

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

“Wie die Wilden ...”: 69 neue Titel für den Medienmarkt

Passend zur Weihnachtszeit setzt SAT.1 mit dem “Familienschreck” und einer “Familie zum Schießen” auf Kontrastprogramm. Doch auch das Auto - bekanntlich des Deutschen liebstes Kind - kommt nicht zu kurz: So gibt es alles zum Thema “KraftWagen”, einen neuen “Autosender” und die “Vollgas Cops” sorgen dafür, dass auf dem “Highway der Teufel los” ist. Alle 69 Titel finden Sie auf Seite 2. (AL)

Schleichwerbung und Product Placement

Die Gemeinsame Stelle Programm, Werbung und Medienkompetenz der Landesmedienanstalten (GSPWM) unter Vorsitz von Prof. Dr. Norbert Schneider hat die Arbeitsschwerpunkte der Medienaufsicht in Deutschland für das Jahr 2005 zusammengefaßt. Entgegen dem verbreiteten Vorurteil seien die Medienanstalten, so Schneider, immer ihrer Kontrollfunktion nachgekommen und hätten nicht durch den “Marienhof”-Skandal der ARD “geweckt” werden müssen. Die gemeinsame Stelle sei in 74 Fällen möglicher Werbeverstöße tätig geworden. Davon wurden 64 Fälle, mit der Empfehlung rechtsaufsichtlich tätig zu

werden, an die jeweiligen Lizenzanstalten weitergeleitet.

Zur Debatte um Neuregelungen zum sogenannten Product Placement warnte Prof. Schneider vor schnellen Festlegungen. Mit der jüngsten Entscheidung der Europäischen Kommission, wonach etwa in Serien oder TV-Movies das Product Placement - bei entsprechender Kennzeichnung - künftig erlaubt sein soll, würde immerhin ein wesentlicher Grundsatz des deutschen Rundfunks, nämlich der Trennung von Programm und Werbung, zur Disposition gestellt. Was das für die Praxis bedeute, sei derzeit noch völlig offen.

Näheres unter:
www.alm.de

Jede dritte EU-Marke wird nicht eingetragen

In dem nunmehr 10-jährigen Bestehen des Europäischen Harmonisierungsamtes für den Binnenmarkt in Alicante (HABM), u.a. zuständig für das europäische Markenregister, hat sich gezeigt: Nur 2 von 3 EU-Markenmeldungen haben Erfolg. Exakt 62,83 Prozent aller Anmeldungen haben sich bisher in einer eingetragenen Marke realisiert.

Die Gründe hierfür sind vielfältig: Widersprüche, Verzicht, Nichtigkeit oder schwebende Verfahren. 458.422 Marken-Anmeldungen standen Ende Oktober 2005 288.022 eingetragene EU-Marken gegenüber. Somit wurden bisher 170.400 Marken nicht eingetragen. Dem

stehen 91.980 Widersprüche gegenüber, wobei eine Markenmeldung mit mehreren Widersprüchen angegriffen werden kann, was häufiger auch geschieht.

Insgesamt 35.819 Widerspruchsverfahren sind derzeit noch nicht entschieden. Nur 680 Markenmeldungen wurden für nichtig erklärt bzw. es wurde auf diese verzichtet. In 619 Fällen ist derzeit eine Beschwerde anhängig. 38 mal, wie beispielsweise für die Marken ElectronicScout24, Voodoo Dolls, TDI von Audi oder Telekom Global Net wurde das Verfahren unterbrochen.

Quelle:
www.markenbusiness.de



+ 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

20. Dez. 2005

Woche 51

Nr. 752

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 69 Titel

ALLES ÜBER ANNA	Die weissen Felsen	Lets dance
AUF DASS IHR NICHT GERICHTET WERDET	Digital Lifestyle Magazin	Let's dance
AUTO TV	Digital Magazin	MESSEIMPULS
Autosender	domainregistry	Metropolzeitung
Burger Spreewald-Zeitung	Endlich Samstag!	Orthopädische Zeitung
Crashkurs Musikmanagement	FABULOUS ENTERTAINMENT	Papa Bulle - Eine Familie zum Schießen
Das Gold der roten Erde	FABULOUS MODEL MANAGEMENT/ FABULOUS MODELS	Player
Das Übungsheft für das tägliche Fünf-Minuten-Training	feel	Robot
Deine Stadt lebt!	Filme auf iPod	Robots
Delicious	Filme auf Pocket PC	Romasanta - Auf den Spuren der Bestie
DENN DEINE SPRACHE VERRÄT DICH	Filme aufs Handy	STARS auf vier Pfoten
Der Familienschreck	FL Studio in der Praxis	Sternzeit
Der kleine Hundekönig	Flummi	Stylehafen
Der Kraftwagen	Gallery & Decoration	THE CHEAT REPORT
Der Kraft-Wagen	gastroido	The Power of our Protective Wings
Designrecht - Die Antworten	Hamburg xxx International	TitelAnzeige LISA CONI© Corporate Identity (CI)
DIA	Hauptstadtader	travelido
Die japanische Meta- und Psychobiologische Physik	HMI - Hamburg xxx International	UND GOTT WAR DAS WORT
Die Krähen	hotality	Weltreise durch Deutschland
Die Vollgas Cops - Auf dem Highway ist der Teufel los	hotality.	WER RECHNET SCHON MIT LIEBE
	hotelido	Wie die Wilden - Deutsche im Busch
	hotelity	Wolnzacher Zeitung
	hotelity.	
	ido	
	KraftWagen	
	Kraftwagen	
	Kraft-Wagen	

