

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Schatzsuche, Klönschnack und Stimmungslieder

Die Medientitel dieser Woche zielen klar auf Unterhaltung und Gesundheit. Während **SAT.1** in heimischen Gefilden einem „Ostseeschatz“ nachjagt, wagt sich **ProSieben** an die Verfilmung der „Schatzinsel“ nach dem bekannten Roman von Robert Louis Stevenson. Die abenteuerliche Geschichte um den jungen Jim Hawkins und seinen Gegenspieler Long John Silver bietet einiges Potenzial. Das ZDF hatte den Stoff für das deutsche Publikum zuletzt Mitte der sechziger Jahre mit großem Erfolg verfilmt.

Wer sich jetzt mit Wehmut an den jungen Michael André als Jim Hawkins erinnert, ist auf dem sicheren Weg in die Zielgruppe der Best-Ager. Doch keine Sorge, die Zeiten ändern sich. Ab 50 wird man erst richtig interessant für die Medien. Der Freiburger

Promo Verlag sorgt fürs „aktiv leben 50PLUS“ und auch der **Heel Verlag** macht sich Gedanken um die „Silver Generation“. Beim **NDR** ist „Klönschnack“ angesagt und die Münchner **montanamedia GmbH** präsentiert den „Grand Prix“ und die „Superhitparade der Stimmungslieder“.

Doch wer noch immer glaubt ältere Menschen interessierten sich nur noch für Venensalbe und Osteoporose-Vorsorge, der irrt gewaltig. Noch nie war die Gruppe der Best-Ager so aktiv, konsumfreudig und offen für Neues. Also auf zum „Tausch Rausch“ bei der Berliner **Life Entertainment GmbH** oder zu den neuen Möglichkeiten einer „Happy Freizeit“-Gestaltung bei der **Tusan Press** in Rheinmünster. (al)

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Internethandel: BGH äußert sich zu Preisangaben	2
Titelstreit: INVIVO startet erst im Februar	3
Titelschutzanzeigen: 45 neue Titel geschützt.....	4-7
Impressum	7

rbb: Neuer Direktor Recht und Unternehmensentwicklung

Am 1. November wird der Rundfunkrat des **rbb** (Rundfunk Berlin-Brandenburg) neue Direktoren für die zweite Amtszeit von Intendantin **Dagmar Reim** wählen.



Bild: RBB/Hanna Lippmann

Dr. Reinhart Binder (50) wurde jetzt von der Intendantin für den Führungsposten der neuen Direktion

Recht und Unternehmensentwicklung vorgeschlagen. Binder ist zur Zeit Leiter der Intendantur und Justitiar des rbb.

Laut Mitteilung des Senders, sollen seine künftigen Aufgaben nicht nur in der Leitung der Rechtsabteilung liegen. Binder wird zudem sein besonderes Augenmerk auf die mit der Digitalisierung verbundenen Strukturveränderungen, insbesondere das Zusammenwachsen der beiden Programmdirektionen richten. (al)

E.ON verliert gegen Yello Strom

Stromversorger **E.ON** darf nicht mehr mit dem Slogan „Gelb - nicht wirklich günstiger“ werben. Verwendet wurde diese Werbeaussage bei einem Preisvergleich mit dem Konkurrenten **Yello Strom** im Rahmen einer Kundenwerbung. Das Landgericht Potsdam ließ die Werbung auf Antrag von Yello Strom verbieten. Das OLG Brandenburg bestätigte nun das Urteil. Die Werbeaussa-

ge sei in ihrer Verallgemeinerung unzutreffend. Die auf dem Flyer angegebenen Preise seien zwar korrekt gewesen. Aber E.ON hätte dabei verschwiegen, dass in einem bestimmten Bereich des Jahresstromverbrauchs der Konkurrent Yello Strom günstiger sei. (al)

