

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

„Schicksalsreportagen“ und „Home Stories“: 73 neue Titel für den Medienmarkt

Bei hochsommerlichen Temperaturen klingt dieser Titel besonders erfrischend: „Dancing on Ice“ schützen sich die Mandanten der Sozietät **Schwarz Kelwing Wicke Westphal** in Berlin. Hitziger wird es wohl mit dem Filmtitel „das brennende Herz“ bei der **Polyphon Film- und Fernseh-GmbH** zugehen. Als unmittelbare Reaktion auf die kommenden Steuererhöhungen, bieten die Mandanten von **RA Tilmann Leopold** Lebenshilfe mit „Money Coach-Rette Dein Geld“. Was die Medienmacher außerdem noch für die Zeit nach der WM planen, lesen Sie auf den nächsten Seiten. (al)

Neuer Partner in der Kanzlei Graf von Westphalen

Seit Anfang Juli ist **Dr. Hans-Georg Riegger** (35) Partner der Sozietät Graf von Westphalen Bappert & Modest.

Riegger ist seit 2001 im Freiburger Büro der Sozietät tätig. Er hat sich im Wettbewerbs- und Heilmittelrecht, Urheberrecht und Patentrecht spezialisiert und berät ein international tätiges Verlagshaus im Urheber- und Wettbewerbsrecht.

Für Graf von Westphalen Bappert & Modest sind zur Zeit 150 Anwälte, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater an sieben Standorten in Deutsch-

land für ihre Mandanten tätig. Erst im April diesen Jahres hatte die Sozietät ein neues Büro mit einem sechsköpfigen Team in Frankfurt eröffnet. Mit dem Gewerblichen Rechtsschutz und dem Recht der neuen Medien beschäftigen sich dort **Dr. Kristofer Bott** (41) und **Florian Wolff** (37).

Ab September 2006, darauf haben sich die Partner geeinigt, wird die Sozietät nur noch unter dem verkürzten Namen „Graf von Westphalen“ auftreten. (al)

Näheres unter:
www.westphalen-law.com

„Google-Bibliothek“ erfolgreich im Urheberrechtsstreit

Der Suchmaschinenbetreiber Google konnte, laut einer Meldung von beck-aktuell, Ende Juni überraschend einen Sieg vor dem Hamburger Landgericht verbuchen. Die Hamburger Richter rieten der Wissenschaftlichen Buchgesellschaft Darmstadt (WBG) ihren Antrag auf einstweilige Verfügung zurückzuziehen.

Ursache des Streits war das Google „Book Search“-Projekt. Um eine Bibliothek für allgemeine Volltextsuche im Internet aufzubauen hatte Google urheberrechtlich geschützte Bücher aus amerikanischen Bibliotheken digital-

siert. Darunter auch Werke der WBG. Dabei werden dem Internetnutzer allerdings nur maximal drei zusammenhängende Seiten eines Buches angezeigt. Google nahm die Textfragmente zwar aus dem Netz, gab aber keine Unterlassungserklärung ab.

Die Richter sahen, im Gegensatz zur WBG, in der Digitalisierung und Veröffentlichung von sog. „Snippets“ (Schnipseln) keinen Verstoß gegen das Urheberrecht. (al)

Näheres unter:
www.wbg-darmstadt.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, E-Mail: info@iprguard.de, Tel. 04131-225 600-0
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter www.researcher24.de

11. Juli 2006

Woche 28

Nr. 780

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 73 Titel

Afrika, mon amour
Alles Wissen
Alles Wissen -
Das Magazin für Neugierige
Bayernquiz
Bei Anruf: Tipp
Berlin - Artists
Berlin von außen
besser schön!
Best Zeit
BRAND NEW
Brennendes Herz
Buddelflinks Gartenwelt
Dancing on Ice
Das Bayernquiz
Das brennende Herz
Das Pferdelexikon
Der grüne Kalender
Die Kommissare
Die RTL II-Schicksalsreportage
Europas Küsten
FAM
Geheimnisse der Tierwelt
GOOD LIFE
Hannas Briefe
Heimat gesucht
home story

