

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Litigation-PR: Medienrechtler Martin Diesbach mahnt zur Vorsicht

PR-Berater und Anwälte setzen in immer mehr Verfahren auf prozessbegleitende Öffentlichkeitsarbeit. Experten warnen jedoch vor dem unreflektierten Einsatz dieses Instruments: „Litigation-PR ist oft sinnvoll. Aber: Wer Litigation-PR betreibt, verlässt den ‚geschützten Raum‘ des Prozesses“, sagt **Dr. Martin Diesbach**, Partner und Medienrechtler bei der internationalen Kanzlei **Noerr LLP**, und kritisiert die häufig mangelnde Berücksichtigung der juristischen Aspekte der Litigation-PR.

Diesbach sprach sowohl auf der Noerr Litigation Konferenz, einem internationalen Expertentreffen unter Leitung von Noerr-Partner **Michael Molitoris** am 18. und 19. Oktober, als auch beim „Crisis Club“, einer Veranstaltung zur Krisenkommunikation der internationalen Kommunikationsagentur Burson Marsteller in München. Er warnte: „Öffentlich getätigte Aussagen, die vermeintlich die Reputation des Mandanten wiederherstellen sollen, können diesem im Prozess sogar schaden. Wir erleben in einer zunehmenden Anzahl von Verfahren handwerkliche Fehler beim Einsatz von Litigation-PR.“ Kanzleien oder Agenturen, die im Rahmen von Prozessen Pressemeldungen herausgeben oder Gespräche



Dr. Martin Diesbach

mit Journalisten arrangieren, würden damit oft den Schutz des Rufes ihrer Mandanten und eine Beeinflussung des Prozessausganges in ihrem Sinne bezwecken. Andere wollen potentielle Kläger dazu ermutigen, ebenfalls Klage zu erheben, indem sie Informationen veröffentlichen, die für die Gegenseite nachteilig sind. Dass die unüberlegte Veröffentlichung von Tatsachenbehauptungen den Prozessverlauf nicht nur zum Vorteil ihres Mandanten, sondern auch zu dessen Nachteil beeinflussen kann, bedenken Initiatoren von Litigation-PR jedoch zu häufig nicht.

Der Unterschied zwischen Tatsachenbehauptungen, die allein im Prozess getätigt werden, und öffentlichen Aussagen sei gravierend: „Prozessaussagen können

nicht in einem weiteren Gerichtsverfahren angegriffen werden, sie sind privilegiert. Insofern ist der Prozess auch ein ‚geschützter Raum‘“, sagte Diesbach. Im Rahmen einer Pressemitteilung können sie aber zu Gegenmaßnahmen des Gegners führen. „Gegen diese Aussagen kann er nämlich einen zweiten Prozess anstrengen. Über Wahrheit oder Unwahrheit einer Behauptung wird dann auch in diesem Prozess entschieden“, so Diesbach. Wer sich gegen Maßnahmen der Litigation-PR juristisch wehrt, kann auf diese Weise einen strategischen Vorteil erlangen, der im ersten Prozess von Nutzen sein mag. „Dies ist keine graue Theorie“, berichtete Diesbach. Denn eine weitere unangenehme Folge von öffentlichen Darstellungen sei die mögliche Verpflichtung zu einer Gegendarstellung. „Erst kürzlich haben wir durchgesetzt, dass eine gegnerische Kanzlei eine Gegendarstellung besonders öffentlichkeitswirk-

sam auf dem eigenen Twitter-Account und der eigenen Website veröffentlichen musste“, sagte Diesbach.

„Litigation-PR ist zwar längst kein Modethema mehr, wird aber nach unserer Beobachtung in der Praxis häufig noch nicht in der für die optimale Wahrnehmung der Mandanteninteressen notwendigen Professionalität betrieben“, so das Fazit von Diesbach. Größtes Problem sei dabei die mangelnde Berücksichtigung der juristischen Aspekte für den Fortgang des Gerichtsverfahrens, im Vordergrund stünden meist reine Kommunikationsgesichtspunkte. „Das bloße Ziel, etwa eine ausgewogene Berichterstattung in den Medien zu erreichen, ist aber für strategisch angelegte Litigation-PR zu wenig“, sagte Diesbach. „Wer auf dem Schiff der Litigation-PR gegen den Gegner segelt, sollte wissen: Dieser Gegner kann das Schiff entern.“

