

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

CMS kooperiert mit portugiesischer Kanzlei

CMS (www.cmslegal.com), Verbund unabhängiger europäischer Rechts- und Steuerberatungssozietäten, hat einen Kooperationsvertrag mit der portugiesischen Sozietät Rui Pena, Arnaut & Associados (RPA) geschlossen. Wie das Kanzlei-Netzwerk mitteilt, werden CMS und RPA u.a. bei grenzüberschreitenden Transaktionen zusammenarbeiten. Das betrifft neben den Praxisbereichen Urheber- und Gesellschaftsrecht, die Bereiche Arbeitsrecht, sowie Energie- und Steuerrecht.

Dazu **Cornelius Brandi**, Chairman des CMS Executive Committee: „Mit ihrer starken Präsenz in Portugal

ist RPA für CMS und unsere Mandanten eine wichtige Ergänzung unserer unverwechselbar europäisch geprägten Angebotspalette. Schon jetzt trägt diese Kooperation für die Mandanten auf beiden Seiten Früchte und wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.“ Besondere Bedeutung habe, so Brandi, die Kooperation auch für die Entwicklung einer umfassenden iberischen Strategie durch die spanische Mitgliedssozietät **CMS Albiñana & Suárez de Lezo** und RPA. Der Vertrag sieht auch einen Austausch im Bereich Schulungs- und Weiterbildungsmaßnahmen sowie gemeinsame Marketingaktivitäten vor. (al)

Peter Boudgoust bleibt SWR-Intendant. Neuer Jugendkanal geplant

Der bisherige Intendant des **Südwestrundfunks SWR**, **Peter Boudgoust**, 56, bleibt auch weiterhin an der Spitze des Senders. Er wurde am Freitag in Mainz für weitere fünf Jahre zum Intendanten des SWR gewählt. In der gemeinsamen Sitzung von Rundfunk- und Verwaltungsrat erhielt Boudgoust 66 von 72 Stimmen und ist damit für eine weitere Amtsperiode, beginnend am 1. Mai 2012, wiedergewählt.

Als zentrale Ziele für diese zweite Amtszeit nannte Boudgoust, sich verstärkt für einen öffentlich-rechtlichen Jugendkanal zusammen mit dem ZDF einzusetzen, die SWR-Strukturen zu straffen

und im SWR Fernsehen einen Experimentierplatz einzurichten. In einer zunehmend entsolidarisierten und von Egoismen geprägten Gesellschaft bilde der SWR einen starken Gegenpol.

„Mit unseren Programmen bringen wir Menschen zusammen. Eben nicht mit klebrigen Süßstoff-Lockmitteln, sondern mit relevanten Angeboten zu relevanten Themen. Wir setzen auf Partnerschaft mit unseren Nutzern, geben Halt und Orientierung“, so Boudgoust.

Quelle:
www.new.business.de

Bundesnetzagentur erklärt FIRST MAIL-Entgelte für missbräuchlich

Die **FIRST MAIL Düsseldorf GmbH**, ein Tochterunternehmen der **Deutschen Post AG**, hat gegen die Entgeltmaßstäbe und das Diskriminierungsverbot nach dem Postgesetz verstoßen.

Das teilte die **Bundesnetzagentur** am vergangenen Dienstag mit. Die Behörde hat dem Briefdienstleister in Abstimmung mit dem

Bundeskartellamt eine Frist bis 31.08.2011 gewährt um die Entgelte entsprechend anzuheben. Dazu **Matthias Kurth**, Präsident der Bundesnetzagentur: „Die nach unseren Untersuchungen bei der First Mail vorliegende Kostenunterdeckung führt zu einer Beeinträchtigung der Wettbewerbsmöglichkeiten anderer Unternehmen, die nicht hinnehmbar ist. Die

Deutsche Post hatte zwar Kostendeckung für First Mail ab dem Jahr 2011 prognostiziert.

Dem konnte nach den anzulegenden Maßstäben aber nicht gefolgt werden.“ (al)

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
EuGH: Schleichwerbung ist auch ohne Bezahlung unzulässig	3
Titelschutzanzeigen: 35 neue Titel geschützt	4-7
Impressum	7