**OLG Brandenburg
Urteil vom 25.09.2007
AZ: 6 U /6/07**

Die 45 neuen Titel dieser Woche

<p>A</p> <p>aktiv leben 50PLUS aktiv leben PLANET 50PLUS</p> <p>D</p> <p>Das Geheimnis alternativer Medizin Das Kölner Buch der Religionen Der Hotel Inspektor Di Tietjen + Dibaba Diabetes-Zeitung Die Abzocker - Das sind ihre Tricks! Die Jäger des Ostsee-Schatzes Die Lebensnahrung Die Schatzinsel Die Tietjen + Dibaba</p>	<p>F</p> <p>FAB 24 Stunden Berlin Frag den Lippe</p> <p>G</p> <p>Generation Silver Grand Prix der Stimmungslieder</p> <p>H</p> <p>Happy Freizeit</p> <p>K</p> <p>Klönchnack Kongress für Glaube und Gesundheit Krebs vorbeugen und bekämpfen Krone der Stimmungslieder</p> <p>L</p> <p>Lebensnahrung LebensZeichen</p>	<p>M</p> <p>mediora Meine erste Liebe Meine Freizeit</p> <p>O</p> <p>Oktoberfest - Lieder Online Aktuell</p> <p>Q</p> <p>Quizexpress quizexpress QuizExpress quiz-express Quiz-Express</p> <p>R</p> <p>renal innovation</p> <p>S</p> <p>selfbusiness Sevener Silver Generation So liebt die Welt Straight Selling</p>	<p>Superhitparade der Stimmungslieder</p> <p>T</p> <p>TAUSCH RAUSCH TV WIN</p> <p>W</p> <p>Werden Sie spannend!</p>
---	---	--	---

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

16.10.2007, Woche 42, Nr. 845
Anzeigenschluss: 12.10.2007, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

23.10.2007, Woche 43, Nr. 846
Anzeigenschluss: 19.10.2007, 10 Uhr

BGH äußert sich zu Preisangaben im Internethandel

Auch Internetversandhändler sind laut Preisangabenverordnung verpflichtet, zusätzlich zum Endpreis der Ware, Angaben zur Umsatzsteuer und zu Liefer- und Versandkosten zu machen. Diese Angaben sollten dem Angebot deutlich zuzuordnen sein. In diesem Fall hatte ein Händler seinen Internetauftritt so gestaltet, dass die Angaben zu Umsatzsteuer und Versandkosten weder auf der Produkt-

seite, noch bei den näheren Beschreibungen zu dem jeweiligen Produkt zu finden waren. Erst beim „Einlegen in den Warenkorb“ oder beim anklicken der Allgemeinen Geschäftsbedingungen konnte sich der Kunde schlau machen.

Ein klarer Verstoß gegen die Preisangabenverordnung, urteilten sowohl Landgericht als auch Oberlandesgericht Hamburg. Der Bundes-

gerichtshof bestätigte jetzt die Urteile der Vorinstanzen: Der Internetauftritt habe nicht den gesetzlichen Anforderungen entsprochen. Er widersprach aber der Auffassung, die zusätzlichen Hinweise müssten auf derselben Internetseite stehen, auf der auch die Ware angeboten und der Preis genannt werde. Dem Internetnutzer sei bekannt, dass im Versandhandel neben dem Endpreis üblicherweise

Liefer- und Versandkosten anfielen. Es genüge daher, wenn die fraglichen Informationen leicht erkennbar und gut wahrnehmbar auf einer gesonderten Seite angegeben würden. Der Nutzer müsse sie allerdings noch vor Einleitung des Bestellvorganges aufrufen können. (al)

BGH vom 4.10.2007
AZ: I ZR 143/04

Streit um AdWords beigelegt US-Unternehmen zieht Klage zurück

Seit vier Jahren streiten **Google** und das amerikanische Ausstattungsunternehmen **American Blinds & Wallpaper Factory** wegen Markenrechtsverletzung durch AdWords. Jetzt gab die Firma nach und zog ihre Klage gegen die Suchmaschine zurück. Wie The Register berichtet, muss Google nach der getroffenen Vereinbarung weder zahlen, noch seine AdWord-Praxis ändern. Die Einigung kann deshalb als Sieg für die Suchmaschine verbucht werden.

So wie andere Unternehmen, die Google wegen seiner Werbepaxis bereits verklagten, warf auch American Blinds & Wallpaper Factory der Suchmaschine vor, mit dem Verkauf von Schlüsselwörtern für Werbeanzeigen Markenrechte zu verletzen. Gab ein Nutzer bestimmte Suchwörter mit dem Namen des Ausstattungsunternehmens ein, erschien in dem Feld „Anzeigen“ Werbung von Konkurrenten. Die werbetreibenden Unternehmen zahlen pro Userklick auf den

Werbeklick einen bestimmten Betrag an Google. So erzielt die Suchmaschine einen Großteil ihrer Umsätze.

