

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, digitale Medien, Hörfunk, TV und Film

Wirtschaftswissen und Glücksgefühle 48 vielversprechende Titel geschützt

Der Deutsche an sich ist nicht nur tierlieb, sondern auch einsam. Natürlich rein statistisch gesehen. Wie gut sich beides verbinden lässt, zeigt der Titel „Dog-Dating“, geschützt von der Kanzlei **BeutlerMeinking**. Schließlich hatten es Hundebesitzer schon immer leichter neue Kontakte zu knüpfen. Haben sich die Leinen ihrer Lieblinge erst einmal verwickelt, steht dem Beginn einer Freundschaft eigentlich nichts mehr im Wege. Auch **SAT.1** setzt auf tierische Unterstützung in Beziehungskrisen. Eine „Safari ins Glück“ soll es hier richten.

Phantasie anregend wirkt der Titel der Rechtsanwältin **Poll Straßer Ventroni Feyock**. „Anziehend ausgezogen“ bietet der Vorstellungskraft einige Möglichkeiten. Ähnlich interessant ist das „verlockende Angebot“ von Rechtsanwältin **Bettina Krause** und das „GELD-Prinzip (endlich reich)“ des **IMV-Verlages**. Bei Norddeich TV heißt es einfach „mein Glück“ und „Danke!“.

Die Träume vom Glück werden sich beim **Südwestrundfunk** nicht erfüllen. Die TV-Produktion

„Dreams of Happiness“ befasst sich mit dem Problem unbewältigter Trauer. Beziehungsreich in Szene gesetzt vor dem Hintergrund der Vulkanlandschaft Teneriffas.

Doch so schön es auch ist sich mit Liebesgeschichten zu beschäftigen, um im Alltagsleben bestehen zu können, brauchen wir Fachwissen. Die Mandanten von Rechtsanwalt **Thomas Gottlöber** liefern Wirtschaftswissen für den „Profi Investor“ und widmen sich mit dem Titel „Weconomy“ den Problemen junger Unternehmer. **Guido Gebhardt** arbeitet am „Radiology Guide to Technology and Informatics“ und die Kanzlei **Heesen** bietet Informationen aus dem Bankwesen mit ihrem „Handbuch der deutschen Volks- und Raiffeisenbanken“. Die große Bedeutung der Fachmedien zeigt sich auch in der Wirkungs-Analyse 2006, herausgegeben vom Verband Deutsche Fachpresse (www.deutsche-fachpresse.de). Hier kann nachgelesen werden, wie professionelle Entscheider Medien nutzen und welchen Stellenwert Fachzeitschriften als Werbeträger haben. (al)

Anzeigenrecht in der Übersicht



Werbeumsätze sind die wirtschaftliche Grundlage der Medien. Doch es wird für Verlage, Rundfunkanstalten, Online-Anbieter und Agenturen immer schwieriger entsprechende Anzeigenumsätze zu generieren. So lautete das Motto auf der Jahrestagung des Verbands Deutscher Zeitschriftenverleger Anfang November denn auch: „Medienkonvergenz treibt die Wertschöpfung voran“. Neue Werbeformen bringen aber auch neue rechtliche Probleme.

Um auch das Rechtswissen von Verlagspraktikern und Juristen auf den neuesten Stand zu bringen, hat Herausgeber Georg Walraf jetzt einen neuen Band aus der Praxisreihe des Archivs für Presserecht vorgelegt. Mit

der dritten Auflage des Standardwerks „Das Recht der Anzeige“ beantworten die Autoren Dr. Michael Rath-Glawatz, Dr. Stefan Engels und Dr. Christian Dietrich nun auch Rechtsfragen zum Thema Online-Werbung.

Die bewährte Lexikon-Form wurde auch in dieser Ausgabe beibehalten und gliedert sich übersichtlich in die Bereiche Print, Rundfunk und Online. Die Autoren wählen bewusst eine anwenderorientierte Sprache um die juristischen Inhalte aufzubereiten. Der juristische Laie soll die Darstellungen ohne Probleme verstehen und in seinem Arbeitsumfeld anwenden können. Der Leser muss sich bei akuten Problemen nicht fragen, unter welchem Paragraphen er nachlesen muss, sondern einfach das entsprechende Stichwort aus dem eigenen Bereich wählen: Sei es nun Anzeigenabschluss, Akquisition oder Haftung für fehlerhafte Anzeigen. „Das Recht der Anzeige“ ist im Verlag Dr. Otto Schmidt Köln erschienen und kostet 69,80 Euro. Die gebundene Ausgabe umfasst 440 Seiten (ISBN 3-504-67100-9).

