

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

“Anti-Aging” und “Männer in Strumpfhosen”: 37 neue Medientitel geschützt

Die Welt ist verrückt. Das ist auch für den Medienmarkt keine neue Erkenntnis. Doch 1st Movie geht mit neuen Titeln ins Detail und schützt sich nicht nur “Crazy World”, sondern auch “Crazy Fun” und “Crazy Drive”. Der ÖKO Test Verlag bleibt dagegen sachlich und beschäftigt sich mit dem “Mehrwert”. Alle 37 Titel finden Sie auf Seite 2 (AL).

Keine Kennzeichnungskraft für “.at”

Das Landgericht Hamburg hat im Dezember den Streit um eine Domain unter der Top Level Domain “.at” entschieden.

Ein österreichisches Unternehmen hatte gegen eine gleichnamige Privatperson aus Deutschland geklagt und verloren: Dass das Unternehmen der Klägerin, im Gegensatz zu dem deutschen Besitzer der Domain, in Österreich ansässig und geschäftlich tätig ist, war für die Hamburger Richter kein ausreichender Grund für die Herausgabe der Domain.

Country-Code TLDs (Top Levels Domains) besäßen im Verkehr keine hinreichende namensrechtlich relevante Kennzeichnungskraft. Der Verkehr erwarte hinter einer Domain mit der TLD “.at” keineswegs zwingend ein Angebot mit einem wie auch immer gearteten Österreich-Bezug. Es handele sich bei beiden Parteien um gleichnamige Personen, so dass das Pri-

ozi- prinzip (“first come - first serve”) bei der Registrierung gilt. Ausnahmen vom Prioritätsgrundsatz sind nur in eng umgrenzten Fällen denkbar. Sie kämen bei Streitigkeiten um Domain-Namen allenfalls dann in Betracht, wenn der später gekommene Namens-träger eine überragende Bekanntheit genießt und der Verkehr seinen Internet-Auftritt unter diesem Namen erwartet, während der aktuelle Inhaber des Domain-Namens kein besonderes Interesse an gerade dieser Internet-Adresse darstellen kann.

Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig und wird demnächst noch einmal vom Hanseatischen Oberlandesgericht geprüft werden.

*Landgericht Hamburg
Urteil vom 10.12.2004,
AZ.: 324 O 375/04*

Neue Medienrechtskanzlei in München

Der Presse- und Verlags-anwalt Dr. Klaus Rehbock betreibt seit kurzem gemeinsam mit dem Arbeitsrechtsspezialisten Peter Schuck eine Kanzlei für Medienrecht in München.

Peter Schuck war langjähriger Syndikusanwalt und Verlagsgeschäftsführer des Süddeutschen Magazinverlages in München und zuletzt in der MVB Marketing und Verlags-service des Buchhandels GmbH (ehemals Buchhändlervereinigung) in Frankfurt tätig. Als Geschäftsführer des Börsenvereins für den Deutschen Buchhandel war er verantwortlich für die Restrukturierung und strategische

Neuausrichtung des Börsenvereins, vom reinen Verbandsunternehmen hin zu einem wettbewerbsorientierten Fachverlag.

Dr. Klaus Rehbock war elf Jahre lang Mitglied der BURDA und FOCUS vertretenden Kanzlei Prof. Schweizer und seit 2002 Inhaber einer Anwaltskanzlei in Passau.

In München beraten die beiden verlagserfahrenen Partner nun Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlage sowie Fernseh- und Rundfunksender vor allem in Fragen des Presse-, Wettbewerbs-, Urheber- und Arbeitsrechts.

*Näheres unter:
www.rehbock-online.com*

“Patentführerschein” ausgebaut

Der kostenlose Online-Lehrgang zum Patentrecht wurde um das Modul “Koope-ration zwischen Hochschule und Wirtschaft” erweitert. Der “Patentführerschein ist eine Weiterbildungseinrichtung

des ITM (Institut für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht) und der Uni Münster und wendet sich gleichermaßen an Juristen und interessierte Nichtjuristen.
www.patentfuhrerschein.de

IPRGuard

+ Markenpiraterie + Domaingrabbing + Verunglimpfungen + Raubkopien +

Überwachen Sie systematisch die Benutzung Ihrer Rechte?

- IPRGuard stellt die tatsächliche Benutzung von Namen, Slogans, Texten und Logos fest;
- IPRGuard überwacht weltweit Domainnamen mit Konnektierungs-, Inhaber- und Serverstandort-Informationen.

