

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## „Mein Schwiegerpapa, Allah und ich“ und 64 weitere Titel für die Medien-Welt

Bei der ProSieben Television GmbH stehen Comedy-Programme nach wie vor hoch im Kurs. Das lassen die beiden Titelschutz-Anmeldungen „Mein Schwiegerpapa, Allah und ich“ sowie „Zivile Jungs – Helden in Unterhosen“ vermuten. Schon beim Lesen huscht zumindest ein Schmunzeln übers Gesicht. Die Kollegen bei der ProSieben-Schwester K1 Kabel 1 Fernsehen GmbH hingegen haben offenkundig das spannungsgeladene Genre im Visier mit Titeln wie „Sue Thomas – FBI“ oder „Red Cap – Eine Frage der Ehre“.

Bei der teamWorx Television & Film GmbH in Potsdam nimmt Nico Hofmann nach den Top-Erfolgen „Die Luftbrücke“ und „Der Tunnel“ (beides lief bei SAT.1) eine weitere Großproduktion

in Angriff „Flucht und Vertreibung“, Teil 1 „Abschied vom Sommer“ und Teil 2 „Aufbruch in einen Neuanfang“. RTL wird uns dieses Jahr ebenfalls mit einer Nico Hofmann-Produktion beglücken: In „Die Sturmflut“ lässt der Doku-Drama-Spezialist das Jahr 1962 in Hamburg wieder lebendig werden.

Der Hamburger Verlag BELLEVUE AND MORE plant offenbar sein erfolgreiches mediales Immobilien-Portfolio in Richtung Golf auszuweiten und meldet den Titel „Fairway Living“ zum Schutz an. In der vorangegangenen Ausgabe (Nr. 755 vom 17. Jan. 06) war mit den „Golf-Ladies“ die Golfer-Zielgruppe ebenfalls dabei. Sehen Sie selbst, welche weitere Titel-Ideen in dieser Ausgabe auf Sie warten. (ps)

## Glücksspiel für Lotto?

BGH verhandelt über Löschung der Lotto-Marke – Bundespatentgericht hatte der Marke das Kerngeschäft verweigert - OLG Hamburg schränkte Markenschutz weiter ein.

„Gewinnen ist ganz einfach.“ So wirbt Lotto-Hamburg auf seinen Internetseiten. Aber nicht vor Gericht, heißt das Resümee aus den bisherigen Verfahren um den Begriff „Lotto“. Am 19. Januar 2006 verhandelt der Bundesgerichtshof in Karlsruhe (Az: I ZB 11/04), ob das Wort exklusiv von den insgesamt 16 deutschen Lottoveranstaltern genutzt werden darf. Bisher jedenfalls haben sich die Lotteriegesellschaften bei dem Gang durch die Instanzen verzockt. Zwar wurde die umstrittene Lotto-Marke mit der Nummer Nr. 396 38 296 im Jahr 1997 in das deutsche Markenregister

eingetragen, seit 2000 wurden jedoch insgesamt drei Anträge mit dem Ziel, die Marke aus dem Register wieder zu tilgen, gestellt.

Einer Teillöschung der Marke durch das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) setzten die Patentrichter (Az: 32 W (pat) 309/02) noch eins drauf. Sie strichen das Kerngeschäft von Lotto, die „Organisation, Veranstaltung und Durchführung von Lotterien und anderen Geld- und Glücksspielen“ aus dem Register. Hat diese Entscheidung Bestand, könnte die Lotto-Konkurrenz den bisher monopolisierten Begriff künftig ungestraft nutzen. Gerade der Internet- und Handyspielmärkte entwickelt sich derzeit rasant.

