

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Vom „Olympia-Mord“ bis zu „LISSI und DER WILDE KAISER“ – 61 Titel-Ideen auf dem Weg in die Medien-Welt

Der Start der Fußball-Weltmeisterschaft hat die Erinnerung an den grausamen Anschlag während der Olympischen Spiele 1972 in München wieder lebendig werden lassen. Ein Mandant der Bettina Krause Rechtsanwaltskanzlei in Tuzing will sich dieser Story annehmen und meldet daher die Titel „Der Olympia-Mord“ sowie „München'72 – Die wahre Geschichte.“ an. Eine historische Aufdeck-Mentalität kommt auch bei den beiden anderen Titel-Varianten des gleichen Mandanten zum Vorschein: „Die Kinder der Flucht“ oder „Wo bist Du?“ passt unter anderem in die Nachkriegszeit.

Mit Bayrisch angehauchter Romantik warten zwei Film-Produktionen aus der

Isar-Metropole auf. Die ARBOR TV-Filmproduktion will sich mit der Film-Idee „Der weißblaue Engel“ beschäftigen, während sich herbX film aus dem benachbarten Grünwald der Geschichte von „LISSI und DER WILDE KAISER“ annehmen möchte. LISSI erinnert etwas an Sissy und DER WILDE KAISER ist ein recht bekanntes Bergmassiv in den Alpen.

Dramatisch hingegen klingt der Titel, den der Privatsender ProSieben anmeldet: „Verschleppt – Die Spur nach Jadd Rashi“ Dieser arabisch anmutende Name könnte auf die gegenwärtigen Gefahren im Nahen Osten hinweisen. Das verspricht aktuelle Spannung. Neugierig macht auch der Titel „Henry und Bitch“,

den die Berliner Rechtsanwälte Brehm & v. Moers im Auftrag eines Mandanten zum Schutz anmelden. Da ist die Titel-Idee des aufstrebenden Münchner Privatsenders NBC UNIVERSAL weitaus eindeutiger: „Vier Besserwisser“ klingt nach Rate-Show mit einer ordentlichen Portion Spaß

oder nach einer Comedy-Show. Inquisitorisch geht die GRUNDY Light Entertainment GmbH aus Hürth mit den Titel-Ideen „Sprechen Sie Deutsch? Sowie „Im Namen des Volkes“ zu Werke. Viel Spaß beim Entdecken der 61 neuen Titel-Ideen (ps)

Justizariat der Verlagsgruppe Handelsblatt wieder komplett

Die von Georg Wallraf geleitete Rechtsabteilung der Verlagsgruppe Handelsblatt in Düsseldorf ist wieder komplett. Thomas Gottlöber, 28, hat den Platz von Dr. Gerald Mai eingenommen, der bekanntlich zum Heinrich Bauer Verlag nach Hamburg wechselte (s. a. TA 762 vom 7. März 2006) und dort nun die Stabsstelle Medienrecht leitet. Thomas Gottlöber hat in Bayreuth Jura mit Schwerpunkt Wettbewerbs- und Urheberrecht stu-

diert und zusätzlich auch als Nebenstudiengang Betriebswirtschaftslehre absolviert.

Nach dem Studium war er ein Jahr in den USA, wo er sich speziell mit dem Thema Internet- und Entertainment-Recht beschäftigte.

Georg Wallraf ist der Branche auch als verantwortlicher Redakteur vom „AfP“, der Zeitschrift für Medien- und Kommunikationsrecht bekannt. (ps)

Ist Ihr Titel
wirklich
noch frei?