Die 35 neuen Titel dieser Woche

<p>A</p> <p>Alles, was Berlin bewegt Angel-Markt</p>	<p>H</p> <p>Hilfe, mein Kind ist zu dick Hilfe, unser Kind ist zu dick</p>	<p>S</p> <p>spice spicy Stilorchester Studienreport GI-Tumoren - Aktuelle Studien zur Therapie gastrointestinaler Tumoren</p>
<p>B</p> <p>beratbar Berlin City Girls Berlin of the Twenties Show Berliner Stilorchester „DIVA“ Berliner Tonfilm Festival</p>	<p>L</p> <p>Lingua Viva</p>	<p>T</p> <p>Tauchen-Markt Travel and Feel</p>
<p>D</p> <p>Die Löwin Die Mangold & Lucy Palm</p>	<p>M</p> <p>Männer möbeln auf Marke Niederrhein Mein Kind ist zu dick Meine Tierzeit Mensch & Klinik Modernes Operetten Orchester</p>	<p>U</p> <p>Unser Kind ist zu dick</p>
<p>E</p> <p>Equi-Markt</p>	<p>N</p> <p>Nachtarena auf Schalke Nephrobalance New York of the Twenties Show</p>	
<p>F</p> <p>freiZEIT Magazin</p>	<p>R</p> <p>radioBERLIN 88,8 - Alles, was Berlin bewegt radioBERLIN 88,8 - alles, was Berlin bewegt</p>	
<p>G</p> <p>Glauben & Wissen Glauben und Wissen Golf-Markt</p>		

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

28.06.2011, Woche 26, Nr. 1029
Anzeigenschluss: 24.06.2011, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

05.07.2011, Woche 27, Nr. 1030
Anzeigenschluss: 01.07.2011, 10 Uhr



FÜR FRÜHAUFSTEHER

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

WWW.TITELSCHUTZANZEIGER.DE

EuGH: Schleichwerbung ist auch ohne Bezahlung unzulässig

Der **Gerichtshof der Europäischen Union (EuGH)** will sicherstellen, dass Verbraucher in Hinblick auf Fernsehwerbung „umfassend und angemessen geschützt“ werden. So kann nach Auffassung des Gerichtshofs auch bei Fehlen eines Entgelts eine beabsichtigte Schleichwerbung vorliegen.

Im vorliegenden Fall ging es um eine im griechischen Privatfernsehen ausgestrahlte Sendung aus dem Jahr 2003. In der Sendung wurde eine kosmetische Zahnbehandlung dargestellt, sowie deren Wirksamkeit und Kosten erörtert. Die Moderatorin der Sendung „ALTER CHANNEL“ unterhielt sich mit einer Zahnärztin, die erklärte, die Behandlung

sei eine Weltneuheit. Der griechische Nationalrat für Rundfunk und Fernsehen verhängte daraufhin eine Geldbuße von 25.000 Euro gegen den Sender **Eleftheri tileorasi**. Der Sender erhob dagegen Klage vor dem Staatsrat Griechenlands, der wiederum den Europäischen Gerichtshof nach der Auslegung der Richtlinie „Fernsehen ohne Grenze“ fragte.

Diese Richtlinie verbietet Schleichwerbung, die - so eine Mitteilung des EuGH - definiert wird als „*Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marke oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen in Programmen, wenn sie vom Fernsehveranstalter ab-*

sichtlich zu Werbezwecken vorgesehen ist und die Allgemeinheit hinsichtlich des eigenen Zwecks dieser Erwähnung irreführen kann“.

In der Richtlinie heißt es, dies gelte *insbesondere* dann als beabsichtigt, wenn die Erwähnung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung erfolgt. Doch genau dieses „insbesondere“ fand sich nicht in der griechischen Fassung der Richtlinie.

So stellte der EuGH zunächst einmal klar, dass zur einheitlichen Anwendung und Auslegung des Unionsrechts der Text einer Vorschrift unter Berücksichtigung ihrer Fassungen in den anderen Amtssprachen auszulegen und anzuwenden sei. Wichen Übersetzungen voneinander ab, müsse die Vorschrift

nach dem Zusammenhang und dem Zweck der Regelung ausgelegt werden, zu der sie gehöre.

Die Besonderheit von Schleichwerbung bestehe darin, dass die von einem Fernsehveranstalter absichtlich zu Werbezwecken vorgesehen sei. Die Existenz eines Entgelts stelle zwar ein Kriterium dar, anhand dessen sich die Werbeabsicht feststellen ließe, aus der Definition der Richtlinie ergäbe sich jedoch, dass die Absicht bei Fehlen eines solchen Entgelts nicht ausgeschlossen werden könne, so das Gericht. (al)

EuGH
Urteil vom 09.06.2011
Az: C-52/10

Expertentagung Medienrecht befasst sich mit Urheberrecht

Am 4. Juli 2011 veranstaltet die **Akademie des Deutschen Buchhandels** in München eine weitere Expertentagung Medienrecht. Thema ist die angemessene Vergütung des Urhebers unter dem Motto „Wo beginnt, wo endet die Vertragsfreiheit?“.

Die Moderation übernehmen **Dr. Matthias Lausen**, Geschäftsführer des Instituts für Urheber- und Medienrecht und **Dr. Christian Sprang**, Justitiar im Börsenverein des Deutschen Buch-

handels. Die Fachvorträge sollen Geschäftsführern und Juristen in Medienunternehmen Einblicke in laufende Verfahren und deren Konsequenzen geben. (al)

Näheres unter:
www.buchakademie.de

„Hilfe ich bin nackt“ – ZDF vermainzelt im Dienste des Datenschutzes

Wie schnell persönliche Daten missbraucht werden können, zeigt das **ZDF** unter **www.vermainzelt.de**.