Kerner Kocht
König Otto
Lenzens Tierschule
Metropolregion.de
Metropolregion.eu
Miracle - Ein Leben im Galopp
Money Coach - Rette Dein Geld
News 360°
Oasen
openBPM
Pfarrer Braun
„Braun unter Verdacht“
Pfarrer Braun
„Das Erbe von Auerbach“
PHARMA EXPRESS
PHARMA LOGISTIK
Pudelwohl
pur plus
pur+
Sans souci
Sattelfest
Schwarz wie Schlacke,
Rot wie Glut
SHINE
Statistisches Jahrbuch
der Anwaltschaft

Steinzeit - leben wie
vor 5000 Jahren
Tierflüstern
Tierische Freunde
Top Horse
Unsere Amrumer ...
Unser Angelner ...
Unser Brunsbütteler ...
Unser Dithmarscher ...
Unser Eiderstedter ...
Unser Flensburger ...
Unser Föhner ...
Unser Friesisches ...
Unser Glücksburger ...
Unser Heider ...
Unser Husumer ...
Unser Kappeler ...
Unser Meldorfer ...
Unser Niebüller ...
Unser Nordfriesland ...
Unser Schleswiger ...
Verfassung, Patriotismus, Leitkultur
Wild West
Wunderwelt Wissen
Zaum & Zeug
Zoo-Leben

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 781 erscheint am 18.07.2006 **Anzeigenschluss:** 14.07.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 782 erscheint am 25.07.2006 **Anzeigenschluss:** 21.07.2006, 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

Main PostLogistik gewinnt Markenstreit

Der Briefzusteller Main PostLogistik GmbH hat sich im Streit um die Benutzung der Bezeichnung „Post/Postdienstleistungen“ gegen die Deutsche Post AG durchgesetzt. Die Main PostLogistik bietet, seit ihrer Gründung in 2001, Briefzustellungen im Großraum Mainfranken an. Der Schwerpunkt des Geschäftsfeldes liegt bei Geschäftsbriefen, Behördenbriefen und Privatkunden.

Das OLG Nürnberg hat per Beschluss vom 13. Juni (AZ: 3 U 2543/05) den Unterlassungsanspruch der Deutschen Post AG gegen ihre Wettbewerberin Main PostLogistik rechtskräftig mit der Begründung angewiesen, eine Verwechslungsgefahr bestünde nicht. Außerdem sei ein Eingreifen des § 23 Nr. 2 Markengesetz für eine Bezeichnung von „Postdienstleistungen“ keineswegs ausgeschlossen. (§23 MarkenG ist

als Schutzschranke gedacht, die bestimmte Benutzungen von markenrechtlichen Ansprüchen freistellt.)

Mit diesem Beschluss liegt die erste rechtskräftige, abweisende Entscheidung eines Oberlandesgerichts zur Abwahnwelle der Deutschen Post vor. Die Deutsche Post hatte in über zweihundert Verfahren vornehmlich Wettbewerber mit Verlagshintergrund auf Unterlassung verklagt. Das Deutsche Patent- und Markenamt hat mittlerweile die für die DP AG eingetragene Wortmarke „Post“ mit der Erklärung gelöscht, diese hätte nie eingetragen werden dürfen. Das Lösungsverfahren ist noch nicht rechtskräftig.

Die Main-Post wurde von der IP- und Corporate Boutique RA Christoph Partsch, Berlin, vertreten, die Deutsche Post durch RA Jonas von Linklaters Oppenhoff & Rädler, Köln. (al)

Von Marken im Verkehr – Werbeaufwand wird belohnt

Verkehrsdurchsetzung, Verkehrsgeltung, Verkehrs- bekanntheit - verwirrende Begriffsvielfalt im Marken- recht.

