

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Gehring und Bimberg an der Spitze des Landwirtschaftsverlags



Werner Gehring

Jurist **Werner Gehring**, 55, und Diplolandwirt **Hermann Bimberg**, 57, haben gemeinsam die Geschäftsführung der **Landwirtschaftsverlag Münster GmbH** übernommen. Sie lösen Karl-Heinz Bonny ab, der seine Funktion als Hauptgeschäftsführer des Verlags zum 31.03.2012 niedergelegt hatte. Gehring (Foto) ist Hauptgeschäftsführer

des Westfälisch-Lippischen Landwirtschaftsverbandes und seit 2006 auch Mitglied der Geschäftsführung des Landwirtschaftsverlags. Er verantwortet hier das Ressort Personal & Recht.

Hermann Bimberg verfügt über langjährige Verlagserfahrung. Diese sammelte er zunächst als Redakteur und Objektleiter, dann als Geschäftsführer des Deutschen Landschriftenverlages in Bonn, des Deutschen Bauernverlages in Berlin und in den letzten 10 Jahren als Mitglied der Geschäftsführung des Landwirtschaftsverlags in Münster mit Zuständigkeit für Zeitschriften, Tochterunternehmen und Beteiligungen. (al)

Von München nach Düsseldorf - Albrecht Lutterbeck wechselt Standort

Rechtsanwalt **Albrecht Lutterbeck** ist vom Standort München in das Düsseldorfer Büro der Kanzlei **Preu Bohligh & Partner** gewechselt. Lutterbeck wird hier den Bereich Gesellschafts- und Handelsrecht

aufbauen, wie die Kanzlei mitteilt. Bisher lag der rechtliche Schwerpunkt im Düsseldorfer Preu Bohligh-Büro vor allem im Gewerblichen Rechtsschutz und der dazugehörigen Prozessführung. (al)

Jugendschutz: KJM für herstellerseitige Vorinstallation

Anerkannte Jugendschutzprogramme sind ein erster Schritt zu mehr Jugendschutz im Internet – das war das Fazit einer Veranstaltung der **Kommission für Jugendschutz (KJM)**. Zwei Monate nach der Anerkennung unter Auflagen der Jugendschutzprogramme des Vereins **JusProg** und der **Deutschen Telekom** hatte die KJM im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Fragen am Freitag“ unter dem Motto „Jugendschutzprogramme – Land in Sicht?“ Verantwortliche zur Diskussion gebeten.

KJM-Vorsitzender **Siegfried Schneider** (Foto) setzte in Bezug auf eine schnellstmögliche Verbreitung der Schutzoption auch auf die Verantwortung der Hersteller: „Ich halte es für not-



Siegfried Schneider

wendig, dass die Software bereits von den Herstellern vorinstalliert wird. Eltern müssen sie dann bewusst deaktivieren, statt sie wie derzeit bewusst zu aktivieren. Für mich ist die herstellerseitige Installation von Jugendschutzprogrammen der entscheidende Schritt für einen Erfolg der Schutzoption.“ Eine Werbekampagne allein reiche nicht aus. (al)

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Werbeaussage „Die faire Milch“ nicht irreführend	3
BVerfG hebt Fernsehverbot im Gerichtssaal auf	3
Titelschutzanzeigen: 26 neue Titel geschützt	4-7
Impressum	8

Die 26 neuen Titel dieser Woche

1848. Magazin für
Angewandte Wissenschaften

A
Aus und vorbei! - letzte Chance
auf ein neues Leben!

B
Beat the Best

D
Das schwarze Schaf -
Aufbruch in mein neues Leben!
Die Diätprofis
Die Garmisch-Cops
Die Gesundheitsprofis
Die große Zeitreise-Show
Die Schönheitsprofis

F
FAMILIENREISETAG

H
haidhausener
Das Beste aus Haidhausen
und Umgebung

I
ICH war ...
das schwarze Schaf!

K
Kinder des roten Kaisers

L
Leben! Fitness!
Gesundheit! Entspannung!
Ein Leben lang!
Lord Old Smoky und
die Paparazzi

M
Mein Vater, seine Freunde
und das ganz schnelle Geld
Move on. A roadmovie
inspired by you.

