

mit DER
SOFTWARE
TITEL

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

JUVE kürt die Kanzleien des Jahres 2007

Der Kölner Fachverlag für juristische Information JUVE zeichnet alljährlich Wirtschaftskanzleien aus, die in einem bestimmten Rechtsgebiet oder in einer bestimmten Region besonders auf sich aufmerksam gemacht haben. Für die Auswahl der JUVE AWARDS befragt das Redaktionsteam Mandanten, Partner, Nachwuchsanwälte und Richter nach ihren Erfahrungen.



Dr. Matthias Lausen

Den Preis als „Kanzlei des Jahres für Medien“ konnte in diesem Jahr das Team der Münchner Kanzlei **Lausen Rechtsanwälte** entgegennehmen. Nach Ansicht der Mandanten ist die Kanzlei „jung, dynamisch“ und besonders bewandert in der Beratung zu komplexen Fragen an der Schnittstelle zwischen verschiedenen Mediensegmenten. Neben Kanzlei gründer **Dr. Matthias Lausen** ernteten auch die Team-Mitglieder **Dr. Ursula Feindor-Schmidt**, **Dr. Martin Franz** und **Dr. Kerstin Bäcker** das beson-

dere Lob der Branche. Als „Kanzlei des Jahres für IP“ konnte sich die internationale Sozietät **Bird & Bird** profilieren. Die erfolgreiche Integration der Patentpraxis in die Rechtsanwältskanzlei ist hier dem Markt beson-



Wolfgang von Meibom

ders aufgefallen. Von dem IP-Team um **Wolfgang von Meibom**, Chairman von Bird & Bird Deutschland, zeigten sich - laut Laudatio - sogar Wettbewerber beeindruckt.

Als „Inhouse-Team des Jahres 2007“ im Bereich IP/Medien wurde die Rechtsabteilung von **Infineon** ausgezeichnet. Nach den Recherchen des JUVE-Teams wurde **Michael von Eickstedt**, dem Leiter der Infineon-Rechtsabteilung zugebilligt „eine große Aufgabe mit Bravour erledigt“ zu haben. Er habe in den letzten zwei Jahren die Rechts- und IP-Abteilung neu ausgerichtet und ein großes und spezialisiertes Team etabliert. (al)

Die Medien-Mischung dieser Woche: Kinder, Kultur und Kommunikation

„Von der Wiege bis zur Bahre - Formulare, Formulare“. Doch keine Sorge, die Medien bieten Hilfe und Service in allen Lebenslagen. Der **KiBra Verlag & Medienservice** verlegt jetzt einen „Kinder-Branchenkompass“ und das „Branchenbuch-für-die-Familien“. Im Trauerfall könnte „R.I.P.“ das „Nachrufmagazin“ des Berliners **Felix Müller** helfen. Die Mandanten der Leonberger Anwaltskanzlei **Glaser Fabian & Kollegen** halten sich „Biologisch Fit!“ und bieten neue Titel zum Thema Bio- und Naturküche. Wer es schafft sich von der Krankenkasse noch eine Kur verschreiben zu lassen, auf den warten „Tango und Fango in Bad Nauheim“. Dazu haben die Mandanten von Rechtsanwältin **Bettina Krause** auch wahlweise „Reha und Rumba in Bad Nauheim“ im Angebot. Doch auch die Arbeit im Internet kann noch aufgepeppt werden: „Chili“ heißt das „Projekt

digitales Leben“ der Bremer Film und Fernseh-Agentur **Deichblick**.

Für „Kulturtips“ in Deutschland und Europa sorgen diese Woche die Hannoveraner Rechtsanwälte **Nahme & Reinicke**, während sich der **Museumsverbund Nordfriesland** zunächst auf die „Kultur der Marschen“ beschränkt. Für aktive Sammler bieten die Rechtsanwälte **Senfft Kersten Nabert & Maier** „Kunst und Auktionen“ an.