Gracklauer Titelrecherchen

www.gracklauer.de

Klären Sie, ob Ihr Titel gefahrlos
verwendet werden kann.

mit DER
SOFTWARE
TITEL

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

13. Juni 2006

Woche 24

Nr. 776

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

Diese Woche: 61 Titel

Aventure Ozean

Abenteuer Ozean Junior
Abschlussprüfung IKS-Prüfung
Anzeigen TV
Anzeigen-Woche

Backpacker

Band Support
bi spektrum
BI-SPEKTRUM

CeramicsMagazine - Ceramics in Europe

Das Geheimnis des Reiterhofs

Das Investment
Der Kampf der Kulturen - Eschatologische
Prophetie und ihre Erfüllung
Der Olympia-Mord
Der weißblaue Engel
Die ergründeten Wege Gottes
Die Gelbe Reihe
Die Kinder der Flucht

FAMILIE IN FORM

Fun-4-4
Für heute - danke

Henry und Bitch
Horoskop-Woche

Im Namen des Volkes

Immo-Woche
Inside B
Investment

Karrierefürer naturwissenschaften
KeramikMagazin - Keramik in Europa
Kfz-Woche
Koch sucht Küche
Kochüberfall
Kulturhauptstadtmagazin

LISSI UND DER WILDE KAISER

Mein Tierheim

München '72 - Die wahre Geschichte

Nur beim Bäcker

Nur beim Fleischer

PC fit

Prince Band Support
ProfitNavigator

Projektmanagement und Psychologie

Publizitätscheck
Publizitäts-Check

Selbst gemacht 1 - Farben & Tapeten

Selbst gemacht 2 - Sanitär- & Klempnerarbeit
Selbst gemacht 3 - Teppichböden, Fliesen &
Parkett

Sprechen Sie Deutsch?

Sternen-Woche

Sternzeichen

Sternzeichen-Woche

Tageshoroskop

TV Volksmusik

Verschleppt - Die Spur nach Jadd Rashi

Vier Besserwisser
Volksmusik TV

Wein TV

Wir kochen für Sie
Wo bist Du?
Wochenhoroskop
Wohnmobil Anzeiger

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe:

Nr. 777 erscheint am 20.06.2006

Anzeigenschluss: 16.06.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe:

Nr. 780 erscheint am 11.07.2006

Anzeigenschluss: 07.07.2006, 10 Uhr

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

www.new-business.de

Stolitschnaja: Russische Wurst vor hanseatischem Gericht

Zum Wodka ein bisschen Wurst oder ein bisschen Wurst zum Wodka – wie will es der russische Brauch? So und auch anders herum, dachten die beiden Lebensmittelhändler, als sie sich mit Klagen und Widerklagen in Sachen russischer Lebensmittelnamen das Leben schwer machten. „Stolitschnaja“ ist so eine Wurst, die man mit Wodka genießen kann. Den Streit klärt das OLG Hamburg: Den Begriff „Stolitschnaja“ kann die Konkurrenz trotz eingetragener Marke für ihre Wurst verwenden. Damit erteilten die Richter dem Versuch, die Bezeichnung ausländischer Waren für den Handel in Spezialgeschäften zu monopolisieren, eine Absage. Geklagt hatte die Firma Hansa Mag, für die die Marke Stolitschnaja derzeit als Wort und als Wort/Bildmarke im Markenregister eingetragen ist.

Auch Begriffe wie „Doktorskaja“ („Die Ärztliche“), „Ljubitel'skaja“ („Die Liebliche“) und „Molotschnaja“ („Die Milchige“) sind für diese Firma für Fleisch- und Wurstwaren geschützt. Allesamt Übertragungen russischer Begriffe und gekennzeichnet mit der Abkürzung „translit.“. Weiterhin finden sich Einträge für Biere unter den Schlagworten „Baltika“ und „KBAC“ (bei einer Übertragung in deutsche Schreibweise: „Kwas“, Anm. d. Red.). Bei letzterem handelt es sich um ein Getränk, das – so die Feststellungen der Richter – weit über die Grenzen der Sowjetunion hinaus, auch in der Bundesrepublik bekannt ist. „Nur allein in Deutschland hat die Zahl der russischsprechenden Bevölkerung nach Schätzung die zwei Millionen Marke überschritten und kulturelle Traditionen und spezifische

Kaufwünsche mit sich gebracht“, heißt es auf der Website von Hansa Mag.

