

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Ein Kessel Buntes für den Medienmarkt

Alpenländische Traditionen, seien es nun Volksmusik-Hitparaden oder bayerisches Volkstheater, gelten nicht gerade als Magneten für ein junges Publikum. Doch das kann sich jetzt ändern. Die Mandanten der Rechtsanwälte **Sasse & Partner München** haben sich vorgenommen den "Jodelprinz", "Jodelkönig" und "Jodelkaiser" zu krönen. Schließlich wurde das Jodeln einst von Hirten erfunden, um mit ihren Rufen große Distanzen akustisch zu überbrücken. Möglicherweise kann die Jodeldynastie auch Distanzen zwischen den Zielgruppen verringern. Hat nicht schon Liorot gezeigt, wie wichtig der Besitz eines Jodeldiploms ist? Da hat man was Eigenes...

Mit ernsteren und zur Zeit brisanten Themen beschäftigt sich die Firma **Spree Service**. Mit dem Titel "Netzwerk Sicherheit" wird die aktuelle Diskussion um Biometrische Überwachung und Anti-Terror-Datei aufgegriffen. Der Ti-

tel "E-Government-Newsletter" verspricht besonders Unternehmen hilfreich zur Seite zu stehen. Wünscht sich doch das BSI (Bundesamt für Sicherheit und Informationstechnik), nach eigener Aussage, Bürger und Unternehmen als Kommunikationspartner in das Verwaltungshandeln "online" einzubinden.

Angesichts steigender Ölpreise, denkt jetzt auch die **BackMedia Verlagsgesellschaft** mit Titeln rund um "Bioethanol" und "Bioenergie" über nachwachsende Rohstoffe nach. Auch wenn wohl niemals genug landwirtschaftliche Fläche für den Ersatz von Rohöl zur Verfügung stehen wird, so ist es doch ein schöner Gedanke auch unterwegs immer ein gutes Schlückchen im Tank zu haben. Ist doch Ethanol nichts anderes als reiner Alkohol. In diesem Sinne: Prost und allzeit gute Fahrt.

Alle 60 neuen Titel finden Sie auf der nächsten Seite. (al)

Markenmanagement im TV-Sender

Die 11. Eyes & Ears Conference findet im September unter dem Motto "CREATION 21" statt. Neben Themen wie Interactive Design, Promotion und Branding, wird auch die Frage nach den Eigenmarken der TV-Sender als Wertschöpfungsgröße gestellt.

So zeigt Martina Beutner, Marketingleiterin bei VOX, am Beispiel der Koch-Show "Schmeckt nicht, gib's nicht" mit Tim Mälzer, den Aufbau und Ausbau einer Formatmarke und deren Wertschöpfung. Mit besonderem Augenmerk auf den Erfolg des Formats durch Crosspromotion und Markenallianzen.

Matthias Kappeler, Leiter Marketing & Brand Management bei SUPER RTL, stellt die Frage "Wie TOGGO bist Du"? Betrachtet den TV-Sender als Crossmediamarke und erläutert was für Konsequenzen aus den Erlösmodellen resultieren.

Schließlich erklärt Andreas Dürr, Leiter Brand Management bei ProSieben, den Weg

vom Sender-Claim zur Lifestyle-Marke. Die ProSieben-Submarke "WE LOVE" wird von Launchprozess und Markenaufbau bis zum jetzigen Status Quo begleitet.

Der Veranstalter Eyes & Ears of Europe - die Vereinigung für Design, Promotion und Marketing der audiovisuellen Medien, versteht sich, nach Aussage von Vorstandsmitglied Wout Nierhoff, als die professionelle europäische Kommunikationsplattform für alle, die sich mit der strategischen Planung, Kreation und Umsetzung audiovisueller Kommunikation in den Bereichen TV, Film, Radio, Internet, Mobile Games und im Rahmen von Events befassen.

