

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Piratenherz, Misswahlen und drei dicke Bräute

Prominent werden ist heutzutage nicht schwer, es zu bleiben dagegen sehr. So abgewandelt macht der bekannte Aphorismus um die Vaterschaft auch in der bunten Medienwelt Sinn.

Gut, dass **ProSieben** den deutschen Stars und Sternchen bei ihren Bemühungen zur Seite steht. Da nicht jeder einen Bäckersohn heiraten kann, um in den Medien präsent zu sein, bietet der Sender seinen Promis jetzt auch geistigen Rat. „Das erste große Promi-Pilgern“ führt die Stars auf den Jakobsweg, auf dass ihre Gebete erhört und ihre Sünden vergeben werden. Dagegen setzt die Hamburger **FMP-**

Media auf weltliche Güter: Kurz „Werte“ soll das „Magazin für Geist, Geld und Genuss“ heißen. Bleibt zu hoffen, dass zumindest dieser Titel auch am Kiosk zu erwerben ist und nicht, wie das für September angekündigte Luxusmagazin **RICH**, nur für diejenigen zu haben ist, die es auch verdient haben. Eine Jobvermittlung der besonderen Art plant **Alexandra Wohlfromm** in der schönen Stadt Palma de Mallorca: „Popstar sucht Arbeit!“ heißt es hier.

Welches „Supertalent“ sich für „Perspektiven“ und „Rendite“ einsetzen wird, lesen Sie auf den folgenden Seiten. (al)

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
Fahndungsfoto von RAF-Terroristin	2
BGH entscheidet über Markenfamilien	3
Titelschutzanzeigen: 52 neue Titel geschützt.....	4-8
Impressum	8

Schutz der Privatsphäre: Grönemeyer-Freundin setzt sich durch

Der Bundesgerichtshof hat der Illustrierten „**BUNTE**“ die Veröffentlichung zweier Fotos untersagt. Die Bilder zeigten die Lebensgefährtin **Herbert Grönemeyers** zusammen mit dem Musiker bei einem Cafébesuch und beim Bummeln durch eine Fußgängerzone. In einer der Bildunterschriften hieß es u.a.: „Männer brauchen viel Zärtlichkeit“ das gilt auch für ihn.

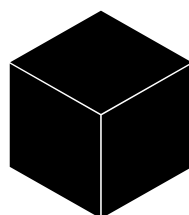
Die Klägerin hatte, vertreten durch die Berliner Medienrechtskanzlei **Schertz Bergmann**, von der **BUNTEN** gefordert, es zu unterlassen, diese Aufnahmen erneut zu veröffentlichen. Das Landgericht Berlin gab der Klage statt und auch das Oberlandesgericht hatte die Berufung der Beklagten abgewiesen. Die Karlsruher Richter schlossen sich jetzt in letzter Instanz der Beurteilung an.

Die beanstandeten Aufnahmen zeigen die Klägerin, nach Ansicht der Richter,

in einer erkennbar privaten Situation, die in keinem Zusammenhang mit dem zeitgeschichtlichen Ereignis steht. Ein Beitrag zu einer Diskussion von allgemeinem Interesse oder eine Information über ein zeitgeschichtliches Ereignis, sei weder den Abbildungen noch der beigefügten Wortberichterstattung zu entnehmen. Dass ihr Lebensgefährte Teile seines Privatlebens im Rahmen seiner Song-Texte künstlerisch verarbeitet habe, könne nicht zur Folge haben, dass die Klägerin eine Berichterstattung über ihre Privatsphäre hinnehmen müsse.

Die Richter wiesen auf das aus den §§ 22, 23 KUG (Kunst-Urhebergesetz) entwickelte abgestufte Schutzkonzept hin, bei dem es um eine Abwägung zwischen der Pressefreiheit und dem Persönlichkeitsschutz des Betroffenen geht. (al)

