

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“All for money”: 93 neue Titel geschützt

Ist auch der jüngste PISA-Test für Deutschland mal wieder katastrophal ausgefallen, so bieten sich für die Medien neue Chancen. Art and information fragt sich “Was weiß Deutschland?” und beantwortet die Frage gleich selbst mit “Was Deutschland wissen muss”. Für die Fortgeschrittenen halten die Mandanten von RA Dr. Freys das “N.N. Börsenquiz” bereit. Einfacher hat es die “überstrapazierte Nation” mit dem “infosnack - schnell, bekömmlich + gratis” oder warum nicht einfach mal bei “Klugscheißer TV” rein schauen?
Alle 93 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

Löschung von “Otto”-Marken

Der Otto-Versand muss jetzt eine bittere Pille schlucken und seine Einwilligung zur Löschung zahlreicher Marken mit dem Bestandteil “Otto” geben. Der Bundesgerichtshof hat die Beurteilung des Oberlandesgerichts Hamburg bestätigt, wonach Otto seine Marken lediglich auf Katalogen und Versandtaschen, nicht aber auf der Ware selbst anbringt. Dadurch würden die Wort- und Wort-/Bildmarken, nach Ansicht der Karlsruher Richter, nicht in einer für den Erhalt der Marke maßgeblichen Weise benutzt.

Nach einer Schonfrist von fünf Jahren, muss eine einge-

tragene Marke auch genutzt werden. Die erforderliche rechtserhaltende Benutzung setzt voraus, dass der Verkehr, sprich der Verbraucher, einen unmittelbaren Bezug der verwendeten Marken zu einer konkreten Ware herstellen kann. Das sei hier nicht der Fall. In den mit dem Zeichen “Otto” versehenen Katalogen würden eine Vielzahl von Waren - darunter auch solche bekannter Markenhersteller - angeboten. Der Verbraucher sähe in der Bezeichnung “Otto” nur einen Hinweis auf das Versandhandelsunternehmen.

*BGH vom 21.07.2005
AZ.: I ZR 293/02*

Keine “Keks”-Punkte für Klassenfahrten

Der Gebäckhersteller Bahlsen darf keine weiteren Werbeaktionen für Klassenfahrten in Schulen starten. Der Bundesverband der Verbraucherzentrale (vzbv) hat sich jetzt vor dem Oberlandesgericht Celle durchgesetzt.

Bahlsen hatte für die Werbeaktion “Sammeln für die Klassenfahrt” Schüler und deren Familien aufgerufen “Klassenfahrt-Punkte” zu sammeln und einen Zuschuss von Bahlsen zu erhalten. Die Punkte waren an den Kauf verschiedener Bahlsen-Produkte gekoppelt. Das Landgericht Hannover hatte gegen die Kampagne nichts einzuwen-

den, aber die Richter des OLG Celle hoben dieses Urteil jetzt auf. Die Werbeaktion sei Wettbewerbswidrig und übe einen unzulässigen Kaufzwang auf Schüler und Eltern aus. Abweichter könnten sich, auch seitens der Lehrer, dem Vorwurf des Spielverderbers, der Kleinlichkeit und vor allem der mangelnden Solidarität mit der Klassenmehrheit ausgesetzt und deshalb gezwungen sehen, die Klassenfahrt durch den Kauf der Bahlsen-Produkte zu unterstützen. Das OLG hat eine Revision zum Bundesgerichtshof zugelassen.

