

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Ressortwechsel im Berliner Markenverband



Rechtsanwalt **Dr. Andreas Gayk** wird zum 1. November die Leitung des Ressorts „Vertriebspolitik und Handelsbeziehungen“ im **Markenverband e.V.** über-

nehmen. Der Kartelljurist, der zuvor für Coca-Cola Deutschland tätig war, verfügt über langjährige Erfahrungen im Vertriebsrecht und Vertriebskartellrecht.

Das Ressort „Recht & Verbraucherpolitik“ verantwortet jetzt Rechtsanwalt **Dr. Alexander Dröge**, der bereits seit vier Jahren im Verband tätig ist. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband e.V. (www.markenverband.de) vertritt die Interessen der markenorientierten Wirtschaft in Deutschland. (al)

Daniela Beaujean kümmert sich um Rechtsangelegenheiten im VPRT



Der **Verband Privater Rundfunk und Telemedien e.V. (VPRT)** hat **Daniela Beaujean** zum 1. Oktober zur stellvertretenden Justiziarin ernannt. Die Juristin ist bereits seit 2004 für die Berliner Interessenvertreter (www.vprt.de) tätig. Nach den Stationen Europaarbeit und Medienpolitik übernahm sie Anfang 2006 den Arbeitsbereich Medienrecht und betreut in dieser Funktion die relevanten Gesetzgebungsverfahren auf Bundes- und Länderebene. Hierzu gehört auch die Verantwortung für

die Stellungnahmen des Verbands zu den Novellen der Länderstaatsverträge und Mediengesetze, Werbethemen sowie Mehrwertdienste und Hörfunkrechte. (al)

Bundessozialgericht: DSDS-Juroren sind als Künstler abgabenpflichtig

Ob die bösen Sprüche von DSDS-Juror **Dieter Bohlen** nun eine besondere Kunstform darstellen, mag das Publikum beurteilen. Für das Bundessozialgericht ist die Sache eindeutig. Nach einem Urteil vom 1. Oktober sind die Juroren der **RTL-Show** „Deutschland sucht den Superstar“ Unterhaltungskünstler im Sinne des Künstlersozialversicherungsgesetzes. Somit ist RTL für die Honorare der Jury zur **Künstlersozialabgabe (KSA)** verpflichtet. Der Sender hatte in dem Rechtsstreit mit der Künstlersozialkasse

argumentiert, die Mitglieder der DSDS-Jury seien Experten, keine Künstler. Doch das Kasseler Bundessozialgericht beurteilte dies anders. Die aus der Musikbranche stammenden Juroren wären keine außerhalb des Showgeschehens agierende Fachjury mit Expertenstatus, sondern ein wesentlicher Teil des DSDS-Konzepts. Sie begleiten ihr Urteil über die musikalischen Bemühungen der Kandidaten mit unterhaltsam gemeinten, oft aber bissigen und die Grenzen des guten Geschmacks übersteigenden Kommentaren und trügen

maßgeblich zum Publikumserfolg der Sendungen bei, indem sie eine Mischung aus Musikkritik, unterhaltsamer Information und Polemik präsentierten. Die Richter fügten ihrer Begründung allerdings hinzu, dass für die Einbezie-

hung einer Leistung in die Künstlersozialversicherung keine besondere Gestaltungshöhe erforderlich sei. (al)

BSG vom 01.10.2009
AZ: B 3 KS 4/08 R

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
„!“ kann nicht als EU-Marke eingetragen werden	2
„taz“ setzt sich gegen „BILD“ durch	3
Kein genereller Schutz für Beckenbauers Kinder	3
Titelschutzanzeigen: 73 neue Titel geschützt	4-8
Impressum	8