**Bundesgerichtshof
Urteil vom 19.06.2007
AZ: VI ZR 12/06**



Red Box seit 1970
connecting creative professionals

Die 52 neuen Titel dieser Woche

60life	weiblicher Wirkung	N	SPA life
60plus	Die 100 größten Rheinland-Pfälzer	NEU SPORT	SPA vital
A	Die Griffelmagd	O	Sport Freund
Autoschieber Tycoon	Drei dicke Bräute, ein kleines Kleid	open A	Sport in SH
B	G	open arcs	Sport Kompakt
Best of DVD	Geliebter Geist	P	Sport Megafon
D	H	Perspektiven	Sport Presse
Das bin ja ich!	Hacker Magazin	Pirateheart	Sport vor Ort
Das erste große Promi-Pilgern	Halle Lokal	Piratenherz	Sportwoche Nord
Das Supertalent	Heart of a Pirate	Popstar sucht Arbeit!	Super Sport
Deine Stimme wählt	Herbstzeit	Prima Sport	T
Der Requardt	J	PWM - Das Magazin für Geist, Geld und Genuss	Top Sport
Deutschland kürt	Jetzt kommt's raus! - Das Wiedersehen	R	W
Miss Deutschland	M	Regio Sport	week
Deutschland wählt	Maxi Sport	Regional Sport	Welt der Marken - Erfolgsgeschichten aus der Praxis
Miss Deutschland	Mega Sport	RENDITE	WERTE - Das Magazin für Geist, Geld und Genuss
Die 10 Geheimnisse		Rundschau handynews	Z
		S	Zwei Wochen Chef
		SH Sport	

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

03.07.2007, Woche 27, Nr. 830
Anzeigenschluss: 29.06.2007, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

10.07.2007, Woche 28, Nr. 831
Anzeigenschluss: 06.07.2007, 10 Uhr

Fahndungsfoto von RAF-Terroristin ist Bildnis der Zeitschichte

Eine frühere RAF-Terroristin setzte sich gerichtlich gegen die Veröffentlichung eines 20 Jahre alten Fahndungsfotos zur Wehr, mit dem ein Zeitungsbeitrag über ihre bevorstehende Haftentlassung bebildert war. Das Landgericht Berlin sah die Verwendung des Fotos jedoch als zulässig an und wies ihren Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zurück.

Das Landgericht Berlin begründete die Entscheidung u.a. wie folgt: Die Straftaten der RAF hätten die Geschichte der Bundesre-

publik geprägt. Das Fahndungsplakat sei ein zeitgeschichtliches Dokument. Es rufe die Allgegenwärtigkeit derartiger Fahndungsplakate in den 80er Jahren sowie das einzigartige Ausmaß der staatlichen Fahndungsmaßnahmen nach RAF-Mitgliedern ins Gedächtnis, das von außerordentlicher historischer und zeitgeschichtlicher Bedeutung sei. Die Veröffentlichung des RAF-Fahndungsfotos sei daher als Bildnis der Zeitgeschichte (§ 23 Abs. 1 Nr. 1 KUG) zulässig; eine Persönlichkeitsrechtsverletzung könne ohne das Hinzutreten

konkreter entgegenstehender Interessen des Abgebildeten nicht angenommen werden.

Derartige entgegenstehende Interessen erkannte das Gericht im konkreten Fall nicht an. Mit der bevorstehenden Haftentlassung sei zwar die strafrechtliche Aufarbeitung der Taten abgeschlossen, nicht aber die gesellschaftliche, wie die aktuellen Debatten um die Begnadigung und Entlassung früherer RAF-Mitglieder zeige. Zudem hatte die Ex-Terroristin 14 Monate vor der Veröffentlichung des Fahndungsfotos bereits einen anderen

Zeitungsbeitrag über sich geduldet, der ein großformatiges Portraitfoto enthielt. Die Möglichkeit der Wiedereingliederung in die Gesellschaft sah das Gericht nicht beeinträchtigt. Das 20 Jahre alte Foto verursache keine Nachteile, die nicht schon durch die Namensnennung zu vergegenwärtigen seien.

LG Berlin
Urteil vom 22.05.2007
AZ: 27 O 357/07

Quelle:
www.damm-mann.de

BGH entscheidet über Markenfamilien: Parfüm „Blue Night“ bleibt geschützt

Auf manchen Produkten prangt eine Vielzahl von Kennzeichen. Dachmarke, Produktname und noch ein Logo. Wenn's reicht. Doch wie weit geht dann der Markenschutz? Und wie hoch ist die Gefahr, wenn die Marken kombiniert und gar abweichend vom Markeneintrag benutzt werden? Dieser praxisrelevanten Frage ging der Bundesgerichtshof (BGH) in einer jetzt veröffentlichten Entscheidung (Az: I ZR 71/04) nach.

In dem Streit beehrte der Markeninhaber von „Blue Night“ u.a. Unterlassung für das wenig aufwendig gestaltete Zeichen „Men Blue Night“, das ebenfalls für Duftwässer verwendet wurde. Der Streit spitzte sich auf die Frage zu, ob die Marke „Blue Night“ überhaupt „rechtserhaltend benutzt“ wurde, da sie immer nur zusammen mit dem Begriff „Bodo“ benutzt worden sei. Durch das Hinzufügen des ebenfalls prägenden Bestandteils „Bodo“ sei ein neues Gesamtzeichen entstanden, das der Verkehr nicht mehr mit der Marke „Blue Night“ gleichsetze, so das Argument.

