

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“Es lebe der gesunde Genuss”: 67 neue Titel für den Medienmarkt

Das Thema Gesundheit beschäftigt zur Zeit nicht nur die Publikumszeitschriften. Auch für medizinische Fachzeitschriften scheint der Markt noch nicht ausgeschöpft zu sein. Allein 712 Titel listet die Mediadatenbank der Deutschen Fachpresse im Bereich Medizin und Gesundheit. Der Gesamtumsatz der Fachpresse belief sich in 2004 auf 1.781 Millionen Euro. Also auch außerhalb der Verbrauchermedien ein vielversprechender Markt? Sei es nun der “Oralchirurg”, der “Nephrologe” oder der “Internist”. Sie alle brauchen “Updates” in ihren Fachgebieten. Ob die Neue Osnabrücker Zeitung mit ihrem Titel “Bazillus” auch Medizinerkreise ansprechen will, bleibt allerdings zweifelhaft. Alle 67 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

Anwälte starten Kampagne

Die Mitgliederversammlung des Deutschen Anwaltsvereins (DAV) hat sich zum ersten Mal zu einer breit angelegte Imagekampagne für die anwaltliche Dienstleistung entschlossen.

Die Marktsituation hat sich in den letzten Jahren auch für Anwälte verschlechtert. Zudem können ab Juli nächsten Jahres Honorare im außergerichtlichen Bereich frei ausgehandelt werden. Der Anwalt muss also seine Honorarforderung begründen können. Ausßerdem drängen durch die Freigabe einiger Bereiche der Rechtsberatung auch Nicht-Anwälte, wie z.B. Wirtschafts-

prüfer und Versicherer, auf den Markt. Höchste Zeit also für eine gemeinschaftliche Kampagne.

Mit dem Slogan “Vertrauen ist gut. Anwalt ist besser” sollen Stärke und Qualität der anwaltlichen Rechtsberatung und des Berufsstandes positiv nach Außen getragen werden. Die Anzeigenkampagne, die zunächst auf zwei Jahre angelegt sein wird, soll möglichst positiv vermitteln, dass ein Anwalt zwar Geld kostet, dass es aber sehr viel mehr kosten kann, keinen Anwalt zu Rate zu ziehen.

Näheres unter:
www.anwaltsverein.de

Mehr Transparenz bei Onlinemusikvertrieb

Der IMUC (Interessenverband Musikmanager & Consultants e.V.) hat einen Forderungskatalog zur Verbreitung von urheberrechtlich geschütztem digitalen Content aufgestellt.

Für Künstler oder Produzenten sind die Abrechnungen über den digitalen Vertrieb ihrer Musiktitel häufig kaum nachvollziehbar, insbesondere dann, wenn sie den Vertrieb nicht selbst, sondern über Internet Service Provider oder Download-Plattformen durchführen. Es gibt keine besonderen Anforderungen an eine bestimmte IT-Infrastruktur oder den Einsatz von zerti-

fizierten Rechenzentren für den Onlinevertrieb. Der Rechteinhaber kann sich nur schwer über die tatsächlichen Downloadzahlen informieren.

Der IMUC hat sich daher mit Vertretern von Tonträgerunternehmen und Musikproduzenten zusammengesetzt und einen Forderungskatalog erarbeitet, der die Problematik bei der Verbreitung von digitalem Content beschreibt. Für die Beratung zum Thema Rechteverwertung sorgten die Urheberrechtskanzleien Zimmermann & Decker, Axel Schwarzberg und Grethler Rechtsanwälte.

