Nr. 904, Woche 51, 16. Dez. 2008

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

„Krisenmanager“ und „Kreuzfahrt Diät“- Die Medien planen das Jahr 2009

Die Sorge über die wirtschaftliche Entwicklung im kommenden Jahr trübt zwar ein wenig unsere Weihnachtsstimmung, doch so schlimm, dass es sogar zu Buffet-Kürzungen kommt, kann es doch wohl nicht werden. Dennoch, die Mandanten der Hamburger Kanzlei **Löhde Leo Schmidt-Hollburg & Witte** treffen Vorsorge und schützen „Kreuzfahrt Diät“ und „Cruise Diet“. Nicht abgespeckt wird bei der Ebersberger **TV Medien Management GmbH**. Hier heißt es ganz klar: „Butter bei die Fische“. Für positive Stimmung sorgt die Hamburger **Livingston & Friends Medienproduktionsgesellschaft mbH** mit den Titeln „Glückliche Freizeit“ und „Rätsel Glück“. Die Anmeldung der Frankfurter Kanzlei **Schadbach Rechtsanwälte** „Von Geburt an falsch verbunden“ erscheint dagegen ein wenig rätselhaft. Während der **Helmut Lingen Verlag** Köln eine komplette „Haushaltsbibliothek“ offeriert, geben sich die Mandanten der **Rechtsanwaltskanzlei Erlmeier & Kast** in München mit dem Titel „Ein Paar - Ein Buch“ doch recht sparsam. Gut, dass der Kieler Krisennavigator **Frank Roselieb** für das Jahr 2009 sowohl einen „Restrukturierungsmanager“ als auch einen „Krisenmanager“ im Angebot hat.

Mit der belebenden Aussicht auf einen „Goldschatz in Hamburg“ und einer „Schatzsuche in Köln“, organisiert von **Kordoni Marketing** Aachen, wünscht Ihnen das Team des Titelschutz Anzeigers besinnliche Weihnachtstage und einen guten Start ins neue Jahr. Die nächste Ausgabe wird Ihnen am 13. Januar 2009 zugestellt. Anzeigenschluss ist am 9. Januar. (al)

INHALT **SEITE**

Titelübersicht 2
Entwurf zur Datenschutzreform verabschiedet 3
Titelschutzanzeigen: **94 neue Titel** geschützt..... 4-9
Impressum 9

Kölner Forschungsstelle für Medienrecht erweitert

Die **Kölner Forschungsstelle für Medienrecht** hat **Achim Berg**, Vorsitzender der Geschäftsführung der **Microsoft Deutschland GmbH** und Vize-Präsident des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) in den Beirat berufen.

Achim Berg, Microsoft Deutschland GmbH

Die Forschungseinrichtung der Fachhochschule Köln begleitet aktuelle Entwicklungen des Medienrechts in enger Verbindung mit der Medienpraxis. Sie deckt in drei Abteilungen die Schwerpunkte nationales und europäisches öffentliches Medienrecht, internationales Medienrecht, Telekommunikations- und Informationstechnikrecht sowie Urheberrecht ab. „Wir freuen uns, in Zeiten des Zusammenwachsens der Mediengattungen einen hochrangigen Repräsentanten der IT-Wirtschaft für den Beirat gewonnen zu haben“, erklärte **Prof. Dr. Rolf Schwartmann**, Leiter der Forschungsstelle. Der Beirat (www.medienrecht.fh-koeln.de) führt Persönlichkeiten aus Medien, Politik und Wissenschaft zum Gedankenaustausch über medienrechtliche und medienpolitische Themen zusammen. (al)

Blum&Grob beauftragt Kreative

Die Züricher Anwaltskanzlei **Blum&Grob Rechtsanwälte AG** , hervorgegangen aus einem Zusammenschluss der Kanzleien Blum und RSG Rosenow Grob Schilling, hat die **Werbeagentur By Heart** mit der neuen Gestaltung ihres Unternehmensauftritts beauftragt. Vom Logo, über Dokumentationen und Werbemaßnahmen bis hin zu Marketingfragen sollen die Züricher Kreativen einen einheitlichen Auftritt entwickeln. (al)