*OLG Celle vom 21.07.05
AZ.: 13 U 13/05*



+ 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

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 93 Titel

112	Die Ärzte-GmbH	Mein Sonntagsblatt
112 consulting	Die Glückstherapie	Musical Awards
112 E-learning	Die Heilkunde-GmbH	OEM & Lieferant
112 Magazin	Die Spielarena	Recht und Praxis für den PersonalProfi
112 Magazin der Feuerwehr	Die strapazierte Nation	RICH REPORT
112 online	Die überstrapazierte Nation	Sonnen Guide
112 Training	Dinner Für Fünf	SONNTAG in Mainz
All for money	Diplomaten Spiegel - Botschafter in Berlin	SONNTAG in Wiesbaden
Arbeits-Handbuch Personal	Diplomaten Spiegel - Die Welt zu Gast bei Freunden	Spielarena
Auto & Zulieferer	EAT HEALTHY	Sturm der Liebe
AUTO BILD-Marktbarometer	Forstunternehmer Jahrbuch	SUPERMODEL
BEST OF BEST	GESUND ESSEN	Tatort: Der Lippenstiftmörder
Branchenforum Automobilzulieferer	GESUNDER ESSEN	The music of Ray Charles lives on
Branchenforum Informationstechnologie	Handbuch Personal	The smash hit celebration of the music of Ray Charles
Branchenforum Transport & Logistik	HEALTHY EATING	Tote Hose - kann nicht, gibt's nicht
Das große Bildungsquiz	henri	Tri Top Fun Cup
Das große Wissen	Ich bin ein Klugschreiber	Was Deutschland wissen muss
Das große Wissensquiz	infosnack	Was Deutschland wissen sollte
Das N.N. Börsenquiz	infosnack +++ schnell + bekömmlich + gratis +++	Was weiß Deutschland? wellness und mehr
Das N.N. Nachrichtenquiz	KLOPPO	Wiedersehen in Verona
Das N.N. Newsquiz	Klugschreiber	Wiesbadener Sonntagsblatt
Das N.N. Quiz	Klugschreiber TV	Wiesbadener Sonntagszeitung
Das Perfekte Dinner	Liar	Wieviel weiß Deutschland?
DECO Guide	Living Technologies	WINE & TALK
Der grosse Musical-Preis	Living Technology	Wissen
Der Perfekte Gastgeber	Lügner	Wissen 2006
Der TV-Zuschauer des Jahres	Mainzer Sonntagszeitung	Wochenende in Mainz
DEUTSCHLAND	MEIN PFERD	Wochenende in Wiesbaden
DEUTSCHLAND GUIDE	Mein Sonntag in Mainz	WWD
Deutschlands bester TV-Zuschauer	Mein Sonntag in Wiesbaden	YOU FM PARTY ALARM
Deutschlands nächstes Supermodel		
Deutschlands nächstes Topmodel		

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 733 erscheint am 09.08.2005 **Anzeigenschluss:** 05.08.2005, 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

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

Großes Interesse rief die Verhandlung zu den FIFA-Marken hervor, die heute vor dem Bundespatentgericht stattfand. Gestritten wurde um Marken wie „WM 2006“, die für die Fédération Internationale de Football Association (FIFA) im deutschen Markenregister eingetragen waren, dann jedoch wieder gelöscht wurden. Neben Vertretern des Markenverbandes und namhaften Markenartiklern wie Siemens, Henkel oder Triumph hatte selbst der Deutsche Fußball Bund (DFB) mit Theo Zwanziger einen Vertreter vor Ort.

„Es sieht so aus, als ob das Bundespatentgericht die Marken für bestimmte Waren zu-

lassen könnte“, sagt Bernd Carlos Jäcker, vor kurzem noch Leiter der Markenabteilung beim Konsumgütermulti Henkel. Dann käme es zu einem Splitting, so dass die Marken für einige Produkte Schutz genießen würden, für andere aber nicht.

Die Entscheidung ist für Unternehmen, die zur kommenden Fußball WM spezielle Werbemaßnahmen planen, von großer Bedeutung. Bekommt die FIFA Recht, ist eine lizenzfreie Werbung nahezu unmöglich, da dann allgemeine Begriffe zur Beschreibung des Großereignisses nicht benutzt werden dürften.