*CREATION 21:
14. und 15. September
2006 in Köln, Infos sind unter
conference@eeofe.org
zu erhalten.*

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

29. Aug. 2006

Woche 35

Nr. 787

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Diese Woche: 60 Titel

3 Tage Zeit für Helden	Deutschlands großer Ernährungstest	Judith Williams Cosmetics	U nser Schleswig-Holsteiner Telefonbuch
Ag La Elektronik-Medien	Die Clever Auktion	L auterdörfle-Touristik	V IMS
Aha! Asien	Die Comedyflüsterer	LUTTER	VIMSE
B acken ist Kunst	Die Krähen	LUXS Nordhessen	VIVA DIVA
Bioenergie	Die Neuzeit der Bäckerei	M etropolregion A-Z	VIVA VIMS
Bioethanol	E -Government-Newsletter	Metropolregion Rhein-Neckar A-Z	VIVA VIMSE
Bioethanol Magazin	F light Night	N etzwerk Sicherheit	W illi wills wissen - Gute Frage, nächste Frage!
Bioethanol und Bioenergie	Freundinnen	Night Flight	Williams & Willams
Blockbuster	G ame One	Norbert Bleisteiner und das „Ticket to nowhere“	Z eit für Helden
C lever Auktion	Gamer United	P irateheart	Zotteliger Zottelzott
D as große Stollenbuch	Gamer-United	Piratenherz	Zottelzott
Das Schleswig-Holsteiner Telefonbuch	GMP Report	R oggen - Das Standardwerk	Zotty, der zottelige Zottelzott
Der große Ernährungstest	Grand Prix Das Formel 1 Business Magazin	S MS aus der Urzeit	Zwei Bräute und eine Affäre
Der Jodelkaiser	Gute Frage, nächste Frage!	S udoku - Das Quiz	
Der Jodelkönig	H eat of a Pirate		
Der Jodelprinz	Judith Williams		
Der zottelige Zottelzott			

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 788 erscheint am 05.09.2006 **Anzeigenschluss:** 01.09.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 789 erscheint am 12.09.2006 **Anzeigenschluss:** 08.09.2006, 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

Abgewiesen: Die "Erdinger SZ" darf ihren Namen behalten

Die Privatbrauerei Erdinger Weißbräu Werner Brombach GmbH ist Freunden des Gersensaftes bestens bekannt. Dafür sorgt schon mit viel Fallera der Jingle "Erdinger Weißbier ist halt a Pracht...". Dennoch hat die Brauerei Anfang August vor dem Landgericht München eine Schlappe erlitten. Die bayrischen Bierspezialisten hatten gegen den Süddeutschen Verlag eine Unterlassungsklage angestrengt und vom Verlag gefordert auf die Bezeichnung "Erdinger" im Titel "Erdinger SZ", einer Lokalausgabe der Süddeutschen Zeitung, zu verzichten.

Erdinger Weißbräu vermarktet ihre Produkte mit dem Namen der Heimatstadt Erding seit 1949. Als Marke ist "Erdinger" seit 1994 eingetragen. Der Süddeutsche Verlag gibt seit 1977 mehrere Regionalausgaben im Münchner Umkreis heraus. Seit sechs Jahren wird dabei der jeweiligen geographischen Angabe

stets ein "SZ" für Süddeutsche Zeitung angefügt.

Erheblicher Abstand zwischen Brauerei und Verlag

Nach Ansicht der Münchner Richter fehle es an der Verwechslungsfähigkeit der Namen, da das Publikum "Erdinger" in der Kennzeichnung "Erdinger SZ" lediglich als geographische Angabe verstehe. Aus Sicht der Verbraucher werde der Zeitungstitel vielmehr durch den Namensbestandteil "SZ" geprägt. Außerdem ergebe sich aus dem erheblichen Abstand zwischen der Brauerei- und der Verlagsbranche keinerlei Eignung zur Ruf- oder Aufmerksamkeitsausbeutung der Biermarke. Schließlich sei das "Erdinger" im Namen der Lokalausgabe nicht unlauter, weil diese geographische Angabe schon Bestandteil des früheren Namens der Zeitung - Erdinger Neueste Nachrichten - gewesen ist und

