

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Bildung und Gesundheit liegen weiter im Trend

Ist Deutschland noch das Land der Dichter und Denker? Für den Medienmarkt schon. Die Mandanten von **Rechtsanwalt Martin Glänzer** bringen unter dem Titel "Die verbrannten Dichter" ein Musical heraus und der Titel "Wenn das Licht auf Dich fällt", geschützt von den **Rechtsanwälten Plegge & Visse**, klingt doch auch recht poetisch.

Dem deutschen Denker rückt jetzt **GRUNDY Light Entertainment** zu Leibe. "Deutschland Deine Genies", "Deutschlands Geistesblitze" und "Die Supererfindung" sollen die neuen Formate heißen. Für kulturelle Weiterbildung, verbunden mit gesunder Bewegung, engagiert sich der **Süddeutsche Verlag**. "Auf Königswegen und Schmugglerpfaden" sollen die Leser gehen und sich "Römerstraße und Kultplätze" archäologisch erwandern. Dass man mit dem

Lernen nicht früh genug anfangen kann, weiß auch die **comtract GbR** und bietet Wirtschaft, Politik und Technik für Kinder an. Doch auch "Gesundheit für Kinder" und "Essen und Trinken für Kinder" ist comcontract wichtig. Dass die Sprösslinge aber für gesundes Essen kaum die gleiche Begeisterung aufbringen wie für Süßigkeiten aller Art, ist wohl allen Eltern klar. So geht denn auch bei der **POLYPHON Film** "Der Krieg der Knöpfe" weiter.

Über Umfänge und Ergebnisse der medialen Gesundheitsbemühungen wird uns sicher das durch die **RAe Hölters und Elsing** geschützte "Jahrbuch Gesundheitswirtschaft" aufklären.

Alle 71 Titel, seien es nun "komische Zeiten" bei RTL oder der Auftritt von Niels Ruf bei SevenSenses, finden Sie auf der nächste Seite. (al)

Die Deutsche Post verteidigt ihre Marke

Das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) hat den Antrag auf Löschung der auf die Deutsche Post AG eingetragenen Marke "Die Post" abgewiesen. Der Bundesverband Internationaler Express- und Kurierdienste e.V. (BIEK) hatte die Löschung der Marke gefordert. Nach Ansicht des Verbandes gäbe es in der öffentlichen Wahrnehmung des Begriffs "Die Post" keine ausreichende Verbindung zur Deutschen Post.

Im BIEK haben sich Wettbewerber der Deutschen Post wie DPD, FedEx, Hermes und UPS organisiert. Mit der Begründung, dass sich die Bezeichnung "Post" in erster Linie auf eine allgemeine Dienstleistungsfunktion bezieht, hatte der Verband bereits im Januar diesen Jahres die Löschung der Marke "Post" durchgesetzt.

Doch "Post" ist nicht gleich "Die Post". Die Deut-

sche Post AG konnte die Verkehrsdurchsetzung des Begriffs schon bei Eintragung der Marke durch unabhängige Umfragen belegen. Mehr als 80 Prozent der Befragten hatten den Begriff "Die Post" dem Unternehmen Deutsche Post zugeordnet. Neuere Umfragen, zuletzt durch tns infratest, hatten dies sogar mit 83,9 Prozent bestätigt. So weisen die Markenhüter vom DPMA zwar darauf hin, dass "Die Post" ein beschreibender Begriff sei, jedoch die hohe Verknüpfung des Begriffs mit dem Unternehmen den Markenschutz rechtfertige.

Diese Entscheidung stimmt die Deutsche Post besonders hoffnungsfroh, da im Herbst 2006 die angefochtene Löschung der Marke "Post" vor dem Bundespatentgericht zur Verhandlung ansteht. (al)

Ist Ihr Titel
wirklich
noch frei?



Gracklauer Titelrecherchen

www.gracklauer.de

Klären Sie, ob Ihr Titel gefahrlos
verwendet werden kann.