Zu bestellen unter:
www.otto-schmidt.de

Die 48 neuen Titel dieser Woche

A	Der Kidshitmix	P	Sketch Attack!!!
Annas Alptraum	Der Promi fällt nicht	PACE	Die wirklich größten
kurz nach 6	weit vom Stamm	Pflegekinder - Alles was	Comedy Highlights
Anziehend ausgezogen	Der Sonntag	man wissen muss	aller Zeiten
B	Deutsch	Profi Investor	Sketch Attack!!!
Bankiers überm	Die 25. Stunde	Punch	Die wirklich größten
Hakenkreuz	Dog-Dating	Punk Pop	Comedy Momente
Berlin Barometer	Dreams of Happiness	R	aller Zeiten
C	E	Radbook	T
Chili	Ein verlockendes Angebot	Rauf & Runter	The Radiology Guide
City Cowboys	F	S	to Technology and
Clipmania	Fuck you (I am in love)	Saach bloß -	Informatics
Clipmania Du bist	Fünf harte Hunde	Geheimnisse der Pfälzer	Translator
das Fernsehen	I	Sprache / Mundart	V
D	IT-Defender	Saach bloß -	Verschleppt -
DANKE!	K	Geheimnisse des	Kein Weg zurück
Das GELD-Prinzip	Kino Royal	Pfälzischen	W
(endlich reich)	L	Safari ins Glück	Weconomy
Das Handbuch der	Laura-Sue	Sketch Attack!!!	Wir werden weiter kassieren
deutschen Volks-	M	Sketch Attack!!!	Z
und Raiffeisenbanken	MBA for Engineers	Die größten Comedy	Zeitung am Sonntag
Der deutsche Kidshitmix	Mein Glück	Highlights aller Zeiten	Zeitung zum Sonntag

Der TITELSCHUTZ ANZEIGER im neuem Outfit

Keine Branche ist so lebendig wie die Medien. Aus diesem Grund präsentiert sich der TITELSCHUTZ ANZEIGER nun in einem neuen moderneren Layout. Wir haben es uns zum Ziel gesetzt die Lesbarkeit zu erhöhen ohne die alten Tugenden der Verlässlichkeit aus den Augen zu verlieren.

Vor etwa fünfzehn Jahren wurde der erste TITELSCHUTZ ANZEIGER publiziert. Warum? Der klassische Printmarkt war im Aufbruch begriffen. Die Privatsender begannen eigene Formate zu produzieren und die „neuen Medien“ machten ihre ersten Gehversuche. Medienmacher sollten sich ihre Werktitelinformationen nicht mehr aus mehr als 12 verschiedenen Publikationen zusammensuchen müssen. Der Markt war reif für ein gemeinsames wöchentliches Anzeigenblatt, dass die gesamte Fachöffentlichkeit informiert.

Das Konzept der wöchentlichen Erscheinungsweise hat sich bewährt: Es ist einerseits schnell genug für die aktuellen Titelideen, andererseits bietet es dem Leser vielfältigen Lesestoff. Seit etwa zwei Jahren bieten wir Ihnen nicht nur die Titelschutzanzeigen, sondern auch zusätzlich relevante medienrechtliche Informationen für die tägliche Arbeit.

Wir wünschen Ihnen bei der Lektüre des, heute im doppelten Sinne neuen, TITELSCHUTZ ANZEIGERS viel Vergnügen und nützliche Erkenntnisse. Auf Ihr Feedback sind wir neugierig. Auch Anregungen und Informationen zum redaktionellen Teil sind natürlich immer willkommen.

