

mit DER
SOFTWARE
TITEL

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Kulinarische Sonderfälle und Traditionen

Der Trend zur Kochshow hält unvermindert an. Mehr als 60 Medientitel rund ums Kochen konnte der Titelschutz Anzeiger im vergangenen Jahr verzeichnen. Doch um sich im Markt zu positionieren braucht es Unterscheidungskraft und Spezialisierung. **Björn Sassenroth** von MePro bietet einen „Fitness Koch“ an und **Grundy Light Entertainment** stellt die Frage „Was kocht Deutschland?“ und hält nach den „besten Rezepten“ unseres Landes Ausschau. **MSC Promotion** geht mit „Cook Attack“ gleich zum Angriff über. Mit den Ansprüchen des ge-

hobenen Geschmacks setzt sich die „essKlasse“ der **Design Connection** auseinander. Der **BackMedia Verlag** dagegen sorgt mit Fachtiteln wie „Bäckertradition“ und „Fleischertradition“ dafür, dass bewährte Herstellungsverfahren und Qualitätsstandards nicht in Vergessenheit geraten.

Das „Frühstück mit einer Unbekannten“, zubereitet von **SAT.1**, läuft in diesem Segment sicherlich außer Konkurrenz und auch der **Freizeit-Verlag Landsberg** serviert statt einem Fünfgänge-Menue die „Karriere a la Carte“ .(al)

| INHALT | SEITE |
|---|-------|
| Titelübersicht | 2 |
| Caroline-Urteil Teil II | 2 |
| Verwirrung um die Marke „Fazer“ | 3 |
| FAZ verliert gegen Boris Becker | 3 |
| Titelschutzanzeigen: 74 neue Titel geschützt | 4-9 |
| Impressum | 9 |

Neues Caroline-Urteil: Weitere Einschränkungen für die Presse

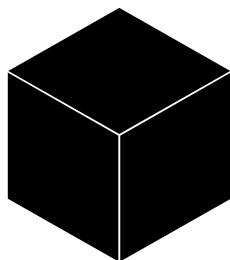
Ein neues Urteil des Bundesgerichtshofs macht die Bildberichterstattung über Prominente für Verlage zunehmend komplizierter. Prinzessin Caroline von Hannover und ihr Ehemann Prinz Ernst August haben in Karlsruhe einen weiteren Erfolg errungen. Sie hatten gegen die Veröffentlichung von Fotografien, die während ihrer Urlaubsaufenthalte entstanden waren, Klage erhoben.

Die Richter des VI. Zivilsenats hoben zunächst hervor, dass die Öffentlichkeit einen Anspruch darauf habe, über das Zeitgeschehen unterrichtet zu werden und damit über alle Fragen von allgemeinem gesellschaftlichen Interesse. Deshalb dürfe die Presse zur Wahrnehmung ihrer meinungsbildenden Aufgaben hierüber berichten, wobei sie keiner Zensur unterliegt und nach publizistischen Kriterien selbst

entscheiden darf, was sie des öffentlichen Interesses für wert hält. Dabei müsse sie aber die geschützte Privatsphäre des Prominenten beachten.

So weit, so gut. Doch im weiteren Verlauf der Urteilsbegründung wendet sich der Bundesgerichtshof von der bisher gängigen Rechtsprechung ab. Für den Informationsanspruch der Öffentlichkeit könne auch bei den sogenannten absoluten Personen der Zeitgeschichte der Informationswert nicht außer Acht bleiben. So erklärten die Richter Bilder von Auftritten des Prinzenpaares im Skiurlaub für unzulässig. Liessen aber „Urlaubs“-Fotos, die im Rahmen einer redaktionellen Berichterstattung zur Krankheit des damals regierenden Fürsten Rainier von Monaco entstanden waren, zu.

>> Lesen Sie weiter auf S. 2.



