

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Vom fernöstlich geprägten „Zen und Sinnlichkeit“ über die „Next Generation“ bis „Bester Hobbykoch Deutschlands – 80 Titel-Ideen beweisen Vielfalt und Einfallsreichtum

Deutschlands Medien-Szene zeigt sich in dieser Woche von frischer Lebendigkeit. Offenbar angeregt vom Erfolg der Koch-Shows im Fernsehen und der Palette von Zeitschriften rund um das Thema Essen und Genuss setzt die Agentur wz-marketing aus Weissach auf den Titel „bester hobbykoch deutschland“. Die Bochumer Back Media Verlagsgesellschaft mbH geht mit ihrem Titel „Back Report“ zwar auch in die Genuss-Welt, aber doch mehr in das Profi-Lager. Den dazu gehörigen Technik-Part stellt ein Mandant der Münchner Rechtsanwälte Taylor Wessing in den Mittelpunkt seiner Titelschutz-Anmeldungen: zu denen neben „Mixer & Co“ auch „Wok & Go“ oder „Wok Magazin“ gehören. Mit dieser Basis in Sachen Kochen und Backen kann die hera Verlag und Agentur e.K. aus Köln getrost über „Feiern in NRW“ sowie Schleswig-Holstein Hamburg und Bremen nachdenken.

Die Zielgruppe Jugend hat ein Mandant des Münchner Rechtsanwalts Berthold Wesle mit gleich vier Titel-Varianten

rund um den Begriff „Jugendzeitung“ im Visier. Eine Mandantin der Rechtsanwältin Taylor Wessing, ebenfalls München, packt das Thema „Next Generation“ an, was mit der Jugend zu tun haben kann, aber ebenso gut zu Computern oder zu Science Fiction passt.

Karl Mays „Schatz im Silbersee“ dürfte das Hamburger ASL Animationsstudio Ludwig GmbH & Co. zu drei Silbersee-Titel-Ideen animiert haben. Gespannt warten wir darauf, was sich hinter Titeln wie „Die Legende vom Silbersee“, „Das Amulett vom Silbersee“ oder „Das Geheimnis vom Silbersee“ verbirgt.

Das schier unerschöpfliche und immer wieder reizvolle Spektrum von Beziehung und Emotion schlägt sich diesmal in folgenden Titel-Ideen nieder: Ein Mandant der Münchner Kanzlei Wuesthoff & Wuesthoff fragt „Wer rechnet schon mit Liebe“, während eine Mandantin der Hamburger Rechtsanwälte Raabe Haben Heinemann-Schulte ankündigt „Ich heirate meine Frau“. Die Münchner Kanzlei

ter Meer, Steinmeister & Partner GbR meldet für eine Mandantin Titelschutz für „Zen und Sinnlichkeit“ an, und dass nicht nur auf deutsch, sondern vorsorglich auch gleich in vier weiteren europäi-

schen Sprachen. Da passt dann die Titelschutz-Frage der ProSieben Television GmbH „War ich gut?“ durchaus in den Tenor. Viel Spaß beim Entdecken und Interpretieren der weiteren Titel-Ideen. (ps)

Sparkassen sollen exklusives Recht an ihrem Namen behalten

Im Namensstreit um die Sparkassen hat Angela Merkel deutlich Stellung bezogen und dem Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV) den Rücken gestärkt. Sie sprach sich vergangene Woche in Berlin dafür aus, dass Sparkassen ihr Markenrecht behalten dürften. „Namen sind Markenzeichen, und da muss der Inhalt auch zum Namen passen“, sagte die Kanzlerin. Sie wolle sich auch auf europäischer Ebene dafür einsetzen, dass die Bank exklusive Rechte an ihrem Namen geltend machen könne, hieß es in einer Erklärung der Bundesregierung.

Entzündet hat sich der Namensstreit an den Verkaufsplänen des Landes Berlin, das die Berliner Bankgesellschaft, zu der auch die Sparkasse gehört, im kommenden Jahr an private Investoren veräußern will. Berlin beharrt darauf, dass auch die Bezeichnung „Sparkasse“ übertragen werden kann.

DSGV und Bundesregierung vertreten allerdings eine andere Meinung. Sie berufen sich auf das Kreditwesengesetz, nach dem nur öffentlich-rechtliche Institutionen den Namen „Sparkasse“ tragen dürfen.

