

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

GVU fordert Kooperation der Werbewirtschaft im Kampf gegen illegale Kinoportale

Die Gesellschaft zur Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen (GVU) und der österreichische Verein für Anti-Piraterie der Film- und Videobranche (VAP) haben auf dem 5. DACH Branchenforum in Berlin Bilanz gezogen.

Nach Abschaltung der illegalen Plattform „Kino.to“ im Juni diesen Jahres gingen, so die GVU, mindestens 14 neue Streaming-Portale online. Drei dieser Portale wurden Anfang September wieder abgeschaltet, vier weitere Anfang November 2011. Im September 2011 lag die Anzahl der Links zu diesen Filmen auf den untersuchten Portalen bei insgesamt 648.679 elektronischen Verweisen.



Dr. Matthias Leonardy

Durchschnittlich enthielten diese Seiten 2.165 Links weniger als Ende 2010. Die von Unternehmen der Filmwirtschaft getragenen Organisationen GVU und VAP wollen nun den illegalen Portalen die Einnahmequellen für ihre Geschäftsmodelle entziehen und rufen die Werbewirtschaft

auf, keine Online-Werbung auf diesen Seiten zu schalten. Dazu GVU-Geschäftsführer **Dr. Matthias Leonardy**: „Es ist schon unerträglich, dass wertvolle Medieninhalte der Kreativwirtschaft als „Lockmittel“ missbraucht werden, indem ihre Attraktivität ausgebeutet wird, um dubiose

Online-Dienste zu vermarkten. Es ist aber zusätzlich ein Unding, dass dabei zum Teil namhafte Anbieter durch Bewerbung ihrer Produkte und Dienste als Financiers solcher Kriminellen wirken.“

Im eigenen Interesse seien sowohl die Werbewirtschaft als auch deren Auftraggeber daher aufgerufen, umgehend Mechanismen zu implementieren, die eine Platzierung von Werbemitteln auf den Seiten der digitalen Hehler unterbinden. Anderenfalls müsse gegebenenfalls strafrechtlich gegen solche schwarzen Schafe der Werbewirtschaft, die kommerziell betriebene Raubkopien-Angebote durch Online-Werbung finanzieren, vorgegangen werden. (al)

Christian Spintig wechselt ins Hamburger Heuking-Büro

Zum 1. Januar 2012 wird **Christian Spintig** den Hamburger Standort der Kanzlei **Heuking Kühn Lüer Wojtek** als Equity Partner verstärken. Der 48-jährige ist schwerpunktmäßig im Gewerblichen Rechtsschutz tätig und hat sich hier auf die Bereiche Marken-, Design- und Wettbewerbsrecht spezialisiert. Sein Beratungsschwerpunkt liegt in der Betreuung von Mandanten vor allem aus der Sportartikel-, Mode- und Lebensmittelbranche. „Wir freu-



RA Christian Spintig

en uns, mit Herrn Spintig unsere Kompetenz im Bereich Wettbewerbsrecht in Ham-

burg weiter auszubauen. Insbesondere der Schwerpunkt von Marken- und Designrecht ist bei Hamburger Gerichten von großer Bedeutung“, so

Dr. Lothar Ende, Partner und Standortleiter des Hamburger Büros. Spintig ergänzt in Hamburg das IP-Team um **Dr. Søren Pietzcker**.

| INHALT | SEITE |
|--|-------|
| Titelübersicht | 2 |
| YouTube muss keine Nutzerdaten nennen | 3 |
| Nutella-Etiketten können irreführend sein | 3 |
| Medienanstalten beanstanden Sat.1-„ran“ | 3 |
| Titelschutzanzeigen: 70 neue Titel geschützt | 4-8 |
| Impressum | 8 |