Red Box seit 1970
connecting creative professionals

Die 74 neuen Titel dieser Woche

| | | | |
|---|--|--|---|
| A | Die 100.000,- Euro Show | Golf's Best | Im Halbschatten |
| Altersvorsorge für Selbständige | Die besten Rezepte Deutschlands | Good Baking | Pflege zu Hause - So organisieren Sie die Hilfe |
| Ä | Die Werkstatt | H | Play Guitar |
| Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit | e | HARRY POTTER UND DER HALBBLUTPRINZ | S |
| B | einBlick | HARRY POTTER UND DER ORDEN DES PHOENIX | Sag schon! |
| Bäckertradition | Einer gegen Hundert | Hilfe, Mutti kann nicht kochen | Star Assault |
| Besser Leben | Einfach Wahnsinn | Hollywood Pictures 2 | Surprise, Surprise |
| Best for Golf | ESSKLASSE | I | T |
| Beste Chance | essKlasse | IMPACT | Traumhochzeit |
| Beste Gegend | essklasse | Impulse fürs Alter | Trendpoker 3D |
| Beste Zeit | F | Ins gemachte Nest | TV modern |
| Bitte nicht nachmachen | Fangt den total verrückten Inder | K | TV prima |
| Boomerang Day | Fashion Factory | KARRIERE A LA CARTE | TV Ratgeber |
| C | FITNESS KOCH | L | TV smart |
| Cook Attack | Fleischertradition | Liar | V |
| D | Freundschaften und andere Neurosen | Liebe auf Kredit | Verbotene Ratschläge |
| Das Model und der Freak | Frühstück mit einer Unbekannten | Lügner | Viva Mallorca |
| Den Religionen auf der Spur | Für den Rest deines Lebens | M | W |
| Der Heidefreund - Infobrief Naturpark Dübener Heide | G | Magazin-Preview | Was kocht Deutschland? |
| Der Heidefreund online - Newsletter Naturpark Dübener Heide | GÄSTE - TV-Journal für Leute unterwegs | Magazin-Vorschau | Weird Wars: Operation Pantherauge |
| Deutschlandreporter | Godwin | MAINFEELING | Woche aktuell |
| Deutschlands Erfinder | Goldwerk Premium | Ö | Y |
| | Golf & Style | Ökosystem Mensch | Yeah! |
| | | P | Z |
| | | Penumbra - | Zeitschriften-Preview |
| | | | Zeitschriften-Vorschau |

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

20.03.2007, Woche 12, Nr. 815
Anzeigenschluss: 16.03.2007, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

11.04.2007, Woche 15, Nr. 818
Anzeigenschluss: 05.04.2007, 10 Uhr

Neues Caroline-Urteil Teil II

Bei einer Entscheidung über das Verhältnis zwischen Privat- und Pressefreiheit wiege, nach Ansicht des BGH, der Schutz der Persönlichkeit des Betroffenen umso schwerer, je geringer der Informationswert für die Allgemeinheit sei. Das müsse im Grundsatz auch für Personen mit hohem Bekanntheitsgrad gelten. Für die Beurteilung des Informationswerts bzw. ob

es sich um ein zeitgeschichtliches Ereignis handle, sei ein weites Verständnis sowie Einbeziehung der zugehörigen Wortberichterstattung geboten.

In diesem Fall seien nur diejenigen Fotos zulässig, die im Zusammenhang mit der Wortberichterstattung über die Erkrankung des Fürsten veröffentlicht wurden. Dies sei ein zeitgeschichtliches

Ereignis gewesen, über das die Presse berichten durfte. Auf den redaktionellen Gehalt und die Gestaltung des Artikels kommt es nicht an, da die Garantie der Pressefreiheit es nicht zulasse, das Eingreifen dieses Grundrechts von der Qualität des Presseergebnisses abhängig zu machen. Den anderen Texten sei keinerlei Beitrag zu einem Thema von allgemeinem Interesse

zu entnehmen gewesen, so dass die zugehörigen Abbildungen in Ermangelung eines objektiven Informationswerts ohne Einwilligung des Abgebildeten unzulässig seien. (al)

Bundesgerichtshof
Urteil vom 6.03.2007,
VI ZR 13/06, 14/06,
50/06, 51/06, 52/06, 53/06

Europäische Verwirrung um „Fazer“: Golfmarke, Schokolade oder Name?

Familienname verdrängt EU-Marke: „Fazer“ wurde aus dem Register gelöscht.

Mit der Marke „Fazer“ wollte die britische Firma USP Brands Ltd. eine Golfmarke per EU-Register absichern. Doch manchmal sind Namen wohl Programm. Das englische Verb „to faze“ bedeutet soviel wie sich „ärgern“, „belästigen“, „stören“ oder auch „entmutigen“. Die Anmeldung stammt bereits aus dem Jahr 1998. Doch „geärgert“ und „entmutigt“ wurden die Markenmelder jetzt durch gleichnamige Namensträger.