Informationen unter: www.iprguard.de, E-Mail: info@iprguard.de, Tel. 04131-225 600-0
IPRGuard als einmalige Benutzungsrecherchen auch unter www.researcher24.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

Diese Woche: 37 Titel

35plus
40plus
50plus
Anti-Aging
BEST OF BEST
Crazy
Crazy Drive
Crazy Fun
Crazy Rally
Crazy Street
Crazy Time
Crazy World
Das medizinische Quartett
DAZ - Deutsche Architektenzeitschrift
DAZ - Deutsche Architektenzeitung
Der Endorphineffekt
Der Endorphineffekt und die Werkzeugkiste der Schamanen
Der Hitler-Clan
Ein heldenhaftes Duo
Eine kubanische Affäre
Einkaufen & Erleben in ...
Entdeckungsreise Autobahn-
Das Nachschlagewerk zu den touristischen Hinweisschildern
FORMEL aktuell
Handbuch der Bauindustrie
Handbuch der EBM Industrie
Handbuch der Informationstechnik
Handbuch der Medizintechnik
Handbuch der Oberflächentechnik
Handbuch der Verpackungstechnik
Hitlers Kehlstein
Männer in Strumpfhosen
Mehrwert
Pro Exquisit
Shopping & Experience in ...
STAR
STARS
Weimarer Salon

„afp.info“ geht an Agence France Press

Deutscher Domaininhaber verliert Revisionsverfahren in Frankreich.

Der deutsche Inhaber der Domain „afp.info“ muss seine Adresse an die französische Nachrichtenagentur Agence France Press abgeben. Laut der Entscheidung des Cour d'Appel in Paris hat der Domainbesitzer mit der Registrierung des strittigen Namens die von der international bekannten Nachrichtenagentur geschützte Marke „A.F.P.“ nachgeahmt. Der Deutsche hatte gegen eine 2002 getroffene Entscheidung des Tribunal de Grande Instance de Paris Berufung eingelegt, nach der ihm die Verwendung der Domain untersagt worden war.

In dem Revisionsverfahren argumentierte der Beklagte, dass eine Verletzung der Marke nur dann festgestellt werden könne, wenn er unter dem Domainnamen eine geschäftliche Tätigkeit verfolge, die derjenigen der Nachrichtenagentur ähnlich sei. Das sei jedoch nicht der Fall. Der Domainbesitzer wollte seine Internetadresse nach eigenen Aussagen

für eine Agentur-Webseite für Privatschulen (kurz: AFP) - nutzen.

Das Gericht ließ sich von dieser Begründung allerdings nicht überzeugen. Es ging vielmehr davon aus, dass die aus „afp“ und „info“ bestehende Kombination des Domainnamens den Verbraucher vermuten lasse, dass die Adresse mit Presseinformationen der Nachrichtenagentur AFP in Verbindung stehe. Aus den gleichen Beweggründen wie das Ausgangsgericht kamen die Richter deshalb zu der Auffassung, dass es sich bei der Registrierung von „afp.info“ um eine unzulässige Nachahmung der Marke „A.F.P.“ handele.

Die weitere Argumentation des Beklagten, er könne vor einem französischen Gericht nicht verurteilt werden, weil er die Domain in Deutschland reserviert habe, entkräftete das Gericht mit einem Gutachten, das die Anwendung französischen Rechts für zulässig erklärte.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 704 erscheint am 18.01.2005 **Anzeigenschluss:** 14.01.2005, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 705 erscheint am 25.01.2005 **Anzeigenschluss:** 21.01.2005, 10 Uhr

Rund 39.000 Titel !
Recherchieren Sie kostenlos unter:
www.titelschutzanzeiger.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

Kunstanimation im Web steht Adidas im Wege

Adidas kämpft mal wieder um seine Streifen. Diesmal virtuell, denn die Streifen verbergen sich hinter dem Kürzel „Y-3“. Deshalb beansprucht der Konzern jetzt diese Domain. Die leicht kryptische Buchstabenkombination steht für den japanischen Designer Yohji Yamamoto in Kombination mit den berühmten 3 Streifen. Sie ist als Buchstabenkombination seit Sommer 2002 zwecks Schutz der Yamamoto-Kollektion in das Markenregister eingetragen.

Seit Februar 2002 hat der Künstler Bernd Mattiebe die Domain Y-3.de inne. Auf seiner Website ist eine Animation mit Ländernamen und ein Ra-

darschirm, verbunden mit einem simplen Computerspiel zu sehen. Genau wie die Buchstabenkombination erklärt sich die Kunst nicht selbst. Das „y“ sei die mathematische y-Koordinate, eine Variable für alle aufstrebenden Länder der Erde, die „-3“ seien die drei Länder der „Achse des Bösen“ die laut George W. Bush zu bekämpfen seien, so Mattiebe.

Bei der gleichlautenden dotcom-domain ist bereits ein Link auf die adidas-Seiten programmiert. Auf der y-3.de-domain konnte die Kunst am 7. Januar 2005 noch erlebt werden.