überdies bei Zeitungen üblich sei. Für Rechtsanwältin Friederike Bahr, Partnerin in der Kanzlei

Beiten Burkhardt, die den Süddeutschen Verlag zusammen mit Verlagsjuristin Rafaela Hüttig vertreten hat, ist dieses Urteil nicht nur für Zeitungsverlage von Bedeutung: "Mit dem Urteil wird bestätigt, dass der freie Gebrauch geographischer Bezeichnungen auch durch bekannte Marken nicht eingeschränkt werden kann. Über den

entschiedenen Fall hinaus wird dieses Urteil auch andere Unternehmen in Erding unterstützen,

die diese geographische Bezeichnung in ihren Marken oder Namen führen wollen".



Rechtsanwältin Friederike Bahr vertritt die Süddeutsche Zeitung

Friederike Bahr ist im Münchner Büro der Sozietät Beiten Burkhardt in den Bereichen Gewerblicher Rechtsschutz, Recht der Werbung sowie im Medienrecht tätig. Erdinger Weißbräu wurde in diesem Rechtsstreit von der Kanzlei Rau & Rau München vertreten. Ob die Brauerei gegen das Urteil, das am 11. September rechts-

kräftig werden soll, Berufung einlegen wird ist noch nicht bekannt. (al)

Gattungsbegriffe: Markenjuristen beeinflussen Wörterbucheinträge

Im Kampf um ihre Markenrechte ziehen derzeit zwei Global Player alle Register. Während die Internetsuchmaschine Google nach Berichten der Zeitung "Die Welt" das Wort "googeln" aus dem Sprachgebrauch verdrängen will, kämpft die Computerfirma Apple nach einem Bericht der Financial Times um den Begriff "Pod". Hintergrund ist die markenrechtliche Besonderheit, dass Marken als Gattungsbegriffe ihren Schutz verlieren können. Renommierte Zeitungen haben in der Vergangenheit genauso von Google Post bekommen, wie die Redaktionen von Wörterbüchern. Das Wort "googeln" solle nicht mehr im Sinne von "im Internet suchen" verwendet werden. Vielmehr hieße es auf deutsch "Ich

habe eine Google-Nachfrage gestartet" und auf englisch "I ran a Google search". Im deutschen Duden ist das Wort inzwischen genauso verzeichnet, wie im britischen "Oxford English Dictionary" und dem amerikanischen "Merriam Webster's Collegiate Dictionary".

Auf die "Bitte" des Internetriesen hin, änderte die Dudenredaktion die Erklärung "im Internet, bes. in Google suchen" in der jüngst erschienenen 24. Auflage ab, jetzt heißt es: "mit Google im Internet suchen". Bei dem Dudeneintrag für das Wort "Google" hingegen ist markenrechtlich alles klar, er ist mit dem "R im Kreis" versehen. Duden hätte der Bitte um eine Änderung des Eintrags nachgegeben, um einen Rechtsstreit zu vermei-

den, hieß es aus der Redaktion. Derartige Anfragen kämen gelegentlich vor. Aus Anwaltsicht ist das Googlebegehren völlig klar, bei Entscheidungen über Gattungsbegriffe können Wörterbücher ein gewichtiges Argument sein.

Die Konsequenz für künftige Markenverfahren: An Wörterbüchern, insbesondere dem Duden als sprachliche Instanz muss gezweifelt werden. Wenn Markenjuristen den Wörterbucheintrag beeinflussen können und eine Wörterbuch-Redaktion eine Änderung des Begriffs einräumt, leidet die Glaubwürdigkeit der Sprachbibeln. "Im Zweifel neige ich eher dazu, solche Einträge aus dem Wörterbuch zu entfernen - denn ein Wörterbuch hat nicht die Aufga-

be, Werbung für Marken zu leisten", zitiert die Financial Times den Leiter der Dudenredaktion, Matthias Wermke.

