

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

„Golden Toast“ erhält keinen EU-Markenschutz



Das Europäische Gericht hat eine Klage der Düsseldorfer **Arbeitsgemeinschaft Golden Toast e.V.** zur Anmeldung der Gemeinschaftsmarke „Golden Toast“ abgewiesen. Das **HABM (Harmonisierungsamt für den Binnenmarkt)** mit Sitz im spanischen Alicante hatte die Eintragung der EU-Marke mit der Begründung zurückgewiesen, die Marke „Golden Toast“ sei für die betroffenen Waren beschreibend und habe keine Unterscheidungskraft.

Die sechste Kammer des Europäischen Gerichts schloss sich nun der Argumentation der HABM-Markenprüfer an. Der Ausdruck „Golden Toast“ gebe aus der Sicht eines allgemeinen Publikums, das Englischkenntnisse habe und normal verständig sei, eine Eigenschaft der fraglichen Waren an,

d.h. dass diese „zum Toasten geeignet“ seien und dass das Endprodukt golden sei, also „genau richtig gebräunt“. Der Einwand, dass das Wortzeichen „Golden Toast“ vom deutschen Publikum als Hinweis auf die betriebliche Herkunft der genannten Produkte wahrgenommen werde, reiche nicht aus.

Die Arbeitsgemeinschaft Golden Toast e.V. (www.goldentoast.de) ist Inhaber zahlreicher deutscher „Golden Toast“ Marken. Berechtigte Lizenznehmer der Arbeitsgemeinschaft sind die Lieken Brot- und Backwaren GmbH sowie weitere zur Lieken-Gruppe (www.lieken.de) gehörende Gesellschaften.

**Gerichtshof der Europäischen Union
Urteil vom 19.05.2010
AZ: T-163/08**

DLA Piper eröffnet neues Büro in Istanbul

Zum 1. Juni schließen sich die Anwälte der türkischen Sozietät **Yüksel-KarkınKüçük Attorney Partnership (YKK)** dem internationalen Kanzlei-Netzwerk **DLA Piper** an. Die türkische Rechtsanwaltskammer hat, laut einer Mitteilung von DLA Piper, die Genehmigung bereits erteilt. YKK (www.yukselkarkinkucuk.av.tr) besteht

aus sechs Partnern und 46 anwaltlichen Mitarbeitern, die neben den klassischen wirtschaftsrechtlichen Beratungsfeldern auch im Wettbewerbs- und Kartellrecht sowie im Bereich Geistiges Eigentum, Medien und Telekommunikation beraten. DLA Piper International LLP (www.dlapiper.com) wird damit über 68 Büros in 30 Ländern verfügen. (al)

Taylor Wessing verstärkt sich im Bereich Life Science & Healthcare

Dr. Manja Epping ist zum Anfang Mai in das Münchener Büro der Kanzlei **Taylor Wessing** (www.taylorwessing.com) gewechselt.

Dr. Epping berät nationale und internationale Pharma- und Biotechunternehmen

sowie Lebensmittelproduzenten an der Schnittstelle zwischen Gewerblichen Rechtsschutz und öffentlichem Recht. Die 42-Jährige leitete zuvor den IP/IT-Bereich der internationalen Kanzlei Ashurst in Deutschland. (al)

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
BGH-Leitsatzentscheidung zur Bildberichterstattung	3
OLG Köln: Karneval kein rechtlicher Freibrief	3
Verbraucherzentralen mahnen „FCKW“-Werbung ab.....	3
Titelschutzanzeigen: 51 neue Titel geschützt.....	4-7
Impressum	7