In den Streit eingeschaltet hat sich auch die europäische Kommission, nachdem amerikanische Investoren eine Beschwerde gegen das Namensmonopol der Sparkasse eingereicht hatten. Wie das Handelsblatt berichtete wurde diese inzwischen zurückgezogen. Trotzdem wird die EU-Kommission den Fall weiter verfolgen und die Gesetzgebung prüfen. Sie könnte in dem Namensmonopol eine Wettbewerbsbehinderung sehen. Insider gehen davon aus, dass der Fall vor dem Europäischen Gerichtshof landen wird.

Quelle:
www.markenbusiness.de

23. Mai 2006

Woche 21

Nr. 773

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 80 Titel

1001 praktische Umwelttipps

Abenteuer-Edition

Alltägliche Dinge außergewöhnlich eingesetzt

ALT H.-PARTY

ALT HANOVERA

Back Report

besten hobbykoch deutschland

Bettis Bescherung

BROTHERHOOD IV - DIE TÖDLICHE BRUDERSCHAFT

Chances

Chili & Couch

Chili + Couch

Chili und Couch

Das Amulett vom Silbersee

Das Geheimnis von Silbersee

Der Buchheimer

Deutsche Jugendzeitung

Die Deutsche Jugendzeitung

Die große Karaoke Show

Die Jugendzeitung

Die Legende vom Silbersee

Échanger

educate

English in 20 minutes a day

enrich

Ereignisse, die Deutschland veränderten

Feiern in Bremen

Feiern in Hamburg

Feiern in NRW

Feiern in Schleswig-Holstein

Fürchte dich nicht

Geistig fit in täglich fünfzehn Minuten

Handbuch der Tarifverträge für das

Bankgewerbe

Hausgeräte

Ich heirate meine Frau

International Internet Radio Award

International Online Radio Award

Internet Radio Award

Jugendzeitung

Karaoke Show

Karaoke Showdown

Karaoke Star

Kulmbacher Woche

MBA for Engineers

Microsoft Excel - gewusst wie!

Microsoft PowerPoint - gewusst wie!

MittelstandsWeb

MittelstandsWiki

Mixer&Co

mpkey

NEXT

NEXT GEN

NEXT GENERATION

On the radio

Place 2.5

Pressedienst Kreishandwerkerschaft -PDK-

Private Arrangements

Profil - Das bayerische

Genossenschaftsblatt

Starke Fünf

Strong Five

Unsere schönsten Wanderlieder

Unternehmen & Trends

Unterwegs in Deutschland - mit dem Zug

Wähle deinen Hit!

War ich gut?

Wasch&Maschine

WER RECHNET SCHON MIT LIEBE

Whirlpool

WhirlsWorld

Wir Kleindenker

Wok Magazin

Wok&Go

ZEN AND SENSUALITY

ZEN E SENSUALITÀ

ZEN ET SENSUALITÉ

ZEN UND SINNLICHKEIT

ZEN Y SENSUALIDAD

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe:

Nr. 774 erscheint am 30.05.2006

Anzeigenschluss: 26.05.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

Die nächste Ausgabe:

Nr. 776 erscheint am 13.06.2006

Anzeigenschluss: 09.06.2006, 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

Produktpiraterie und die Menschen: Wer daran Schuld hat und wer davon lebt

Produkt- und Markenpiraterie ist ein Phänomen, das vom Bleistift bis zur Weltraumtechnologie fast alle Produkte und Waren betrifft. Sehr viele Leute beklagen das Phänomen und seine Ausmaße, doch kaum jemand wird zur Verantwortung gezogen. In Deutschland musste nach Angaben des Markenverbandes im Jahr 2003 kein Markenpirat ins Gefängnis. Wer verurteilt wird, kommt meist mit einer Geldstrafe davon. Von 2.426 Tatverdächtigen wurden nur 106 verurteilt, 7 davon zu Freiheitsstrafen auf Bewährung.

In China soll es nach den Angaben des Wirtschaftsminister Bo Xilai zwischen 2000 und 2005 immerhin 13.000 Verhaftungen wegen der Verletzung geistigen Eigentums gegeben haben. Angesichts der Ausmaße der Piraterie im Reich der Mitte eine lächerlich geringe Zahl. Allein 300.000 Menschen befassen sich hier nach der gleichen Quelle mit der Verfolgung von Piraterie. Markenbusiness hat am Beispiel China die Frage gestellt, wer kann eigentlich verantwortlich sein und warum?

Sündenböcke für die gefälschten Produkte sind schnell gefunden, der Zirkel der Plagiatoren ist ja auch groß. Komisch ist nur, dass niemand eine Verantwortung zugibt und je nach Gesprächspartner und Eigeninteresse das Augenmerk meist auf andere lenkt.