Immer wieder kollidieren Marken mit Namen. Und immer wieder taucht dann die Frage auf, welchem Zeichen mehr Gewicht zukommt. Und genau bei dieser Frage sind die Ergebnisse durchaus unterschiedlich. In einer aktuellen Entscheidung kommt das europäische Markenamt (HABM) zu dem Ergebnis, dass aufgrund finnischen und schwedischen Namensrechts der Familienname Fazer die EU-Marke Fazer verdrängt und die Marke aus dem europäischen Register zu löschen ist.

BGH-Entscheidung shell.de: Marken gehen vor Namen

In dem Streit Name gegen Marke, der auf dem Rücken der Domain „shell.de“ ausgetragen wurde, hatte beispielsweise die Marke das größere Gewicht. Der deutsche Bundesgerichtshof (Az: I ZR 138/99) hatte in der wegweisenden

Domainstreitigkeit „shell.de“ entschieden, dass Herr Shell die Domain shell.de auf Betreiben des gleichnamigen Konzerns wieder löschen müsste. Das Recht an seinem Familiennamen half Herrn Shell nicht weiter, da das Mineralölunternehmen eine überragende Bekanntheit genieße. „Der kennzeichenrechtliche Schutz aus §§ 5, 15 MarkenG geht in seinem Anwendungsbereich grundsätzlich dem Namensschutz aus § 12 BGB vor“, heißt es in dem Leitsatz der BGH-Entscheidung.

Vom Ergebnis her ganz anders positioniert sich nun das europäische Markenamt mit seiner Fazer Entscheidung. Die EU-Marke Fazer (Registernummer: 733 311) muss aus dem europäischen Markenregister gelöscht werden, das Namensrecht des Finnen Karl Johan Fazer und der beiden Schweden Karl Fredrik Fazer and Karl Otto Fazer wog schwerer. Denn nach finnischem und schwedischem Kennzeichenrecht ist ein Familienname „per se“ geschützt. So heißt es in Section 3 des finnischen Trademarks Acts: “the name or trade name of another may not be included in a trade mark”.

Skandinavische Gerichte: Namen gehen vor Marken

Auch Entscheidungen des finnischen Supreme Courts bekräftigen diesen Grundsatz. Weder war die Marke „Homer’s bar Maunula Oy“ noch die Marken Wanto oder Gil Bret hatten Bestand, da

Namensinhaber wie ‘Eila Homer’, Vanto und Brett sich dagegen gewehrt hatten. Eine ähnliche Regelung findet sich im schwedischen Recht, hier untermauern die Fälle „Lerner“ des Supreme Administrative Court und „Bredel“ des Court of Patent Appeals die Argumentation. In beiden Fällen waren Marken wegen gleichlautender Familiennamen nicht eintragungsfähig.

Doch Fazer ist nicht nur ein konkurrierender finnischer Familienname. Motorradhersteller Yamaha hat eine Yamaha Fazer im Programm. Und auch weitere 6 EU-Marken enthalten den Begriff. Eingetragen ist u.a. die Wortmarke „Fazer“ für Produkte wie Kaffee, Tee und Kakao für die Firma Oy Karl Fazer, ansässig in Helsinki. Im deutschen Register

FAZ verliert gegen Boris Becker

Der Verlag der Frankfurter Allgemeine Zeitung muss, laut einer Meldung von beck-aktuell.de, eine Vergütung für nichtautorisierte Werbung an Boris Becker zahlen. Das Oberlandesgericht München gab vergangene Woche dem Anspruch des ehemaligen Tennisprofis statt.

Streitursache war ein Foto Beckers auf der Titelseite eines Testemplars für die geplante „Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“ im September 2001. Mit einer Abbildung dieser Titelseite

tummeln sich gleich 20 Fazer-Marken für die Firma.

Fazer als Leckerbissen

Laut Wikipedia ist der Begriff in den baltischen Ländern, Polen, Russland sowie Großbritannien eine bekannte Marke für Tafelschokolade, Schokoriegel, Pralinen und andere Nahrungsmittel. Die Sorte „Fazers Blaue“ soll in Finnland gar ein identitätsstiftendes Produkt, die Marke seit 1911 eingetragen sein. Und um noch ein bisschen europäische Markenverwirrung zu stiften: Die Schokoladenmarke geht eigentlich zurück auf den Namen des Schweizer Eduard Peter Fazer, den Vater des Chocolatiers Karl Fazer.