Die 51 neuen Titel dieser Woche

B	F	N	WIR SIND BERLIN
Bausteine interaktiv	Forever Young:	NEPTUN Kids	Wir sind Berlin
Bela Kiss	Kultautos total		
D	Futurum - das Magazin	P	Z
DAS IST BERLIN	Futurum. Das Magazin	PINK	Zufriedenheitsbefragung
Das ist Berlin	G	R	Benchmark
Das Rallye-Abenteuer	GUTES RECHT	RIC cooks for Kids - Silent	Zufriedenheitsbefragung
der Ludolfs	H	S	Beratung
Das unendliche Mysteri-	Havel-Radio	salonmagazin	Zufriedenheitsbefragung
um der Liebe ... und ich	Havel-Radiowelle	SANITAS regional	classic
weiss, dass ich nichts	Havel-Welle	Service Bonus-Buch	Zufriedenheitsbefragung
weiss, Sokrates	K	Silver Stars - Das Beste	Nebenkosten
DATEV Stundenerfassung	Kids cook for Kids - Silent	kommt zum Schluß	Zufriedenheitsbefragung
und Zuschlagsermittlung	Kochende Höfe	SKG-Lovetraining	Zusatzauswertungen
DATEV Testcenter online	Kochende Wasser	Stadtmarken-Monitor	
DAZ GRIP	Kochende Welten	SUBSTANZ	
DAZ HYBRID	L	T	
Die Visionen des	Lebens-Sackgasse!	Training4Love	
Nostradamus 2011	Lena - Mit „Satellite“	U	
E	zu den Sternen	Ursprünglich	
EIN HERZ UND	Lovetraining	W	
EINE HAUBE	M	Wenn möglich bitte wenden!	
EINE HALBE	Mobility 2.0	Werkallee	
EWIGKEIT			
Einfach			

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

15.06.2010, Woche 24, Nr. 977
Anzeigenschluss: 11.06.2010, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

06.07.2010, Woche 27, Nr. 980
Anzeigenschluss: 02.07.2010, 10 Uhr



FÜR FRÜHAUFSTEHER

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

WWW.TITELSCHUTZANZEIGER.DE

BGH-Leitsatzentscheidung zur Bildberichterstattung

Der **Bundesgerichtshof** hat in einem jetzt veröffentlichten Urteil entschieden, dass die Bildberichterstattung über ein zeitgeschichtliches Ereignis auch dann zulässig sein kann, wenn einzelne Aussagen der Wortberichterstattung für unzulässig erklärt worden sind.

In diesem Fall ging es um eine Auseinandersetzung der Fürstenfamilie von Monaco und dem **Heinrich Bauer Verlag**. Der Verlag hatte am 12.10.2006 in der inzwischen eingestellten Zeitschrift „Revue“ über die monegasische **Prinzessin Charlotte** berichtet. Die Reportage war mit drei

Fotos bebildert. So war die Prinzessin anlässlich der Amtseinführung von Prinz Albert 2005, auf einem Ball im Jahr 2006 und bei einem Gala-Diner der Stiftung Claude Pompidou mit ihrem Freund abgebildet.

In der Berufung verneinte das Berliner Kammergericht das Vorliegen eines zeitgeschichtlichen Ereignisses und stellte fest, dass die Veröffentlichung der Fotos das Recht der Klägerin am eigenen Bild verletze. Die Berichterstattung ließe keinen Beitrag zur öffentlichen Meinungsbildung erkennen, so das Kammergericht.

Die Karlsruher Richter kamen zu einem anderen Ergebnis. Die beanstandeten Fotos seien durchaus Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte, heißt es in der Urteilsbegründung. Der dafür maßgebende Begriff des Zeitgeschehens umfasse alle Fragen von allgemeinem gesellschaftlichem Interesse. Dazu gehörten auch gesellschaftliche Ereignisse wie die Amtseinführung von Prinz Albert, der Rosenball in Monaco und das Gala-Diner der Stiftung Claude Pompidou.

Dass der beklagte Verlag in einem anderen Rechtsstreit rechtskräftig zur Unterlas-

sung einzelner Aussagen der zugehörigen Wortberichterstattung über die persönlichen Verhältnisse der Klägerin verurteilt worden sei, stünde der Zulässigkeit der Bildberichterstattung nicht entgegen. Denn diese Verurteilung betreffe nicht die Berichterstattung über das Ereignis als solches und die dabei erschienenen Personen. Die Veröffentlichung von älteren „kontextneutralen“ Fotos sei ebenfalls rechtlich unbedenklich, so der BGH. (al)

Bundesgerichtshof
Urteil vom 13.04.2010
AZ: VI ZR 125/08

Karneval kein rechtlicher Freibrief - „Bläck Fööss“ setzen sich durch

Der 6. Zivilsenat des **OLG Köln** hat Ende Mai die Berufung eines Kölner Kostümhändlers zurückgewiesen, der im Dezember letzten Jahres zur Zahlung von Schadenersatz in Höhe von 10.961,28 Euro verurteilt worden war. Die Firma hatte im Januar 2009 in einer Zeitungsanzeige mit dem Slogan „**Karneval ohne Kostüm ist wie Bläck ohne Fööss**“ für ihre Produkte geworben, ohne dass eine Zustimmung der Musiker vorlag.

