

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Von „Archeo“ bis „Kinder-NWZ“: 63 neue Titel-Ideen

Herbsteszeit ist Fernsehzeit. Da braucht's ständig frische Ideen für neue Formate. Die Kölner Endemol Deutschland GmbH ist dabei und will offenbar die Neugier der Deutschen auf das Portemonnaie des Nächsten befriedigen und fragt: „Arbeiten in Deutschland – Was verdient eigentlich mein Nachbar?“ Außerdem sind bei Endemol wohl neue Gameshows im Rennen. Wie wär's mit diesen: „WGame-show at home“ und „Nervensache – der 100.000 Euro-Bluff“.

Der TV-Sender Sat.1 GmbH hat sich dagegen offenbar vom Theater- und Film-Welterfolg „Mein Freund Harvey“ inspirieren lassen und nimmt Titelschutz in Anspruch für „Albert – Mein unsichtbarer Freund“. Mehr News aus Deutschland möchte wahrscheinlich die TV Media Medienmanagement GmbH in Ebersberg bieten. Sie nimmt für „Deutschland

halb zwölf“ Titelschutz in Anspruch.

Auch bei den Zeitungen geht noch etwas. Die Nordwest-Zeitung im niedersächsischen Oldenburg hat, wie die Gattung Zeitung insgesamt, den dringend benötigten jugendlichen Leser-Nachwuchs im Auge. Mit den in Anspruch genommenen Titeln „Abenteuer Familie“ und „Kinder-NWZ“ wollen die Oldenburger der Zukunft auf die Spur. Dass Zeitungen Zukunft haben, davon ist auch die Mandantin der RAe BGPS in Leipzig überzeugt. Sie lässt von „Mittelsächsischer Anzeiger“ über „Mittelsächsisches Wochenblatt“ bis „Mittelsächsische Zeitung“ Titelschutz in Anspruch nehmen. Auf der Zeitungsspur ist womöglich auch die Mandantin von RA Hans-Albert Stechle in Freiburg. Sie lässt den Titel „Interview Zeitung“ in Anspruch nehmen. (rd)

Markenforum 2006: Entwicklungsperspektiven und Produktpiraterie

Eine illustre Gruppe von Fachleuten wird sich da im November in München versammeln, wenn der Markenverband zum Markenforum 2006 lädt.

In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Patent- und Markenamt und dem Bundespatentgericht werden markenrechtlich relevante Themen vorgetragen und diskutiert. So wird Beate Schmidt, Director Trademark & Cancellation Department im HABM (Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt) die Arbeit und Entscheidungspraxis des HABM erläutern und Rechtsanwalt Prof. Dr. Christian Rohnke (White & Case LLP, Hamburg) wird die Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes ins Visier nehmen. Strategische Überlegungen zur Durchsetzung von Gemeinschaftsmarken in den Mit-

gliedsstaaten der EU wird RA Dr. Matthias Koch von Freshfields Bruckhaus Deringer aus Köln anstellen. Um die Entwicklungsperspektiven des Marken- und Wettbewerbsrechts in Deutschland werden sich u.a. Prof. Dr. Joachim Bornkamm (Richter am Bundesgerichtshof), Rechtsanwalt Dr. Thomas Schulte-Beckhausen (Loschelder Rechtsanwälte, Köln) und Prof. Dr. Karl-Heinz Fezer (Universität Konstanz) kümmern. (al)

*Termin: 15.-17. Nov. 2006
Hotel Bayerischer Hof München
Durchführung:
MARKENARTIKEL Verlag
und Service GmbH, PF 4149,
65031 Wiesbaden
Tel. 0611 - 58 67-0
Näheres unter:
www.markenverband.de*

Ist Ihr Titel
wirklich
noch frei?



Gracklauer Titelseuchen

www.gracklauer.de

Klären Sie, ob Ihr Titel gefahrlos
verwendet werden kann.

