

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Handbücher, Trainer und Praxisleitfäden

Zu den Aufgaben der Medien gehört nicht nur Unterhaltung, sondern auch Information und Wissensvermittlung. Die heutige Ausgabe des Titelschutz Anzeigers zeigt, dass sich auch der Markt für Fachpublikationen und Ratgeber im Aufwind befindet.

Die Mandanten von Rechtsanwalt **Peter Keil** bringen mit den Titeln „Update Hepatitis“ und „Update Hepatologie“ Mediziner auf den neuesten Stand der Forschung und der **AOK-Verlag** unterstützt Pflegekräfte mit einem „Praxisleitfaden für stationäre Altenpflege“. Die Bochumer **BackMedia Verlags GmbH** erläutert den umweltfreundlichen Einsatz von „Bioethanol und Bioenergie“. Neben Fachinformationen wird von Rechtsanwalt **Joachim Fauth** auch „Grundwissen für jeder-

mann“ angeboten. So setzt der Münchner Rechtsanwalt **Bernd Hickertz** für seine Mandanten auf den „großen Allgemeinwissen-Trainer“ und das „Denkspiele Riesenbuch“, um schon Kindern mit einem „superdicken Grundschulbuch“ Freude am Wissen zu vermitteln. **SPiegel ONLINE** plant mit seinem Zeitgeschichte-Projekt „einestages“ seine Nutzer selbst zu Wort kommen und die eigene Geschichte dokumentieren zu lassen.

Praktische Lebenshilfe dagegen ist bei **Endemol** angesagt: Hier soll der Zuschauer auf den „perfekten Heiratsantrag“ vorbereitet werden. Danach bietet nur noch die „Werkstatt-Welt“ der Münchner Kanzlei **KLAKA** einen Ausweg vor den Romantik-Attacken der Sender. (al)

„Werbefreies Klassenzimmer“: Kellogg verliert vor dem BGH

Der **Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.** (vzbv) konnte sich nach einem vierjährigen Verfahren gegen die **Kellogg (Deutschland) GmbH** durchsetzen.

Grund der Klage war eine Werbeaktion aus dem Jahr 2003, die unter dem Motto „Kellogg's Frosties für den Schulsport“ lief. Die Schüler konnten hier mit dem Kauf von Kellogg's-Produkten „Tony Taler“ sammeln und gegen Sportmaterialien für ihre Schule eintauschen. Das Landgericht Bremen hatte die Klage der Verbraucherschützer zunächst mit der Begründung abgewiesen, dass sich der Cornflakes-Hersteller mit seiner Werbeaktion schließlich nicht unmittelbar an die Schulen gewandt habe und auch die Lehrer nicht dazu aufgerufen wurden, sich bei ihren Schülern für den Absatz ihrer Waren einzusetzen.

Der Bundesgerichtshof sah die Aktion jetzt anders. Die Werbung sei geeignet, die geschäftliche Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen auszunutzen, urteilten die Karlsruher

Richter und erklärten die Werbung für wettbewerbswidrig.

Für die Verbraucherschützer ist dies ein Musterverfahren, um Schulwerbung weiter einzugrenzen. **Prof. Dr. Edda Müller**, vzbv-Vorstand erklärte in der Pressemitteilung des Verbandes: „Wir hoffen, dass mit den Grundsätzen des Bundesgerichtshofs der immer weiter um sich greifenden Kommerzialisierung an Schulen dauerhaft Einhalt geboten werden kann“.

Auch für den Rechtsstreit gegen die Firma Bahlsen erhofft sich der Verband in nächster Zeit eine positive höchstrichterliche Entscheidung. Hier geht es um die Unterstützung einer Klassenfahrt durch den Kauf von Bahlsen-Produkten. „Wir wollen in Sachen Werbung an Schulen keine amerikanischen Verhältnisse“, macht Edda Müller den Standpunkt des Verbraucherverbandes deutlich. (al)

**Bundesgerichtshof
Urteil vom 12.07.2007
AZ: I ZR 82/05**

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
Kein Rabatt-Würfeln an der Kasse	2
DPMA-Jahresbericht 2006	3
Titelschutzanzeigen: 70 neue Titel geschützt.....	4-9
Impressum	7