Die Facebook-Anwendung des Senders will Nutzer von sozialen Netzwerken mit Hilfe der Mainzelmännchen darauf aufmerksam machen, dass jeder bewusst oder unbewusst sensible persönliche Daten im Internet preisgibt. Wie der Sender mitteilt, greift vermainzelt.de dabei wie viele Facebook-Spiele auf persönliche Daten zu, die der Nutzer bei Face-

book hinterlegt hat. Statt ein Profilbild des Nutzers wie versprochen in ein Mainzelmännchen zu verwandeln, platziert die Anwendung es auf einen nackten Körper. Gleichzeitig werden dazu alle persönlichen Daten aufgeführt. Allerdings werden die Daten spätestens nach zwei Stunden gelöscht.

Die Facebook-Anwendung wurde begleitend zu der **ZDFzoom**-Dokumentation „Hilfe ich bin nackt“ entwickelt, die am 15.06.2011 ausgestrahlt wurde. (al)

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

Travel and Feel

in jeder Schreibweise, allen Wort- und Zeichenverbindungen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Zusammensetzungen, Abkürzungen, Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Schreibweisen, Wortverbindungen, Titelkombinationen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Online Publikationen sowie Druckereierzeugnisse, Zeitschriften, Zeitungen, Bücher, Hörfunk, Film-, Radio- und Fernsehproduktionen, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Internet- und Intranet-Dienste, einschließlich Off- und Online-Dienstleistungen, sowie sonstige audiovisuelle Medien, Internetseiten und -auftritte, Multi-Media- Anwendungen, Softwareerzeugnisse, CD-Rom, CD-I, DVD, sonstige CD-Derivate, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikation und Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Online Applikationen (APP's), Merchandising, Veranstaltungen, Aufführungen, Darbietungen, Messen, Kongresse, Prospekte, Bücher, Zeitschriften, Magazine, Broschüren, Kataloge, Online Publikationen, Online Magazine, Online Journals und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse, Domain-Bezeichnungen, Beratungsleistungen, Reiseleistungen sowie Dienstleistungen aller Art.

**Travel and Feel magazine publishing e.K.,
Lerchenstraße 6b, 85630 Neukeferloh**

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

freiZEIT Magazin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Werbe- & Grafikagentur purpix,
Am Burgfrieden 1, 83512 Wasserburg**

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

Nachtarena auf Schalke

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Dr. Hans-Dieter Weber,
Freie-Vogel-Straße 393, 44269 Dortmund**

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

**Berlin of the Twenties Show
New York of the Twenties Show
Berlin City Girls
Stilorchester
Berliner Stilorchester „DIVA“
Modernes Operetten Orchester
Berliner Tonfilm Festival**

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Kombinationen, Abwandlungen, Abkürzungen, graphischen Gestaltungen, mit allen Zusätzen und allen hinzugesetzten Artikeln und/oder Präpositionen und/oder Ortsangaben sowie einschließlich der Verwendung als Einzel-, Unter- und Reihentitel oder der sinngemäßen Übernahme oder der Wiedergabe in einer Fremdsprache; für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse aller Art und Form, Ton-, Bild- und Bildtonträger jeder Art, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische oder digitale Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste, sonstige audiovisuelle, elektronische oder digitale Medien sowie Software, Software-Erzeugnisse, Programme, CD, DVD sowie Domain-Bezeichnungen im Internet, für Aufführungs-, Film-, Foto-, Fernseh-, Bau-, Druck-, Theater-, Ton-, Bühnen- und sonstige Werke, für Ausstellungen, Veranstaltungen, Spiele, Messen sowie für Interpreten, Werbung und Merchandising bezüglich vorgenannter geschützter Gegenstände sowie für sonstige geschäftliche Bezeichnungen.

