

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Bewährte Konzepte im neuen Gewand

Wer bei dem **ProSieben** Titel „Die Liebesflüsterin“ an eine Weiterentwicklung von Robert Redfords Pferdeflüsterer denkt, liegt leider vollkommen daneben. Was die Münchner **Collina Filmproduktion** hier im Auftrag von ProSieben realisiert, ist eine moderne deutsche Fassung des Bühnenstücks um den langnasigen Cyrano de Bergerac.

Bei **Sat.1** heißt es „Manatu - Nur die Wahrheit rettet Dich“. Hier wird eine Familie durch das geheimnisvolle Brettspiel „Manatu“ an den heimischen Spieletisch gezwungen und bei unwahren Antworten mit harten Strafen bedroht. Ein Vergleich mit dem US-Spielfilm Jumanji, den Columbia Pictures 1995 mit Robin Williams in der Hauptrolle startete, liegt nahe, ist aber sicherlich nicht gewollt. Denn nach Angaben der

Münchner Produktionsfirma **Hofmann & Voges Entertainment** liegt das Augenmerk hier auf Familienzusammenhalt und kommt - hoffentlich - ohne fleischfressende Pflanzen oder durchgehende Riesenhörner aus.

Die Mandanten des Hamburger Rechtsanwalts **Michael Eberstein** gehen dagegen mit dem Titel „HausArzt - Das GesundheitsMagazin aus Ihrer Praxis“ neue Wege im Bereich Kundenzeitungen.

In Anbetracht des schlechten Wetters auf den Balearen ist es gut, dass die **ARI Media Promotion** erst jetzt das „Mallorca Saison Opening“ starten will. Hoffen wir also, dass auch Mallorca noch ein paar Sonnenstunden bekommt und für uns, auf ein wenig spanischen Regen.(al)

### INHALT

### SEITE

Titelübersicht .....	2
Gutscheine: Verbraucherinteresse überwiegt .....	2
„Kinder“ wieder vor Gericht .....	3
Schweizer Buchpreisbindung gefallen .....	3
Titelschutzanzeigen: <b>29 neue Titel</b> geschützt.....	4-7
Impressum .....	7

## Fehlender Aktualitätsbezug bei Widerruf eines Zeitungsberichts

Ein Jahr nach dem Erscheinungsdatum eines Zeitungsberichts spricht eine Vermutung dafür, dass dem Beitrag jeglicher Aktualitätsbezug fehlt. Der Anspruch auf Widerruf scheidet nach dieser Zeit in der Regel am Erfordernis der „fortgesetzten Rufbeeinträchtigung“. Dies hat das LG Hamburg kürzlich entschieden (AZ: 324 O 507/06 vom 30.03.2007).

Der Bürgermeister einer baltischen Hafenstadt hatte einen deutschen Verlag mehr als 14 Monate nach dem Erscheinen des Beitrags über ihn auf Abdruck eines Widerrufs verklagt - erfolglos. Das Gericht nahm die Klage zum Anlass, um Grundsätzliches zum Aktualitätsbezug des Widerrufsanspruchs zu klären:

Nach Ablauf eines Jahres überwiegt mangels Aktualitätsbezuges das Interesse des Verlages, sich nicht durch Abdruck eines Widerrufs ins Unrecht zu setzen gegenüber dem Interesse des Betroffenen. Die Vermutung des fehlenden Aktualitätsbezugs ist jedoch widerlegbar. Sollte das in Rede stehende Thema auch nach Jahresfrist noch aktuell in der Diskussion sein - woran es in dem

entschiedenen Fall fehlte -, ist die Vermutung widerlegt. Maßgeblicher Zeitpunkt für den Beginn der Jahresfrist ist nicht die Kenntnis des Betroffenen von der Berichterstattung, sondern das Erscheinungsdatum. Denn der Aktualitätsbezug der Berichterstattung schwindet bereits ab diesem Datum.

Zur Wahrung der Rechte des Betroffenen genügt es, binnen Jahresfrist nach Veröffentlichung der Erstmitteilung die Klage auf Widerruf einzureichen. Eine überlange Verfahrensdauer wirkt sich nicht zulasten des Betroffenen aus.

