

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Liebe, Kultur und Geheimnisse: 64 neue Titel geschützt

Polonium-210 hat zwar nur eine Halbwertszeit von rund 138 Tagen, doch die Geschichte des Ex-Agenten Litwinenko wird die Medien zweifellos noch länger beschäftigen. Die **TV Media Management GmbH** plant zu diesem Thema „die Akte Polonium“ offen zu halten und „den Putin-Komplex“ zu untersuchen. Auch **N24** wird sicherlich weiter berichten, schenkt seine Aufmerksamkeit aber auch der „Börse am Mittag“ und „am Abend“.

Der Kunst dagegen widmet sich **Kultur Ruhr** mit der „RuhrTriennale“ und der **Neue Bühnenverlag** plant ein neues Stück „Leo Tolstoi zu Ehren“.

Raus aus dem Alltag, ran an die Grenzen! ist das Motto von „Bunch.TV“ der **Webvision International LTD**. Außerdem im Angebot: Die „Freakshow“ und „Fashion doesn't matter“.

„Momente der Liebe“ halten die Mandanten der **Kanzlei Schoepe Fette Pennartz Reinke** für uns

fest und **TeamWorx** erfüllt die „Villa Amore“ mit Leben. Weniger romantisch, aber sicherlich amüsant ist das Projekt von **Claudia Alexandra Wohlfromm**: „Ein Jahr schlechter Sex auf Mallorca“ begehrt Titelschutz. **Kabel 1** geht der Frage nach was „Männer allein daheim“ so treiben und die Mandanten von RA Schmid-Loiper bieten „Traumjobs im Musikbusiness“.

Auch die ersten guten Vorsätze für das nächste Jahr werden bereits gefaßt: „Beim nächsten Kind wird alles anders“ schützt **Rechtsanwältin Bettina Krause**. Das nächste Jahr wird auch neue Show-Formate bieten: Die „Magic Night of Dancing Musicals“ wird bei der **Aktiv Events LTD** geplant und **SAT.1** verspricht Musik & Comedy mit „Sasha - Die „Show“.

Alle 64 neuen Titel rund um geheimnisvolle Schätze und Fragen der Ehre finden Sie auf der nächsten Seite.(al)

Neues Handbuch für die Messewirtschaft



Kresse und Kai Engelsberg hat jetzt ein Handbuch für alle in der Messepraxis Tätigen, Event- und Werbeagenturen, Messebau- und Logistikunternehmen, Messedienstleister und beratende Rechtsanwälte herausgebracht. „Recht der Messewirtschaft“ beschäftigt sich mit den Rechtsstrukturen der Messebranche. Die Themenpalette reicht von Vertrags- und Haftungsrecht, Fragen der Kooperation und Privatisierung von Messegesellschaften bis zu den häufig unterschätzten wettbewerbsrechtlichen Aspekten.

Dr. Hermann Kresse ist neben seiner anwaltlichen Beratungstätigkeit, seit 10 Jahren Hauptgeschäftsführer der AUMA. Rechtsanwalt Kai Engelsberg, ebenfalls Mitglied der Kanzlei Dr. Kresse & Kollegen Berlin, hat sich auf das Medien- und Vergaberecht spezialisiert.

Über 61% der Fachbesucher deutscher Messen sind Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung, haben also ausschlaggebenden oder mitentscheidenden Einfluss auf Einkaufs- oder Beschaffungsentscheidungen. Zu diesem Ergebnis kam eine repräsentative Befragung der AUMA (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft).

Doch der gelungene Messeauftritt hat für ein Unternehmen nicht nur wirtschaftliche Bedeutung, sondern kann im Ernstfall auch rechtliche Konsequenzen haben. Das Autorenduo **Dr. Hermann**

„Recht der Messewirtschaft“ erscheint im Nomos Verlag (www.nomos.de) und kostet 49,00 Euro. ISBN 3-8329-2275-X.