Die 70 neuen Titel dieser Woche

A	F	Wellness Guide	Ingenieure 2008
Adoption - Unsere letzte Hoffnung	Fit gewinnt Freizeit	MyHealth&Beauty MYLIFE	Top-Arbeitgeber Schweiz 2008
B	G	N	U
Beauty&LIFE Beauty&Wellness Beste Klasse Deutschlands Bioethanol und Bioenergie Brand Encyclopedia Brandpedia brennt - Das Hamburger Nachrichtenmagazin	Grundwissen für jedermann H Handbuch des Sprechsports Hepatitis Akademie Hepatitis Update Hepatology Update	NEW LIFE NEW LIFE - Das Magazin NEWLIFE	Update Hepatitis Update Hepatologie
C	K	P	V
Contractor Power	Kebabbel - Kebabbel net Kinderpreis Deutschland Kommunale Treuhand Kommunal-treuhand	pianormal - Pianormales Kabarett Praxisleitfaden für die stationäre Altenpflege	Verbotene Ratschläge
D	L	R	W
Das Allgemeinwissen- Superbuch Das Denkspiele Riesenbuch Das große PC-Handbuch Das superdicke Grund- schulbuch, 1.-4. Klasse Der große Allgemein- wissen-Trainer Der perfekte Heiratsantrag Deutschland - eine Wiedererfindung	Life & Style Localido Lokalido	Rätsel - Fakten - Phänomene Reader's Digest Ratgeber Medizin und Gesundheit rock or die tryin	Werkstatt-Welt World Vision Kinderstudie - Kinder in Deutschland 2007 World Vision Kinderstudie - Kinder in Deutschland 2008 World Vision Kinderstudie - Kinder in Deutschland 2009 World Vision Kinderstudie - Kinder in Deutschland 2010
E	M	S	W
einestages Europäischer Kinderpreis European Children's Award	Mehr Leben! aktiv und vital Miss Beauty Mit 66 ... MOIN HEIKE ! Monte MY Beauty&LiFe My Life MYBeauty MYBeauty&	Sprechsport Stolz ein Verkäufer zu sein ! Style&Beauty&Life	Wunderschöne Weihnachtslieder
		T	
		Terra Mare - Die Welt der Meere Top-Arbeitgeber Automotive 2007 Top-Arbeitgeber Deutschland 2008 Top-Arbeitgeber	

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

31.07.2007, Woche 31, Nr. 834
Anzeigenschluss: 27.07.2007, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

14.08.2007, Woche 33, Nr. 836
Anzeigenschluss: 10.08.2007, 10 Uhr

Unlauterer Wettbewerb: Kein „Rabatt-Würfeln“ an der Kasse

Das „Große Rabatt-Würfeln“, die Werbeaktion einer großen Baumarktkette, wurde jetzt vom Oberlandesgericht Köln als wettbewerbswidrig beanstandet.

Die Baumarktkunden konnten im Rahmen der Aktion an der Kasse darum würfeln, ob sie für ihren Einkauf 5, 15 oder 25% Rabatt gutgeschrieben bekommen.

Der Mindestrabatt von 5% war dabei garantiert. Für die Kölner Richter eine klare unlautere Wettbewerbsbehandlung, da die Teilnahme an dem Rabattwürfeln von einem vorherigen Einkauf abhängig gemacht wurde. Schließlich wurde ja erst an der Kasse geknobelt und die Ware musste auf jeden Fall abgenommen werden, unabhängig davon wie hoch

der Rabatt-„Gewinn“ ausfiel. Somit sei, nach Ansicht der Richter, der Erwerb der Ware an ein Gewinnspiel gekoppelt, was das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb verbiete. Der Gewinn in diesem Sinne könne auch ein Preisnachlass auf die erworbene Ware sein. Damit werde das Urteil der Verbraucher durch „Ausnutzung der Spiellust“ getrübt.

Der Kunde werde durch die Hoffnung auf leichten Gewinn letztlich in seiner Entscheidungsfreiheit und bei einem kritischen Preis- und Qualitätsvergleich beeinträchtigt, was sein Marktverhalten erheblich zum Nachteil der Mitbewerber beeinflusst. (al)

Oberlandesgericht Köln
AZ: 6 W 23/07

Jahresbericht DPMA 2006: 71% aller Markenmeldungen haben Erfolg

Die Zahl der Markenmeldungen steigt weiterhin. Dienstleistungen werden überdurchschnittlich nachgefragt. Das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) erwirtschaftet Gewinn. Das sind die Ergebnisse der Jahresstatistik des DPMA aus 2006.

