

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

IT-Spezialist Christoph Ritzer wechselt zu Norton Rose Fulbright



Dr. Christoph Ritzer

Die internationale Wirtschaftskanzlei **Norton Rose Fulbright** baut ihre IT-Praxis weiter aus: **Dr. Christoph**

Ritzer (37) verstärkt zum 1. Dezember 2013 die Kanzlei als Of Counsel am Frankfurter Standort.

Christoph Ritzer kommt von Linklaters, wo er zuletzt als Managing Associate tätig war. Er ist spezialisiert auf Informationsrecht sowie nationale und internationale IT- und Business Process Outsourcing-Vorhaben, insbesondere vor grenzüberschreitendem Hintergrund.

Hierbei berät er in Fragen des Datenschutz-, Telekommunikations-, Urheber- und Softwarelizenzrechts sowie zum allgemeinen Zivil-

recht. In der Vergangenheit beriet er beispielsweise einen DAX 30-Konzern bei der weltweiten Einführung eines neuen, IT-gestützten Geschäftsmodells sowie die Deutsche Börse bei der versuchten Geschäftszusammenlegung mit der New York Stock Exchange zu Fragen des Daten- und Geheimnisschutzes.

Dazu **Jamie Nowak**, Leiter der deutschen Technology-Praxis von Norton Rose Fulbright: „Mit Christoph Ritzer gewinnen wir einen erfahrenen und hoch motivierten Kollegen für unser Technology-Team hinzu. Es

gibt kaum einen Sektor, der sich so rasant entwickelt und verändert wie die IT-Branche, was immer auch rechtliche Herausforderungen mit sich bringt. Wir freuen uns, den zunehmenden Beratungsbedarf unserer Mandanten nun an all unseren drei deutschen Standorten abzudecken und damit auch unsere starke globale Aufstellung auf lokaler Ebene zu spiegeln.“

Das Norton Rose Fulbright-Team berät mit mehr als 3.8000 Rechtsanwälten nationale und internationale tätige Unternehmen in weltweit über 50 Städten. (al)

Philipp Heigl verstärkt das Frankfurter SKW Schwarz-Team

Dr. Philipp Heigl LL.M. verstärkt ab dem 1. November 2013 als Partner das Frankfurter Büro von **SKW Schwarz Rechtsanwälte**. Heigl kommt von der Kanzlei Göhmann Rechtsanwälte, wo er seit 2007 als Partner tätig war. Er ist überwiegend in den Rechtsgebieten Gewerblicher Rechtsschutz und IT-Recht tätig. Er verfügt über besondere Kenntnisse in den Bereichen Internet/E-Business und berät überwiegend Mandanten aus der Verlags- und Finanzdienstleistungsbranche sowie Online-Shops.



Dr. Philipp Heigl, LL.M.

„Dr. Heigl passt mit seiner fachlichen Ausrichtung und seinen Mandanten optimal zu SKW Schwarz und den von uns betreuten Branchen

Medien & Entertainment und E-Business“, sagt **Stefan Kridlo**, geschäftsführender Partner in Frankfurt und Mitglied des überörtlichen Boards. „Mit ihm werden wir unsere Kernkompetenzen in den Bereichen

Gewerblicher Rechtsschutz/Wettbewerbsrecht sowie im IT-Recht weiter verstärken.“ Bei SKW Schwarz sind an den Standorten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg und München über 100 Rechtsanwälte tätig. (al)

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT	2
Schutz vor Werbemails gilt auch für Empfehlungen ...	3
„Viel Spaß“ durfte Jauchs Adoptivtochter nennen	3
TITELSCHUTZANZEIGEN: 68 NEUE TITEL GESCHÜTZT	4-7
IMPRESSUM	7

