Theaterdirektion Gerhartz GmbH,
Forstweg 24, 24105 Kiel**

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

Ich lese gern

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwaltskanzlei Nicola Bader,
Potsdamer Straße 19, 56075 Koblenz**

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

Branding & Selling

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Titelkombination für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimediaanwendungen (Online- und Offline-Dienste).

**Rechtsanwälte Weber & Sauberschwartz,
Königsallee 1, 40212 Düsseldorf**

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

Tempus vivit

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, Untertiteln für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse wie Bücher und Zeitschriften, einschließlich Multimedia (Online- und Offline-Dienste) und sonstige Online-Medien.

**Publicis KommunikationsAgentur GmbH, GWA,
Nägelsbachstraße 33, 91052 Erlangen**

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

E&E

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechende Untertitel, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Internet.

**HEISSE KURSAWE RAe Partnerschaft,
Maximiliansplatz 5, 80333 München**

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

Fell und Feder Schwarz Rot Wild

in allen Schreibweisen, Abkürzungen, Schriftarten, Darstellungsformen und Abwandlungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien, audiovisuelle, elektronische oder digitale Medien, einschließlich Online-Dienste und Offline-Dienste und sonstige Online-Medien, Internet, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film, Hörfunk, Fernsehen sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**KJSMedia - Filmproduktion,
Löhnfeld 26, 21423 Winsen/Luhe**

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:

Nudel-Weltmeisterschaft Nudel-Weltmeister

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Fernsehen, Film, Radio, Kino und allen elektronischen Medien.

**Victory Medienservice,
Frankenweg 5, 74585 Rot am See**

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

Abenteuer Glück

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 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Schau Dich schlau! Welt der Wunder - Schau Dich schlau!

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen für alle Medien, insbesondere Bücher und Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien, einschließlich Multimedia Anwendungen (Offline- und Online-Dienste), Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form.

**Rechts- und Patentanwälte
KLINGER & KOLLEGEN,
Bavariaring 20, 80336 München**

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

VOLLGAS - GEBREMST WIRD SPÄTER Der Mann, den Frauen wollen Zivile Jungs - Helden in Unterhose

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

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

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

olive lait

für alle Medien, insbesondere Bücher, Zeitschriften und andere Printmedien und Publikationen, Hörfunk, Fernsehen, Video, Film, Telekommunikation (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Bild-, Ton-, Bildton- 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, Internet-Domains, Software-Erzeugnisse, Konzert-, Festival-, Musik-, Musical- und andere Veranstaltungen, Bühnenshows, Merchandising- und Druckereierzeugnisse in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, insbesondere auch die mit einem Bindestrich versehene und/oder in einem Wort geschriebene und/oder Groß- und Kleinschreibungen, Kombinationen, Schriftarten und Wortverbindungen.

**Zimmermann & Decker Rechtsanwälte,
Jakobikirchhof 8, 20095 Hamburg**

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

UND GANZ PLÖTZLICH IST ES LIEBE NUR DEIN HERZ KENNT DIE WAHRHEIT

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

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

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine wöchentliches Jugendmagazin (Printprodukt/Online) Titelschutz in Anspruch für:

weiter

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen

**Raufeld Medien GmbH,
Mehringdamm 57, 10961 Berlin**

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

CLINICAL RESEARCH IN CARDIOLOGY

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**LOVELLS RECHTSANWÄLTE,
Kennedydamm 17, 40476 Düsseldorf**

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

Mein Look - Die Beauty-Collection für zu Hause

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Druckschriften.

**Beil Staehe Wagner & Milde,
Tengstraße 27, 80798 München**

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

Fit + aktiv Fit und aktiv Fitaktiv

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Epikura-Verlag Joachim Hutt e.K.,
Rothenbaumchaussee 227, 20149 Hamburg**

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

Tod eines Keilers

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:

K & K Philharmonie Budapest K & K Philharmoniker Budapest Die große Musical Nacht

in jeder Schreibweise, Darstellungsform und Wortverbindung für Printmedien, elektronische und digitale Medien sowie Online-Dienste.

**Labor 2 - Designagentur,
Fritz-Weigl-Straße 10, 93444 Kötzing**

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

Die Kleinanzeige Jobtest Deutschland entdecken

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**

Gemäß § 5 III MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Reisekosten compact Reisekosten Vorerfassung

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen für Computerprogramme, Handbücher, Druckereierzeugnisse, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, CD-ROM, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Medien.

**MCT micro computer team, Gesellschaft zur
Entwicklung von EDV Systemen mbH,
Nagelsweg 41-45, 20097 Hamburg**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Die Partygänger Die Münchner Partygänger

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Johannes Späth,
Mannhardtstraße 6, 80538 München**

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

Landshut Genießen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**VOSSIUS & PARTNER
Patentanwälte · Rechtsanwälte,
Siebertstraße 4, 81675 München**

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

Ich bin ein Berliner

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, 15 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Mein 30-Minuten-Garten Mein großer Wissensschatz

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:

Wir werden wieder Weltmeister! Nur wir werden Weltmeister!

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, 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 Titelschutz in Anspruch für:

Prima Mama ! Magazin für moderne Mütter PriMama - Magazin für moderne Mütter PrimaMa - Magazin für moderne Mütter

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Fromm & Fromm GmbH,
Achtern Felln 26, 25474 Hasloh**

**Rund 40.000 archivierte Titel !
Recherchieren Sie kostenlos unter:
www.titelschutzanzeiger.de**

mit DER
SOFTWARE
TITEL

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

12. Juli 2005
Woche 28
Nr. 729

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

Geschäfts-/Seitenteilanzeigen: 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

Postbank Hamburg, Kto. 276913-208, BLZ 200 100 20

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.



JA – ich möchte ein Probeabonnement für die nächsten sechs Ausgaben **dnv – der neue vertrieb** zum Vorzugspreis von 30,- Euro (zzgl. Umsatzsteuer)! Wenn ich vom **dnv** überzeugt bin und nicht innerhalb einer Woche nach Erhalt der fünften Ausgabe schriftlich abbestelle, erhalte ich **dnv** zum günstigen Abonnementspreis von 168,- Euro (zzgl. Umsatzsteuer) für 26 Hefte im Jahr.

Probeabonnement

Fax: 040/60 90 09-66

Firma _____

Name, Vorname _____

Straße/PF _____

PLZ, Ort _____

Tel. _____

USt.Nr. _____

Datum, Unterschrift _____

BITTE IN BLOCKSCHRIFT!

TS

Presse Fachverlag

Eidelstedter Weg 22 • 20255 Hamburg

Telefon 040/60 90 09-61 • Telefax 040/60 90 09-66

angela.lautenschlaeger@presse-fachverlag.de

www.presse-fachverlag.de

FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

TELEFAX: 040/609 009 – 66

VON: FIRMA:
NAME:
ANSCHRIFT:
TELEFON: FAX:
E-MAIL:

ICH MÖCHTE EINE TITELSCHUTZANZEIGE AUFGEBEN:

Bitte nehmen Sie den folgenden Text in die nächst erreichbare Nummer

- des TITELSCHUTZ ANZEIGER auf.
- des TITELSCHUTZ ANZEIGER mit SOFTWARE TITEL
(Heft Nr. _____) auf.

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für

pro Titel bitte eine Zeile

(Adresse)

Preis pro Titelschutzanzeige im Standardformat: € 150,- (zzgl. USt.)

Preis für jeden weiteren Titel innerhalb dieser Anzeige: € 35,- (zzgl. USt.).

DATUM UND UNTERSCHRIFT: _____