

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Telekom-Affäre: WiWo-Redakteure gegen Einstellung des Verfahrens

Jürgen Berke und Thomas Kuhn, Redakteure der WirtschaftsWoche, deren Telefonate in den Jahren 2005 und 2006 von der Telekom überwacht wurden, wollen die Einstellung der Ermittlungen gegen Ex-Telekom-Chef Kai-Uwe Ricke und den ehemaligen Aufsichtsratsvorsitzenden Klaus Zumwinkel nicht hinnehmen.

In einer persönlichen Erklärung auf WiWo.de werfen sie der Staatsanwaltschaft Bonn vor grobe handwerkliche Fehler gemacht zu haben. Bis heute habe es die Behörde nicht für nötig erachtet, die Betroffenen zu ihren Erkenntnissen zu den Spitzel-Vorgängen überhaupt zu befragen, heißt es in der Erklärung. Nun haben die beiden „bespitzelten“ Redakteure, vertreten von den Anwälten Dr. Verena Hoene und Dr. André Szesny, beide

Kanzlei Heuking Kühn Lüer Wojtek, am vergangenen Freitag offiziell Beschwerde eingelegt.

„Die Einstellungsverfügung der Staatsanwaltschaft lässt zu viele Fragen offen“, erklärte Dr. Hoene, „und Akteneinsicht hat bislang kein abgehörtes Opfer der hier begangenen Straftaten erhalten. Es ist unseren Mandanten, Herrn Berke und Herrn Kuhn, damit unmöglich, die Gründe für die Einstellung nachzuvollziehen.“ Über die Beschwerde der bespitzelten Journalisten wird nun die Generalstaatsanwaltschaft entscheiden. Auch darüber, ob noch Akteneinsicht gewährt werde, muss das Landgericht Bonn entscheiden. Mindestens einer der Beschuldigten wehrt sich gegen die Übersendung der Akten an die Anwälte der Verletzten, so die vertretenden Anwälte. (al)

Werberecht: Kein „Jahrhundert“-Jubiläum nach 18 Jahren

Ein Möbelunternehmen darf nicht mit einer „110-jährigen Möbeltradition“ werben, wenn das Unternehmen erst 1992 gegründet wurde und nicht auf einen entsprechend langen Bestand zurückblicken kann. Das hat das **Oberlandesgericht Oldenburg** in einer jetzt veröffentlichten Entscheidung deutlich gemacht. Das Unternehmen hatte aus Anlass des „Jahrhundert“-Ju-

biläums entsprechende Sonderangebote gemacht. Ein Wettbewerbsverein forderte daraufhin Unterlassung der Werbung. Nach Ansicht des Gerichts enthalte diese Jubiläums-Werbung eine Qualitätsaussage, die geeignet sei die Kaufentscheidung der Verbraucher zu beeinflussen. (al)

OLG Oldenburg
AZ: 1 W 12/10 u. 1 W 16/10

Marc Pütz-Poulalion wechselt von Red Bull zum IP-Spezialisten Gerstenberg in München

Anfang Juli wird **Marc Pütz-Poulalion**, 39, als Partner in die IP-Kanzlei **Gerstenberg** in München eintreten. Er war zuletzt in der Rechtsabteilung des Softdrink-Konzern **Red Bull** tätig. Pütz-Poulalion startete seine berufliche Lauf-

bahn beim Dualen System in Bonn. Über Bird & Bird kam er dann zu Red Bull. Mit dem Eintritt von Pütz-Poulalion hat die Münchner Kanzlei Gerstenberg (www.gerstenberg.de) wieder fünf Partner. (ps)

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Buchtip: Das Recht des geistigen Eigentums	2
EuGH: Barbara Becker erringt Teilsieg im Markenrechtsstreit um ihren Namen	3
Titelschutzanzeigen: 64 neue Titel geschützt	4-7
Impressum	7



