

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

VPRT-Arbeitskreis „Digital Pay-TV“ wählt neue Vorsitzende

Der **Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) e.V.** hat auf seiner Sitzung vom 26. Juni **Sabine Christmann** zur neuen Vorsitzenden des Arbeitskreises „Digital Pay-TV“ gewählt. Sie löst **Jochen Kröhne** ab, der den Arbeitskreis seit seiner Gründung 2005 leitete.

Christmann ist Director Regulatory Affairs & Public Policy / Legal, Regulatory & Distribution der **Sky Deutschland AG** sowie Mitglied in den Vorständen des VPRT und der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM). Die

Juristin begann ihre berufliche Rundfunklaufbahn 1999 bei der Kirch-Gruppe und arbeitet seit 2003 für Sky (vormals Premiere).

Der VPRT-Arbeitskreis „Digital Pay-TV“ wurde im Jahr 2005 gegründet und hat sich in den zurückliegenden Jahren unter anderem für die Beschleunigung der Digitalisierung der TV-Übertragungswege, für die Abbildung von Pay-TV-Programmen in Navigatoren und EPGs und für die Erfassung der Pay-TV-Nutzung eingesetzt. (al)

BVDW präsentiert Whitepaper für rechtssicheres E-Mail-Marketing



RA Michael Neuber, BVDW

Zum 31. August 2012 endet die Umsetzungsfrist des **BDSG (Bundesdatenschutzgesetz)** für die werbliche Nutzung von Kundendaten. Das bedeutet, für den Versand von Werbemails oder Internet-Newslettern müssen in Deutschland neue gesetzliche Vorschriften beachtet werden. Die in der Gesetzesnovelle 2009 vorgesehene Übergangsfrist für die werbliche Nutzung von vor Inkrafttreten erhobenen Kundendaten läuft zum 31.08.2012 endgültig ab.

Der **Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.** hat daher ein kostenloses Whitepaper mit konkreten Handlungsempfehlungen

für rechtssicheres E-Mail-Marketing und Newsletter-Versand veröffentlicht. Der Verband rät Unternehmen in diesem Zusammenhang zu einem umfassenden Daten-Audit. „Im Online-Marketing ist stets die Einwilligung des Betroffenen in die Verwendung von personenbezogenen Kundendaten für Werbung nötig. Diese Praxis üben deutsche Un-

ternehmen bereits seit Jahren gemäß der BDSG-Novelle aus. Vorsicht ist jedoch bei Altdaten geboten, wo Adressen ohne Beachtung der seit langem geltenden Vorgaben entweder selbst erhoben oder aber von Dritten ohne entsprechende Nachweismöglichkeit erworben wurden. Soweit nicht schon längst geschehen, sollten die betroffenen Unternehmen spätestens jetzt ein Daten-Audit durchführen, um ihr E-Mail-Marketing rechtsicher zu machen“, warnt Rechtsanwalt **Michael Neuber**, Justiziar des BVDW. Das Whitepaper steht Interessenten unter www.bvdw.org zum kostenlosen Download zur Verfügung. (al)

| INHALT | SEITE |
|--|-------|
| Titelübersicht | 2 |
| BGH benennt neue Pressesprecherin | 2 |
| Wechsel im GEMA-Vorstand | 2 |
| Profi oder Amateur? AG Köln gewährt höhere Honorare für Berufsfotografen | 3 |
| GEMA begrüßt EU-Richtlinie zur Regulierung von Verwertungsgesellschaften | 3 |
| Titelschutzanzeigen: 32 neue Titel geschützt | 4-7 |
| Impressum | 7 |

Die 32 neuen Titel dieser Woche

| | | |
|--|---|---|
| <p>6 aus 24</p> <p>C chicster Clipster</p> <p>D Der Berlin-Brandenburg Check Die beste Zeit kommt jetzt im Alter Die Straße, in der du wohnst</p> <p>E E-Commerce Geschichten Einmal Pazifik und zurück - Abenteuer einer Schildkröte</p> <p>G Goodbye G.I. Größer, schneller, weiter!</p> | <p>J job1 job1 - Mitteldeutscher Stellenmarkt job1 - Norddeutscher Stellenmarkt job1 - Stellenmarkt Österreich job1 - Stellenmarkt Schweiz job1 - Süddeutscher Stellenmarkt job1 - Westdeutscher Stellenmarkt job1.de job1.tv</p> <p>K Kleiner Häuptling Winnetou Könige der Meere Könige der Ozeane</p> <p>L Lizzy und der Kommissar</p> <p>M Mann kann, Frau erst recht Mashup.</p> | <p>MIGRANTENSTADL</p> <p>O Occupy Faust</p> <p>P Photos, Love & Stories</p> <p>Q QR Codes - Das Kompendium</p> <p>R Rätselhafte Natur</p> <p>T The Amazing Adventures of Palina Rojinski</p> <p>U Unter Müttern</p> |
|--|---|---|