Quelle:
www.markenbusiness.de

EU-Richtlinie schützt geistiges Eigentum

Die EU-Kommission will geistiges Eigentum in Zukunft besser schützen. Sie hat deshalb einen Richtlinienvorschlag angenommen, der der steigenden Zahl von Urheber- und Markenrechtsverletzungen Einhalt gebieten soll. Die Maßnahmen sollen auf eine Annäherung des Strafrechts der EU-Mitgliedsstaaten sowie auf eine engere europaweite Zusammenarbeit abzielen. Mit der Annahme des Richtlinien-

vorschlags will die Kommission ein klares politisches Signal im Kampf gegen Produkt- und Markenpiraterie setzen.

Die Annäherung der einschlägigen Strafvorschriften der EU-Mitgliedsstaaten sei eine Mindestvoraussetzung, um das Übel gemeinsam an der Wurzel zu packen, sagte der für den Bereich Justiz, Freiheit und Sicherheit zuständige Kommissions-Vizepräsident Franco Frattini. Er verwies auf

den Schaden, der durch die Vielzahl von Verletzungen geistigen Eigentums entstehe. Bedroht seien alle Wirtschaftssektoren in Europa. Der von der Kommission erstellte Regelungsvorschlag soll für alle Arten von Schutzrechtsverletzungen gelten. Ihm zufolge gilt als Straftat jede vorsätzliche, in gewerblichem Umfang begangene Verletzung eines Rechts des geistigen Eigentums, der Versuch einer solchen Rechtsverletzung sowie die Beihilfe und Anstiftung dazu.

Ebenfalls in den Richtlinien festgelegt wurde ein Strafrahmen. Danach können bei der Verletzung geistigen Ei-

gentums Freiheitsstrafen von bis zu vier Jahren verhängt werden, wenn die Straftat im Rahmen einer kriminellen Vereinigung begangen wurde oder wenn von dieser Straftat eine Gefährdung der Gesundheit oder Sicherheit des Verbrauchers ausgeht. Bei gleichen Voraussetzungen sind Geldstrafen von mindestens 100.000 bis 300.000 Euro möglich. Der Richtlinienvorschlag lässt den einzelnen EU-Mitgliedsstaaten die Möglichkeit, über den Strafrahmen hinauszugehen.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Streit ums Krokodil: Lacoste beisst sich durch

Im Markenrechtsstreit mit dem Bekleidungshersteller Crocodile International kann das französische Label Lacoste einen Erfolg verbuchen. Das Modeimperium war im vergangenen Jahr von seinem asiatischen Konkurrenten verklagt worden, weil es das Krokodil in China als Markenzeichen schützen lassen wollte. In erster Instanz konnte sich Crocodile International mit seiner Klage durchsetzen. Wie xinhua.com berichtete, verurteilte ein Berufungsgericht in Shanghai Lacoste jetzt jedoch nur pro forma zu einer symbolischen Strafe von einem Euro.

Hintergrund des andauernden Streits der Bekleidungshersteller ist das Krokodil, das sowohl bei Lacoste, wie auch bei Crocodile International seit den 70er Jahren als Markenzeichen genutzt wird. Der einzige Unterschied zwischen den Kennzeichen besteht darin; dass die französische Version nach rechts und ihre asiatische Konkurrenz nach links blickt. Die Beklei-

dungshersteller waren aneinander geraten, als Lacoste den Versuch unternahm, verschiedene Versionen seines Markenzeichens in China als Marke einzutragen, um besser gegen Fälschungen gerüstet zu sein. Crocodile International, wie Lacoste seit über zehn Jahren auf dem chinesischen Markt vertreten, stellte sich daraufhin quer und beschuldigte das französische Modehaus des Markenmissbrauchs. Der Bekleidungshersteller aus Singapur befürchtete, dass Lacoste einen alleinigen Anspruch auf das Krokodil durchsetzen könnte.

Nach dem Urteilsspruch von Shanghai steht es nun vorerst wieder eins zu eins. In jedem Fall wird der Prozess weitergehen. Das Berufungsgericht forderte, dass die Verhandlung in Zukunft als Markenrechts- und nicht als Zivilprozess fortgeführt werden solle.