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

Diese Woche: 63 Titel

A benteuer Familie Albert - Mein unsichtbarer Freund	Core Construction Project Management and Real Estate Management	high speed music high speed swing Hinweise zu den RPS	Nervensache - Der 100.000 €-Bluff
Arbeiten in Deutschland - Was verdient mein Nachbar?	d ein, mein, unser örtliches Telefonbuch	i nfoAsset Broker PDMS infoAsset PDMS Interview Radio Interview TV Interview Zeitung	O UTLOUD
Archeo	Deutschland halb zwölf Die Kommune	K inderNWZ Kinder-NWZ	P DNMS
AstroTrends	E 2.0 einfach clever	L ustgewinn	R AUBTIEREN GANZ NAHE RPS Handbuch RPS Kommentar RUHR REVUE
Axel Schadinsky's Telefonbuch	Eins, Zwei, Drei - meine Nummer ist dabei	M ensch und Gesundheit Mittelsächsische Nachrichten Mittelsächsische Zeitung Mittelsächsischer Anzeiger Mittelsächsisches Tageblatt Mittelsächsisches Wochenblatt	S hanghai Baby Steuererklärung für Rentner STILVOLL
B ackstage Bus BADISCHES LAND GEHT AUS!	Emden Man Emden Men	N ATURAL KILLERS NATURAL KILLERS RAUBTIEREN GANZ NAHE	U nserere Vereine
Berlin live	Energie im Alltag Energy 2.0 EuS Energie und Steuern		V orlesungstag der Versicherungsforen Leipzig
C hampagner music clever & schlau clever und schlau	F orscherwerkstatt		W Gameshow at home Wissen für Senioren (Reihentitel)
Core Construction and Real Estate Management	G eld und guter Glaube goodnews4		
Core Construction Management and Real Estate Management	H andbuch zu den RPS		

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 795 erscheint am 24.10.2006 **Anzeigenschluss:** 20.10.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 798 erscheint am 14.11.2006 **Anzeigenschluss:** 10.11.2006, 10 Uhr

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

www.new-business.de

OLG Hamburg: Metro oder nicht, das war hier die Frage - wegweisende Urteilsgründe im Metro-Dauerstreit

Wer bekannt ist, nach dem wird schon mal eine Straße benannt. Der Begriff Metro ist eine bekannte Marke, das ist in einem aktuellen Urteil des Oberlandesgerichts Hamburg nachzulesen (Az: 3 U 205/04). Und der Kreis schließt sich: Metro residiert mit einem Trainingszentrum an der Metrostraße 1 in Düsseldorf. Und auch die METRO Group Intellectual Property GmbH, die mit der Verwaltung von Marken wie Metro gut beschäftigt sein dürfte hat dort ihren Sitz. Zur Metrogruppe gehören ausweislich der eigenen Website außerdem Real, Media Markt, Saturn und Galeria Kaufhof.

Erst kürzlich hatten wir über den Dauerstreit zwischen Metro und dem Hamburger Verkehrsverbund HVV berichtet. Jetzt bringen die Urteilsgründe in Sachen Metro gegen den HVV ein bisschen Licht ins Dunkel. „Einem für die Annahme von Bekanntheit ausreichendem Quorum der normal informierten und durchschnittlich verständigen Verbraucher wird das Zeichen Metro als Firmenbestandteil mithin allein schon wegen der cash- und carry Märkte und der Medienpräsenz als Kennzeichen eines Kaufhauskonzerns geläufig sein“, heißt es dort.

Metro ohne gesteigerte Kennzeichnungskraft

In dem Urteil geht es zunächst um die Frage, ob aus der Registermarke „Metro“ die Marke „HVV MetroBus“ einzuschränken sei. Das lehnten die Hamburger Richter mit der Wechselwirkungslehre zur markenrechtlichen Verwechslungsgefahr ab. Für die Kenner

des Markenrechts: Hierfür wäre gesteigerte Kennzeichnungskraft erforderlich.

Doch der Kreis schließt sich erneut: Unterlassung und Teillöschung der HVV-Marke haben die Richter mit der Bekanntheit von Metro begründet. Die Verbraucher könnten es für möglich halten, dass die im Warenverzeichnis von HVV beanspruchten Waren auch von Metro vertrieben oder hergestellt würden. Da aber niemand auf die Idee käme, dass der MetroBus der HVV zu Metro-Filialen fahren oder zum Konzern Metro gehören würden, hat die Marke „HVV MetroBus“ für die Dienstleistung Personenbeförderung mit Linienomnibussen weiterhin Bestand. „Beide Beklagten dürfen diese Bezeichnung in der Art weiter benutzen wie dies bisher geschehen ist“, resümierte HVV Anwalt Amann. Neben dem HVV ist auch die Hamburger Hochbahn von dem Verfahren betroffen.