„Stolitschnaja“ sei eine in den Ländern der ehemaligen Sowjetunion bekannte und populäre Wurstsorte, stellten die Richter fest und verwiesen auf das Freihaltungsbedürfnis an beschreibenden Angaben. Was die Richter als einen „sprachlich speziellen Vertriebsbereich“ bezeichnen, meint die Spezialisierung der beiden Streithähne. Die Wurst wird fast nur in Spezialgeschäften für russische Lebensmittel angeboten. Von einer gespaltenen Verkehrsauffassung sprechen die Richter aufgrund der möglichen Verwirrung um deutsche und russische Bezeichnungen und urteilen: „In Fällen ... in denen ein Teil des Verkehrs ein bestimmtes Zeichens als Herkunftshinweis versteht, während ein anderer Teil darin eine beschreibende Angabe sieht, kommt eine erlaubte Zeichenbenutzung i.S. von § 23 S. 2 MarkenG in Betracht.“ (Da die derzeitige Fassung des § 23 MarkenG keinen Satz 2 enthält, ist wohl davon auszugehen, dass hier § 23 Nr. 2 MarkenG gemeint ist, Anm. d. Red.).

Diskutiert wurde auch, dass Marken in kyrillischen Schriftzeichen nur eine gegen Null tendierende Unterscheidungskraft hätten, da sie nur als Bildzeichen wahrgenommen würden. Verbraucher könnten sich diese nicht merken. Eine Antwort hierzu gibt das Urteil nicht. Eine Antwort auf die Frage zu Wurst und Wodka gibt aber das Markenregister: Seit 1990 ist „Stolitschnaya wodka - RUSSISCHER WODKA“ dort zur Nummer DD653809 eingetragen.

Quelle: www.markenbusiness.de

Kein Verkehr mit „Olli.K“ und „Michael.B.“

Die WM geht schon jetzt durch Mark und Bein. Kaum ein Ort oder Produkt, von dem uns nicht ein Ball, Spieler oder gutgelaunter Fan entgegenstrahlt. Auch der Erotikkonzern Beate Uhse hat sich das vermarktungstaugliche Super-event nicht durch die Lappen gehen lassen. Er brachte pünktlich zur WM zwei ganz besondere Vibratoren ins Sortiment. Mit den Modellen „Olli K.“ und „Michael B.“ wollte der Sexshop auch fußballmufflige Frauen für den Ballsport begeistern. Die Garanten für Siegestaumel und Höhenflug - „Titan“ Kahn sowie Vorzeige-Sportler und Gutauserher Ballack - wurden dabei mit Bedacht gewählt: „Die Assoziation mit den Nationalspielern ist beabsichtigt“, erklärte Firmensprecherin Assia Tsernookoff laut Berichten der B.Z. noch vor kurzem. Dass die Inhaber von Persönlichkeits- und Markenrechten etwas dagegen haben könnten, dass man ihr intimstes Stück der Öffentlichkeit zur Bespa-

bung vorwirft, kam dem börsennotierten Unternehmen nicht in den Sinn.

Erst nachdem Meldungen über das knopfgesteuerte Sexspielzeug mit den ruhmreichen Namen in den Schlagzeilen auftauchten, läuteten bei Beate Uhse die Alarmglocken. Die Anwälte Kahns und Ballacks drohten dem Unternehmen mit einer Klage wegen Rechtsverletzung. Rote Karte für den Konzern, Platzverweis für die Sextoys. Beate Uhse kam daraufhin schnell zum Punkt. „Wir hatten nie die Absicht, mit Vibratoren, die mit der Aufschrift 'Olli K.' und 'Michael B.' in den Shops zum Verkauf angeboten wurden, eine Assoziation mit Fußballspielern herzustellen“, heißt es. Die Modelle nehme man unverzüglich aus dem Sortiment. Jetzt werden sie als anonyme Luststeigerer weiter vibrieren. Wer von Kahn oder Ballack etwas haben will, der muss eben doch auf den Platz - oder vor den Fernseher.