Wird eine Marke nicht benutzt, wird sie mit Ablauf der so genannten Benut-

zungsschonfrist löschungsfähig. Auch kann aus der Marke dann kein Unterlassung oder Schadenersatz gefordert werden. Genau diese Gefahr drohte in dem Streit für „Blue Night“.

Die obersten deutschen Zivilrichter entschieden aber, dass beide Marken - Bodo und Blue Night - für sich genommen rechtserhaltend benutzt worden sein könnten. Damit hob der BGH auch die Entscheidung der Vorinstanz, des OLG Hamm, auf. Die OLG-Richter hatten in dem Fall die Benutzung der Marke „Blue Night“ verneint, weil sie nur als Serienmitglied der Dachmarke Bodo, die für eine Vielzahl von Produkten verwendet werde, zu sehen sei. Jetzt muss sich das OLG erneut mit der Sache befassen, offen ist noch, ob „Bodo“ tatsächlich als selbständige Zweitmarke wahrgenommen wird.

Verkehrskreise sind an Zweitkennzeichen gewöhnt

„Die Verwendung mehrerer Marken zur Kennzeichnung einer Ware oder Dienstleistung stellt eine weit verbreitete, wirtschaftlich sinnvolle Praxis dar. Insbesondere ist es üblich, neben einem

auf das Unternehmen hinweisenden Hauptzeichen weitere Marken zur Identifizierung der speziellen einzelnen Artikel einzusetzen. In solchen Fällen können sowohl die Haupt- als auch die Zweitmarke auf die betriebliche Herkunft hinweisen...“, heißt es in dem Urteil. Die angesprochenen Verkehrskreise seien an die Verwendung von Zweitkennzeichen gewöhnt, gerade auch im Parfümbereich.

Grundsätzlich gilt, dass eine Marke in üblicher und sinnvoller Weise für die Ware verwendet werden muss, für die sie eingetragen ist. Das hat der BGH in zahlreichen Entscheidungen, wie bei-

spielsweise „Otto“ (Az: I ZR 293/02) oder SYLT-Kuh (Az: I ZR 312/99) einst geklärt. Eine Nutzung der Marke in abweichender Form darf den kennzeichnenden Charakter der Marke nicht verändern. Maßstab hierfür ist, ob „der Verkehr das abweichend benutzte Zeichen gerade bei Wahrnehmung der Unterschiede dem Gesamteindruck nach noch mit der eingetragenen Marke gleichsetzt, d.h. in der benutzten Form noch dieselbe Marke sieht“, vgl. Entscheidung Kellogg's/Kelly's (Az: I ZR 293/00).

Quelle:
www.markenbusiness.de

Die Zahl der Fachanwälte steigt

Nach Auskunft der Bundesrechtsanwaltskammer (BRAK) ist inzwischen jeder fünfte Rechtsanwalt ein Fachanwalt. Anfang Januar 2007 gab es insgesamt 27.953 Fachanwälte. Ein Zuwachs gegenüber dem Vorjahr von 3,03 %.

Zur Zeit können Anwälte auf 18 Rechtsgebieten einen Fachanwaltstitel erwerben. Darunter seit Ende 2006 auch der Titel Fachanwalt

für das Urheber- und Medienrecht. In diesem Bereich konnten bereits 9 Juristen besondere Kenntnisse nachweisen. Der neue Fachanwaltstitel für das Informationstechnologierecht wurde schon 11 mal vergeben. Mit der Fachanwaltschaft verpflichtet sich der Jurist auch zur jährlichen Fortbildung, die der Anwaltskammer nachzuweisen ist. (al)

Infos unter: www.brak.de



+ 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 Titelschutz in Anspruch für:

Halle Lokal

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Toralf Stertze,
Paul-Flechsig-Straße 11, 04289 Leipzig**

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

Best of DVD

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Holger Reher PR & Verlag,
Güntherstraße 53, 22087 Hamburg**

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

Perspektiven

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:

Jetzt kommt's raus! - Das Wiedersehen

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 einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

week

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen als Einzel- oder Reihenteil für Druckschriften und Printmedien, insbesondere Zeitungen und Zeitschriften, sowie digitale Medien, insbesondere Online-Medien, sowie Bild-, Ton- und Datenträger, insbesondere auch CD-Rom, DVD und CD-I.