Quelle:
www.markenbusiness.de

**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

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

Die Glückstherapie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Petra Sommer,
Am Maasberg 1, 55566 Bad Sobernheim**

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

DECO Guide

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

**112
112 Magazin der Feuerwehr
112 Magazin
112 online
112 E-learning
112 Training
112 consulting**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Anwaltskanzlei AMANN,
Kandelstraße 47, 79312 Emmendingen**

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

Musical Awards Der grosse Musical-Preis Der TV-Zuschauer des Jahres Deutschlands bester TV-Zuschauer

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

**RA Ulf Dobberstein LL.M.,
Kurfürstendamm 188, 10707 Berlin**

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:

**Branchenforum
Informationstechnologie
Branchenforum
Transport & Logistik
Branchenforum
Automobilzulieferer
OEM & Lieferant
Auto & Zulieferer**

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

**Taylor Wessing Rechtsanwälte,
Isartorplatz 8, 80331 München**

Namens meiner Mandantin nehme ich gemäß §§ 5, 15 MarkenG Titelschutz in Anspruch in allen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, Offline- Online-Dienste und sonstige Online-Medien:

**SONNTAG in Mainz
SONNTAG in Wiesbaden
Mein Sonntag in Wiesbaden
Mein Sonntag in Mainz
Mein Sonntagsblatt
Wiesbadener Sonntagsblatt
Mainzer Sonntagszeitung
Wiesbadener Sonntagszeitung
Wochenende in Mainz
Wochenende in Wiesbaden**

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

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

Sonnen Guide

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Birgit Schledz,
Lindenallee 23 b, 50968 Köln**

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

wellness und mehr

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Birgit Schledz,
Lindenallee 23 b, 50968 Köln**

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

Das N.N. Quiz Das N.N. Börsenquiz Das N.N. Nachrichtenquiz Das N.N. Newsquiz

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Tote Hose - kann nicht, gibt's nicht SUPERMODEL Deutschlands nächstes Supermodel Deutschlands nächstes Topmodel

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

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

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

Living Technology Living Technologies

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelnkombinationen, 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.

**NetPress Business Group,
Flurstraße 9, 85617 Kirchseeon**

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

Lügner Liar

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelnkombinationen, 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**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz für das nachfolgende Druckwerk in Anspruch

Die überstrapazierte Nation Die strapazierte Nation

in allen Abwandlungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wort- und Zeichenverbindungen.

**Rechtsanwälte Wolfgang Meier
und Jochen Störmer,
Hindenburgstraße 3, 32257 Bünde**

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

KLOPPO

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

**FROMM MAURER,
Fischtorplatz 20, 55116 Mainz**

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

infosnack

infosnack

+++ schnell + bekömmlich + gratis +++

in allen Schreibweisen, Kombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen und Untertiteln für Druckereierzeugnisse, Film, Fernsehen, Bild-, Druck- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere CD-ROM, Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Rechtsanwälte Lichtenstein, Körner & Partner,
Heidehofstraße 9, 70184 Stuttgart**

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

Spielarena Die Spielarena

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, (Mobil-) Telefondienste, CD-ROM, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**Rechtsanwälte Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,
Kurfürstendamm 220, 10719 Berlin**

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

Klugscheißer Ich bin ein Klugscheißer Klugscheißer TV

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**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 1 und 3 sowie § 15 MarkenG und entsprechende europäische Gesetzesbestimmungen nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Tri Top Fun Cup

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, möglichen Kombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton-, Datenträger aller Art, für Print, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie für sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich On- und Offline-Dienste, CD-ROM, CD-I, DVD, für Telekommunikationsdienstleistungen insbesondere GPRS, UMTS, SMS, WAP, für öffentliche Veranstaltungen, für alle Druckerzeugnisse, Merchandising, Marketing, Promotion-Services, Internetseiten und -auftritte.