Mehr als 50 Unternehmen meldeten im vergangenen Jahr jeweils mehr als 30 Marken an. Das geht aus einer Anmelderstatistik hervor, die im Jahresbericht abgedruckt ist. Klangvolle Namen wie Coca Cola, Siemens, Tui, BMW, Audi, Ferrero oder Bayer sind zwar in dieser Liste vertreten, belegen aber nicht die vordersten Plätze. Telekom (126 Marken), Henkel (122), Häfele GmbH (114), Volkswagen (106) gefolgt von Beiersdorf (104) und zwei weiteren Pharmaunternehmen waren im Jahr der Fußball-WM die stärksten Markenmelder.

Von 72.321 Marken wurden 33.164 für Dienstleistungen angemeldet

Stichwort Fußball-WM. Trotz Gutachten konnte die Fifa die Verkehrsdurchsetzung des Begriffs „WM 2006“ als Marke für die Organisation und Durch-

führung einer Fußballweltmeisterschaften nicht durchsetzen. Auch der Bundesgerichtshof hatte in dem Fußballstreit entschieden. Weitere denkwürdige Fälle waren die Markenmeldungen für Papst Benedikt, die gelben Seiten oder die Post.

72.321 Marken wurden im Jahr 2006 beim deutschen Markenamt angemeldet, davon 33.164 als Dienstleistungsmarken. Das sind 2% mehr Markenmeldungen als noch ein Jahr zuvor und fast 10% mehr Marken im Dienstleistungsbereich. Da jedoch den 11 Dienstleistungsklassen insgesamt 34 Warenklassen gegenüberstehen ist daraus ein klares Markenvotum der geschäftlich aktiven Markenmelder für den Dienstleistungsbereich abzulesen.

Mehr als 1,1 Million Marken mit Schutz in Deutschland

Derzeit sind im deutschen Register 744.769 Marken registriert. Insgesamt liegt die Zahl in Deutschland gültiger Marken aber bei mehr als 1,1 Million. Denn die IR-Marken mit der Benennung Deutschland und die insgesamt etwa 360.000 EU-Mar-

ken kommen noch hinzu. Aufschlussreich ist auch die Erfolgsquote von Markenanträgen. Bei insgesamt 71.942 abgeschlossenen Markenantragsverfahren wurden in 51.124 Fällen die Marke eingetragen. Das entspricht etwa 71% aller Anträge.

Ein weitere interessante Erkenntnis, die sich derzeit noch nicht auf die Anmeldegebühren niederschlägt: Die Markeninstitutionen arbeiten mit Gewinn. Knapp 261 Millionen Euro haben

DPMA und BPatG insgesamt im Jahr 2006 eingenommen. Die Ausgaben liegen bei etwa 221 Millionen Euro. Auf europäischer Ebene wird aufgrund des Einnahmeüberschusses über Gebührensenkungen gesprochen. Derzeit hat das Deutsche Patent- und Markenamt 2.556 Beschäftigte.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Seminarangebot: Rechtliche Grundlagen für die PR-Arbeit

Wer als Öffentlichkeitsarbeiter für sein Unternehmen auftritt, steht nicht selten auch rechtlichen Problemen gegenüber.

Die Frankfurter **ConVent Seminare GmbH** bietet in Zusammenarbeit mit dem **F.A.Z. Institut** im Herbst einen Crashkurs für alle Pressesprecher und PR-Praktiker an. Geboten wird ein Überblick über alle aktuellen PR-relevanten Rechtsfragen. So wird im Bereich Urheberrecht u.a. über die Lizenzierung von Nutzungsrechten, Zitatrechte und lizenzfreie Nutzungen gesprochen. Au-

ßerdem geht es um medienrechtliche Anforderungen an eine Pressemitteilung und Abwehransprüche, wie Unterlassung und Gegen-darstellung.

Rechtsanwalt **Guido Hettinger** leitet das Seminar. Er ist Partner der Medienrechtskanzlei **Brehm & v. Moers** und bewandert im Werbe- und Kommunikationsrecht. (al)

Termin:
8. Nov. 2007 in München.

Infos unter:
www.conventseminare.de

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

www.new-business.de

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

Mit 66 ...

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen, in allen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlineservices.

**Kommunikation und Wirtschaft GmbH,
Baumschulenweg 28, 26127 Oldenburg**

Hiermit nehmen wir für einen Mandanten unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG Titelschutz in Anspruch für den folgenden Titel:

Werkstatt-Welt

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige elektronische und digitale Medien einschließlich Off- und Online-Dienste sowie für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, und für Veranstaltungen, insbesondere Seminare und Messen.

