

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

ZDF-Fernsehlotterie darf Los-Gutscheine über ‚REWE‘ und ‚dm‘ vertreiben

„Aktion Mensch e.V.“, Veranstalter der ZDF Fernsehlotterie mit Sitz in Bonn, konnte sich jetzt mit einer Klage gegen das **Land Rheinland-Pfalz** vor der 6. Kammer des **Verwaltungsgerichts Mainz** zumindest teilweise durchsetzen.



Die Soziallotterie beabsichtigt Los-Gutscheine über die Handelsketten **REWE** und **dm** zu vertreiben: Der Käufer des Los-Gutscheins bezahlt den Preis für diesen an der Kasse von REWE oder dm und entscheidet anschließend, ob er den Gutschein telefonisch oder online bei der „Aktion Mensch“ selbst aktiviert oder ob er auf eine Aktivierung verzichtet und so den Gutscheinbetrag spendet. Das beklagte Land – als für alle Bundes-

länder zuständige Behörde – lehnte die Erteilung einer Erlaubnis zum Vertrieb der Los-Gutscheine ab, weil es sich bei dem Losverkauf um gewerbliche Spielvermittlung handle und die beiden Handelspartner die hierfür erforderlichen Vermittlungserlaubnisse nicht besäßen.

Das VG Mainz stellte nun fest, dass die Handelsunternehmen für den Verkauf von Los-Gutscheinen keine glücksspielrechtliche Vermittlungserlaubnis benötigen. Der bloße Verkauf der Gutscheine beinhalte keine Vermittlung von Glücksspiel, da der potentielle Spieler bei den Handelsketten trotz der Entgeltentrichtung noch keine Gewinnchance erhalte; diese erhalte er erst mit der Aktivierung des Los-Gutscheins beim Lotterieveranstalter selbst. Auch erst mit dieser Aktivierung komme ein Spielvertrag zustande.

Allerdings entschieden die Richter, dass die klagende Lotterie selbst für ihr neues Vertriebskonzept einer glücksspielrechtlichen Vertriebslaubnis bedarf. Der Verkauf der Los-Gutscheine bei den Handelsketten und die nachfolgende Aktivierung der Gutscheine bei der „Aktion Mensch“ selbst erweise sich in der Zusammenschau als neue und damit genehmigungsbedürftige Vertriebsform, so das Gericht. Über die Erteilung der Genehmigung müsse das beklagte Land nunmehr im Ermessenswege erneut befinden, wobei es aber nicht mehr zugrunde legen dürfe, dass es sich bei dem bloßen Verkauf der Gutscheine um eine erlaubnispflichtige Glücksspielvermittlung handle. Außerdem werde es zu berücksichtigen haben, dass der Fachbeirat „Glücksspielsucht“ gegen den neuen Vertriebsweg keine Bedenken geäußert habe.

VG Mainz vom 19.05.2014
AZ: 6 K 17/13.MZ

Die Aktion Mensch e.V. erwartet nun eine zügige Genehmigung des neuen Vertriebswegs. „Das Gericht hat uns Recht gegeben: Unsere Partner im Handel brauchen keine besondere Genehmigung, um die Gutscheine zu verkaufen“, so Aktion



Armin v. Buttlar

Mensch-Vorstand **Armin v. Buttlar**. Das Urteil sei wichtig für die Soziallotterie aus Bonn, weil die klassischen Vertriebswege über Banken und Sparkassen an Bedeutung verlieren. „Nach diesem Urteil spricht jetzt nichts mehr gegen eine zügige Genehmigung durch das Land Rheinland-Pfalz. Der mit Experten besetzte Fachbeirat Glücksspielsucht hatte schon vor Monaten grünes Licht dafür gegeben“, so v. Buttlar.

