

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Luther Rechtsanwaltsgesellschaft verstärkt IP/IT-Team in Berlin

Dr. Jörg Alshut, 44, ist Mitte September als Partner in das Berliner Büro der **Luther Rechtsanwaltsgesellschaft mbH** gewechselt. Gemeinsam mit ihm startet **RAin Kathrin Helbig**, 33, als Associate im IP/IT-Team der Sozietät. Beide waren zuvor für GSK Stockmann + Kollegen in Berlin tätig.

Dr. Alshut studierte an der Ruhr-Universität Bochum (Dr. iur.) und an der Université d'Orléans (Licence en Droit). Nach der Zulassung als Rechtsanwalt im Jahr 1999 war er bei PricewaterhouseCoopers Veltins und ab 2006 bei GSK Stockmann + Kollegen tätig. Er bringt sowohl im Urheber-, Marken- und Wettbewerbsrecht als auch im IT-Recht umfangreiche Erfahrung mit.

Schwerpunktmäßig berät er im gewerblichen Rechtsschutz, bei Outsourcing-, ERP- und IT-Projekten, bei der Entwicklung und Umsetzung von Schutzrechtsstrategien sowie im Zusammenhang mit Lizenz-, Vertriebs- und XaaS-Modellen. Er gilt zudem als Experte in den Bereichen Datenschutz, IT-Compliance und Glücksspielrecht.

Kathrin Helbig studierte in Potsdam, Paris, Berlin und Wellington/Neuseeland. Dabei erwarb sie die Licence en Droit und den Master of Laws (LL.M.). 2009 wurde Helbig als Rechtsanwältin zugelassen und trat GSK Stockmann + Kollegen bei. Die Juristin berät im gewerblichen Rechtsschutz, insbesondere im Marken-,

Urheber- und Wettbewerbsrecht sowie im IT-Recht (Vertragsgestaltung und Lizenzierung von Software, eCommerce etc.).

Dr. Alshut zum Wechsel: „Ich freue mich vor allem auf das umfangreiche Netzwerk, das Luther mir bietet, und den Full-Service-Ansatz der Sozietät. In erster Linie profitieren davon natürlich die Mandanten, für die eine fachübergreifende Full-Service-Beratung deutlichen Mehrwert birgt.“ (al)



Dr. Jörg Alshut

White & Case setzt sich für Vielfalt ein

Die internationale Anwaltssozietät **White & Case LLP** ist der Initiative „Charta der Vielfalt“ beigetreten. Damit verpflichtet sich die Kanzlei zur Förderung von Vielfalt im Unternehmen und zu einem Arbeitsumfeld frei von Vorurteilen.

Die 2006 ins Leben gerufene Initiative „Charta der Vielfalt“ zählt mittlerweile 1.300 Unterzeichner. Sie wird von der Bundesregierung unterstützt, Bundes-

kanzlerin Dr. Angela Merkel ist die Schirmherrin. Ziel der Charta sind die Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Vielfalt in der Unternehmenskultur. Dabei sollen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Wertschätzung erfahren – unabhängig von Geschlecht, Nationalität, ethnischer Herkunft, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung und Identität. (al)

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
BGH entscheidet Streit um „Biomineralwasser“	3
Thilo Sarrazin mit Unterlassungsantrag gegen „taz“ gescheitert	3
Titelschutzanzeigen: 32 neue Titel geschützt	4-7
Impressum	7

Die 32 neuen Titel dieser Woche

B	K	S
Backstage - Behind the Scenes	Köln 50667	Siam und Angora
bissfest	L	Silvester Hit-Countdown - Welcome 2013!
Bremerhavener Zeitung	LEONO	Spechti und die Bergwaldcombo
D	Liga Manager	Spechti und die Urwaldcombo storecheck.
Das Wochenende	M	T
Dental Visionist	MAIN SAMSTAG	TIER-ABC
Der Banker und der Zauberer	N	TIERSCHÜTZER MAGAZIN
Der Freund meiner Freunde	Nostalgie Landmaschinen Simulator 1962	TIER-ZEITUNG
Der germanische Drache	Nostalgie Landwirtschafts Simulator 1962	U
Der Medialist	P	Update TV
Die Polizisten - Alles fürs Revier ... die Zeitung für Rostock	Preis für Nachhaltigkeit im Außer-Haus-Markt	Update TV - Die Sendung
F	R	W
Fuchs, du bist in d'Falln neitappt	Rotfuchs in der Falle	Was wäre wenn?
H		
Hokuspokus Hexenfuß		