Quelle:  
[www.markenbusiness.de](http://www.markenbusiness.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](http://www.iprguard.de), E-Mail: [info@iprguard.de](mailto:info@iprguard.de), Tel. 04131-225 600-0  
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter [www.researcher24.de](http://www.researcher24.de)

24. Jan. 2006

Woche 04

**Nr. 756**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Diese Woche: 65 Titel

**Abnehm-Duell**  
AnzeigenTV  
Arbeitnehmer.de

**Basel II - Rating für Arztpraxis**

**Celebrity Poker Showdown**  
CME audio  
Cologneonline  
Cologne-online  
Core

**Das Grosse Prominenten Pokern**  
Das Negergrab  
Der Grosse Promi Poker Showdown  
DIE INTELLIGENZ DER  
SCHÖPFUNG/FASZINATION BIONIK  
Die Jugendherbergen  
Die Spielarena  
DieJugendherbergen  
Die-Jugendherbergen  
DUO

**Fairway Living**  
FASZINATION BIONIK  
FASZINATION BIONIK/DIE INTELLIGENZ  
DER SCHÖPFUNG  
Flucht und Vertreibung, Teil 1: Abschied  
vom Sommer

Flucht und Vertreibung, Teil 2: Aufbruch in  
einen Neuanfang

**Glücksplaner**  
gtr ave  
gtr avenue  
guitaravenue  
guitarstreet

**Halbzeiträtsel**  
Healing Concepts  
HOCHZEIT.EU  
Home TV

**INTELLIGENZ DER SCHÖPFUNG**  
INTELLIGENZ DER  
SCHÖPFUNG/FASZINATION BIONIK

**KleinanzeigenTV**  
KNIPP

**Ladies**  
Lady  
leichter leben  
Lieblingstorten  
Luna TV

**Mein Schwiegerpapa, Allah und ich**  
Mensch Bayer!

**Pfeif auf den Titel**  
Pfeif auf die WM - Den Titel gibt's auf DVD  
Pfeif auf die WM - Hol Dir den wahren Titel

**Rätsel Revue**  
Raw  
Red Cap - Eine Frage der Ehre  
Ridin  
Rundum hergesund

**Scheiß auf den Titel**  
Scheiß auf die WM - Den Titel gibt's auf  
DVD  
Scheiß auf die WM - Hol Dir den wahren  
Titel  
Spielarena  
Star Poker  
Star Poker Showdown  
Sue Thomas - FBI

**Tortenträume**  
Traumtorten  
Trend Thema TGA  
TV Home

**VIP Das Ostholsteinmagazin**

**WM-freie Zone**

**Zivile Jungs - Helden in Unterhosen**

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

**[www.new-business.de](http://www.new-business.de)**

## Der Titelschutz Anzeiger

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 757 erscheint am 31.01.2006 **Anzeigenschluss:** 27.01.2006, 10 Uhr

## Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 759 erscheint am 14.02.2006 **Anzeigenschluss:** 10.02.2006, 10 Uhr

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Streit um Gattungsbegriff und Wirkung des Lotteriemonopols

Gestritten wird einmal mehr, ob Lotto nicht ein Gattungsbegriff sei und ob das Wort nicht lediglich ein Produkt beschreibe. Die juristische Überlegung leuchtet ein: ein Begriff, der zur Beschreibung eines Produkts verwendet wird, kann keine eingetragene Marke sein. Damit könnte der Begriff auch im Geschäftsverkehr von jedem verwendet werden. Sollten die BGH-Richter diese Einschätzung teilen, müssten sie sich aber mit der Auswirkung des Lotteriemonopols auf das Markenrecht auseinandersetzen. Die Gesetze sehen vor, dass bei überwiegender Bekanntheit einer Marke, eine Eintragung und damit ein Markenschutz dennoch möglich sei. Das Problem: Lotto war aufgrund seines staatlich garantierten Monopols nicht angreifbar. Die Entscheidung dürfte auch für weitere Verfah-

ren von Bedeutung sein. In einem BGH-Beschluss aus dem Jahr 2002 (Az: I ZR 305/01) heißt es, dass die Rechtsbeständigkeit der Klagemarke „LOTTO“ offen sei. „Das Verfahren wird bis zur rechtskräftigen Entscheidung über den Antrag der L. GmbH auf Löschung der Wortmarke „LOTTO“ ... ausgesetzt.“ Die Lottogesellschaften hatten ihre Marke mit zahlreichen Abmahnungen verteidigt, was mehrere Gerichtsverfahren wie beispielsweise „LottoTeam“ oder „Freelotto“ zur Folge hatte. Nach der markenmäßigen Beschneidung des Kerngeschäfts durch das Bundespatentgericht hatte Lotto trotzdem angekündigt: „Der Deutsche Lottoblock wird die Marke weiterhin gegen Verletzungen verteidigen.“