Die 73 neuen Titel dieser Woche

100 Kilometer - so schmeckt Bayern	Deutschlands Promi- Dynastien	K	S
100 Kilometer - so schmeckt Heimat	Die ganze Welt des Wissens	Kleine Lichter	Schön war die Zeit
5 VOR OMM	Die Orthoptistin	Kosovaria	Sehenswert: Die ganze
60 max	Die Reichen und die Schönen	Küchenkönig - Die härteste Kochshow der Welt	Welt des Wissens
A	Die Wirlinge	L	skill up
Ändis wirre Welt	Die Wirlinge-Show	Lampenfieber	Sofa-Surfer
Anleihen Jahrbuch	Die Wohnwelt	Lesenswert: Die ganze Welt des Wissens	...soso!
Apotheken Cent	dished	Lust auf Heimat	Speicherschätze - Promis misten aus
B	E	M	T
Begeisterung als Lebenseelixier	Engagiert aktuell - Das Ma- gazin für gesellschaftliches Engagement	m_unique	Total Lokal - so schmeckt Heimat
Best of Windows 7 Games	F	MAUS ZEIT	U
Best of Windows 7 Spiele	FÜNF VOR OMM	Mitarbeiterbegeisterung	Unsere zweite Chance
Bond Yearbook	G	Mord im Ort	V
C	German Management	myPlace	VIP Gesundheit
City-Erlebnis	Compensation Report	N	VISIONER
Corporate Finance Business	H	Neue Zeitung	VITALIA LIFE
Corporate Finance Law	HörensWert: Die ganze Welt des Wissens	O	W
D	HR Brand	Oldenburger Monatszeitung	Wandern
Das 100 Kilometer- Experiment	I	Oldenburger-Monatszeitung	Windows 7 Games
Das Wunder des richtigen Zeitpunkts	Imja	P	Windows 7 Spiele
Der Eiertanz	Implant Paro Update	Paro Implant Update	WohnART
deutsche gamestage	In den besten Familien	Projekt Pansophia	Wohnwelt
	INWohnen	R	Wohnwelten
	IPO Advisory	Rufe vom Urgrund des Seins	Wohnwelten-Magazin
		Rundschau	Wohnwelt-Magazin

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

20.10.2009, Woche 43, Nr. 945
Anzeigenschluss: 16.10.2009, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

10.11.09.2009, Woche 46, Nr. 948
Anzeigenschluss: 06.11.2009, 10 Uhr

Ein Ausrufezeichen kann nicht als EU-Marke eingetragen werden

Die Hamburger **JOOP! GmbH** ist mit einer Klage vor dem **Europäischen Gericht erster Instanz** gescheitert. Das Modeunternehmen wollte sich im September 2006 zwei Ausrufezeichen (!) in unterschiedlicher Schriftgestaltung beim **HABM** -Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt - als Bildmarken schützen lassen. Das HABM wies die Anmeldungen zurück. Die

Marken besäßen keine Unterscheidungskraft und würden lediglich als werbemäßige Anpreisung oder als Blickfang, nicht aber als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der Waren wahrgenommen. Der Europäische Gerichtshof schloss sich jetzt dieser Argumentation an und wies die Klage der JOOP! GmbH ab. Laut Verordnung über die Gemeinschaftsmarke kann eine Marke, die keine Un-

terscheidungskraft hat, nicht eingetragen werden. Es sei denn, die Marke hat bereits durch ihre Benutzung für die Waren und Dienstleistungen, für die sie eingetragen werden soll, Unterscheidungskraft erlangt. Eine solche Unterscheidungskraft durch Benutzung wollten die Vertreter von JOOP! nachweisen. Das relevante Publikum sei an die Hauptmarke und ihr Unternehmenskennzeichen JOOP!

gewöhnt. Die Luxemburger Richter ließen sich davon nicht überzeugen. Die vorgelegten Dokumente bezögen sich nur auf den deutschen Markt. Zudem müsse die Unterscheidungskraft der Marke durch die Benutzung vor dem Anmeldetag erlangt worden sein. (al)

EuGH vom 30.09.2009
AZ: T-75/08 und T-191-08

BGH: „taz“ setzt sich im Streit mit der BILD-Zeitung durch

„Kalle, gib mal Zeitung“ heißt es in dem zweiteiligen „Trinkhallen“-Kinospot der „taz“, der sich über **BILD**-Zeitungsleser lustig macht. Grund genug für Springer den Spot aus dem Jahr 2005 per Einstweiliger Verfügung verbieten zu lassen. Auch das **Hamburger Landgericht** und die Berufungsinstanz sahen in dem Werbespot eine unlautere vergleichende und herabsetzende Werbung. Der **Bundesgerichtshof** hat nun in einem Urteil die Grenzen humorvoller Werbevergleiche präzisiert.