Quelle:
www.markenbusiness.de

Medien und Recht:

Die Handelskammer Hamburg hat in Zusammenarbeit mit der Kanzlei Unverzagt - von Have eine Vortragsreihe für Entscheider aus der Werbe- und PR-Wirtschaft entwickelt. Die Veranstaltungen sollen den Teilnehmern rechtliche Grenzen und Möglichkeiten aufzeigen.

Thema für den Vortrag „Medien und Recht, Teil I“ am

25. Januar sind die Regelungen für Werbung am POS (Point Of Sale) und Below-the-Line Aktivitäten.

Teil II befasst sich am 15. Februar unter der Headline „PR-Der schmale Grat zwischen zulässigen Veröffentlichungen und Schleichwerbung“ mit den Grenzen rechtlich zulässiger PR und den

Folgen von Verstößen. Der Vortrag „Medien und Recht, Teil III“ nimmt sich am 22. März der Plazierung von Musikstücken in der Werbung

an und fragt „Wie kommt die Musik in die Werbung?“

Näheres unter:
Handelskammer Hamburg
www.hk24.de

Porsche unterliegt vor dem BGH

In einem Markenrechtsstreit mit dem Hersteller von Aluminiumrädern RH Alurad musste Porsche eine Niederlage einstecken. In einem jetzt veröffentlichten Urteil (I ZR 37/01) wiesen die Karlsruher Richter eine Klage des Autobauers zurück.

RH Alurad hatte in einem Werbefrospekt und in einer Anzeige einen mit eigenen Rädern ausgestatteten Porsche abgebildet. Wegen anlehnender bezugnehmender Werbung war Porsche daraufhin gegen den Räderhersteller vorgegangen. Der Autobauer sah außerdem die eigene Marke verletzt, weil auf der Abbildung des Fahrzeuges das Porsche-Wappen zu erkennen war. Nachdem das Landgericht und das Oberlandesgericht Stuttgart Porsche Recht gegeben hatten, fiel die Entscheidung des Bundesgerichtshofs zu Gunsten der Beklagten aus. Eine Markenrechtsverletzung konnten die Richter nicht feststellen. In der Urteilsbe-

gründung erklärten sie, die Beklagte habe das Porsche-Wappen als Hinweis auf die Bestimmung, nicht jedoch als Hinweis auf die Herkunft ihrer Aluminiumräder benutzt. Bei letzteren handele es sich um ein Produkt, dessen ästhetischer Eindruck nur dann in vollem Umfang ermittelt werden könne, wenn die Räder nicht isoliert gezeigt würden. Die Richter waren der Auffassung, „dass solche Aluminiumräder das Fahrzeug, an dem sie montiert sind, schmücken sollen“. Ihre volle ästhetische Wirkung entfalteten die Räder danach erst in der Gesamtbetrachtung mit dem Fahrzeug. Aus diesem Grund könne RH Alurad nicht verpflichtet werden, die eigenen Räder nur isoliert und ohne Autos abzubilden, für die die Räder bestimmt seien, schloss das Gericht.

Quelle:
www.markenbusiness.de

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

www.new-business.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

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

Entdeckungsreise Autobahn- Das Nachschlagewerk zu den touristischen Hinweisschildern

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

**Rechtsanwalt Hans-Albert Stechl,
Luisenstraße 7, 79098 Freiburg**

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

Der Endorphineffekt Der Endorphineffekt und die Werkzeugkiste der Schamanen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**grenzgang-com, Uwe Götze,
Breisgauerstraße 35, 79110 Freiburg**

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

Pro Exquisit Einkaufen & Erleben in ...

+ jede Ortsangabe (Essen, Berlin, Düsseldorf etc.)

Shopping & Experience in ...

+ jede Ortsangabe (Essen, Berlin, Düsseldorf etc.)

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere für Stadt- und Regional-Magazine.

**Verlag Beleke GmbH,
Kronprinzenstraße 13, 45128 Essen**

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

Der Hitler-Clan Hitlers Kehlstein

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen, Schriftarten und Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere für Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Film, Fernsehen, Hörfunk, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art und alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch Online-Dienste, Internet, Multimedia-Anwendungen.

**Florian Beierl,
Rathausplatz 8, 83471 Berchtesgaden**

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

DAZ - Deutsche Architektenzeitschrift DAZ - Deutsche Architektenzeitung

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Bücher und allen Printmedien insbesondere, aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Zeitschriften und Magazine aller Art und elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste).

**Forum-Verlag GmbH & Co. KG,
Zeppelinstraße 116, 73730 Esslingen**

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

Handbuch der Medizintechnik Handbuch der Oberflächentechnik Handbuch der Verpackungstechnik Handbuch der Informationstechnik Handbuch der Bauindustrie Handbuch der EBM Industrie

In allen Schreibweisen, Darstellungsformen und mit allen Untertiteln.