Die „Aktion Mensch“ ist nach eigenen Angaben die größte private Förderorganisation im sozialen Bereich in Deutschland. In diesem Jahr feiert sie ihr 50-jähriges Bestehen. Zu den Mitgliedern gehören: ZDF, Arbeiterwohlfahrt, Caritas, Deutsches Rotes Kreuz, Diakonie, Paritätischer Gesamtverband und die Zentralwohlfahrtsstelle der Juden in Deutschland. (al)

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT	2
BILD durfte zufälliges Bikini-Foto nicht drucken	3
TITELSCHUTZANZEIGEN: 29 NEUE TITEL GESCHÜTZT	4-7
IMPRESSUM	7

Die 29 neuen Titel dieser Woche

A

Alibi Agentur - Bei uns sind ihre Geheimnisse sicher
Angelbachtaler Forum - die Internetplattform
für Mensch und Natur -

B

Benefits Street

D

Das Beste Team
Der Block - Mein Leben mit Hartz IV
Deutscher Fußball-Quiz-Pokal
Deutschland von außen
Die Erde - extrem und außergewöhnlich
Die Lebenden und die Toten
Die Straße der Bedürftigen
Die Wochenendgärtner

F

Feast
Food Safety
Food Safety aktuell
Food Safety Magazine
Food Safety online

L

Lebensmittelsicherheit
Luca
Luca der Abenteurer

M

Mein Tag

R

Reise zur Supererde

S

Selfie
Straße der Sorgen - Leben mit Hartz IV

T

Teamwork
The Globe

V

value
via

W

Was weiß ich wirklich?
Weekend Magazin

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

03.06.2014, Woche 23, Nr. 1176
Anzeigenschluss: 30.05.2014, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

11.06.2014, Woche 24, Nr. 1177
Anzeigenschluss: 06.06.2014, 10 Uhr



Unser Ziel:

Sie werden Pate und sie lernt lesen.



Ulrich Wickert:
„Mädchen brauchen
Ihre Hilfe!“



Plan
gibt Kindern eine Chance

Nähere Infos: www.plan-deutschland.de

OLG Karlsruhe: BILD hätte zufälliges Bikini-Foto nicht drucken dürfen

Mit einer Entscheidung vom 14.05.2014 äußert sich das **Oberlandesgericht Karlsruhe** zur Zulässigkeit der Presseveröffentlichung eines Fotos, das eine mit Bikini bekleidete Frau zufällig neben einem Prominenten zeigt.

In der BILD-Ausgabe vom 10.05.2012 wurde in der Rubrik „Sport“ von einem Raubüberfall auf einen bekannten Profifußballer berichtet. Unter der Überschrift „A. am Ballermann ausgeraubt“ fand sich dabei der Text: „Sonne, Strand, Strauchdiebe. Gestern sahen wir ... Star A. in pikanter Frauen-Begleitung am Ballermann... Jetzt wurde er Opfer einer Straftat...“ Bebildert war der Bericht u. a. mit einer im Ausschnitt wiedergegebenen Fotografie, die den Fußballstar an einem öffentlichen Strand vor einer Abfalltonne zeigt. Im Hintergrund ist im rechten Bildrand eine Frau zu sehen, die auf einer Strandliege liegt und mit einem lilafarbenen Bikini bekleidet ist. Diese - die Klägerin - hat beantragt, die Verleger der BILD zu verurteilen, eine erneute Veröffentlichung des Bildes zu unterlassen und ihr eine angemessene Entschädigung zu zahlen.

Das Landgericht Karlsruhe wies die Klage ab. Die dagegen gerichtete Berufung der Klägerin zu dem unter anderem für das Presserecht zuständigen 6. Zivilsenat des Oberlandesgerichts Karlsruhe hatte jetzt teilweise Erfolg. Die beklagte Verle-

gerin ist verurteilt worden, die Veröffentlichung des Bildes zu unterlassen. Einen Anspruch auf Entschädigung hat der Senat verneint. Durch die Veröffentlichung des Fotos habe BILD das Recht der Klägerin am eigenen Bild (§ 22 KUG) verletzt und zugleich in das nach § 823 Abs. 1 BGB geschützte allgemeine Persönlichkeitsrecht der Klägerin eingegriffen. Die Klägerin sei auf dem Foto identifizierbar abgebildet. Ohne ihre Einwilligung habe sie nicht zur Schau gestellt werden dürfen.

