

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Urheberrechtsschutz gilt auch für die Gestaltung von Gebrauchsgegenständen

Auch für die Gestaltung von Gebrauchsgegenständen gilt der gewöhnliche Urheberrechtsschutz. Solche Werke der sogenannten angewandten Kunst sind ebenso wie Werke der „echten“, zweckfreien Kunst selbst dann geschützt, wenn sie nur eine geringe Schöpfungshöhe aufweisen. Dies hat der **Bundesgerichtshof** in einem am vergangenen Mittwoch veröffentlichten Urteil entschieden (**Az.: I ZR 143/12**). Damit ist jedes Produkt, das in irgendeiner Weise eigenartig gestaltet ist, potenziell urheberrechtlich geschützt, erläutert **Dr. Constantin Kurtz** von der auf IP-Recht spezialisierten Kanzlei **KLAKA Rechtsanwälte**.

Die Karlsruher Richter gaben einer Designerin Recht, die Ansprüche für die Nutzung ihres Entwurfs für einen „Geburtstagszug“ aus Holz geltend macht, den der Spielzeughersteller Gollnest & Kiesel (Goki) mit Sitz in Güter bei Mölln sehr erfolgreich vermarktet. Für die ursprüngliche Gestaltung hatte sie 200 Euro erhalten. Später entwickelte sich das Produkt zum Verkaufsschlager des Unternehmens. Die Designerin forderte entsprechend eine Beteiligung am Umsatzerfolg und klagte. Das Oberlandesgericht Schleswig muss nun prüfen,

ob die Gestalterin vom Unternehmen eine zusätzliche Vergütung verlangen kann. Der BGH sieht die Ansprüche seit dem Inkrafttreten des neuen Geschmacksmustergesetzes am 01.06.2004 grundsätzlich als gerechtfertigt an.

„Die Entscheidung aus Karlsruhe hat gravierende Auswirkungen auf die wirtschaftliche Nutzung von gewöhnlichen industriell hergestellten Erzeugnissen“, warnt der Design- und Markenrechtsexperte. „Gebrauchsgegenstände konnten bisher in der Praxis allenfalls durch Geschmacksmuster geschützt werden. Unternehmen, die selbst produzieren, müssen künftig darauf achten, sich auch die Urheberrechte ihrer Arbeitnehmer oder externen Designer abtreten zu lassen“, betont Kurtz.

Eine unüberschaubare Anzahl maßgeblicher Schutzrechte entstünde nun ohne Registrierung. „Für die Hersteller wird es nun extrem schwierig herauszufinden, ob sie im Designbereich freie Hand haben. Die übliche freedom-to-operate Recherche in den Registern des Deutschen Patent- und Markenamtes (DPMA) und des Harmonisierungsamtes für den Binnenmarkt (HABM) wird nur noch be-



Dr. Constantin Kurtz

grenzt hilfreich sein. Handelsunternehmen müssen sich künftig auf eine Flut von urheberrechtlichen Abmahnungen einstellen.“ Mit der Entscheidung gibt der Bundesgerichtshof seine bisher weniger großzügige Rechtsprechung auf, die eine klare Trennlinie zwischen der Gestaltung von Gegenständen des täglichen Gebrauchs und zweckfreien künstlerischen Produkten zog. Auch das Bundesverfassungsgericht hatte diese bewährte Linie in der Entscheidung „Laufendes Auge“ 2005 bestätigt (**Az.: 1 BvR 1571/02**). „Das

Urteil wirft viele Fragen auf“, erklärt der Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz. „Spannend wird beispielsweise das Verhältnis von Geschmacksmusterinhaber zu Urheber. Was passiert, wenn ein Designer nur das Geschmacksmusterrecht übertragen hat? Kann er dann künftig (Dritten gegenüber) noch einmal die Hand aufhalten? Die Entscheidung des BGH verursacht eine Fülle neuer Probleme und schafft für banale Gestaltungen einen überbordenden Schutz. Dieser dauert bis 70 Jahre nach dem Tod des Designers an, während das Geschmacksmuster spätestens 25 Jahre nach Anmeldung erlischt. Ein praktisches Bedürfnis für eine derartige Ausweitung des Urheberrechtsschutzes besteht insbesondere seit Einführung des nicht eingetragenen Geschmacksmusters auf EU-Ebene nicht“, resümiert Kurtz.