Hersteller dürsten nach Profiten größer als im Drogenhandel

Die chinesischen Hersteller wollen Profit machen, um jeden Preis. Ein bisschen Verständnis müsse man aber auch haben für sie, weil ja eine ganze Menge Arbeitsplätze daran

hängen. Und in der Tat sprechen die Zahlen, die hierzu aufzutreiben sind, Bände: Wenn 300.000 Leute im Reich der Mitte die Verletzungen geistigen Eigentums verfolgen, gibt es hier global gedacht definitiv mehr Arbeitsplätze, als anderswo verloren gehen. Die europäische Union hat den Verlust von Arbeitsplätzen durch Piraterie einst mit bis zu 100.000 beziffert.

Wer ist schuld: Touristen, weil sie Pirateriewaren kaufen?

Die Auftraggeber sind verantwortlich, weil chinesische Hersteller von selbst nicht auf die Idee kämen zu fälschen, d.h. die Einkäufer aus westlichen Kulturen, die das schnelle Geld mit Plagiaten, Nachahmungen und den vielen legalen, illegalen und grenzwertigen Spielarten suchen. Touristen sind verantwortlich, weil sie sich gierig auf die billigen Markenprodukte stürzen und mit Ihrer Nachfrage erst den Markt erzeugen und am Leben halten. Die Kaufmotivationen sind dabei völlig unterschiedlich und reichen von Schnäppchenjagd, Stolz über ein Schnippchen gegenüber dem mächtigen Markenartikler bis hin zu würde ich mir sonst gar nicht leisten. Chinesische Konsumenten sind auch schuld, wenn sie sich die beworbenen Produkte nicht leisten können, aber der Versuchung einer preiswerten Nachahmung erliegen. Und bei einer gut gemachten Fälschung dürften es sowohl die Touristen als auch die Chinesen auch gar nicht besser wissen.

Piraterie ist kein Kavaliersdelikt - das organisierte Verbrechen mischt mit

Organisierte Kriminelle sind schuld, weil sie ihre Strukturen für den Vertrieb von Plagiaten nutzen und sich seit ein paar Jahren eine neue Einkommensquelle mit Gewinnen, die teilweise sogar höher sein sollen als beim Drogenhandel, sichern. Und tatsächlich gehen auch ein paar Morde auf das Konto der Produktpiraten. Die chinesische Regierung ist verantwortlich, weil sie die Regierung ist. Aber sie kündigt immer wieder Taten an. Das gelingt zwar besser, wenn es um eigene Interessen, wie bei den Merchandisingartikeln in Sachen Olympiade Peking 2008 geht. Doch der Wille scheint da zu sein und der Druck, den beispielsweise die amerikanische Regierung macht ist groß.

China: Die Regierung und die Provinz

Chinesische Provinzfürsten sind aber verantwortlich, wenn sie Piraterie dulden, gelegentlich auch fördern, weil ihre Provinz möglicherweise wirtschaftlich von Piraterieprodukten abhängig ist. Hier kommt die Rede immer wieder auf Guanxi, das spezielle chinesische Beziehungsgeflecht, das auch besondere Abhängigkeiten schafft. Aber auch die Markenartikler selbst werden verantwortlich gemacht. Zum Beispiel weil sie Produkte, die sie nicht absetzen konnten, nach China bringen und preiswert verkaufen und damit dem Billigwahn selbst Vorschub leisten sollen. Oder weil sie den Zoll nicht gut genug informieren und das rechtliche Instrumentarium nicht voll ausschöpfen, weil sie Piraterie teilweise überhaupt nicht verfolgen und durch diese Art der Duldung erst die Möglichkeit zu fetten Pirateriegewinnen schaffen.

Zoll und Markenartikler müssen zusammen arbeiten

Auch der Beitrag des Zolles ist für die Existenz und den Erfolg des Phänomens Produktpiraterie kausal, schließlich kann er nicht alle eingeführten Waren kontrollieren. Doch wenn die Zollbeamten nicht gut genug geschult sind, können sie die Piraterieprodukte schon gar nicht erkennen und jeden Container zu kontrollieren ist nunmal unmöglich. Die Schuldfrage stellt sich erst, wenn die Beamten, in welchem Land der Welt auch immer, bestechlich sind. Zu guter letzt hat auch das Recht und alle die es zu ihrem Beruf gemacht haben kollektiv Schuld, weil es manchmal aufgrund von Verfahrensfehlern oder Rechtsprinzipien nicht möglich ist, einen Piraten zu verurteilen.

Wer noch mitverdient!