RED BOX
connecting creative professionals

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

Die 64 neuen Titel dieser Woche

A	E	Kirchenteam	profil-tuning
ALLE ODER NICHTS	Echt was los...	L	R
B	Ein Kessel Buntes	LEHRER easy	RECHT easy
Bannig was los...	Einspruch	LUST AUF SEELUFT	Reicher leben mit weniger Geld
Bauch Beine Po mit Baby	Einspruch!	M	S
Bezaubernde Welt der Nordsee-Inseln - Im Rhythmus der Gezeiten - von Borkum bis Sylt	Entdecke den Star in dir!	Marquard & Freitag - Kochen mit Knall!	Schmunzeln, lachen, fröhlich sein
BILD Ihr gutes Recht	F	MIETER easy	Schwer was los...
C	FINANZ easy	N	STEUER easy
Curves	Fit in der Schwangerschaft	NACHBARN! der Feind nebenan	U
D	Fix was los...	NACHBARN! hinter verschlossenen Türen	Unsere schönsten Märchen
DATEV Elektronisches Wissen Erbschaft und Vermögensnachfolge pro	Fototestmag	O	Unterwegs in der Weltgeschichte mit Hape Kerkeling
Der Wettlauf zum Südpol - Das größte Abenteuer der Geschichte	Fototest-mag	Oberhofer und Thüringer Bauernmarkt	V
Der Wettlauf zum Südpol - Deutschland gegen Österreich	Freundinnen - Mädelsabend mit Biss	Omas Küche - günstig, schnell und einfach	VERMIETER easy
Deutschland deine Pferde	G	P	W
Die besten Schlager des Jahrtausends	GELD easy	Pflanzenpracht für Ihr Zuhause	Was hilft - was schadet Wildes Leben
DIE SNOBS	Geniale Erfindungen - Großartige Entdeckungen	profil-automagazin	X
	Gerichte mit wenig Fett - minutenschnell zubereitet	profil-das regionale Automagazin	XY Files - Jörg Callies hilft
	Glückstreffer - Anne und der Boxer	profil-e-mobility	Z
	Gold für die Ohren	profil-motorrad-magazin	Zoom
	Grenzen unseres Wissens	profil-Nutzfahrzeuge	Zwischen Frühstück und Gänsebraten
	K		
	Kirchenanschluss		
	Kirchenport		

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

13.07.2010, Woche 28, Nr. 981

Anzeigenschluss: 09.07.2010, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

10.08.2010, Woche 32, Nr. 985

Anzeigenschluss: 06.08.2010, 10 Uhr

Buchtipps: Das „Recht des geistigen Eigentums“



Im Münchner Verlag **Franz Vahlen** ist die zweite Auflage des Grundlagenwerkes zum rechtlichen Schutz des geistigen Eigentums erschienen. Experten aus Wissenschaft und Praxis legen hier auf 479 Seiten eine umfassende, praxisnahe und wissenschaftlich fundierte Darstellung des Gewerblichen Rechtsschutzes und des Ur-

heberrechts vor. Die Autoren sind **Prof. Dr. jur. Matthias Pierson**, FH Braunschweig/Wolfenbüttel, **Patentanwalt Thomas Ahrens**, Volkswagen AG Wolfsburg und **Patentanwalt Dr. Karsten Fischer**, TUI AG Hannover. Die 2. aktualisierte und ergänzte Ausgabe „Recht des geistigen Eigentums - Patente, Marken, Urheberrecht,

Design“ ist zum Preis von 39,80 Euro über den Verlag Franz Vahlen (www.vahlen.de) oder den Buchhandel zu beziehen (ISBN 978-3-8006-3741-6). (al)

EuGH: Barbara Becker erringt Teilsieg im Markenrechtsstreit um ihren Namen

Barbara Becker, Ex-Ehefrau des Tennisstars Boris Becker, hat sich in zweiter Instanz vor dem **Gerichtshof der Europäischen Union** durchsetzen können. Sie hatte „Barbara Becker“ im Jahr 2002 als Gemeinschaftsmarke u.a. auch für Elektronikprodukte angemeldet. Die Firma **Harman Becker International Industries Inc.** mit Sitz in Northridge (USA), Hersteller von Navigationsgeräten und Autoradios und Inhaber der Marke „BECKER“, legte Widerspruch ein. Das Urteil zugunsten des Elektronikherstellers wurde nun aufgehoben und an die Vorinstanz zurück verwiesen.