+ 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

Die 64 neuen Titel dieser Woche

24 Stunden - My Story	Der geheimnisvolle Schatz von Troja	Hamburg Sounds	S
A	Der Hard- und Software Leasingvertrag	Haus Quiz	SASHA - DIE SHOW
ARTS INTERNATIONAL	Der Maya Kalender	K	Musik & Comedy
B	Der Polonium-Komplex	Kraftfahrer Diplom	Staatsanwalt Posch ermittelt
Beim nächsten Kind wird alles anders	Der Putin-Komplex	L	T
Börse am Abend	Der Software Leasingvertrag	Latein for kids	THE MAGIC NIGHT OF
Börse am Mittag	Die Akte Polonium	Latein für Kids	DANCING MUSICALS
Boulevard Airport	Die Flucht	LEBEN VOR	The Unit -
Boulevard Fürstenfeldbruck	Diplom Kraftfahrer	DEM TOD	Eine Frage der Ehre
BREATH	Du bist Frühling	LEO TOLSTOI	TitelAnzeige LISA CONI©
BUNCH.TV	DUELL IN DER NACHT	ZU EHREN	Corporate Identity (CI)
C	e	M	Traumjobs im
CAMP BLACK	ein jahr schlechter sex	Mach ich nich	Musikbusiness
CAMP BLUE	auf mallorca	Make Money - Die Markus	Triennale
CAMP GREEN	F	Frick Show	V
CAMP RED	Fahrschule Gote	Männer allein daheim	VI LAB
CAMP WHITE	FAIRTIME	Momente der Liebe	Villa Amore
CAMP YELLOW	FASHION DOESN'T	Motorrad & Reisen	VipCLICKmagazine
City Dog	MATTER	MUSIKFABRIK	W
City Dog Hamburg	FREAKSHOW	ORWOhaus	Wirtschaft im Blick
CORE	G	N	Wohnzimmer Quiz
D	GOLF GERMANY	Neue Revue	
Das bunte Ei. Die Kundenbegeisterungsstrategie	H	R	
	HALLO Promi	RuhrTriennale	

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

28.12.2006, Woche 52, Nr. 804
Anzeigenschluss: 22.12.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

16.01.2007, Woche 03, Nr. 806
Anzeigenschluss: 12.01.2007, 10 Uhr

Top News aus Werbung,
Marketing und Medien

www.new-business.de

Luxusduft gibt es nicht zum Schnäppchenpreis

OLG Hamburg: Das Umverpacken von Luxusartikeln ist keine Erschöpfung.

Das schnelle Geld mit Düften stinkt. Das meinen zumindest die Hamburger Oberlandesrichter in einem Streit um das Umverpacken von Luxusartikeln wie Parfüm und den Weiterverkauf auf der Internetplattform eBay. Unter dem Stichwort Parfümtester II hat das OLG Hamburg (Az: 5 U 213/05) entschieden, dass sich Markeninhaber wie Lancaster, Davidoff, Nikos, Chopard, Joop!, Jil Sander, Vivienne Westwood oder J.Lo by Jennifer Lopez trotz des so genannten Erschöpfungsgrundsatzes gegen die Praxis der Umverpackung wehren können.

Immer wieder kommt es im Markenrecht zu Streitigkeiten um Düfte und Gerüche. Sei es der Verkauf von

Parfümtestern, die von den Herstellern bekämpft werden oder die Versuche, Düfte über das Markenrecht abzusichern. In der aktuellen Entscheidung stellten die Richter auf die „Wertschätzung von Parfümprodukten“ ab. In der gehobenen Preisklasse werde diese nicht allein durch die Duftnote, sondern in nicht unerheblichem Umfang auch durch ihre äußere Gestaltung und Präsentation bestimmt.

„Bei Luxus-Parfümartikeln erwarten Verbraucher in der Regel eine unbeschädigte Umverpackung, zumal derartige Produkte häufig auch als Geschenk erworben werden“, heißt es in dem Leitsatz zu der Entscheidung. Über das eigentliche Produkt hinaus kommt es damit bei Luxusgütern eben auch auf die Äußerlichkeiten an. Gerade bei Parfüm, wo Verpackung und Flakon

überdurchschnittliche Bedeutung haben, statuiert das Gericht damit, dass Duft und Packung nicht getrennt werden dürfen.