Für die Vorinstanzen überschrift die beklagte „taz“ mit ihrem Spot, auch wenn die-

ser durch Witz, Ironie und Sarkasmus geprägt sei, die Grenzen des wettbewerblich Zulässigen. Sie versuche, ihre Zeitung werblich herauszustellen, indem sie ein vernichtendes Bild von der trostlosen Sozialstruktur und den (fehlenden) intellektuellen Fähigkeiten eines typischen BILD-Zeitungslesers zeichne und damit die Leserschaft und die Zeitung der Klägerin ohne sachlichen Grund abqualifiziere, so das OLG Hamburg.

Doch die Karlsruher Richter sahen dies anders. Für die Beurteilung der Zulässigkeit eines Werbevergleichs sei auf die mutmaßliche Wahr-

nehmung eines durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbrauchers abzustellen, der zunehmend an pointierte Aussagen in der Werbung gewöhnt sei. Eine humorvolle oder ironische Anspielung auf einen Mitbewerber oder dessen Produkte stelle daher erst dann eine unzulässige Herabsetzung dar, wenn sie den Mitbewerber dem Spott oder der Lächerlichkeit preisgebe oder von den Adressaten der Werbung wörtlich und damit ernst genommen und daher als Abwertung verstanden werde. Der Werbespot der „taz“ sei nach Auffassung des Bundesgerichtshofs

demnach nicht als wettbewerbswidrig anzusehen. Er bringe lediglich zum Ausdruck, dass die „taz“ „nicht für jeden“ sei, also nicht den Massengeschmack anspreche. Der durchschnittliche Zuschauer erkenne, dass es sich bei der Darstellung um eine humorvolle Überspitzung handele, mit der die Aufmerksamkeit der Werbeadressaten geweckt und nicht die BILD-Zeitung oder deren Leserschaft pauschal abgewertet werden solle. (al)

Bundesgerichtshof
Urteil vom 01.10.2009
AZ: I ZR 134/07

BGH: Kein genereller Schutzanspruch für Beckenbauers Kinder

Es besteht kein umfassender Anspruch eines Kindes gegen die Presse, Fotos bis zur Volljährigkeit zu unterlassen. Das entschied jetzt der Bundesgerichtshof. **Franz und Heidi Beckenbauer** hatten 2007 Klage auf Unterlassung gegen den **Burda-Verlag** eingereicht, weil in dessen Zeitschriften „Neue Woche“, „Viel Spaß“ und „Freizeit aktuell“ Fotos ihrer beiden minderjährigen Kinder zusammen mit den Eltern veröffentlicht worden waren. Das **Landgericht Hamburg** gab den Beckenbauers recht und sprach ein bis zur Volljährigkeit der Kinder geltendes Unterlassungsgebot aus. Auch das OLG Hamburg bestätigte

das Urteil und wies die Berufung des Verlages zurück.

Doch der für das Persönlichkeitsrecht zuständige VI. Zivilsenat des **Bundesgerichtshofs** entschied nun anders. Ein umfassender Unterlassungsanspruch, stehe einer Person auch dann nicht zu, wenn ihr Recht am eigenen Bild durch Berichterstattung der Presse mehrfach verletzt wurde, so die Karlsruher Richter. Für die Frage der Zulässigkeit einer Bildveröffentlichung bedürfe es in jedem Einzelfall einer Abwägung zwischen dem Informationsinteresse der Öffentlichkeit und dem Interesse des Abgebildeten an dem Schutz seiner Privat-

sphäre. Eine solche Interessenabwägung könne nicht in Bezug auf Bilder vorgenommen werden, die noch gar nicht bekannt seien und bei denen insbesondere offen bliebe, in welchem Kontext sie veröffentlicht würden.