Quelle: Noerr LLP

INHALT	SEITE
Titelübersicht	2
BGH: Titelschutz gilt auch für Kolumnen	3
Osborne Clarke eröffnet Büro in Hamburg	3
Titelschutzanzeigen: 35 neue Titel geschützt	4-7
Impressum	7

Die 35 neuen Titel dieser Woche

60 Minuten	K KuReWA - Das Fachmagazin für Kur, Reha, Wellness & Aktivität	S Sonnenschutzwelt
B Ballermann Country Beef Buddies Business Nordwest	M Malle auf Schalke Meine Neue Woche - Wochenzeitung für den Kreis Hameln-Pyrmont und den Kreis Lippe	T Täter und Opfer
D Das kreative Wir Der große deutsche Jugendreport Der große Jugendreport Der große Sat.1 Moviecountdown Deutschlands großer Jugendreport Die dunkle Seite der Alpen Die neue Woche - Wochenzeitung für den Kreis Hameln-Pyrmont und den Kreis Lippe Die schönsten Mythen und Legenden aller Zeiten	O Oldiemarathon auf Schalke	Ü Überführt - Gib es endlich zu!
E Expedition Tierwelt - Riesenotter - die letzten ihrer Art	P Pferd & Fohlen Promis suchen ein Zuhause	W Wenn der Seele Flügel wachsen - Wenn Wunder wahr werden Wer traut wem? Wissenslandkarte Wissenslandkarten Wo&Wie
H Herzensbrecher - Vater von drei Söhnen Herzensbrecher - Vater von vier Söhnen	Q Quellcode	
	R RecMag Extra - Best Of Workshops Remarry Me Remarry Me - Für immer und immer	
	S Schlagernacht auf Schalke Schluss mit Mobbing	

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

06.11.2012, Woche 45, Nr. 1098
Anzeigenschluss: 02.11.2012, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

13.11.2012, Woche 46, Nr. 1099
Anzeigenschluss: 09.11.2012, 10 Uhr



FÜR FRÜHAUFSTEHER

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

BGH: Markenrechtlicher Titelschutz gilt auch für Kolumnen

Titelschutz kann auch der Bezeichnung einer regelmäßig nur wenige Absätze umfassenden Kolumne zukommen, die zu einem bestimmten Themengebiet in einer Zeitung oder Zeitschrift erscheint.

Das geht aus einem jetzt veröffentlichten Urteil des Bundesgerichtshofs hervor. Grund für die Auseinandersetzung war eine Klage der Wochenzeitung „DIE ZEIT“. In dieser erscheint seit 1997 unter der Kolumnenbezeichnung „Stimmt’s?“ wöchentlich

ein jeweils mit einer wechselnden inhaltsbezogenen Überschrift versehener Artikel, in dem Fragen der Leser beantwortet werden, die sich auf Rätsel des Alltags, schwer zu verifizierendes Allgemeinwissen, wissenschaftliche Phänomene, Mythen und andere populärwissenschaftliche Fragen beziehen. Die Beiträge werden seit Oktober 2001 auch im Internetauftritt der „ZEIT“ veröffentlicht. Die Beklagte betreibt das Internetportal „web.de“. Sie veröffentlichte dort unter der Bezeichnung „Stimmt’s?“

ebenfalls Beiträge, in denen Fragen der Nutzer beantwortet werden. Der Verlag sah darin eine Verletzung seiner Titelschutzrechte und klagte auf Unterlassung, Auskunft und Zahlung eines Lizenzbetrages. Landgericht und Oberlandesgericht hatten der Klage auf Unterlassung und Auskunft stattgegeben.

Auf die Revision des Webportals hob der BGH das Berufungsurteil auf und wies die Sache zur erneuten Verhandlung und Entscheidung an das Oberlandesgericht Hamburg zurück.

