

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Vom „Berlin Ticker“ über „Die wahrscheinlich sympathischste Zigarette der Welt“ bis hin zur „Zaubertrommel“ – 46 Titel-Ideen präsentieren sich in dieser Woche

Berlin zählt heute zu den großen Metropolen der Welt, zwar kann Deutschlands Hauptstadt weder von der Wirtschaftskraft noch von der Einwohnerzahl mit New York, London oder Paris mithalten, doch für viele Trendsetter in Sachen Kunst und Kultur liegt Berlin heute gleichauf mit New York. Ein Mandant der Berliner Schertz Bergmann Rechtsanwälte sieht in dieser Anziehungskraft besondere mediale Chancen und meldet daher Titelschutz für sechs „Berlin“-Varianten an.

Die Zigarette hatte es in der Vergangenheit nicht leicht, sich gegen das Negativ-Szenario zu behaupten. Vielleicht liefert Michael Kästner aus Hana dem Produkt und den Zigaretten-Herstellern nun mit seinen Titel-Ideen „Die wahrscheinlich sympathischste Zigarette der Welt“ und „Die Zigarette die schmeckt aber nicht qualmt und nicht stinkt“ eine Plattform für eine positive Medien-Präsenz. Die bedrängte Raucher-Gemeinde wird ihm sicher dankbar sein, wenn er ihnen auf diese Weise zu-

mindest medialen Freiraum schafft.

Den sehr phantasievollen Begriff „Zaubertrommel“ nimmt eine Mandantin von Dr. Rainer Kniepkamp von den KLS Rechtsanwälten in Köln ins Visier. Da lässt sich vieles hinein interpretieren: von der Harry-Potter-Welt über das Fantasy-Genre rund um Merlin oder den Herrn der Ringe bis hin zur literarisch hochwertigen Blechtrommel. An dieses Gedanken-Spektrum schließen sich die Titel-Ideen „Ich wünsche Dir Zeit zum Glückhsein“ oder „Noch einmal davongekommen“ fast nahtlos an, die ein Mandant des Stuttgarter Rechtsanwalts Joachim Fauth präsentiert.

Einen volksnahen Stopp-Ball spielt eine Mandantin der Kölner Rechtsanwälte Scheuermann Westerhoff Strittmatter mit dem Titel „Halt Die Fresse“. Da ist wahrscheinlich nicht nur die Redaktion gespannt, wer diesen Titel in welcher Form realisiert. Auf den Faktor

Spannung setzt auch der Berliner Privatsender SAT.1 mit „Am Anfang war es Mord“ und der geheimnisvollen Zahl „99 6000“. Dem Team um SAT.1-Chef Roger Schawinski

ist es immer wieder gelungen, quotenträchtige Thriller auf den Schirm zu bringen. Viel Spaß beim Interpretieren der 46 Titel-Ideen in der vorliegenden Ausgabe. (ps)

München: Dr. Andreas Leupold scheidet bei Nörr Stiefenhofer Lutz aus und gründet Kanzlei für IT-, Marken- Wettbewerbs- und Medien-Recht

Dr. Andreas Leupold, seit 1994 bei Nörr Stiefenhofer Lutz in München, hat in der Isar-Metropole eine Kanzlei für IT-, Marken- und Medien-Recht gegründet. Der 45-jährige Jurist, der bei Nörr Stiefenhofer Lutz als Partner zusammen mit Dr. Peter Bräutigam für das IT-Business verantwortlich war, wird via Kooperationsvereinbarung auch künftig verschiedene Mandate gemeinsam mit Nörr-Anwälten betreuen.