Die 68 neuen Titel dieser Woche

1899 Freunde	K	N
1899freunde	kiez	Natürlich alles hausgemacht
A	kiez Charlottenburg	Natürlich Frau
Adele	kiez Friedrichshain	O
Allegra	kiez Hellersdorf	Organe und ihr Bezug
Alles Gute für Ihre Gelenke	kiez Hohenschönhausen	zur Wirbelsäule
Amelie	kiez Köpenick	Organstörungen und ihr Bezug
B	kiez Kreuzberg	zur Wirbelsäule
Biopunks	kiez Lichtenberg	P
Biopunx	kiez Marzahn	Paris um jeden Preis
Buddha up your life!	kiez Mitte	R
Buddha your life!	kiez Neukölln	Regiowelt
D	kiez Pankow	S
Das geheime Leben wilder Tiere (HT)	kiez Prenzlauer Berg	Schöne Bescherung! -
Der Münchner Medizintalk	kiez Reinickendorf	Der perfekte Weihnachtsabend
Deutschlands wilde Welt	kiez Schöneberg	mit Andrea Kiewel
Die Mädchen WG: Ohne Eltern	kiez Spandau	sehen - staunen - schmecken
in den Schnee	kiez Steglitz	sehen - staunen - schützen
Disney Magic Moments	kiez Tempelhof	Sonntags.live
Disney Vollpension bei Fremden	kiez Tiergarten	STYLE MY HOME
E	kiez Treptow	U
Einsatz ohne Grenzen	kiez Wedding	Unser Körper ab 60
F	kiez Weißensee	W
Faszination Natur	kiez Wilmersdorf	Wandern + Reisen
Funktionelle Organstörungen und	kiez Zehlendorf	Wild und lustig -
ihr Bezug zur Wirbelsäule	Klingender Klostergarten (HT)	Die witzige Welt der Tiere
H	Kunscht! Kultur im Südwesten	Wilde Welt Deutschland
Happy Birthday - Til Schweiger	L	
Hilfe! Mein Mann ist mir peinlich!	Laufen + Reisen	
I	M	
Inspektor Jury - Der Tote im Pub	Malle in Essen	
	Momentum	

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

19.11.2013, Woche 47, Nr. 1150
Anzeigenschluss: 15.11.2013, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

03.12.2013, Woche 49, Nr. 1152
Anzeigenschluss: 29.11.2013, 10 Uhr

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

www.new-business.de

BGH: Schutz vor Werbemails gilt auch für Empfehlungen

Mit einem jetzt veröffentlichten Urteil hat der Bundesgerichtshof (BGH) eine mit der so genannten „Tell-a-friend-Funktion“ versandte Empfehlungs-E-Mail als rechtswidrigen Eingriff bewertet.

Schafft ein Unternehmen auf seiner Website die Möglichkeit für Nutzer, Dritten unverlangt eine sogenannte Empfehlungs-E-Mail zu schicken, die auf den Internetauftritt des Unternehmens hinweist, ist dies nicht anders zu beurteilen als eine unverlangt versandte Werbe-E-Mail des Unternehmens selbst. Richtet sich die ohne Einwilligung des Adressaten versandte Empfehlungs-E-Mail an einen Rechtsanwalt, stellt dies einen rechtswidrigen Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb dar. So der Leitsatz des Urteils.

In dem Rechtsstreit ging es um die Weiterempfehlungsfunktion auf der Website eines Außenwerbungs-Unternehmens. Gibt ein Dritter seine eigene E-Mail-Adresse und eine weitere E-Mail-Adresse ein, wird von der Internetseite des beklagten Unternehmens eine automatisch generierte E-Mail versandt, die auf den Internetauftritt des Unternehmens hinweist. Einen weiteren Inhalt hat die Empfehlungs-E-Mail nicht.

Der Kläger ist Rechtsanwalt und erhielt im Dezember 2010 ohne seine Zustimmung mehrere Empfehlungs-E-Mails. Nach einer Abmahnung und weiteren

Beschwerden des Klägers erklärte sich das Unternehmen bereit, dessen E-Mail-Adresse für den Erhalt der Empfehlungs-E-Mails zu sperren. Der Kläger erhielt dennoch weitere Mails, die auf den Internetauftritt des Unternehmens hinwiesen. Er klagte auf Unterlassung und Zahlung der Abmahnkosten. Die beklagte Firma machte geltend, dass die an den Kläger gerichteten Mails keine Werbung enthielten. Sie seien auch nicht als Störer anzusehen, weil der E-Mail-Versand durch Dritte veranlasst wurde. Ohne eine, ihr nicht zumutbare, Aufgabe ihrer Empfehlungsfunktion könne ein Versand von E-Mails an ihr noch unbekannte E-Mail-Adressen des Klägers nicht verhindert werden.