**KLAKA Rechtsanwälte,
Delpstraße 4, 81679 München**

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

Handbuch des Sprechsports Sprechsport

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, grafischen Gestaltungen und Schriftarten, für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, elektronische Medien, Netzwerke, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien, ferner für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Anwaltskanzlei Schultz-Süchting,
Ballindamm 9, 20095 Hamburg**

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

Praxisleitfaden für die stationäre Altenpflege - Checklisten, Formblätter, Textbausteine -

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Multimedia (Online- und Offline-Dienste) und sonstige Online-Medien, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**AOK-Verlag GmbH,
Lilienthalstraße 1-3, 53424 Remagen**

Unter Hinweis auf § 5, Absatz 3 Markengesetz nehme ich hiermit im Auftrag meiner Mandantin Titelschutz in Anspruch für

**World Vision Kinderstudie -
Kinder in Deutschland 2007
World Vision Kinderstudie -
Kinder in Deutschland 2008
World Vision Kinderstudie -
Kinder in Deutschland 2009
World Vision Kinderstudie -
Kinder in Deutschland 2010**

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für sämtliche Medien, insbesondere TV, einschließlich Ton-, Bild-/Tonträgern, Film-, Hörfunk-, Software-, Internetdienste, Video, CD-ROM und/oder andere Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich sämtlicher Multimediaanwendungen (Online-/Offlinedienste) sowie Dienstleistungen, Veranstaltungen und Merchandising aller Art.

**Rechtsanwalt Martin Glänzer,
Borselstraße 18, 22765 Hamburg**

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

**Beauty&LIFE
Beauty&Wellness
MYBeauty
MYLIFE
MYBeauty&Wellness Guide
MyHealth&Beauty
MY Beauty&LiFe
My Life
Miss Beauty
Life & Style
Style&Beauty&Life**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Magazine, Zeitschriften, CD, DVD, TV und Mobildienste sowie Internet.

**Lightspeed Media GmbH,
Nymphenburgerstraße 70, 80335 München**

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

einestages

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, für Multimediaanwendungen und sonstige Online-Werke in Online-Diensten und sonstigen Online-Medien.

**SPIEGEL ONLINE GmbH,
Brandstwiete 19, 20457 Hamburg**

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

Reader's Digest Ratgeber Medizin und Gesundheit

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

**Reader's Digest Deutschland: Verlag Das Beste GmbH,
Augustenstraße 1, 70178 Stuttgart**

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

Localido Lokalido

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen zur Verwendung in allen Medien, insbesondere elektronischen und digitalen Medien, Film, Fernsehen, Hörfunk und sonstigen audiovisuellen Medien, Internetseiten und -auftritten, Druckereierzeugnissen, Softwareerzeugnissen, insbesondere CD-Rom, Off-line- und Onlinediensten sowie sonstigen Online-Medien und Multimediaanwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Aschermann Rechtsanwälte,
Mauerstraße 76, 10117 Berlin**

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

Kommunaltreuhand Kommunal-Treuhand Kommunale Treuhand

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Ton- und Fernsehfunk, alle sonstigen elektronischen Medien und Netzwerke, Bild-, Ton- und Datenträger, Spielfilmproduktion und Druckerzeugnissen sowie Netzwerke einschließlich Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, Merchandising.

**Rechtsanwalt Heinz-Josef Klekamp,
Heger-Tor-Wall 2, 49074 Osnabrück**

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

Top-Arbeitgeber Deutschland 2008 Top-Arbeitgeber Automotive 2007 Top-Arbeitgeber Ingenieure 2008 Top-Arbeitgeber Schweiz 2008

in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen, auch mit Internetdomain-Endungen wie .de oder .com, in allen Medien, insbesondere Online-Diensten aller Art, Internetplattformen aller Art, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und/oder sonstige Druckerzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Telekommunikationsdienste (wie Email und/oder SMS-Dienste) sowie Internet.

**CRF,
Friedrich-Ebert-Straße 59, 40210 Düsseldorf**

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

Hepatitis Update Hepatologie Update Update Hepatitis Update Hepatologie Hepatitis Akademie

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Bücher und alle anderen Printmedien, Tonträger und Merchandising, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, 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.

**Peter Keil Rechtsanwalt,
Louisenstraße 139, 61348 Bad Homburg v.d.H.**

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

Bioethanol und Bioenergie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

BackMedia Verlags Gesellschaft mbH,
Universitätsstraße 74 a, 44789 Bochum

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

Fit gewinnt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für sämtliche Medien.