Vor Gericht siegt der HVV, für das Markenregister gibt es ein Unentschieden

Da es in dem Streit aber um mehr ging als nur die Marke, muss Metro 90% der Kosten tragen. Die Ansprüche auf Auskunft und Schadensersatz schmetterten die Richter ab. Eine Zeichenverletzung drohe nur aufgrund der Markeneintragung „HVV MetroBus“. Verletzungshandlungen seien nicht ersichtlich. Der Streit wird vor dem Bundesgerichtshof weiter ausgetragen.

Quelle: [markenbusiness.de](#)

Kinskis Nachkommen verlieren Domainstreit

Der Veranstalter einer Ausstellung über Klaus Kinski hat das Recht, die Internetadresse „kinski-klaus.de“ für Werbezwecke zu verwenden. Das entschied jetzt der Bundesgerichtshof in Karlsruhe (Az: I ZR 277/03). Die Erben des 1991 verstorbenen Schauspielers hatten dem Ausstellungsmacher die Nutzung der Domain verbieten wollen, weil sie darin einen verbotenen Eingriff in ihr Recht sahen, die geldwerten Bestandteile des Persönlichkeitsrechts des Verstorbenen zu verwerten.

In dem Urteil heißt es, dass die Nachkommen bekannter Persönlichkeiten grundsätzlich Geldansprüche einklagen können, die sich aus einer Verletzung des Persönlichkeitsrechts ihrer prominenten Ahnen ergeben. Der Schutz ende aber nach zehn Jahren. Das Gericht zog einen Vergleich zum Recht am eigenen Bild, nach dem Fotos von Verstorbenen zehn Jahre nach deren Tod auch ohne die Zustimmung von Angehörigen veröffentlicht werden dürfen.

Entscheidend für die gesetzliche Begrenzung der Schutzdauer sei die dadurch geschaffene Rechtssicherheit. Die Frist berücksichtige auch das Interesse der Öffentlichkeit, sich mit Leben und Werk einer zu Lebzeiten bekannten Persönlichkeit auseinanderzusetzen, so der BGH. Ob Kinskis Erben innerhalb der 10-Jahres-Frist die Nutzung des Namens hätten verbieten können, musste damit nicht abschließend entschieden werden. Dies bedürfe im Einzelfall einer sorgfältigen Abwägung, so der BGH. Er betonte, dass im Kampf um Domains verstorbener Berühmtheiten stets auch die Meinungsfreiheit und die Freiheit der Kunst zu berücksichtigen sei. Schließlich dürfe das Recht der Erben nicht dazu führen, „die öffentliche Auseinandersetzung mit Leben und Werk der Person zu kontrollieren oder gar zu steuern“.

Quelle: [markenbusiness.de](#)

EM-Maskottchen TRIX & FLIX

TRIX & FLIX heißen die Maskottchen der kommenden Fußball Europameisterschaft. Das gab die UEFA, der Europäische Fußballverband auf seiner Webseite bekannt.

Der Namensvorschlag setzte sich bei einer Abstimmung gegenüber den Alternativen ZAGI & ZIGI und FLITZ & BITZ durch.

Alle sechs Namen sind von der UEFA als nationale Marken beim Eidgenössischen Institut für geistiges Eigentum angemeldet. Die Marken-

meldungen beanspruchen die Nizzaklassen 38, 41 und 43.

Für die beiden endgültigen Namensvarianten TRIX (Gesuch Nr.: 550859/2006 und 59070/2006) und FLIX (Gesuch Nr.: 58016/2006 und 59069/2006) wurden dann weitere Anmeldungen mit den übrigen Nizzaklassen veranlasst, so dass für diese Kennzeichen ein umfassender Markenschutz vorliegen sollte.

Quelle: [markenbusiness.de](#)

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

BADISCHES LAND GEHT AUS!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**VVA Kommunikation GmbH,
Theodor-Althoff-Straße 39, 45133 Essen**

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

Energie im Alltag

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Berlin live

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für periodische Druckschriften sowie für alle sonstigen Medien.

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

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

EuS Energie und Steuern

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Medien aller Art, insbesondere Druckerzeugnisse.

**Verlag Energie und Umwelt KG,
Salierstraße 5, 40545 Düsseldorf**

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

Mensch und Gesundheit

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**RAin Beate Fulde-Hansch,
Emser Straße 22, 65195 Wiesbaden**

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

STILVOLL

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Bernhard Bürkle,
Bientzlestrasse 12, 70599 Stuttgart**

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

champagner music high speed music high speed swing

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen, in allen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlineservices, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien- und Netzwerke, Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwalt Michael Nuschke,
Paulsborner Straße 3, 10709 Berlin**

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

Mittelsächsische Zeitung Mittelsächsischer Anzeiger Mittelsächsisches Tageblatt Mittelsächsisches Wochenblatt Mittelsächsische Nachrichten

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen für alle Medien, insbesondere Printmedien und Druckschriften aller Art, Hörfunk, Film und Fernsehen sowie Bild- und Tonträger und Software.