Unter dem Stichwort Parfümtester I hatte das OLG Hamburg (Az: 5 U 174/03) bereits vor zwei Jahren den nicht autorisierten Handel mit Duftwässern untersagt. Damals ging es vor allem um Original-Duftwässer, die als „Tester“ bei eBay angeboten wurden. Derartige Tester werden von den Parfümherstellern zur Verkaufunterstützung hergestellt und den Verkaufsstellen überlassen. Der Rechtsstreit ist derzeit beim Bundesgerichtshof (Az: I ZR 63/04) anhängig.

Mit der Entscheidung liegen die Hamburger Richter auf einer Linie mit herkömmlichen Grundsätzen aus dem Markenrecht. Zentrale Aussage: Durch die Entfernung

der Umverpackung sind die zunächst erschöpften Markenrechte der Antragstellerin gem. § 24 Abs. 2 MarkenG wieder aufgelebt. Einen Vertrieb in geändertem Zustand müssten die Hersteller damit nicht hinnehmen.

Auch zur Schnäppchenjagd nach Parfüm nehmen die Richter Stellung: Ein derartiges Interesse sei nicht geeignet, die allgemeine Verkehrserwartung an Luxusprodukten abweichend zu prägen. Diesen Kaufinteressenten sei zumeist bewusst, dass die durch Ausstattungsmängel erzielten Kaufpreisvorteile in der Regel letztlich nur durch vertrags- bzw. gesetzeswidrige Beschaffungs- oder Vertriebsvorgänge erlangt werden können. Auch wenn es sich letztendlich um Originalware handelt.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Pressearbeit und Recht



Dr. Stefan Engels

Öffentlichkeitsarbeit, das bedeutet Medienbeobachtung, Mediengestaltung und kreativer Dialog mit dem Kunden. Doch die operative Umsetzung von Pressearbeit hat auch immer einen Bezug zum Urheber- oder Wettbewerbsrecht.

Der neue media workshop von news aktuell hilft Pressesprechern und PR-Fachleuten mit den Rechtsvorschriften ihres

Arbeitsbereichs sicher und souverän umzugehen.

Referent ist Dr. Stefan Engels, Partner bei Lovvels Rechtsanwälte. Als Experte für das Presse- und Online-Recht sowie den gewerblichen Rechtsschutz, vermittelt er den Teilnehmern Sensibilität für die rechtlichen Fallstricke der Öffentlichkeitsarbeit.

Der workshop „Medienrecht“ findet am 24. Januar 2007 in Hamburg statt. Weitere Informationen gibt es unter: www.newsaktuell.de

Markenstreit um Blockbuster „Cars“

Ein Unternehmen aus Oklahoma verklagt Walt Disney und Mattel wegen Markenrechtsverletzung. Collectible Promotional Products (CPP) behauptet, der Medienkonzern und der Spielzeughersteller hätten für die Vermarktung des Blockbusters „Cars“ ein Logo verwendet, das dem eigenen, für Spielzeugautos verwendeten Zeichen „Real Cars“ extrem ähnlich sei.

CPP hat sein Logo und den Namen „Real Cars“ 1994 beim amerikanischen Patent- und Markenamt schützen lassen. Disney meldete

seine Marke „Cars“ 2004 an, 2005 wurde sie ins Register eingetragen. Als der Film „Cars“ in diesem Jahr in die Kinos kam, war auch das Logo überall zu sehen. Der Streifen zählte zu den Kassenschlagern 2006. Im Zuge der Vermarktung des Blockbusters stellte Mattel als Lizenznehmer von Disney Spielzeugautos mit dem Logo „Cars“ her. CPP sah darin eine Verletzung seiner älteren Rechte und entschloss sich, Klage einzureichen.