Das Europäische Gericht Erster Instanz muss jetzt erneut prüfen, ob zwischen den Marken „Barbara Becker“ und „BECKER“ Verwechslungsgefahr besteht. Der Fall ist von grundsätzlicher Bedeutung, weil der EuGH und damit die höchste europäische Instanz erstmals Gelegenheit hatte, zu der Frage Stellung zu nehmen, ob durch Markenschutz ein Nachname so monopolisiert werden kann, dass andere mit dem gleichen Nachnamen diesen nicht mehr im

geschäftlichen Verkehr verwenden können.

Das letzte Wort ist somit noch nicht gesprochen. „Der EuGH trifft in seiner Entscheidung aber wesentliche Feststellungen, die vom EuG zu beachten sind, und die für eine endgültige Entscheidung zugunsten von Barbara Becker sprechen“, erläutert **Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians** aus der auf IP-Recht spezialisierten Kanzlei **Hofstetter, Schurack & Skora**, der Barbara Becker in diesem Fall von Anfang an vertritt.

Das Gericht stellt ausdrücklich fest, es gäbe keinen Grundsatz, dass jeder Nachname, der eine ältere Marke bildet, erfolgreich der Eintragung einer aus einem Vornamen und diesem Nachnamen gebildeten Marke entgegen gehalten werden könne. Vielmehr komme es jeweils auf den Einzelfall an.

Dabei ist zum Beispiel die Bekanntheit einer Person und damit ihres Vor- und Nachnamens zu beachten, weil diese Einfluss auf die Wahrnehmung der Marke habe. Relevant ist insbe-



Dr. Patrick Baronikians

sondere auch die Häufigkeit eines Nachnamens. Je gängiger er ist, desto stärker achtet der Verkehr auch auf den Vornamen als zusätzliches Unterscheidungsmerkmal.

Die Entscheidung wird nicht nur für prominente Personen, die ihren Namen als Marke schützen lassen möchten, von Bedeutung sein. Auch für Unternehmer birgt das künftige Urteil mehr Rechtssicherheit, wenn sie unter einem gängigen Namen am Geschäftsleben teilnehmen.

Zuletzt ist die Entscheidung, nach Ansicht von Dr. Baronikians, nicht nur unter dem bisher heftig umstrittenen Aspekt der „Namensmar-

ken“ für Markenrechtler von Interesse. Der EuGH hat nämlich ein Missverständnis ausgeräumt, das in Bezug auf seine „Medion“-Entscheidung (Rechtssache C-120/04) bestand. Teilweise war aus diesem in den Fachkreisen intensiv diskutierten Urteil nämlich fälschlich der Grundsatz abgeleitet worden, dass zwischen einer älteren Marke – im konkreten Fall „LIFE“ – und einer jüngeren Marke, die die ältere Marke und einen weiteren Bestandteil beinhaltet – im konkreten Fall „THOMSON LIFE“ – Verwechslungsgefahr besteht. Auch die Vorinstanz hatte ihre Entscheidung im Wesentlichen auf ein solches verallgemeinerndes Verständnis dieser Entscheidung gestützt.