Die 94 neuen Titel dieser Woche

A
Acoustic Lounge
Alles klar, Herr Kommissar

B
BDH-Klinik Braunfels
BDH-Klinik Elzach
BDH-Klinik Greifswald
BDH-Klinik Hessisch Oldendorf
BDH-Klinik Vallendar
BDH-Rehazentrum für Jugendliche Vallendar
BDH-Therapiezentrum Ortenau
Beats & Rhythms
Berlin Block
Best in Test
Butter bei die Fische

C
Cleantech-Magazin
Cool Chilled Beats
Cruise Diet

D
Das vierte Gebot
Die grünen Hügel von Wales
Die innere Mitte

E
Ein Paar - Ein Buch
Energie-Intern
ENJOY THE MODE
Erasmus Babys
EXTREME REVIVAL PARTY

F
Fliegende Blätter
Forex-Ticker Daily

G
Glückliche Freizeit
Goldschatz in Aachen
Goldschatz in Hamburg
Goldschatz in Köln
Goldschatz in meiner Stadt
Goldschatz in München
Grenzsteine einer Liebe
Grooves of the World
Grundlagen der hybriden Betriebswirtschaft
Grundlagen der hybriden Betriebswirtschaftslehre
Grundlagen der hybriden Ökonomie
Grundlagen des hybriden Marketings

H
Haushaltsbibliothek
Hybride Betriebswirtschaft
Hybride Betriebswirtschaftslehre
Hybride Ökonomie
Hybrides Marketing

i
iq auction media marketing
iq community media marketing
iq digital media marketing
iq mobile media marketing
iq performance media marketing
iq targeting media marketing

K
Kreuzfahrt Diät
Krisenmanager
Küchengeflüster
Küchentalk

L
Latin Club Sounds
Lexikon der aktuellen Begriffe
Lounge, Groove, Chill - moods for today (RT)

M
Mavida

N
natürlich Dresden
natürlich Düsseldorf
natürlich Frankfurt
natürlich Freiburg
natürlich Köln
natürlich Rügen
natürlich Ruhrgebiet
natürlich Stuttgart
natürlich Sylt

P
Pharmatest
PRIMA LADY
PRIMA MISS

R
Rätsel Glück
Regiobote
REMMIDEMMI DELUXE
Restrukturierungsmanager

S
Schatzsuche in Aachen
Schatzsuche in Hamburg
Schatzsuche in Köln
Schatzsuche in meiner Stadt
Schatzsuche in München
Smooth & Quiet
Sounds of the Lounge
Stiftung Pharmatest
Sunny Vibrations

T
Theolino - Gott, die Welt und Du
Theologo - Gott, die Welt und Du
Theorie der hybriden Betriebswirtschaft
Theorie der hybriden Betriebswirtschaftslehre
Theorie der hybriden Ökonomie

U
UP-FAHRN

V
Von Geburt an falsch verbunden

W
Wiedersehen in Wales
WILL ROCKEN
Wir vermieten Lösungen
Wirtschaftsbote

Z
Zukunft braucht Erfahrung

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

13.01.2009, Woche 03, Nr. 905
Anzeigenschluss: 09.01.2009, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

20.01.2009, Woche 04, Nr. 906
Anzeigenschluss: 16.01.2009, 10 Uhr

Entwurf zur Datenschutzreform verabschiedet

Die **Bundesregierung** hat am vergangenen Mittwoch den umstrittenen Gesetzentwurf zum Datenschutz beschlossen. Das neue Gesetz ist eine Reaktion auf die jüngst bekannt gewordenen Fälle von unberechtigtem Datenhandel und soll dem Verbraucher mehr Einfluss auf die Verwendung seiner persönlichen Daten gewährleisten.