Quelle:

[www.damm-mann.de](http://www.damm-mann.de)



**Jörg F. Smid** ist Partner der Hamburger Kanzlei Damm & Mann, die dieses Urteil für den Verlag erreichen konnte.

## Die 29 neuen Titel dieser Woche

<b>?</b> ?Ost-West?	Die Welt entdecken, die Welt erleben	<b>L</b> LUBE	- Die antike Welt (Bandtitel) - Faszinierende Natur (Bandtitel) - Völker und Kulturen (Bandtitel)
<b>B</b> Brave Mädchen Böse Mädchen	<b>E</b> Echtzeit	<b>M</b> Mallorca Opening Mallorca Saison Opening Manatu - Nur die Wahrheit rettet Dich	
<b>C</b> CrossSeller	<b>G</b> Girlband		
<b>D</b> DAS GEHT MIT LINKS Das rote Pferd Der Große und der kleine Halt der Rechtsanwalts- Sekretätin Der Hirtenjunge und der Wolf Die Geschichte von Hänschen Apfeln Die Königskinder Die Liebesflüsterin	<b>H</b> HausArzt - Das GesundheitsMagazin aus Ihrer Praxis	<b>N</b> New Spaces Noble Life	
	<b>J</b> JOBSTARS - 3 Bewerber - 1 Zukunft	<b>O</b> Ost/West Ost-West	
	<b>K</b> Key Sale Köstliche Kartoffeln	<b>R</b> Reader's Digest Wissens- welt - 1000 Fragen, 1000 Antworten (Serientitel)	

## Die nächste Ausgabe erscheint am

### Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

15.05.2007, Woche 20, Nr. 823  
Anzeigenschluss: 11.05.2007, 10 Uhr

### Der Titelschutz Anzeiger

22.05.2007, Woche 21, Nr. 824  
Anzeigenschluss: 18.05.2007, 10 Uhr

## Verbraucher-Interesse überwiegt: Geschenkgutscheine dürfen nicht verfallen

Der Internetversandhändler **Amazon** darf Geschenkgutscheine nicht mehr nach einem Jahr verfallen lassen. Das Landgericht München gab jetzt einer Unterlassungsklage der **Verbraucherzentrale Baden-Württemberg** statt, wobei noch Rechtsmittel gegen die Entscheidung eingelegt werden können.

Wer in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen von gesetzlichen Bestimmungen

erheblich abweicht, riskiere damit, dass die Bestimmungen nicht mehr verwendet werden dürfen, stellten die Münchner Richter fest. Mit dem Verfall des Gutscheins bzw. des Restguthabens innerhalb eines Jahres ab Ausstellungsdatum würde Amazon von den gesetzlichen Bestimmungen zur Verjährung abweichen. Der Anspruch auf einen Gutschein verjähre erst nach drei Jahren. Der Versandhändler argumentierte dagegen, durch

die lange Verwaltung der Gutscheinkonten und die notwendige Bilanzierung der Gutscheine entstünde ein erheblicher Verwaltungsaufwand, der zeitlich eingeschränkt werden solle.

Diesen Aufwand konnte das Gericht aber nicht sehen. Nachdem ohnehin ein Großteil der Gutscheine innerhalb eines Monats eingelöst würden, sei ein unzumutbarer Aufwand nicht ersichtlich. Es gehe nicht an, dass Ama-

zon einerseits Zinsen aus den noch nicht eingelösten Beträgen ziehen könne und andererseits dann von den verfallenen Beträgen profitiere. Somit überwiegen daher die Interessen der Verbraucher an einer möglichst langen Gültigkeit der Gutscheine.(al)

**Landgericht München I  
Urteil vom 05.04.2007  
AZ: 12 O 22084/06**

## „Kinder“ wieder vor Gericht Ferrero wird erneut Kindermarken vor dem BGH verteidigen

In einem erbitterten Kampf um die Markenrechte an dem Begriff „Kinder“ haben die beiden Süßwarengiganten **Ferrero** und **Haribo** eine weitere Runde eingeleitet. „Kinder Kram“ will Haribo ein Produkt nennen, Ferrero fordert immer noch Unterlassung. „Kinderzeit“ soll ein Milchdessert heißen, auch dagegen prozessiert Ferrero. Erneut wird deshalb der Bundesgerichtshof (BGH) zum Thema „Kinder“ entscheiden.