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

25.09.2012, Woche 39, Nr. 1092
Anzeigenschluss: 21.09.2012, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

09.10.2012, Woche 41, Nr. 1094
Anzeigenschluss: 05.10.2012, 10 Uhr

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

www.new-business.de

Bundesgerichtshof entscheidet Namensstreit um „Biomineralwasser“

Der Oberpfälzer Getränkehersteller „**Neumarkter Lammsbräu**“ konnte sich jetzt vor dem für das Wettbewerbsrecht zuständigen I. Zivilsenat des **Bundesgerichtshofs** endgültig durchsetzen. Die Verwendung der Bezeichnung „Biomineralwasser“ ist nicht irreführend.

Der Getränkehersteller bewirbt sein natürliches Mineralwasser als „Biomineralwasser“. Nach Ansicht der **Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs** eine irreführende Bezeichnung, da der Verbraucher mit „Biomineralwasser“ Qualitätsmerkmale verbinde, die für ein natürliches Mine-

ralwasser bereits gesetzlich vorgeschrieben und daher selbstverständlich seien.

Das Landgericht Nürnberg-Fürth gab der Klage der Wettbewerbszentrale statt. Das Oberlandesgericht Nürnberg wies die Klage dagegen ab.

Nun hat auch der Bundesgerichtshof das Berufungsurteil bestätigt: Der Verkehr erwarte von einem als „Biomineralwasser“ bezeichneten Mineralwasser, dass es nicht nur unbehandelt und frei von Zusatzstoffen ist, sondern im Hinblick auf Rückstände und Schadstoffe deutlich unterhalb der für natürliche Mineralwässer

vorgesehenen Höchstwerte liegt. Mineralwässer, die die gesetzlichen Grenzwerte deutlich unterschreiten, unterscheiden sich von den Mineralwässern, bei denen der Gehalt an Rückständen und Schadstoffen nahe an diesen Werten liegt. Ob das von der beklagten Neumarkter Lammsbräu vertriebene Mineralwasser diese hohen Reinheitserwartungen erfüllt, stand nicht im Streit.

Der Verkehr erwarte, so die Karlsruher Richter, auch nicht, dass die Verwendung von „Bio“ bei Mineralwässern gesetzlichen Vorgaben unterliegt oder staatlich überwacht wird. Der Umstand, dass der Gesetzgeber

bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen eine gesetzliche Regelung für die Verwendung von „Bio“ getroffen hat, führe nicht dazu, dass diese Bezeichnung beim Fehlen einer gesetzlichen Regelung nicht verwendet werden dürfe. Das in der Lebensmittel-Kennzeichnungsverordnung bestimmte Gebot, für das von der Beklagten vertriebene Wasser die Verkehrsbezeichnung „natürliches Mineralwasser“ anzugeben, stünde der zusätzlichen Bezeichnung als „Biomineralwasser“ nicht entgegen. (al)

Bundesgerichtshof
Urteil vom 13.09.2012
AZ: I ZR 230/11

Thilo Sarrazin mit Unterlassungsantrag gegen die „taz“ gescheitert

Die „taz“ hat mit einem Artikel über den früheren Berliner Finanzsenator **Thilo Sarrazin** die Grenze zur verbotenen Schmähkritik nicht überschritten. Das geht aus einer Entscheidung des **Oberlandesgerichts Frankfurt** vom 12.09.2012 hervor.

In dem Artikel heißt es u. a. Sarrazin werde „*inzwischen von Journalisten benutzt wie eine alte Hure, die zwar billig ist, aber für ihre Zwecke immer noch ganz brauchbar, wenn man sie auch etwas aufhübschen muss... fragt sich nur, wer da Hure und wer Drübersteiger ist?*“ Wie das Gericht mitteilt, versuchte Sarrazin mit einer

einstweiligen Verfügung, der Zeitung verbieten zu lassen, die Äußerung weiterhin zu veröffentlichen oder zu verbreiten, scheiterte jedoch vor dem zunächst angerufenen Landgericht Frankfurt am Main, das den Unterlassungsantrag mit Beschluss vom 24.7.2012 zurückwies.