Hauptziel ist die Abschaffung des so genannten Listenprivilegs. Also der Erlaubnis, personenbezogene Daten ohne Einwilligung des Betroffenen für Werbung, Markt- und Meinungsforschung zu nutzen. Künftig soll dies nur in eng begrenzten Fällen erlaubt sein. Dazu gehört die Eigenwerbung des Unternehmens mit eigenen Kundendaten oder die Spendenwerbung gemeinnütziger Organisationen. Zusätzlich sollen Unternehmen ein Datenschutz-Siegel erwerben können, indem sie sich dem geplanten Datenschutzaudit-Verfahren unterwerfen und prüfen lassen. Illegaler Adresshandel soll sich nach dem Willen der Bundesregierung nicht mehr lohnen und unrechtmäßige Gewinne abgeschöpft werden. Dafür werden auch die Bußgeldtatbestände für Verstöße gegen das Datenschutzrecht erweitert. Bei Datenschutzpannen werden die Unternehmen zur öffentlichen Information verpflichtet. Für die Umsetzung ist eine Übergangsfrist von 3 Jahren geplant. Bevor das Gesetz rechtskräftig wird, soll der Bundesrat im Februar 2009 dazu Stellung nehmen. Der Bundestag wird dann frühestens im März nächsten Jahres über die Umsetzung beraten.

Unternehmen und Wirtschaftsverbände reagierten unterdessen mit massiven Protesten auf die Novellierung des Datenschutzgesetzes.

So erklärte **Dr. Christoph Fiedler**, Leiter Medienpolitik im **Verband Deutscher Zeitungsverleger (VDZ)**: „Die Finanzierung der Pressevielfalt in Deutschland beruht nicht auf staatlichen Zwangsgebühren, sondern darauf, dass Verlage Presse im freien Markt erfolgreich verkaufen und dass die Politik die dafür erforderlichen Rahmenbedingungen sichert. Es wäre geradezu skandalös,

Dr. Christoph Fiedler (VDZ)

wenn die Politik in Zeiten der strukturellen und konjunkturellen Not der Presse nicht hilft, sondern ihr mit einer massiven Beschneidung der unverzichtbaren Leserwerbung auch noch die Hilfe zur Selbsthilfe raubt.“ Presseabonnements seien wie Spenden erklärungsbedürftige Produkte ohne Ladenlokal. Dass für solche

Gerd Billen (vzbv)

Angebote die nach dem Entwurf verbleibende Möglichkeit des Anschreibens nach ausdrücklicher vorheriger schriftlicher Zustimmung nicht praktikabel ist, zeige der Entwurf dadurch, dass er das Listenprivileg für Spendenorganisationen beibehält. Die freie Presse sei aber von mindestens ebenso großer Bedeutung für Gesellschaft und Demokratie. Deshalb sei jedenfalls eine Ausnahme auch für Presseprodukte dringend erforderlich. Der Verleger-Verband betonte, dass er die Zulässigkeit von Werbebriefen bis zum Widerspruch in allen Wirtschaftszweigen für die richtige Lösung hält. Wenn aber die Bundesregierung an dem nach Ansicht der Zeitschriftenverleger verfehlten Richtungswechsel festhalte, müsse die Presse mit wenigstens ebenso großem Recht wie die Spendenorganisationen von dem Verbot ausgenommen werden. Dagegen begrüßten der **Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)** und der **Bundesdatenschutzbeauftragte Peter Schaar** den Entwurf als längst überfällige Maßnahme. Allerdings gingen ihnen die geplanten Maßnahmen noch nicht weit genug. Peter Schaar und vzbv-Vorstand **Gerd Billen** kritisieren, dass durch die recht großzügigen Ausnahmeregelungen neue Schlupflöcher entstünden. Billen bemängelt zudem, dass ein Koppelungsverbot nur für „marktbeherrschende Unternehmen“ vorgesehen sei. „Was ist ein marktbeherrschendes Unternehmen und warum gilt der Datenschutz nicht auch für kleinere Unternehmen?“, fragte er in einer Pressemitteilung des Verbandes und forderte ein generelles Verbot von Geschäften, bei denen die Abwicklung an die Einwilligung zur Datennutzung für Werbung gekoppelt ist. Als nicht nachvollziehbar bezeichneten Schaar und Billen zudem die lange Übergangsfrist von drei Jahren. (al)