**Seibt Verlag GmbH,
Havelstraße 9, 64295 Darmstadt**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

NEU

präsentiert:

Anwälte für Medien- und Werberecht 2005

Das neue Nachschlagewerk!

Auflage: 5.000 Exemplare

**Empfänger: Präsentieren Sie sich und Ihre Kanzlei den
Entscheidern in Werbe- und PR-Agenturen,
Verlagen, TV- und Radio-Sendern,
Filmproduktionen.**

Porträtseite: 1.480 Euro

**Anzeigenschluss ist
am 28. Januar 2005**

**15 %
EINFÜHRUNGS-
RABATT**

Interessiert? Dann rufen Sie uns einfach an!

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG • Manuela Busche
Telefon 040-609 009 51 • E-Mail: manuela.busche@presse-fachverlag.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

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

35plus 40plus 50plus Anti-Aging

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

**Rechtsanwalt Dipl.-Kfm. Wolfgang Naegele,
Ballindamm 35, 20095 Hamburg**

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

STAR STARS BEST OF BEST

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

**Rechtsanwalt Dipl.-Kfm. Wolfgang Naegele,
Ballindamm 35, 20095 Hamburg**

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

Crazy Crazy World Crazy Drive Crazy Fun Crazy Time Crazy Rally Crazy Street

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Titelnkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, entsprechende Untertitel, Schriftarten, 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 Druckerzeugnisse.

**Suwimon Kanha, 1st Movie,
Birkenstraße 32, 55296 Lörzweiler**

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

Weimarer Salon

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.

**Mitteldeutscher Rundfunk,
Kantstraße 71 - 73, 04275 Leipzig**

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

FORMEL aktuell

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

**Beckmann und Norda - Rechtsanwälte,
Welle 9, 33602 Bielefeld**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

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

Männer in Strumpfhosen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafische 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.

**Rechtsanwälte Schwarz Kelwing Wicke Westpfahl,
Kurfürstendamm 220, 10719 Berlin**

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

Eine kubanische Affäre Ein heldenhaftes Duo

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.

**RAin Bettina Krause,
Hauptstraße 42, 82327 Tutzing**

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

Mehrwert

In jeder Schreibweise, Abkürzung, Darstellungsform und Wortverbindung zur Verwendung in jeder Schreibweise, Schriftart und Darstellungsform zur Verwendung in allen Medien einschließlich Druckerzeugnissen, insbesondere digitalen Medien und Netzwerken, Off- und Online-Diensten, Hörfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträgern aller Art.

**ÖKO Test Verlag GmbH,
Kasseler Straße 1 a, 60486 Frankfurt am Main**

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

Das medizinische Quartett

in allen Darstellungsformen, Schreibweisen, Schriftarten, Kombinationen, Abkürzungen mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Film, Hörfunk, Fernsehen sowie sonstige elektronische Medien, insbesondere auch Online-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie öffentliche Veranstaltungen.

**GoldStar TV GmbH & Co. KG,
Reichenbachstraße 1, 85737 Ismaning**

**Impressum DER TITELSCHUTZ ANZEIGER
Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Eidelstedter Weg 22, 20255 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.)

Redaktion: Angela Lautenschläger (AL), -61

Ansprechpartner für Titelschutzanzeigen:

Angela Lautenschläger, -61

Geschäfts-/Seitenteilanzeigen: Manuela Busche, -51

Druckauflage: 3.400 **Verbreitete Auflage:** 3.100

Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel: monatlich

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare, Geschäftsführer und Entscheider in Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten, Produzenten von audiovisuellen und elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträgern, Software).

Bezugspreis: Jährlich € 80,- zzgl. USt. (inkl. Versand) Für Empfänger aus dem o.g. Verkehrskreis kostenlos.

Preis für Titelschutzanzeigen:

Standard mit einem Titel € 150,-, jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige plus € 35,- 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

Postbank Hamburg, Kto. 276913-208, BLZ 200 100 20

Handelsregister HRA 96 228, Ust.-Id.-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH, 22850 Norderstedt

© 2004 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugswise Nachdruck oder Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systematischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung.

FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

TELEFAX: 040/609 009 – 66

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

ICH MÖCHTE EINE TITELSCHUTZANZEIGE AUFGEBEN:

Bitte nehmen Sie den folgenden Text in die nächst erreichbare Nummer

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

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

pro Titel bitte eine Zeile

(Adresse)

Preis pro Titelschutzanzeige im Standardformat: € 150,- (zzgl. USt.)

Preis für jeden weiteren Titel innerhalb dieser Anzeige: € 35,- (zzgl. USt.).

DATUM UND UNTERSCHRIFT: _____