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

24.07.2012, Woche 30, Nr. 1083
Anzeigenschluss: 20.07.2012, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

07.08.2012, Woche 32, Nr. 1085
Anzeigenschluss: 03.08.2012, 10 Uhr

Bundesgerichtshof benennt neue Pressesprecherin für Zivilrecht

Der Präsident des Bundesgerichtshofs hat mit Wirkung zum 10. Juli 2012 die **Richterin am Bundesgerichtshof Dietlind Weinland** zur neuen Pressesprecherin mit Schwerpunkt Zivilrecht bestimmt. Dietlind Weinland löst Richter am Bundesgerichtshof **Dr. Eick** ab, der die Aufgabe des Vertreters des Vorsitzenden im VII. Zivilsenat übernommen

hat. Die Juristin Weinland ist 52 Jahre alt, wurde 2011 zur Richterin am Bundesgerichtshof berufen und ist seither Mitglied des V. Zivilsenats. Von 2004 bis 2008 hat sie die Aufgaben der Pressesprecherin des Bundesverfassungsgerichts wahrgenommen.

Quelle:
Bundesgerichtshof

Wechsel im GEMA-Vorstand: Rainer Hilpert tritt in den Ruhestand

Zum 1. Juli hat **Lorenzo Colombini** (39) den Vorstandsbereich Finanzen und Wirtschaft der **GEMA** von Rainer Hilpert übernommen. Colombini ist bereits seit 2009 als Direktor Finanzen und Rechnungswesen für die Verwertungsgesellschaft tätig. Dazu Aufsichtsratsvorsitzender **Prof. Dr. Enjott Schneider**: „Die Aufgaben der GEMA und der Verwertungsgesell-

schaften überhaupt werden zunehmend komplexer und internationaler. Mit der Berufung von Lorenzo Colombini in den Vorstand ist die GEMA für die Herausforderungen der Zukunft hervorragend aufgestellt. Dafür sprechen seine ausgewiesene Fachkompetenz, seine internationale Ausrichtung und insbesondere seine Auslandserfahrung.“ (al)

Profi oder Amateur? AG Köln gewährt höhere Honorare für Berufsfotografen bei der Verletzung von Bildrechten

Bei der Berechnung von Schadensersatzansprüchen macht es nach einem Urteil des Amtsgerichts Köln einen Unterschied, ob es sich um Aufnahmen eines Berufsfotografen oder die Aufnahmen eines Amateurs handelt.

So dürfen die Honorarempfehlungen, welche von der Mittelstandsgemeinschaft Foto-Marketing (MfM) für Berufsfotografen herausgegeben werden, nicht automatisch auch auf Amateur-Fotografen übertragen werden. Nach Ansicht der Kölner Richter muss im Blick bleiben, dass der Amateurfotograf nicht zu dem Personenkreis gehört, für den die Honorarempfehlungen gemacht sind, etwa (Berufs-)Fotografen oder Bildagenten, also Personen, deren Geschäft die Bilderstellung und/oder der Handel mit Nutzungsrechten ist. Der **CentralVerband Deut-**

scher Berufsfotografen begrüßt dieses Urteil und die damit einhergehende Wertschätzung für die Arbeit des Berufsfotografen. Auch wenn durch die Digitalfotografie mittlerweile viele Menschen die Fotografie für sich entdeckt haben, gäbe es einen qualitativen Unterschied zwischen der fotografischen Arbeit eines Laien und der Arbeit eines ausgebildeten Berufsfotografen. Es müsse bei der Berechnung von Preisen und auch Schadensersatzansprüchen berücksichtigt werden, dass Fotografie ein Ausbildungsberuf oder Studium ist, dessen Ausübung sowohl handwerkliches, wie auch gestalterisches Können voraussetzt.

Zudem habe der Berufsfotograf wesentlich höhere Ausgaben und muss, im Gegensatz zu dem privaten Fotografen, Beiträge für die Handwerkskammer, Versi-



RA Tim Hoesmann

cherungen und Berufsverbände zahlen. Dieses würde sich auch in der Honorargestaltung niederschlagen.

Dazu **RA Tim Hoesmann**, Partneranwalt des CentralVerbands: „In meiner täglichen Arbeit als Rechtsanwalt muss ich mich immer wieder mit Schadensersatzforderungen auseinandersetzen, bei denen private Fotografen für kleinste Verstöße

von Bildrechten automatisch die Vergütungssätze von Berufsfotografen ansetzen.“

Es müssten, so Hoesmann weiter, bei der Berechnung des Wertes eines Bildes und eines daraus folgenden Schadensersatzanspruch jedoch Unterschiede zwischen einem privaten Schnappschuss und einer durch einen ausgebildeten Fotografen gefertigten Aufnahme geben. Daher sei diesem Urteil in seiner Aussage zuzustimmen, die Honorarempfehlungen der MfM nicht pauschal auf Bildrechtsverletzungen anzuwenden. (al)

AG Köln vom 24.05.2012
AZ: 137 C 53/12

GEMA begrüßt EU-Richtlinie zur Regulierung von Verwertungsgesellschaften

EU-Kommissar Michel Barnier, zuständig für den Binnenmarkt, hat am vergangenen Mittwoch den lang erwarteten Vorschlag für eine EU-Richtlinie über die kollektive Wahrnehmung von Urheber- und verwandten Schutzrechten vorgelegt.