Das OLG Köln bestätigte nun die Auffassung des Landgerichts, wonach eine unbefugte Verwertung des Namens der kölschen Musikgruppe zu Werbezwecken vorlag. Dies sei als Eingriff in das Persön-

lichkeitsrecht durch Zahlung einer angemessenen Lizenzgebühr auszugleichen. Mit der Abwandlung des im Rheinland fast allgemein bekannten Namens der „Bläck Fööss“ habe der Werbetext zugleich für die angebotenen Kostüme Aufmerksamkeit erzeugen und hierbei das positive Image der Musikgruppe zur Absatzförderung ausnutzen wollen. Damit sei in das Recht der Musiker als Namensträger eingegriffen worden, die allein darüber zu entscheiden hätten, inwieweit der Name der Band zu Werbezwecken verwendet werden dürfe. (al)

OLG Köln
Urteil vom 28.05.2010
AZ: 6 U 9/10

Verbraucherzentralen mahnen „FCKW“-Werbung ab

Die Verwendung von FCKW (Fluorchlorkohlenwasserstoff) ist in Deutschland seit beinahe zwanzig Jahren verboten. Dennoch werben viele Unternehmen noch immer mit der Aussage „FCKW-frei“. Der **Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)** und sieben Verbraucherzentralen halten dies für irreführend und haben nun 38 Unternehmen bundesweit abgemahnt. Mit dabei Fir-

men wie Henkel, Proctor & Gamble sowie die Handelsketten real und Edeka.

Nach Ansicht der Verbraucherschützer suggeriere die Aussage, ein Produkt enthalte kein FCKW, umweltfreundlicher als ein Konkurrenzprodukt zu sein. Tatsächlich entsprächen die beworbenen Geräte lediglich dem gesetzlichen Standard. (al)



RED BOX
connecting creative professionals

www.redbox.de . www.redbox.de . www.redbox.de

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

Die Visionen des Nostradamus 2011

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**asv vertriebs gmbh,
Süderstraße 77, 20097 Hamburg**

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

Bausteine interaktiv

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Bergmoser + Höller Verlag AG,
Karl-Friedrich-Straße 76, 52072 Aachen**

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

Lena - Mit „Satellite“ zu den Sternen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Service Bonus-Buch

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Stünings Medien GmbH,
Dießemer Bruch 167, 47805 Krefeld**

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

PINK

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

**Patentanwalt Dr.-Ing. Uwe Herrmann,
Widenmayerstraße 23, 80538 München**

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

Futurum. Das Magazin Futurum - das Magazin

in jeder Schreibweise, Darstellungsform und Wortverbindung für Printmedien, elektronische und digitale Medien sowie Online-Dienste.

**Presse Fachverlag GmbH & Co. KG,
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg**

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

Wir sind Berlin WIR SIND BERLIN Das ist Berlin DAS IST BERLIN

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Das unendliche Mysterium der Liebe ... und ich weiss, dass ich nichts weiss, Sokrates

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen, in allen Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, Film, Fernsehen, Hörfunk und sonstige audiovisuelle Medien, Internet-Seiten und -auftritte, Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, insbesondere DVD, CD-ROM, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien und Multimedia-Anwendungen, Bild, Ton- und Datenträger aller Art sowie Veranstaltungen und Merchandising.

**Rechtsanwälte Becker Büttner Held,
Untere Weidenstraße 5, 81543 München**

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

Einfach Ursprünglich

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Zeitschriften, Literatur und Druckerzeugnisse aller Art.

**Bundes-Verlag GmbH,
Bodenborn 43, 58452 Witten**

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

NEPTUN Kids

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Ton- und Fernsehfunk, alle sonstigen elektronischen Medien und Netzwerke, Bild-, Ton- und Datenträger, Spielfilmproduktion und Druckerzeugnisse sowie Netzwerke einschließlich Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, Merchandising.

**Rechtsanwalt Heinz-Josef Klekamp,
Heger-Tor-Wall 2, 49074 Osnabrück**

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

EINE HALBE EWIGKEIT EIN HERZ UND EINE HAUBE

jeweils in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Schriftarten, Zusammensetzungen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere für Film, Rundfunk (Fernsehen, Hörfunk), digitale Medien und Netzwerke, Druckerzeugnisse aller Art, für Bild-, Bild/Ton- und digitale Datenträger aller Art (Video, DVD etc.).