Manchmal klingt das Markenrecht wie eine Geheimsprache: Marken können Verkehrsgeltung besitzen, im Verkehr durchgesetzt oder bekannt sein. Sie können auch berühmt sein oder notorisch bekannt. Alles klingt irgendwie ähnlich und am Ende läuft es auf das gleiche Prozedere hinaus – die Bekanntheit der Marke muss bestimmt werden. Am besten prozentual. Doch das

Juristenkauerwelsch macht die Sache nicht einfach.

Sätze wie „Verkehrsbekanntheit stellt wohl grundsätzlich ein Mehr zur Verkehrsgeltung dar, ohne dass etwa Berühmtheit vorliegen müsste“ aus dem Urteil des OLG München in Sachen Allianz (MarkenR 2000, 65f) werden durch Feststellungen wie „Das schließt nicht aus, dass auch schon bei Verkehrsgeltung eine Verkehrsbekanntheit gegeben ist“ (Nordemann, Wettbewerbsrecht, Markenrecht, 10. Aufl., S. 340) relativiert. Die Lehrbücher und

Gesetzeskommentare sind sich einig, dass es keine festen Grenzen gibt. Die Beurteilung obliegt ohnehin dem Richter. Für ihn sind die Fragen nach Geltung, Durchsetzung oder Bekanntheit erst einmal Tatfragen. Die müssen bewiesen werden, was nur durch eine Meinungsumfrage geht. Also kostet ein solcher Streit eine ganze Menge Geld.

Bekanntheit wird belohnt

Am höchsten einzustufen sind notorisch bekannte Marken. Sie genießen Markenschutz auch ohne Register eintrag und sogar ohne Benutzung. Durch eine Prüfpflicht des Markenamtes wird das Markenregister von Amts wegen von konkurrierenden Einträgen freigehalten. Das folgt aus der Bestimmung zu absoluten Schutzhindernissen in § 10 Markengesetz. Eine ganz unterschiedliche Bedeutung haben die Begriffe Verkehrsgeltung und Verkehrsdurchsetzung, obwohl der Gedanke dahinter der gleiche ist. Eine gewisse Bekanntheit in der Bevölkerung oder einem abgrenzbaren Teil davon (dem Verkehr) soll belohnt werden. Im Klartext: Werbeaufwand zahlt sich markenrechtlich aus.

Schon ab einer Bekanntheitsschwelle von 20% kann für Zeichen mit Herkunftshinweisfunktion Verkehrsgeltung vorliegen. Dann entsteht beispielsweise Markenschutz auch

ohne Register eintrag (§ 4 Abs. 2 MarkenG). Einer durchgesetzten Marke (§ 8 Abs. 3 MarkenG) wie „Kinder“ für Schokolade, „Erdinger“ für Weißbier oder „Telekom“ für Telekommunikationsdienstleistungen kann es z.B. an der im Markenrecht so wichtigen Unterscheidungskraft fehlen, ein Register eintrag wird ab dieser Schwelle, die wohl nicht unter 50% anzusetzen ist, dennoch möglich. Das gleiche gilt für Begriffe des allgemeinen Sprachgebrauchs oder Gattungsbegriffe.

Am häufigsten stolpern geneigte Leser des Markengesetzes jedoch über den Begriff der Bekanntheit, vgl. §§ 9 Abs. 1, 14 Abs. 2 Nr. 3 und 15 Abs. 3. Auch bekannte Marken sind privilegiert und gesetzlich besser geschützt. Der Maßstab für den so genannten Bekanntheitsschutz ist ein bedeutender Teil des Publikums, dann sind beispielsweise auch artfremde Waren und Dienstleistungen unter einer Marke tabu. Coca Cola Autos wird es also genauso wenig geben, wie ein Mercedes-Getränk. In der Entscheidung des OLG Hamburg „Yves Roche“ hieß es, dass 30% Bekanntheit in der Gesamtbevölkerung genügen können. Fazit: Für all diese Begriffe gelten unterschiedliche Maßstäbe, sie sind nicht synonym zu gebrauchen, da unterschiedliche Folgen daran geknüpft sind.

