

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Leichter Aufwand für die Fachpresse

Eine neue Studie der Deutschen Fachpresse ([www.deutsche-fachpresse.de](http://www.deutsche-fachpresse.de)) zeigt deutlich: Für Entscheider haben Fachzeitschriften noch immer einen hohen Stellenwert wenn es gilt den Markt zu beobachten und Informationen zu sammeln. Die Wirkungsanalyse 2006, die von TNS Emnid im Auftrag der Deutschen Fachpresse durchgeführt wurde, ergab eindeutig, dass sich auch nach der Etablierung des Internet in der B2B-Kommunikation die Nutzung der Fachzeitschriften auf konstant hohem Niveau bewegt. Die jetzt veröffentlichte Fachpresse-Statistik 2005 zeigt denn auch ein Umsatzplus von 3,8% gegenüber dem Vorjahr, während die Auflagen sogar um 5,5% stiegen. Laut Befragung erwarten 38% der Fachverlage eine Verbesserung der Umsatzergebnisse in 2006.

Das zeigen auch die Titelschutzanmeldungen: Die Mandanten von **Rechtsanwalt**

**Berthold Wesle** beschäftigen sich mit "Neuen Arzneistoffen" und **Linux NewMedia** plant das "Linux Magazin Technical Review". **Henkel Kommunikation** setzt mit "Hafen Report" und "Truck & Ferry" auf die boomende Schifffahrtsbranche.

Große Hoffnungen in die Zukunft setzen auch die Mandanten von **Rechtsanwalt Martin Glänzer**: Mit "Hamburg - Das Tor zu Olympia 2016" werden wieder Erwartungen in umsatzträchtige Sportereignisse geweckt. Die **VVA Kommunikation** versorgt mit dem "Golf Guide 2007" ihre Kunden schon fürs nächste Jahr mit einem Turnierkalender.

Alle 75 neuen Titel und Näheres über die Theorie des Poker-Spiels, Millionentale oder Dinosaurier-Shows finden Sie auf den nächsten Seiten. (al)

## Marlene Dietrichs "Blauer Engel" darf nicht ohne Lizenz verwendet werden

In dem seit 1993 andauernden Lizenz-Streit hat die Tochter und Alleinerbin von Marlene Dietrich jetzt vor dem Bundesverfassungsgericht einen weiteren Sieg errungen.

Die Verfassungsbeschwerde wurde von der Firma Toshiba eingereicht, die ein Bild von Marlene Dietrich aus dem Film "Der Blauen Engel" zu Werbezwecken verwendet hatte. Maria Riva, Tochter der 1992 verstorbenen Marlene Dietrich, verlangte für die Verwendung des Bildes Lizenzgebühren und bekam 1999 vor dem Bundesgerichtshof Recht. Auch das Verfassungsgericht schloss sich dem BGH-Urteil an und nahm die Beschwerde nicht zur Entscheidung an.

Besonders für Nachkommen und Erben prominenter Persönlichkeiten ist dieses Urteil interessant, betont es doch die Vererblichkeit vermögenswerter Bestandteile des Persönlichkeitsrechts. Oder mit anderen Worten: Auch die Er-

ben können finanzielle Ansprüche anmelden, wenn das Image ihrer Vorfahren zu Werbezwecken genutzt wird.

Ein Schadensersatzanspruch sei gegeben, da das allgemeine Persönlichkeitsrecht dem Schutz nicht nur ideeller, sondern auch kommerzieller Interessen der Persönlichkeit diene. Würden diese vermögenswerten Bestandteile des Persönlichkeitsrechts durch eine unbefugte Verwendung des Bildnisses schuldhaft verletzt, stehe dem Träger des Persönlichkeitsrechts ein Schadensersatzanspruch zu. Die entsprechenden Befugnisse gingen auch auf den Erben über. Es entspräche den Grundgedanken des bürgerlichen Rechts, die Wahrnehmung solcher Vermögensinteressen den Erben zuzugestehen. (al)

*Bundesverfassungsgericht  
vom 22. August 2006  
AZ: 1 BvR 1168/04*



+ 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](http://www.iprguard.de), E-Mail: [info@iprguard.de](mailto:info@iprguard.de), Tel. 04131-225600-0  
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter [www.researcher24.de](http://www.researcher24.de)