Quelle:  
[www.markenbusiness.de](http://www.markenbusiness.de)

## OLG Hamburg begrenzt Lotto-Marke auf das Lotteriewesen

Vor dem Oberlandesgericht Hamburg (Az: 5 U 94/04) hatten die Lottogesellschaften im Kampf um ihre Marke erst kürzlich ebenfalls einen Dämpfer erlitten. Die Hamburger Richter urteilten

zweiter Instanz, dass künftig für bestimmte Dienstleistungen unter der Marke Lotto wie beispielsweise die „Veranstaltung von sportlichen Wettbewerben und sonstigen kulturellen Aktivitäten“ der

einschränkende Zusatz „im Lotteriewesen und für andere Geld- und Glücksspiele“ zu verwenden sei. „So viel Glück für so wenig Geld!“ ist ein weiterer Werbespruch auf den Hamburger Internet-Lotoseiten. Wenn sich das Blatt

vor dem BGH wieder zu Gunsten der Lottogesellschaften wendet, kann man das auch Glück für wenig Geld nennen. Die Kosten trägt ja bekanntlich der Verlierer.

Quelle:  
[www.markenbusiness.de](http://www.markenbusiness.de)

## VW gewinnt Logo-Streit

Der Urheber des weltbekanntesten VW-Logos heißt nicht Nikolai Borg. Seine Klage gegen den Wolfsburger Autokonzern wies das Wiener Handelsgericht jetzt zurück. Die Richter bestritten zwar nicht, dass Borg in den dreißiger Jahren Entwürfe gezeichnet und auch geliefert habe. Entstanden sei das Logo jedoch schon lange vorher.

Der aus Schweden stammende und heute in Tirol lebende 86-jährige Borg hatte im Sommer diesen Jahres gegen VW geklagt, weil er eine gerichtliche Anerkennung seiner Urheberschaft an dem Logo erwirken wollte. Es ginge ihm dabei nicht um Geld, sondern um die „historische Wahrheit“, verkündete sein Anwalt. Derzufolge sei der Grafiker Borg 1939 vom damaligen Reichsminister Fritz Todt beauftragt worden, Entwürfe für das VW-Erkennungszeichen anzufertigen. Nach der Lieferung habe man ihn allerdings bis zum „Endsieg“ vertröstet. Als Borg sein Logo 1943 an ei-

nem Auto der Wehrmacht entdeckte, fühlte er sich übergangen.

Die rund 60 Jahre später von ihm eingereichte Klage blieb jedoch erfolglos. Das Gericht gab VW Recht. Ein gewisser Ludwig Hohlwein habe bereits 1920 entsprechende Logos gestaltet, sagte der Urheber- und Patentrechtsexperte Michel Walter. Als Erfinder des VW-Zeichens sei jedoch Franz Xaver Reimspieß anzusehen, dessen „Ur-Zeichen“ bereits 1938 als Marke angemeldet worden sei. Ein weiter entwickeltes Zeichen, das die Buchstaben in einem so genannten Strahlenkranz zeigte, war laut Walter Mitte April 1939 auf Radkappen bei der Berliner Autoausstellung zu sehen. Borgs Anwalt Meinhard Ciresa wollte den Urteilspruch vorerst nicht kommentieren. Er wolle den Text erst einmal gründlich studieren, bevor man über weitere Schritte nachdenke.

Quelle:  
[www.markenbusiness.de](http://www.markenbusiness.de)

**Rund 40.000 Titel!**

Recherchieren Sie kostenlos unter:

**[www.titelschutzanzeiger.de](http://www.titelschutzanzeiger.de)**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

## **AnzeigenTV KleinanzeigenTV**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Printmedien, elektronische und digitale Medien, Hörfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie Offline-, Online- und Audiotextdienste und das Internet.

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

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

## **Fairway Living**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Schriftarten, Titelkombinationen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Online-Dienste, sowie für Datenträger aller Art, insbesondere CD-ROM, CD-I und DVD.