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT	2
Grafikdesigner sollen Gewerbesteuer zahlen	3
DPMA: Markenmeldung online erleichtert	3
TITELSCHUTZANZEIGEN: 29 NEUE TITEL GESCHÜTZT	4-7
IMPRESSUM	7

Die 29 neuen Titel dieser Woche

B	P
Backfire Effects	PASSENGER EXPERIENCE
Berlin Views	
C	S
Crazy News	SPHINX
	Sprechplanet
D	T
Das Anti-Aging-Kochbuch	Tatort Kasse Wie Mitarbeiter IHR Geld kassieren
Der Börsencocktail	Terra X: F - wie Fälscher
Der kleine König Dezember	Trennungskinder - wenn aus Eltern Gegner werden!
Der VIP Bus - Promis auf Pauschalreise	
Du bist ein Wunderwerk der Liebe	U
H	Unentdeckte Fähigkeiten -
Haus&Mensch	Das große Deutschland Experiment
Hidden Talent	V
Holistic Luxury Guide	Verblüffende Tatsachen aus der Natur
M	Verborgene Fähigkeiten -
Mein Einkauf	Das große Deutschland Experiment
Mein super Einkauf	Verhängnisvolle Nähe
Mord in Aschberg	Verstecktes Talent
MQ Munich Quality	W
N	Wunderwerk der Liebe
Nebel im August	Z
	Zwei mitten im Leben

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger

26.11.2013, Woche 48, Nr. 1151
Anzeigenschluss: 22.11.2013, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

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



FÜR FRÜHAUFSTEHER

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

Gestaltung von Prospekten keine Kunst - Grafikdesigner sollen Steuern zahlen

Mit einem jetzt veröffentlichten Urteil hat das Finanzgericht (FG) Rheinland-Pfalz entschieden, dass es sich bei der Gestaltung von Angebots- und Prospektwerbung nicht um eine freischaffend künstlerische, sondern um eine gewerbliche Tätigkeit handelt, die der Gewerbesteuer unterliegt.

Die Klägerin ist eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts. Ihre beiden Gesellschafter (eine Dipl. Grafik-Designerin (FH) und ein Absolvent einer Akademie für Photographie) erstellen für ihren Hauptkunden - ein europaweit agierendes Handelsunternehmen für Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf - das Grafik-Design zur gesamten Prospektwerbung innerhalb Deutschlands (z.B. Beilagen in Tageszeitungen) sowie graphische

Grundkonzepte für die Prospektwerbung des Konzerns europaweit. Die Prospekte werden anhand der Photos, Texte und Preisangaben der zu bewerbenden Waren gestaltet. Die technische Weiterverarbeitung (z.B. Bildbearbeitung, Einhaltung drucktechnischer Vorgaben usw.) erfolgt über eine Fremdfirma.

Im Rahmen einer Betriebsprüfung bei der Klägerin wurde der Künftlerausschuss der Oberfinanzdirektion Koblenz ersucht, zu prüfen, ob es sich bei den Leistungen der Klägerin um künstlerische oder um gewerbliche Tätigkeiten handelt. Der (u.a. mit Professoren für Bildende Kunst bzw. Design besetzte) Ausschuss kam einstimmig zu dem Ergebnis, dass keine freischaffend künstlerische, sondern eine

kommerzielle Tätigkeit betrieben werde. Das beklagte Finanzamt folgte dieser Auffassung und qualifizierte die Tätigkeit der Klägerin bzw. ihrer beiden Gesellschafter als gewerbesteuerpflichtige Tätigkeit.

Nach erfolglosem Einspruchsverfahren erhob die Klägerin Klage beim Finanzgericht (FG) Rheinland-Pfalz. Das Gericht wandte sich an eine Akademie für Kommunikationsdesign und holte ein (weiteres) Sachverständigengutachten ein. Auch dieses Gutachten kam zu dem Ergebnis, dass keine freischaffend künstlerische, sondern eine kommerzielle Tätigkeit betrieben werde. Die Arbeiten - so der Gutachter - würden nicht die für eine künstlerische Leistung erforderliche sog. „Gestaltungshöhe“ aufweisen.