Quelle:
www.markenbusiness.de

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

ein jahr schlechter sex auf mallorca

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Claudia Alexandra Wohlfromm,
Emmy-Beckmann-Weg 11, 22455 Hamburg**

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

THE MAGIC NIGHT OF DANCING MUSICALS

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Aktiv Event Ltd.,
Gewerbepark Elsteraue 3, 07586 Bad Köstritz**

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

Staatsanwalt Posch ermittelt

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:

Hamburg Sounds

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:

Boulevard Airport Boulevard Fürstenfeldbruck

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Boulevard Dachau,
August-Kallert-Straße 5, 85221 Dachau**

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

VipCLICKmagazine HALLO Promi

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:

Börse am Mittag Börse am Abend Make Money - Die Markus Frick 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).

**N24 Gesellschaft für Nachrichten
und Zeitgeschehen mbH,
Oberwallstraße 6, 10117 Berlin**

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

SASHA - DIE SHOW Musik & Comedy 24 Stunden - My Story Der geheimnisvolle Schatz von Troja The Unit - Eine Frage der Ehre

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

RuhrTriennale Triennale

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

**Kultur Ruhr GmbH,
Leithe Straße 35, 45886 Gelsenkirchen**

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

Diplom Kraftfahrer Kraftfahrer Diplom Fahrschule Gote

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

**Axel & Thomas Rensch GbR,
Nordstraße 28, 63450 Hanau**

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

Der Maya Kalender Die wahre Tzolken Zählung, verwendet seit 2500 Jahren

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**EU-Umweltakademie GmbH,
Oberaustraße 6a, 83026 Rosenheim**

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

BUNCH.TV FREAKSHOW FASHION DOESN'T MATTER CORE BREATH ARTS INTERNATIONAL CAMP YELLOW CAMP BLUE CAMP RED CAMP WHITE CAMP BLACK CAMP GREEN VI LAB

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.

**Webvision International LTD,
Heckenweg 10, 53913 Swisttal**

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

Das bunte Ei. Die Kundenbegeisterungsstrategie

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.

**Ralf R. Strupat,
Jägerstraße 8, 33775 Versmold**

Unter Hinweis auf § 5, Abs. 3 und § 15, Abs. 5 MarkenG nehmen wir im Auftrag eines Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

GOLF GERMANY FAIRTIME

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Variationen, Wortverbindungen und Zusätzen sowie Kombinationen, Abwandlungen, abgewandelten Länder- und Regionenbezeichnungen, Abkürzungen und Zusätzen in allen Medien, insbesondere Büchern und Printpublikationen, elektronischen und digitalen Medien sowie sonstige geschäftliche Bezeichnungen.

**T. Mayr & Partner,
Schwanthalerstraße 1, 82049 Pullach**

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

Der Hard- und Software Leasingvertrag Der Software Leasingvertrag

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Kombinationen und Darstellungsformen für alle 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 Paul A. Assies, CBH-Rechtsanwälte,
Bismarckstraße 11-13, 50672 Köln**

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

Villa Amore

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Literatur- und Druckerzeugnisse.

**teamWorx Television & Film GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam**

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

Die Flucht

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Literatur- und Druckerzeugnisse.

**teamWorx Television & Film GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam**

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

Du bist Frühling LEBEN VOR DEM TOD DUELL IN DER NACHT Beim nächsten Kind wird alles anders

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereierzeugnisse, 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 unsere Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für:

Mach ich nich

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für sämtliche Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten, sonstige audio-visuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse (wie CD-Rom, CD-I, DVD, MD), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen und Aufführungen, Literatur- und Druckerzeugnisse.

**Schertz Bergmann Rechtsanwälte,
Kurfürstendamm 53, 10707 Berlin**

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

Motorrad & Reisen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Alexander Klose - Motorrad & Reisen,
Obere Harzstraße 28, 37520 Osterode-Lerbach**

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

MUSIKFABRIK ORWOhaus

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Musikfabrik ORWOhaus e.V. Berlin,
Straße 13, Nr. 19-20, 12681 Berlin**

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

LEO TOLSTOI ZU EHREN

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Bühne, Fernsehen, Hörfunk, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Offline- und Online-Diensten einschließlich Web-Page-Auftritten).