**BELLEVUE AND MORE GmbH,  
Alsterufer 1, 20354 Hamburg**

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

## **Mein Schwiegerpapa, Allah und ich Zivile Jungs - Helden in Unterhosen**

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 unsere Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für:

## **Die Jugendherbergen DieJugendherbergen Die-Jugendherbergen**

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 Titelschutz in Anspruch für ein Lifestyle-Magazin:

## **Core Ridin Raw**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und in allen Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, sowie alle elektronischen 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.

**Redaktion und Verlag ad/press,  
An der Alster 47, 20099 Hamburg**

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

## **Luna TV**

in allen möglichen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten, Wort- und Zeichenverbindungen, Zusammensetzungen, Titelkombinationen und entsprechenden Untertiteln für Druckerzeugnisse, Printmedien, Software, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD, elektronische, digitale und audiovisuelle Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste, Online-Medien, Telekommunikation und -dienstleistungen (insbesondere SMS, WAP, Unified Messaging Systems), Multimediaprodukte, Multimediaanwendungen, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen aller Art und in jeder Form.

**Fernsehvergnügen Film- und  
Fernsehproduktion KG,  
Ulmenstraße 2, 22299 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

## **VIP Das Ostholsteinmagazin**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und in allen Medien (insbesondere Print- und Onlinemedien).

**Ostholsteiner Satz- und Werbeagentur,  
Schloßstraße 5-7, 23701 Eutin**

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

## **Trend Thema TGA**

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

**Kanzlei Kötz,  
Blumenstraße 7, 40212 Düsseldorf**

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

## **Red Cap - Eine Frage der Ehre Sue Thomas - FBI**

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

**K1 Kabel 1 Fernsehen GmbH,  
Gutenbergstraße 1, 85774 Unterföhring**

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

## **Home TV TV Home**

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

**Don Medien Filmproduktions GmbH,  
Fidicinstraße 3, 10965 Berlin**

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

## **Traumorten Tortenträume Lieblingstorten DUO Lady Ladies Rätsel Revue Halbzeiträtsel**

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Zusätzen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, grafischen Darstellungen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, in allen Medien einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger sowie Software- und Druckereierzeugnisse aller Art, insbesondere Zeitschriften, Zeitungen, Magazinen und Büchern sowie Hörfunk, Film, Fernsehen und elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, Merchandising.

**Rechtsanwalt Dr. Andreas Keil LL.M.,  
Rosenstraße 49, 40479 Düsseldorf**

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

## **Cologneonline Cologne-online**

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckerzeugnisse aller Arten und Formen, Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Software, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien, Kommunikationssysteme; Informationsdienstleistungen und -systeme, Internet, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Unterhaltungsshow, Events, Musikdarbietungen sowie Bühnenshow, weiterhin Dienstleistungen, Merchandising in jeglicher Form, Domain-Bezeichnungen im Internet und Intranet.

**KÖLN-ONLINE ISBONET e.K.,  
Hüttenfeld 1, 51427 Bergisch Gladbach**

# 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

## **Abnehm-Duell**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Greinwalder & Partner Marketing Services GmbH,  
Valentin-Linhof-Straße 8, 81829 München**

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

## **Healing Concepts**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Angela Zimmer, Unkelerstraße 21, 50939 Köln,  
Dr. Dr. Sarah B. Schons,  
Ackerstraße 198, 40233 Düsseldorf**

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

## **Arbeitnehmer.de**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Roland Seiber,  
Ostendstraße 72, 70188 Stuttgart**

## **Wiederholung und 50% Rabatt?**

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

**Fon: 040 / 609 009 - 61**

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

## **Glücksplaner**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**IMV-Verlag GmbH & Co. KG,  
Breitwiesenstraße 28, 70565 Stuttgart**

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

## **Das Negergrab**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und in allen Medien.

**Manfred Schröder,  
Berliner Straße 16, 32602 Vlotho**

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

## **Rundum herzgesund**

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.**

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

**INTELLIGENZ DER SCHÖPFUNG  
FASZINATION BIONIK  
INTELLIGENZ DER SCHÖPFUNG/  
FASZINATION BIONIK  
DIE INTELLIGENZ DER SCHÖPFUNG/  
FASZINATION BIONIK  
FASZINATION BIONIK/DIE  
INTELLIGENZ DER SCHÖPFUNG**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Georg Oswald,  
Ledererstraße 17, 80331 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 für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

## **Basel II - Rating für Arztpraxis (Fakten, Checklisten, Praxisbeispiele)**

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen für Druckwerke, für Ton-, Bild-, Datenträger, elektronische Medien (einschließlich Rundfunk, Multimedia-Produkte, Tele- und Mediendienste) sowie für alle sonstigen Medien.