Doch das Phänomen Piraterie hört nicht bei den „Schuldigen“ auf. Es gibt auch eine ganze Menge Leute, die mittelbar von der Piraterie oder Ihrer Bekämpfung leben: der Spediteur, der Reeder, der Containerschiffskapitän und seine Mannschaft, Anwälte, die große Zahl von Beratern und diversen Agenturen, Sonderpositionen, wie die des IP-Attachée, den die amerikanische Regierung an diversen Botschaften beschäftigt, Staatsanwälte und Richter, Wirtschaftsdetektive, die Warenvernichter und auch Journalisten, die darüber berichten. Und verwaltet wird die Piraterie auch noch irgendwie und irgendwo. Fazit: Das deutsche Recht kennt die Rechtsfigur des Mitverschuldens, die auch analog auf eine Vielzahl von Fällen angewendet wird. Es kommt dann nur darauf an, die Anteile zu bestimmen.

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:

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 den Zeitungstitel:

Der Buchheimer - Freie Zeitung für freie Leser

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Redaktion Bernd Uwe Hubmann,
Alte Straße 25, 04651 Bad Lausick

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

MittelstandsWiki MittelstandsWeb

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere Printmedien und Online-Medien.

Thomas Jannot,
Kranzhornstraße 4b, 83043 Bad Aibling

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

Wir Kleindenker Ein Plädoyer für die Einfachheit und Vielfalt des Denkens

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Walter Fürst,
Hinterdorf 2, CH-8322 Madetswil

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

Ich heirate meine Frau

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

MBA for Engineers

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Film, Fernsehen, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Software und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On-Line und Off-Line).

Rechtsanwalt Thomas Gottlöber,
Stephanienstraße 19, 40211 Düsseldorf

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

Die Legende vom Silbersee Das Amulett vom Silbersee Das Geheimnis von Silbersee

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

ASL Animationsstudio Ludewig GmbH & Co.
1. Filmproduktion KG,
Alter Teichweg 15, Haus C, 22081 Hamburg

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

Handbuch der Tarifverträge für das Bankgewerbe

jeweils in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Zusammensetzungen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschl. Off-Line und On-Line Dienste einschl. Internet sowie für Bild-, Ton- und Datenträger.

CBH Rechtsanwälte Cornelius, Bartenbach,
Haesemann & Partner GbR,
Bismarckstraße 11-13, 50672 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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Kulmbacher Woche

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Wolfgang Ehrle,
Donnersreuther Weg 3, 95326 Kulmbach**

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

besten hobbykoch deutschland

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**wz-marketing,
Bannholzring 32, 71287 Weissach**

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

Private Arrangements

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Titelkombinationen, Untertiteln für alle elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen aller Art.

**Kanzlei Flick,
Colonnaden 18, 20354 Hamburg**

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

BROTHERHOOD IV - DIE TÖDLICHE BRUDERSCHAFT

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:

War ich gut?

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 die Titel:

ZEN UND SINNLICHKEIT ZEN AND SENSUALITY ZEN ET SENSUALITÉ ZEN E SENSUALITÀ ZEN Y SENSUALIDAD

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- sowie Bild-Ton-Träger, Filmwerke aller Art, einschließlich Fernseh(live)sendungen und Fernsehsendereihen, Hörfunk, Rundfunksendungen und Rundfunksendereihen, Fernsehen, Bühnenwerke aller Art, einschließlich Opern, Operetten, Schauspielstücken und Musicals, Software, Off- und Online-Dienste und Internet, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen, Bücher und alle anderen Printmedien, einschließlich Zeitungen, Zeitschriften, Illustrierte, Magazine, öffentliche Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen jeder Art.

**ter Meer, Steinmeister & Partner GbR,
Patentanwälte,
Mauerkircherstraße 45, 81679 München**

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

Abenteuer-Edition

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:

mpkey

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Medien, Datenträger und Internet.

**Naxos Deutschland Musik & Video
Vertriebs-GmbH,
Michael-Haslbeck-Straße 22, 85640 Putzbrunn**

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

Back Report

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Back Media Verlagsgesellschaft mbH,
Universitätsstraße 74a, 44789 Bochum**

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

place 2.5

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen, graphischen Gestaltungen und mit allen Zusätzen für sämtliche Medien, insbesondere Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich off-line- und on-line-Diensten, sowie sämtliche audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen, Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen in Intra- und Internet.

**PSB RAe Pfeiffer Schneider Breski,
Im Wallgraben 48, 79761 Waldshut-Tiengen**

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

Bettis Bescherung Wähle deinen Hit! Fürchte dich nicht Chili und Couch Chili & Couch Chili + Couch

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.