4. Okt. 2006  
Woche 40

**Nr. 792**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Diese Woche: 75 Titel

<b>A</b> dventure Guide Auferstehung der Giganten	<b>H</b> afen Report Hamburg - Das Tor für Olympia 2016 Hamburg - Das Tor zu Olympia 2016 Hunde Inserat Hunde Markt	<b>P</b> anikblüte Piano- und Flügelstimmung Play Vanilla Psychic CIS
<b>b</b> mag. bauma-magazin Boppel bsite. bauma-magazin	<b>I</b> n guten Händen Iss was - der große Ernährungstest	<b>R</b> an an den Tisch Ran an den Wald Ran an die Geschenke Ran an die Kekse Ran an die Plätzchen Rhetorik-Code Roy Sailor
<b>D</b> anke, Schumi Das Büro Das Millionentalent Der Führungs-Code Der Körpersprache-Code Der Rhetorik-Code Der Team-Code Dinosaurier - Die Show Dinosaurier - Im Reich der Giganten Dinosaurier - Im Reich der Titanen Dinosaurier - Unter uns Dinosaurier - Zeit der Giganten Dr. Bulle drum action	<b>J</b> anas Reiterland Jana's Reiterland Julias Reiterland Julia's Reiterland jung wie nie	<b>S</b> even Society Driver
<b>F</b> ührungs-Code	<b>K</b> örpersprache-Code	<b>T</b> eam-Code The Motion Magazin for the Society Driver Theory of Poker Truck & Ferry
<b>G</b> ib mir 5! Giganten der Vorzeit Golf Guide 2007 grand guitars gtr avenue guitar avenue guitar collector	<b>L</b> egende Hohner Harmonika Lichterstadt Eutin (Eutin (er)leben) Life Science Guide Nord Linux Magazin Technical Review Linux Technical Review	<b>v</b> intage guitars
	<b>M</b> ACHT ODER LIEBE mein TV	<b>W</b> ander-Guide wandern Wissen leicht gemacht Wohnen im Alter
	<b>N</b> ATURE FITNESS Neue Arzneistoffe 2006 (2007 etc.)	
	<b>O</b> ldtimer Trecker Inserat Ostdeutsche Zeitung	<b>z</b> wanzig 10 Zwutsch

## Der Titelschutz Anzeiger

**Die nächste Ausgabe:** Nr. 793 erscheint am 10.10.2006 **Anzeigenschluss:** 06.10.2006, 10 Uhr

## Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

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

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Marken und Priorität

### Gerechtigkeitsprinzip und Beurteilungskriterium aber kein Universalprinzip.

Marke löschen, Kosten zahlen. Ein Satz wie ein Faustschlag. Der Grund heißt dann fast immer: Priorität. Der Bundesgerichtshof spricht von einem Gerechtigkeitsprinzip und stellt fest: „...im Hinblick auf die Fülle von möglichen Konfliktfällen muss es im Allgemeinen mit einer einfach zu handhabenden Grundregel, der Priorität der Registrierung, sein Bewenden haben.“ (Entscheidung shell.de). Das klingt praktisch, aber ist praktisch auch gerecht?

Namen für das Gerechtigkeitsprinzip gibt es viele: Windhundprinzip, wer zuerst kommt, mahlt zuerst, first come first served oder einfach nur Schnelligkeit – alle Beschreibungen meinen dasselbe. Apropos Gerechtigkeit, das ist eines der großen rechtsphilosophischen Themen. Für die Verteilungsgerechtigkeit scheint sich die Priorität durchgesetzt zu haben. Wie sonst sollte der Konflikt knapper Ressourcen gelöst werden?

### „Aber ich habe doch die Domains schon vor Jahren registriert ...“

Die Priorität an einer Domain als ein Allheilmittel im Kampf

um Namen und knappe Adressen – ein weitverbreiteter Irrglaube. Nur bei gleich starken Rechten hilft das Prinzip weiter. Dass der Nachname einem Unternehmensnamen weichen muss, hat sich seit der BGH-Entscheidung „shell.de“ in einschlägigen Foren jedenfalls herumgesprochen. „Der Schnellere siegt“ titelte der Verlag Haufe einst anlässlich eines Domainstreits, und brachte es damit in der Überschrift auf den Punkt. Denn die Priorität ist ein maßgebliches Beurteilungskriterium im Marken- und Domainrecht. Das Markenrecht steht demjenigen zu, der die Marke zuerst hinterlegt. Das klingt einfach. Durch das Domainrecht wurde das „Gerechtigkeitsprinzip“ noch einmal auf eine harte Probe gestellt. Seitdem ist klar, Priorität ist eine feine Sache, doch mit ihr allein ist nicht jeder Fall zu gewinnen.