Apple hat mit seinem Vorgehen gegen den Infrarotscanner "Profit Pod" und die Schutzhülle für elektronische Geräte "Tight-Pod" einen klassischen Weg beschritten und Unterlassungserklärungen an die Verletzer versendet. Klar ist damit, dass die Marke iPod engmaschig überwacht und abgemahnt wird. Ob der Begriff "Pod" ein ähnliche Dudenkarriere nehmen wird, ist derzeit unklar. Beliebt ist er jedenfalls auch, wie die Bezeichnung des trendigen Podcasting zeigt.

Quelle: 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 für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Die Comedyflüsterer

in allen Schreibweisen, sämtlichen Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste).

**Strömer Rechtsanwälte,
Duisburger Straße 5, 40477 Düsseldorf**

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

Die Clever Auktion Clever Auktion

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

**Rechtsanwälte Lichtenstein, Körner & Partner,
Heidehofstraße 9, 70184 Stuttgart**

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

Der Jodelprinz Der Jodelkaiser Der Jodelkönig

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medienerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, Printmedien, elektronische und digitale Medien, Multimedia-Anwendungen und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien sowie für Domainbezeichnungen.

**Sasse & Partner Rechtsanwälte,
Herzogstraße 5 a, 80803 München**

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

Unser Schleswig-Holsteiner Telefonbuch Das Schleswig-Holsteiner Telefonbuch

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:

Bioethanol Bioethanol Magazin Bioethanol und Bioenergie Bioenergie Roggen - Das Standardwerk Die Neuzeit der Bäckerei Das große Stollenbuch Backen ist Kunst

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BackMedia Verlagsgesellschaft mbH,
Universitätsstraße 74a, 44789 Bochum**

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

Gamer United Gamer-United

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen, für Bücher und alle Printmedien, einschließlich Zeitschriften, 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 und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Beiten Burkhardt Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Ganghoferstraße 33, 80339 München**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

AgLa Elektronik-Medien

in jeder Schreibweise, Schriftart und Darstellungsform, Abwandlung, Abkürzung, Wortverbindung, Titelkombination, graphischen Gestaltung, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Druckerzeugnissen aller Art, Merchandising, Multimedia-Anwendungen, On- und Offline-Dienste und sonstige Medien einschließlich Telekommunikation, Internet-Suchsysteme, CD-ROM, CD-I und sonstige CD-Derivate und Datenträger, elektronische und digitale Medien sowie Printmedien.

**verlag moderne industrie AG & Co. KG,
Justus-von-Liebig-Straße 1, 86899 Landsberg/L.**

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

Piratenherz Pirateheart Heart of a Pirate

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Ton- und Fernsehrundfunk, 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

Deutschlands großer Ernährungstest Der große Ernährungstest

in allen Schreibweisen für Druckwerke, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film und Internet.

**NORDDEUTSCHER RUNDFUNK,
Rothenbaumchaussee 132, 20149 Hamburg**

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

Der zottelige Zottelzott Zottelzott Zotteliger Zottelzott Zotty, der zottelige Zottelzott Norbert Bleisteiner und das „Ticket to nowhere“

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse wie z.B. Bücher, Zeitschriften, Comics, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke in jeder Nutzungsform einschließlich Offline- und Online- wie z.B. Internet, Intranet (alle Arten von Domainbezeichnungen) und mobile Dienste in allen technischen Verfahren, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie im Mobile Business als Telekommunikationsdienstleistung in jeder Nutzungsform, z.B. für Mobilephones, PDA etc., z.B. als SMS, MMS-Bilder/Videos/Fotos und Klingeltöne in jeder Nutzungsart einschließlich Unified Messaging Systems und WAP sowie Veranstaltungen in jeder Form, Musicals und Bühnenwerke, Merchandising-Produkte und Dienstleistungen aller Art.