**BGPS Rechtsanwälte Bischoff Gussner &
Petersen Schmidkonz,
Peterskirchhof 1-5, 04109 Leipzig**

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 Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Archeo

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Abwandlungen für Druckerzeugnisse, insbesondere Zeitschriften, und elektronische Medien.

**RAe Allen & Overy LLP,
Kehrwieder 12, 20457 Hamburg**

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

AstroTrends

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**IMV-Verlag GmbH & Co. KG,
Breitwiesenstraße 28, 70565 Stuttgart**

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

Albert - Mein unsichtbarer Freund

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:

KinderNWZ Kinder-NWZ

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Nordwest-Zeitung
Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG,
Peterstraße 28-34, 26121 Oldenburg**

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

Unsere Vereine

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.

**Rechtsanwaltskanzlei Flisek + Galla,
Mariahilfstraße 2, 94032 Passau**

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

RPS Handbuch Handbuch zu den RPS RPS Kommentar Hinweise zu den RPS

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

**Kirschbaum Verlag GmbH,
Siegfriedstraße 28, 53179 Bonn**



+ 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. 04131-225600-0
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter www.researcher24.de

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Wiederholung und 50% Rabatt?

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

Fon: 040 / 609 009 - 61

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

RUHR REVUE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Essener Revue Verlagsgesellschaft mbH,
Lenaustraße 12, 45128 Essen**

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

NATURAL KILLERS RAUBTIEREN GANZ NAHE NATURAL KILLERS RAUBTIEREN GANZ NAHE

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen sowie entsprechender Kombination für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien (CD-ROM, DVD-ROM).

**Patentanwälte CHARRIER RAPP & LIEBAU,
Volkhartstraße 7, 86152 Augsburg**

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

Lustgewinn

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Kombinationen und graphischen Darstellungen und/oder Zusätzen und Zusammensetzungen in allen Medien, insbesondere Theater, Hörfunk, Fernsehen, Ton-, Bildton- und Datenträger jeder Art, Druckwerke, Zeitschriften, Bücher, Software, Offline- und Online-Dienste und Veranstaltungen, Dienstleistungen aller Art sowie der sonstigen gewerblichen oder nicht gewerblichen Verwertung einschließlich Merchandising in jeglicher Form.

**Rechtsanwalt Hans-Albert Stechl,
Luisenstraße 7, 79098 Freiburg**

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

Core Construction Project Management and Real Estate Management Core Construction and Real Estate Management Core Construction Management and Real Estate Management

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechende Untertitel, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Internet.

**HEISSE KURSAWE EVERSHEDES
Rechtsanwälte Partnerschaft,
Maximiliansplatz 5, 80333 München**

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

Emden Man Emden Men

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen, für Bücher und sonstige Printmedien, einschließlich Zeitschriften, sowie für alle audiovisuellen Medien, einschließlich Ton-, sowie Bild-Ton-Träger, Film, Hörfunksendungen, Fernsehsendungen, Software, Off- und Online-Dienste, DVD, CD-ROM, CD-I, MD und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen und -übertragungen (wie UMS, SMS, WAP, GPRS) sowie Veranstaltungen, Bühnenwerke, Aufführungen und Dienstleistungen jeder Art und Merchandisingprodukte.

**McDermott Will & Emery
Rechtsanwälte Steuerberater LLP,
Stadttor 1, 40219 Düsseldorf**

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

Geld und guter Glaube

in allen Schreibweisen, mit allen Zusätzen, in allen Abwandlungen und Schriftarten, Titelkombinationen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse, Hörfunk- und Fernsehsendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

**Beiten Burkhardt Rechtsanwalts-gesellschaft mbH,
Ganghoferstraße 33, 80339 München**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehme ich im Mandanten-auftrag für folgende Titel Titelschutz in Anspruch:

PDMS infoAsset PDMS infoAsset Broker PDMS

jeweils für alle Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Medien einschließlich Computersoftware und für Einzel- und Serientitel.