Die Information, dass eine nationale Priorität innerhalb von 6 Monaten auf andere Länder erstreckt werden kann, ist auch noch einfach und vor allem wichtig für den Fristenkalender. Doch die Priorität hat auch Ihre Tücken, wie schon die Existenz eines Begriffs wie „relative Priorität“ anzeigt. Der gedankliche Klimmzug ist nicht ohne: Sollte eine Marke zwischenzeitlich

löschungsreif gewesen sein und dann durch Aufnahme einer Benutzung geheilt werden, lebt die Priorität zwar weiter. Das gilt aber nicht für Marken, die in der Zeit der Lösungsreife angemeldet wurden – in solchen Fällen kommt es zur Koexistenz.

Und jetzt kommt es: Das gilt nur für nationale und internationale, also zum deutschen Markenregister oder über die World Intellectual Property Organisation, angemeldete Marken. Auf europäischer Ebene hat sich das französische Prinzip, das keine solche Koexistenz zulässt, durchgesetzt. Im Markengesetz finden sich die wesentlichen Aussagen in § 6. Für die Priorität einer eingetragenen Marke gilt grundsätzlich der Anmeldetag. Bei dem Kampf gegen die Uhr gilt als kleinste Einheit eine Tagespriorität, auch wenn man anhand der Registernummern die Unterschiede feststellen könnte; theoretisch wird damit eine Koexistenz von Marken möglich.

Bei der Vergabe der europäischen Domains, dem jüngsten Versuch, der Gerechtigkeit auf die Sprünge zu helfen, war es hingegen ein Wettlauf um Sekunden. Auch hier hatten sich – trotz jahrelanger Vorbereitung und dreistufigem Anmeldeverfahren – die Organisatoren am Ende nicht anders zu helfen gewusst, als

per Priorität. Für lukrative Begriffe hagelte es Anmeldungen im Sekundentakt. Im Zivilrecht ist das Prioritätsprinzip schon seit längerem bekannt, für Pfandrechte ist im Bürgerlichen Gesetzbuch (§ 1209) beispielsweise kodifiziert: „Für den Rang des Pfandrechts ist die Zeit der Bestellung ... maßgebend...“.

In der führenden juristischen Fachzeitschrift NJW finden sich Aufsätze wie „Das zwangsvollstreckungsrechtliche Prioritätsprinzip und seine Vereitelung in der Praxis“ (NJW 2003, 476 ff). Es sei jedoch kein das gesamte Medienrecht durchziehendes Leitprinzip und bleibe auf konkrete Ausschnitte der Rechtsordnung beschränkt, so die Schlussfolgerung des Potsdamer Juraprofessors Jens Petersen nachdem er die Frage aufwarf, ob das Prinzip gar einen medienrechtlichen Ordnungsgesichtspunkt darstelle. Zum Aktenzeichen C15898 findet sich ein ziemlich seltsamer Markeneintrag: Die Wortmarke „Priorität“, Leitklasse 16, Anmeldetag 01.01.1880, Letzter Verfahrensstand: Akte vernichtet. Nach der Ansicht des Markenprüfers hinderte mangelnde Unterscheidungskraft an einem Eintrag der „Prioritäts“-Marke.

Quelle:  
[www.markenbusiness.de](http://www.markenbusiness.de)

Top News aus Werbung,  
Marketing und Medien

[www.new-business.de](http://www.new-business.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 nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

## **Piano- und Flügelstimmung Legende Hohner Harmonika drum action**

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen für Ton-, Daten-, Bildträger, Bücher, periodische Druckschriften und/oder andere Publikationen, sowie für alle sonstigen Medien.

**RA Schmid-Loiper,  
Waldstraße 4, 82194 Gröbenzell**

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

## **Seven**

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

**Linklaters Rechtsanwälte Steuerberater,  
Börsenplatz 1, 50667 Köln**

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

## **Hamburg - Das Tor für Olympia 2016 Hamburg - Das Tor zu Olympia 2016**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Kombinationen und graphischen Darstellungen und/oder Zusätzen und Zusammensetzungen in allen Medien, insbesondere Hörfunk, Fernsehen, Druckwerke, Internet, Offline-/Online-Dienste, für Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art sowie der sonstigen gewerblichen oder nichtgewerblichen Verwertung einschließlich Merchandising.

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

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

## **Play Vanilla**

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**

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

## **Der Rhetorik-Code Rhetorik-Code Der Körpersprache-Code Körpersprache-Code Der Führungs-Code Führungs-Code Der Team-Code Team-Code**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Karsten Bredemeier,  
Im Wolfsgarten 4, 53819 Neunkirchen**

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

## **The Motion Magazin for the Society Driver Society Driver**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, sowie Bild- und Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, 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.