**Markus Stegmaier,
Hardtstraße 20, 91207 Lauf a.d. Pegnitz**

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

Judith Williams Judith Williams Cosmetics Williams & Willams

in allen Titelkombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Zusammensetzungen, Zusätzen, Untertiteln, Schriftarten, graphischen Gestaltungen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film und Fernsehen, Video, Ton-, Bildton- und Datenträger einschließlich Multimedia-Datenträger, Software, Telekommunikation und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Online-Dienste und -Medien/-Produkte, Internet- und Intranet-Domainbezeichnungen, sonstige audiovisuelle, analoge und/oder digitale/elektronische Medien, Printmedien, Druckereierzeugnisse, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art, Merchandisingartikel.

**Judith Williams,
Konzerstraße 20, 54329 Konz**

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:

Metropolregion Rhein-Neckar A-Z Metropolregion A-Z

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Kuntz-Verlags GmbH,
Hauptstraße 6 a, 76889 Gleiszellen-Gleishorbach**

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

Netzwerk Sicherheit E-Government-Newsletter

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**SPREE SERVICE Büro Bonn,
Am Buschhof 8, 53227 Bonn**

Gemäß § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Grand Prix Das Formel 1 Business Magazin

in allen Schreibweisen, möglichen Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten in allen Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Netzwerke, insbesondere CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Rechtsanwalt Dr. Thomas Leicht,
Eugenstraße 16, 70182 Stuttgart**

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

3 Tage Zeit für Helden Zeit für Helden

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Abkürzungen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Bild-, Ton- und Datenträger, Veranstaltungen, Dienstleistungen und Merchandising in jeglicher Form.

**Bayerischer Jugendring,
Herzog-Heinrich-Straße 7, 80336 München**

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

VIVA DIVA Game One VIVA VIMSE VIMSE VIMS VIVA VIMS Freundinnen

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

**MTV Networks GmbH & Co. OHG,
Stralauer Allee 7, 10245 Berlin**

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

Willi wills wissen - Gute Frage, nächste Frage! Gute Frage, nächste Frage! Night Flight Flight Night SMS aus der Urzeit Zwei Bräute und eine Affäre LUTTER Sudoku - Das Quiz

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, 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**

29. Aug. 2006

Woche 35

Nr. 787

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:

Aha! Asien

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und in allen Medien.

**DEUSIA GmbH,
Pestalozzistraße 19a, 22305 Hamburg**

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

Lauterdörfle-Touristik

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Lauterdörfle-Touristik,
Bärentalstraße 9, 89601 Schelklingen**

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

Blockbuster

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen und graphischen Darstellungen, für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien.

**Heel Verlag GmbH,
Gut Pottscheidt, 53639 Königswinter**

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

Die Krähen

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 einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

LUXS Nordhessen

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

**Dr. Neumann & Partner Rechtsanwälte GbR,
Wachsbleiche 26, 53111 Bonn**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

GMP Report

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, in allen Wortverbindungen für alle Medien.

**CONCEPT HEIDELBERG GmbH,
Rischerstraße 8, 69123 Heidelberg**

Über 45.000 archivierte Titel !

Recherchieren Sie kostenlos unter

www.titelschutzanzeiger.de

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, Ralf Deppe (rd) -80

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 elektroni-
schen 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 ge-
werbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht
gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich ge-
schützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm
erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Ge-
nehmigung.



Produktpiraterie - Marken im Kampf gegen Plagiate

aus der Rubrik
Markenrecht

Firma

Name, Vorname

Straße

PLZ, Ort

Tel.:

Email:

Datum, Unterschrift

BITTE IN BLOCKSCHRIFT!

TSA

- JA** ich bestelle **markenartikel** im Probe-Abonnement. Ich erhalte die nächsten drei Ausgaben **markenartikel** zum Preis von 20,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Probe-Abonnement endet automatisch.

- JA** ich bestelle **markenartikel** im Jahres-Abonnement. Ich erhalte das Magazin ab sofort regelmäßig für 98,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Abonnement gilt zunächst für ein Jahr (11 Ausgaben) und verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr, wenn ich nicht mit der Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugjahres schriftlich kündige.

New Business Verlag GmbH & Co. KG

Postfach 70 12 45 • 22012 Hamburg

Birgit Jessen

Telefon 040/60 90 09-62

abo@new-business.de