Infos unter: www.imuc.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

1. Nov. 2005

Woche 44

Nr. 745

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 67 Titel

Abrechnung von Pflegeleistungen mit Kranken- und Pflegekassen	DESIGN CLUB	Ran an die Milch
Aufgemotzt	Diabetes Update	Ran an die Pfunde
BATTLE OF BEATS	Er sagt, sie sagt	Ran ans Bett
Bazillus	Erleben	Ran ans Feuer
BB-aktuell	Es lebe der gesunde Genuss	Ran ans Leder
BB-News	Fortbildungskalender aktuell	Ran ans Tier
Berlin Brandenburg aktuell	gesundaktiv	Rheuma Update
Berlin Brandenburg Magazin	hopsa!	Rock-Com
Berlin Brandenburg News	Internisten Update	Rock-Comedy
Biomedizinische Technik	Lebensart Exklusiv	Schmitz pass auf!
Comedy-Rock	Lust auf schöne Schuhe	Sonntags Wochenblatt
Com-Rock	Meisterwerke der Menschheit	Top Business Going India
Der Endodontist	Menschen mit Herz	UNSER DORF SOLL
Der Fortbildungskalender	Messe-Aktuell	SCHLANKER WERDEN
Der Gastroenterologe	My Wedding	Ventura
Der Implantologe	New Culture	Veranstaltungskalender
Der Kardiologe	number 1	(Pro Fortbildung)
Der Kieferorthopäde	POSTERS	VIP Lounge
Der Nephrologe	Pro Fortbildung - Kalendarium	VR-Zeitung
Der Oralchirurg	Pro Fortbildung - Kalender	Wochenblatt am Sonntag
Der Parodontologe	Pro Fortbildung - Veranstaltungskalender	Wochenblatt am Wochenende
Der plastische Chirurg	Ran an den Hausputz	ZDF Arena
Der Rezept-Mixer	Ran an den Schuh	ZDFarena

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 746 erscheint am 08.11.2005 **Anzeigenschluss:** 04.11.2005, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 747 erscheint am 15.11.2005 **Anzeigenschluss:** 11.11.2005, 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

Rufausbeutung: BGH prüft Jägermeister- Emblem auf Ferrari-Motorhaube

Luxusauto soll nicht zu Werbezwecken missbraucht werden – Streit um Er schöpfungsgesetz.

Eigentlich soll ein Jägermeister die Verdauung befördern, doch dem Autobauer Ferrari liegt der Magenbitter derzeit schwer im Magen. Er ist sauer auf die Jägermeister, weil sie die Motorhaube eines Ferrari 456 M GTA mit einem Jägermeister-Emblem verziert und diesen als Hauptpreis in einem Preisrätsel angeboten hatten. Ferrari will erreichen, dass die roten Flitzer nicht mit anderen Kennzeichen versehen und auf diese Weise zu Werbezwecken benutzt werden. Wie der Bundesgerichtshof (Az.: I ZR 29/03) ankündigte, wird es in der ersten Novemberhälfte eine Entscheidung zu dieser Frage geben.

Das Landgericht Hamburg gab dem italienischen Autobauer aus Maranello zunächst recht. Das Frankfurter Oberlandesgericht (OLG) hingegen sah die beiden internationalen Marken „Ferrari“ und „Ferrari-Pferd“ nicht verletzt. Ferrari fordert Unterlassung, Auskunft und Schadensersatzfeststellung. Das Anbrin-

gen des „Jägermeister“ Kennzeichens auf dem Auto stelle eine Rufausbeutung dar, da das besondere Image, das den Ferrari-Fahrzeugen anhafte, auf die Jägermeister-Produkte übertragen werde.

Die OLG-Richter stellten in ihrem Urteil vor etwa 3 Jahren zwar eine markenmäßige Benutzung fest, jedoch seien mit dem Verkauf des Fahrzeugs an Jägermeister die Rechte an den Kennzeichen erschöpft. So steht es in § 24 Abs. 1 Markengesetz: Ist eine Markenware mit Zustimmung des Inhabers in Verkehr, kann die Benutzung nicht untersagt werden. Eine Ausnahme hält der Paragraf allerdings auch bereit: Wenn der Zustand der Waren verändert oder verschlechtert ist, trete keine Erschöpfung ein. Doch diese Ansicht teilten die OLG-Richter nicht. Auch eine Rufausbeutung oder eine unlautere Ausnutzung in sonstiger Weise liege nicht vor. Verhandlungstermin ist der 3. November 2005. Die Verkündung des Urteils ist für den 8. November 2005 angesetzt.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Europa-Domains: Marken sind besser als Namen

Die Sunrise-Period für .eu-TLDs beginnt am 7. Dezember 2005.