Ihre

Angela Lautenschläger

im Namen des gesamten Titelschutz-Teams

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

05.12.2006, Woche 49, Nr. 801
Anzeigenschluss: 01.12.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

12.12.2006, Woche 50, Nr. 802
Anzeigenschluss: 08.12.2006, 10 Uhr

„betterfly“-Werbung Ryanair setzt sich gegen die Lufthansa durch

Die Lufthansa darf im Rahmen ihres „betterfly“-Angebots nicht mehr mit „Tickets ab 99 Euro“ werben, wenn die Buchungsgebühren in diesem Preis nicht enthalten sind. Das Landgericht Köln gab jetzt der Klage von Ryanair statt.

Bei dem Angebot „Tickets ab 99 Euro“ hatte die Lufthansa erst im nachfolgenden Text erwähnt, dass bei einer nur per Online möglichen Buchung noch eine Gebühr von 10 Euro erhoben werde. Rechnerisch richtig wäre also, laut Urteil der Kölner Richter, ein Preis von 109 Euro gewesen. Die Fluggesellschaft habe ohne nachvollziehbaren Grund einen reinen Flugpreis in zwei Bestandteile zerlegt und damit den Eindruck erweckt, dass ihr Mindestpreis im Billigflugsektor unter den Schwellenwert von 100 Euro sinke.

Eine „EU-GmbH“ gibt es nicht

Das Oberlandesgericht Dresden hat klargestellt, dass eine Private Limited Company nicht mit dem Begriff „EU-GmbH“ beworben werden darf. Schließlich gäbe es keine einheitliche Rechtsform, die unter diesem Begriff zusammengefasst werden kann.

Den Grund für die Klage hatte ein Unternehmen geliefert, dass Hilfe bei der Gründung der englischen Gesellschaftsform Private Limited Company anbietet

Ein solcher Verstoß sei geeignet, den Wettbewerb zum Nachteil von Mitbewerbern nicht unerheblich zu beeinträchtigen. So könne auch keine Rede davon sein, dass der Verbraucher an solche Preismanipulationen gewöhnt sei.

Die einstweilige Verfügung zum Verbot der Werbung erging bereits im Juni 2006. Mittlerweile bietet die Lufthansa einige Strecken zum Preis von 99 Euro inklusive Buchungsgebühr an. Zudem sind europaweit Flugtickets ab 109 Euro erhältlich. So ganz kann sich die Lufthansa aber, laut einer Meldung von beck-aktuell, nicht mit dem Urteil abfinden und denkt über die Einlegung von Rechtsmitteln nach.(al)

Landgericht Köln,
Urteil vom 15.11.2006,
AZ: 33 O 277/06

und bei Google eine Anzeige mit der Überschrift „EU-GmbH“ geschaltet hatte. In der Anzeige wurde für die Limited-Beratung als Alternative zur deutschen Rechtsform geworben. Irreführend, lautete das Urteil der Dresdner Richter. Die Entscheidung kann in der Zeitschrift GmbH Rundschau (www.otto-schmidt.de) nachgelesen werden.(al)

OLG Dresden,
AZ.: 14 U 907/06

2006: Rekordjahr der Markenpiraterie?

In diesem Jahr könnten in Sachen Marken- und Produktpiraterie mal wieder alle Rekorde gebrochen werden. Wie die Weltzollorganisation (OMD) am Rande eines Treffens zum Kampf gegen Markenpiraterie in Dakar bekannt gab, wird der durch den weltweiten Handel mit gefälschten Produkten und die Verletzung von geistigen Urheberrechten entstandene Schaden auf mehr als 710 Milliarden Dollar geschätzt.

„Der Handel mit Plagiaten ist von einem kleinen Markt zu einer wahren Industrie geworden, die tötet“, sagte Michel Danet, Generalsekretär der 169 Mitglieder umfassenden Weltzollorganisation laut Berichten der

Nachrichtenagentur AFP. Nachahmungen machten heute bereits 8 bis 10% aller am Weltmarkt gehandelten Waren aus. Der Vorsitzende des senegalesischen Zolls Armand Jean-Jacques Nanga unterstrich, dass das Ausmaß des Phänomens in einigen Bereichen wie dem Gesundheitssektor dramatische Konsequenzen habe. Der Handel mit gefälschten Medikamenten belaufe sich laut Schätzungen auf rund 6 Prozent des weltweiten Arzneimittelmarktes. Zu den wichtigen Punkten zählten außerdem Musikpiraterie und die Nachahmung von alltäglichen Konsumgütern.