Bei schutzfähigen Titeln für Teile einer Zeitung oder Zeitschrift komme es für die Frage der Verwechslungsgefahr maßgeblich auch auf Form und Inhalt der medialen Einbettung der angegriffenen Bezeichnung an, wobei unter anderem die typische Art der Präsentation der Beiträge (z.B. nur Text oder auch Bilder) erheblich seien. (al)

Bundesgerichtshof
Urteil vom 22.03.2012
AZ: I ZR 102/11

Osborne Clarke eröffnet 13. internationales Büro in Hamburg

Die internationale Kanzlei Osborne Clarke eröffnet mit vier Partnern ein neues Büro in Hamburg. Osborne Clarke will damit die Sektorerfahrung der Kanzlei in die bedeutende Wirtschaftsregion im Norden Deutschlands, die einen wichtigen Knotenpunkt nach Skandinavien, Polen, Russland und ins Baltikum bildet. So eine Mitteilung der Kanzlei.

Leiter des Hamburger Büros wird **Dr. Christoph Torwegge** (39), bisher Leiter Recht bei CREMER, einer Unternehmensgruppe für Handel, Verarbeitung und Transport von Roh- und Grundstoffen, und zuvor viele Jahre bei PwC Legal. Außerdem im Team: **Prof. Norbert Aust**

(69), Unternehmer, Berater und früherer Präsident der Hamburger Universität für Recht und Politik.

Arbeitsrechtler **Dr. David Plitt** (39), der aus dem Hamburger Büro von White & Case wechselt und **Dr. Isabella Niklas** (40), Expertein auf dem Gebiet der Erneuerbaren Energien, nach langjähriger Tätigkeit bei White & Case und bei PwC Legal, zuletzt Gründungspartnerin der Hamburger Boutique WKN Witter Khalizadeh Niklas, einer spezialisierten Kanzlei für Erneuerbare Energien. Das Startteam wird durch die Associates **Dr. Torsten Behle** (41) und **Dr. Sebastian Stütze** (30) ergänzt. (al)

Deutsche Computerspiel-Verbände G.A.M.E. und BIU wollen fusionieren

Die Vorstände von **G.A.M.E.** (Bundesverband der Computerspielindustrie e. V.) und **BIU** (Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware e. V.) haben in der vergangenen Woche ihre Empfehlung zur Fusion beider Verbände an die Mitgliedsunternehmen ausgesprochen. „Beide Verbände haben die gleiche Absicht: den deutschen Games-Standort und die hier ansässige Industrie stärken. Ein gemeinsamer Verband hat wesentlich mehr Schlagkraft, um dieses Ziel zu erreichen. Das gilt für alle Aspekte der politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Interessenvertretung. In der operativen Verbandsarbeit vertreten beide Verbände ohnehin inzwischen weitgehend

gemeinsame Interessen und Positionen. Ein gemeinsamer Verband ist die logische Konsequenz“, sagte **Thomas Friedmann**, Vorstandsvorsitzender des G.A.M.E.

Wie **Dr. Olaf Coenen**, Vorstandssprecher des BIU, erläuterte, verschwänden die traditionellen Unterschiede zwischen Entwicklern und Publishern zunehmend. Die historische Trennung in zwei Verbände habe sich daher inzwischen überholt. Die Eckpunkte der Fusion wurden auf Vorstands- und Geschäftsführungsebene abgestimmt. Die Mitgliedsunternehmen müssen nun Ende November 2012 (BIU) und Mitte Dezember (G.A.M.E.) entscheiden. (al)

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

Wo&Wie

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**BILDNER Verlag GmbH,
Neuburger Straße 108, 94036 Passau**

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

Quellcode

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Mirka Swiridoff,
Neureuthstraße 39, 83714 Miesbach**

Unter Hinweis auf § 5 Ziff. 3 MarkenG nehme ich für meine Mandantin wiederholten Titelschutz in Anspruch für die Titel

Täter und Opfer 60 Minuten Herzensbrecher - Vater von drei Söhnen Herzensbrecher - Vater von vier Söhnen

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Medien, einschließlich Ton- und Bild-Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, Off- und Online-Dienste, (Mobil-) Telefondienste, 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.

**Rechtsanwälte Dr. Uwe Lehmann-Brauns u.a.,
Kurfürstendamm 37, 10719 Berlin**

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

Der große Jugendreport Der große deutsche Jugendreport Deutschlands großer Jugendreport Promis suchen ein Zuhause

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:

Remarry Me Remarry Me - Für immer und immer Wer traut wem?