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

Diese Woche: 71 Titel

1989 - Das Musical	Die Niels Ruf Show	In Gottes Namen. Ausflüge zu Bayerns Heiligen	Re-Issue
Alles Toppi, Proppi	Die Supererfindung	Ins gemachte Nest	Re-Issued
Auf Königswegen und Schmugglerpfaden.	Die verbrannten Dichter - Das Musical	Jahrbuch Gesundheits- wirtschaft	Römerstraße und Kultplätze. Archäologische Wanderungen
Wanderungen in den Münchner Hausbergen	ENTFÜHRT	Karrierefürer vertrieb	Sag schon!
Ausgesorgt	EquiPassion	Kino Gigant	Schätze von nebenan. Museumsspaziergänge rund um München
Bayern entdecken	Essen und Trinken für Kinder	Komische Zeiten	SCHÖNHEIT
Berlin Maximal	Flug 165	Kum Saati	Stadtkurier - Das neue Verbrauchermagazin
Das 100.000 Euro Patent	FördeWerke	Leserate	Technik für Kinder
Der kleine Lahm	Gamesguide	Letterlinge	Tengo
Der Krieg der Knöpfe	Geschichten aus Deutschland	Liar	Transfermarkt
Der Krieg der Knöpfe geht weiter	Gesundheit ! kompakt	Lügner	Videoguide
Deutschland Deine Genies	Gesundheit für Kinder	Lunapark 21	VIVA nur mit dir
Deutschlands beste Erfindung	Green Card	Mehmet Canbolat'la Kum Saati	Was kocht Deutschland?
Deutschlands Erfinder	HALLO Leute	Musikguide	Wenn das Licht auf Dich fällt
Deutschlands Geistesblitze	HARRY POTTER UND DER HALBBLUTPRINZ	MVDA PULS	Wirtschaft für Kinder
DICHT!	HARRY POTTER UND DER ORDEN DES PHOENIX	now or never	Wissen hält dicht!
Dichtungsmesse	Hilfe, Mutti kann nicht kochen	P 5	
Die besten Rezepte Deutschlands	Impulse fürs Alter	Politik für Kinder	
Die Leserate		Polizeidirektion 5	

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 790 erscheint am 19.09.2006 **Anzeigenschluss:** 15.09.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 794 erscheint am 17.10.2006 **Anzeigenschluss:** 13.10.2006, 10 Uhr

Dauerstreit um Metro

Nahverkehrsunternehmen muss Marke löschen und nimmt Metromarke ins Visier

Metro hat seine Marke verteidigt und feiert einen Sieg. Die Hamburger Nahverkehrsbetriebe HVV müssen Ihren Metrobus nicht umbenennen und feiern ebenfalls einen Sieg. Gerade in der komplexen Markenwelt ist es leicht, mit Gerichtsentscheidungen ein bisschen Imagepflege zu betreiben. Das Hamburger Oberlandesgericht (Az: 3 U 205/04) hat zwar seine Entscheidung bereits gefällt, doch die Urteilsgründe sind noch nicht bekannt, alles weitere ist deshalb Spekulation.

Die Imagepflege kommt zu früh

Gekämpft wird an vielen Fronten. Metromarken wurden über Widersprüche beim deutschen Markenamt angegriffen. Allein im deutschen Register sind mehr als 80 Marken mit dem Begriff Metro verzeichnet, Streitigkeiten sind da vorprogrammiert. Zumal die Metromarke fast alle der möglichen Waren und Dienstleistungen umfasst und keinen Spielraum mehr lässt. Die Crux: wer viel anmeldet, macht sich angreifbar, wenn die so genannte Benutzungsschonfrist abläuft. Das haben die Nahverkehrsunternehmen nach Auskunft von HVV-Anwalt Joachim Amann bereits erkannt. Im taktischen Spielchen um Marken und Namen könnten sie damit zum Gegenschlag ansetzen.

In Berlin, München und Hamburg wiederum hat der Metrokonzern Prozesse angestrengt, um Namen und Marke auch künftig möglichst exklusiv nutzen zu können. Seit einigen Jahren fahren in diesen Städten Metrobusse,

Metrotrams oder Metrolines. Der Begriff gehe auf das Wort Metropole zurück. Doch der Handelskonzern sieht Namen und Markenfamilie in Gefahr und bekämpft diese Praxis im öffentlichen Nahverkehr auf ganzer Linie. Zu einem Metrobus könnte ja auch eine Metrocard angeboten werden fürchtet Metrosprecher Jürgen Homeyer. Metrokunden tragen so etwas bereits in ihrem Portomonaie. Auch eine Metrozeitung oder ein Metroiosk wäre den Großhändlern gar nicht recht.

Noch ist alles offen

In dem Dauerstreit um den Begriff Metro könnte nun der Bundesgerichtshof ein Machtwort sprechen. In dem Hamburger Leitverfahren ist die Revision zum Bundesgerichtshof zugelassen. Schon das Landgericht hatte den umfassenden Schutz des Wortes Metro abgewiesen. In der jetzt entschiedenen Berufung wurde vom OLG jedoch der Markeneintrag des HVV gekippt. Besteht das Urteil vor dem BGH, müssen sich die Hamburger künftig auf Linienbusbeförderung und Fahrplaninformation zu beschränken.