Quelle: markenbusiness.de

Universal verklagt Myspace.com

Universal verklagt die Community-Website Myspace.com wegen Urheberrechtsverletzung. Die Tochter des französischen Medienkonzerns Vivendi wirft Myspace vor, Internetnutzern die illegale Verbreitung von Videos zu ermöglichen und sie durch Umformatierung zu unterstützen.

Wie US-Medien berichten, stört sich Universal besonders daran, dass Songs noch vor dem Verkaufsstart von Alben bei Myspace auftauchen. Davon betroffen sind unter anderem die Werke weltbekannter Künstler wie Jay-Z oder Gwen Stefani. Kurz bevor Universal seine Klage einreichte, hatte Myspace eine verbesserte

Software vorgestellt, die es den Besitzern der dargestellten Inhalte leichter machen soll, illegal gezeigtes Material zu entfernen. Die Maßnahmen zum Entfernen illegaler Downloads erfüllten die gesetzlichen Anforderungen zum Schutz der Urheberrechte, verteidigte sich das Unternehmen.

Universal führte erst kürzlich einen ähnlichen Urheberrechtsstreit mit Youtube.com, das inzwischen zu Google gehört. Die Unternehmen einigten sich schließlich auf eine Lizenzvereinbarung.

Quelle: markenbusiness.de

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

Anziehend ausgezogen

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

**Poll Straßer Ventroni Feyock Rechtsanwälte,
Oberanger 30, 80331 München**

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

Annas Alptraum kurz nach 6 Dreams of Happiness

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Hörfunk und Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien, Druckerzeugnisse sowie Software-Erzeugnisse.

**Südwestrundfunk, Anstalt des öffentlichen Rechts,
Am Fort Gonsenheim 139, 55122 Mainz**

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

Fünf harte Hunde Chili Punch Deutsch Laura-Sue Translator

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Marilyn Music Renate Otta,
Kasparstraße 4, 50670 Köln**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3, 15 MarkenG nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Saach blooß - Geheimnisse des Pfälzischen Saach blooß - Geheimnisse der Pfälzer Sprache / Mundart

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und allen Schriftarten für Druckerzeugnisse und alle sonstigen Medien, einschließlich Ton-, Bildtonträger, Film-, Hörfunk-, Software-, Internet-Dienste, CD-ROM und andere Datenträger sowie audiovisuelle, elektronische und digitale Medien sowie Dienstleistungen und Merchandising aller Art.

**RA Kurt Braun,
Ruhrstraße 25, 59939 Olsberg**

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

Sketch Attack!!! Sketch Attack!!! Die größten Comedy Highlights aller Zeiten Sketch Attack!!! Die wirklich größten Comedy Highlights aller Zeiten Sketch Attack!!! Die wirklich größten Comedy Momente aller 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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für die Titel

Der Sonntag Zeitung am Sonntag Zeitung zum Sonntag

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckereierzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Onlinedienste sowie Internet.

**Patent- und Rechtsanwälte ULLRICH & NAUMANN,
Luisenstraße 14, 69115 Heidelberg**

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

PACE

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Kombinationen, Schriftarten für Druckereierzeugnisse, Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk, Film, Fernsehen, elektronische und digitale Medien einschl. Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

Rechtsanwalt Christoph Curvers,
Osterstraße 22, 20259 Hamburg

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

Verschleppt - Kein Weg zurück

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

ProSieben Television GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring

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

Das Handbuch der deutschen Volks- und Raiffeisenbanken

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen für Medien, insbesondere Printmedien und/oder elektronische Medien, On-line-Dienste sowie für Bild-, Ton- und Datenträger.

Kanzlei Heesen,
Annastraße 63, 40477 Düsseldorf

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

MBA for Engineers

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

Rechtsanwalt Thomas Gottlöber,
Stephanienstraße 19, 40211 Düsseldorf

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

Clipmania

Clipmania Du bist das Fernsehen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Deutsche Welle,
Kurt-Schumacher-Straße 3, 53113 Bonn

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

Rauf & Runter

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.