Das Amtsgericht und das Landgericht Köln wiesen die Klage ab. Der BGH hob die Vorentscheidungen nun auf Revision des Klägers hinsichtlich des Unterlassungsantrags auf. Entgegen der Ansicht des beklagten Unternehmens komme es für die Einordnung als Werbung nicht darauf an, dass das Versenden der Empfehlungs-E-Mails letztlich auf dem Willen eines Dritten beruhe. Entscheidend sei vielmehr allein das Ziel, das die Beklagte mit dem Zurverfügungstellen der Empfehlungsfunktion erreichen wolle. Da eine solche Funktion erfahrungsgemäß den Zweck habe, Dritte auf das beklagte Unternehmen und die von ihm angebotenen Leistungen aufmerksam zu machen, enthielten die

auf diese Weise versandten Empfehlungs-E-Mails Werbung. Eine andere Beurteilung ergäbe sich im Streitfall nicht aus dem Umstand, dass die Werbung nur an Personen versandt werde, die ein Dritter durch Eingabe von deren E-Mail-Adresse ausgewählt hat.

Unlauter ist eine Wettbewerbsbehandlung, die einen rechtswidrigen Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb darstellt, wenn dadurch Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt werden (§ 7 Abs. 1 UWG). Ein solcher Belästigungsgrad sei regelmäßig anzunehmen, wenn die Gefahr bestünde, dass der Werbende zu Mitteln greift, die auch berufsmäßigen Werbern verboten sind. Dies sei hier anzunehmen. Entscheidend sei, dass der Empfänger in diese Art

Werbung nicht eingewilligt habe und sich praktisch nicht zur Wehr setzen könne.

Einen Anspruch des klagenden Rechtsanwalts auf Erstattung von Abmahnkosten habe das Berufungsgericht dagegen mit Recht verneint. Ein Rechtsanwalt müsse im Fall der eigenen Betroffenheit seine Sachkunde bei der Abmahnung eines deliktischen Handelns unter dem Gesichtspunkt der Schadensvermeidung einsetzen. Die Hinzuziehung eines weiteren Rechtsanwalts sei bei typischen, unschwer zu verfolgenden Rechtsverletzungen nicht notwendig. Es bestehe dann kein Anspruch auf Erstattung der dafür anfallenden Kosten. Entsprechendes gelte für den Fall einer Selbstbeauftragung. (al)

BGH vom 12.09.2013
AZ: I ZR 208/12

Illustrierte „Viel Spaß“ durfte Jauchs Adoptivtochter namentlich nennen

Die Burda-Zeitschrift „Viel Spaß“ durfte Vornamen und Alter der Adoptivtochter von Moderator Günther Jauch veröffentlichen. Das hat der Bundesgerichtshof jetzt bestätigt. Die Adoptivtochter hatte von dem Burda-Blatt verlangt, die Veröffentlichung, sie sei ein Kind von Günther Jauch, zu unterlassen. Die Klage hatte in den Vorinstanzen Erfolg. Der für das allgemeine Persönlichkeitsrecht zuständige VI. Zivilsenat dagegen wies die Klage nun ab. Die Klä-

gerin sei zwar durch die angegriffene Veröffentlichung in dem durch Art. 2 Abs. 1, Art. 1 Abs. 1 GG, Art. 8 Abs. 1 EMRK gewährleisteten Recht auf informationelle Selbstbestimmung betroffen, jedoch müsse sie die Beeinträchtigung hinnehmen. Die Daten seien durch vorherige Presseberichte weiterhin in der Öffentlichkeit präsent und im Internet zugänglich. (al)

BGH vom 05.11.2013
AZ: VI ZR 304/12

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

**Adele
Allegra
Amelie**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Kombinationen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien einschließlich Online-Dienste und sonstiger Online-Medien.

**Schultz-Süchting Rechtsanwälte Part mbB,
Poststraße 37, 20354 Hamburg**

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

Hilfe! Mein Mann ist mir peinlich!

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.