**Neuer Bühnenverlag München GmbH,
Jaiserstraße 31 A, 82049 Pullach**

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

Der Putin-Komplex Der Polonium-Komplex Die Akte Polonium

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:

Männer allein daheim

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

**K1 Kabel 1 Fernsehen GmbH,
Betastraße 10, 85774 Unterföhring**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für meine Mandantin Titelschutz in Anspruch für den Titel

Neue Revue

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzung für Medien, insbesondere Printmedien und/oder elektronische Medien, Hörfunk, Film und Netzwerke, On-Line-Dienste sowie für Bild-, Ton- und Datenträger.

**Rechtsanwalt Matthias Reichwald,
Clayallee 311, 14169 Berlin**

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

Momente der Liebe

in allen möglichen Schreibweisen, Titelkombinationen und mit entsprechenden Untertiteln, Darstellungsformen, Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Zusammensetzungen und Schriftarten zur Verwendung für Film, Funk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Druckereierzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste, Online-Medien, Werbung, Promotion, Merchandising und Veranstaltungen.

**Rechtsanwälte SCHOEPE FETTE PENNARTZ REINKE,
Beethovenstraße 14, 80336 München**

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

City Dog City Dog Hamburg

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Software und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online und Offline).

**DAMM & MANN Anwaltssozietät,
Ballindamm 1, 20095 Hamburg**

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

Traumjobs im Musikbusiness

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch 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 für:

Latein für Kids Latein for kids

**Rechtsanwältin Lilian Götsching,
Konradstraße 2, 79100 Freiburg**

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

Haus Quiz Wohnzimmer Quiz

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Wirtschaft im Blick

in allen Schreibweisen, Groß- und/oder Kleinschreibung, Darstellungsformen, Abwandlungen, auch und gerade in Verbindungen mit vorangestellten oder nachgestellten Ortsnamen und/oder Regionsbezeichnungen. Gilt für alle Schriftarten, alle Druckerzeugnisse, auch Online-Medien, Newsletter, PDF- und/oder CD-ROM-Publikationen und andere Datenträger.

**Dipl.-Ökonom Martin Linkemann M.A.,
Albert-Schweitzer-Straße 7, 45657 Recklinghausen**

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
Tielschutzanzeigen: 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.

Preis Titelschutzanzeige: p.a. 80,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)
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 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.

Zeitungen öffnen den Zugang zu jedem Haushalt

2006 **new business** REPORT
REGIONALE TAGESZEITUNGEN



Der aktuelle **new business** REPORT REGIONALE TAGESZEITUNGEN 2006 liefert in acht Kapiteln auf 148 Seiten einen umfassenden Überblick über diesen Markt. Die Autoren aus Verlagen, Agenturen und Marktforschung geben die aktuellen Trends und den Stellenwert im Handel, bei Marken und bei den Konsumenten weiter. Verlage stellen u.a. ihre Instrumente der Kundenbindung und der Neukundengewinnung vor. Zur Bedeutung der regionalen Tageszeitungen als Werbeträger kommen Kreative und Planer aus Agenturen zu Wort.

Jetzt bestellen!

Fax 040/60 90 09-66



Ja, ich bestelle

Exemplare new business REPORT REGIONALE TAGESZEITUNGEN 2006 zum Preis von je € 25,- zzgl. USt und Versand.

Firma

Name, Vorname

Funktion

Telefon/Fax

Straße

Postleitzahl, Ort, Land

Mail

Datum, Firmenstempel, Unterschrift

New Business Verlag GmbH & Co. KG, Postfach 70 12 45, 22012 Hamburg
Fon: 040/60 90 09-65, Fax: 040/60 90 09-66, Mail: abo@new-business.de

TSA