Poppenburg Verlag GbR,
Inh. Thomas Wojtkowiak, Robert Greb, Andreas Beike,
Oder-Neiße-Weg 53, 31171 Nordstemmen



+ Markenpiraterie + Domaingrabbing + Verunglimpfungen + Raubkopien +

Überwachen Sie
systematisch die
Benutzung Ihrer
Rechte?

- IPRGuard stellt die tatsächliche Benutzung von Namen, Slogans, Texten und Logos fest;
- IPRGuard überwacht weltweit Domainnamen mit Konnektierungs-, Inhaber- und Serverstandort-Informationen.

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

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

Weconomy

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

**Rechtsanwalt Thomas Gottlöber,
Stephanienstraße 19, 40211 Düsseldorf**

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

Profi Investor

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

**Rechtsanwalt Thomas Gottlöber,
Stephanienstraße 19, 40211 Düsseldorf**

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

Safari ins Glück

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

**SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH,
Oberwallstraße 6, 10117 Berlin**

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

Dog-Dating

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen sowie als sonstige Geschäftsbezeichnung für alle Medien, insbesondere Funk und Fernsehen, Printmedien und elektronische Medien einschließlich Internet, Off- und Online-Services, bespielte Ton- und Bildtonträger, Veranstaltungen, Merchandising und Dienstleistungen aller Art.

**BeutlerMeinking Rechtsanwälte,
Magdalenenstraße 26, 20148 Hamburg**

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

Punk Pop Fuck you (I am in love)

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, 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-Dienste (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, Musikalische Werke, Compilations/Kopplungen, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse.

**Sebastian Roth,
Golddistelweg 30, 22391 Hamburg**

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

„DANKE!“ Der Promi fällt nicht weit vom Stamm Mein Glück

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.

**NORDEICH TV Produktions-GmbH,
Hans-Böckler-Straße 163, 50354 Hürth**

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

Die 25. Stunde

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:

IT-Defender

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

Redaktionsbüro Schulze,
Kleiner Platz 6, 85435 Erding

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

Radbook The Radiology Guide to Technology and Informatics

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Guido Gebhardt,
Adalbert-Stifter-Weg 2b, 85661 Forstinning

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

City Cowboys

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen und Zusammensetzungen, in allen Medien, und zwar auch für Rundfunk- und Fernsehsendungen, Druckerzeugnisse, Internet sowie Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

GÖRG Partnerschaft von Rechtsanwälten,
Rechtsanwalt Dr. Wolfgang Prinz,
Sachsenring 81, 50677 Köln

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

Der deutsche Kidshitmix Der Kidshitmix

in jeder Schreibweise, Wort- und Zahlenverbindung, Darstellungsform und graphischer Gestaltung für Film, Funk, Fernsehen, Video, Ton-, Bildtonträger, Internet, elektronische und digitale Medien, Merchandising, Veranstaltungen und Druckerzeugnisse aller Art.

Anwaltskanzlei W. Paul,
Kurze Straße 4, 30853 Langenhagen

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

Ein verlockendes Angebot Kino Royal

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

Bettina Krause Rechtsanwaltskanzlei,
Hauptstraße 42, 82327 Tutzing

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

www.new-business.de

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

**Das GELD-Prinzip
(endlich reich)**

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:

Berlin Barometer

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

**Pflegekinder -
Alles was man wissen muss**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**TiVan Verlag,
Armin-Knab-Straße 1, 97074 Würzburg**

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

**Bankiers überm Hakenkreuz
Wir werden weiter kassieren**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Wolff Geisler,
Heidestraße 24, 51147 Köln**

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.) PS
Redaktion: Angela Lautenschläger (AL), -61
verantwortlich
Ralf Deppe (RD), -80
Titelschutzanzeigen: Angela Lautenschläger (AL), -61
Geschäftsanzeigen: 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,
digitalen und elektronischen Medien
(Film, Fernsehen, Video, Tonträger,
Software).

Bezugspreis: Für Empfänger aus dem o.g.
Verkehrskreis kostenlos.
p.a. 80,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)

Preis Titelschutzanzeige: Standard mit einem Titel 150,- Euro
jeder weitere Titel innerhalb einer
Anzeige plus 35,- Euro 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,
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 syste-
matischen 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.