**Bonnekamp & Sparing Patentanwaltskanzlei,
Goltsteinstraße 19, 40211 Düsseldorf**

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

Meine Tierzeit

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

**MFG Frank Germighausen,
Alsterchausee 13, 20149 Hamburg**

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

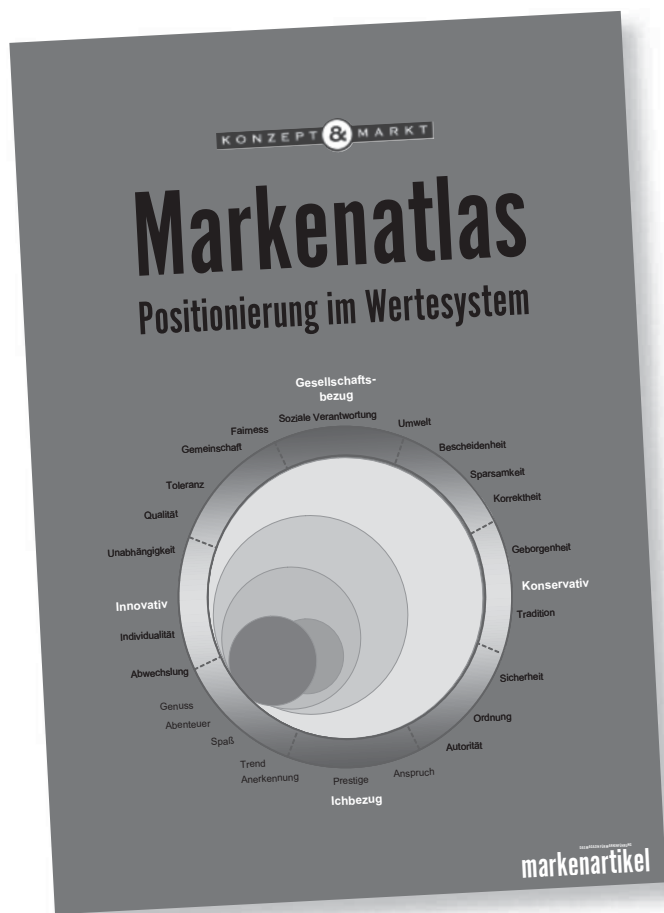
Die Löwin

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

**Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians, Patent- und
Rechtsanwälte Hofstetter, Schurack & Skora,
Balanstraße 57, 81541 München**

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: _____

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

Nephrobalance

Studienreport GI-Tumoren - Aktuelle Studien zur Therapie gastrointestinaler Tumoren

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:

Glauben und Wissen Glauben & Wissen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertiteln, grafischen Darstellungen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Zeitungen und Zeitschriften, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte sowie Internet.

**Liborius Magazin Verlagsgesellschaft mbH,
Lange Straße 335, 59067 Hamm**

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

radioBERLIN 88,8 - alles, was Berlin bewegt radioBERLIN 88,8 - Alles, was Berlin bewegt Alles, was Berlin bewegt

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 für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Equi-Markt Angel-Markt Tauchen-Markt Golf-Markt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung sowie Zusammen- und Getrennschreibung, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, elektronische sowie digitale Medien und Online-Dienste.

**Rechtsanwälte Dr. Gleim & Partner GbR,
Admiralitätsstraße 4, 20459 Hamburg**

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

Mein Kind ist zu dick Hilfe, mein Kind ist zu dick Unser Kind ist zu dick Hilfe, unser Kind ist zu dick Männer möbeln auf

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle, auch elektronische Medien, insbesondere Fernsehen (Fernsehserie, Fernsehfilm, Fernsehspiel, Fernsehshow, Formate), Kinofilm, Off- und/oder Online-(Abruf-)Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen, Hörfunk, Merchandise und Druckerzeugnisse.

**RA Ulf Dobberstein LL.M.,
Kurfürstendamm 188, 10707 Berlin**

Unter Hinweis auf §§ 5 Abs. 3, 15 MarkenG nehmen wir im Auftrag unserer Mandantin für Druckerzeugnisse, insbesondere Publikationen im Printbereich sowie für Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien (einschließlich CD-ROM, Online Medien und Internet), Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP) sowie für Softwareerzeugnisse Titelschutz in Anspruch für:

spicy spice

in allen Schreibweisen, in allen Abwandlungsformen, Titelkombinationen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwälte
Herzog, Dr. Eickelpasch, Gehring & Kollegen,
Stadtstraße 7, 89331 Burgau**

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

Marke Niederrhein beratbar

in allen Schreibweisen national und international und Darstellungsformen in allen Medien, grafischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Untertiteln sowie Kombinationen für Printmedien, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Offline- und Online-Dienste sowie sonstige Online-Medien.

**Rechtsanwaltskanzlei Dr. Bender,
Gartenstraße 2, 40479 Düsseldorf**

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

Die Mangold & Lucy Palm

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Mensch & Klinik

in allen Schreibweisen für alle Medien.

**NESSSELHAUF Rechtsanwälte,
Alsterchaussee 40, 20149 Hamburg**

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

Lingua Viva

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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/Herausgeber: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) PS
Redaktion/Titelschutz-
anzeigen verantwortlich: Angela Lautenschläger (AL), -61
Redaktion: Ralf Deppe (RD), -80

Druckauflage: 3.400
Verbreitete Auflage: 3.100
Erscheinungsweise: wöchentlich
Der Titelschutz Anzeiger
mit Der Software Titel: monatlich
Auflage: Druck 5.400 / Verbreitet 5.200
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,
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2011 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

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

www.new-business.de

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: _____