N
Nacht der Einsamen

P
Puls - das Sat.1 Magazin

R
Rex. Kulturhaus

S
Scheißkerl sucht Frau
Step Styles
STYLE NEWS

T
Taxi King
topflooring

U
Und alle haben geschwiegen

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

17.04.2012, Woche 16, Nr. 1069
Anzeigenschluss: 13.04.2012, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

08.05.2012, Woche 19, Nr. 1072
Anzeigenschluss: 04.05.2012, 10 Uhr



FÜR FRÜHAUFSTEHER

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

OLG München: Werbeaussage „Die faire Milch“ ist nicht irreführend

Die Wettbewerbszentrale hat sich in einem Rechtsstreit mit der oberbayerischen MVS Milchvermarktungsgesellschaft mbH nur teilweise durchsetzen können. Nach einem Urteil des Oberlandesgerichts München darf die Vermarktungsgesellschaft ihre Milch weiter unter der Bezeichnung „Die faire Milch“ anbieten. Die Aussage „kommt ausschließlich von Höfen aus Ihrem Bundesland“ dagegen beurteilte das Gericht hingegen als irreführend.

Wie die Wettbewerbshüter mitteilen, hatte die Vorinstanz, das Landgericht Landshut, der MVS mit Urteil vom 30.03.2011 (AZ: 1 HK O 1426/10) noch die Verwendung beider Aussagen verboten.

Die Wettbewerbszentrale hatte die Werbeaussage „Die faire Milch“ als irreführend beanstandet, weil für die Verbraucher der Eindruck entstehe, dass die Molkerei den Milchbauern als einzige einen fairen Preis von 40 Cent für jeden Liter abgelieferter Milch zahlt. Tatsächlich werde aber nur 25 % der angelieferten Milch als „Die Faire Milch“ für 40



Cent je Liter verkauft. Für die restliche Milch werde ein wesentlich geringerer Preis gezahlt, der im Ergebnis lediglich zur Auszahlung eines Durchschnittspreises von 33,03 Cent (brutto) pro Liter Milch führt. Damit aber stehe die Molkerei insgesamt nicht „fairer“ da als ihre Wettbewerber, die zum Teil einen höheren Milchpreis zahlten. Dieser Argumentation wollte das Oberlandesgericht München nicht in vollem Umfang folgen. Nach Auffassung des Gerichts sei zwar der Hinweis darauf, dass „Die faire Milch“ „ausschließlich von Höfen aus Ihrem Bundesland“ komme, objektiv nicht zutreffend, da in Hessen gemolkene Milch auch

in nordbayerischen Märkten der Handelskette „tegut“ angeboten worden sei. Hierin liege eine die Kaufentscheidung der Verbraucher beeinflussende irreführende Angabe über die geographische Herkunft des Produkts. Hinsichtlich der Bezeichnung „Die Faire Milch“ lehnte das Gericht jedoch eine Irreführung sowohl unter dem Gesichtspunkt einer Alleinstellungsbehauptung als auch im Hinblick auf eine etwaige Fehlvorstellung des Publikums hinsichtlich der an die Erzeuger gezahlten Preise ab.

Das Gericht führte aus, dass eine unzulässige Alleinstellungsbehauptung nicht vorliege. Das Augenmerk des

Betrachters der Verpackung werde auf den in Nationalfarben gehaltenen Querstrich des Buchstabens „f“ im Adjektiv „fair“ gelenkt, ohne dass er eine Relation zu anderen gattungsgleichen Produkten herstelle. Auch eine Irreführung über die an die Erzeuger gezahlten Entgelte scheidet aus. Entscheidend sei, dass die Erzeuger für jeden Liter Milch, der als „Die Faire Milch“ abverkauft werde, 40 Cent erhalten. Dies sei der Fall. Die Verbraucher würden den „fairen Milchpreis“ von 40 Cent pro Liter ausschließlich auf den in dem als „fair“ beworbenen Produkt verarbeiteten Rohstoff beziehen, ohne ihn in einem weiteren gedanklichen Schritt auf sämtliche im Handel erhältlichen Milchprodukte aus dem Betrieb der Milchvermarktungsgesellschaft zu übertragen. Derartig weitreichende Gedanken mache sich ein Verbraucher beim Kauf der alltäglichen Beschaffung von Lebensmitteln wie Milch üblicherweise nicht. (al)