Die Metro Group, die mit dem Slogan „The Spirit of Commerce“ wirbt und in mehr als 30 Ländern aktiv ist, dürfte in Deutschland vor allem durch Ihre Handelskette, die sich ausschließlich an Geschäftskunden wendet, bekannt sein. Seit 1964 wird der Name benutzt. In den Rechtsstreitigkeiten fallen für den Namen Werte bis zu 50 Millionen Euro. Mit solch einer Zahl würden sie sich sofort auf einen der vorderen Plätze in sämtlichen Markenrankings katapultieren. Zu dem Konzern gehören neben Metro

Cash & Carry auch Marken wie Real, Extra, Media Markt, Saturn oder Galeria Kaufhof. In Frankreich, wo die Metro schon seit Jahrzehnten ganz selbstverständlich durch Paris fährt, habe man sich beispielsweise auf die verschiedenen Geschäftsbereiche geeinigt, heißt es bei Metro. Sieg und Niederlage: Am ehesten lässt sich an der Kostenverteilung,

die das Gericht vorgenommen hat, ablesen, wer den Streit gewonnen hat. Aufgrund der Markenlöschung müssen die Hamburger immerhin ein Zehntel der Kosten tragen. Den Wert für das Verfahren haben die Richter mit 500.000 Euro beziffert.

Quelle:
www.markenbusiness.de

MTV verlangt Namensänderung

Von „Pimp my Snack“ zu „Pimp That Snack“.

MTVs Fernsehshow „Pimp My Ride“, in der alte Autos innen wie außen ordentlich aufpoliert werden, lockt jede Menge Teenies vor die Bildschirme. Auch Unternehmen buhlen mittlerweile mit Parolen wie „Pimp my Burger“ (Burger King), „Pimp my PC“ (Giga TV) oder „Pimp my church“ (Stadt Luxemburg) um die Gunst der jugendlichen Klientel.

Das Verb „to pimp“, das ursprünglich von „Pimp“ (deutsch: Zuhälter) stammt und so viel wie „Zuhälter sein“ meint, fand mit der Hip-Hop-Kultur Eingang ins Mainstream-Vokabular und wird heute vor allem im Sinne von „aufmotzen“ oder „aufstylen“ verwendet. Der MTV-Mutterkonzern Viacom, der sich gerne als alleiniger Urheber des eingängigen Slogans „Pimp My Ride“ sähe, schaut nur ungern dabei zu, wie sich das Verb „pimpen“ zunehmend in Jugendkultur und Werbewelt breit macht. Als Inhaber der EU-Marken „Pimp My Ride“ und „Pimp My...“ versucht der Konzern gegen diejenigen vorzugehen, die mit dem Slogan „Pimp My...“ Geschäfte machen. Wie The Guardian Limited berichtet, bekam der

englische Betreiber der Internetseite „Pimp My Snack“ bereits im Frühjahr Post von Viacom. Auf seiner Homepage konnten Besucher Rezepte für die Herstellung allerlei überdimensional großer Konditorei- und Süßwaren tauschen. Mit der Seite würden Markenrechte verletzt und vom Konzept der MTV-Sendung abgekupfert, hieß es bei Viacom. Um weiteren Streitigkeiten vorzubeugen wurde eine Namensänderung angemahnt. Ähnliches bekam auch Liz Wilson zu hören, die für Haustierhalter die Luxusboutique „Pimp My Pet“ eröffnete. Zwischen ihrem Namen und der von Viacom geschützten Marke bestehe Verwechslungsgefahr, hieß es.

Eingeschüchtert vom Muskelspiel des Medienkonzerns kündigte Liz Wilson daraufhin an, ihrer Boutique einen neuen Namen zu geben. Peter Wilcox, Betreiber von „Pimp My Snack“ hat seine Seite bereits umbenannt. Sie heißt seit Juni „Pimp That Snack“. Mit den erwirkten Namensänderungen dürfte Viacom Anliegen allerdings noch lange nicht erledigt sein. Denn die Liste von Nutzern des „Pimp My...“-Slogans ist mittlerweile lang.

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für

Letterlinge

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen und Zusätzen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen, für alle Medien, Print, audiovisuell, elektronisch und digital einschließlich Internet.

**Veronika Kluge,
Schönaustraße 34, 44227 Dortmund**

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

FördeWerke

in allen denkbaren Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen und Untertiteln für alle Medien und Datenträger sowie für Onlinedienste und Internet.