**Dr. Christian Koch,  
Alsterchaussee 13, 20149 Hamburg**

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

## **NATURE FITNESS Das Magazin für Walking, Wandern & gesundes Leben**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, grafischen Darstellungen, Zusammensetzungen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Medien (insbesondere Druckerzeugnisse wie Zeitungen, Zeitschriften und Bücher, elektronische, digitale und audiovisuelle Medien sowie für Hörfunk, Film und Fernsehen).

**Ines Boll Rechtsanwältin,  
Augsburger Straße 9f, 85247 Schwabhausen**

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

## **Roy Sailor**

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Zusätzen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen und Untertiteln, in allen Medien einschließlich Bild-, Ton-, Datenträger sowie Software- und Druckereierzeugnisse aller Art, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich off- und online-Dienste, CD-Rom, CD-I, Merchandising.

**Dr. Kukuk Rechtsanwälte,  
Neuer Wall 20, 20354 Hamburg**

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

## **Ran an den Tisch Ran an die Geschenke Ran an den Wald Ran an die Kekse Ran an die Plätzchen Iss was - 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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

## **In guten Händen Wohnen im Alter**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Kombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Bild-, Ton-, Bildton- und Datenträger, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off-Line und Online Diensten und sonstige Online-Medien, Netzwerke, insbesondere das Internet sowie alle Arten von Domain-Bezeichnungen in Intra- und Internet und Merchandising.

**TIGERPRESS Verlag GmbH,  
Lange Reihe 13, 20099 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 MarkenG nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

## **Auferstehung der Giganten Dinosaurier - Im Reich der Giganten Dinosaurier - Im Reich der Titanen Dinosaurier - Zeit der Giganten Giganten der Vorzeit Dinosaurier - Unter uns Dinosaurier - Die Show**

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

**Rechtsanwalt Michael Meyer,  
Rathausmarkt 5, 20095 Hamburg**

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

## **bmag. bauma-magazin bsite. bauma-magazin**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-Rom, CD-I, DVD, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien und Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**Verlag für Messepublikationen  
Thomas Neureuter GmbH,  
Frauenstraße 7, 80469 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:

## **Zwutsch Wissen leicht gemacht jung wie nie**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Titelkombinationen, für alle Medien und öffentliche Veranstaltungen.

**Bangerang e.K.,  
Brandstücken 24, 22549 Hamburg**

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

## **MACHT ODER LIEBE**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Bild-, Ton- und Datenträger, Hörfunk, Film und Fernsehen (insbesondere als Reihen- und Serientitel) und sonstige elektronische Medien einschließlich Multi-Media Anwendungen (online- und offline-Dienste) sowie die fernsehmäßige Verwertung begleitende Druckerzeugnisse.

**RA Jürgen Behnke, PSVF Rechtsanwälte,  
Oberanger 30, 80331 München**

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

## **Hunde Inserat Hunde Markt Oldtimer Trecker Inserat**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für 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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

## **Theory of Poker**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, in allen Variationen und Wortverbindungen für alle Printmedien sowie elektronische Medien einschließlich Offline und Online Dienste sowie für alle technischen Darstellungsformen mit Zusätzen und allen Untertiteln und Zusätzen, Abwandlungen, Abkürzungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse.

**Hannke Bittner & Partner,  
Patentanwalt Christian Hannke,  
Ägidienplatz 7, 93047 Regensburg**

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

## **Julias Reiterland Julia's Reiterland Janas Reiterland Jana's Reiterland**

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten, Wort- und Zeichenverbindungen, Zusammensetzungen, Titelkombinationen und entsprechenden Untertiteln für Druckerzeugnisse, Printmedien, Software, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD, elektronische, digitale und audiovisuelle Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste, Online-Medien, Telekommunikation und -dienstleistungen (insbesondere SMS, WAP, Unified Messaging Systems), Multimedia-Produkte, Multimedia-Anwendungen, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen aller Art und in jeder Form.

**Wiederfor Rechtsanwälte,  
Nymphenburger Straße 113, 80636 München**

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

## **Ostdeutsche Zeitung**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Genossenschaft Ostdeutsche Zeitung i. G.,  
Hans-Poeche-Straße 2, 04103 Leipzig**

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

## **mein TV**

in allen Schreibweisen für alle Medien.