Zu Recht, wie jetzt der 16. Zivilsenat des OLG auf die Beschwerde Sarrazins hin entschied. Schmähkritik sei dadurch gekennzeichnet, dass nicht mehr die Auseinandersetzung mit der Sache, sondern die Diffamierung einer Person im Vordergrund stünde. Dabei müssten sich Personen des öffentlichen Lebens weiter-

gehende Einschränkungen ihres allgemeinen Persönlichkeitsrechts gefallen lassen als Privatleute.

In der beanstandeten Veröffentlichung stehe nicht die Diffamierung des Antragstellers als Person des öffentlichen Lebens im Vordergrund, sondern sein Verhältnis zu Journalisten.

Unschädlich sei, dass die „taz“ dabei auch überzogene Formulierungen verwende, da auch polemische oder überspitzte Kritik von der Meinungs- und Pressefreiheit gedeckt sei.

Oberlandesgericht
Frankfurt am Main
Beschluss vom 12.09.2012
AZ: 16 W 36/12



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

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

Bremerhavener Zeitung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**.rka Rechtsanwälte,
Johannes-Brahms-Platz 1, 20355 Hamburg**

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

bissfest

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**kmmedico GbR,
Seestraße 126, 15806 Zossen**

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

Liga Manager

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Sururi Barudi,
Hobrechtstraße 19, 12047 Berlin**

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

Der Freund meiner Freunde

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Good Times Fernsehproduktions-GmbH,
Oskar-Jäger-Straße 160, 50825 Köln**

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

Der Medialist

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Right Connection GmbH,
Pontiusweg 20, 50859 Köln**

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

... die Zeitung für Rostock

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Zeitungsverlag Schwerin GmbH & Co. KG,
Gutenbergstraße 1, 19061 Schwerin**

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

Köln 50667

Die Polizisten - Alles fürs Revier

Silvester Hit-Countdown - Welcome 2013!

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

Das Wochenende

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insb. Groß- u. Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline-, und Online-Diensten (insb. 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, öffentliche Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**UFA Cinema GmbH,
Dianastraße 21, 14482 Potsdam**



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:

Der Banker und der Zauberer

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für ein Buch und für alle Veröffentlichungen und alle Medien, Print und Online.

**Frédéric Meylan,
Schlossteichstraße 1, 09113 Chemnitz**

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

Update TV Update TV - Die Sendung

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**backfocus broadcast services GmbH,
Schreinerstraße 60, 10247 Berlin**

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

Nostalgie Landwirtschafts Simulator 1962 Nostalgie Landmaschinen Simulator 1962

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**S.A.D. Software Vertriebs- und Produktions GmbH,
Pfarrer-Weiß-Weg 10-12, 89077 Ulm**

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

Was wäre wenn?

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien.

**dibido.tv GmbH,
Meister-Gerhard-Straße 8, 50674 Köln**

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

Preis für Nachhaltigkeit im Außer-Haus-Markt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Zusammensetzungen, Wortverbindungen, Zusätzen und Kombinationen für alle Medien, Veranstaltungen und Produkte.

**HUSS-MEDIEN GmbH,
Am Friedrichshain 22, 10407 Berlin**

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

Backstage - Behind the Scenes

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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

MAIN SAMSTAG

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

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

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

LEONO

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 Absatz 3 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

storecheck.

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Wortverbindungen, Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Zeitungen, Zeitschriften und Druckerzeugnisse jeder Art und elektronische und digitale Medien, insbesondere CD-Rom, DVD und Online-Medien.

**GÖHMANN Rechtsanwälte,
Friedensstraße 2, 60311 Frankfurt am Main**

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

Dental Visionist

in jeder Schreibweise und Darstellungsform.

**von Kreisler Selting Werner
Partnerschaft von Patentanwälten und Rechtsanwälten,
Bahnhofsvorplatz 1, 50667 Köln**

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

**Spechti und die Urwaldcombo
Spechti und die Bergwaldcombo
Der germanische Drache
Siam und Angora
Rotfuchs in der Falle
Fuchs, du bist in d'Falln neitappt
Hokuspokus Hexenfuß**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Kreativbausteine, Johann Kraus,
Heidingsfelderweg 53, 85072 Eichstätt**

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

TIER-ABC TIERSCHÜTZER MAGAZIN TIER-ZEITUNG

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insb. Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien und Plattformen, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Diensten (insb. 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, öffentliche Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**Thilo Raiskup Verlag,
Nebenusstraße 26, 76137 Karlsruhe**

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).

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

© 2012 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugs-

weise 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 urhe-

berrechtlich 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

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: _____