Auch die Minderjährigkeit der Kinder würde daran nichts ändern. Zwar müssten Kinder und Jugendliche gegen die Presseberichterstattung in stärkerem Umfang geschützt werden als Erwachsene. Doch sei für die Zulässigkeit einer Bildveröffentlichung auch bei Minderjährigen eine Abwägung zwischen deren Persönlichkeitsrecht und der Äußerungs- und Pressefrei-

heit erforderlich. Ein Informationsinteresse der Öffentlichkeit sei auch bei Kindern und Jugendlichen bei vielfältigen, im Einzelnen nicht vorhersehbaren Lebenssachverhalten denkbar. Ein Generalverbot, welches insbesondere bei jüngeren Kindern bis zu deren Volljährigkeit viele Jahre gelten würde, werde dem nicht gerecht und würde eine nicht hinnehmbare Beeinträchtigung der Äußerungs- und Pressefreiheit (Art. 5 Abs. 1 GG) darstellen. (al)

Bundesgerichtshof
Urteile vom 06.10.2009
AZ: VI ZR 314/08
und VI ZR 315/08

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

**5 VOR OMM
FÜNF VOR OMM**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Ingrid Keminer,
Elektra Straße 18, 81925 München**

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

**Oldenburger Monatszeitung
Oldenburger-Monatszeitung**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Florian Isensee, Verlag Florian Isensee GmbH,
Haarenstraße 20, 26122 Oldenburg**

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

**Hörenswert: Die ganze Welt des Wissens
Sehenswert: Die ganze Welt des Wissens
Lesenswert: Die ganze Welt des Wissens
Die ganze Welt des Wissens**

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Onlinedienste sowie sonstige Online-Medien.

**Jonas Rechtsanwaltsgesellschaft mbH,
Hohenstaufenring 62, 50674 Köln**

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

**Die Wirlinge
Die Wirlinge-Show**

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten, sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising, öffentliche Veranstaltungen, Literatur- und Druck-erzeugnisse.

**MingaMedia Entertainment GmbH,
Föhlinger Allee 17, 85774 Unterföhring**

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

**Wohnwelt
Wohnwelt-Magazin
Wohnwelten
Wohnwelten-Magazin
Die Wohnwelt
INWohnen
WohnART
myPlace**

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

**volke2.0
- Intellectual Property in Information Technology -,
An der Wethmarheide 34, 44536 Lünen**

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

**Begeisterung als Lebenselixier
Mitarbeiterbegeisterung
Der Eiertanz**

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, CR-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, SMS, WAP), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druck-erzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**Ralf R. Strupat,
Jägerstraße 8, 33775 Versmold**

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

Wandern

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dipl.-Ing. (FH) Kai Serfling,
Bernhard-Göring-Straße 161, 04277 Leipzig**

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

Kleine Lichter

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**Polyphon Film- und Fernsehgesellschaft mbH,
Jenfelder Allee 80, 22039 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz für eine Druckschrift (Zeitschrift) in Anspruch für:

Lampenfieber

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Frank Trurnit & Partner Verlag GmbH,
Putzbrunner Straße 38, 85521 Ottobrunn**

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

Mord im Ort

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien.

**Polyphon Film- und Fernsehgesellschaft mbH,
Jenfelder Allee 80, 22039 Hamburg**

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

VITALIA LIFE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Vitalia Life UG,
Raiffeisenstraße 20, 82346 Andechs**

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

Das Wunder des richtigen Zeitpunkts

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**IMV-Verlag GmbH & Co. KG,
Breitwiesenstraße 28, 70565 Stuttgart**

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

Implant Paro Update Paro Implant Update

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.

**GERSTENBERG RECHTSANWÄLTE,
Peter Keil Rechtsanwalt,
Brienner Straße 10, 80333 München**

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

dished VISIONER ...soso! Ändis wirre Welt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- sowie Bild-Ton-Träger, Film, Fernsehen, Hörfunk, Software, Off- und Onlinedienste und Internet, (Mobil-) Telefondienste, CD-ROM, DVD, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Tim Feldner,
Siegburger Straße 368, 51105 Köln**

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

m_unique

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dreistern Verlag GmbH,
Andreas-Hofer-Straße 1, 81547 München**

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

deutsche gamestage

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH,
August-Bebel-Straße 26-53, 14482 Potsdam**

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

HR Brand

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere für Druckereierzeugnisse sowie Onlinemedien jeglicher Art.