Dazu müssten sich die Gestaltungsmittel (Farbe- und Formkontraste, Farbwirkung, Raum, Perspektive, verschiedene Gestaltungsebenen, Reduzieren, Überhöhen, Verfremdungen, Bildzitate u.ä.) auf etwas Nichtsichtbares wie Stimmung, Gefühl oder Empfindung verdichten. Bei den Arbeiten überwiege dagegen bei allen Bemühungen, den geringen Freiraum künstlerisch auszufüllen, die einwandfrei gemachte handwerkliche Arbeit. Das Finanzgericht schloss sich in seinem Urteil den Ausführungen des Sachverständigen an und wies die Klage ab. (al)

**FG Rheinland-Pfalz
Urteil vom 24.10.2013
AZ: 6 K 1301/10
(nicht rechtskräftig)**

Online-Anmeldung für Marken auch ohne Signatur möglich

Marken- und Geschmacksmusteranmeldungen können jetzt beim **Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA)** auch ohne Signatur elektronisch eingereicht werden.

Mit dem neuen Dienst **DPMA direktWeb** (www.dpma.de) steht ein schneller Onlineservice zur signaturfreien Anmeldung von Marken und Geschmacksmustern zur Verfügung. Der Download von Anmelde-Software ist nicht erforderlich. Die Nutzer werden

in sieben Schritten durch die Webanwendung für die Markenmeldung geführt. Zur Auswahl der Waren- und Dienstleistungsbegriffe steht ein elektronischer Warenkorb zur Verfügung. Im Jahr 2012 wurden beim DPMA bereits mehr als die Hälfte aller Patentanmeldungen und fast ein Drittel der Gebrauchsmuster online eingereicht. Durch die Möglichkeit der signaturfreien Anmeldung von Marken und Geschmacksmustern ist mit einer Zunahme von Online-Anmeldungen auch in die-

sen Schutzrechtsbereichen zu rechnen. Das Gesetz zur Novellierung patentrechtlicher Vorschriften und anderer Gesetze des gewerblichen Rechtsschutzes hat

die Grundlage für Signaturerleichterungen im Rechtsverkehr zwischen den Anmelderrinnen und Anmeldern und dem DPMA geschaffen. (al)



RED BOX
connecting creative professionals

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

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

Sprechplanet

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Julian Schlichting,
Hildener Straße 85, 42697 Solingen**

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

Crazy News

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**United News GmbH,
Brunnenstraße 181, 10119 Berlin**

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

PASSENGER EXPERIENCE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Reed Elsevier Properties S.A.,
Espace de l' Europe 3, 2000 Neuchâtel / Schweiz**

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

MQ Munich Quality

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**RA Stefan Horner,
Nahensteig 188 D, 84028 Landshut**

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

Der Börsencocktail

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

**Sascha Püstel,
Reisstraße 3, 50823 Köln**

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

Tatort Kasse Wie Mitarbeiter IHR Geld kassieren

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Kunstleben. Die Bäckerberatung,
Lilienbeck 1, 48727 Billerbeck**

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

Zwei mitten im Leben Terra X: F - wie Fälscher Mord in Aschberg Verhängnisvolle Nähe

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 nehmen wir für eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