**Sternstrasse Television GmbH,
Domagkstraße 7 / Haus II, 85551 Kirchheim**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

MEIN PFERD

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen.

**Rechtsanwälte Dr. Gleim & Partner,
Hamburger Straße 11, 22083 Hamburg**

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

Forstunternehmer Jahrbuch

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Neinhaus Verlag AG,
Wollgrasweg 31, 70599 Stuttgart**

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

Die Ärzte-GmbH Die Heilkunde-GmbH

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Horst Bonvie,
Heinrich-Hertz-Straße 125, 22083 Hamburg
RA Sven Hennings,
Hartwicusstraße 3, 22087 Hamburg**

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

WINE & TALK

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, graphischen Gestaltungen, Untertiteln und Zusammensetzungen in Fernsehen, Hörfunk, Print-Medien, Ton- und Bildtonträger, Film und Internet.

**Rechtsanwalt Dr. Stefan Ernst,
Friedrichstraße 47, 79098 Freiburg**

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

Diplomaten Spiegel - Botschafter in Berlin Diplomaten Spiegel - Die Welt zu Gast bei Freunden

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**ProPress Verlagsgesellschaft mbH,
Am Buschhof 8, 53227 Bonn**

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

The smash hit celebration of the music of Ray Charles The music of Ray Charles lives on

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen zur Verwendung in allen Medien.

**Anwaltssozietät Damm & Mann,
Ballindamm 1, 20095 Hamburg**

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

Arbeits-Handbuch Personal Handbuch Personal Recht und Praxis für den PersonalProfi

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Kombinationen für Druckereierzeugnisse, Bücher, Zeitschriften, Film, Fernsehen, elektronische und digitale Medien.

**CMS Hasche Sigle,
Brienner Straße 11, 80333 München**

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

AUTO BILD-Marktbarometer

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

**Linklaters Oppenhoff & Rädler
Rechtsanwälte Steuerberater,
Börsenplatz 1, 50667 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 nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

RICH REPORT All for money

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

**Wunderlich Rechtsanwälte,
Hartmannstraße 8, 80333 München**

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

DEUTSCHLAND DEUTSCHLAND GUIDE BEST OF BEST

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

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

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

YOU FM PARTY ALARM

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereizerzeugnisse, 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 Titelschutz in Anspruch für:

Tatort: Der Lippenstiftmörder

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

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

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

**Was weiß Deutschland?
WWD
Wieviel weiß Deutschland?
Was Deutschland wissen muss
Was Deutschland wissen sollte
Das große Bildungsquiz
Das große Wissensquiz
Das große Wissen
Wissen
Wissen 2006**

in jeder Schreibweise, Abkürzung, Darstellungsform und grafischer Gestaltung zur Verwendung für alle Printmedien, Hörfunk und Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, Online-Produkte.

**a+i art and information GmbH & Co. KG,
Brandstwierte 19, 20457 Hamburg**

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

Das Perfekte Dinner Der Perfekte Gastgeber Dinner Für Fünf

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, (Mobil-) Telefondienste, CD-ROM, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**Rechtsanwälte Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,
Kurfürstendamm 220, 10719 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:

henri

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Wortvariationen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse und elektronische Medien.

**Werbebüro Braune,
Priessnitzstraße 9, 90419 Nürnberg**

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

Sturm der Liebe

in allen Wortverbindungen, Schreib- bzw. Darstellungsweisen und graphischen Gestaltungen für alle Medien.

**Bavaria Film GmbH,
Bavariafilmplatz 7, 82031 Geiselgasteig**

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

Wiedersehen in Verona

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

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

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

EAT HEALTHY GESUND ESSEN HEALTHY EATING GESÜNDER ESSEN

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

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

Wiederholung und 50% Rabatt?

Möchten Sie Ihre Titelschutzanzeige erneut schalten? Dann gewähren wir Ihnen auf die zweite inhaltsgleiche Anzeige einen Rabatt von 50%.

Fon: 040 / 609 009 - 61

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.

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: _____