Für den 6. Juni 2007 sind zwei Verhandlungen angesetzt, die das sensible Schokoladenthema damit wieder in die Öffentlichkeit katapultieren. Bereits im Jahr 2003 hatte Ferrero vor dem höchsten deutschen Gericht im Fall „Kinder Kram“ eine bittere Niederlage erlitten. Damals hatten die BGH-Richter dem Wortbestandteil „Kinder“

für Schokolade, gegenüber der angegriffenen Bezeichnung „Kinder Kram“, entgegen der Vorinstanz, keinen Markenschutz gewährt, die Sache aber zurückgewiesen. Seitdem steht fest: Für Schokoladenwaren ist der Begriff „Kinder“ rein beschreibend und ohne Unterscheidungskraft.

### Schutz für Allerweltsbegriff als Stammbestandteil einer Zeichenserie?

Aufgeklärt werden sollte, ob ein Markenschutz für den Begriff Kinder als Stammbestandteil einer Zeichenserie existiert oder nicht. Die hierfür nötige Verkehrsdurchsetzung konnte das zum zweiten Mal mit dem Fall befasste OLG Köln (Entscheidung vom 22.12.2004 - 6 U 51/00) nicht erkennen.

Die OLG-Richter entschied

den jetzt, entgegen ihres ersten Spruchs, dass Ferrero nicht aus seinen „Kinder“-Marken gegen die Marke „Kinder Kram“ für Süßwaren vorgehen kann. Ein Unterlassungsanspruch wegen der markenrechtlichen Verwechslungsgefahr bestehe nicht. Die dafür erforderliche Ähnlichkeit der Marken sei nicht gegeben. Der Wortbestandteil „Kinder“ könne die Klagemarken nicht prägen, da er für sich genommen schutzunfähig sei. Vor dem BGH steht diese Entscheidung nun erneut auf dem Prüfstand (Az: I ZR 6/05).

### Kinderzeit gesellt sich zu Kinder Kram

Die Anstrengungen des Schokoladenherstellers im Kampf um seine Kindermarken sind enorm. Auch der Fall „Kinderzeit“ hat über Hamburger Gerichte (OLG Hamburg – Entschei-

dung vom 4.6.2004 - 5 U 123/03) eine Karriere bis zum BGH (Az: I ZR 94/04) hingelegt. Die Hamburger Richter legten die erste Kinder-Kram-Entscheidung des BGH zugrunde verneinten die Verwechslungsgefahr, allenfalls käme ein Serienzeichen „Kinder“ in Frage. Danach könnte Ferrero die Unterlassung für „Kinderzeit“ nicht verlangen.

Anders als das OLG Köln meinten die Hamburger Richter, der Wortbestandteil „Kinder“ sei verkehrsdurchgesetzt. Dies begründe aber nur eine durchschnittliche Kennzeichnungskraft. Erforderlich sei angesichts der nicht sehr ausgeprägten Warenähnlichkeit aber eine gesteigerte Kennzeichnungskraft.

**Quelle:**  
[markenbusiness.de](http://markenbusiness.de)

## Schweizer Buchpreisbindung ist gefallen - Bundesrat lehnt Ausnahmeregelung ab

Der Schweizer Bundesrat hat in der vergangenen Woche die Preisbindung für Bücher in der deutschsprachigen Schweiz abgelehnt. Er verweigerte damit die Ausnahmeregelung aus übergeordneten Gründen im Hinblick auf Art. 8 des schweizerischen Kartellgesetzes. Das Ausnahmegesuch für den Erhalt der Buchpreisbindung war dem Bundesrat vom **SBVV** (Schweizerischer Buchhändler- und Verleger-Verband) gemeinsam mit dem **Börsenverein des Deutschen Buchhan-**

**dels** vorgelegt worden. Der Sammelrevers, die Grundlage für die Preisbindung in der deutschsprachigen Schweiz, verliert damit, laut einer Mitteilung des Börsenvereins, seine Gültigkeit.