Sportlich versiert gibt sich die **dock neun medien GmbH** und wagt sich an „fussball-prognosen“ und „fussball-forecast“. Nur die Liebe kommt in dieser Woche zu kurz: Den Romatikern unter uns bleibt nur „ein Hausboot zum Verlieben“. Zur Verfügung gestellt von den Rechtsanwälten **Raabe Habben Heinmann-Schulte**. (al)

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
Keine „Cold Calls“ bei Arcor	2
Endlich amtlich: „Marke“ ist Qualitätsnachweis	3
INVIVO beendet Titelstreit	3
Titelschutzanzeigen: 75 neue Titel geschützt	4-9
Impressum	9

Die 75 neuen Titel dieser Woche

A	Der EU-Berufskraftfahrer - Grundqualifikation	H	N
Alles, was verschwindet	Der EU-Berufskraftfahrer - Lehrbuch für die Aus- und Weiterbildung	Hier kommt Kurt	Naturküche
Angelino	Der EU-Berufskraftfahrer - Weiterbildung	I	P
B	Der Nachhilfecoach desejo	International Cleaning Guide	praelatus Projekt digitales Leben
Ball der Marken	Deutscher Nachhaltig- keitspreis	J	R
Behörden Wecker	Die Jobmacher	Jobmacher	R.I.P.
Behördenwecker	DIE KEINEN FRIEDEN HABEN	K	Reha und Rumba in Bad Nauheim
Behörden-Wecker	E	KiBra	Rheuma und Rumba in Bad Nauheim
Behördenwecker	Ein Hausboot zum Verlieben	Kinder-Branchenkompass	S
Behörden-Wecker	El Tigri und Emily	Kultur der Marschen	soccerprognosis
Berlin Block	ERKENNE DEINEN FEIND	Kultur in Deutschland und Europa	soccerprognosis
Bioküche	F	Kulturtyps	SONNENKIDS
Biologisch Fit!	Frei von der Lippe	Kunst und Auktionen	sportprognosis
Branchenbuch-für- die-Familie	fussballforecast	L	Stars
Brand Creativity Index (BCI)	fussball-forecast	LEAN CONTROLLING	Superior Hotel
buckx	fussballprognosen	Live Communication Management	T
buckx.com	fussball-prognosen	M	Talk & Style
C	G	Machtvolle Naturgewalten	Talk + Style
Chili	Geschichten vom Starnberger See	- Urkräfte unseres Planeten	Tango und Fango in Bad Nauheim
chili - projekt digitales leben	Gitarrenmarkt 2008	- Naturparadies Regenwald	TIERISCH EXTREM
Cleaning-Guide		- Strategien des Überlebens	Türkstar
CULT		Marken kreativitätsindex (MKI)	Türk-Star
D		W	Wilhelmine - das Musical
Das Magazin vom Verschwinden			
Das Nachrufmagazin			
Das Schulschloss			

Keine „Cold Calls“ bei Arcor

Der Telekommunikationsanbieter **Arcor** hat vor dem Landgericht Frankfurt eine weitere Niederlage einstecken müssen.

Arcor hatte Verbraucher angerufen, die nur gelegentlich die Arcor-Call-by-Call-Vorwahl 01070 für Einzelgespräche genutzt hatten und daher wissentlich keinerlei Einverständnis für Telefonmarketing erteilten. Gegen diese Werbeanrufe hatte die Verbraucherzentra-

le NRW Klage eingereicht. Nach Ansicht von Arcor sei mit der Nutzung der Call-by-Call-Vorwahl eine Geschäftsbeziehung entstanden. Doch die Frankfurter Richter entschieden gegen den Telekommunikationsanbieter. Ein Einverständnis mit zukünftiger Telefonwerbung stelle die Nutzung der 01070-Vorwahl nicht dar.

LG Frankfurt
AZ: 2-18 O 26/07

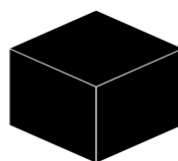
Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

20.11.2007, Woche 47, Nr. 850
Anzeigenschluss: 16.11.2007, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

11.12.2007, Woche 50, Nr. 853
Anzeigenschluss: 07.12.2007, 10 Uhr



Red Box seit 1970
connecting creative professionals

www.redbox.de · www.redbox.de · www.redbox.de

Endlich amtlich: „Marke“ ist Qualitätshinweis

Auch das Patentgericht lässt „Markenreise“ nicht zu - Eine Wortneuschöpfung rechtfertigt keinen Markeneintrag.