Quelle: www.markenbusiness.de

Litauischer Pizzabäcker will Geruch frischer Pizza schützen lassen

Eine frisch gebackene Pizza der litauischen Pizzakette Cilija ist bestimmt eine leckere Sache. Noch dazu, wenn sie gut riecht. Weil Marketingdirektor Mindaugas Gumauskas den Duft seiner Pizzen für besonders einmalig hält, will er ihn beim Patentamt schützen lassen. Den Genuss einer Pizza würden viele Litauer mit der landesweit bekannten Marke Cilija in Verbindung bringen. Das hätten Umfragen gezeigt, sagte Gumauskas. „Deshalb denken wir, dass der Duft einer frisch gebackenen Pizza urhe-

berrechtlich geschützt werden muss.“

Die Pizza-Kette Cilija ist in Litauen und Lettland präsent. Laut Associated Press hat Cilija beim nationalen Patentamt einen Antrag auf Urheberrechtsschutz gestellt. Seitens der Behörde gibt es dazu keinen Kommentar. Cilija will der einzige Pizza-Bäcker werden, der seine Pizzen mit „frisch gebacken“ bewerben darf. Die Konkurrenz protestiert mit dem Hinweis auf „unfairen Wettbewerb.“

Quelle: www.markenbusiness.de

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Inside B
Das Magazin für Wirtschaft & Leben in Baden
in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Reiff Verlag KG,
Marlener Straße 9, 77656 Offenburg

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz insbesondere in Verbindung mit Druckschriften, Software und vergleichbaren Werken in Anspruch für

ProfitNavigator

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Stratley AG,
Kaiser-Wilhem-Ring 27-29, 50672 Köln

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

Die ergründeten Wege Gottes

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

W.E.G. Vierke,
Maxim-Gorki-Straße 30, 18106 Rostock

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

Band Support
Prince Band Support

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Straub & Linardatos,
Kirchentwiete 37-39, 22765 Hamburg

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

kariereführer naturwissenschaften

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Transmedia Verlagsgesellschaft mbH,
Weyertal 59, 50937 Köln

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

FAMILIE IN FORM

Schlank werden, schlank bleiben

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Stiftung Warentest - Sonderpublikationen,
Lützowplatz 11-13, 10785 Berlin

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

BI-SPEKTRUM
bi spektrum

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, grafischen Gestaltungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien, ferner für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD.

SIGS-DATACOM GmbH,
Lindlaustraße 2c, 53842 Troisdorf

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

Kochüberfall
Koch sucht Küche
Wir kochen für Sie

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

Rechtsanwälte
Kropp-Olbertz, Schulte-Franzheim, Seibert,
Sachsenring 75, 50677 Köln

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Der Kampf der Kulturen - Eschatologische Prophetie und ihre Erfüllung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hartmut Marx,
Hatzfeldtalle 30, 13509 Berlin**

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

LISSI UND DER WILDE KAISER

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

**herbX film, film- und fernsehproduktion gmbh,
Südliche Münchner Straße 35a, 82031 Grünwald**

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

Der weißblaue Engel

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, speziell Fernsehspiele.

**ARBOR TV-Filmproduktion GmbH & Co. KG,
Türkenstraße 89, 80799 München**

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

KeramikMagazin - Keramik in Europa CeramicsMagazine - Ceramics in Europe

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Ritterbach Verlag GmbH,
Rudolf-Diesel-Str. 5-7, 50226 Frechen**

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

Henry und Bitch

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

**RAe Brehm & v. Moers,
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2,
Sprepalais am Dom, 10178 Berlin**

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

Wein TV

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

**Rechtsanwälte Schwarz Kelwing Wicke, Westphahl
Rechtsanwalt Prof. Dr. Alexander Freys,
Kurfürstendamm 220, 10719 Berlin**

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

Projektmanagement und Psychologie

in allen Wortverbindungen, Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**Dr. Christian Eisenschink,
Benzstraße 4, 93077 Bad Abbach**

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

Nur beim Bäcker Nur beim Fleischer

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**MS Kompakt GmbH,
Amsterdamer Straße 72, 50735 Köln**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Für eine Mandantin nehmen wir gem. § 5 Abs. 3 MarkenG Titelschutz in Anspruch für den nachfolgenden Titel:

Kulturhauptstadtmagazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen zur Verwendung in allen Medien.