**Michael Braun, Rechtsanwalt,
Umlandstraße 171/172, 10719 Berlin**

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

Das geheime Leben wilder Tiere (HT)

- In den Weiten der Ebenen (UT)
- Überleben in der Wildnis (UT)
- Wundersame Wasserwelt (UT)

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 nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

**1899 Freunde
1899freunde**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, grafischen Gestaltungen für alle Medien, insbesondere Bücher und Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse einschließlich Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien, einschließlich Multimedia Anwendungen (Offline- und Online-Dienste), Veranstaltungen und Merchandising in jeglicher Form.

**Rechts- und Patentanwälte KLINGER & KOLLEGEN,
Bavariaring 20, 80336 München**

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

**Alles Gute für Ihre Gelenke
Natürlich alles hausgemacht
Unser Körper ab 60
Klingender Kloostergarten (HT)
- Die wohltuende Kraft sanfter Musik (UT)**

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 nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

**Deutschlands wilde Welt
Wilde Welt Deutschland
Faszination Natur
sehen - staunen - schützen
sehen - staunen - schmecken**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien und sonstigen Werkarten, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Fernsehen, Film, Hörfunk, Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke sowie Softwareerzeugnisse.

**Deutsche Wildtier Stiftung,
Billbrookdeich 216, 22113 Hamburg**

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

**Laufen + Reisen
Wandern + Reisen**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Team Werbelabel PartG,
Roermonder Straße 279, 41068 Mönchengladbach**

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

**Buddha your life!
Buddha up your life!**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Blueprint Holding GmbH,
Steinweg 3, 50667 Köln**

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

**Inspektor Jury - Der Tote im Pub
Schöne Bescherung! -
Der perfekte Weihnachtsabend
mit Andrea Kiewel
Kunscht! Kultur im Südwesten
Die Mädchen WG:
Ohne Eltern in den Schnee
Sonntags.live**

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, 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 für meine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

**kiez
kiez Zehlendorf
kiez Steglitz
kiez Tempelhof
kiez Neukölln
kiez Kreuzberg
kiez Wilmersdorf
kiez Schöneberg
kiez Charlottenburg
kiez Friedrichshain
kiez Lichtenberg
kiez Marzahn
kiez Hellersdorf
kiez Mitte
kiez Tiergarten
kiez Wedding
kiez Pankow
kiez Prenzlauer Berg
kiez Weißensee
kiez Reinickendorf
kiez Spandau
kiez Treptow
kiez Köpenick
kiez Hohenschönhausen**

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

**SNP Schlawien Partnerschaft,
Rechtsanwalt Hans Losert,
Kurfürstendamm 33, 10719 Berlin**

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

**Biopunks
Biopunx**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Video on Demand, Video, Film, elektronische, digitale (Online- und Offline-Dienste in allen technischen Verfahren) und audiovisuellen Medien, z.B. Internet, Intranet, im Mobile Business in jeder Nutzungsform, z.B. für Mobilephones, PDA, etc., z.B. als SMS, MMS-Bilder/Videos/Fotos und Klingeltöne in jeder Nutzungsart sowie Veranstaltungen in jeder Form, Softwareerzeugnisse, Musicals, Bühnenwerke und Merchandising in jeglicher Form.

**Studio Hamburg Serienwerft GmbH,
Jenfelder Allee 80, 22039 Hamburg**

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

Natürlich Frau

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Team Werbelabel PartG,
Roermonder Straße 279, 41068 Mönchengladbach**

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

Malle in Essen

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**2M Events GmbH Essen,
Hochstraße 54, 45894 Gelsenkirchen**

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

Momentum

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

**VOLKSWAGEN Aktiengesellschaft,
38436 Wolfsburg**

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

Disney Magic Moments Disney Vollpension bei Fremden

in allen Schreibweisen, möglichen Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten in allen Medien, insbesondere Film-, TV und Radiosendungen sowie Bild-, Ton und Datenträger aller Art einschließlich Promotion, Merchandising und öffentliche Veranstaltungen.

**The Walt Disney Company (Germany) GmbH,
Kronstadter Straße 9, 11, 81677 München**

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

Einsatz ohne Grenzen Happy Birthday - Til Schweiger Wild und lustig - Die witzige Welt der Tiere

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

**ProSieben Sat.1 TV Deutschland GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

Paris um jeden Preis

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 Onlinedienste, (Mobil-) Telefondienste, digitale Datenträger (wie z.B. CD-ROM, DVD, Blu-ray Disc, MD), andere Datenträger sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Bücher und alle Printmedien sowie Merchandising.