Der Begriff „Markenreise“ kann nicht für Reisedienstleistungen monopolisiert werden. Mit einem aktuellen Beschluss (**Az: 26 W (pat) 121/05**) hat das **Bundespatentgericht** die Auffassung der Markenprüfer beim Deutschen Patent- und Markenamt bestätigt. Dieser Begriff sei beschreibend und damit nicht schutzfähig.

Angemeldet wurde die Marke bereits 2003 von einer gleichnamigen Berliner OHG (Registernummer: 303 37 590). Geschützt werden sollten: „Vorbereitung und Durchführung von Reisen jeder Art, Konzipierung, Inszenierung und Vermark-

tung zielgruppenorientierter Event-Reisen, zum Beispiel Kampagnen-Reisen, Image-Reisen, Sponsoring-Reisen.“

Der Begriff sei nach Ansicht der Markenprüfer so zu verstehen, dass Reisen angeboten würden, welche vom Ziel und Inhalt her von sehr hoher, gleichbleibender Qualität seien und den Standard einer Marke erfüllten. Auch, dass hier eine Wortneuschöpfung vorliegt, genüge für eine andere Beurteilung nicht. „Die angemeldete Marke reiht sich damit nahtlos in weitere, allgemein geläufige Wortzusammensetzungen wie „Markenartikel“, „Markenprodukt“, „Markenbewußtsein“ etc. ein und ist deshalb für die Mitbewerber, denen die Verwendung eines derart beschreibenden Begriffs

unbenommen bleiben muss, gemäß § 8 Abs. 2 Nr. 2 MarkenG freizuhalten“, stellen die Patentrichter klar. Auch das Argument, dass die Markenanmelderin den Begriff zuerst benutzt und quasi in den Markt eingeführt hat, ließen sie nicht zu. Maßgeblich sei allein die Verkehrsauffassung, also wie der Begriff von den relevanten Adressaten verstanden wird, und nicht die Ursache der Entstehung.

Auch die Vieldeutigkeit des Begriffs Marken genüge den Richtern nicht. Marken sind sowohl eine geographische Bezeichnung für eine Region in Mittelitalien als auch der Name für eine ehemalige niederländische Insel, die inzwischen zur Halbinsel eingedeicht wurde, aber immerhin dem umliegenden Markermeer seinen Namen

gab. Für die Richter stellt sich die Bezeichnung „Marke“ aber keineswegs als mehrdeutig dar, „sondern vielmehr als Bezeichnung eines Kennzeichnungsmittels für Waren und Dienstleistungen, das im allgemeinen Verkehrsverständnis als häufig verwendeter Qualitätshinweis gilt.“

Marken Salz, Marken Fahrräder oder Marken Bettwaren. Völlig ausgeschlossen ist ein „Marken“-Eintrag im Markenregister jedoch nicht. Im Markenregister tummeln sich schon eine ganze Reihe von „Marken-Marken“. Ein Marken Labor findet sich hier genauso wie die Wortbildmarken „Marken und mehr“ und „Markenpiraten“.

Quelle:
www.damm-mann.de

INVIVO beendet Titelstreit

Die Hannoveraner **ProScript! Medien GmbH** hat sich jetzt mit **Focus TV** auf eine beiderseitige Nutzung des Titels „INVIVO“ ohne jegliche Lizenzierung geeinigt.

ProScript! hatte, zunächst mit dem Starttermin Oktober 2007, ein Lifestyle-Magazin für die Zielgruppe 50plus geplant und den Print-Titel beim Deutschen Patent- und Markenamt eingetragen. Die Focus TV-Produktions GmbH aber machte ältere Rechte für ihr TV-Format „in vivo“ geltend. „in vivo“ ist eine Gesundheitssendung der Deutschen Krebshilfe, die einen monatlichen Service und Informationen zum

Thema Krebs bietet. Da sich die Zielgruppen deutlich unterscheiden, haben sich die beiden Kontrahenten jetzt auf eine Abgrenzungsvereinbarung verständigt. Beide werden ihre Titel in der jeweils typischen Schreibweise nutzen und sich thematisch von der Zielgruppen des Anderen abgrenzen.