Eine Ausnahme von dem Einwilligungserfordernis bestehe bei Bildnissen aus dem Bereich der Zeitgeschichte (§ 23 Nr. 1 KUG), wobei die Verbreitung des Bildnisses allerdings unzulässig sei, wenn berechtigte Interessen des Abgebildeten verletzt würden. Ein Ereignis von zeitgeschichtlicher Bedeutung betreffe die Berichterstattung hier nicht.

Maßgeblich sei, ob ein durch ein echtes Informationsbedürfnis gerechtfertigtes Interesse der Allgemeinheit an der bildlichen Darstellung gerade des Betroffenen bestehe. Auch wenn man annehme, dass die Veröffentlichung einer Abbildung des Fußballprofis im Kontext des Berichts zulässig sei, sei damit noch nichts darüber gesagt, ob auch die Abbildung der Klägerin rechtmäßig sei. Da sie in keinerlei Beziehung zu dem Fußballspieler gestanden habe, lasse sich das öffent-

liche Interesse hiermit nicht begründen. Die Aufnahme zeige die Abgebildeten am Strand, mithin in ihrem Alltagsleben bei Tätigkeiten, die grundsätzlich dem privaten Bereich zuzurechnen seien. Ein allgemeines Interesse oder zeitgeschichtliches Ereignis ergebe sich auch nicht aus der dem Bild beigefügten Wortberichterstattung. Die Bildinschrift habe keinen Bezug zu der Klägerin. Selbst wenn man davon ausginge, dass sich der Ausnahmetatbestand auch auf unbekannte Personen beziehe, die zufällig mit relativen und absoluten Personen der Zeitgeschichte abgebildet würden, wäre bei der erforderlichen Interessenabwägung dem Interesse der Klägerin am Recht am eigenen Bild gegenüber dem Informationsinteresse der Öffentlichkeit der Vorrang einzuräumen. Das Interesse der Leser an bloßer Unterhaltung habe gegenüber dem Schutz der Privatsphäre regelmäßig ein geringeres Gewicht. Die Aufnahme zeige die Klägerin im Urlaub, der selbst bei Prominenten zum regelmäßig geschützten Kernbereich der Privatsphäre gehöre. Es sei der Beklagten als Presseunternehmen ohne weiteres möglich gewesen,

die Klägerin durch Verpixierung oder Augenbalken unkenntlich zu machen. Dabei falle auch ins Gewicht, dass die Klägerin durch die Abbildung in Badebekleidung den Blicken des Publikums - hier eines Millionenpublikums - in einer deutlich intensiveren Weise preisgegeben werde als in anderen Situationen. Darüber hinaus könnten Teile der Leserschaft die Veröffentlichung auch zum Anlass für Spekulationen darüber nehmen, ob es sich bei der Klägerin um die in dem Artikel genannte „pikante Frauenbegleitung“ handele. Die Verletzung des Persönlichkeitsrechts der Klägerin rechtfertige jedoch nicht die Zahlung einer Geldentschädigung. Der Senat hat die Revision zugelassen. Regelmäßig werde ein solcher Anspruch nur dann gewährt, wenn über die Persönlichkeit an ihrer Basis verfügt werde, also etwa bei schweren Eingriffen in die Intim- und Privatsphäre oder bei unwahren Behauptungen von besonderem Gewicht für die Persönlichkeit oder bei gewichtiger Diffamierung in der Öffentlichkeit. (al)

OLG Karlsruhe
Urteil vom 14.05.2014
Az: 6 U 55/13



RED BOX
connecting creative professionals

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

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

Mein Tag

in allen Schreibweisen, Schriftarten und -größen, Darstellungsformen, Abkürzungen, Abwandlungen, Kombinationen, Wortverbindungen, Ergänzungen, graphischen Darstellungen, Untertiteln und/oder Zusammensetzungen in allen Medien, insbesondere für Printmedien, digitale und elektronische Medien einschließlich Offline- und Online-Dienste sowie Internet und sonstige Online-Medien sowie digitale Datenträger.