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:

Grenzsteine einer Liebe

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

BlueStar Verlag,
Kopernikusstraße 26, 41065 Mönchengladbach

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

Alles klar, Herr Kommissar

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Fliegende Blätter
Regiobote
Wirtschaftsbote

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Andreas Buchner,
Löfftzstraße 3, 80637 München

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

Schatzsuche in Aachen
Schatzsuche in Köln
Schatzsuche in Hamburg
Schatzsuche in München
Schatzsuche in meiner Stadt
Goldschatz in Aachen
Goldschatz in Köln
Goldschatz in Hamburg
Goldschatz in München
Goldschatz in meiner Stadt

in allen Schreibweisen und mit allen Zusätzen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Übersetzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Internet, Email, Foren, Newsgroups, Software, Off- und Online-Dienste, (Mobil-) alle Telekommunikationsdienste (einschließlich: SMS, WAP, Unified Messaging System, FAX), öffentliche Veranstaltungen, Merchandising, Literatur- und Druckerzeugnisse, 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.

Kordoni Marketing,
Krefelder Straße 147, 52070 Aachen

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

Grundlagen der hybriden Ökonomie
Theorie der hybriden Ökonomie
Grundlagen der hybriden Betriebswirtschaft
Theorie der hybriden Betriebswirtschaft
Grundlagen der hybriden Betriebswirtschaftslehre
Theorie der hybriden Betriebswirtschaftslehre
Grundlagen des hybriden Marketings
Hybrides Marketing
Hybride Betriebswirtschaftslehre
Hybride Betriebswirtschaft
Hybride Ökonomie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Datenträger, Ton- und Bildtonträger, Netzwerke.

Rechtsanwälte Frömming & Partner,
Rothenbaumchaussee 3, 20148 Hamburg

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

Von Geburt an falsch verbunden

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, einschließlich Zusätzen und Untertiteln, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen für allen Medien, insbesondere, aber nicht ausschließlich, für alle Druckerzeugnisse (insbesondere Bücher und sonstige Druckerzeugnisse), Printmedien, Hörbücher, E-Books, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, audiovisuelle, digitale und elektronische und Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline- und Onlinedienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet), Multi-Media-Anwendungen, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging-Dienste, SMS, MMS, WAP), Softwareerzeugnisse (insbesondere Computer- und Videospiele).

Schadbach Rechtsanwälte,
Hansaallee 22, 60322 Frankfurt am Main

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

Krisenmanager
Restrukturierungsmanager

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Titelkombinationen und graphischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Zeitschriften, Zeitungen, Bücher, Hörfunk, Fernsehen, Film, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Online- und Offline-Dienste, Internet- und Intranetdienste, Domainbezeichnungen, Festnetz- und Mobilfunkdienste, Multimediaanwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, Merchandising, Aufführungen, Darbietungen, Messen, Kongresse und sonstigen Veranstaltungen aller Art.

Frank Roselieb, Krisennavigator -
Institut für Krisenforschung,
Schauenburgerstraße 116, 24118 Kiel

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

ENJOY THE MODE
WILL ROCKEN
REMMIDEMMI DELUXE
UP-FAHRN
EXTREME REVIVAL PARTY

Abgesehen von den besonders hervorgehobenen Darstellungsformen für alle genannten Begriffe, nehmen wir Titelschutz in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten in Anspruch für alle Internetseiten und Internetanwendungen, sowie Dienstleistungen, Hörfunk, Film und für alle Schreibweisen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, Darstellungsformen, Titelkombinationen für Literatur, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Print-Medien, audiovisuelle und digitale Medien und Netzwerke, Internet, Merchandising, Dienste, sonstige Medien, Wettbewerbe, Kongresse und Veranstaltungen - allein stehend und mit allen etwaigen Zusätzen für sinngemäße Titel - als Einzel- oder Reihentitel - in allen Sprachen und sinngemäßen Übersetzungen.