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

# 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:

## **Das Büro Das Magazin**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Verlag Frank Nehring GmbH,  
Uhlandstraße 17, 13156 Berlin**

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

## **Linux Technical Review Linux Magazin Technical Review**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Linux NewMedia AG,  
Süskindstraße 4, 81929 München**

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

## **Lichterstadt Eutin (Eutin (er) leben) Das offizielle Magazin zur Lichterstadt Eutin**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**osw Rainer Bohm,  
Bahnhofstraße 11, 23701 Eutin**

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

## **Boppel Danke, Schumi**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und mit allen Zusätzen für alle Medien.

**ZEITGEIST MEDIA GMBH,  
Düsseldorfer Straße 60, 40545 Düsseldorf**

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

## **Psychic CIS**

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 Titelschutz in Anspruch für:

## **Golf Guide 2007 Turnierkalender 2007 für Nordrhein-Westfalen zwanzig 10**

**Gesellschaft & Kultur in Nordrhein-Westfalen**  
in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**VVA Kommunikation GmbH,  
Theodor-Althoff-Straße 52, 45133 Essen**

Unter Hinweis auf § 5 III MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

## **Adventure Guide Wander-Guide wandern**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titel-, Untertitelkombinationen für alle Medien, besonders Print-, elektronische, digitale Produkte, Softwareprodukte, z.B. CD-ROM, Off- und Online Medien, Internet, TV-Sendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Rechtsanwalt Dr. Karl Mahne,  
Johnsallee 53, 20148 Hamburg**

Gemäß §5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

## **Hafen Report Life Science Guide Nord Truck & Ferry**

in allen Darstellungsformen, Anwendungen, Schreibweisen, Variationen, Kombinationen, Schriftarten, Übersetzungen, Veröffentlichungen, Abwandlungen und Zusätzen in allen Medien und Publikationsformen.

**Henkel Kommunikation GmbH,  
Strategie und Marketing,  
Große Bleichen 21, 20354 Hamburg**

# 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:

## **Gib mir 5!**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Markus Gerlach,  
Spichererbergstraße 75, 66119 Saarbrücken**

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

## **Panikblüte**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Jürgen Hüholdt,  
Löwenzahnweg 47, 44797 Bochum**

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

## **Dr. Bulle**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten, in allen Medien, insbesondere Fernsehen, Hörfunk, Film, Internet, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, Spiele, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-Rom, CD-I, DVD, Off-line- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Endemol Deutschland GmbH,  
Am Coloneum 3-7, 50829 Köln**

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

## **Neue Arzneistoffe 2006 (2007 etc.)**

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien, print und non-print, online und offline, als Einzel- und Reihentitel, sowie für Dienstleistungen und Veranstaltungen.

**RA Berthold Wesle,  
Amalienstraße 67, 80799 München**

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

## **Das Millionentalent**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, in Zusammensetzungen, mit allen Zusätzen sowie mit oder in entsprechenden Untertiteln, für alle Medien, einschließlich Film, Hörfunk, Fernsehen, Off- und Online-Dienste, Internet-Domainnamen, audiovisuelle und/oder digitale Medien oder Netzwerke, Telemedien, Trägermedien, Ton-, Daten-, Bild/Tonträger, CD-ROM, CD-I, DVD, Software, sowie Bücher und alle Printmedien.

**HK2 Rechtsanwälte,  
Karlplatz 7, 10117 Berlin**

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

## **gtr avenue guitar avenue guitar collector grand guitars vintage guitars**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse.

**Withöft & Terhaag Rechtsanwaltspartnerschaft,  
Stresemannstraße 26, 40210 Düsseldorf**

**Über 45.000 archivierte Titel !**

**Recherchieren Sie kostenlos unter**

**[www.titelschutzanzeiger.de](http://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 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. 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.



## 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

# FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

**TELEFAX: 040/609 009 – 66**

VON: FIRMA:  
NAME:  
ANSCHRIFT:  
TELEFON: FAX:  
E-MAIL:

## ICH MÖCHTE EINE TITELSCHUTZANZEIGE AUFGEBEN:

Bitte nehmen Sie den folgenden Text in die nächst erreichbare Nummer

- des TITELSCHUTZ ANZEIGER auf.
- des TITELSCHUTZ ANZEIGER mit SOFTWARE TITEL  
(Heft Nr. \_\_\_\_\_) auf.

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für

pro Titel bitte eine Zeile

---

---

---

---

(Adresse)

---

---

Preis pro Titelschutzanzeige im Standardformat: € 150,- (zzgl. USt.)

Preis für jeden weiteren Titel innerhalb dieser Anzeige: € 35,- (zzgl. USt.).

**DATUM UND UNTERSCHRIFT:** \_\_\_\_\_