

# DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

## Stuttgart: HEUSSEN verstärkt IT-Fachbereich mit Mark Münch

Die **HEUSSEN Rechtsanwalts-gesellschaft mbH** hat Rechtsanwalt **Mark Münch LL.M.** als Partner nach Stuttgart geholt. Der Fachanwalt für Informationstechnologierecht war bisher in München als Anwalt bei einer auf IT-Recht spezialisierten Kanzlei tätig. Der 47jährige wird insbesondere sein Know-How im Informationstechnologie- und Software-Urheberrecht, im Datenschutzrecht sowie IT-Vergaberecht einbringen und damit den weiteren Ausbau der IT-Praxis unterstützen. „Ich freue mich darauf, bei HEUSSEN –



RA Mark Münch, LL.M.

einer der renommiertesten IT-Kanzleien – mein Praxis-Know-how gerade im Blick auf Transaktionen und bei komplexen Fragestellungen an den Schnittstellen zum

Datenschutz und zum Vergaberecht einbringen zu können“, so Münch.

Münch war jahrelang als Legal Counsel bzw. Deal Manager bei Sun Microsystems tätig, vertritt und berät Mandanten aus allen Bereichen der Informations- und Telekommunikationstechnik (ITK) sowie E-Commerce-Händler. Er berät im Schwerpunkt zu Transaktionen in diesem Branchenumfeld sowie Auftraggeber und Auftragnehmer bei öffentlichen Ausschreibungen von IT-Ausrüstung und Verfahren vor den Vergabekammern.

Dazu **Dr. Hermann Waldhauser**, Leiter der IT, IP und Medien-Praxis bei HEUSSEN: „Mit seinem Schwerpunkt in der Betreuung von Unternehmensmandaten passt Kollege Münch perfekt zu HEUSSEN und unserem Full-Service-Ansatz. Wir stärken gleichzeitig den Stuttgarter Standort und entsprechen den Anforderungen unserer Mandanten.“ Damit zählt der Fachbereich IT/IP/Medien nunmehr 15 Berufsträger. Bereits im Frühjahr wechselte Medienrechtsspezialist Dr. Martin Feyock ins Münchener HEUSSEN-Büro. (al)

## Susanne Dehmel und Niklas Veltkamp neu in der BITKOM-Geschäftsleitung

**Rechtsanwältin Susanne Dehmel** (40) und **Niklas Veltkamp** (25) rücken in die Geschäftsleitung des High-tech-Verbands **BITKOM** auf. Dehmel verantwortete im BITKOM von 2002 bis 2009 die Bereiche Urhe-

berrecht und gewerblicher Rechtsschutz, wo sie u.a. den Online- und Mobile Content Lizenzbereich aufbaute. Anschließend wechselte sie in die Bereichsleitung Datenschutz. Sie wird künftig den Themenkomplex „Vertrauen

und Sicherheit“ leiten und zudem die Verantwortung für den wissenschaftlichen Dienst des Verbands übernehmen.

Niklas Veltkamp hat Volkswirtschaftslehre in Köln, Berlin, Dublin und Vilnius studiert. Er ist Mitgründer einer Online-Buchungsplattform und sammelte vor seiner Tätigkeit beim BITKOM Erfahrungen beim SAP Innovation Center und im Deutschen Bundestag. Veltkamp wird künftig alle BITKOM-Aktivitäten rund

um Start-Ups unmittelbar innerhalb der Geschäftsleitung verantworten. „Wir werten damit die Kernthemen Datenschutz und Sicherheit weiter auf“, kommentiert BITKOM-Hauptgeschäftsführer **Dr. Bernhard Rohleder** die Personalien. „Gleichzeitig tragen wir dem Umstand Rechnung, dass schon in Kürze jedes fünfte BITKOM-Mitglied ein Start-Up sein wird und junge Unternehmen über die Zukunft des Digitalstandorts Deutschland ganz wesentlich mitentscheiden.“ (al)

INHALT	SEITE
TITELÜBERSICHT .....	2
Buchtipps .....	2
Online-Anbieter darf Brillen als „individuell“ bewerben ...	3
TITELSCHUTZANZEIGEN: 28 NEUE TITEL GESCHÜTZT .....	3-7
IMPRESSUM .....	7

## Die 28 neuen Titel dieser Woche

<p><b>A</b></p> <p>AutomobilWirtschaft</p> <p><b>B</b></p> <p>Blatt der Frau Bühnenhelden Business Affairs</p> <p><b>C</b></p> <p>Comedypack</p> <p><b>D</b></p> <p>Die Brigade Disney Finding Christmas Disney Frohe Weihnachten, Carol</p> <p><b>F</b></p> <p>Familienfest</p> <p><b>G</b></p> <p>Griß di' Allgäu</p> <p><b>H</b></p> <p>Honey &amp; Funny Honey und Funny</p> <p><b>I</b></p> <p>Ich bin die perfekte Frau Internationaler Erbrechtstag</p>	<p><b>M</b></p> <p>Massage Meine Post</p> <p><b>R</b></p> <p>Rheinkind Rockpack Rockparade</p> <p><b>S</b></p> <p>SamSon Seegang selfmade living magazine Set Jetting Set-Jetting Spasspack Super Monat</p> <p><b>T</b></p> <p>Terra X - Mammuts - Herrscher der Eiszeit The Brigade</p>
--	--

## Die nächste Ausgabe erscheint am

### Der Titelschutz Anzeiger

28.10.2014, Woche 44, Nr. 1197  
Anzeigenschluss: 24.10.2014, 10 Uhr

### Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

04.11.2014, Woche 45, Nr. 1198  
Anzeigenschluss: 31.10.2014, 10 Uhr

## Buchtipp: Medien- und strafrechtliche Aspekte zum Thema Kinderpornographie

In der Schriftenreihe Kommunikation & Recht des Deutschen Fachverlags ist jetzt eine Analyse zum Thema „**Maßnahmen gegen den Konsum von Kinder- und Jugendpornografie**“ erschienen. Autor **Dr. Hendrik Wieduwilt**, ehemaliger Sprecher im Bundesjustizministerium und Mitglied der Berliner Wirtschaftskanzlei HÄR-TING, analysiert die ver-



schiedenen Kategorien von Konsumenten, die Verbreitungswege und die juristische Legitimation heutiger und anstehender Strafnormen. Dies geschieht vor allem im Hinblick auf den zunehmend adressierten Konsumenten pornografischer Materialien und vor dem Hintergrund der jüngeren Entwicklungen im Sexualstrafrecht. Im Rahmen der Rechtsgutstheorie und vor dem Hintergrund des in-

ternationalen Rechtsrahmens werden Defizite der heutigen Straftatbestände ermittelt. In medienrechtlicher Hinsicht werden die technischen und verfassungsrechtlichen Handlungsspielräume und Risiken für gesetzliche Zugangsschwerungen aufgezeigt. Das Buch ist online über **ruw.de** oder den Buchhandel zum Preis von EUR 69,90 erhältlich (ISBN 978-3-8005-1594-3). (al)

## Online-Anbieter darf Gleitsichtbrillen als „individuell“ bewerben

Der Brillen-Internethändler **Lensbest** mit Sitz in Kiel konnte sich in einem Wettbewerbsverfahren gegen den in Düsseldorf beheimateten **Zentralverband der Augenoptiker (ZVA)** in wesentlichen Teilen durchsetzen.

Der Online-Anbieter von Brillen und Kontaktlinsen darf Gleitsichtbrillen vermarkten, auch wenn die Brille allein aufgrund von Angaben aus dem Brillenpass hergestellt und nicht individuell beim Optiker angepasst wird. Die Werbung für die Brillen als „hochwertig“ und „individuell“ ist zulässig. Dies hat der 6. Zivilsenat des **Schleswig-Holsteinischen Oberlandesgerichts** in einem jetzt veröffentlichten Urteil entschieden und die Klage des Zentralverbandes der Augenoptiker weitgehend zurückgewiesen.

Bei den Gleitsichtbrillen bestünde nach Auffassung des OLG nicht der begründete Verdacht, dass die Brillen die Sicherheit und Gesundheit ihrer Anwender bei sachgemäßer Anwendung gefährden (§ 4 Medizinproduktegesetz – MPG), auch wenn die Brillen nur auf der Grundlage der Daten aus dem Brillenpass hergestellt und nicht weitere individuelle Parameter des Brillenträgers ermittelt würden.

Der klagende Apothekerverband habe selbst nicht vorgetragen, dass durch die Verwendung der streitigen Gleitsichtbrillen konkrete



Gesundheitsschäden, etwa in Form von Kopfschmerzen, Hals- oder Nackenproblemen aufgetreten sein sollen. Auch wenn die Rückgabequote von 10 bis 12% ein gewisses Indiz für das Auftreten konkreter Beschwerden sein könnte, so seien die Beschwerden dann offenbar jeweils rechtzeitig bemerkt worden. Beschwerden, die so rechtzeitig und deutlich bemerkt werden, dass die Brille zurückgegeben wird, könnten aber kaum zu einer wirklichen Gefährdung führen. Allerdings müsse das beklagte Unternehmen den Hinweis erteilen, dass nicht optimal angepasste Gleitsichtbrillen bei Benutzung im Straßenverkehr gefährlich sein können, da sie den Überblick über den seitlichen Straßenverkehr beeinträchtigen können.

Die Bewerbung der Gleitsichtbrillen sei zudem nicht irreführend. Die Bezeichnungen der Gleitsichtbrillen als „hochwertig“ und als „Premium“ seien nichtssagend und könnten deshalb auch einen verständigen und informierten Verbraucher nicht täuschen. Die Bezeichnung der Gleitsichtbrillen als „individuell“ sei zutreffend, weil die Brillengläser anders als bei Fertigbrillen immerhin anhand der vom Kunden mitgeteilten

individuellen Werte aus dem Brillenpass angefertigt werden. Auch der Hinweis auf „Optikerqualität“ wäre nicht zu beanstanden. Der Kunde wisse, dass dem beklagten Unternehmen anders als einem Optiker zur Anfertigung der Brille nur die Daten aus dem Brillenpass zur Verfügung stünden und folglich das Gestell mit Gläsern nicht dem Gesicht des Kunden angepasst werden könne. Der aufmerksame Verbraucher werde sich deshalb nur vorstellen, dass die Qualität der vom beklagten Unternehmen erstellten Brillen derjenigen entspricht, die ein Optiker ohne Kundenkontakt, also nur auf Grundlage der Daten des Brillenpasses leisten könnte.

**Schleswig-Holst. OLG  
Urteil vom 29.09.2014  
AZ: 6 U 2/14**

**Dr. Jan Wetzel**, Geschäftsführer des **Zentralverbandes der Augenoptiker (ZVA)**, sah zumindest eine Kernforderung des Verbands durchgesetzt. Dem Urteil entsprechend sollten Online-Anbieter im Hinblick auf die Verkehrssicherheit nicht optimal angepasster

Brillen zu einem Warnhinweis verpflichtet werden. „Es ist nicht nachvollziehbar, dass Gleitsichtbrillen von Lensbest, die auf einer objektiv unzureichenden Datengrundlage gefertigt werden, einerseits vollmundig beworben werden dürfen, andererseits vor ihrer Benutzung im Straßenverkehr gewarnt werden muss“, so Wetzel. Aus diesem Grund werde der ZVA die Entscheidung auf dem Wege der Nichtzulassungsbeschwerde durch den Bundesgerichtshof überprüfen lassen.

„Es geht nicht darum, den Internethandel von Brillen zu verbieten“, betont auch ZVA-Präsident **Thomas Truckenbrod**. Allerdings müssten gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Anbieter gelten: Die aus Gründen der Augengesundheit für Augenoptiker geltenden Qualitätsstandards würden für alle Korrektionsbrillen gelten, sie dürften weder von den stationären Augenoptikern noch von den Online-Anbietern aus Kosten- oder Praktikabilitätsgründen missachtet werden. (al)



[www.redbox.de](http://www.redbox.de) . [www.redbox.de](http://www.redbox.de) . [www.redbox.de](http://www.redbox.de)

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

## **Disney Finding Christmas Disney Frohe Weihnachten, Carol**

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:

## **Massage**

in allen Schreibweisen und 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.

**Barde-Hoppe@Medien GmbH,  
Mitteldorfstraße 12, 37130 Gleichen**

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

## **SamSon**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, Untertiteln, grafischen Darstellungen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Zeitungen und Zeitschriften, Bücher, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Onlinedienste und sonstige Online-Medien und -Produkte - sowie Internet.

**WD Dr. Wartner Dr. Dietrich,  
RA Dr. M. Rath-Glawatz,  
Korte Blöck 35, 22397 Hamburg**

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

## **Honey und Funny Honey & Funny**

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

**Esther Schweins  
Miriam Henseling  
c/o CSP Rechtsanwälte,  
Weststraße 33, 40597 Düsseldorf**

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

**Bühnenhelden**

**Rockparade**

**Rockpack**

**Spaspack**

**Comedypack**

jeweils in allen Schreibweisen und Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Theater/Bühnen, 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.

**Rechtsanwalt Alexander Isadi,  
Schauinslandstraße 2, 79194 Gundelfingen**

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

## **Rheinkind**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Nicole Altendorf & Michaela Materne,  
Gleueler Straße 217, 50935 Köln**

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

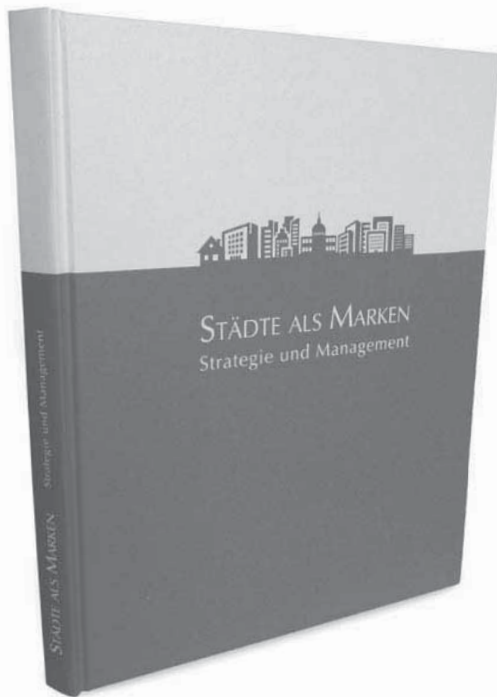
## **Seegang**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Paul Berndt,  
Jungmannstraße 71, 24105 Kiel**

# 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 für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

### **Ich bin die perfekte Frau**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**v. Einem & Partner Rechtsanwälte,  
Schlachte 3-5, 28195 Bremen**

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

### **selfmade living magazine**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Kanzlei am Meßberg/Rechtsanwältin Merkel,  
Meßberg 1, 20095 Hamburg**

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

### **Die Brigade The Brigade**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Christian Limmer,  
Schwarzmannstraße 6, 80798 München**

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

### **Set-Jetting Set Jetting**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**LD Media, Lutz Deckwerth,  
Vetschauer Allee 20, 12527 Berlin**

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

### **Internationaler Erbrechtstag**

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.

**Rechtsanwälte Stückemann & Sozien,  
Schloßstraße 11, 32657 Lemgo**

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

### **Business Affairs**

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

**Rechtsanwalt Thomas Gottlöber,  
Lönsweg 29, 40822 Mettmann**

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

### **Griaß di' Allgäu**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Zusammensetzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, Untertiteln, grafischen Darstellungen und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Zeitungen und Zeitschriften, Bücher, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Onlinedienste und sonstige Online-Medien und -Produkte sowie Internet.

**RA Dr. Michael Rath-Glawatz,  
Korte Blöck 35, 22397 Hamburg**

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

### **Familienfest Terra X - Mammuts - Herrscher der Eiszeit**

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 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

## AutomobilWirtschaft

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Krafthand Medien GmbH,  
Walter-Schulz-Straße 1, 86825 Bad Wörishofen**

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

## Meine Post Blatt der Frau Super Monat

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**SCG Verlag Ltd.,  
Frickestraße 41, 20251 Hamburg**

### 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 1.1.2013

Bankverbindung: IBAN: DE35200505501105212649  
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Druck: Handelsregister HRA 96 228,  
Ust.-Id-Nr. DE813310785  
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 syste-  
matischen 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 61.000 archivierte Titel! Recherchieren Sie kostenlos unter  
**[www.titelschutzanzeiger.de](http://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:** \_\_\_\_\_