Neben der Vertragsgestaltung und der Projekt-Beratung will sich Dr. Leupold auch dem Feld der Mediation widmen, dass seiner Einschätzung nach auch in Deutschland erheblich an Bedeutung gewinnen wird. Zu den Spezialgebieten der neuen Kanzlei zählen die Bereiche IT-Projekte, E-Commerce, der Techno-

logie-Sektor sowie das Marken- und Medien-Recht. Seine künftige Klientel sieht er nicht nur auf der Anbieter-Seite, sondern auch bei den Anwendern, die vor allem bei der Einführung neuer Softwarelösungen in Unternehmen eine Reihe von rechtlichen Gegebenheiten ebenso beachten müssen wie Aspekte der Projektplanung und -durchführung.

Dr. Leupold ist auch als Referent bei Tagungen, Seminaren sowie Kongressen aktiv und arbeitet als Publizist. So gibt er zusammen mit Prof. Dr. Andreas Wiebe das Loseblatt-Werk „Recht der elektronischen Datenbanken“ (Hüthig Fachverlage) heraus. Die Kanzlei befindet sich in der Kardinal-Faulhaber-Str. 15, 80333 München, Fon: 089/24 22 39 34, E-Mail: al@ra-leupold.de. (ps)

30. Mai 2006

Woche 22

Nr. 774

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 46 Titel

99 6000	Das Beste von Bayern DEM GEHEIMNIS DES LEBENS NAHE	Journal of Children's Orthopaedics
ad2read Am Anfang war es Mord	Der deutsche Kidshitmix Der Herr der Zicken Der Kidshitmix	Liebe dein Geld!
b2 magazine Bayerns Beste Berlin Plus Berlin Ticker Berlin Today BerlinPlus BerlinTicker BerlinToday	Deutsche Radio Philharmonie (Saarbrücken-Kaiserslautern) Die wahrscheinlich sympathischste Zigarette der Welt Die Zigarette die schmeckt aber nicht qualmt und nicht stinkt Disco Fever	Männer Mein ganz besonderer Tag
Camera Magic ChemieReport Mitteldeutschland CLUSTER - Das Wirtschaftsmagazin für Mitteldeutschland CYNAMITE	Europäisches Institut für Corporate Publishing EICP European Institute for Corporate Publishing EICP	Noch einmal davongekommen Pferdesport-TV
Dancing Queen Das Beste an Bayern Das Beste aus Bayern Das Beste in Bayern	Filmgold	Reitergeschichten
	Halt Die Fresse humannews humannews.de	SaarLorLüx SaarLorLüx - Geschichten von nebenan
	Ich wünsche Dir Zeit zum Glücklichein	Was für ein Tag ZAUBERTROMMEL

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 775 erscheint am 07.06.2006 **Anzeigenschluss:** 02.06.2006, 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

Änderung im amerikanischen Markenrecht proviziert Proteste

Freie Meinungsäußerung in Gefahr?

Der amerikanische Künstler Don Steward wurde Anfang des Jahres vom Autokonzern VW abgemahnt, weil er einen Beetle aus Insekten gezeichnet hatte. Der Amerikaner Charles Smith bekam Post von Wal-Mart, nachdem er mit seiner Bad-Taste Kampagne „Walocaust- Die Welt ist unser Arbeitslager“ auf Geschäftspraktiken der Supermarktkette aufmerksam gemacht hatte. Stewart und Smith wurde Markenschädigung vorgeworfen. Beide beharrten jedoch auf ihr Recht zur freien Meinungsäußerung. Danach ist die Nutzung eingetragener Wort- und Bildmarken in den USA erlaubt, solange sie in nicht-kommerzieller Absicht erfolgt. Es gilt also das Prinzip des „fair use“. Das könnte sich bald jedoch ändern. Ein Gesetz soll es Markeninhabern in Zukunft leichter machen, gegen eine etwaige Verwässerung ihres Kennzeichens vorzugehen. Der Schutz der nicht-kommerziellen freien Meinungsäußerung eingetragene Marken betreffend soll dabei gelockert werden. Kritiker nehmen an, dass der sogenannte Trademark Dilution Revision Act (H.R. 683) die Rechte von Nicht-Markeninhabern in den USA massiv beschneiden wird.