Die Buchpreisbindung in Deutschland und Österreich ist aber zur Zeit nicht in Gefahr. Auch bei Buchimporten aus der Schweiz nach Deutschland wird sich, nach Aussage des Börsenvereins, nichts ändern. Für **Dr. Gottfried Honnefelder**, Vorsteher des **Börsenver-**

**eins**, ist die Entscheidung des Schweizer Bundesrats kulturpolitisch ein falsches Signal.

„Die Frage ist, ob sich nicht bereits kurzfristig im gewachsenen buchhändlerischen Austausch zwischen Deutschland, Österreich und der Schweiz die Marktbedingungen für deutschsprachige Bücher zum Nachteil entwickeln. Der Börsenverein hofft deshalb auf eine gesetzliche Regelung für die Schweiz in den nächsten Monaten“, erläutert Honnefelder. Die

Hoffnung liegt zur Zeit auf einem Preisbindungsgesetz, wie in Deutschland und Österreich. Laut Auskunft des **SBVV** laufen parlamentarische Arbeiten an einer gesetzlichen Regelung der schweizer Buchpreise, die bereits vom Nationalrat im Dezember des vergangenen Jahres mit großer Mehrheit verlangt wurde. (al)

**Näheres unter:**  
[www.swissbooks.ch](http://www.swissbooks.ch) und  
[www.boersenverein.de](http://www.boersenverein.de)

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

### **Manatu - Nur die Wahrheit rettet Dich**

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

### **CrossSeller**

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,  
Stephanienstraße 19, 40211 Düsseldorf**

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

### **HausArzt - Das GesundheitsMagazin aus Ihrer Praxis**

in allen Schreibweisen und grafischen und farblichen Gestaltungsformen, Zusammensetzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen und Abkürzungen für alle Medien, insbesondere Zeitschriften, Broschüren und sonstige Druckerzeugnisse, und sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Online-Diensten.

**Rechtsanwalt Michael Eberstein,  
Kösterbergstraße 10, 22587 Hamburg**

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

### **Die Königskinder Echtzeit**

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

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

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

### **Das rote Pferd Brave Mädchen Böse Mädchen Mallorca Saison Opening Mallorca Opening**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wort- und Zahlenverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton-, Bild- und Bildtonträger, Tonträgerpromotion, Film-, Hörfunk-, Software-, Off- und Online-Dienste und -Produkte, Internet, CD-ROM, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige andere audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Bücher, sowie Printmedien und Druckerzeugnisse, sowie Veranstaltungen, Dienstleistungen und Merchandising-erzeugnisse aller Art.

**ARI Media Promotion,  
Neumühle 31, 41812 Erkelenz**

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

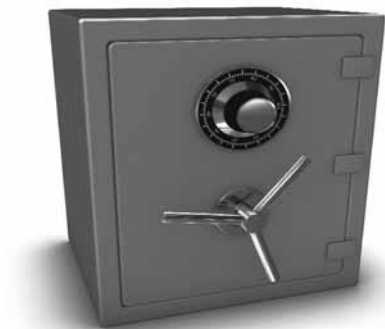
### **Giriband**

in allen möglichen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien (insbesondere Mediendienste) und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (insbesondere Internet), sonstige audio und 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 aller Art, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art und Domainbezeichnungen in elektronischen Netzwerken.

**Rechtsanwälte Kamin + Wilke,  
Dorotheenstraße 54, 22301 Hamburg**

# Die Neue!

## RED BOX 2007



connecting creative professionals  *Red Box*

Die neue *Red Box* erscheint im zweiten Quartal 2007.

Bestellen Sie die *Red Box* 2007 zum Preis von 89,00 Euro (inkl. USt., zzgl. Versandkosten)  
inkl. Zugang zur Online-Datenbank.

Seit 1970 ist *Red Box* das renommierte Nachschlagewerk der  
Werbe- und Kommunikationsbranche.

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

### LUBE

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

**FROMM MAURER,  
Fischtorplatz 20, 55116 Mainz**

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

### Key Sale

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Printmedien, elektronische und digitale Medien, Online-Diensten und Internet-Seiten.