Der neue Erscheinungstermin für den Print-Titel „INVIVO“ ist jetzt Februar 2008. Das Magazin soll alle zwei Monate erscheinen. (al)

Post verliert Streit um Stempel-Marke

Der deutsche Bundesverband der **Kurier-Express-Post-Dienste (BdKEP)** konnte sich im Rechtsstreit um die Marke „KEPnet Poststempel“ gegen die Deutsche Post durchsetzen. Sie hatte gegen die Registrierung Beschwerde eingereicht. Diese wurde vom **Bundespatentgericht** laut einer Meldung des BdKEP jetzt abgewiesen (**AZ: 26 W(pat) 114/05**).

Der Stempel war von dem BdKEP gemeinsam mit einem Rechtsanwalt entwickelt worden. Postdiensten sollte damit die kostenfreie Nutzung eines postalischen Tagesstempels ermöglicht werden. Die rechtserheb-

liche Formulierung „Es gilt das Datum des Poststempels“ weise private Postdienste dazu an, einen Stempel zu nutzen, so die Argumentation des BdKEP. Die Deutsche Post, die für ihre Briefe einen runden Tagesstempel benutzt, hatte sich ab dem Jahr 2001 diesen und weitere ähnliche Kreise markenrechtlich schützen lassen. 2004 erwirkte der BdKEP dann die Löschung des Markeneintrags, ein Beschwerdeverfahren ist allerdings noch anhängig. Den Markenschutz für seinen „KEPnet-Poststempel“ hatte der BdKEP 2002 beantragt.

Quelle: markenbusiness.de

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

SONNENKIDS

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 Abs. 3 MarkenG nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Gitarrenmarkt 2008

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Der EU-Berufskraftfahrer - Lehrbuch für die Aus- und Weiterbildung Der EU-Berufskraftfahrer - Weiterbildung Der EU-Berufskraftfahrer - Grundqualifikation

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

**Kirschbaum Verlag GmbH,
Siegfriedstraße 28, 53179 Bonn**

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

Brand Creativity Index (BCI) Markenkreativitätsindex (MKI)

in jeder Schreibweise, Abkürzung, Darstellungsform, Schriftart, Variation, grafischer Gestaltung und mit allen Wortverbindungen, Kombinationen und Untertiteln sowie Zusätzen zur Verwendung für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Handbücher, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, sowie Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien, sowie für Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form und in allen Sprachen.

**gannaca GmbH & Co. KG,
Lichtstraße 46, 50825 Köln**

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

fussball-forecast fussballforecast fussball-prognosen fussballprognosen soccer-prognosis soccerprognosis sportprognosis

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen, Untertiteln und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Druckereierzeugnisse, Merchandising, öffentliche Veranstaltungen und Software-Erzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien sowie Internet.

**dock neun medien GmbH,
Rutschbahn 11a, 20146 Hamburg**

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

Türkstar Türk-Star

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 für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für den Titel

Stars

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle 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.

**Rechtsanwälte Hock und Kneißl,
Fuggerstraße 9, 86150 Augsburg**

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

R.I.P.

Das Nachrufmagazin Alles, was verschwindet Das Magazin vom Verschwinden

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Felix Müller,
Kollwitzstraße 91, 10435 Berlin**

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

Kulturtips

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern, Bildtonträgern, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Services, CD-ROM, CD-I, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (MiniDisc) und anderen Datenträgern sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwalt Chr. Reinicke
c/o Rechtsanwälte Nahme & Reinicke,
Leisewitzstraße 41/43, 30175 Hannover**

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

Kultur in Deutschland und Europa

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern, Bildtonträgern, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Services, CD-ROM, CD-I, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (MiniDisc) und anderen Datenträgern sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwalt Chr. Reinicke
c/o Rechtsanwälte Nahme & Reinicke,
Leisewitzstraße 41/43, 30175 Hannover**

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

LEAN CONTROLLING

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, graphischen Gestaltungen und mit allen Zusätzen für sämtliche Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse aller Art und Form, Ton-, Bild- und Bildtonträger jeder Art, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien sowie Software, CD, DVD, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet. Der Schutz soll sich auch auf Einzel-, Unter- und Reihentitel sowie auf sinngemäße Titel beziehen und auf alle Sprachen erstrecken.