**Krebs & Krappen Film GmbH,
Eppendorfer Weg 258, 20251 Hamburg**

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

Werkallee Kochende Welten Kochende Höfe Kochende Wasser

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Markus Kniepkamp und Denise Groß,
Eichendorff-Straße 14, 10115 Berlin**

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

Lovetraining Training4Love SKG-Lovetraining

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischer Gestaltung, 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 sowie sonstige CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Bücher und Printmedien.

**Sabine Kolmar, M.A.
Heilpraktikerin für Psychotherapie
Coach, DVNLP
Fruchtallee 19, 20259 Hamburg**

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

Havel-Welle Havel-Radio Havel-Radiowelle

und zwar in allen Abwandlungen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Darstellungen, Schriftarten, Untertiteln und Zusammensetzungen für Rundfunk, Fernsehen, audiovisuelle Medien, Merchandising, Druckerzeugnisse, alle Printmedien, Software-Erzeugnisse, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, Blue-Ray-Disc, DVD, Offline-Dienste, Internet und sonstige elektronische, digitale und online-Medien, Telekommunikationsdienstleistungen, einschließlich UMS, SMS, WAP sowie sonstige Multimedia-Anwendungen.

**RAe Brehm & v. Moers,
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2,
Spreepalais am Dom, 10178 Berlin**

**Über 55.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de**

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

Mobility 2.0

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse und Printmedien, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste) sowie für Veranstaltungen aller Art.

**publish-industry Verlag GmbH,
Nymphenburger Straße 86, 80636 München**

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

SANITAS regional GUTES RECHT SUBSTANZ

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Print- und Online-Medien.

**Rabenstein Verlag GmbH,
Marktstraße 9, 65183 Wiesbaden**

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

Das Rallye-Abenteuer der Ludolfs Silver Stars - Das Beste kommt zum Schluß

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

**ProSiebenSat.1 TV Deutschland GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

Forever Young: Kultautos total

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

**N24 - Gesellschaft für
Nachrichten und Zeitgeschehen mbH,
Postfach 04 04 24, 10062 Berlin**

Gemäß § 5 III MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

DATEV Stundenerfassung und Zuschlagsermittlung DATEV Testcenter online Zufriedenheitsbefragung compact Zufriedenheitsbefragung classic Zufriedenheitsbefragung Beratung Zufriedenheitsbefragung Benchmark Zufriedenheitsbefragung Nebenkosten Zufriedenheitsbefragung Zusatzauswertungen

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen, Kombinationen und Wortverbindungen für Computerprogramme, Handbücher, Druckereierzeugnisse, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, CD-ROM, DVD, CD-i, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Medien.

**DATEV eG,
Paumgartnerstraße 6-14, 90429 Nürnberg**

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

Kids cook for Kids - Silent RIC cooks for Kids - Silent

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Your Family Entertainment AG,
Nordendstraße 64, 80801 München**

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

DAZ GRIP DAZ HYBRID

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**DAZ Verlagsgruppe GmbH & Co. KG,
An der Strusbek 23, 22926 Ahrensburg**

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

Stadtmarken-Monitor

in jeder Schreibweise, Darstellungsform und Wortverbindung für Printmedien, elektronische und digitale Medien sowie Online-Dienste.

**New Business Verlag GmbH & Co. KG,
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg**

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

Lebens-Sackgasse! Wenn möglich bitte wenden!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Celidon Managemententwicklung,
Alfonsstraße 1, 85551 Kirchheim**

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

salonmagazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**salonschwestern GbR,
Zwerchgasse 6, 86150 Augsburg**

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

Bela Kiss

in allen Schreibweisen, Zusammensetzungen, Schriftarten, Wort- und Zeichenverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Titelkombinationen, allen Arten der grafischen Darstellung für alle Medien, einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Film- und Tonwerke, Fernsehen, Tonträgerpromotion, Audiotexte, DVD (Digital Versatile Disc/Digital Video Disc) und MD (MiniDisc), CD-Rom, CDs, CD-R, CD-I, Domains und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, digitale und elektronische Medien und Netzwerke, z.B. Internet, Intranet, Extranet, einschließlich Offline- und Online-Dienste, sämtliche sonstigen Daten- und Kommunikations-Dienste und -Netze u.ä., für Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Veranstaltungen jeder Form, Bühnenwerke und Aufführungen jeder Art, sowie Merchandising in jeglicher Form.