Bürgerrechtsorganisationen, Journalisten, Künstler und Fotografen protestieren deshalb gegen die Gesetzesinitiative. Sie befürchten, dass sie nach Inkrafttreten der Regelung daran gehindert werden könnten, Markenzeichen und geschützte Slogans in Texten, Kunstwerken oder Fotografien

zu verwenden. Der Rechteinhaber muss nur der Meinung sein, seine Marke werde verwässert, um nach dem neuen Gesetz eine Verletzung geltend zu machen. Für eine Klage auf Unterlassung würde es dann ausreichen, dass zwischen einem Begriff und einer ähnlichen, bekannten Marke eine gedankliche Verbindung besteht, die zu einer Schwächung der Kennzeichnungskraft oder Rufbeeinträchtigung führt. Text- und Bild Darstellungen, in denen kritische Meinungen zu Unternehmen und ihren Produkten geäußert werden, könnten damit unterbunden werden. Das käme vor allem berühmten Markeninhabern zu Gute.

Die Änderung des Markenrechts geht auf eine Gesetzesinitiative zurück, die im Anschluss an ein 2003 gefälltes Urteil des Supreme Courts im Fall *Vicotia's Secret* gegen *Victor's Little Secret* entstand. Das bekannte Lingerie-Label verklagte den Sexshop, weil es der Meinung war, der Wert seiner Unterwäsche-Marke werde durch den Namen des Ladens herabgesetzt. Die Richter des Supreme Court urteilten damals, die bloße Vermutung, der Markenname eines Dritten schade dem Namen einer berühmten Marke, sei nicht ausreichend. Die Verwässerung müsse vielmehr bewiesen werden. Die Beweislast wurde damit den Rechteinhaber auferlegt. Große Markenartikel zweifelten daraufhin an der Durchsetzbarkeit ihrer Markenrechte und setzten sich für eine Änderung des Federal Trademark Dilution Act ein. Heraus kam H.R. 683. Das

neue Gesetz wurde von Senat und Abgeordnetenhaus bereits gebilligt und wird nun einer letzten Prüfung unterzogen, bevor es dem Präsidenten zur Unterschrift vorgelegt wird.

Die Electronic Frontier Foundation, eine Nonprofit Organisation, die sich für den Schutz digitaler Urheberrechte einsetzt, bezeichnete die neue Regelung als den „Traum einer großen Firma“. Anwälte könnten Geschäftsleute und Einzelpersonen wegen des Gebrauchs von Worten, Bildern oder Farben verklagen, die denen einer berühmten Firmenmarke ähnlich seien. Und das ohne beweisen zu müssen, dass der Firma wirklich ein Schaden

entstehe, heißt es. Auch andere Organisationen, wie Public Citizen, die American Library Association, Public Knowledge oder die Professional Photographers of America protestieren gegen den Gesetzesentwurf. Die American Property Lawyer Association und die International Trademark Association weisen jedoch Vorwürfe zurück, nach denen die neue Regelung Rede- und Kunstfreiheit einschränke.

Wie das Gesetz ausgelegt wird und welche Konsequenzen es nach sich zieht, wird die Rechtsprechung in jedem Fall erst im Laufe der Zeit zeigen.

Quelle:
www.markenbusiness.de

„Cohibas“ unter falschem Namen verkauft

Cohiba-Hersteller reicht Klage ein.

Als der FC Bayern vor kurzem seinen 20. Meistertitel feierte, da war auch das ein oder andere Genussmittel mit von der Partie. Olli Kahn zum Beispiel wurde mit einer dicken Cohiba im Mund gesichtet. Die Luxus-Zigarre für besondere Gelegenheiten genießt unter Liebhabern einen exklusiven Ruf. Damit das in Zukunft auch so bleibt, hat der amerikanische Inhaber der Marke jetzt einen Rechtsstreit angestrengt. General Cigar verklagt sieben amerikanische Unternehmen - unter anderem aus Las Vegas und Tennessee - weil sie den berühmten Zigarren-Namen unrechtmäßig für ihre Produkte verwendet und diese als „Caribbean's Finest“ vermarktet haben sollen.