In Amerika scheiterten der Versicherer Geico und die Computer-Reparaturfirma Rescuecom mit dem Versuch, Google wegen seiner AdWord-Werbung zu verklagen. Die Fluglinie American Airlines reichte im vergangenen Monat Klage ein. Während für Google die Aussichten in Amerika eher gut stehen, verlor die Suchma-

schine in Frankreich gleich zwei Verfahren. Sowohl die Hotelkette Le Meridien, wie auch die Luxusmarke Louis Vuitton waren dort mit ihren Klagen erfolgreich.

Quelle:
markenbusiness.de

Titelstreit: INVIVO startet erst im Februar

Noch im Oktober wollte die **ProScript Medien Gesellschaft** ihr neues Lifestyle-Magazin INVIVO auf den Markt bringen. Doch die Erstausgabe muss nun auf das nächste Jahr verschoben werden. Der Grund ist eine Titelauseinandersetzung mit einem Mitbewerber im Markt.

„Ein Verlag sieht eines seiner Produkte in der Verknüpfung von Titel und Zielgruppe einer Verwechslungsgefahr ausgesetzt“ erläutert Verlagsgeschäftsführer und Herausgeber Heiko Heinen.

Für ihn ist dieser Vorwurf völlig unbegründet. „Aber es zeigt uns, dass unser Titel im Markt bereits angekommen ist und als Mitbewerber empfunden wird“. Der Verlag strebt jetzt eine einvernehmliche Regelung an.

Zielgruppe von **INVIVO** sollen die gut situierten 50- bis 65-Jährigen sein. 80.000 Haushalte dieser „Best-Ager“ sollen direkt mit einem kostenlosen Exemplar der Zeitschrift beliefert werden. 20.000 Hefte werden über den Einzelhandel vertrieben. (al)

Kölner Tage zum Urheber- und Medienrecht

Der Verlag Dr. Otto Schmidt KG veranstaltet am 22. und 23. November die ersten Kölner Tage im Bereich „Urheber- und Medienrecht“.

Experten aus Praxis und Lehre sollen Juristen und Medienschaffenden einen Überblick über die aktuellen Entwicklungen und Tendenzen in der Rechtsprechung und Gesetzgebung vermitteln. Natürlich bieten sich hier auch Gelegenheiten zu Kommunikation und Diskussion. Berichtet wird über „Neues“ aus Karlsruhe (BGH), Berlin („Zweiter

Korb“ der Urheberrechtsreform) und aus Brüssel. Die Tagungsleitung übernehmen **Prof. Dr. Karl-Nikolaus Peifer**, Institut für Medienrecht und Kommunikationsrecht der Universität Köln, **Prof. Dr. Thomas Hoeren**, Institut für Informations-, TK- und Medienrecht der Universität Münster und die „Praktiker“ **Dr. Manfred Hecker** und **Dr. Ingo Jung** von der Kölner Kanzlei CBH Rechtsanwälte.

Information zur Teilnahme gibt es unter: www.otto-schmidt.de. (al)

Top News aus Werbung,
Marketing und Medien

www.new-business.de

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

Klönschnack

in allen Schreibweisen für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film und Internet.

**NORDDEUTSCHER RUNDFUNK,
Rothenbaumchaussee 132, 20149 Hamburg**

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

Happy Freizeit

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Tusan Press,
Winnipeg Avenue B112, 77836 Rheinmünster**

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

Grand Prix der Stimmungslieder Krone der Stimmungslieder Superhitparade der Stimmungslieder Oktoberfest - Lieder

in allen Kombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, Schreibweisen, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle Medien, Bild-, Ton-, Bild/Ton- und Datenträger aller Art, Offline- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien, Domain-Bezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, Merchandising sowie öffentliche Veranstaltungen und Dienstleistungen.

**montanamedia GmbH,
Königinstraße 121, 80802 München**

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

Frag den Lippe

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen in allen Medien, einschließlich Tonträgern, Bildtonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, sowie alle elektronische Medien, insbesondere auch Online- und Offline-Dienste (z.B. Internet), Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, insbesondere auch CD-ROM, CD-I und DVD sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**MTV Networks Germany GmbH,
Stralauer Allee 7, 10245 Berlin**

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

Der Hotel Inspektor So liebt die Welt Meine erste Liebe

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 Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet, sowie öffentliche Veranstaltungen.