**wdv Gesellschaft für
Medien & Kommunikation mbH & Co. OHG,
Siemensstraße 6, 61352 Bad Homburg v.d.H.**

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

Angelbachtaler Forum

- die Internetplattform für Mensch und Natur -

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Wortverbindungen und Titelkombinationen, und zwar für alle elektronischen und digitalen Medien, insbesondere Internetpublikationen.

**Wolfgang Thiemann,
Karlstraße 19, 74918 Angelbachtal**

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

Alibi Agentur - Bei uns sind ihre Geheimnisse sicher

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.

**Brauner Rechtsanwälte,
Bleibtreustraße 38/39, 10623 Berlin**

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

Die Lebenden und die Toten

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.

**REAL FILM Berlin GmbH,
Am Studio 20, 12489 Berlin**

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

Das Beste Team Teamwork The Globe

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abkürzungen, grafischen Gestaltungen, Schreibweisen und Darstellungsformen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online-Dienste, Offline- und Online-Medien und Produkte, Mobilfunkdienste, Internet-Domains, Veranstaltungen und Tourneen, Merchandising- und Druckerzeugnisse sowie Literatur, insbesondere Bücher, Newsletter, Zeitschriften und andere Printmedien und Publikationen sowie Bild-, Ton-, Bildton- und Datenträger.

**HPR Bild & Ton GmbH,
Schanzenstraße 30, 51063 Köln**

Unter Hinweis auf § 5 Absatz 3 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für die Titel

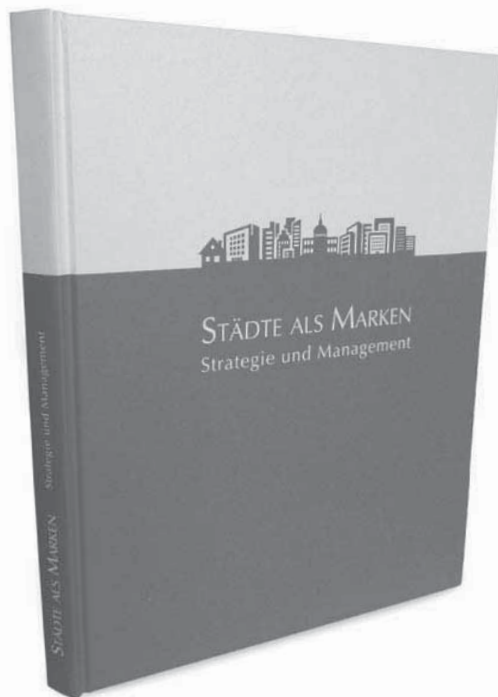
Food Safety Food Safety Magazine Food Safety online Food Safety aktuell Lebensmittelsicherheit

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

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

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:

Deutscher Fußball-Quiz-Pokal

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

**KG Media Factory GmbH,
Bahnhofstraße 18, 85774 Unterföhring**

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

Was weiß ich wirklich?

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 nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Selfie

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.

**Rechtsanwalt Dr. Patrick Baronikians,
Hofstetter, Schurack & Partner,
Balanstraße 57, 81541 München**

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

Luca Luca der Abenteurer Reise zur Supererde

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Ulf Blanck,
Wilhelm-Raabe-Weg 25d, 21244 Buchholz**

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

Die Wochenendgärtner Benefits Street Straße der Sorgen - Leben mit Hartz IV Der Block - Mein Leben mit Hartz IV Die Straße der Bedürftigen

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**

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

Feast

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hogan Lovells International LLP,
Alstertor 21, 20095 Hamburg**

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

Die Erde - extrem und außergewöhnlich

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 nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

**via
value**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Klaus-Peter Bredschneider,
Cuvilliesstraße 21, 81679 München**

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

Weekend Magazin

in allen Schreibweisen, sämtlichen Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, grafischen Gestaltungen, Abwandlungen und Abkürzungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse und Printmedien, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online- und Offline-Dienste).

**Rechtsanwälte Friedrich Fix & Rüdiger Mosebach,
Johnsallee 13, 20148 Hamburg**

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

Deutschland von außen

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**

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 1.1.2013

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

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH,
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2014 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

Über 61.000 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: _____