Quelle:
markenbusiness.de

hatte der Verlag erworben. Die Richter des Oberlandesgerichts gingen davon aus, dass Becker eine fiktive Lizenzgebühr für seinen Werbewert beanspruchen könne. Nicht nur eine Entschädigung für die Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts.

In erster Instanz war Becker eine Vergütung von 1,2 Millionen Euro zugesprochen worden, nachdem er auf Zahlung von 2,3 Millionen Euro geklagt hatte. Das OLG hat über die endgültige Höhe des Anspruchs noch nicht entschieden. (al)

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

KARRIERE A LA CARTE GÄSTE - TV-Journal für Leute unterwegs

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**FREIZEIT-VERLAG LANDSBERG GMBH,
Celsiusstraße 7, 86899 Landsberg am Lech**

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

Pflege zu Hause - So organisieren Sie die Hilfe

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:

Die Werkstatt

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

**kabel eins K1 Fernsehen GmbH,
Betastraße 10, 85774 Unterföhring**

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

Play Guitar

in allen Schreibweisen, mit allen Zusätzen, in allen Abwandlungen und Schriftarten, Titelkombinationen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse, namentlich Zeitschriften, sowie elektronische und digitale Medien aller Art.

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

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

Lügner Liar Deutschlands Erfinder Hilfe, Mutti kann nicht kochen Was kocht Deutschland? Die besten Rezepte Deutschlands Ins gemachte Nest Sag schon!

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**GRUNDY Light Entertainment GmbH,
Siegburger Straße 215, 50679 Köln**

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

Hollywood Pictures 2 Penumbra - Im Halbschatten Godwin Fashion Factory Weird Wars: Operation Pantherauge Star Assault

in allen denkbaren Schreibweisen, insbesondere Zusammen- und Trennschreibung, Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten und -größen, Abwandlungen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Kataloge, Newsletter und sonstige Druckereierzeugnisse, Printmedien, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD, Computer- und Onlinespiele) und/oder Onlinedienste, sonstige Onlinemedien, einschließlich Off-line und On-line-Dienste, Online-Newsletter sowie Internet und Telekommunikationsdienstleistungen jeglicher Art.

**Kalypso Media GmbH,
Prinz-Carl-Anlage 36, 67547 Worms**

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

Trendpoker 3D

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Damian Schmidt,
Berlinickestraße 2, 12165 Berlin**

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

FITNESS KOCH

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**MePro Björn Sassenroth,
Berlebecker Straße 18, 33699 Bielefeld**

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

einBlick

in allen Darstellungsformen und Schreibweisen, Wort- und Zeichenverbindungen, graphischen Gestaltungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton-, Bild- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Video-produktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Onlinediensten, sonstige audiovisuelle Medien und Multi-Media-Anwendungen sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD und sonstige CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen und öffentliche Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**Netfonds GmbH,
Süderstraße 30, 20097 Hamburg**

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

TV prima TV smart TV Ratgeber TV modern

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

**Rechtsanwalt Andreas Fritzsche,
Possartstraße 7, 81679 München**

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

Zeitschriften-Vorschau Magazin-Vorschau Zeitschriften-Preview Magazin-Preview

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, insbesondere Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, sowie Hörfunk, Film, Fernsehen 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, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen und Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**Heide von Berg,
Alsenweg 19, 81929 München**

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

Für den Rest deines Lebens Einer gegen Hundert Boomerang Day Traumhochzeit Einfach Wahnsinn Die 100.000,- Euro Show Fangt den total verrückten Inder

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, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

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

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

**Golf & Style
Golf's Best
Best for Golf**

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.