**gut.tut.gut. productions GmbH,
Kloster Schäftlarn 8, 82067 Kloster Schäftlarn**

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

Di Tietjen + Dibaba Die Tietjen + Dibaba QuizExpress Quiz-Express Quizexpress quizexpress quiz-express

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

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

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

renal innovation

in jeder Schreibweise, Darstellungsform, Wortverbindung und Kombination zur Verwendung in allen Medien, print und nonprint, online und offline, als Einzel- und Reihentitel, sowie für Dienstleistungen und Veranstaltungen.

**RA Berthold Wesle,
Amalienstraße 67, 80799 München**

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

TAUSCH RAUSCH

in allen möglichen Kombinationen und Schreibweisen, Schrift- und Darstellungsformen, Wortverbindungen und Titelkombinationen für Print und alle Medien.

**Life Entertainment GmbH,
Kurfürstendamm 62, 10707 Berlin**

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

Sevener

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen als Einzel- oder Reihentitel für Druckschriften und Printmedien, insbesondere Zeitungen und Zeitschriften, sowie digitale Medien, insbesondere Online-Medien, sowie Bild-, Ton- und Datenträger, insbesondere auch CD-ROM, DVD und CD-I.

**Taylor Wessing,
Am Sandtorkai 41, 20457 Hamburg**

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

Die Schatzinsel

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 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für einen unserer Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Straight Selling Werden Sie spannend! selfbusiness

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Fritz & Brandenburg Patentanwälte,
Im Mediapark 4d, 50670 Köln**

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

Meine Freizeit

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen für Medien, insbesondere Printmedien und/oder elektronische Medien, Hörfunk, Film und Netzwerke, Online-Dienste sowie für Bild-, Ton- und Datenträger.

**Rechtsanwälte + Notare Bergmann & Merzbach,
Marburger Straße 10, 10789 Berlin**

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

LebensZeichen

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen für Ton-, Daten-, Bildträger, Bücher, periodische Druckschriften und/oder andere Publikationen, sowie elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Dienste, Werbe-Medien.

**Busse & Busse Patent- und Rechtsanwälte,
Großhandelsring 6, 49084 Osnabrück**

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

TV WIN

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Kürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, Untertiteln und Zusammensetzungen für Druckereierzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Fernsehen.

**Fischer & Partner Rechtsanwälte,
Hohenstaufenring 55, 50674 Köln**

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

**mediora
Kongress für Glaube und Gesundheit**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film und Internet.

**Allensbacher Präventionszentrum, Dr. Kirsten Schnack,
Hirschweg 15, 78476 Allensbach**

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

**aktiv leben 50PLUS
aktiv leben PLANET 50PLUS**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse und elektronische Medien.

**Promo Verlag GmbH,
Humboldtstraße 2, 79098 Freiburg**

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

Online Aktuell

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

**FPS Fritze Paul Seelig,
Königsallee 62, 40212 Düsseldorf**

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

Diabetes-Zeitung

in allen Schreibweisen, sämtlichen Darstellungsformen, Schriftarten, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Domain-Bezeichnungen, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offlinedienste).

**Bringer & Jäger Rechtsanwälte,
Neuenheimer Landstraße 20, 69120 Heidelberg**

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

**30 Minuten für ein gesundes Herz
Das Geheimnis alternativer Medizin
Krebs vorbeugen und bekämpfen**

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

**Die Lebensnahrung
Lebensnahrung**

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Bild-, Ton-, Bild-/Ton- und Datenträger, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige tonische Medien und Netzwerke einschließlich Off-line- und On-Line-Diensten.

**Rechtsanwalt Matthias Gail, Rechtsanwälte Gail & Rödl,
Carl-Zeiss-Straße 3, 60388 Frankfurt a. Main**



+ 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

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

**FAB 24 Stunden Berlin
24 Stunden Berlin**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Event TV Fernsehproduktion GmbH,
Hardenbergplatz 2, 10623 Berlin**

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

**Das Kölner Buch der Religionen
Religionsgemeinschaften in Köln - Religionen in Köln**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Günther Ortmann,
Broicherstraße 18, 51429 Bergisch Gladbach**

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

**Silver Generation
Generation Silver**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen und graphischen Darstellungen, für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, elektronische und digitale Medien.

**Heel Verlag GmbH,
Gut Pottscheidt, 53639 Königswinter**

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

**Die Jäger des Ostsee-Schatzes
Die Abzocker - Das sind ihre Tricks!**

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**

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

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: _____