**Rechtsanwalt Dietrich Bezenberger,
Querstraße 4, 60322 Frankfurt am Main**

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

Die Orthoptistin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Ausbüttel & Co. GmbH,
Herdecker Straße 9-15, 58453 Witten**

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

VIP Gesundheit Apotheken Cent

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen sowie für alle Medien.

**Petersen Gründel Hardraht Schmidkonz Tietze
Rechtsanwälte Partnerschaft,
Petersstraße 39-41, 04109 Leipzig**

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

skill up

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 einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

German Management Compensation Report IPO Advisory Bond Yearbook Anleihen Jahrbuch

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

**Bryan Cave LLP,
Am Sandtorkai 77, 20457 Hamburg**

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

Kosovaria Imja

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere für periodisch erscheinende Magazine, Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Buchbindeartikel und sonstige Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke on- und offline, digitale Datenträger, Hörfunk und Fernsehsendungen sowie Merchandising in jeder Form.

**KAMEDIA, Ibrahim Kastrati,
Uraniastraße 35, CH- 8001 Zürich / Schweiz**

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

**City-Erlebnis
Hamburg ...
... genießen**

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Darstellungsformen und in Verbindung mit deutschen Städtenamen.

**Arena-Sales-Service GmbH,
Lindenstraße 15, 21244 Buchholz**

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

**Engagiert aktuell - Das Magazin für
gesellschaftliches Engagement**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Pro Bono Fundraising GmbH & Co. KG,
Adlergestell 129, 12439 Berlin**

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

Lust auf Heimat

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für Printmedien aller Art, insbesondere Druckereierzeugnisse, Bücher, Zeitungen, Magazine, Zeitschriften, Broschüren, Druckschriften und -werke sowie elektronische und digitale Medien, einschließlich Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Rechtsanwalt Dipl.-Phys. Veit Kirchner,
Widenmayerstraße 23, 80538 München**

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

MAUS ZEIT

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

**Best of Windows 7 Games
Best of Windows 7 Spiele
Windows 7 Games
Windows 7 Spiele**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**S.A.D. GmbH,
Rötelbachstraße 91, 89079 Ulm**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 und § 15 MarkenG nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

**Projekt Pansophia
Vorschlag zur Neugründung der
Philosophie als Wissenschaft
Rufe vom Urgrund des Seins
neue alte gedichte**

in allen Schreibweisen, Abwandlungen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Zusätzen für alle Medien in elektronischer und gedruckter Form inkl. Bild-, Ton- und Datenträger.

**Olaf Muradian,
Rheinpromenade 3, 46446 Emmerich am Rhein**



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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Corporate Finance Business Corporate Finance Law

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 Ziff. 3 MarkenG nehme ich für meine Mandantin Titelschutz in Anspruch für die Titel

Küchenkönig - Die härteste Kochshow der Welt Speicherschätze - Promis misten aus Die Reichen und die Schönen Sofa-Surfer In den besten Familien Deutschlands Promi-Dynastien 60 max Schön war die Zeit Unsere zweite Chance 100 Kilometer - so schmeckt Bayern Das 100 Kilometer-Experiment 100 Kilometer - so schmeckt Heimat Total Lokal - so schmeckt Heimat

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, (Mobil-) Telefondienste, CD-ROM, CD-i, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

Rechtsanwälte Dr. Uwe Lehmann-Brauns u.a.,
Kurfürstendamm 37, 10719 Berlin

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

Rundschau Neue Zeitung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Gerhard Verlag GmbH,
Gutenbergstraße 1, 26632 Ihlow-Riepe

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/Herausgeber:	Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) PS
Redaktion/Anzeigen verantwortlich:	Angela Lautenschläger (AL), -61
Geschäftsanzeigen:	Manuela Busche, -51
Titelschutzanzeigen:	Angela Lautenschläger (AL), -61
Druckauflage:	3.400
Verbreitete Auflage:	3.100
Erscheinungsweise:	wöchentlich
Der Titelschutz Anzeiger mit Der 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

© 2009 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. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhalten Sie über die PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de