**Rechtsanwälte Ohletz, Willuhn, Denker, Dr. Heyn,
Rüttenscheider Straße 120, 45131 Essen**

Wiederholung und 50% Rabatt?

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

Fon: 040 / 609 009 - 61

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

PC fit

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse wie z.B. Zeitungen und Zeitschriften, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien und -Produkte sowie Internet.

**RAe Löffler - Wenzel - Sedelmeier,
Königstraße 1 A, 70173 Stuttgart**

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

Verschleppt - Die Spur nach Jadd Rashi

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Für heute - danke Der Olympia-Mord München '72 - Die wahre Geschichte Die Kinder der Flucht Wo bist Du?

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:

Backpacker Das Geheimnis des Reiterhofs Mein Tierheim Abenteuer Ozean Abenteuer Ozean Junior Die Gelbe Reihe

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Schriftart, graphischen Gestaltung, Abwandlung, Abkürzung, Wortverbindung, Titelkombination, als Einzel- und Reihentitel für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk- und Fernsehsendungen, audiovisuelle Medien und Multimedia-Anwendungen sowie Merchandising.

**BMS Modern Games Handelsagentur GmbH,
Im Mediapark 2, Musictower, 50670 Köln**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Gemäß § 5 III MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Abschlussprüfung IKS-Prüfung Publizitäts-Check Publizitätscheck

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen für Computerprogramme, Handbücher, Druckereierzeugnisse, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, CD-ROM, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Medien.

**MCT micro computer team, Gesellschaft zur
Entwicklung von EDV Systemen mbH,
Nagelsweg 41-45, 20097 Hamburg**

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

Vier Besserwisser

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen und/oder Zusätzen und Zusammensetzungen in allen Medien, insbesondere Ton- und Bildton- und Datenträger jeder Art, Film, Hörfunk, Fernsehen, Druckwerke, Zeitschriften, Bücher, Software, Off-Line- und On-Line Dienste und Veranstaltungen, Dienstleistungen aller Art sowie der sonstigen gewerblichen oder nicht gewerblichen Verwertung einschließlich Merchandising.

**NBC UNIVERSAL International GmbH,
Theresienstraße 47 a, 80333 München**

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

Anzeigen TV Anzeigen-Woche Horoskop-Woche Immo-Woche Kfz-Woche Sternen-Woche Sternzeichen Sternzeichen-Woche Tageshoroskop TV Volksmusik Volksmusik TV Wochenhoroskop

Dies soll gelten für alle Schreibweisen und Darstellungsformen und soll betreffen: 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:

Sprechen Sie Deutsch? Im Namen des Volkes

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**GRUNDY Light Entertainment GmbH,
Hans-Böckler-Straße 163, 50354 Hürth**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Investment Das Investment

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen, insbesondere mit und ohne Bindestrich, Schriftarten, Wortverbindungen und Kombinationen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, grafischen Gestaltungen, Abkürzungen mit allen Zusätzen und Abwandlungen, insbesondere Druckereierzeugnisse, Verlagsprodukte, Zeitschriften und Magazine, Internet, elektronische und digitale Medien, Tele- und Mediendienste, sonstige offline- und online-Dienste, TV- und Radiosendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere magnetische, optische, sonstige Speichermedien, werbende und redaktionelle Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**orange Kommunikationsberatung,
Goldbekplatz 3-5, 22303 Hamburg**

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

Wohnmobil Anzeiger

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelnkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Dienste (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild- Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse.

**Agentur Kohlmeier,
Milanstraße 17, 29313 Hambühren**

Impressum

**DER TITELSCHUTZ ANZEIGER
mit DER SOFTWARE TITEL**

**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,
Ralf Deppe (rd), -80, Peter Strahlendorf (ps), -11

Ansprechpartner für Titelschutzanzeigen:
Angela Lautenschläger, -61

Geschäfts-/Seitenteilanzeigen:
Manuela Busche, -51

Druckauflage: 5.400 **Verbreitete Auflage:** 5.200

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 audio- visuellen und elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträgern, 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
Postbank Hamburg, Kto. 276913-208, BLZ 200100 20
Handelsregister HRA 96 228, Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH,
Kösliner Weg 20, 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.