Endlich! Die europäische Domain-Registrierungsbehörde Eurid, zuständig für die .eu-Top Level Domain, hat den Zeitplan für die Registrierung der neuen Domain-Namen bekannt gegeben. Danach

beginnt die Sunrise-Period für .eu-TLDs am 7. Dezember 2005. Zur Registrierung sind Unternehmen oder Organisationen mit Hauptniederlassung in der EU oder natürliche Personen mit Wohnsitz innerhalb der EU berechtigt.

Die Einführung der neuen Domainnamen ist in mehrere

Phasen aufgeteilt. In der sogenannten Sunrise Period kommen Inhaber von „früheren Rechten“ ab dem 7. Dezember 2005 und ab dem 7. Februar 2006 zum Zug. Eine detaillierte Übersicht zu dieser Aufteilung, die je nach Rechtslage für jeden EU-Mitgliedsstaat erarbeitet wurde, kann bei der Eurid herunter geladen werden.

In Deutschland werden beispielsweise die Inhaber eingetragener Marken gegenüber Inhabern von Namensrechten bevorzugt. Erstere können schon im Dezember, Namensinhaber erst im Februar ihre Wunschdomain anmelden. Einen Streit wie um die Domain „Shell.de“, in der der Bundesgerichtshof entschieden hatte, das der kennzeichenrechtliche Schutz den Namensschutz ver-

drängt, wird es bei diesem Verfahren nicht geben.

Die Landrush-Phase, in der eine Registrierung für jedermann möglich ist, beginnt am 7. April 2006. Ab diesem Termin gilt das altbekannte Prioritätsprinzip: First Come, First Served. Eine Registrierung ist nicht direkt bei der Behörde, sondern nur über so genannte Registrare, die mit der Eurid einen Vertrag geschlossen haben, möglich. Derzeit sind 475 Unternehmen und Organisationen in 40 Ländern anerkannt, weitere 178 haben einen Antrag gestellt. Zur Registrierung ist für eingetragene Marken eine Lizenzklärung nötig, die ebenfalls bei der Eurid (eurid.eu) zur Verfügung steht.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Niederlage für den Zeitverlag

Der Zeitverlag Gerd Bucearius ist mit seinem Versuch gescheitert, die Internetadresse „zeit.com“ in seinen Besitz zu bringen. Der Verlag, der die Wochenzeitung Die Zeit herausgibt, konnte sich vor der WIPO nicht gegen den in den USA niedergelassenen Domaininhaber, der in dem Verfahren als „The Web Group“ bezeichnet wurde, durchsetzen (Fall Nr.: D2005-0725). Auf der strittigen Internetseite finden Nutzer gegenwärtig eine animierte Uhr, die die aktuelle Zeit angibt.

In dem WIPO-Verfahren ging es vor allem um zwei Fragen. Erstens, kann der Zeitverlag als Inhaber der in Europa geschützten und in Amerika bekannten Marke „Die Zeit“ Rechte an dem Namen geltend machen, obwohl in der Internetadresse der Zusatz „die“ fehlt, und das Wort „zeit“ ohne diesen Zusatz ein rein generischer Begriff ist? Und zweitens,

war dem Beklagten die Zeitschriftsmarke zum Zeitpunkt der Domainregistrierung bekannt? Bezüglich der ersten Frage sah es das Gericht als erwiesen an, dass die Klägerin Markenrechte an dem Namen „Die Zeit“ besitzt und trotz des in der Internetadresse fehlenden „die“ Verwechslungsgefahr bestehe. Im Hinblick auf die zweite Frage waren die Schiedsrichter jedoch nicht der Ansicht, dass der Beklagte die Marke zum Zeitpunkt der Domainregistrierung bereits kannte, so wie es der Zeitverlag behauptete. Deren Argumentation, der Beklagte habe die Adresse registriert, um sie zu verkaufen bzw. von der Bekanntheit der Marke zu profitieren, wurde damit hinfällig. Daher ging das Schiedsgericht auch nicht von einer Registrierung in böser Absicht aus. Die Klage des Zeitverlags wurde zurückgewiesen.