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 753 erscheint am 28.12.2005 **Anzeigenschluss:** 23.12.2005, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 756 erscheint am 17.01.2006 **Anzeigenschluss:** 13.01.2006, 10 Uhr

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Schutzrechte und Symbole Teil 2: ® Registered

Das auch als „R im Kreis“ beschriebene hochgestellte „®“, das aus dem anglo-amerikanischen Rechtskreis stammt, fügen Markeninhaber gern an ihre Produkte oder den Namen ihrer Unternehmen an. Neben der Werbefunktion macht es deutlich, dass der Begriff durch einen Markeneintrag geschützt ist. Gleiches gilt für die Kennzeichnung mit den Worten „registered Trademark“. Menschen, die mit der so gekennzeichneten Marke in Kontakt kommen, sind gewarnt, dass hier gewerbliche Schutzrechte bestehen. Eine Pflicht, die Marken zu kennzeichnen, existiert aber nicht.

Diana Nickel, Sprecherin des Deutschen Patent- und Markenamtes stellt für den deutschen Rechtskreis klar: „Die Benutzung dieses Zeichens ist nach Ablauf der Widerspruchsfrist ab rechtskräftiger Eintragung möglich.“ Eine vorherige Benutzung kann wettbewerbsrechtliche Konsequenzen haben. Dass eine Anmeldung alleine noch keine Schutzwirkung hat und deshalb mit dem Registerhinweis zu warten ist, gilt neben Deutschland auch in den Vereinigten Staaten und den meisten westeuropäischen Staaten wie beispielsweise Frankreich, Großbritannien, Spanien, Ita-

lien oder Schweden. Typischerweise werden aber auch „Eingetragene Marke“ (DE), „registered in U.S. Patent and Trademark Office“ bzw. „Reg. U.S. Pat. & Tm. Off.“ (USA), „Marque déposée“ (FR), „Registered Trade Mark“ (GB), „Marca Registrada“ (ES), „Marchio registrato“ (IT), „Registrerat Varumärke“ (SE) an den Marken angebracht.

Die gesetzlichen Regelungen sowie die Rechtsprechung in den einzelnen Ländern weichen voneinander ab. Während der United States Code, Kapitel 15, Sec. 1111, beispielsweise die aktuelle Kenntnis der Eintragung oder einen der genannten Eintragungshinweise verlangt, findet sich im deutschen Markengesetz kein vergleichbarer Hinweis. Da das Symbol dennoch verwendet wird, haben sich auch die Gerichte schon mit dem Problem beschäftigt: In dem Urteil 1 HK O 1755/03 vom 23. Juli 2003 entschied das LG München beispielsweise: „Das Zeichen ® darf der Inhaber einer Marke auch für solche Produkte verwenden, für die das Kennzeichen gar nicht geschützt ist, vorausgesetzt, er verwendet das Zeichen gleichzeitig für geschützte Produkte.“

Zur Bedeutung als Eintragungshinweis in Deutschland finden sich in der juristischen

Literatur verschiedene Stimmen. In dem BGH-Urteil Epigran II aus dem Jahr 1970 wurde die Hinzufügung des Symbols für eine rechtserhaltende Benutzung beispielsweise verneint. Das Symbol kann jedoch nach dem Markengesetzkommentar von Ingerl/Rohnke, § 26 Rn. 72 unter Verweis auf die Bundespatentgerichtsentscheidung Antistin aus dem Jahr 2000, „in Grenzfällen der Einstufung eines Zeichens als nicht herkunftshinweisendes Bestellzeichen oder als beschreibende Angabe entgegenwirken oder die Verwendung eines Unterneh-

menskennzeichens gleichzeitig auch als Marke zumindest verdeutlichen.“

Fazit: Nach dem Motto, schaden kann es nicht, man kann nur gewinnen, sprechen wohl mehr Gründe dafür, um mit dem „R im Kreis“ auf die Eintragung hinzuweisen. Aber Achtung: Gestattet ist die Kennzeichnung erst ab Eintragung in das Markenregister. Soll die markierte Ware exportiert werden, lauern Gefahren, wenn die Marke nicht im jeweiligen Register eingetragen ist.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Heidi Klum wegen Urheberrechtsverletzung vor Gericht