**BROCK MÜLLER ZIEGENBEIN
Rechtsanwälte Partnerschaft,
Peter Burchards,
Holstenstraße 37, 24103 Kiel**

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

MVDA PULS

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Kombinationen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie elektronische Medien einschl. Multimedia-Anwendungen, Online- und Offline-Dienste einschl. Internet sowie Bild-, Ton- und Datenträger aller Art und Softwareerzeugnisse, insbesondere CD-ROM, CD-I und DVD.

**RA Dr. Ingo Jung, CBH-Rechtsanwälte,
Bismarckstraße 11-13, 50672 Köln**

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

Geschichten aus Deutschland

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere Bücher und sonstige Printmedien und sonstige elektronische und digitale Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Senfft Kersten Nabert & Maier,
Rechtsanwalt Joachim Kersten,
Schlüterstraße 6, 20146 Hamburg**

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

Musikguide Videoguide Gamesguide

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse einschließlich Bücher und Zeitschriften, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträgern aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien, Netzwerke und Dienstleistungen, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line- und On-Line-Dienste (einschließlich Mediendienste), SMS, WAP, Unified-Messaging-Systems (UMS), Telekommunikationsdienstleistungen, sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Rechtsanwälte
Dr. Wartner, Dr. Dietrich und Partner,
Perfallstraße 1, 81675 München**

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

EquiPassion

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**Comtainment GmbH,
Roenner Weg 29, 24223 Raisdorf**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Wenn das Licht auf Dich fällt

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereizerzeugnisse, 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.

**Rechtsanwälte Plegge & Visse,
Widukindstraße 19, 49477 Ibbenbüren**

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

Leseratte Die Leseratte

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

**Maren Riebartsch,
Sartoriusstraße 24, 20257 Hamburg**

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

Flug 165

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Kombinationen und Abwandlungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online Dienste und sonstige Online-Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie Merchandising, in jeglicher Form.

**Monaco Film GmbH,
Alter Wandrahm 11, 20457 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5, Absatz 3 Markengesetz nehme ich hiermit im Auftrag meines Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Die verbrannten Dichter - Das Musical 1989 - Das Musical

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für sämtliche Medien, insbesondere TV, einschließlich Ton-, Bild-/Tonträgern, Film-, Hörfunk- und Internetdienste, Video, CD-ROM und/oder andere Datenträger sowie Dienstleistungen, Veranstaltungen und Merchandising aller Art.

**Rechtsanwalt Martin Glänzer,
Borselstraße 18, 22765 Hamburg**

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

Auf Königswegen und Schmugglerpfaden. Wanderungen in den Münchner Hausbergen

Römerstraße und Kultplätze. Archäologische Wanderungen

Schätze von nebenan. Museumsspaziergänge rund um München

In Gottes Namen. Ausflüge zu Bayerns Heiligen

Bayern entdecken

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.

Süddeutscher Verlag GmbH, Business Affairs/Recht, Sendlinger Str. 8, 80331 München

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:

SCHÖNHEIT

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**COSPAR Cosmetic & Parfümerie GmbH,
An der Martinskirche 53, 49078 Osnabrück**

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

Lunapark 21

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Thomas Fruth,
Karl-Schrader-Straße 6, 10781 Berlin**

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

Kino Gigant

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertitel und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, TV-Sendungen, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film/Hörfunk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, digitale Datenträger (wie CD-Rom, DVD/CDI, MD usw.), Computerspiele, Softwareerzeugnisse, Multimediaanwendungen, Netzwerke und/oder Onlinedienste und/oder Telekommunikationsdienste, alle Internet Plattformen, Domain Namen usw. und Möglichkeiten, Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Literaturerzeugnisse.

**Stefan Marcinek,
Eberleinstraße 46, 65195 Wiesbaden**

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

Tengo

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen, insbesondere mit und ohne Bindestrich, Schriftarten, Wortverbindungen und Kombinationen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, graphischen Gestaltungen, Abkürzungen mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, Software-Erzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Tele- und Mediendienste, sonstige offline- und online-Dienste, TV- und Radiosendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere magnetische, optische, sonstige Speichermedien, sowie Ausstellungen, Messen, Veranstaltungen, Darstellungen, Dienstleistungen und das Merchandising in jeglicher Form.

**Ziel:Marketing,
Hauptstätter Straße 57, 70178 Stuttgart**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für unseren Mandanten, Warner Bros. Entertainment, Inc., Titelschutz in Anspruch für:

HARRY POTTER UND DER ORDEN DES PHOENIX HARRY POTTER UND DER HALBBLUTPRINZ

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, für Film, Hörfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Multimediaanwendungen, Druckerzeugnisse (ausgenommen Romane).