**Patentanwalt Dr. Wolfram Schlimme,
Haidgraben 2, 85521 Ottobrunn**

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

OUTLOUD

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Druckerzeugnisse, Printmedien, Ton-, sowie Bild- und Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und Produkte, Internet sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP), CD-ROM, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate, sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen aller Art und in jeder Form.

**MARKENHEIMAT - Gregor Hahn Kommunikation,
Edlingerplatz 4, 81543 München**

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

Shanghai Baby

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen, Schriftarten, Abkürzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, graphischen Darstellungen für alle audiovisuellen Medien, Film, Fernsehen, einschließlich Ton- sowie Bild-Ton- und Datenträgern, Software, Off- und Onlinedienste, Internet, Intranet, CDs CD-Rom, DVD, MD, CD-I und Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP, GPRS) sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, Übertragungs- und Netzdienste, Domain-Bezeichnungen, Veranstaltungen, Bühnenwerke, Aufführungen jeder Art und Merchandisingprodukte aller Art.

**McDermott Will & Emery
Rechtsanwälte Steuerberater LLP,
Stadttor 1, 40219 Düsseldorf**

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

Axel Schadinsky's Telefonbuch Eins, Zwei, Drei - meine Nummer ist dabei dein, mein, unser örtliches 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, Offline- und Online-Dienste, sowie sonstige Onlinemedien oder Multimedia-Anwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Dr. Blanke & Partner GbR, Rechtsanwälte,
Trift 31, 29221 Celle**

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

Arbeiten in Deutschland - Was verdient mein Nachbar? Backstage Bus WGameshow at home Die Kommune Nervensache - Der 100.000 €-Bluff

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

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

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Forscherwerkstatt

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, in entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschliesslich Bücher und alle Printmedien, Lernheft, Lernsoftware, Merchandising, Druckerzeugnisse, Dienstleistungen, Ton-, sowie Bild- und Datenträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste, CD-Rom, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Domain-Bezeichnungen in Intra- und Internet, sowie öffentliche Veranstaltungen und Zeitschriften.

**Christa Bauer,
Birkenstraße 17, 64342 Seeheim-Jugenheim**

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

Energy 2.0 E 2.0

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechende Untertitel, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Internet.

**HEISSE KURSAWE EVERSHEDES,
Rechtsanwälte Partnerschaft
Maximiliansplatz 5, 80333 München**

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

einfach clever clever & schlau clever und schlau

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen. 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 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.

**media Verlagsgesellschaft mbH,
Moosweg 17-19, 88175 Scheidegg**

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

goodnews4 Interview Zeitung Interview TV Interview Radio

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Kombinationen und graphischen Darstellungen und/oder Zusätzen und Zusammensetzungen in allen Medien, insbesondere Hörfunk, Fernsehen, Ton-, Bildton- und Datenträger jeder Art, Druckwerke, Zeitschriften, Bücher, Software, elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen, Offline- und Online-Dienste und Veranstaltungen, Dienstleistungen aller Art sowie der sonstigen gewerblichen oder nicht gewerblichen Verwertung einschließlich Merchandising in jeglicher Form, CD-Rom und andere Datenträger, Netzwerke und Veranstaltungen.

**Rechtsanwalt Hans-Albert Stechl,
Luisenstraße 7, 79098 Freiburg**

**Rund 45.000 archivierte Titel !
Recherchieren Sie kostenlos unter:**

www.titelschutzanzeiger.de

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

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

Deutschland halb zwölf

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**TV Media Medienmanagement GmbH,
Kolpingstraße 3, 85560 Ebersberg**

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

Wissen für Senioren (Reihentitel) Steuererklärung für Rentner

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Abenteuer Familie

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

**Nordwest-Zeitung
Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG,
Peterstraße 28-34, 26121 Oldenburg**

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

Vorlesungstag der Versicherungsforen Leipzig

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und grafischen Gestaltungen für alle Medien, Dienstleistungen und Veranstaltungen.

**Kanzlei SAMMLER VOLHARD BREN & LANGE,
Burgplatz 7, 04109 Leipzig**

**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, Produzenten 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 200100 20
Handelsregister HRA 96 228, Ust.-Id-Nr.
DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH,
Kösliner Weg 20, 22850 Norderstedt

© 2006 Presse Fachverlag, Hamburg.
Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systematischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung.

**Fon: +49 - 40 / 609 009 - 61 • Fax: +49 - 40 / 609 009 - 66
titelschutz-anzeiger@presse-fachverlag.de • www.titelschutzanzeiger.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: _____