Quelle: *markenbusiness.de*

Wiederholung und 50% Rabatt?

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

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 einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Wunderwelt Wissen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Printmedien, Film, Fernsehen, Rundfunk, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien, Multimediaprodukte, Multimediaanwendungen, Softwareerzeugnisse, Telekommunikationsdienste, Merchandising-Produkte, Spiele sowie öffentliche Veranstaltungen.

**RAe Schulz Noack Bärwinkel,
Baumwall 7, 20459 Hamburg**

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

Dancing on Ice

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.

**Rechtsanwälte Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,
Kurfürstendamm 220, 10719 Berlin**

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

**Unser Flensburger ...
Unser Angelner ...
Unser Glücksburger ...
Unser Kappeler ...
Unser Schleswiger ...
Unser Brunsbütteler ...
Unser Meldorfer ...
Unser Heider ...
Unser Dithmarscher ...
Unser Husumer ...
Unser Eiderstedter ...
Unser Nordfriesland ...
Unser Niebüller ...
Unser Friesisches ...
Unser Föhrer ...
Unser Amrumer ...**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Film, Fernsehen, Hörfunk und sonstige audiovisuelle Medien, Internetseiten und -auftritte, Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, insbesondere CD-ROM, Off-Line und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien oder Multimedia-Anwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**CMS Hasche Sigle Rechtsanwälte Steuerberater,
Stadthausbrücke 1-3, 20355 Hamburg**

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

**Sattelfest
Top Horse
Das Pferdelexikon
Best Zeit
Zaum & Zeug
Miracle - Ein Leben im Galopp
Tierische Freunde
Pudelwohl
Lenzens Tierschule
Heimat gesucht
Zoo-Leben
Geheimnisse der Tierwelt
Tierflüstern
Bei Anruf: Tipp
besser schön!
Buddelflinks Gartenwelt
Oasen
home story**

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

**carus media GmbH,
Brabanter Straße 53, 50672 Köln**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

s.m.d.-markeur lädt zum WM-Event an Hamburgs Außenalster



Frank Dettman (Rechtsanwalt in Hamburg) und Anne Maria Wendroth (s.m.d.-markeur) lassen den Ball rollen



Andreas Bothe, (Rechtsanwalt in Hamburg) und Susanne Karow genießen die Atmosphäre an der Alster



Dr. Manfred Pohl (Patentanwalt in Hamburg) im Gespräch mit Wolfgang Nägele (Medienrechtsspezialist in Hamburg) und Peter Strahlendorf (Presse Fachverlag) (v.r.n.l.)

Den renommierten Ruderclub Favorite Hammonia an der Hamburger Außenalster hat die s.m.d.-markeur GmbH (www.smd-markeur.de) aus Ahrensburg für ihr Fußball-WM-Event angemietet. Rund 50 Kunden und Freunde des Hauses folgten der Einladung von s.m.d.-markeur-Chef Jörg Utescher und genossen leichte Snacks, Bier, Wein und Softdrinks. Neben der Diskussion über die spannende Fußball-WM und deren Einfluss auf die Stimmung in Deutschland kam es auch zu der ein oder anderen Fachsimeplei über Marken- und Medien-Recht. (al)



Jürgen Neugebauer (Rechtsanwalt in Ahrensburg) diskutiert mit Till Lamp (Rechtsanwalt in Hamburg) (v.r.n.l.)



Gastgeber Jörg Utescher und Yvonne Draheim (Rechtsanwältin in Hamburg) beim Austausch über die Fußball-WM

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:

FAM

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**LEBERT Medienproduktion GmbH,
Infanteriestraße 19 / Haus 2, 80797 München**

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

Brennendes Herz Das brennende Herz

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Pfarrer Braun „Braun unter Verdacht“ Pfarrer Braun „Das Erbe von Auerbach“

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Money Coach - Rette Dein Geld

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Film, Fernsehen, Video, DVD, CD-ROM, CD-I und sonstige digitale Speicher- und Wiedergabemedien.