**polyband Medien GmbH,
Balanstraße 73 / Haus 11, 81541 München**

Über 60.700 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter
www.titelschutzanzeiger.de

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

Regiowelt

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

Rechtsanwaltskanzlei Koch,
Holtorfer Straße 35, 53229 Bonn

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

STYLE MY HOME

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.

RA Michael SCHINAGL (www.fach-anwalt.de),
Kurfürstendamm 188, 10707 Berlin

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

Organstörungen und ihr Bezug zur Wirbelsäule Funktionelle Organstörungen und ihr Bezug zur Wirbelsäule Organe und ihr Bezug zur Wirbelsäule

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Jens Schönbeck,
Buchschacherstraße 59, 66292 Riegelsberg

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

Der Münchner Medizintalk

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

München Live TV Fernsehen GmbH & Co. KG,
Marcel-Breuer-Straße 18-20, 80807 München

Top News aus Werbung, Marketing und Medien

www.new-business.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

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).

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 1.1.2013

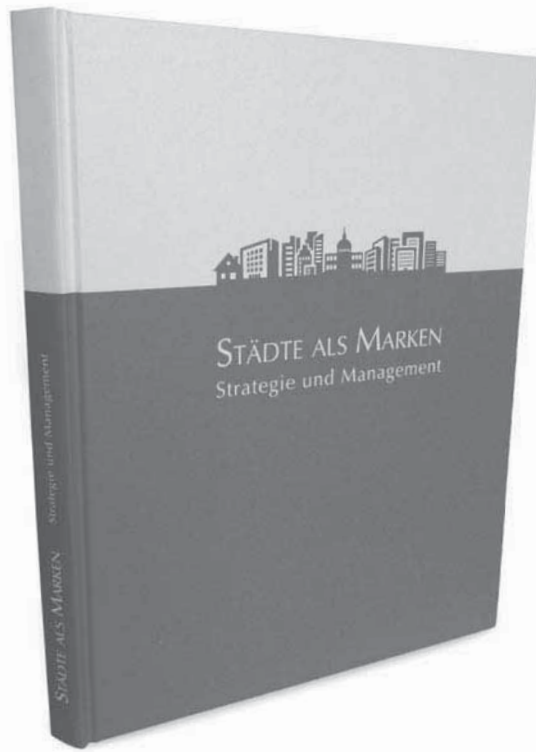
Bankverbindung: IBAN: DE35200505501105212649
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX
Handelsregister HRA 96 228,
Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH,
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2013 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise 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 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 Pressespiegel erhalten Sie über die PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de

STÄDTE ALS MARKEN

Strategie und Management



Der Inhalt

- Grundlagen: Analyse, Strategie, Strukturen, Kommunikation, Evaluation
- Fallbeispiele: Verantwortliche aus 13 Städten schildern ihre Markenprozesse und Erfahrungen (darunter Hamburg, Berlin, Wien, Zürich, Münster, Fulda)
- Essenz: Neun Schritte zur starken Stadtmarke
- Service: Literatur, wichtige Institutionen

Thorsten Kausch, Peter Pirck und Peter Strahlendorf (Hrsg.)

Städte als Marken. Strategie und Management

220 Seiten, vierfarbig, 38,90 Euro

New Business Verlag, Hamburg

ISBN: 978-3-936182-45-3

Mit diesem Buch wird erstmals eine umfassende Praxis-Grundlage für die Markenführung bei Städten gelegt. Autoren aus Stadtmarketing, Beratung, Wissenschaft und Politik liefern nicht nur Ideen und Erfahrungen, sondern ein konsistentes Programm für das Management.

Es richtet sich vor allem an Praktiker aus dem Stadtmarketing sowie Verantwortliche aus Politik und Verwaltung.



Ja, ich bestelle



Exemplare **STÄDTE ALS MARKEN. Strategie und Management**
zum Preis von je € 39,80 zzgl. Versand.



Firma _____

Name, Vorname _____

Funktion _____

Straße _____

PLZ, Ort, Land _____

Telefon/Fax _____

E-Mail _____

Datum, Firmenstempel, Unterschrift _____