Sprissler medien & marketing GmbH,
Hauptstraße 33, 72488 Sigmaringen

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

BDH-Klinik Braunfels
BDH-Klinik Elzach
BDH-Klinik Vallendar
BDH-Klinik Hessisch Oldendorf
BDH-Klinik Greifswald
BDH-Therapiezentrum Ortenau
BDH-Rehazentrum für Jugendliche Vallendar

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, 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.

PAe Meissner, Bolte & Partner GbR,
Widenmayerstraße 48, 80538 München

FÜR FRÜHAUFSTEHER

Die aktuelle Print-Ausgabe des TITELSCHUTZ ANZEIGER jeden Dienstag im Pdf-Format. Jetzt eintragen unter:

WWW.TITELSCHUTZANZEIGER.DE

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

Glückliche Freizeit
Rätsel Glück

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen zur Verwendung in allen Medien.

Livingston & Friends Medienproduktionsges. mbH,
Mittelweg 153b, 20148 Hamburg

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

Lexikon der aktuellen Begriffe

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 einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

iq digital media marketing
iq community media marketing
iq auction media marketing
iq mobile media marketing
iq performance media marketing
iq targeting media marketing

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,
Lakronstraße 28, 40625 Düsseldorf

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

Forex-Ticker Daily

in allen Wort- und Zeichenverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen 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 Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien, sonstige Multi-Media-Anwendungen, sowie Softwareerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, sonstige CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckereierzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet, sowie öffentliche Veranstaltungen.

Pauly Rechtsanwälte,
Kurt-Schumacher-Straße 16, 53113 Bonn

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

Lounge, Groove, Chill - moods for today (RT)
Latin Club Sounds
Cool Chilled Beats
Sounds of the Lounge
Acoustic Lounge
Grooves of the World
Beats & Rhythms
Sunny Vibrations
Smooth & Quiet

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Bibliographische Agentur Berlin,
Mozartstraße 41, 12247 Berlin

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

natürlich Sylt
natürlich Rügen
natürlich Stuttgart
natürlich Frankfurt
natürlich Ruhrgebiet
natürlich Düsseldorf
natürlich Köln
natürlich Dresden
natürlich Freiburg

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

VVi-Verlag by Aulis Consult GmbH,
Danziger Straße 35 a, 20099 Hamburg

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

Ein Paar - Ein Buch

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für sämtliche Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger jeglicher Art, sowie für elektronische und digitale Off- und Onlinemedien aller Art.

Rechtsanwaltskanzlei Erlmeier & Kast,
Grafinger Straße 6, 81671 München

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

Wir vermieten Lösungen

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, Darstellungsformen, Titelkombinationen für Literatur, Seminarveranstaltungen, Bild-, Ton-, Daten- und Videoträger aller Art, Software-Erzeugnisse, Film, Fernsehen, Rundfunk, elektronische, audiovisuelle und digitale Medien, Merchandising in jeder Form sowie Druckerzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien und sämtliche Multimedia-Produkte.

PAe Meissner, Bolte & Partner GbR,
Widenmayerstraße 48, 80538 München

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

Cleantech-Magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen, in allen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlineservice, CD-Rom, DVD und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektroniche und digitale Medien- und Netzwerke, Magazine, Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

public imaging GmbH,
Goldbekplatz 3-5, 22303 Hamburg

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

Stiftung Pharmatest
Pharmatest
Best in Test

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

Stiftung Pharmatest,
Taunusanlage 1, 60329 Frankfurt am Main

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

Kreuzfahrt Diät
Cruise Diet

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen, in allen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Services, CD-ROM, CD-E, DVD und sonstige CD-Derivate und Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle anderen Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

Löhde Leo Schmidt-Hollburg & Witte,
Neuer Wall 19, 20354 Hamburg

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

Die innere Mitte
Erasmus Babys

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, in Haupt- und Untertiteln und Zusammensetzungen und allen Medien, insbesondere, ohne hierauf beschränkt zu sein, für Film, Fernsehen, Video, Video on Demand, Hörfunk und Druckerzeugnisse und digitale Speicher- und Wiedergabemedien, einschließlich Online- und Offline-Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen, CD-ROM, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, sowie für Veranstaltungen und Merchandising.