Bild: MVS

OLG München 1.03.2012
AZ: 6 U 1738/11

Bundesverfassungsgericht hebt Fernsehverbot in Hamburger Gerichtssaal auf

In einem Eilverfahren hat das Bundesverfassungsgericht ein Verbot von Fernsehaufnahmen ausgesetzt, das vom Landgericht Hamburg für ein laufendes Strafverfahren verhängt worden war. Die

Fernsehjournalistin Gita Ekberg hatte, mit Unterstützung des Deutschen Journalistenverbands (DJV), Beschwerde eingelegt. Das absolute Aufnahmeverbot war von den Hamburger

Richtern mit dem Schutz von Persönlichkeitsrechten des Angeklagten begründet worden. Die Karlsruher Richter befanden, nach einer Mitteilung des DJV, ein vollständiges Verbot von Fern-

sehaufnahmen könne damit nicht gerechtfertigt werden. (al)

BVerfG vom 02.04.2012
AZ: 1 BvR 711/12

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

Die große Zeitreise-Show

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

**RedSevenEntertainment GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

Puls - das Sat.1 Magazin

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 eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

FAMILIENREISETAG

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten, und mit allen Zusätzen in allen Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, Internet, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Spiele, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste, sonstige Online-Medien, Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge, und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**Winterstein | Rechtsanwälte,
Darmstädter Landstraße 110, 60598 Frankfurt am Main**

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

Step Styles

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten, und mit allen Zusätzen, in allen Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen, Internet, Bild-, Ton- und Datenträgern aller Art, Spielen elektronischen und digitalen Medien und Netzwerken (einschließlich CD-ROM, CD-I, DVD), Offline- und Online-Diensten, sonstigen Online-Medien, Merchandising-Produkten, Veranstaltungen, Büchern, Zeitschriften, Katalogen und allen anderen Printmedien und Druckerzeugnissen sowie Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwalt Guido Bauer,
Schadowstraße 65, 40212 Düsseldorf**

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

Kinder des roten Kaisers

in allen Schreibweisen, Abkürzungen, möglichen Kombinationen und Wortverbindungen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, Internetseiten, Internetanwendungen und -programme, grafischen Gestaltungen, Titelkombinationen für Literatur, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Print-Medien, Software-Erzeugnisse, audiovisuelle und digitale Medien und Netzwerke, Internet, Druckerzeugnisse aller Art, CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien, Wettbewerbe, Kongresse und Veranstaltungen - allein stehend und mit allen etwaigen Zusätzen für sinngemäße Titel - als Einzel- oder Reihentitel in allen Sprachen und sinngemäßen Übersetzungen, elektronische und digitale Medien, Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), MIS, MHD, HSO + MFGO, adsum und sonstige auch zukünftige Online-Medien, Filmwerke, TV- und Radiosendungen, Hörfunk, Film, Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art, Merchandising.

**Xiaoping Hu,
Cäcilienplatz 4, 26122 Oldenburg**

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

STYLE NEWS

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphische Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckereierzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**Karstadt Warenhaus GmbH, Rechtsabteilung,
Theodor-Althoff-Straße 2, 45133 Essen**

Peter Wippermann Jens Krüger

WERTE-INDEX

2012



TREND

tns infratest



new business

Der Werte-Index 2012 analysiert die User-Diskussion im deutschen Web sowohl quantitativ als auch qualitativ. Er zeichnet ein differenziertes Bild davon, welche Bedeutung welche Werte in den Augen der User haben. Darüber hinaus zeigt er Unternehmen, wie sie diese Werte in ihrer Praxis anwenden und umsetzen können.

Professor Peter Wippermann: "Werte werden zum wichtigsten Medium zwischen Unternehmen und Kunden. Konsumenten werden immer kritischer. Ein einseitiger Marken- und Produktfokus auf Ästhetik oder Funktionalität reicht nicht mehr aus. Trust-Design ersetzt Emotional-Design".

Fax: ++49/40/60 90 09-66

Ja, ich bestelle Exemplar/e „Werte-Index 2012“ zum Preis von je 38,60 Euro zzgl. Versandkosten.