**Patentanwälte Gesthuysen, von Rohr & Eggert,
Huysenallee 100, 45128 Essen**

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

International Cleaning Guide Cleaning-Guide

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, in entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich print und non-print, Druckerzeugnisse, Bücher, Zeitschriften, Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton-, Bild- und Datenträger einschließlich CD-Rom, DVD, sowie alle sonstigen CD- und DVD-Derivate, Software, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Domain-Bezeichnungen in Intra- und Internet, Off- und Onlinedienste, Telekommunikations- und sonstige Dienstleistungen sowie Lehr- und Seminarveranstaltungen jeder Art.

**Ott & Partner, Rechtsanwälte Steuerberater
Wirtschaftsprüfer Certified Public Accountant,
Katharinengasse 32-34, 86150 Augsburg**

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

Superior Hotel

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt Frank Repschläger,
Göbenstraße 10/12, 50672 Köln**

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

desejo

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**bit-Verlag Weinbrenner GmbH & Co. KG,
Fasanenweg 18, 70771 Leinfelden-Echterdingen**

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

Berlin Block

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Heike Gläser,
Wiener Straße 35, 10999 Berlin**

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

Geschichten vom Starnberger See

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Konzept+Dialog.Medienproduktion,
Unterer Flurweg 16, 82402 Seeshaupt**

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

Angelino

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, elektronische und digitale Medien.

**Mike Engel,
Richard-Sorge-Straße 66, 10249 Berlin**

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

Ein Hausboot zum Verlieben

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

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

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

Hier kommt Kurt

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Schriftarten und Wortverbindungen mit und ohne Bindestrich, für Computerprogramme, Softwareerzeugnisse, Brett- und Kartenspiele, Spiele jeder Art, Bücher, Zeitschriften, Druckerzeugnisse aller Art, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien sowie Dienstleistungen aller Art, öffentliche Veranstaltungen und Merchandising-Produkte aller Art sowie Telekommunikationsdienstleistungen.

**Rechtsanwalt Michael Nuschke,
Paulsborner Straße 3, 10709 Berlin**

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

Bioküche Biologisch Fit! Naturküche

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Kombinationen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Softwareerzeugnisse, Netzwerke, insbesondere CD-ROM, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Onlinemedien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Merchandising.

**Anwaltskanzlei Glaser Fabian & Kollegen,
Lindenstraße 25, 71229 Leonberg**

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

praelatus

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse, insbesondere Buchtitel.

**de facto GbR,
Tannenweg 68, 36096 Künzell**

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

Kultur der Marschen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle elektronischen und digitalen Medien, Druckerzeugnisse und Softwareerzeugnisse.

**Museumsverbund Nordfriesland - Zweckverband,
Herzog-Adolf-Straße 25, 25813 Husum**

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

buckx buckx.com

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**xperience-at-work GmbH,
Robert-Koch-Straße 16, 20249 Hamburg**

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

Ball der Marken Deutscher Nachhaltigkeitspreis

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Spieker & Jaeger,
Kronenburgallee 5, 44139 Dortmund**

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

El Tigri und Emily

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Film, Fernsehen, Hörfunk, Druckerzeugnisse (Zeitschriften, Bücher, Comics), sowie sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich off- und online-Dienste und Merchandising aller Art.

**Volker Führer,
Sachsenwaldstraße 5, 12157 Berlin**

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

Live Communication Management

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen für alle Medien, insb. für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische, digitale und optische Medien und Netzwerke sowie Telekommunikationswege.

**Hammerstein und Partner,
ABC-Straße 19, 20354 Hamburg**

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

CULT

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).

**CULT2 Art Management Adolfo Brehm,
Kaiser-Friedrich-Promenade 77, 61348 Bad Homburg**

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

Kunst und Auktionen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, Rundfunk, Fernsehen, Film und sonstige elektronische und digitale Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Senfft Kersten Nabert & Maier,
Schlüterstraße 6, 20146 Hamburg**

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

Tango und Fango in Bad Nauheim
Rheuma und Rumba in Bad Nauheim
Reha und Rumba in Bad Nauheim
Frei von der Lippe
DIE KEINEN FRIEDEN HABEN
ERKENNE DEINEN FEIND
Das Schulschloss
Behördenwecker
Behörden Wecker
Behörden-Wecker
Behoerdenwecker
Behoerden Wecker
Behoerden-Wecker
Jobmacher
Die Jobmacher

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.