Verwertungsgesellschaften sollen durch die neuen Organisations- und Transparenz-Vorschriften effizienter arbeiten. Eine einfachere



Dr. Harald Heker

Vergabe von Mehrgebietslizenzen für Musikwerke soll Verbrauchern den Zugang

und gewerblichen Nutzern den Erwerb von Lizenzen erleichtern. Die GEMA begrüßt in einer Mitteilung die Initiative der Kommission als wichtigen Schritt zur Schaffung eines einheitlichen Rechtsrahmens für Verwertungsgesellschaften im europäischen Binnenmarkt. „Wir freuen uns, dass die Kommission die Initiative für einen gemeinsamen Rechtsrahmen für die kollektive Rechtswahrnehmung in Europa ergriffen hat. Die

GEMA wird das weitere Gesetzgebungsverfahren mit ihrem Sachverstand konstruktiv begleiten“, so der Vorstandsvorsitzende der GEMA, **Dr. Harald Heker**. Dabei seien aus Sicht der GEMA die Harmonisierung der unterschiedlichen Wahrnehmungsregeln sowie die Rechtssicherheit der Verwertungsgesellschaften für ihre Zusammenarbeit in Europa Kernforderungen für die Ausgestaltung der neuen EU-Richtlinie. (al)

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

Mashup.

In allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**mixtvision Film & TV,
Pündterplatz 4, 80803 München**

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

Occupy Faust

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hermann Vaske's Emotional Network,
Schmidtstraße 12, 60326 Frankfurt**

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

Unter Müttern

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Harry Eggenesperger,
Aalkrautweg 14, 22395 Hamburg**

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

Goodbye G.I.

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Agnes Lisa Wegner,
Ruhrstraße 19, 68167 Mannheim**

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

Lizzy und der Kommissar Mann kann, Frau erst recht

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, 15 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Rätselhafte Natur Die beste Zeit kommt jetzt im Alter

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 Markengesetz nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

MIGRANTENSTADL

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Darstellungen, Untertiteln, Zusammensetzungen und mit allen Zusätzen für alle Medien einschließlich Ton-, sowie Bild- und Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Onlinedienste, CD-Rom, CD-I, DVD, andere Datenträger und alle sonstigen CD-Derivate sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien.

**Constantin Entertainment GmbH,
Carl-Zeiss-Ring 3, 85737 Ismaning**

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

chicster

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

**Dr. Patricia Scherer,
Corneliusstraße 30, 80469 München**



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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Photos, Love & Stories

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**SWAY Books UG,
Stockmeyerstraße 41-43, 20457 Hamburg**

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

Kleiner Häuptling Winnetou

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Karma Limited Theater,
Auf dem Brand 6, 53919 Weilerswist**

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

6 aus 24

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medienerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Softwareerzeugnisse, Printmedien, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Anwaltskanzlei Michael Bernzott,
Walsheimer Weg 21, 76829 Landau**

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

QR Codes - Das Kompendium E-Commerce Geschichten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**eBriefing Verlag Thomas Hörner,
Lange Straße 22, 96047 Bamberg**



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-Abonnement. 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-Abonnement. Ich erhalte das Magazin ab sofort regelmäßig für 98,00 Euro inkl. Versand zzgl. USt. Das Abonnement 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 Bezugsjahres 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

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

job1
job1 - Westdeutscher Stellenmarkt
job1 - Norddeutscher Stellenmarkt
job1 - Mitteldeutscher Stellenmarkt
job1 - Süddeutscher Stellenmarkt
job1 - Stellenmarkt Schweiz
job1 - Stellenmarkt Österreich
job1.de
job1.tv

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten, Wortverbindungen und Zusätzen für Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckereierzeugnisse, Software-Produkte, Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige audiovisuelle Medien, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, einschließlich CDs, CD-ROMs, DVDs und Blu-ray-Discs, ebenso für elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Online-Medien, Online- und Offline-Dienste sowie sonstige Mediendienstleistungen und Medienprodukte aller Art, für Domain-Bezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, für Event-Merchandising sowie für Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen aller Art.

Deutsche Gesellschaft für Medienconsulting mbH,
Am Bruch 17, 59939 Olsberg

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

Größer, schneller, weiter!
The Amazing Adventures of Palina Rojinski
Einmal Pazifik und zurück -
Abenteuer einer Schildkröte
Könige der Meere
Könige der Ozeane
Clipster
Der Berlin-Brandenburg Check

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.

Die Straße, in der du wohnst

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

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-
 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

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: _____