whiteport-film Markus Vogel Filmproduktion,
Max-Beer-Straße 5, 10119 Berlin

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

Energie-Intern

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Dipl.-Ing. Rainer Huth,
Brockhoffstraße 4, 48143 Münster

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

Haushaltsbibliothek

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Helmut Lingen Verlag GmbH & Co. KG,
Opladener Straße 8, 50679 Köln

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

PRIMA MISS
PRIMA LADY

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Fromm & Fromm GmbH,
Achtern Felln 26, 25474 Hasloh

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

Butter bei die Fische

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

TV Media Medienmanagement GmbH,
Kolpingstraße 3, 85560 Ebersberg

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

Zukunft braucht Erfahrung

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Wortverbindungen, Abwandlungen und Kombinationen für Druckereierzeugnisse, Ton- und Bildtonträger, Film und Fernsehen, CD-ROM und andere Datenträger, sowie für Messen, Kongresse, Fachtagungen, Veranstaltungen und Merchandising aller Art.

PA Voß Eckner & Kollegen,
Zum Gutshof 6, 17036 Neubrandenburg

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

Theolino - Gott, die Welt und Du
Theologo - Gott, die Welt und Du

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

Kanzlei Dr. Rehbock & Kollegen,
Gabriele-Münter-Straße 3, 82110 Germering

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

Das vierte Gebot

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

Network Movie
Film- und Fernsehproduktion GmbH & Co. KG,
Steinhöft 11, 20459 Hamburg

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

Die grünen Hügel von Wales
Wiedersehen in Wales

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Ton- und Fernsehrundfunk, 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 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Küchengeflüster

Küchentalk

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Wolff Promotion,
Elisabethplatz 1, 80796 München

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

Mavida

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Zusammensetzungen und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschl. Off-Line und On-Line-Dienste sowie für Bild, Ton- und Datenträger.

AVR Agentur für Werbung und Produktion GmbH,
Weltenburger Straße 4, 81677 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
Druckauflage:	5.400
Verbreitete Auflage:	5.200
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

© 2008 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.

Top News aus Werbung, Marketing und Medien

www.new-business.de

LISA CONI©Corporate Identity/Public Identity(CI/PI)-INFO+Titel-Anzeige (-TITELSCHUTZANZEIGER-Nr.904-/-2008
Öffentlichkeitsrechtl.Erstbelegdat.dieses-CI/PI-INFOS-(UrhR)-ist=20.Okt.-2008-(S.a.=Nr.-688+697-2004;Nr.752/05+803/06)+854/07+882/08

LISA CONI©CorporateIdentity(CI)

Public Identity (PI)

NEWS⇔ ✷Supervise Promotion✷ ⇔NEWS

H O L I D A Y

L.C.©✷AMAZING H.O.T.E.L.Education©®✷L.C.©

⇔Animation⇔L.C.©HOLI.(T.E.L)=HOLIDAYTeacherEducationLizenz(T.E.L)⇔Special⇔

⇔L.C.©ANI.RHE.(SC)=ANIMA.RHETOSpecial Certificate(SC)⇔

⇔Für Spiel,-u.Reise,-u.Trainingsleiter/Innen-sowie Unternehmensberater/Innen; Themen:-Landessitten/Spieleanimation in Urlaubs,-u.Freizeitanlagen -u.v.m.⇔

❂Salespromotion❂Merchandising❂Licensing By LISA CONI©❂

✷

LISA CONI©Entertainment•ProductionMB/LAC-

NewMajorness✷LISA CONI©Corporation✷(i.G.)in Gründung✷NewMajorness

✷SPECIALIZATION✷ -MB-Mysty Film-By LISA CONI© ✷SPECIALIZATION✷

✷LISA CONI©Entertainment•Production MB/LAC-Sectory-I-IV-By LISA CONI✷

Supervise Promotion Tour: (L.C.©)HOLIDAY H.O.T.E.L

For ⇔ Chinese Fan ✷ Princessebals ✷ Columbina 2000 ✷ Kinder der Weisheit ✷ Sehnsucht nach Amerika✷

(Books&Moviescripts By LISA CONI© LAC Publish (Entertainment Production-MB-MystyFILM-i.G.)