Rechtsanwaltskanzlei Bettina Krause,
Hauptstraße 42, 82327 Tutzing

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

TIERISCH EXTREM

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Off The Fence B.V.,
Herengracht 105-107, NL- 1015 BE Amsterdam

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

KiBra
Kinder-Branchenkompass
Branchenbuch-für-die-Familie

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.

KiBra Verlag & Medienservice Schreiber,
Am Heidkamp 18, 30900 Wedemark

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

Chili
chili - projekt digitales leben
Projekt digitales Leben

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Arten von Filmwerken, insbesondere Fernseh(live)sendungen und Fernsehsendereihen, Fernsehmagazinsendungen, Web-TV, IPTV, Internet-TV, Podcasts, elektronische Medien, einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline Dienste).

Deichblick, agentur für film und fernsehen,
Contrescape 46, 28195 Bremen

Top News
aus Werbung,
Marketing und Medien

www.new-business.de

Rund 50.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de

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

Wilhelmine - das Musical

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Axel Gottstein,
Am Wolfsgarten 8, 95511 Mistelbach**

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

Der Nachhilfecoach

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**spin tv - special interest GmbH,
Brüsseler Straße 89-93, 50672 Köln**

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

Machtvolle Naturgewalten

- Urkräfte unseres Planeten
- Naturparadies Regenwald
- Strategien des Überlebens

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 die Titel

Talk & Style Talk + Style

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. Ralf Schürmann,
Mülheimer Straße 100, 47057 Duisburg**

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.

new business für Ihren Erfolg!



Experten aus Marktforschung, Sport-, Kultur- und Public Sponsoring geben auf 228 Seiten ihr Know-how weiter.

Die neuesten Studien u.a. von Nielsen Media Research, TNS Sport, pilot group und Ipsos zeigen die Entwicklungen auf dem Sponsoring-Markt.

Neue Denkanstöße und Ideen liefern Kampagnen aus Unternehmen wie z.B. Deutsche Bahn, Hyundai, Colgate Palmolive, Milram, BASF, West LB, Deutsche Telekom, UBS, Melitta, BDI und Vodafone.

Zusätzlich bietet Ihnen das Jahrbuch Themen wie Corporate Citizenship, Web 2.0 als Distributionskanal für Sportinhalte, Ambush Marketing sowie Agentur- und Dienstleister-Porträts, wichtige Adressen und Termine aus dem Sponsoringsektor.

www.jahrbuch-sponsoring.de

Ab sofort lieferbar!

new business-Abonnement
+ Jahrbuch

35,- monatl.

Ja, ich abonniere new business für mindestens ein Jahr (50 Ausgaben, inkl. zwei Doppelnummern und allen nb Reports eines Jahres) zum Preis von monatlich 35,- Euro zzgl. USt. und Versandkosten.

Mein Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn ich nicht mit einer Frist von einem Monat vor Ablauf der Bezugsfrist schriftlich kündige. Als Begrüßungsgeschenk erhalte ich die aktuelle Ausgabe des „Jahrbuch Sponsoring“.



Jahrbuch

56,-

Ja, ich bestelle _____ Exemplar/e Jahrbuch Sponsoring 2007 zum Preis von je 56,- Euro zzgl. Versandkosten.

Firma: _____

Name, Vorname: _____ **Funktion:** _____

Straße: _____ **PLZ/Ort:** _____

Telefon: _____ **e-Mail:** _____

Datum/Unterschrift: _____

Widerrufsgarantie: Bei Fortsetzungsbezug garantieren Sie uns, dass wir diese Vereinbarung innerhalb der folgenden zwei Wochen durch schriftliche Mitteilung an den Verlag widerrufen können. Zur Wahrung der Frist genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs. Dies bestätige ich mit meiner 2. Unterschrift.

2. Unterschrift: _____

tsa