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 Titelschutz in Anspruch für:

Ballermann Country

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Wortverbindungen, graphischen Gestaltungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertitel und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere Film, Fernsehen, Radio, Internet, Printmedien, Internetveröffentlichungen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und/oder digitale Medien und Netzwerke einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online und Offline-Dienste), Zeitungen, Zeitschriften, Bücher; so wie für Werke der ausübenden Kunst insbesondere Illustrationen, Malereien, Fotografien, Skulpturen, Zeichnungen; sowie für Reitsport-Veranstaltungen, Musik-Veranstaltungen nebst Partys und Events in Hallen, Festzelten sowie für Veranstaltungen der angewandten u. ausgeübten Kunst und Kultur insbesondere für Ausstellungen, Messen, öffentl. Aktionen, Vernissagen; sowie für Domainbezeichnungen und Merchandising-Produkte; sowie für Software-Erzeugnisse aller Art und Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, WAP, SMS, MMS).

**A. Engelhardt-Markenkonzepte GmbH,
NL Scholten: Marken- & Sportrechte,
Blockwinkel 87, 27251 Scholten**

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

KuReWA

Das Fachmagazin für Kur, Reha, Wellness & Aktivität

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Özdemir Aroma,
Daimler Straße 12, 50827 Köln**

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

Wissenslandkarten Wissenslandkarte

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Robert Wreschniok, Jan Reiser,
Ascholdingstraße 11, 81479 München**

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

Schluss mit Mobbing

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen und Wortverbindungen für alle, auch elektronische Medien, insbesondere Fernsehen, Off- und Online-(Abruf-)Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen sowie Hörfunk und Printmedien.

**Endemol Deutschland GmbH,
Am Coloneum 3-7, 50829 Köln**

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

Sonnenschutzwelt

für Zeitschriften und Printmagazine sowie für alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere Offline- und Onlinedienste; Film, Fernsehen, Rundfunk sowie Bild-, Ton- und Datenträger aller Art.

**Schaudt Rechtsanwälte,
Alexanderstraße 5, 70184 Stuttgart**

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

Der große Sat.1 Moviecountdown

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:

Malle auf Schalke Oldiemarathon auf Schalke Schlagernacht auf Schalke

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

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

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

Business Nordwest

in allen Schreibweisen, Kombinationen und Darstellungsformen für Ton-, Daten-, Bildträger, Bücher, periodische Druckschriften, Magazine und Zeitschriften und/oder andere Publikationen, sowie elektronische und digitale Medien und Netzwerke, einschließlich Offline- und Online-Dienste, Werbe-Medien.

**BUSSE & BUSSE Patent- und Rechtsanwälte,
Großhandelsring 6, 49084 Osnabrück**

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

Überführt - Gib es endlich zu!

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Off-Line- und On-Line-Dienste einschließlich Web-Page-Auftritte).

**RAe Brehm & v. Moers,
Anna-Louisa-Karsch-Straße 2,
Spreepalais am Dom, 10178 Berlin**

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

RecMag Extra - Best Of Workshops

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

RA Schmid-Loiper,
Waldstraße 4, 82194 Gröbenzell

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

Das kreative Wir

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

SONNOS Reifferscheidt + Windhausen GbR,
Erasmusstraße 15, 40223 Düsseldorf

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

Die neue Woche

Wochenzeitung für den Kreis Hameln-Pyrmont
und den Kreis Lippe

Meine Neue Woche

Wochenzeitung für den Kreis Hameln-Pyrmont
und den Kreis Lippe

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

MPS Medien Verlag LTD,
Vordere Straße 77, 32676 Lügde

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

Beef Buddies

Die dunkle Seite der Alpen

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



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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Pferd & Fohlen

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für alle Medien.

**Rechtsanwälte Schaller & Masuch,
Zum See 10, 24223 Schwentinental**

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

Wenn der Seele Flügel wachsen

- Wenn Wunder wahr werden

Die schönsten Mythen und Legenden aller Zeiten

Expedition Tierwelt

- Riesenotter - die letzten ihrer Art

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**

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:

Erscheinungsweise: 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

© 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

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