Frauen auf der ganzen Welt beginnen mehr und mehr, die eigenen weiblichen Recourcen neu zu definieren -bzw. wieder zu entdecken. In vielen Ländern sind noch Spuren``jahrtausendealter unterdrückter Frauenkultur sichtbar. Gleichzeitig aber haben sich spirituelle Werte besser erhalten und Kriege überdauern können als in der westlichen Welt.
In meiner Phliosophie/These, welche sich auch in meinen Schriften eigener Theater,-+Filmwerkverarbeitung (eigener Werke, Books&Moviescripts) widerspiegelt, geht es unter anderem darum, erhaltene``*matriarchale*``Weisheiten aufzuzeigen und verbindend hervorzuheben, wo Frauen einst in den verschiedensten Kulturen geachtet und verehrt wurden.
Die US-Schauspielerin``*Jane Fonda*``begann vor ein paar Jahrzehnten den energischen Apell auszurufen zu mehr Zivilcourage an alle Frauen westlicher Zivilisation, Frauen in der ganzen Welt bei der Frage der Gleichberechtigung *(nicht männlicher Gleichschaltung)* zu unterstützen. Frauenrechte bedeuten mehr Menschlichkeit und sind *nicht gegen* Männer -i.d.S.gerichtet. ``*Jane Fonda*``, die außerdem die``*Aerobic*``Welle auslöste, hat zudem unmißverständlich vermittelt, daß Frauen sich -z.B.-nur solange von einseitig strukturiert vermännlichten Instrumentarien benutzen lassen, solange sie es dulden und nicht anderen Frauen anschließen. Frauen, die stellvertretend weiblich naturgegeben kontroverse Aspekte entweder über *Lieder'* und die *Stimme* offenbarten oder in Filmrollen verkörperten oder beides (*aber nie dabei negativ oder destruktiv gegen ihre Geschlechtsgenossinnen ausspielten, wie es Männer gegen Frauen manchmal gerne tun wie gegen sich selbst*), sind in der Musik,-Film,-u.Showbranche längst keine Seltenheit mehr. ``Marilyn Monroe``, die ich -u.a.seit Beginn meiner Publizität in meinen Werken thematisiert habe, genießt daher für mich einen hohen Stellenwert (*sie wurde von der männlichen Fraktion leider zu stark verkannt*). In meiner Filmwerkverarbeitung geht es -u.a.um die männlich taktierte Vorwurfshaltung (*derer sich auch viele patriarchalisierte Frauen unterwerfen und ihre Geschlechtsgenossinnen aus Angst vor männlicher Ablehnung sabotieren*), weshalb denn in jeder Frau soviele Aspekte stecken müssen, verbunden mit dem Hang zu modischen Trends oder parallell auch dem Gegenteil davon,``intellektueller Infragestellung``!. Für überholt halte ich ebenfalls das Spruchwerk, daß es Frauen an der Spitze von Filmproduktionen nie geben wird *('nur von Männern bearbeitete Frauenthemen).*
Das erste Thema größeren Umfangs auf filmakademischen Niveau, mit welchem ich mich gesellschaftskritisch befasste und eigene Fotocollagen/Diskurse anfertigte über Frauenskulpturen, Schaufensterpuppen, historische -u.moderne Gebäude, Camping,-u.Spielplätze, Friedhöfe, Gemüsemärkte und Abfallberge, Menschenmassen, verschiedene Animations,-u.Verbotsschilder sowie Löwenkäfige im Zoo``handelte denn auch im Kontext von einem Film eines französischen Filmemachers, dieser sich mit der Widersprüchlichkeit der Roma,-u.Sinti Kultur auseinandersetzte von Fragen zur national,-u.gesellschaftspolitischer Integration (``Les Princes``von Tony Gatlif). Dieser Film machte mich sehr betroffen, weil er die Integrität latent unterdrückter ``*matriarchaler*``Stammstruktur verdeutlicht. Es liegt in der Natur des Menschen, besonders in der einer Frau, die Familie oder Sippe nicht zu verlassen, wenn diese (die Sippe) in irgendeiner Weise ein Schicksal erlitten hat. *In skandinav.nordeurop.Ländern gingen auch Seevölker aus Sippen-u.Stammeskulturen hervor, sowohl innerhalb der eigenen als auch innerhalb angrenzender Volksgruppen).