Zwei New Yorker Modemacherinnen verklagen Heidi Klum. Sie werfen dem deutschen Top-Model vor, das Konzept seiner amerikanischen Erfolgsshow „Project Runaway“ abgekupfert zu haben. Die Designerinnen Cynthia Rodriguez und Elisabeth Marie Anne Zwiebach behaupten, sie hätten Klums Agenten im Jahr 2003 ein 40-seitiges und urheberrechtlich geschütztes Show-Konzept mit Namen „American Runaway“ vorgelegt. Dieses sei damals abgelehnt worden. Wenig später kam dann die Show „American Runaway“ auf den Fernsehmarkt. In der von

Klum 2004 zum ersten Mal und mit großem Erfolg moderierten Fashion-Sendung werden Nachwuchsdesigner gesucht und ausgezeichnet. Wie Associated Press berichtet, sehen Rodriguez und Zwiebach in der Unterhaltungssendung eine Verletzung ihrer Autoren- und Urheberrechte.

Neben Klum verklagen sie auch NBC Universal und Walt Disney, die an der Produktion der Sendung beteiligt sind. Ungeachtet der Klagen wird die neue „Project Runaway“-Staffel ab dieser Woche ausgestrahlt.

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

STARS auf vier Pfoten

in allen möglichen Schreibweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medienerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher, Zeitschriften und andere Printmedien, Veranstaltungen, Shows und Dienstleistungen aller Art.

**Hackl & Krückl Entertainment,
Stadtgraben 29 a, 94315 Straubing**

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

Let's dance Lets dance

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien einschließlich Merchandising.

**RTL Television GmbH,
Aachener Straße 1036, 50858 Köln**

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

Die Krähen Der Familienschreck Papa Bulle - Eine Familie zum Schießen Wie die Wilden - Deutsche im Busch

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

**SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH,
Oberwallstraße 6, 10117 Berlin**

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

Die Vollgas Cops - Auf dem Highway ist der Teufel los

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, 15 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Das Übungsheft für das tägliche Fünf-Minuten-Training

als Einzel- und Reihentitel in allen Wortkombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Haupt- oder Untertitel, in allen sonstigen Verbindungen, Zusammensetzungen sowie mit allen Zusätzen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse und elektronische Medien, Softwareerzeugnisse, Netzwerke einschließlich Multimediaanwendungen (Online- und Offline-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet), öffentliche Veranstaltungen wie Messen und Ausstellungen sowie Plakate, Prospekte, Aufkleber und Merchandising in jeder Form sowie Dienstleistungen aller Art.

**Anwaltskanzlei Geiger, Mattern & Schmitz,
Im Grün 3, 79098 Freiburg i. Br.**

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

Delicious Player

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, sowie Bild- und Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, 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.

**Dr. Christian Koch,
Alsterchaussee 13, 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 Titelschutz in Anspruch für:

Die weissen Felsen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**POLYPHON Film- und Fernsehgesellschaft mbH,
Jenfelder Allee 80, 22039 Hamburg**

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

Flummi

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Ulrika Verlag,
Karin Neumert-Marutschke & Ulrike Wiegand GbR,
Hellmundstraße 45, 65183 Wiesbaden**

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

Weltreise durch Deutschland

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Sellhorn GmbH,
Spaldingstraße 110, 20097 Hamburg**

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

DIA

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

**Röhm GmbH & Co. KG,
Kirschenallee, 64293 Darmstadt**

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

The Power of our Protective Wings

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sonstige digitale Medien, einschließlich On- und Offline-Dienste, Multimediaanwendungen und Internet.

**Graf von Westphalen Bappert & Modest,
Dr. Walter Scheuerl,
Große Bleichen 21, 20354 Hamburg**

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

Das Gold der roten Erde

- Als Goldsucher im australischen Busch

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 eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für folgenden Titel:

THE CHEAT REPORT

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Film, Fernsehen, Hörfunk, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Druck- und Softwareerzeugnisse, Spiele, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien und -Produkte sowie Internet.