Die 70 neuen Titel dieser Woche

| | | |
|---|---|---|
| | Frauchen sucht Herrchen Funfair Family Games Funfair Party Games Für Elise | |
| 3D Game Collection 3D MahJongg | | P Picture Kompakt |
| A | G | R Rhein Main Digital RTL II On Stage |
| Achtung Arschbombe Ausgewandert - Ausgesorgt: Wie Deutsche im Ausland Karriere machen | Geh nicht fort, kauf im Ort. Geld2012 Geld2013 Geld2014 Geld2015 | S schöner leben - Ratgeber für ein modernes Zuhause Secret Agent Files Spezialitäten aus deutschen Landen Spitzen Rätsel erster Klasse |
| B Bergische Wochenschau | H Herrchen sucht Frauchen Herrchen sucht Frauchen - Frauchen sucht Herrchen Holiday Spy - Deine Eltern sehen alles Home sweet home | t tHIS - Tiefbau, Hochbau, Ingenieurbau, Straßenbau Tödliche Versuchung |
| D Das schwarze Telefonskript Das Verkaufsorakel DeLux - Zeitung für Mosel, Sauer und Our Der große Bildungstest Der Superchampion Die Allerfeinste Rätsel Mischung Die Hollywood WG Die neue Verkaufswaffe Die Probe Die weibliche Firewall Du wirst nie erfolgreich Du wirst niemals erfolgreich | I Ist das wirklich wahr? | U Unsere Spartüte |
| E Endlich erfolgreich Erstklassig Rätseln Bestens Raten Extrem schwer - Mein Weg in ein neues Leben | K Keine Rückkehr Kulturküche | V Verfolgt - Der kleine Zeuge Verkaufen ist gut, Vertrauen ist besser Vertrauen auf Knopfdruck Verwalterwissen aktuell Verwalterwissen kompakt Viele gingen - nur wenige blieben |
| F Facebook für alle Facebook Guide Facebook-Bibel Fahr nicht fort, kauf im Ort. Forschungen zur Deportations- geschichte 1941 - 1943 | L L.A. Dreams | W Wenn die Erinnerung schwindet Wimmelkids Wimmelkinder |
| | M Many-Ani Many-Anis Mega starke Rätsel Mutter muss weg | Y Youngtimer Welt |
| | N Nachtarena auf Schalke Neukunden ohne Kaltakquise Nie wieder sprachlos Nie wieder Verkaufsblockaden | |

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

06.12.2011, Woche 49, Nr. 1052
Anzeigenschluss: 02.12.2011, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

13.12.2011, Woche 50, Nr. 1053
Anzeigenschluss: 09.12.2011, 10 Uhr

YouTube muss keine Nutzerdaten nennen Nutella-Etiketten können irreführend sein

In einem Eilverfahren hat das Oberlandesgericht München am 17.11.2011 ein Auskunftersuchen der **Constantin Filmverleih** auch in zweiter Instanz zurückgewiesen.

Der Filmverleih verlangte von YouTube Daten über einen Nutzer, der große Teile des Kinofilms „Werner Eis-kalt“ online gestellt hatte. Wie das Portal sueddeutsche.de berichtet, handelte es sich ohne Zweifel um einen Urheberrechtsverstoß. YouTube hatte die Ausschnitte auf Verlangen der Constantin bereits im Sommer unverzüglich gelöscht.

Doch wer den Urheberrechtsverstoß begangen hat, darüber muss YouTube keine Auskunft geben. Nach Auffassung des Gerichts, setze eine Erteilung von Auskünften über denjenigen, der das Video veröffentlichte,

eine Verletzung des Urheberrechts in „gewerblichem Ausmaß“ voraus.

Gegen die Entscheidung des Oberlandesgerichts im Eilverfahren gibt es kein weiteres Rechtsmittel. Doch erwägen, laut sueddeutsche.de, beide Parteien die Frage im Hauptverfahren umfassend prüfen zu lassen. (al)

Oberlandesgericht München
Entscheidung vom 17.11.2011
AZ: 29 U 3496/11

Die Vitamin- und Nährwertangaben sind auf dem Nutella-Glas so gestaltet, dass sie Verbraucher in die Irre führen können.

Das entschied das **Oberlandesgericht Frankfurt am Main** nach einer Klage von Verbraucherschützern gegen die **Ferrero Deutschland GmbH**. Wie der **Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv)** mitteilt, war auf den Etiketten der Nutella-Gläser der Prozentsatz der empfohlenen Tagesmenge bei Fett und Vitaminen anhand unterschiedlicher Grundmengen berechnet. Dadurch entstand der Eindruck, der Vitaminanteil sei besonders hoch. Daraus könnten Verbraucher nach Ansicht des Verbands den Schluss ziehen, Nutella enthalte sehr wenig Fett und Kohlenhydrate, dafür aber viele gesunde Vitamine. „Tatsächlich ist der Vita-

minanteil in einer Portion Nutella viel geringer als gedacht“, so Vorstand **Gerd Billen**. Der vzbv beanstandete die Werbung daher als irreführend.