**FPM Medienbeteiligung GmbH,
Boltzmannsgasse 24, A - 1090 Wien**

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

Surprise, Surprise

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

**Rechtsanwalt Dr. Stefan Rüll,
Fuggerstraße 22, 10777 Berlin**

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

**Beste Zeit
Beste Chance
Beste Gegend**

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

**Rechtsanwältin Kristina Mueller-Stöfen,
Tizianstraße 49, 80638 München**

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

Cook Attack

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

**MSC Promotion GmbH,
Frankfurter Straße 80, 63067 Offenbach**

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

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

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

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

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

**Freundschaften und andere Neurosen
Bitte nicht nachmachen
Besser Leben
Den Religionen auf der Spur**

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 Titelschutz in Anspruch für:

MAINFEEELING

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

Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH,
Frankenallee 71-81, 60327 Frankfurt

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

Altersvorsorge für Selbständige

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Stiftung Warentest,
Lützowplatz 11-13, 10785 Berlin

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

Yeah!

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line-Dienste und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Dienstleistungen, Veranstaltungen und Unterhaltung aller Art.

Rechtsanwalt Uwe Grimm,
Rathausstraße 6 a, 20095 Hamburg

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

Der Heidefreund - Infobrief Naturpark Dübener Heide Der Heidefreund online - Newsletter Naturpark Dübener Heide

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

FLIEGNER KOMMUNIKATION,
Blücherstraße 63, 04849 Bad Dübén



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 Bezugsjahres schriftlich kündige.

New Business Verlag GmbH & Co. KG

Postfach 70 12 45 • 22012 Hamburg

Birgit Jessen

Telefon 040/60 90 09-62

Fax 040/60 90 09-66

jessen@new-business.de

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

IMPACT

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

**Patentanwälte Grättinger & Partner (GbR),
Wittelsbacherstraße 5, 82319 Starnberg**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Verbotene Ratschläge

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Printmedien, insbesondere Serien- und Einzelbandtitel sowie Bild-, Daten- und Tonträger, insbesondere Video/DVD und Hörbücher.

**Rechtsanwalt Joachim Fauth,
Wilhelm-Blos-Straße 62, 70191 Stuttgart**

Unter Hinweis auf §§ 5, 15 MarkenG nehmen wir für unsere Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Woche aktuell

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Kombinationen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, alle elektronischen und digitalen Medien, insbesondere Internet und einschließlich Merchandising.

**Rechtsanwälte Werner & Knop,
Ortenberger Straße 47, 77654 Offenburg**

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

Ökosystem Mensch

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art und Softwareerzeugnisse, insbesondere CD-ROM, CD-I und DVD.

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

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

Das Model und der Freak

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

essKlasse essklasse ESSKLASSE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Design Connection,
Erlenstraße 21a, 97828 Markttheidenfeld**

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

Viva Mallorca

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

Deutschlandreporter

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Wortverbindungen, Kombinationen und Abwandlungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse sowie elektronische Medien, insbesondere auch Onlinedienste, Bild-, Ton- und Datenträger sowie Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Ingwersen Marketing & Werbung,
Heimhuder Straße 18, 20148 Hamburg**

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

Impulse fürs Alter

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

aweto Verlag,
Am Hambuch 7, 53340 Meckenheim

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

Ärzte im Zukunftsmarkt Gesundheit

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Stiftung Gesundheit,
Behringstraße 28 A, 22765 Hamburg

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

Liebe auf Kredit Frühstück mit einer Unbekannten

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:

Fleischertradition Goldwerk Premium Bäckertradition Good Baking

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

BackMedia Verlags GmbH,
Universitätsstraße 74 a, 44789 Bochum

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.) PS
Redaktion/Anzeigen: Angela Lautenschläger (AL), -61
verantwortlich

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

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

© 2007 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.

VISIONS 2007



KOMMUNIKATION 2.0 DIE EROBERUNG VON ZEIT UND RAUM

FREITAG, 23. März 2007, 10.30 - 18.00 UHR, 35 EURO

Radialsystem V, Holzmarktstraße 33, 10243 Berlin, www.radialsystem.de

Die Referenten: Ric Birch ("Master of Ceremonies" Olympischer Spiele), Justin Bovington (Rivers Run Red), Tim Guest (Second Life Philosoph Autor), Prof. Dr. Gunter Henn (Henn Architekten), Jochen Sandig (Radialsystem V und Sasha Waltz & Guests) und Folkert Uhde (Radialsystem V)

Workshops mit Lars Uwe Bleher (Atelier Markgraph), Lutz Engelke (Triad), Matthias Kindler (THE EVENT COMPANY), Johannes Milla (Milla und Partner) und Martin Pross (Scholz & Friends)

www.adc.de