Die markenrechtlich geschützten Cohibas werden in der Dominikanischen Repub-

lik hergestellt. Den geschützten Namen platziert der Hersteller in dicker schwarzer Großschrift auf seinen Verpackungen. Wie Business Wire berichtet, wirft er den Beklagten vor, den Namen „Cohiba“ mit dem ganz ähnlich geschriebenen Zusatz „Caribbean's Finest“ auf ihre Schachteln gedruckt zu haben. Dadurch entstehe der Eindruck, die Zigarre stamme von General Cigar. Angeklagt werden die Unternehmen nicht nur wegen Markenpiraterie und Markenrechtsverletzung, sondern auch wegen Cybersquatting, da sie den geschützten Zigarrennamen auch im Internet verwendet haben sollen. General Cigar will eine einstweilige Verfügung erwirken und fordert Schadensersatz in unbekannter Höhe.

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

**humannews
humannews.de**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**keuchel pr gmbh,
Winterstraße 4-8, 22765 Hamburg**

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

Journal of Children's Orthopaedics

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**EPOS Central Office, c/o Ms Dana Vavru,
Orthopädische Klinik Bulovka,
Budinova 2, 180 81 Praha 8 , Czech Republic**

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

DEM GEHEIMNIS DES LEBENS NAHE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**DREI LINDEN FILMPRODUKTION,
Württembergallee 26, 14052 Berlin**

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

Liebe dein Geld!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**pts one,
Bahnhofsstraße 60, 48143 Münster**

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

**Europäisches Institut für Corporate
Publishing EICP
European Institute for Corporate
Publishing EICP**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Forum Corporate Publishing,
Ringseisstraße 6a, 80337 München**

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

**CLUSTER - Das Wirtschaftsmagazin
für Mitteldeutschland
ChemieReport Mitteldeutschland**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**FLIEGNER KOMMUNIKATION,
Blücherstraße 63, 04849 Bad Dübau**

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

**Der deutsche Kidshitmix
Der Kidshitmix**

in jeder Schreibweise, Wort- und Zahlenverbindung, Darstellungsform und graphischer Gestaltung für Film, Funk, Fernsehen, Video, Ton-, Bildtonträger, Internet, elektronische und digitale Medien, Merchandising, Veranstaltungen und Druckerzeugnisse aller Art.

**Anwaltskanzlei W. Paul,
Kurze Straße 4, 30853 Langenhagen**

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:

CYNAMITE

in allen Schreibweisen, in allen Abwandlungen, Titelmöglichkeiten 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 im Mandatenauftrag Titelschutz in Anspruch für

Männer

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten in allen Medien, insbesondere Druckerzeugnissen, maschinenlesbare Datenträger, elektronische und digitale Medien.

**Rechtsanwältin Juliane Herlyn,
Rellingerstraße 53, 20257 Hamburg**

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

Reitergeschichten Pferdesport-TV Filmgold

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, speziell im Bereich TV-Titel und Software.

**PMB,
Querstraße 2, 57078 Siegen**

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

Camera Magic

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druck- und Merchandisingerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild- und Tondatenträger aller Art, elektronische und digitale Medien- und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline- und Onlinedienste und sonstige Medien und Produkte, Internet) sowie Telekommunikations- und sonstige Dienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**Taylor Wessing,
Hanseatic Trade Center, Am Sandtorkai 41,
20457 Hamburg**

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

Ich wünsche Dir Zeit zum Glücklichsein Besinnliche Gedichte und Gedanken, die Mut machen

Noch einmal davongekommen Wahre Geschichten von Menschen, die überlebt haben

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**

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

Die wahrscheinlich sympathischste Zigarette der Welt Die Zigarette die schmeckt aber nicht qualmt und nicht stinkt

In allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträger, 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.