**Anwaltssozietät BOEHMERT & BOEHMERT,
Meinekestraße 26, 10719 Berlin**

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

now or never VIVA nur mit dir

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**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Berlin Maximal

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen 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:

Die Niels Ruf Show

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

**SevenSenses GmbH,
Medienallee 9, 85774 Unterföhring**

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

Lügner

Liar

Deutschlands Erfinder

Deutschland Deine Genies

Deutschlands Geistesblitze

Deutschlands beste Erfindung

Das 100.000 Euro Patent

Ausgesorgt

Die Supererfindung

Hilfe, Mutti kann nicht kochen

Was kocht Deutschland?

Die besten Rezepte Deutschlands

Ins gemachte Nest

Sag schon!

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,
Siegburger Straße 215, 50679 Köln**

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

Komische Zeiten

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien einschließlich Merchandising.

**RTL Television GmbH,
Aachener Straße 1036, 50858 Köln**

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

Der kleine Lahm

Wirtschaft für Kinder

Politik für Kinder

Technik für Kinder

Essen und Trinken für Kinder

Gesundheit für Kinder

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wort- und Zahlenverbindungen, Titelkombinationen, Verkürzungen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, Bild- und Bildtonträger, Tonträgerpromotion, Film-, Hörfunk-, Software-, Off- und Online-Dienste und -Produkte, Internet, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige andere audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Bücher, sowie Printmedien und Druckerzeugnisse, sowie Veranstaltungen, Dienstleistungen und Merchandisingerzeugnisse aller Art.

**contract GbR,
Mönchhofstraße 3, 69120 Heidelberg**

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Green Card

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Magazine und Zeitschriften.

**KROHN Rechtsanwälte,
Esplanade 41, 20354 Hamburg**

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

Alles Toppi, Proppi

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Egon Lippert,
Hauptstraße 56, 82223 Eichenau**

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

Mehmet Canbolat'la Kum Saati Kum Saati

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hessen Toplum Zeitung,
Leukertsweg 56, 63225 Langen/Hess.**

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

Der Krieg der Knöpfe Der Krieg der Knöpfe geht weiter

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Re-Issue Re-Issued

in allen Schreibweisen für alle Medien.

**Buse Heberer Fromm Rechtsanwälte,
Harvestehuder Weg 23, 20149 Hamburg**

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

Stadtkurier - Das neue Verbrauchermagazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**INFO Wochenzeitung OHG,
Marienplatz 6, 88212 Ravensburg**

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

Transfermarkt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sonstige digitale Medien, einschließlich On- und Offline-Dienste.

**Rechtsanwalt Jochen Jüngst,
Ifflandstraße 78, 22087 Hamburg**

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

DICHT! Wissen hält dicht! Dichtungsmesse

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**ISGATEC GmbH,
Hans-Thoma-Straße 49/51, 68163 Mannheim**

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:

karriereführer vertrieb

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:

HALLO Leute

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**JKM PRODUKTION AB,
Box 13051, 10302 Stockholm/SCHWEDEN**

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

Impulse fürs Alter

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**aweto Verlag,
Am Hambuch 7, 53340 Meckenheim**

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

Gesundheit ! kompakt

Das Magazin für Gesundheit, Fitness und Wellness
in allen Schreibweisen und Darstellungsformen (wie Gesundheit kompakt).

**Nordbayerischer Kurier Zeitungsverlag,
Theodor-Schmidt-Straße 17, 95448 Bayreuth**

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

Polizeidirektion 5 P 5 ENTFÜHRT

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereizergebnisse, 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 eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Jahrbuch Gesundheitswirtschaft

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, mit entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Bücher und alle Printmedien, 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, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Hölters & Elsing,
Kurfürstendamm 185, 10707 Berlin**

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

www.new-business.de

mit DER
SOFTWARE
TITEL

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

12. Sept. 2006
Woche 37
Nr. 789

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

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, Produ-
zenten von audiovisuellen 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 200 100 20
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-



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-Abonne-
ment. 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-Abonne-
ment. Ich erhalte das Magazin ab sofort regel-
mäßig für 98,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt.
Das Abonnement gilt zunächst für ein Jahr
(11 Ausgaben) und verlängert sich automa-
tisch um jeweils ein Jahr, wenn ich nicht mit
der Frist von vier Wochen zum Ende des
Bezugsjahres schriftlich kündige.

New Business Verlag GmbH & Co. KG

Postfach 70 12 45 • 22012 Hamburg

Birgit Jessen

Telefon 040/60 90 09-62

Fax 040/60 90 09-66

abo@new-business.de