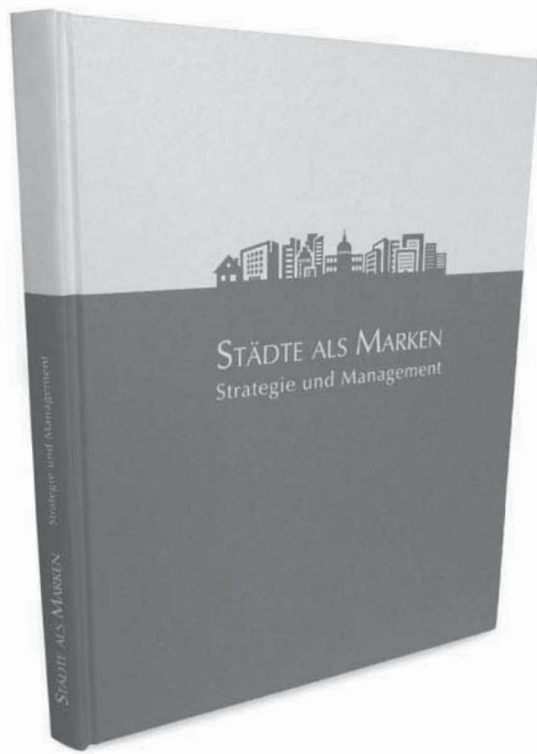
Trennungskinder - wenn aus Eltern Gegner werden!

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**

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 _____

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

Mein Einkauf Mein super Einkauf

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film und elektronische Medien (insbesondere Online/Internet), einschließlich Ton-, Bild-/Tonträger, Video, CD-ROM und /oder andere Datenträger, insbesondere und/oder CD, DVD.

**VerteilService Bayern GmbH,
Staufenbergstraße 2a, 85051 Ingolstadt**

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

Nebel im August Der kleine König Dezember Backfire Effects

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

**collina filmproduktion GmbH,
Franz-Joseph-Straße 15, 80801 München**

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

Berlin Views

jeweils in allen denkbaren Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen und/oder graphischen Darstellungen, auch als Untertitel für alle Medien, insbesondere Zeitungen, Zeitschriften, Bücher und sonstige Druckerzeugnisse, Tonträger, Bild-/Tonträger, Film, Hörfunk, Fernsehen, digitale Datenträger (wie CD-ROM, CD-I, DVD, MD) und/oder Onlinedienste und/oder Softwareprodukte sowie Internet.

**HERTIN und Partner Rechts- und Patentanwälte,
Kurfürstendamm 54/55, 10707 Berlin**

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

SPHINX

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wort- und Zeichenverbindungen, Titelkombinationen, mit entsprechenden Zusätzen, Untertiteln und Zusammensetzungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Bücher und alle Printmedien einschließlich Zeitschriften, Film, Hörfunk, Fernsehen, Software, sowie alle elektronischen Medien, Bildtonträger, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, für alle Werkarten, insbesondere Musicals, Musik-, Theater- und Tanzdarbietungen und Veranstaltungen aller Art.

**Pirol Musik & Bühnenverlag Ralph Siegel,
Rindermarkt 16, 80331 München**

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

Du bist ein Wunderwerk der Liebe Wunderwerk der Liebe

in allen möglichen Schreibweisen, Titelkombinationen und mit entsprechenden Untertiteln, Darstellungsformen, Wort- und Zeichenverbindungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Zusammensetzungen und Schriftarten zur Verwendung für Film, Funk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Druckereierzeugnisse, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Offline- und Online-Dienste, Online-Medien, Werbung, Promotion, Merchandising und Veranstaltungen.

**K&E Rechtsanwälte für Kultur & Entertainment,
Bavariaring 26, 80336 München**

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

Der VIP Bus - Promis auf Pauschalreise

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**

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

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

Haus&Mensch

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, entsprechenden Untertiteln, grafischen Darstellungen und allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Zeitungen und Zeitschriften, Bücher, Software-Erzeugnisse.

**City-Post-Zeitschriftenverlags GmbH,
Schwanthalerstraße 10, 80336 München**

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

Verblüffende Tatsachen aus der Natur Das Anti-Aging-Kochbuch

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:

Holistic Luxury Guide

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Worldguide AG,
Hildegardstraße 9, 80539 München**

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

Hidden Talent Verstecktes Talent Verborgene Fähigkeiten - Das große Deutschland Experiment Unentdeckte Fähigkeiten - Das große Deutschland Experiment

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.

**UFA FACTUAL GmbH,
Eiswerderstraße 18, 13585 Berlin**

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.
Anzeigenschluss: jeweils Freitag, 10 Uhr
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 8
vom 1.1.2003

Bankverbindungen: 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

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: _____