Dieser Auffassung schloss sich das Oberlandesgericht in zweiter Instanz an. Die Richter urteilten, Vitamin- und Nährwertangaben müssten so dargestellt werden, dass sie in der typischen Kaufsituation richtig verstanden werden. Im Geschäft würden Verbraucher sich eher an den Prozentzahlen in der Tabelle orientieren und übersehen, dass die Bezugsgrößen variieren. (al)

Oberlandesgericht Frankfurt am Main
Urteil vom 20.10.2011
Az.:6 U 40/11
(nicht rechtskräftig)

Medienanstalten beanstanden Schleichwerbung bei Fußball-Übertragung

Die **Kommission für Zulassung und Aufsicht der Medienanstalten (ZAK)** hat am vergangenen Dienstag unzulässige Produktplatzierung bei Sat.1 gerügt.

Produkte, die in unterhaltenden Sendungen platziert werden, dürften nicht zu stark heraus gestellt sein. Geschieht das doch, handelt es sich um Schleichwerbung,

so die Kommission. Grund für die Beanstandung waren zwei Live-Schaltungen innerhalb der Sat.1-Fußballsendung „ran“ vom 18. Mai 2011 in ein so genanntes „Hasseröder Männercamp“. Dort wurde das Spiel offensichtlich bei einer Grillparty verfolgt. Im Gespräch zwischen dem Studiomoderator der Sendung, Oliver Welke, und dem Fußballexperten

Rainer Calmund im „Männercamp“ wurde die Biermarke „Hasseröder“ wiederholt und lobend erwähnt. Darüber hinaus war das Markenlogo mehrfach im Studio und im „Männercamp“ auf der Bierflasche sowie auf etlichen weiteren Gegenständen deutlich zu erkennen. Der Schriftzug „unterstützt durch Produktplatzierung“ wurde jeweils eingeblendet.

Nach Auffassung der ZAK war diese Form der Produktpräsentation zu auffällig und intensiv: Die platzierte Marke wäre nicht in die Handlung eingebunden, und es gab keine dramaturgische Rechtfertigung für die häufige Erwähnung des Produkts. Damit wären die Voraussetzungen für eine zulässige Produktplatzierung nicht erfüllt gewesen. (al)

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

Many-Ani Many-Anis

in allen Schreibweisen, sämtlichen Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische Medien einschließlich Internetmagazinen.

**Strömer Rechtsanwälte,
Duisburger Straße 9, 40477 Düsseldorf**

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

L.A. Dreams Die Hollywood WG

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).

**Dipl.-Ing. Armin Zinnecker,
Widenmayerstraße 23, 80538 München**

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

Die Allerfeinste Rätsel Mischung Erstklassig Rätseln Bestens Raten Mega starke Rätsel Spitzen Rätsel erster Klasse

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

**Rechtsanwälte Altstötter & Spängler,
Virchowstraße 25, 90409 Nürnberg**

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:

Home sweet home

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 Markengesetz nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Herrchen sucht Frauchen - Frauchen sucht Herrchen Herrchen sucht Frauchen Frauchen sucht Herrchen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Wort- und Zeichenverbindungen, Schriftarten, graphischen Gestaltungen, Titelkombinationen, Abwandlungen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, für alle Medien, insbesondere Film, Fernsehen, Hörfunk, Ton-, Bild- und Bildtonträger aller Art, elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Printmedien, sowie Merchandisingprodukte, öffentliche Veranstaltungen, Bühnenwerke, Theaterstücke, Lern-, Schulungs- und Traineeprogramme, Kalender, Spiele, Computerprogramme und Dienstleistungen aller Art.

**Rehkatsch Rechtsanwälte,
Zülpicher Platz 7, 50674 Köln**

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

Ausgewandert - Ausgesorgt: Wie Deutsche im Ausland Karriere machen Holiday Spy - Deine Eltern sehen alles Extrem schwer - Mein Weg in ein neues Leben RTL II On Stage

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line- und On-Line-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Straßer Feyock Ventroni Deubzer Rechtsanwälte,
Oberanger 30, 80331 München**

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

Youngtimer Welt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**WP Europresse Verlag GmbH,
Cliev 19, 51515 Kürten**

Im Namen meiner Mandantin nehme ich unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG Titelschutz in Anspruch für

Rhein Main Digital

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rechtsanwalt und Notar Prof. Dr. Christian Russ,
Bahnhofstraße 67, 65185 Wiesbaden**

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

Bergische Wochenschau

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien und sonstigen Werkarten insbesondere für Druckerzeugnisse und digitale Medien.

**Hartmann & Dahlmanns,
Steinbecker Meile 1, 42103 Wuppertal**

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

DeLux - Zeitung für Mosel, Sauer und Our

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und für alle Medien und Plattformen, insbesondere Zeitungen und Zeitschriften, Internet und mobile Datendienste sowie elektronische Datenträger.