**Michael Kästner,
Burgallee 136 a, 63454 Hanau**

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

ZAUBERTROMMEL

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, Zusammensetzungen, Wort- und Zeilenverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film- und Tonwerke, Tonträgerpromotion, Audiotexte, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (MiniDisc), CD-ROM, CD's, CD-R, CD-I, Domains und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, digitale und elektronische Medien und Netzwerke, z.B. Internet, Intranet, Extranet, einschließlich Offline- und Online-Dienste und -Netze u.ä., für alle Druckerzeugnisse, insbesondere Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Serien, Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form.

**Dr. Rainer Kniepkamp, KLS Rechtsanwälte,
Gleueler Straße 277, 50935 Köln**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

b2 magazine

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

**square dog publishing ltd. berlin,
Linienstraße 13, 10178 Berlin**

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

Am Anfang war es Mord 99 6000

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 Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Halt Die Fresse

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off-line- und On-line-Diensten, Off-line- und On-line-Medien und Produkte, Internet-Domains, Veranstaltungen, Merchandising- und Druckereierzeugnisse sowie Literatur, insbesondere Zeitschriften, Newsletter, Bücher und andere Printmedien und Publikationen, Bild-, Ton-, Bildton- und Datenträger.

**Rechtsanwälte
Scheuermann Westerhoff Strittmatter,
Ubierring 7, 50678 Köln**

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

Berlin Ticker BerlinTicker Berlin Today BerlinToday Berlin Plus BerlinPlus

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere periodische Druckschriften und Printmedien, Hörfunk, Fernsehen, Film, elektronische Medien wie Offline- und Onlinedienste sowie Bild-, Ton- und Datenträger.

**Schertz Bergmann Rechtsanwälte,
Kurfürstendamm 53, 10707 Berlin**

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

Forum New Power Forum NewPower NewPower Forum

In allen Schreibweisen und Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Wortverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line- und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Dienstleistungen, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und Druckerzeugnisse.

**Verlag Th. Mann GmbH & Co. KG,
Nordring 10, 45894 Gelsenkirchen**

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

ad2read

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen, Kombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln mit sämtlichen Zusätzen für alle Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien sowie Netzwerke, Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film und Fernsehen inklusive anderweitiger audiovisueller Medien sowie für Off- und Online-Dienste inklusive Online-Medien, insbesondere Internetseiten und Internetauftritte sowie digitale Medien, insbesondere digitale Zeitschriften, digitale Magazine und digitale Newsletter sowie Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, national und international.

**Computerverlag A. Hoch e.K.,
Inhaber: Alexander Hoch,
Münsinger Straße 10, 89584 Ehingen / Donau**

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

SaarLorLüx
SaarLorLüx - Geschichten von
nebenan
Deutsche Radio Philharmonie
(Saarbrücken-Kaiserslautern)

Was für ein Tag
Mein ganz besonderer Tag
Das Beste aus Bayern
Das Beste in Bayern
Das Beste von Bayern
Das Beste an Bayern
Bayerns Beste

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 für unsere Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Dancing Queen
Disco Fever

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und zur Verwendung in allen Medien.

Damm & Mann Anwaltssozietät,
Ballindamm 1, 20095 Hamburg

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

Der Herr der Zicken

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern und Bildtonträgern, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Services, CD-ROM, CD-I, DVD (Digital Versatile Disc / Digital Video Disc) und MD (Mini-Disc) und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

Andresen Productions,
Am Hockenberg 5, 21218 Seevetal-Lindhorst

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: Peter Strahlendorf (ps), -11,
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 E 80,- zzgl. USt. (inkl. Versand)
Für Empfänger aus dem o.g. Verkehrskreis kostenlos.

Preis für Titelschutzanzeigen:

Standard mit einem Titel E 150,- ,jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige plus E 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 Nordstedt

© 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.

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: _____