**Rechtsanwälte Taylor Wessing,
Hanseatic Trade Center, Am Sandtorkai 41,
20457 Hamburg**

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

Zwei Wochen Chef Das erste große Promi-Pilgern

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 eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für den Titel

NEU SPORT

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 Christian Böttger,
Sievekingdamm 44, 20535 Hamburg**

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

Das Supertalent

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

**RAe Brehm & v. Moers,
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2,
Spreepalais am Dom, 10178 Berlin**

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

Autoschieber Tycoon

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.

**UIG Entertainment GmbH,
Knöbelstraße 14, 80538 München**

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

Regio Sport Super Sport Top Sport SH Sport Sport in SH

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 Jürgen Wymetal,
Leipziger Platz 3, 50733 Köln-Nippes**

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

Sportwoche Nord Sport Presse Sport Kompakt Sport Freund Sport Megafon

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 Dr. Rudolf Griesam,
Südliche Auffahrtsallee 66, 80639 München**

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

WERTE - Das Magazin für Geist, Geld und Genuss PWM - Das Magazin für Geist, Geld und Genuss

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Kundenmagazine und Bücher sowie alle anderen Printmedien, Tonträger und Merchandising, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, Internet-Portale, CD-Rom, CD-I, DVD und MD (miniDisc) und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**FMP-Media GmbH & Co. KG,
Pickhuben 4, 20457 Hamburg**

Über 47.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de

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

Die 100 größten Rheinland-Pfälzer Deine Stimme wählt

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 für Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Das bin ja ich! Die 10 Geheimnisse weiblicher Wirkung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Wortverbindungen und Kombinationen, mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Printmedien, Druckerzeugnisse sowie elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Onlinedienste, sowie Online-Medien, sowie für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**RAe Abel und Kollegen,
Kaiserstraße 77, 66386 St. Ingbert**

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

open arcs open A

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen in allen Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Film, Fernsehen, Hörfunk und sonstige audiovisuelle Medien, Internetseiten und -auftritte, Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, insbesondere CD-Rom, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien und Multimediaanwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Alpers & Stenger Partnerschaft,
Colonnaden 5, 20354 Hamburg**

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

Piratenherz Pirateheart Heart of a Pirate

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Ton- und Fernseh- und Hörfunk, alle sonstigen elektronischen Medien und Netzwerke, Bild-, Ton- und Datenträger, Spielfilmproduktionen, Druckerzeugnisse und sonstige vergleichbare Werke.

**Raabe Habben Heinemann-Schulte Rechtsanwälte,
Troostbrücke 1, 20457 Hamburg**

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

Geliebter Geist Der Requardt Drei dicke Bräute, ein kleines Kleid

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 für eine Mandantin in Anspruch für die Titel

Sport vor Ort Mega Sport Maxi Sport Prima Sport Regional Sport

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

**Rechtsanwälte und Notare
Bergmann & Merzbach,
Marburger Straße 10, 10789 Berlin**

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

Welt der Marken - Erfolgsgeschichten aus der Praxis

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen in allen Medien.

**Lausen Rechtsanwälte,
Residenzstraße 25, 80333 München**

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

Deutschland wählt Miss Deutschland Deutschland kürt Miss Deutschland

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Herbstzeit

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Printmedien, insbesondere Serien- und Einzelbandtitel sowie Bild-, Ton- und Datenträger.

**Jörg Wittfoth,
Borsigstraße 12, 23560 Lübeck**

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

RENDITE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für die Verbreitung redaktionell er- und bearbeiteter Informationen zu allen Bereichen der Geldanlage, insbesondere an das Fach-Publikum.

**Die Stiftung Verlags GmbH,
Bouchéstraße 12/Haus 8/Aufgang B, 12435 Berlin**

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

60plus

in allen Schreibweisen, sämtlichen Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste).

**Strömer Rechtsanwälte,
Duisburger Straße 5, 40477 Düsseldorf**

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

60life

in allen Schreibweisen, sämtlichen Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste).

**Strömer Rechtsanwälte,
Duisburger Straße 5, 40477 Düsseldorf**

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

Hacker Magazin

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

**VU Verlagsunion KG,
Am Klingenberg 10, 65396 Walluf**

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

www.new-business.de

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

Popstar sucht Arbeit!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Claudia Alexandra Wohlfromm,
Dos de Maig 44, 07015 Palma de Mallorca**

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

Die Griffelmagd

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

Rundschau handynews

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 einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

SPA vital SPA life

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

**RAe Auer, Witte, Thiel,
Bayerstraße 27, 80335 München**

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

Redaktion: 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

© 2007 Presse Fachverlag, Hamburg.

Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugswise 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.