Philippka-Sportverlag,
Rektoratsweg 36, 48159 Münster

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

brennt - Das Hamburger Nachrichtenmagazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

W & P Verlag, Carsten Walter & Falk Poetz GbR,
Grindelberg 81, 20144 Hamburg

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

Monte

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien.

Rechtsanwalt Edgar van Mark,
Veichtedergasse 2, 84036 Landshut

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

NEW LIFE NEWLIFE NEW LIFE - DAS MAGAZIN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Lightspeed Media GmbH,
Nymphenburgerstraße 70, 80335 München

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

Der perfekte Heiratsantrag

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Schriftarten für alle Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen und elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch Online- und Offline-Dienste und Bild-/Ton- und Datenträger.

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

Unter Hinweis auf § 5 III MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Brand Encyclopedia Brandpedia

in allen Schreibweisen, mit allen Zusätzen, in allen Abwandlungen, Titelnkombinationen und Darstellungsformen und für alle Medien.

Rechtsanwalt Dr. Hartwig Sengelmann,
Parkallee 98, 20144 Hamburg

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

www.new-business.de

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

MOIN HEIKE !

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:

Contractor Power

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Printprodukte.

**Beckmann Verlag GmbH & Co. KG,
Heidecker Weg 112, 31275 Lehrte**

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

Terra Mare - Die Welt der Meere

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**polyband Medien GmbH,
Otto-Hahn-Straße 20, 85609 Aschheim-Dornach**

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

Stolz ein Verkäufer zu sein !

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**DER VERTRIEBSCOACH Jörg Laubrinus,
Pappelallee 88, 10437 Berlin**

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 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.

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

Adoption - Unsere letzte Hoffnung

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Freizeit Deutschland - eine Wiedererfindung Beste Klasse Deutschlands

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:

rock or die tryin

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, sowie alle elektronische 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.

**MTV Networks Germany GmbH,
Stralauer Allee 7, 10245 Berlin**

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

Mehr Leben! aktiv und vital

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Bücher und 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.

**Peter Keil Rechtsanwalt,
Louisenstraße 139, 61348 Bad Homburg v.d.H.**

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

Wunderschöne Weihnachtslieder Grundwissen für jedermann Rätsel - Fakten - Phänomene 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 Abs. 3 MarkenG nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Das Denkspiele Riesenbuch Das große PC-Handbuch Der große Allgemeinwissen-Trainer Das Allgemeinwissen-Superbuch Das superdicke Grundschulbuch, 1.-4. Klasse

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

**RA Bernd Hickertz,
Karlsplatz 5, 80335 München**

Unter Hinweis auf § 5, Abs. 3 MarkenG nehme ich im Auftrag meiner Mandantin Titelschutz in Anspruch für

**Europäischer Kinderpreis
Kinderpreis Deutschland
European Children's Award**

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für sämtliche Medien, insbesondere TV, einschließlich Ton-, Bild/Tonträgern, Film-, Hörfunk-, Software-, Internetdienste, Video, CD-ROM und/oder andere Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich sämtlicher Multimedia-Anwendungen (Online-/Offline-Dienste) sowie Dienstleistungen, Veranstaltungen und Merchandising aller Art.

Rechtsanwalt Martin Glänzer,
Borselstraße 18, 22765 Hamburg

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

**Kebabbel - Kebabbel net
pianormal - Pianormales Kabarett**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Bühnenwerke und sonstige Aufführungen, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, 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, alle Multimedia Anwendungen (online und offline).

Roland Junghans,
Am Küchenacker 22, 69509 Mörlenbach



**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 Bezugjahres 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

FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

TELEFAX: 040/609 009 – 66

VON: FIRMA:
NAME:
ANSCHRIFT:
TELEFON: FAX:
E-MAIL:

ICH MÖCHTE EINE TITELSCHUTZANZEIGE AUFGEBEN:

Bitte nehmen Sie den folgenden Text in die nächst erreichbare Nummer

- des TITELSCHUTZ ANZEIGER auf.
- des TITELSCHUTZ ANZEIGER mit SOFTWARE TITEL
(Heft Nr. ____) auf.

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für
pro Titel bitte eine Zeile

(Adresse) _____

Preis pro Titelschutzanzeige im Standardformat: € 150,- (zzgl. USt.)
Preis für jeden weiteren Titel innerhalb dieser Anzeige: € 35,- (zzgl. USt.).

DATUM UND UNTERSCHRIFT: _____