**Bergmann Verlag GmbH,  
Gotthardtstraße 105, 80689 München**

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

### Noble Life

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Wortverbindungen, Kombinationen, Zusammensetzungen, mit und ohne Bindestrich, für alle Medien, insbesondere Printmedien, Verkaufskataloge, Verlagsprodukte und/oder elektronische Medien, Hörfunk, Filmwerke, Online-Dienste, sowie für Bild-, Ton- und Datenträger, werbende und redaktionelle Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Patentanwälte Weber - Seiffert - Lieke,  
Tanusstraße 5 a, 65183 Wiesbaden**

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

### JOBSTARS - 3 Bewerber - 1 Zukunft Die Liebesflüsterin

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

**ProSieben Television GmbH,  
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

### Köstliche Kartoffeln Die Welt entdecken, die Welt erleben Der Hirtenjunge und der Wolf Die Geschichte von Hänschen Apfeln

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, 15 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

### Reader's Digest Wissenswelt - 1000 Fragen, 1000 Antworten (Serientitel) - Faszinierende Natur (Bandtitel) - Die antike Welt (Bandtitel) - Völker und Kulturen (Bandtitel)

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

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

Über 47.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter  
**[www.titelschutzanzeiger.de](http://www.titelschutzanzeiger.de)**

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

## New Spaces

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Hoffmann und Campe Verlag GmbH,  
Harvestehuder Weg 42, 20149 Hamburg

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

## Der Große und der kleine Halt der Rechtsanwalts-Sekretätin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

FM-Verlag Konstanz Halt,  
Rotdornweg 9, 26532 Großbeide

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

## DAS GEHT MIT LINKS

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen und Kombinationen, für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Datenträger aller Art und elektronische Medien.

Becker & Müller Patentanwälte,  
Turmstraße 22, 40878 Ratingen

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

## Ost/West Ost-West ?Ost-West?

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

TV Media Medienmanagement GmbH,  
Kolpingstraße 3, 85560 Ebersberg

### Impressum:

#### DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG  
Nebendahlstr. 16  
22041 Hamburg  
Fon: (040) 609 009 - 0  
Fax: (040) 609 009 - 66  
titelschutz-anzeiger@presse-fachverlag.de  
www.titelschutzanzeiger.de

Verleger: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) PS  
Redaktion/Anzeigen  
verantwortlich: Angela Lautenschläger (AL), -61

Redaktion: Ralf Deppe (RD), -80  
Titelschutzanzeigen: Angela Lautenschläger (AL), -61  
Geschäftsanzeigen: Manuela Busche, -51

Druckauflage: 3.400  
Verbreitete Auflage: 3.100  
Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)

Der Titelschutz Anzeiger  
mit Software Titel: monatlich  
Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare,  
Geschäftsführer und Entscheider in  
Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten,  
Produzenten von audiovisuellen,  
digitalen und elektronischen Medien  
(Film, Fernsehen, Video, Tonträger,  
Software).

Bezugspreis: Für Empfänger aus dem o.g.  
Verkehrskreis kostenlos.  
p.a. 80,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.  
(Ausland: zzgl. Versandkosten)

Preis Titelschutzanzeige: Standard mit einem Titel 150,- Euro  
jeder weitere Titel innerhalb einer  
Anzeige plus 35,- Euro jeweils zzgl. USt.

Anzeigenschluss: jeweils Freitag, 10 Uhr  
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 8  
vom 1.1.2003

Bankverbindungen: Hamburger Sparkasse,  
Kto. 1105 212 649,  
BLZ 200 505 50  
Handelsregister HRA 96 228,  
Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH,  
Kösliner Weg 20, 22850 Norderstedt

© 2007 Presse Fachverlag, Hamburg.

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

# FAX-NACHRICHT FÜR DEN PRESSE-FACHVERLAG

**TELEFAX: 040/609 009 – 66**

<b>VON:</b>	<b>FIRMA:</b>	_____
	<b>NAME:</b>	_____
	<b>ANSCHRIFT:</b>	_____
		_____
	<b>TELEFON:</b>	<b>FAX:</b>
		_____
	<b>E-MAIL:</b>	_____

## 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:** \_\_\_\_\_