**Bettina Krause Rechtsanwaltskanzlei,
Hauptstraße 42, 82327 Tutzing**

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

Feiern in NRW Feiern in Schleswig-Holstein Feiern in Hamburg Feiern in Bremen

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereierzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, 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.

**hera Verlag und Agentur e.K.,
Dürener Straße 270, 50935 Köln**

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

échanger

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, in jeglichen graphischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online und Offline-Dienste) sowie für alle Formen von Konzepten, insbesondere städtebaulicher, werblicher und touristischer Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), CD-ROM, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Domain-Bezeichnungen im Internet und Intranet sowie Veranstaltungen, Events und Dienstleistungen aller Art.

**Heitkamp Goldschmiedekunst GmbH,
Obere Königsstraße 14, 34117 Kassel**

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 im Auftrag unserer Mandantschaft für Publikationen im Printbereich und Druckerzeugnisse aller Art, im Bereich der elektronischen, digitalen und sonstigen Medien aller Art sowie Netzwerken einschließlich der Off- und Onlinedienste Titelschutz in Anspruch für

educate enrich

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Variationen, Kombinationen, Abwandlungen sowie Zusätzen.

**RAe Lehmann-Böhm und Peter,
Am Markt 4, 29640 Schneverdingen**

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:

Unternehmen & Trends

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

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

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

Die Deutsche Jugendzeitung Deutsche Jugendzeitung Die Jugendzeitung Jugendzeitung

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 unsere Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für:

on the radio

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, für Bücher und alle Printmedien, sowie für alle weiteren Medien, einschließlich Ton-, sowie Bild-Ton-Träger, Film, Hörfunksendungen, Fernsehsendungen, Software, Off- und Online-Dienste, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische, optische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwälte Bergmann, Morbitzer & Dr. Hüttl,
Schwarzer Bär 4, 30449 Hannover**

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

Karaoke Showdown Karaoke Show Die große Karaoke Show Karaoke Star

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

**Zimmermann Rechtsanwälte,
Am Ringofen 45, 50321 Brühl**

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:

NEXT NEXT GEN NEXT GENERATION

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

**Rechtsanwälte Taylor Wessing,
Isartorplatz 8, 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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für

Starke Fünf Strong Five

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Sven Stuckstedde,
Ückendorfer Straße 82, 44866 Bochum**

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

Chances

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 Titelschutz in Anspruch für

Internet Radio Award International Internet Radio Award International Online Radio Award

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und für alle Medien und Events.

**BRAND YOUR WORLD,
Feilitzsch-Straße 9/RGB, 80802 München**

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

Pressedienst Kreishandwerkerschaft -PDK-

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

**Rechtsanwälte Dr. Gitzinger & Partner,
Großer Markt 8, 66740 Saarlouis**

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

Profil - Das bayerische Genossenschaftsblatt

in allen Wort- und Zeichenverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Abwandlungen, Titelkombinationen, Untertiteln, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, und mit allen Zusätzen in sämtlichen Literatur- und Druckerzeugnissen aller Art und Form, Medien, einschließlich Ton-, Bild- 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- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien, sonstige Multi-Media-Anwendungen, sowie Softwareerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, sonstige CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet, sowie öffentliche Veranstaltungen.

**Genossenschaftsverband Bayern e.V.,
Türkenstraße 22-24, 80333 München**

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

Geistig fit in täglich fünfzehn Minuten Alltägliche Dinge außergewöhnlich eingesetzt

**1001 praktische Umwelttipps
Unsere schönsten Wanderlieder
Unterwegs in Deutschland - mit dem
Zug**

**Microsoft Excel - gewusst wie!
Microsoft PowerPoint - gewusst wie!
Ereignisse, die Deutschland
veränderten**

English in 20 minutes a day

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Printmedien, insbesondere Serien- und Einzelbandtitel sowie Bild-, Daten- und Tonträger, insbesondere Hörbücher.

**Rechtsanwalt Joachim Fauth,
Wilhelm-Blos-Straße 62, 70191 Stuttgart**

23. Mai 2006

Woche 21

Nr. 773

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), -11,

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

© 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.

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

**ALT HANOVERA
ALT H.-PARTY**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für sämtliche Medien.

**Brauerei Herrenhausen KG,
Herrenhäuser Straße 83, 30419 Hannover**

Fon: +49-40/609 009 - 61

Fax: +49-40/609 009 - 66

www.titelschutzanzeiger.de

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:

**Hausgeräte
Wasch&Maschine
Mixer&Co
WhirlsWorld
Whirlpool
Wok Magazin
Wok&Go**

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

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

**Rund 45.000 archivierte Titel !
Recherchieren Sie kostenlos unter**

www.titelschutzanzeiger.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: _____