„Es ist erfreulich, dass der EuGH ausdrücklich darauf hingewiesen hat, dass der Medion-Fall einen Sonderfall betrifft, nämlich dass dem älteren Zeichen eine Unternehmensbezeichnung hinzugefügt wird. Dies wird helfen, einige Fehlurteile in der Zukunft zu vermeiden“, so Dr. Baronikians. (al)

EuGH vom 24.06.2010
AZ: C-51/09 P



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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Einspruch Einspruch!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**SPIEGEL TV infotainment GmbH & Co. KG,
Brandstwiete 19, 20457 Hamburg**

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

Bauch Beine Po mit Baby Fit in der Schwangerschaft

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Peter Brose Media Marketing,
Frankenstraße 22-24, 40476 Düsseldorf**

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

LUST AUF SEELUFT

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

**Hermann Loew,
Hartwicusstraße 8, 22087 Hamburg**

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

Deutschland deine Pferde

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen und Abwandlungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, elektronische und digitale Medien sowie online-Dienste.

**Rechtsanwältin Gabriela Hellwig,
Teltheide 9, 48329 Havixbeck**

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

ALLE ODER NICHTS

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

**Endemol Deutschland GmbH,
Am Coloneum 3-7, 50829 Köln**

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

Freundinnen - Mädelsabend mit Biss

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).

**Rechtsanwalt Dipl.-Phys. Veit Kirchner, M.S. (USA),
Widenmayerstraße 23, 80538 München**

Gemäß § 5 III MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

DATEV Elektronisches Wissen Erbschaft und Vermögensnachfolge pro

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

Echt was los... Schwer was los... Bannig was los... Fix was los...

in allen Schreibweisen für Druckwerke, 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:

**Fototest-mag
Fototestmag**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Druckwerke, für Ton-, Bild-, Datenträger, elektronische Medien (einschließlich Rundfunk, Multimedia-Produkte, Tele- und Mediendienste) sowie für alle sonstigen Medien.

**Dr. Landt Verlag,
Ammerseestraße 61A, 82061 Neuried**

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

**Kirchenanschluss
Kirchenport
Kirchenteam**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien und Veranstaltungen.

**Hogan Lovells International LLP,
Alstertor 21, 20095 Hamburg**

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

Curves

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Abwandlungen, Kürzungen, Schriftarten, Titellkombinationen, grafischen Gestaltungen, Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Film, Hörfunk, Fernsehen, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste), Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

**Stefan Bogner
c/o Factor Product GmbH,
Comeniusstraße 1 Rgb., 81667 München**

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

Entdecke den Star in dir!

in allen möglichen Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Kombinationen, Wortverbindungen, Ergänzungen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen in allen Medien, insbesondere für Printmedien, elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien, sowie CD-ROM, CD-I, DVD.

**wdv Gesellschaft für Medien & Kommunikation
mbH & Co. OHG,
Siemensstraße 6, 61352 Bad Homburg v.d.H.**

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

**Ein Kessel Buntes
Zwischen Frühstück und Gänsebraten
Oberhofer und Thüringer Bauernmarkt
Die besten Schlager des Jahrtausends**

in jeder Schreibweise, Abkürzung, Schriftart, grafischen Gestaltung, Darstellungsform und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Tonträger, Bildtonträger, Ton-/Bildtonträgerpromotion, audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten, Druckerzeugnisse und Merchandising, Veranstaltungen, Rundfunk- und Fernsehsendungen, Dienstleistungen sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**Sony Music Entertainment Germany GmbH,
Neumarkter Straße 28, 81673 München**

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

**STEUER easy
RECHT easy
GELD easy
FINANZ easy
VERMIETER easy
MIETER easy
LEHRER easy
BILD Ihr gutes Recht**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Wolters Kluwer Deutschland GmbH,
Akademische Arbeitsgemeinschaft Verlag,
Köln/Mannheim,
Heddesdorfer Straße 31a, 56564 Neuwied**

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

NACHBARN! der Feind nebenan NACHBARN! hinter verschlossenen Türen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- sowie Bild- Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste und Internet, CD-Rom, CD-I und andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Schwartzkopff TV-Productions GmbH & Co. KG,
Kalscheurener Straße 89, 50354 Hürth**

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

Unsere schönsten Märchen Bezaubernde Welt der Nordsee-Inseln

- Im Rhythmus der Gezeiten
- von Borkum bis Sylt

- Die Ostfriesischen Inseln
- Die Inseln der Deutschen Bucht
- Die Nordfriesischen Inseln