**Aschermann Rechtsanwälte,
Mauerstraße 76, 10117 Berlin**

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

Keine Rückkehr Forschungen zur Deportationsgeschichte 1941 - 1943

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Peter Witte,
Auf dem Kamp 19, 58675 Hemer**

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

Facebook Guide Facebook für alle Facebook-Bibel

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Fachverlag Schiele & Schön GmbH,
Markgrafenstraße 11, 10969 Berlin**

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

Wenn die Erinnerung schwindet Ist das wirklich wahr? Spezialitäten aus deutschen Landen

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Printmedien, insbesondere Serien- und Einzelbandtitel, Bild-, Daten- und Tonträger, insbesondere Video/DVD und Hörbücher sowie Online-Medien und Multimedia-Anwendungen, insbesondere Internet-Seiten und Apps.

**Rechtsanwalt Joachim Fauth,
Wilhelm-Blos-Straße 62, 70191 Stuttgart**

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

Fahr nicht fort, kauf im Ort. Geh nicht fort, kauf im Ort. Unsere Spartüte

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen sowie Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, Druckereierzeugnisse, elektronische Medien und Online-Medien.

**Rechtsanwaltskanzlei Steffen Koch,
Holtorfer Straße 35, 53229 Bonn**

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

Verwalterwissen kompakt Verwalterwissen aktuell

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BETTEN & RESCH Patent- und Rechtsanwälte,
Theatinerstraße 8, 80333 München**

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

schöner leben - Ratgeber für ein modernes Zuhause

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**EUROBAUSTOFF Handelsgesellschaft mbH & Co. KG,
Auf dem Hohenstein 2 + 7, 61231 Bad Nauheim**

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

tHIS - Tiefbau, Hochbau, Ingenieurbau, Straßenbau

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Schalast & Partner Rechtsanwälte,
Mendelssohnstraße 75-77, 60325 Frankfurt am Main**

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

Verfolgt - Der kleine Zeuge

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Die Probe

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für 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.

**Anwaltskanzlei Bettina Krause,
Hauptstraße 23, 82327 Tutzing**

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

Viele gingen - nur wenige blieben Eine Kindheit in Weimar und das Leben zwischen zwei Welten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Buchtitel.

**Joachim Lattke,
Schloß Reichenberg, 97234 Reichenberg**

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

www.new-business.de

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 Titelschutz in Anspruch für:

Kulturküche

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Mijo Entertainment,
Hamburger Hochstraße 17, 20359 Hamburg

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

Picture Kompakt

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line-Dienste und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Dienstleistungen, Veranstaltungen und Unterhaltung aller Art.

Joachim Moog Rechtsanwalt,
Philipp-Holzmann-Straße 54, 63303 Dreieich

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für die ConradFilm GmbH & Co. KG, Feuerbachstraße 23, 50933 Köln, Titelschutz in Anspruch für:

Für Elise

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten und grafischen Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien.

LLS Lungerich Lenz Schuhmacher Rechtsanwälte,
Agrippawerft 22, 50678 Köln

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

Geld2012

Geld2013

Geld2014

Geld2015

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Sparkasse Münsterland Ost,
Weseler Straße 230, 48151 Münster

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

Achtung Arschbombe

Nie wieder sprachlos

Die weibliche Firewall

Die neue Verkaufswaffe

Verkaufen ist gut, Vertrauen ist besser

Neukunden ohne Kaltakquise

Nie wieder Verkaufsblockaden

Endlich erfolgreich

Das Verkaufsorakel

Vertrauen auf Knopfdruck

Du wirst niemals erfolgreich

Du wirst nie erfolgreich

Das schwarze Telefonskript

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

beyreutherTRAINING GmbH,
Leite 48, 14532 Kleinmachnow



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

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

**Wimmelkinder
Wimmelkids
Secret Agent Files
Funfair Party Games
Funfair Family Games
3D Game Collection
3D MahJongg**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Joindots GmbH,
Petersstraße 120, 47798 Krefeld**

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

**Mutter muss weg
Der Superchampion
Der große Bildungstest
Tödliche Versuchung**

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.

**Anwaltskanzlei Bettina Krause,
Hauptstraße 23, 82327 Tutzing**

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

Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)
Druckauflage: 3.400
Verbreitete Auflage: 3.100
Der Titelschutz Anzeiger
mit Software Titel: monatlich
Druckauflage: 5.400
Verbreitete Auflage: 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 auszugswise Nachdruck oder
Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der syste-
matischen 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 Pres-
sespiegel erhalten Sie über die PMG Presse-Monitor GmbH, Tel.
030/28493-0 oder www.presse-monitor.de

Über 57.800 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de