Firma

Name, Vorname

Funktion

Straße

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail

Datum/Unterschrift

Werte-Index 2012, Herausgeber: Peter Wippermann (Trend Büro) und Jens Krüger (TNS-Infratest).
Umfang: 150 Seiten, ISBN: 978-3-936182-29-3, www.werteindex.de.
Das Buch erscheint im New Business Verlag GmbH & Co. KG.
Postfach 70 12 45 • 22012 Hamburg • Fax: ++49/40/60 90 09-66

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

Nacht der Einsamen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Julie Fellmann,
Lindenstraße 26, 82065 Baierbrunn**

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

topflooring

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Holzmann Medien GmbH & Co. KG,
Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen**

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

Scheißkerl sucht Frau

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Direct Investment Partners AG,
Hirschmattstraße 30, 6003 Luzern / Schweiz**

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

Lord Old Smoky und die Paparazzi

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Musikschule Heiko Hastedt,
Lindenstraße 3, 27419 Sittensen**

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

Leben!

Fitness! Gesundheit! Entspannung! Ein Leben lang!

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen in allen Medien.

**HAMMER SPORT AG,
Von-Liebig-Straße 21, 89231 Neu-Ulm**

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

Beat the Best

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).

**Dr. Siegfried Jackermeier,
Widenmayerstraße 23, 80538 München**

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

Mein Vater, seine Freunde und das ganz schnelle Geld Und alle haben geschwiegen Die Garmisch-Cops

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**

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

1848. Magazin für Angewandte Wissenschaften

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und graphischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere Printmedien, z. B. Zeitschriften, Beilagen, Magazine, sowie auch für Rundfunk, Fernsehen, Film und sonstige elektronische und digitale Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Veranstaltungen und Dienstleistungen aller Art.

**Senfft Kersten Nabert van Eendenburg,
Schlüterstraße 6, 20146 Hamburg**

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

Rex. Kulturhaus

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Werner Pieper,
Römerstraße 10, 64653 Lorsch**

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

Die Schönheitsprofis

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Mina TV GmbH,
Mainzer Straße 124, 53179 Bonn**

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

haidhausener

Das Beste aus Haidhausen und Umgebung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Typoglyph GmbH,
Truderinger Straße 302, 81825 München**

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

Die Diätprofis Die Gesundheitsprofis

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Mina TV GmbH,
Mainzer Straße 124, 53179 Bonn**

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

Aus und vorbei! - letzte Chance auf ein neues Leben! Das schwarze Schaf - Aufbruch in mein neues Leben! ICH war ... das schwarze Schaf!

in allen Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Darstellungsformen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln, Schriftarten und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (insbesondere Internet), sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**GRUNDY Light Entertainment GmbH,
Siegburger Straße 215, 50679 Köln**

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

Taxi King

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere elektronische und digitale Medien, sonstige audiovisuelle Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Dienste, Internetseiten und -auftritte, Softwareerzeugnisse, Multimediaanwendungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie Telekommunikationsdienstleistungen.

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

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

Move on. A roadmovie inspired by you.

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien und Veranstaltungen.

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

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

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.
jeweils Freitag, 10 Uhr

Anzeigenschluss: 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

© 2012 Presse Fachverlag, Hamburg.

Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder
Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der system-
atischen 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



**Produktpiraterie – Marken
im Kampf gegen Plagiate**

aus der Rubrik
Markenrecht

Firma _____

Name, Vorname _____

Straße _____

PLZ, Ort _____

Tel.: _____

Email: _____

Datum, Unterschrift _____

BITTE IN BLOCKSCHRIFT!

TSA

JA ich bestelle markenartikel im Probe-Abonne-
ment. Ich erhalte die nächsten drei Ausgaben
markenartikel zum Preis von 20,00 Euro inkl.
Versand zzgl. USt. Das Probe-Abonnement endet
automatisch.

JA ich bestelle markenartikel im Jahres-Abonne-
ment. Ich erhalte das Magazin ab sofort regelmäßig
für 98,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Abon-
nement gilt zunächst für ein Jahr (11 Ausgaben)
und verlängert sich automatisch um jeweils ein Jahr,
wenn ich nicht mit der Frist von vier Wochen zum
Ende des Bezugjahres schriftlich kündige.

New Business Verlag GmbH & Co. KG

Postfach 70 12 45 • 22012 Hamburg

Birgit Jessen

Telefon 040/60 90 09-62

Fax 040/60 90 09-66

jessen@new-business.de