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 Titelschutz in Anspruch für:

Berlin Brandenburg aktuell
BB-aktuell
Berlin Brandenburg News
BB-News
Berlin Brandenburg Magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen in sämtlichen Medien.

Event TV Fernsehproduktionsgesellschaft mbH,
Hardenbergplatz 2, 10623 Berlin

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

BATTLE OF BEATS

in allen Schriftarten, Schreibweisen, Schreib- und grafischen Gestaltungsweisen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, insbesondere als Ton-, Bild- und Bildtonträger, Lichtbild-, Hörfunk-, Film-, Fernsehen-, Bühnenwerke, Printmedien und Druckerzeugnisse aller Art, Literatur, Lehr- und Seminarveranstaltungen, Merchandising aller Art und in jeder Form.

Oliver Driemel,
Mauerkircherstraße 28, 81679 München

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

Der Gastroenterologe
Der Nephrologe
Der plastische Chirurg
Der Kardiologe

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

RA Berthold Wesle,
Amalienstraße 67, 80799 München

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

My Wedding

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, auch in der Singular- und Pluralfassung, für alle Medien, insbesondere Printmedien (Zeitschriften und Druckerzeugnisse wie Bücher, Literatur), Off- und Online-Services, CD-ROM, CD-I, DVD, Ton- sowie Bild-/Tonträger sowie sonstige Datenträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software sowie für Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

Heinrich & Partner, Rechtsanwälte,
Solmsstraße 2-22, 60486 Frankfurt am Main

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

Der Fortbildungskalender
Pro Fortbildung - Kalender
Pro Fortbildung - Kalendarium
Pro Fortbildung -
Veranstaltungskalender
Veranstaltungskalender
(Pro Fortbildung)
Fortbildungskalender aktuell

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

RA Berthold Wesle,
Amalienstraße 67, 80799 München

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

Rheuma Update
Diabetes Update
Internisten Update

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Bücher und alle anderen Printmedien, Tonträger und Merchandising, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, DVD und MD (mini-Disc) und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

Peter Keil Rechtsanwalt,
Louisenstraße 139, 61348 Bad Homburg v.d.H.

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:

Abrechnung von Pflegeleistungen mit Kranken- und Pflegekassen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Multimedia (Online- und Offline-Dienste) und sonstige Online-Medien, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**AOK-Verlag GmbH,
Lilienthalstraße 1-3, 53424 Remagen**

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

Top Business Going India

in jeder Schreibweise, Schriftart, Abkürzung, Darstellungsform und Wortverwendung zur Verwendung in allen Medien einschließlich Druckerzeugnissen, insbesondere Zeitschriften, digitalen Medien und Netzwerken, Off- und Online-Diensten, Hörfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträgern aller Art.

**Rechtsanwälte KMRS -
Kähler Mohn Roth Setzer-Rubruck,
Westendstraße 41, 60325 Frankfurt am Main**

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

Meisterwerke der Menschheit ZDFarena ZDF Arena New Culture

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 für eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

UNSER DORF SOLL SCHLANKER WERDEN

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Menschen mit Herz

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wort- und Zahlenverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, Bild- und Bildtonträger, Film-, Hörfunk-, Software-, Off- und Online-Dienste und -Produkte, Internet, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige andere audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Bücher, sowie Printmedien und Druckerzeugnisse, sowie Veranstaltungen, Dienstleistungen und Merchandisingerzeugnisse aller Art.

**Andreas Hans Matern,
Erzgiessereistraße 26, 80335 München**

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

Ran an die Pfunde Ran ans Feuer Ran an den Hausputz Ran ans Bett Ran an die Milch Ran ans Leder Ran an den Schuh Ran ans Tier

in allen Schreibweisen für Druckwerke, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film und Internet.

**NORDDEUTSCHER RUNDFUNK,
Rothenbaumchaussee 132, 20149 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:

Lust auf schöne Schuhe

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**KROHER - STROBEL, Rechts- und Patentanwälte,
Bavariaring 20, 80336 München**

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

DESIGN CLUB

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere für Druckerzeugnisse.