* Bedingt durch die deutsch/deutsche Historie war es vielen Künstlerinnen verwehrt, selbständige Karrieren zu starten. Aber auch bedingt durch die Rassentrennung in Amerika setzen sich völkerverbindende künstlerische Impulse erst in den letzten zwanzig Jahren durch. Auf der ganzen Welt streben Menschen eine liberale Wirtschaft an, gleich welcher religiöser, politisch demokratischen Richtung, Partei oder Weltanschauung. Deshalb besteht auch mein Weg nicht einfach nur aus einem Ballettschuh oder Jongliernringen, wenn auch' es wichtige Requisiten sein können, virtuose schriftstellerische und schauspielerische Beweggründe zu überstehen, inbegriffen aller musischen und tänzerischen Ambitionen !
Ich skripte daher schon sehr lange an mehreren meiner eigenen Buch-u.Filmwerkverarbeitungen wie``*Chinese Fan*``, ``*Kinder der Weisheit*``, ``*Sehnsucht nach Amerika*``, ``*Princessebals*`` *und*``*Columbina2000* Queen Of the Ballad``(letzteres auch Mystery-Theatershow im Genre' Märchen/Thriller, ansonsten ebenfalls alles im Genre Fantasie/Thriller/Mystery (Spielfilm).
Da es bisher immer noch kaum Spielfilm/Produktionsfirmen nach tatsächlich vorrangig weiblichen Maßstäben-u.Markenzeichen gibt, hoffe ich, mit meinem Merchandising' und als Chefin meiner Columbina2000 *Queen Of the Ballads*`` 'Marketing/Salespromotion' neue Akzente überhaupt revolutionieren sowie für mein Filmplanning setzen und realisieren zu können.
Unter meinen verschiedenen Promotion-Konzepten für mein *ProductionPlanning'* biete ich daher nunmehr-u.a.die vorgestellte neue Seminarreihe *HOLIDAY* (H.O.T.E.L.)an für Spiel,-Reise,-u.Trainingsleiter/Innen -u.ä.. Es geht -u.a.um die Vermittlung von Landessitten, Bräuchen -u.Spieleanimation in Urlaubs,-u.Freizeitanlagen-u.v.m. inklusive einem speziellen von mir entwickelten ganzheitlich spirituellen Körper-,+ matrilinearen (*matriarchalen*) Mentaltraining (einer sehr umfangreichen Mischung von weiblich schamanisch archaischen Elementen)mit eigenen Lizenz-u.Arbeitstitel-Werknamen unter LISA CONI© Self-Promotion (Special-Supervise). Vielen Dank. ***By LISA CONI©*** seit 1991/92-*(Authoress/Artist/Firm/Supervise/Coach)⇔###*

PS:-N E W S:-mindestens jeden Dezember im Titelschutz-Anzeiger-Presse-Fachverlag HAMBURG sowie im LISA CONI©LAC-Verlag-(Publish)-i.G.-Rundblattinfos By LISA CONI©#######

Firma LISA CONI©By LISA CONI©(L.C.)§§–d.UrhG+§5–Abs.3–;§14–Abs.4+§15–Abs1;2–MarkenGEig.Herstellung/s.1991/92. Sale/Merch./Lic.Promot.By LISA CONI©Frau Christel NiehuesPF–3520–D–38025–H.Büssing Ring–37–38102–Braunschweig

LISA CONI©Corporate Identity(CI)/Planning# Production# Promotion For Theatre/Moviescripts By-L.C.©

⇔L.C.©CI/PI-(Public.Ident INFO-(CI)-2007-/-2008-Text/Inhalt/Gestaltung/Anzeigenherstellung=*All Rights Reserved By LISA CONI-(L.C.)©*⇔