**Rechtsanwalt Tilmann Leopold,
Glockengasse 2, 50667 Köln**

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

Kerner Kocht pur+ pur plus Die Kommissare Afrika, mon amour Steinzeit - leben wie vor 5000 Jahren Alles Wissen Alles Wissen - Das Magazin für Neugierige Bayernquiz Das Bayernquiz

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:

BRAND NEW

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen.

**Schick Verlag,
Ziehrerplatz 4-5, A - 1030 Wien**

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

Europas Küsten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Titelkombinationen, Wortverbindungen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln und graphischen Gestaltungen für alle Print-Medien, als Einzel- und Reihentitel, digitale Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste, Domain-Bezeichnungen, CD-ROM, oder sonstige Datenträger sowie für öffentliche Dienstleistungen und Veranstaltungen.

**Redaktionsbüro Alte Schule,
Op'n Dörp 06, 24217 Barsbek**

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:

Berlin - Artists Berlin von außen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Event TV Fernsehproduktionsgesellschaft mbH,
Hardenbergplatz 2, 10623 Berlin**

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

PHARMA LOGISTIK PHARMA EXPRESS

in allen Schreibweisen sowie für alle Arten von Medien.

**energy press Gerhard Vogel,
Hunnenstraße 33, 86343 Königsbrunn**

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

Schwarz wie Schlacke, Rot wie Glut Verfassung, Patriotismus, Leitkultur

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hoffmann und Campe Verlag GmbH,
Harvestehuder Weg 42, 20149 Hamburg**

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

Statistisches Jahrbuch der Anwaltschaft

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Anwaltskanzlei Helmut Becker,
Rheinsteig 9, 78462 Konstanz**

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

sans souci

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

**Mittelbrandenburgische Sparkasse in Potsdam,
Saarmunder Straße 61, 14478 Potsdam**

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

König Otto

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 Titelschutz in Anspruch für:

Wild West

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 eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

Die RTL II-Schicksalsreportage

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line- und On-Line-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Poll Straßer Ventroni Feyock Rechtsanwälte,
Oberanger 30, 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:

News 360°

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Michael Georg Hauck,
Ostendstraße 38, 90402 Nürnberg**

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

Der grüne Kalender

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Thomas Heske Werbung + PR GmbH,
Rennbahnstraße 153-155, 50737 Köln**

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

Hannas Briefe

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Günter Jeffke,
Baderstraße 1, 19055 Schwerin**

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

GOOD LIFE SHINE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Michaela Lienemann,
Westendstraße 80, 80339 München**

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

Metropolregion.eu Metropolregion.de

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Kombinationen, Darstellungsformen mit Zusätzen und mit allen Untertiteln für Ton- und Bildtonträger aller Arten, elektronische Medien (u.a. Rundfunk, Fernsehen, Netzwerke, Datenbanken) sowie sonstige Media-Datenträger, Merchandising, Druckerzeugnisse und Veranstaltungen.

**CMS Hasche Sigle Rechtsanwälte Steuerberater,
Theodor-Heuss-Ring 19-21, 50668 Köln**

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

openBPM

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten und graphischen Darstellungen, und zwar für Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen, Bücher, Zeitschriften und andere Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**Löhde Leo Schmidt-Hollburg & Witte
Rechtsanwälte,
Neuer Wall 19, 20354 Hamburg**

**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, Ralf Deppe (rd) -80

Ansprechpartner für Titelschutzanzeigen:
Angela Lautenschläger, -61

Geschäftsanzeigen: Manuela Busche, -51

Druckauflage: 3.400 **Verbreitete Auflage:** 3.100

Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)

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.