**Moritz Müller,
Klingelhüttenweg 28, 69118 Heidelberg**

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

Wochenblatt am Sonntag Sonntags Wochenblatt Wochenblatt am Wochenende

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Der Parodontologe Der Endodontist Der Implantologe Der Oralchirurg Der Kieferorthopäde

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

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

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

Com-Rock Rock-Com Comedy-Rock Rock-Comedy

in vorgegebener sowie in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Untertiteln oder Titelkombinationen für Bühnenwerke und Veranstaltungen aller Art, Film, Fernsehen, Lichtbild, Rundfunk, Bild-, Ton-, Bildton-, Daten- und Videoträger aller Art, insbesondere CD-ROM, CD-I, DVD und MD, Software-Erzeugnisse, elektronische, audiovisuelle, digitale und sonstige Medien und Netzwerke aller Art, Druckerzeugnisse, Literatur und Printmedien aller Art, Offline- und Online-Dienste, Domainbezeichnungen im Intranet und Internet, sonstige Online-Medien und sämtliche Multimediaprodukte sowie Merchandising und Dienstleistungen aller Art und in jeder Form.

**RAe Dr. Schmidt-Felzmann & Kozianka,
Habichthorst 32, 22459 Hamburg**

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

Schmitz pass auf!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**HPR Künstler & Medien GmbH,
Hansaring 60, 50670 Köln**

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

Biomedizinische Technik

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für periodische Druckschriften und Buchreihen, auch in nonprint-Form.

**RA Dr. Elmar Vitt,
Wümmeweg 1a, 27356 Rotenburg**

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:

Bazillus

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Neue Osnabrücker Zeitung GmbH & Co. KG,
Breiter Gang 10-16, Große Straße 17-19,
49074 Osnabrück**

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

number 1

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Druckschriften, Filmwerke, Tonwerke und Softwareprogramme.

**Degussa AG,
Bennigsenplatz 1, 40474 Düsseldorf**

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

gesundaktiv

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

**Grünecker, Kinkeldey, Stockmair
& Schwanhäusser Anwaltssozietät,
Maximilianstraße 58, 80538 München**

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

VIP Lounge

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 Markengesetz nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Erleben

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen für alle Medien, insbesondere Printmedien und Druckschriften aller Art, Hörfunk, Film und Fernsehen sowie Bild- und Tonträger und Software.

**BGPS Rechtsanwälte
Bischoff Gussner & Petersen Schmidkonz,
Peterskirchhof 1-5, 04109 Leipzig**

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

POSTERS

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

**famous media,
Bergische Landstraße 78, 51375 Leverkusen**

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

Er sagt, sie sagt Aufgemotzt

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 eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Es lebe der gesunde Genuss Der Rezept-Mixer

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

**Rechtsanwälte White & Case LLP,
Jungfernstieg 51, 20354 Hamburg**

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:

VR-Zeitung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Deutscher Genossenschafts-Verlag eG,
Leipziger Straße 35, 65191 Wiesbaden-Bierstadt**

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

Ventura

in allen Schreibweisen.

**Bibliographische Agentur Berlin,
Seepromenade 80, 14476 Groß Glienicke**

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

Messe-Aktuell

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Axel Johnen,
Georgsplatz 9, 30159 Hannover**

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

hopsa!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen speziell für Druckerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art inkl. Online-Dienste.

**Druck und Verlag Obermayer GmbH,
Bahnhofstraße 33, 86807 Buchloe**

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

Lebensart Exclusiv

in vorgegebener sowie in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, Titelkombinationen für Seminarveranstaltungen, sonstigen Veranstaltungen und Dienstleistungen, Literatur, Bild-, Ton-, Daten- und Videoträger aller Art, Software Erzeugnisse, Film, Fernsehen, Rundfunk, elektronische, audiovisuelle und digitale Medien, Merchandising in jeder Form sowie Druckerzeugnisse aller Art und Form, CD-Rom, CD-I, Offline- und Online Dienste, sonstige Online Medien und sämtliche Multimedia Produkte.

**Leif Kirchhartz,
Turmstraße 34, 53359 Rheinbach**

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG

Nebendahlstr. 16, 22041 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, 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.