**RAe Romatka & Collegen, Dr. Gero Himmelsbach,  
Tengstraße 45, 80796 München**

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

## **leichter leben**

in allen Schreibweisen, Darstellungen und Zusammensetzungen für Medien, insbesondere Printmedien und/oder elektronische Medien, Hörfunk, Film und Netzwerke, On-Line-Dienste sowie für Bild-, Ton- und Datenträger.

**Rechtsanwälte - Notare BERGMANN & MERZBACH,  
Büro Berlin-Spandau,  
Pichelsdorfer Straße 61, 13595 Berlin**

## **Der BGH forderte 1989:**

Damit eine Titelschutzanzeige wirksam wird, muss sie die „betroffenen Verkehrskreise auf einfachste Weise“ erreichen (BGHZ 108,89). Der Titelschutz Anzeiger erfüllt diesen Leistungsanspruch mit einem seit über zehn Jahren sorgfältig gepflegten und qualifizierten Empfängerkreis im Bereich Printprodukte und elektronischen Medien.

**[www.titelschutzanzeiger.de](http://www.titelschutzanzeiger.de)**

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

## **CME audio**

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

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

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

**Scheiß auf den Titel  
Pfeif auf den Titel  
Scheiß auf die WM -  
Hol Dir den wahren Titel  
Scheiß auf die WM -  
Den Titel gibt´s auf DVD  
Pfeif auf die WM -  
Hol Dir den wahren Titel  
Pfeif auf die WM -  
Den Titel gibt´s auf DVD  
WM-freie Zone**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien.

**FAM GmbH,  
Deichstraße 19, 20459 Hamburg**

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

**Celebrity Poker Showdown  
Star Poker  
Star Poker Showdown  
Das Grosse Prominenten Pokern  
Der Grosse Promi Poker Showdown**

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.

**Schertz Bergmann Rechtsanwälte,  
Kurfürstendamm 53, 10707 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

**gtr ave  
gtr avenue  
guitaravenue  
guitarstreet**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Bode Media,  
Kaiserstraße 106, 32130 Enger**

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

**HOCHZEIT.EU**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Printmedien, Internet, TV, Online-Dienste und Multimedia-Produkte (z.B. CD-ROM)

**weddix GmbH,  
Lorenz-Huber-Straße 9 a, 85540 Haar**

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, Untertiteln und/oder 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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

**Mensch Bayer!**

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 Titelschutz in Anspruch für

**KNIPP**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Softwareerzeugnisse, Off- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien, Internet, Telekommunikationsdienstleistungen einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP und digitale Datenträger, CD-ROM, CD-I, DVD, MD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate.

**Knipp Medien und Kommunikation GmbH,  
Martin-Schmeißer-Weg 9, 44227 Dortmund**

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

**Flucht und Vertreibung, Teil 1:  
Abschied vom Sommer  
Flucht und Vertreibung, Teil 2:  
Aufbruch in einen Neuanfang**

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, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**teamWorx Television & Film GmbH,  
Dianastraße 21, 14482 Potsdam**



24. Jan. 2006

Woche 04

**Nr. 756**

# 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,

Peter Strahlendorf (ps), -0

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

© 2006 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.

der neue vertrieb  
Magazin für Press-Marketing und Vertrieb

**dnv**

Zeitschriften  
Der VDZ sucht Wege  
aus der Sackgasse  
Frühremission

Zeitungen  
MITTELDEUTSCHE ZEITUNG:  
Leserbindung durch  
Personalisierung

Service  
Ladenbau-Konzepte:  
Produktinszenierung  
und Erlebnisverkauf

Bücher  
Carlsen baut neuen  
Programmbereich  
Cartoon auf

Verkehrsstationen:  
Premium-Outlets für  
Presse und Bücher

**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

# 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:** \_\_\_\_\_