**Rechtsanwälte PSP Pietzko · Siekmann · Pietzko,
Bachemstraße 8, 50676 Köln**

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

Kraftwagen Kraft-Wagen Der Kraftwagen Der Kraft-Wagen KraftWagen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**SNP Schlawien - Naab Partnerschaft,
RA Arne Trautmann,
Briener Straße 12 a, 80333 München**

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:

Filme auf Pocket PC Filme aufs Handy Filme auf iPod

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für sämtliche Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Online-Dienste.

**bhv Software GmbH & Co. KG,
Novesiastraße 60, 41564 Kaarst-Büttgen**

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

Crashkurs Musikmanagement FL Studio in der Praxis Designrecht - Die Antworten

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

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

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

Digital Magazin Digital Lifestyle Magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen. Zur Verwendung in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-Rom, CD-I, Offline- und Online-dienste und sonstige Online-Medien und Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**CrossMediaTec GmbH & Co. KG,
Stresemannstraße 46, 27570 Bremerhaven**

Unter Hinweis auf § 5 III MarkenG nehmen wir im Mandantennamen Titelschutz in Anspruch für

hotelity. hotelity hotality. hotality

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für Druckerzeugnisse und andere Medien wie Film, Fernsehen, Software und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen und Internet-Domains.

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

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

DENN DEINE SPRACHE VERRÄT DICH AUF DASS IHR NICHT GERICHTET WERDET UND GOTT WAR DAS WORT Romasanta - Auf den Spuren der Bestie ALLES ÜBER ANNA Endlich Samstag!

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:

ido hotelido gastroido travelido

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, in entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Bücher und alle Printmedien, Lernheft, Lernsoftware, Merchandising, Druckerzeugnisse, Dienstleistungen, Ton-, sowie Bild- und Datenträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste, CD-Rom, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Domain-Bezeichnungen in Intra- und Internet, sowie öffentliche Veranstaltungen und Zeitschriften.

**hotelido e.K.,
Bismarckallee 17, 79098 Freiburg**

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

feel

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Marko Dörre,
Rödingsmarkt 52, 20459 Hamburg**

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

Sternenzeit

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Marko Dörre,
Rödingsmarkt 52, 20459 Hamburg**

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

Metropolzeitung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hans-Ulrich Felmberg,
Asterweg 5, 29690 Schwarmstedt**

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

Der kleine Hundekönig

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BRINK & PARTNER, Partnerschaft,
Rathausstraße 1, 24937 Flensburg**

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

WER RECHNET SCHON MIT LIEBE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**WUESTHOFF & WUESTHOFF
Patent- und Rechtsanwälte,
Schweigerstraße 2, 81541 München**

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

Robot Robots

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Spiros Angelis,
Lutonstraße 6, 38444 Wolfsburg**

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

AUTO TV Autosender

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen sowie alle elektronische Medien, insbesondere auch Online- und Offline-Dienste (z.B. Internet), Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**INFOkontor GmbH,
Bodinusstraße 1, 50735 Köln**

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

MESSEIMPULS

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Kombinationen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und 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, MD, Offline- und Online-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**MW 23 Agentur für Promotion & Kommunikation,
Mühlenweg 23, 30826 Garbsen**

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 japanische Meta- und Psychobiologische Physik

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Josef Hilger,
Thürmchenswall 61, 50668 Köln**

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

domainregistry

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, zur Verwendung in allen Medien, sowohl Offline als auch Online.

**Secura GmbH,
Am Alten Posthof 4-6, 50667 Köln**

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

Gallery & Decoration

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Zusätzen sowie Kombinationen zur Verwendung in allen Medien.

**Verlag Matthias Ritthammer GmbH,
Andernacher Straße 5a, 90411 Nürnberg**

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

Hauptstadtader Deine Stadt lebt! Stylehafen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hauptstadtader GbR // Kündiger & Lösch GbR,
Rungestraße 22-24, 10179 Berlin**

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

FABULOUS MODEL MANAGEMENT/ FABULOUS MODELS FABULOUS ENTERTAINMENT

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**MBO Media GmbH,
Sudetenring 184 f, 63303 Dreieich**

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

Wolnzacher Zeitung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Donaukurier Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG,
Stauffenberg Straße 2 a, 85051 Ingolstadt**

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

www.new-business.de

20. Dez. 2005

Woche 51

Nr. 752

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Geschäfts-/Seitenteilanzeigen: 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 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.



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 178,- 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

Nebendahlstraße 16 • 22041 Hamburg
Telefon 040/60 90 09-61 • Telefax 040/60 90 09-66
angela.lautenschlaeger@presse-fachverlag.de
www.presse-fachverlag.de