**Mirror Maze GmbH,
Zinkstraße 54/1, 73666 Baltmannsweiler**

Top News aus Werbung, Marketing und Medien

www.new-business.de

Impressum:

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER mit DER SOFTWARE TITEL

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/Titelschutz-
anzeigen verantwortlich: Angela Lautenschläger (AL), -61
Redaktion: Ralf Deppe (RD), -80
Titelschutzanzeigen: Angela Lautenschläger (AL), -61

Druckauflage: 5.400
Verbreitete Auflage: 5.200
Erscheinungsweise: 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

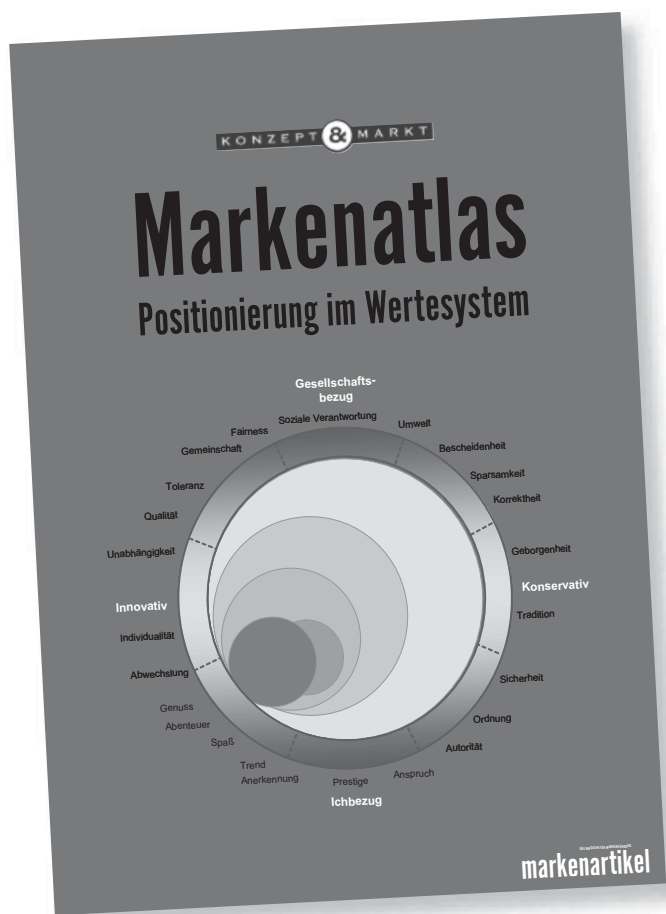
Bankverbindungen: Hamburger Sparkasse,
Kto. 1105 212 649,
BLZ 200 505 50
Handelsregister HRA 96 228,
Ust.-Id-Nr. DE813310785

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

© 2010 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

Markenatlas

100 Marken im Wertesystem



Eine Studie des Marktforschungsunternehmens Konzept & Markt in Zusammenarbeit mit der Universität Göttingen hat 100 Marken auf ihre Positionierung im Wertesystem der Konsumenten hin untersucht. Der Markenatlas verbindet dabei die Markentrichteranalyse aus dem Brand Census® von Konzept & Markt mit der Markenpositionierung im Wertekreis, die auf den wissenschaftlichen Grundlagen von Bernt Spiegel und Shalom Schwartz beruht. Im Markenatlas wird gezeigt, welche Werte die Konsumenten mit der Marke verbinden. Es lässt sich auch erkennen, inwieweit in anderen Branchen ähnliche Wertesegmente präferiert werden. Die Verortung im Wertekreis in Verbindung mit der Markentrichteranalyse zeigt damit Potenziale für die Markenführung auf und unterstützt Unternehmen bei der Zielgruppenbestimmung.



Ja, ich bestelle ___ Exemplar(e) des Markenatlas
zum Preis von je 95,- Euro zzgl. Umsatzsteuer, zzgl. Versandkosten

Firma:

Name, Vorname:

Straße:

PLZ/Ort:

Telefon:

e-Mail:

Datum/Unterschrift: