

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

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

Gesundheit und Fitness: Auch 2007 noch trendy?

Ungeachtet der fortdauernden Streitigkeiten um die Gesundheitsreform, setzt die **SDV Verlags GmbH** den Titel „Gesund und Gut“ für den Verbraucher um und führt damit den Trend zum Thema Gesundheit auch im neuen Jahr fort. Seien es nun Tipps für gesünderes Leben, Neues über die Heilkräfte der Natur oder Reportagen über die besten Wellness-Center auf der ganzen Welt. Das vergangene Jahr bot dem Medienkonsumenten alle Möglichkeiten sich zu informieren.

Allein 41 Titel mit dem Bestandteil „gesund“ konnte der Titelschutz Anzeiger in 2006 verzeichnen. Auf Platz zwei im Ranking der Gesundheitstitel brachte es das Thema „Heilen“ und „Heilkräfte“ mit 25 Titeln, gefolgt von „fit“ als Bestandteil von 19 Titeln.

„Health“ und „Wellness“ brachten es zusammen auf 13 geschützte Medientitel. Die Warnung „Geiz gefährdet ihre Gesundheit“, geschützt im Oktober 2006, können wir getrost auch als Motto für das Jahr 2007 übernehmen.

Doch auch andere aktuelle Themen beschäftigen den Medienmarkt: Der **Hoffmann und Campe** Verlag regt einen „Energy Talk“ an und die Mandanten der Rechtsanwälte **Prehm & Klare** befassen sich mit dem Beschäftigungsmarkt. Das „Traineebook“ und die „Careerweek“ sollen Berufsanfängern helfen durchzustarten. Ebenfalls hilfreich könnte sich auch der Titel von **Stefan Rippler** erweisen: „Menschen, Medien, Macher - Wie Karrieren in den Medien funktionieren“. (al)

INHALT

SEITE

Titelübersicht	2
Rechtsforum „Medienkonvergenz“	2
Neu: Red Box bei New Business	3
Klarer Ausruck bei Werbeaktionen	3
Titelschutzanzeigen: 71 neue Titel geschützt	4-7
Impressum	5

„Krasse“ Entscheidung gegen die Komiker Erkan & Stefan

Erkan & Stefan haben kein Monopol auf Türkdeutsch, entschied jetzt das Landgericht München. Das Münchener Komiker-Duo hatte gegen die Burgerkette McDonalds Österreich geklagt und wurde abgewiesen.

McDonalds hatte in den Fernseh- und Hörfunkprogrammen des ORF, auf Plakaten und im Internet für BigKebab-Burger und Onion Rings mit einer Sprachparodie im Stil türkischstämmiger Jugendlicher geworben. Auf den Plakaten war eine Goldkette mit dem Anhänger „Krasser Kebab“ zu sehen. Erkan & Stefan selbst vertreiben eine Plüschfigur namens „Dönertier“, das die Form eines Dönerspießes hat. Die Komiker sahen in der „krassen Kebab“-Werbung der Fast-Food-Kette eine Ausnutzung ihrer Imagemerkmale, mit denen sie berühmt wurden und klagten auf Unterlassung der Verwendung ihrer Doppelgänger und Stimmdoppelgänger in der Werbung, sowie auf Schadensersatz.

Doch die Münchener Richter sahen dazu keinen Anlass: Die Bildnisse und Stimmen der beiden Kläger

wurden nicht verwendet. Die engagierten Schauspieler seien den Klägern auch nicht annähernd ähnlich gewesen. Die Komiker könnten sich nicht zugute halten, als einzige mit typischen Accessoires wie Mütze, Opperlippenbärtchen und Goldkette türkische Sprach-Comedy zu betreiben.

Der Bundesgerichtshof und das Oberlandesgericht Hamburg hatten zwar den Erben von Marlene Dietrich und Heinz Erhard Recht gegeben, als den verstorbenen Künstlern ähnliche Werbefiguren und -stimmen verwendet worden waren. Doch nach Ansicht der Richter imitierten Erkan & Stefan nur ein allgemeines Phänomen, so dass keine nur ihnen eigene Form der sprachlichen Darstellung in Wort und Stimmklang vorliege. Auch hatte McDonalds zutreffend darauf hingewiesen, dass dieses Phänomen auch von anderen Künstlern imitierend und parodierend aufgegriffen werde. (al)

Landgericht München I

Urteil vom 2.01.2007

AZ: 9 O 3430/06

(nicht rechtskräftig)

Die 71 neuen Titel dieser Woche

A	Der Rasenmäher	L	Rasentraktor
Aufsitzmäher	DIE KANZLERIN	Living Room	Rasentrecker
Aufsitz-Rasenmäher	Die Racker		Reisemobil-Angebote
Aufsitz-Rasentraktor		M	Reisemobil-Anzeiger
Aufsitz-Rasentrecker	E	Magnum	Reisemobil-Börse
Aufsitztraktor	Edition ALLGÄU	Mein Mörder kommt	Reisemobil-Handel
Aufsitztrecker	Energy Talk	zurück	Reisemobil-Inserat
		Meißener Nachrichten	Reisemobil-Markt
C		Menschen, Medien, Macher	Reisemobil-Welt
Caravan-Angebote	F	- Wie Karrieren in den	
Caravan-Anzeiger	Freitaler Nachrichten	Medien funktionieren	S
Caravan-Börse		Money Express	SommerPresse
Caravan-Handel	G	Morgen räum ich auf	
Caravaning-Angebote	GESUND & GUT		T
Caravaning-Anzeiger	GESUND UND GUT	O	Teaser Magazine
Caravaning-Börse	Golden Garden	OutdoorPresse	Traineebook
Caravaning-Handel	Golden Time		TraineeWorld
Caravaning-Inserat		P	Transporter Magazin
Caravaning-Markt	H	Pirnaer Nachrichten	Truck Sport Magazin
Caravaning-Welt	Hallo Dachau	Planet Happy Garden	
Caravan-Inserat	Happy Garden	Primeval	W
Caravan-Markt	Hardcover		Wie küsst man einen Mil-
Caravan-Welt	Hilfe, Hochzeit! -	R	lionär?
Careerweek	Die schlimmste Woche	Radeberger Nachrichten	Z
COLOURTRIP	meines Lebens	Radebeuler Nachrichten	Zukunft ALLGÄU
		Rasenmäher	
D	I	Rasenmähertraktor	
Der offene Brief	In einer stillen Nacht	Rasenmähertrecker	

Die nächste Ausgabe erscheint am

Der Titelschutz Anzeiger mit Der Software Titel

16.01.2007, Woche 03, Nr. 806
Anzeigenschluss: 12.01.2007, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger

23.01.2007, Woche 04, Nr. 807
Anzeigenschluss: 19.01.2007, 10 Uhr

Rechtsforum zum Thema „Medienkonvergenz“

„Konvergenz“ ist der Lieblingsbegriff Medienschaffender, wenn sie von der Entwicklung im Medienmarkt sprechen. Gemeint ist die Tendenz zu Annäherung und Verschmelzung von bisher traditionell getrennten Kommunikationsbereichen. Inhaltlich bedeutet Medienkonvergenz die Vermarktung eines medialen Angebots über verschiedene Medien. Auf technischer Ebene ist das Zusammen-

wachsen von Einzelmedien in Multifunktionsgeräten gemeint, sei es nun der PC, das Handy oder das interaktive Fernsehgerät.

Ein innovativer Markt. Doch unter Konvergenzbedingungen ändern sich auch die Strukturen, Macht- und Wettbewerbsverhältnisse in den etablierten Branchen. Dienstleister aus dem ehemals getrennten Medien- und Telekommuni-

kations-Markt stehen sich nun zunehmend als Wettbewerber gegenüber. Die Entwicklung stellt auch die bestehende Rechtsordnung in Frage. Da die einstige eindeutige Trennung von Übertragungswegen und Inhalten im digitalen Zeitalter überholt ist, besteht hier ein erheblicher Orientierungsbedarf für Medienschaffende. Die Euroforum-Konferenz „Medienkonvergenz und Recht“ hat es sich zur

Aufgabe gemacht Entscheidern der Branche diese Orientierungshilfen zu geben und darzustellen welche juristischen Konsequenzen und Potentiale die Umstellung für den Medienmarkt birgt.

Euroforum-Fachkonferenz
für die Akteure im TK- und Medienmarkt
29.-30.03.2007 München
Infos unter:
www.euroforum.com

„Red Box“ erscheint ab 2007 im New Business Verlag

Seit 1970 begleitet das renommierte, jährlich erscheinende Nachschlagewerk „Red Box“ die Kreativen in der deutschen Medien- und Werbe-Branche und versorgt sie mit den Adressen aller wichtigen Dienstleister. Mit dem Jahreswechsel hat „Red Box“ eine neue publizistische Heimat gefunden und erscheint künftig im Hamburger New Business Verlag. Die „Red Box“-Gründerin Margit Bethge hat ihr „Lebenswerk“ nach über 36-jähriger Hege und Pflege an den New Business Verlag verkauft und möchte sich in ihrem neuen Lebensabschnitt anderen Aufgaben zuwenden.



Die über 900 Seiten starke „Red Box“ ist nach Postleitzahl-Regionen unterteilt und innerhalb jeder Region alphabetisch nach Services geordnet – von A wie Agenten, Animation oder Art Direction über F wie Film-Produktionen, Food Stylisten, Fotografen oder Funkspots bis Z wie Zauberer oder Zeichenbedarf. In der „Red Box“ präsentieren sich die unterschiedlichsten Anbieter von Services, die in der Kreativ-Szene eine Bedeutung haben.

Genutzt wird die „Red Box“ von Werbe- und PR-Agenturen, TV- und Radio-Sendern, Film-Produktionen, Verlagen sowie großen Unternehmen, die regelmäßig Bedarf an kreativen Dienst-

leistungen haben. Aber Anbieter von Dienstleistungen wie etwa Fotografen finden in der „Red Box“ Partner (Stylisten, Mietstudios oder Visagisten) für eine erfolgreiche Arbeit.

Attraktives Umfeld für Medien-Anwälte und –Kanzleien

Aufgrund der immer komplexer werdenden Rechts- und Copyright-Situation in der Medien- und Kreativwelt hat die „Red Box“-Redaktion für jede Postleitzahl-Region die Stichworte Rechtsanwälte, Urheber- und Lizenz-Recht eingerichtet. Hier präsentieren sich Medienrechts-Spezialisten, auf deren Rat und Hilfe die gesamte Kreativ-Szene nicht nur im Zweifels- oder Streitfall, sondern schon im Vorfeld von Vertragsverhandlungen zurückgreifen kann.



Ingrid Blank

Interessierte Anwälte und Kanzleien finden in Ingrid Blank (Telefon: 040 / 450 150-0 oder E-Mail: ingrid@redbox.de) die richtige Ansprechpartnerin für eine Präsenz in der neuen Red Box-Ausgabe, die im Frühjahr 2007 mit einer Auflage von 3.000 Exemplaren erschei-

nen wird. Parallel zur jährlichen Print-Ausgabe gibt es den Internet-Auftritt www.redbox.de und den monatlichen Online-Newsletter „Red Box Post“, der rund 26.000 Interessenten aus

Klare Ausdrucksweise bei Werbeaktionen gefordert

Unklare Begriffe bei einer Rabattaktion sind, nach Ansicht des Oberlandesgerichts Hamm, wettbewerbswidrig. Die Karten müssen für den Kunden bereits in der Werbung auf den Tisch gelegt werden.

Anlass für den Rechtsstreit bot die Werbung eines Möbelhauses mit einem Kunden-Treue-Rabatt auf alle Einrichtungsgegenstände außer „Werbeware“. Ebenso wie die Kunden fragten sich auch die Richter, was denn eigentlich „Werbeware“ sei und wiesen auf den Sinn des §4 Nr. 4 UWG hin: Der Verbraucher ist vor unsachlicher Beeinflussung und Irreführung infolge unzureichender Information zu schützen. Es sei eine unlautere und damit verbotene Wettbewerbshandlung, wenn bei Verkaufsförderungsmaßnahmen wie Preisnachlässen die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme nicht klar und deutlich angegeben werden.

Sprachlich ließe sich der Begriff „Werbeware“ nur in „beworbenen Waren“ auflösen. Damit bliebe für den Kunden unklar, an welche Werbung das Möbelhaus nun anknüpfen will, um

dem Kreativ-Bereich zum Download angeboten wird. Die Red Box Post informiert über neue Dienstleistungen für die und aus der Kreativwelt sowie über Wettbewerbe und Festivals. (al)

Waren von der Rabattaktion auszuschließen. Sollte der Kunde den Begriff „Werbeware“ wirklich umfassend verstehen, blieben kaum noch Waren für die Aktion übrig. Denn es muss davon ausgegangen werden, dass die Einrichter auf nahezu sämtliche Waren werbemäßig irgendwann einmal hingewiesen haben.

Die Unklarheit des Begriffs könne auch nicht dadurch ausgeglichen werden, dass im Ladenlokal selbst die einzelnen Waren, die „Werbeware“ sind, ausdrücklich entsprechend gekennzeichnet wurden. Es sei nicht ausreichend, den Kunden erst aufzuklären, wenn er vor der Kaufentscheidung steht, sich im Möbelhaus also konkret für den Kauf einer bestimmten Ware entscheidet. Gerade der Anlockeffekt einer Rabattaktion verlange es, dass dem Kunden schon vor dem Betreten des Geschäfts klar gemacht wird, welchen Umfang die Rabattaktion hat.

OLG Hamm

Urteil vom 16.11.2006
AZ: 4 U 143/06
(nicht rechtskräftig)

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

Energy Talk

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Hoffmann und Campe Verlag GmbH,
Harvestehuder Weg 42, 20149 Hamburg**

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

Teaser Magazine

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Thomas Meyer Media,
Winterstraße 35, 31683 Obernkirchen**

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

OutdoorPresse SommerPresse

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Rocket Medien GmbH & Co. KG,
Richard-Strauss-Straße 75, 81679 München**

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

DIE KANZLERIN

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Swantje-Britt Koerner,
Kanzowstraße 11, 10439 Berlin**

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

Primeval

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 Television GmbH,
Medienallee 7, 85774 Unterföhring**

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

Hardcover

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Kinofilm, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Online-Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen, Hörfunk und Druckerzeugnisse.

**Little Shark Entertainment GmbH,
Eifelstraße 19, 50677 Köln**

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

Morgen räum ich auf Mein Mörder kommt zurück In einer stillen Nacht

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.

**Bettina Krause Rechtsanwaltskanzlei,
Hauptstraße 42, 82327 Tutzing**

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

Money Express

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen, Schriftarten und Darstellungsformen für alle Tourneen, Einzelveranstaltungen, Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien- und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, Off- und Onlinemedien sowie für Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen sowie Merchandising in jeder Form und für sämtliche Merchandising-Artikel und Dienstleistungen aller Art.

**Callactive GmbH,
Augsburgerstraße 8, 80337 München**

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

Zukunft ALLGÄU Edition ALLGÄU

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Print-Medien, Internet-Medien, TV- und Hörfunk-Medien.

Verlag HEPHAISTOS, „Edition ALLGÄU“,
Gnadenberger Weg 4, 87509 Immenstadt-Allgäu

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

Menschen, Medien, Macher - Wie Karrieren in den Medien funktionieren

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Stefan Rippler,
Josef-Aberger-Straße 30, 83246 Unterwössen

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

COLOURTRIP

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Darstellungsformen für Ton- und Fernsehfunk, alle sonstigen elektronischen Medien und Netzwerke einschließlich Off- und Online-Dienste, CD-Rom, CD-I, Merchandising.

Rechtsanwalt Heinz-Josef Klekamp,
Heger-Tor-Wall 2, 49074 Osnabrück

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

Die Racker

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Fernsehen, Film, Musik und elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste) sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke.

BRITT DUNSE PRODUKTION,
Danziger Straße 19, 10435 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: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) PS
Redaktion: Angela Lautenschläger (AL), -61
verantwortlich
Ralf Deppe (RD), -80
Titelschutzanzeigen: Angela Lautenschläger (AL), -61
Geschäftsanzeigen: Manuela Busche, -51

Druckauflage: 3.400
Verbreitete Auflage: 3.100
Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)
Der Titelschutz Anzeiger
mit Software Titel: monatlich

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,
Kösliner Weg 20, 22850 Norderstedt

© 2007 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.

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

Golden Time

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Stephan Herrmann,
Schlosserstraße 12, 47055 Duisburg**

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

Magnum

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Stephan Herrmann,
Schlosserstraße 12, 47055 Duisburg**

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

Golden Garden

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Stephan Herrmann,
Schlosserstraße 12, 47055 Duisburg**

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

Living Room

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Stephan Herrmann,
Schlosserstraße 12, 47055 Duisburg**

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

Der offene Brief

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Darstellungsformen für alle Medien, wie elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Off-Line und On-Line-Dienste.

**Johann Thöming,
Im Hilgersfeld 38, 51427 Bergisch Gladbach**

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

Planet Happy Garden Happy Garden

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Stephan Herrmann,
Schlosserstraße 12, 47055 Duisburg**

Unter Hinweis auf §§ 5 Abs. 3, 15 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Careerweek Traineebook TraineeWorld

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abwandlungen, Abkürzungen, Wortverbindungen, Titelkombinationen, graphischen Gestaltungen, entsprechenden Untertiteln und Zusammensetzungen für alle Printmedien und Druckerzeugnisse, Film, Funk, Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, sowie für elektronische und digitale Medien, insbesondere auch Off- und Onlinemedien aller Art.

**Prehm & Klare Rechtsanwälte,
Im Brauereiviertel 2, 24118 Kiel**

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

Wie küsst man einen Millionär?

Hilfe, Hochzeit! -

Die schlimmste Woche meines Lebens

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,
Oberwallstraße 6, 10117 Berlin**

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

Hallo Dachau

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

Amper Wochenend Zeitung GmbH,
Wallbergstraße 26, 85221 Dachau

Hiermit nehmen wir für einen Mandanten unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG Titelschutz in Anspruch für die folgenden zwei Titel:

Truck Sport Magazin Transporter Magazin

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen sowie sonstige elektronische und digitale Medien einschließlich Off- und Online-Dienste sowie für Bild-, Ton- und Datenträger aller Art und für Veranstaltungen, insbesondere Seminare und Messen.

KLAKA Rechtsanwälte,
Delpstraße 4, 81679 München

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

GESUND UND GUT GESUND & GUT Radebeuler Nachrichten Pirnaer Nachrichten Freitaler Nachrichten Radeberger Nachrichten Meißener Nachrichten

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (Online und Offline).

SDV Verlags GmbH
Geschäftsführer Karsten Tonn,
Tharandter Straße 31-33, 01159 Dresden

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

Aufsitz-Rasentrecker Aufsitz-Rasentraktor Aufsitz-Rasenmäher Aufsitzmäher Aufsitztrecker Aufsitztraktor Caravan-Angebote Caravan-Anzeiger Caravan-Börse Caravan-Handel Caravan-Inserat Caravan-Markt Caravan-Welt Caravanning-Angebote Caravanning-Anzeiger Caravanning-Börse Caravanning-Handel Caravanning-Inserat Caravanning-Markt Caravanning-Welt Der Rasenmäher Rasenmäher Rasenmähertraktor Rasenmähertraktor Rasentraktor Rasentrecker Reisemobil-Angebote Reisemobil-Anzeiger Reisemobil-Börse Reisemobil-Handel Reisemobil-Inserat Reisemobil-Markt Reisemobil-Welt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, für alle Printmedien, elektronische und digitale Medien, Hörfunk, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie Offline-, Online- und Audiotextdienste und das Internet.

TEAM ATW Werbeagentur GmbH,
Drostestraße 14-16, 30161 Hannover

Zeitungen öffnen den Zugang zu jedem Haushalt

2006 **new business** REPORT
REGIONALE TAGESZEITUNGEN



Der aktuelle **new business** REPORT REGIONALE TAGESZEITUNGEN 2006

liefert in acht Kapiteln auf 148 Seiten einen umfassenden Überblick über diesen Markt. Die Autoren aus Verlagen, Agenturen und Marktforschung geben die aktuellen Trends und den Stellenwert im Handel, bei Marken und bei den Konsumenten weiter. Verlage stellen u.a. ihre Instrumente der Kundenbindung und der Neukundengewinnung vor. Zur Bedeutung der regionalen Tageszeitungen als Werbeträger kommen Kreative und Planer aus Agenturen zu Wort.

Jetzt bestellen!

Fax 040/60 90 09-66



Ja, ich bestelle

Exemplare new business REPORT REGIONALE TAGESZEITUNGEN 2006 zum Preis von je € 25,- zzgl. USt und Versand.

Firma

Name, Vorname

Funktion

Telefon/Fax

Straße

Postleitzahl, Ort, Land

Mail

Datum, Firmenstempel, Unterschrift

New Business Verlag GmbH & Co. KG, Postfach 70 12 45, 22012 Hamburg
Fon: 040/60 90 09-65, Fax: 040/60 90 09-66, Mail: abo@new-business.de

TSA