Grenzen unseres Wissens

Schmunzeln, lachen, fröhlich sein

Was hilft - was schadet

Pflanzenpracht für Ihr Zuhause

Gerichte mit wenig Fett

- minutenschnell zubereitet

Omas Küche - günstig, schnell und einfach

Geniale Erfindungen

- Großartige Entdeckungen

- Das Zeitalter der Mobilität
- Die Epoche der Elektrizität
- Die Eroberung des Himmels

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 nehmen wir für unseren Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Gold für die Ohren

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**

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

Wildes Leben XY Files - Jörg Callies hilft Unterwegs in der Weltgeschichte mit Hape Kerkeling DIE SNOBS Der Wettlauf zum Südpol - Das größte Abenteuer der Geschichte Der Wettlauf zum Südpol - Deutschland gegen Österreich

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 23, 82327 Tutzing**

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

Zoom

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Fernsehen, Online- und Offline-Dienste.

**Endemol Deutschland GmbH,
Am Coloneum 3-7, 50829 Köln**

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

Marquard & Freitag - Kochen mit Knall!

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

**kabel eins Fernsehen GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

Glückstreffer - Anne und der Boxer

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,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

**profil-automagazin
profil-das regionale Automagazin
profil-motorrad-magazin
profil-Nutzfahrzeuge
profil-tuning
profil-e-mobility**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Business Publishing Hartmut Pausch GbR,
Hanauer Weg 26, 63654 Büdingen**

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

www.new-business.de

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

Reicher leben mit weniger Geld

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**PuraVida Edition Burkhard Riedel,
Waldpromenade 54, 82131 Gauting**

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

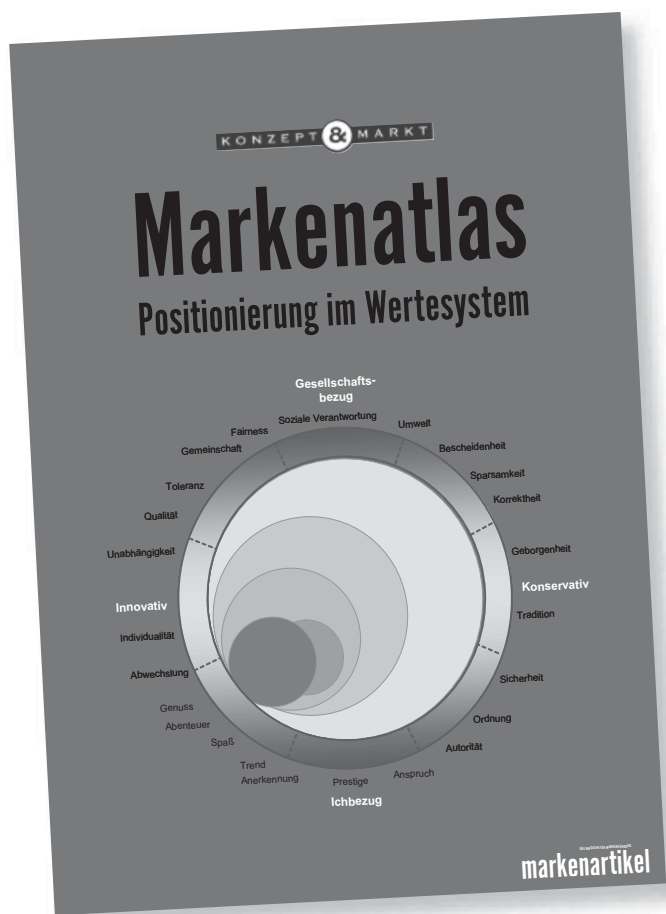
Bankverbindungen: Hamburger Sparkasse,
Kto. 1105 212 649,
BLZ 200 505 50
Handelsregister HRA 96 228,
Ust.-Id-Nr. DE813310785

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: