

MEDIA DATEN 2012

Anzeigenpreisliste Nr. 13
Gültig ab 1.1.2012

Nr. 48 • 29.11.2011
77560

rundy

Titelschutz

JOURNAL

Deutschlands Spezial-Medium für Titelschutz

- ZEITUNG ZEITSCHRIFT BUCH HÖRFUNK TV FILM TONTRÄGER SPIELE SOFTWARE -

Alle 61 Titel auf einen Blick

Alexander – der allmächtige Herrscher

Angeln 2013

Baustellen Manager - Simulator

Bus-Simulator 2013

Containerschiff Manager - Simulator

Das Geheimnis der Azteken 3

Das Geheimnis der Pyramiden 3

Das Geheimnis von Atlantis 2

Diamonds 3

DIE TIERRETTER

Die Welt der Antike – Ursprünge unserer Zivilisation

Eisenzeit – Die erste Krise

ero emotion

FÖRCH Works

Freizeit Blitz

Freizeit Express

Freizeit Journal

Griechentum – das ambivalente Experiment

Hafen 2012

Hafen 2013

Inca Master 3

Intown Journal

Intown Magazin

Katze sucht Kater

Kinder fragen – Comedians antworten

Lastwagen Manager - Simulator

Lieferwagen-Simulator 2012

Lieferwagen-Simulator 2013

Magie Jewels 2

Mechanicus 2

Meet the Press

Mein kleiner Bauernhof 3

Mord in Serie

Mord ist ihr Leben

Müllabfuhr-Simulator 2012

Müllabfuhr-Simulator 2013

Murder Mysteries

Näher am Limit

Nahverkehrs Manager - Simulator

Nobody will ever love you as much as I do

Ports 2012 - Häfen der Welt

Rom – Der Aufstieg zum Imperium

Schrottplatz-Simulator 2012

Schrottplatz-Simulator 2013

Seehafen Binnenhafen Manager - Simulator

Sport38

Sport38.de

Städtebau Manager - Simulator

Star Race

Starrace

Steinbruch-Simulator 2013

Tagebau-Simulator 2012

Tagebau-Simulator 2013

Tankwagen-Simulator 2012

Tankwagen-Simulator 2013

tectain

Tiefbau-Simulator

Truck Manager - Simulator 2012

Truck Manager - Simulator 2013

Unter Beobachtung

Zivilisation – Der Beginn des Fortschritts



Urheberrechtsstreit um "Stuttgart 21"

Der für das Urheberrecht zuständige I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat im Rechtsstreit zwischen einem Erben des Architekten des Stuttgarter Hauptbahnhofs und der Deutschen Bahn AG die Nichtzulassungsbeschwerde des klagenden Erben zurückgewiesen. (...) Der Stuttgarter Hauptbahnhof ist nach einem Entwurf von Prof. Dipl.-Ing. Paul Bonatz aus dem Jahre 1911 gestaltet worden. Diese Gestaltung ist urheberrechtlich geschützt. (...) Die im Rahmen des Infrastrukturprojekts "Stuttgart 21" vorgelegte Planung der Deutschen Bahn AG sieht den Abriss der Seitenflügel und der Treppenanlage in der großen Schalterhalle vor. Einer dieser Seitenflügel ist bereits im Jahre 2010 abgerissen worden. Der Kläger sieht durch diesen (...) Teilabbriss des Bahnhofgebäudes die Urheberpersönlichkeitsrechte von Paul Bonatz beeinträchtigt. Mit der Klage will er den Wiederaufbau des Nordwest-Flügels erreichen sowie den Abriss des Südost-Flügels und der Treppenanlage verhindern. Sowohl das Landgericht als auch das Oberlandesgericht Stuttgart haben die Klage abgewiesen. (...) www.bundesgerichtshof.de

Tel.: +49 6021-58 388 18 • Fax: +49 6021-58 388 22 • eMail: titelschutz@rundy.de • Internet: www.titelschutzjournal.de

Objektprofil rundy Titelschutz-Journal

Das Spezialmedium für Titelschutz und Titelschutz-Anzeigen!

Das „rundy Titelschutz-Journal“ wurde 2002 als Fachtitel rund um das Thema Titelschutz sowie für die wirksame Veröffentlichung von Titelschutz-Anzeigen gegründet. Es gehört heute zu den führenden Publikationen der Branche – s. a. www.titelschutzjournal.de. Seit Juni 2009 erscheint zudem eine eigenständige Ausgabe für den österreichischen Markt, das „Titelschutz-Journal Österreich“ (s. a. www.titelschutzjournal.at).

Die Printausgabe erscheint wöchentlich, dienstags, und erreicht eine Verbreitung (inkl. E-Paper) von ca. **5.600 Exemplaren**. Darunter: Buch-, Zeitschriften- und Zeitungs-Verlage, Anwälte und Kanzleien für Marken-, Urheber- und Medienrecht, Medien-Verbände, Tonträger, Hörfunk-, TV-, Film- und Software-Produzenten, TV- und Radio-Sender sowie Titelschutz-Agenturen.

Das „rundy Titelschutz-Journal“ bietet die Möglichkeit der Schaltung von Titelschutz-Anzeigen gemäß den Paragraphen 5 sowie 15 des deutschen Markengesetzes. Eine Titelschutz-Anzeige schützt die Titel von Druckschriften (z. B. Bücher, Printmedien), Film-, Ton- und Bühnenwerken sowie Software-Produkten und Websites gegenüber der Verwendung des gleichen oder eines ähnlichen Titels durch eine andere Partei. Um wirksam zu sein, muss die Titelschutz-Anzeige in einem dafür üblicherweise benutzten Medium und damit in branchenüblicher Weise erfolgen. Das „rundy Titelschutz-Journal“ ist ein solches Medium – wie auch ein rechtskräftiges Urteil aus dem Jahr 2003 ausdrücklich bestätigt.

Zum Hintergrund: Ein kennzeichnungskräftiger Titel ist bereits mit dem Erscheinen des Werkes (Buch, Zeitschrift, Film etc.) geschützt – ohne dass es einer Registrierung oder sonstigen Formalität bedarf. Eine Vorverlegung dieses Schutzes durch eine Titelschutz-Anzeige noch vor Erscheinen des Titels ist jedoch äußerst sinnvoll, um bereits während der Planungsphase des Werkes **Rechtssicherheit in Bezug auf den Namen** des Werkes zu bekommen (nicht ausreichend ist eine öffentliche Ankündigung oder Pressemitteilung).

Wichtig ist, dass das Werk innerhalb angemessener Frist nach Schaltung der Titelschutz-Anzeige, in der Regel nach fünf bis sechs Monaten, auf den Markt kommt, also veröffentlicht wird. Ansonsten erlischt der Titelschutz und der Titel wird wieder frei.

Zudem informiert das „rundy Titelschutz-Journal“ in seiner Printausgabe über aktuelle Ereignisse und Urteile aus dem Bereich des Marken-, Urheber- sowie Medienrechts. Das Onlineportal unter www.titelschutzjournal.de enthält darüber hinaus ausführliche Informationen zu den Bereichen Titelschutz, bietet die Möglichkeit **nationale sowie internationale Titel- und Markenrecherchen** durchzuführen und enthält ein Archiv aller bisher erschienenen Printausgaben sowie eine **Titel-Suchmaschine mit ca. 30.500 Einträgen** – ein unverzichtbares Werkzeug für Rechtsanwälte und Medien-Unternehmen!



Werbe-Anzeigen: Formate & Preise Anzeigenschluss: donnerstags, 17.00 Uhr

Schwarz-Weiß-Anzeige Seitenteilen)	(Größe in	Satzspiegel in mm	Preise in Euro	Kombi-Preis mit Österreich-Ausgabe
1/1		175 X 266	980	1.560
1/1 (Hefrückseite; U4)**		175 X 266	1500	2400
1/2 quer		175 X 128,5	590	920
1/2 hoch		85 X 262	590	920
Premiumanzeige (Titelseite)		115 X 60	600	960
1/4 quer		175 X 62	320	530
1/4 hoch		85 X 128,5	320	530
1/8 quer		85 X 62	170	280
1/8 hoch		85 X 62	170	280
1/8 Streifen (quer)		175 X 30	170	280
1/16 quer		85 X 30	90	150
Stellen-Anzeigen*				
1/4		85 X 128,5	160	255
1/8		85 X 62	85	135
1/16		85 X 28,5	45	72

Farb-Anzeigen sowie Beilagen auf Anfrage möglich; Mittlerprovision: 15%; Heffformat: 210 x 297 mm (DIN A 4); alle Preise zzgl. MwSt.; * Chiffregebühr: 12,00 Euro
** Bitte beachten Sie, dass der Adressaufkleber (Breite x Höhe: 84 x 42) auf der 4. Umschlagseite im oberen Drittel links (mit mindestens 15 mm Abstand vom Rand) platziert wird.

Rabatte/Malstaffel

bei Schaltungen von Werbe-Anzeigen
innerhalb eines Kalenderjahres:

3 Schaltungen	10%	12 Schaltungen	20%
8 Schaltungen	15%	24 Schaltungen	30%
		48 Schaltungen	50%

Titelschutz-Anzeigen: Preise

Anzeigenschluss: freitags, 13.00 Uhr

	Format/Umfang	Preis in Euro
Titelschutz-Anzeige	Erster Titel (ca. 85 x 40 mm)	€ 115,-
	jeder Folge-Titel	€ 25,-
Wiederholungs-Anzeige	Wiederholung der identischen Titelschutz-Anzeige nach ca. 5 Monaten zu 50% Rabatt.	
	Der Auftrag zur Wiederholung der Titelschutz-Anzeige muss bereits bei Erst-Buchung erteilt werden. Erst- und Wiederholungs-Anzeige werden gemeinsam berechnet. Eine spätere Rückerstattung bei nachträglichem Verzicht auf die Wiederholung ist nicht möglich.	
Kombi-Anzeige Deutschland + Österreich*	Erster Titel (ca. 85 x 40 mm)	€ 190,-
	jeder Folge-Titel	€ 40,-
* Das „Titelschutz-Journal Österreich“ erscheint seit Juni 2009 als eigene Ausgabe für Österreich. Infos unter www.titelschutzjournal.at .		Alle Preise zzgl. MwSt.

Rabatt-Angebote

Bei Schaltungen innerhalb von zwölf Monaten:

5 Schaltungen 10%

+ Gratis-Werbevolumen: € 600,- in Publikationen der „rundy“-Gruppe

10 Schaltungen 20%

+ Gratis-Werbevolumen: € 1.200,- in Publikationen der „rundy“-Gruppe

20 Schaltungen 30%

+ Gratis-Werbevolumen: € 2.400,- in Publikationen der „rundy“-Gruppe

Rabatte: Fakten & Infos

Bereits ermäßigte Anzeigen, Kombi- und Wiederholungs-Anzeigen zählen nicht zu den jeweiligen Rabatt-Paketen und sind nicht weiter rabattierbar! Alle Rabatte werden unterjährig, direkt bei Buchung gewährt. Bei Nicht-Erreichen des gebuchten Anzeigen-Volumens wird die Differenz zum Ende des Rabattzeitraums verrechnet.

Gratis-Werbevolumen: Fakten & Infos

Das Werbevolumen kann innerhalb des jeweiligen Rabattzeitraums in folgenden Publikationen der „rundy“-Gruppe in Form von Anzeigen (ausgenommen Sonderwerbeformen) eingelöst werden: „rundy – Informationsdienst für Medien“ (Fachdienst für die Medienbranche; ca. 1.900 Abonnenten), „rundy online“, „rundy Titelschutz-Journal“ (gilt nur für Werbeanzeigen, nicht für Titelschutz-Anzeigen).

Alle Informationen zu den Publikationen und den Buchungsmöglichkeiten unter: www.rundy.de.



Was ist Titelschutz?

Der Titelschutz erfolgt in Deutschland über das Markengesetz (MarkenG). Dort wird in den §§ 5 und 15 MarkenG der Werktitel, so die gesetzliche Bezeichnung, umfassend geschützt.

Unter Werk-Titeln, die als geschäftliche Bezeichnungen Schutz genießen, versteht das Gesetz die Namen oder besonderen Bezeichnungen von

- Druckschriften (Bücher, Buchreihen, Zeitungen, Zeitschriften, Kataloge etc.)
- Untertiteln, Supplements, Titeln von Rubriken
- Filmwerken (z.B. Fernsehsendungen, Fernsehserien)
- Tonwerken (Partituren – unabhängig davon, ob neben Noten auch Text vorhanden ist –, Rundfunksendungen und -serien)
- Bühnenwerken (Theaterstücke, Opern, Operetten, Musicals, Messen)
- Softwareprogrammen, Internetseiten, Computerspielen
- oder sonstigen vergleichbaren Werken.

Wodurch unterscheidet er sich vom Markenschutz?

Der Werktitel ist ebenso wie die Marke eine Produktkennzeichnung. Anders als die Marke unterscheidet er aber das Werk nicht nach seiner Herkunft, auf die durch den Namen des Verlegers, Produzenten oder Autors hingewiesen wird, sondern nach Inhalt und Beschaffenheit. Werktitel individualisieren also geistig geprägte Produkte primär nach ihrem Inhalt.

Praktische Folgen hat das vor allem im Hinblick auf den dadurch eingeschränkten Schutz gegen die Verwendung des Titels für andersartige Waren und Dienstleistungen und gegen nicht-titelmäßige Verwendung. Der Werktitel wird nur gegen unmittelbare Verwechslungsgefahren im engeren Sinne geschützt. Die Marke ist hingegen jegliche Verwechslungsgefahren geschützt, d.h. der Schutzbereich ist viel weiter zu ziehen als beim Titel. Der Grund für diesen Unterschied zur Marke liegt im besonderen Charakter der durch den Titel bezeichneten geistigen Werke, bei denen für den Verkehr der Inhalt im Vordergrund steht.

Titel können aber auch als Marken nach den Voraussetzungen des Markenschutzes geschützt werden. Dies kann die Verwertung des Titels in anderen Produktkategorien im Wege des Merchandising erleichtern. Zu beachten ist aber, dass der Markenschutz wesentlich strengere Maßstäbe hinsichtlich Unterscheidungskraft und Freihaltebedürfnis als der Titelschutz an einen Titel stellt. Darüber hinaus setzt der Schutz einer Marke regelmäßig die Eintragung in das Markenregister voraus.

Welche gesetzlichen Regelungen gibt es?

Während § 5 MarkenG Entstehen und Erlöschen des Schutzes von Werk-Titeln regelt, sind Schutzzinhalt und Verletzungsansprüche in § 15 MarkenG geregelt.

Wie entsteht der Titelschutz?

Titelschutz entsteht grundsätzlich durch Benutzungsaufnahme. Einer besonderen Registrierung bedarf es nicht. Benutzungsaufnahme liegt vor, wenn der Titel für ein bestehendes Werk im geschäftlichen Verkehr benutzt wird. Bei Druckschriften also das Erscheinen, bei Filmen durch das Vorführen oder bei Musikwerken durch das Hörbarmachen. Die Schaltung einer Titelschutz-Anzeige selbst stellt noch keine Benutzung des Titels dar. Auch eine Bekanntmachung des Titels durch eine Werbekampagne oder eine Presseveröffentlichung ist nicht ausreichend.

Darüber hinaus erfordert der Titelschutz eine originäre Kennzeichnungskraft. Der Titel muss kennzeichnungskräftig in

dem Sinne sein, dass er geeignet ist, ein Werk von einem anderen zu unterscheiden. Im Gegensatz zum Markenschutz setzt die Rechtsprechung dabei aber wesentlich geringere Anforderungen.

Kann Titelschutz auch schon vor Benutzungsaufnahme entstehen?

Die Herstellung eines Buches, Filmes, Fernsehserie etc. nimmt oftmals einen langen Zeitraum in Anspruch. Die Rechtsprechung hält dabei aber den Herstellungsprozess selbst nicht für ausreichend, um Titelschutz zu begründen, obwohl auch schon zu diesem Zeitpunkt ein Schutzbedürfnis bestehen kann.

Will man einen Titel schon vor Benutzungsaufnahme, also vor Erscheinen, Vorführen etc. Schutz zukommen lassen, so ist eine Titelschutz-Anzeige im „rundy Titelschutz-Journal“ (s. a. www.titelschutzjournal.de) sehr sinnvoll.

In Österreich ist die Schaltung von Titelschutz-Anzeigen gängige Praxis, ihre Wirksamkeit wurde jedoch noch nicht höchst richterlich bestätigt.

Wann verfällt der Schutz durch eine Titelschutz-Anzeige?

Voraussetzung für einen wirksamen Schutz ist, dass das Werk innerhalb angemessener Frist unter dem Titel erscheint. Sonst verfällt der Titelschutz. Welche Frist angemessen ist, richtet sich speziell nach der Art und Beschaffenheit des Werkes sowie der für das Werk angemessene Vorbereitungsdauer. Die zwischen Veröffentlichung einer Titelschutz-Anzeige und Ingebrauchnahme des angekündigten Titels zur Erhaltung des Zeitrangs allgemein genannte Frist von „6 Monaten“ stellt keine starre Frist dar. Sie ist lediglich ein erster Anhaltspunkt im Bereich der Druckschriften.

Wem steht der Titelschutz zu?

Hierbei ist nach dem jeweiligen Produkt und dem Einzelfall zu unterscheiden. Bei Büchern steht der Schutz zunächst dem Autor zu, kann nach den vertraglichen Vereinbarungen aber auch dem Verlag zustehen. Bei Zeitungen und Zeitschriften in der Regel dem Verlag, bei Rundfunksendungen oder Filmen in der Regel der Produktionsfirma. Die Rechte an einem Werktitel können auch übertragen werden.

Wie weit reicht der räumliche Schutzbereich?

Solange ein Werktitel nicht nur eine ortsgebundene oder regionale Zielgruppe hat (z.B. eine Lokal- oder Regionalzeitung), besteht der Titelschutz im ganzen Bundesgebiet.

Wie endet der Titelschutz?

Der Schutz endet mit der Aufgabe des Gebrauchs. Wann dies anzunehmen ist, richtet sich nach den Umständen des Einzelfalls. Bei Büchern z.B. nicht schon automatisch damit, dass diese vergriffen sind, da Autoren oftmals zu einem späteren Zeitpunkt wiederentdeckt werden und zeitliche Abstände zwischen einzelnen Auflagen nicht selten sind. Allerdings kann der Titelschutz z.B. bei Sachbüchern dann enden, wenn diese inhaltlich völlig überholt sind und mit einer Neuauflage nicht zu rechnen ist. Inhaltliche Veränderungen des Werkes selbst führen nicht zum Verlust des Titelschutzes, solange die Änderungen nicht so erheblich sind, dass faktisch ein neues Werk entsteht.

Welchen Schutz erfahren Titel?

Werktitel erfahren Schutz gegen Verwechslungsgefahr und bekannte Werktitel darüber hinaus auch erweiterten Schutz gegen unlautere Ausnutzung und Beeinträchtigung ihrer Wertschätzung und Unterscheidungskraft. Die fahrlässige oder vorsätzliche Verletzung bestehender Titel kann viel Geld kosten, da der Inhaber der Rechte Schadenersatzansprüche geltend machen kann. Deshalb muss vor Benutzungsaufnahme eines Titels unbedingt geprüft werden, ob der gewählte Titel schon vergeben oder noch frei ist. Dies ist z.B. möglich über eine „rundy-Titel- bzw Wortmarken-Recherche“.

Technische Daten

Erscheinungsweise	Wöchentlich, dienstags
Anzeigen- und Druckunterlagen-Schluss	Freitags, 13.00 Uhr
Verbreitete Auflage (inkl. E-Paper)	5.680 Exemplare (Stand: 1.1.2012)
Vertrieb	Das „rundy Titelschutz-Journal“ ist ausschließlich im Abonnement erhältlich – siehe Seite 11.
Versandadresse für Druckunterlagen	rundy media GmbH Am Glockenturm 6 D - 63814 Mainaschaff
Druckunterlagen	Dateien (PDF, EPS, TIFF) auf Datenträger bzw. Datenübertragung per E-Mail oder FTP. Für eine ordnungsgemäße Wiedergabe von Formaten, Schriften, Farben und Inhalten ist die Übersendung eines Proofs oder Screenshots empfehlenswert. E-Mail: titelschutz@rundy.de FTP: Auf Anfrage unter +49 6021-58 388 18
Druckverfahren	Digitaldruck – bei Anzeigen mit Anschnitt
Papier und Bindung	Bilderdruck glänzend, 115 g Rückendraht-Heftung
Satzspiegel	175 X 262,7 mm
Heftformat	210 X 297 mm (DIN A 4)
Anschnitt	5 mm



Titel- & Marken-Recherche **National**: Arten und Preise

Komplett-Recherche National

		Normal Dauer: 3 Werktage	Express Dauer: 1 Werktag
KOMPLETT -Recherche	Wortmarken-Recherche (identischer Titel; 4 Warenklassen inklusive) + Titel-Recherche STANDARD	€ 310,-	€ 405,-

Titel-Recherche National

		Normal Dauer: 3 Werktage	Express Dauer: 1 Werktag
BASIC inkl. <u>aller</u> Mediensparten	Vollidentische Recherche in Form einer Computerliste	€ 180,-	€ 230,-
BASIC inkl. <u>einer</u> Mediensparte		€ 90,-	€ 115,-
STANDARD inkl. <u>aller</u> Mediensparten	Ähnlichkeits-Recherche in Form einer Computerliste + Internet-Recherche (in ca. 100 Suchmaschinen)	€ 250,-	€ 310,-
STANDARD inkl. <u>einer</u> Mediensparte		€ 125,-	€ 155,-
ADVANCED inkl. <u>aller</u> Mediensparten	Ähnlichkeits-Recherche in Form einer Computerliste + Internet-Recherche (in ca. 100 Suchmaschinen) + Auswertung der wichtigsten Ergebnisse	€ 290,-	€ 350,-
ADVANCED inkl. <u>einer</u> Mediensparte		€ 145,-	€ 175,-
Mediensparten: Printmedien / Fernseh-, Film-, Videotitel / Tonträger / Software		alle Preise zzgl. MwSt.	

Titel- & Marken-Recherche **National**: Informationen

I. KOMPLETT-RECHERCHE:

Die Komplett-Recherche – **Wortmarken- + Titel-Recherche in Kombination** – bietet eine Rundumabsicherung durch eine zusätzliche **Markenrecherche in vier frei wählbaren Warenklassen** (s. a. www.titelschutzjournal.de/recherche). Dabei werden **alle Mediensparten** (Print, TV, Film, Video, Software, Tonträger) auf Überschneidungen mit Ihren Recherchevorgaben untersucht. Als Ergebnis erhalten Sie identische oder im Umfeld verwendete Titel. Unsere „**Komplett-Recherchen**“ liefern alle relevanten Daten zur Beurteilung bestimmter markenrechtlicher Fragen und basieren auf den amtlichen Registern: Deutsches Patent- & Markenamt, inkl. Markenregister der Ex-DDR, Register der IR-Marken (MMA + Protokoll) sowie der EU-Gemeinschaftsmarken, Harmonisierungsamt Alicante.

Die Marke:

Die Marke gehört zu den wertvollsten Aktiva in der Unternehmensbilanz. Der wirtschaftliche Wert eingeführter, dem Konsumenten geläufiger Marken ist kaum zu überschätzen. Sie verbindet produktspezifische Vorstellungen über die betriebliche Herkunft, die Qualität und nicht zuletzt ein bestimmtes Image, dessen Attraktivität sich durch den Kauf auf den markentreuen Kunden überträgt. Bei der Neueintragung von Marken hat sich der Anmelder mit allen bereits registrierten Marken auseinanderzusetzen.

Es gilt der Grundsatz der Priorität:

Kollidieren zwei Marken miteinander, so verdrängt die früher angemeldete oder am Markt durchgesetzte Marke die spätere. Der Inhaber einer Marke kann verlangen, dass die im Besitz oder Eigentum des Verletzers befindlichen, widerrechtlich gekennzeichneten Gegenstände vernichtet werden. Es ist deshalb sehr ratsam, bei der Neuanmeldung einer Marke bestehende Namensschutzrechte zu beachten.

II. TITEL-RECHERCHE:

Die Titel-Recherche untersucht **einzelne bzw. alle Mediensparten** auf Überschneidungen mit Ihren Recherchevorgaben. Als Ergebnis erhalten Sie identische oder im Umfeld verwendete Titel. Basis der Recherche ist eine Datenbank aus **mehr als 5 Millionen Titeln** aus den Bereichen Print-, TV-, Film-, Videotitel, Tonträger und Software.

Die „rundy Titel-Recherche“ bietet Ihnen drei Auswahlmöglichkeiten:

1. „BASIC-Recherche“:

Diese beinhaltet eine **vollidentische Recherche in Form einer Computerliste**, entweder über den gesamten Datenbestand oder über eine einzelne Sparte. Sie eignet sich besonders für das **schnelle „Screenen“** mehrerer Titel oder zur Recherche sehr generischer Titel. **Besonders sinnvoll ist diese Rechercheart, wenn es sich bei Ihrem Titel z.B. um ein einzelnes Wort handelt.**

2. „STANDARD-Recherche“:






Diese beinhaltet eine **Ähnlichkeits-Recherche in Form einer Computerliste**, entweder über den gesamten Datenbestand oder über eine einzelne Sparte. Sie eignet sich für die **gründliche Untersuchung** eines zukünftigen Titels. Zusätzlich liegt der Titel-Recherche eine **Internet-Recherche** bei (dabei wird Ihr Titel in über 100 Suchmaschinen eingegeben). **Besonders sinnvoll ist diese Rechercheart, wenn es sich bei Ihrem Titel z.B. um einen Satz, Satzteil, Slogan, Aussage, Wortspiel bzw. zusammengesetzten Begriff handelt.**

3. „ADVANCED-Recherche“:

Diese beinhaltet eine **Ähnlichkeitsrecherche in Form einer Computerliste** mit zusätzlicher Auswertung, entweder über den gesamten Datenbestand oder über eine einzelne Sparte. Sie eignet sich für die **gründliche Untersuchung** eines zukünftigen Titels. Zusätzlich liegt der Titel-Recherche eine **Internet-Recherche** (dabei wird Ihr Titel in über 100 Suchmaschinen eingegeben) **sowie eine inhaltliche Suche nach Titelnennungen** (die aus Recherchier-Sicht „guten“ Treffer werden ermittelt und auf einer Extra-Übersicht hervorgehoben dargestellt) bei.

Marken- & Titel-Recherche **International**: Preise

Komplett-Recherche International

		inkl. <u>eine</u> Warenklasse	je <u>weitere</u> Warenklasse
 ÖSTERREICH (inkl. EU-Gemeinschaftsmarken)		€ 415,-	€ 85,-
 SCHWEIZ		€ 380,-	€ 80,-
 USA	Wortmarken-Ähnlichkeitsrecherche (inkl. IR-Marken) + Titel-Recherche*	€ 1.010,-	€ 195,-
 KANADA		€ 680,-	€ 220,-
 USA + KANADA		€ 1.570,-	€ 415,-
* Bei Titel-Recherchen in Österreich und der Schweiz werden nur Print-Titel recherchiert.		alle Preise zzgl. MwSt.	

Titel-Recherche International

		Normal Dauer: 6 Werktage	Express Dauer: 3 Werktage
 ÖSTERREICH		€ 150,-	€ 195,-
 SCHWEIZ		€ 150,-	€ 195,-
 USA		€ 520,-	€ 750,-
 KANADA		€ 390,-	€ 620,-
 USA + KANADA		€ 850,-	€ 1.100,-
* Bei Titel-Recherchen in Österreich und der Schweiz werden nur Print-Titel recherchiert		alle Preise zzgl. MwSt.	

Marken- & Titel-Recherche **International**: Fakten

I. KOMPLETT-RECHERCHE INTERNATIONAL:

Die „**Komplett-Recherche International**“ bieten wir Ihnen für die Länder **Österreich, Schweiz, USA oder Kanada** an. Sie beinhaltet eine **Wortmarken-Ähnlichkeitsrecherche** und eine **Titel-Recherche in Kombination** und bietet so eine **Rundum-Absicherung**. Die **Wortmarken-Ähnlichkeitsrecherchen** untersuchen die in den Registern angemeldeten Marken auf visuelle, konzeptionelle und paraphonetische Ähnlichkeit zur vorgegebenen Wortmarke. Der umfassende Recherchebericht beinhaltet somit die vollidentischen, erweitert-identischen und ähnlichen nationalen und internationalen Eintragungen und Anmeldungen. Basis hierfür ist das Register der IR-Marken (Internationales Register) der WIPO in Genf und/oder die nationalen Register der zu überprüfenden Länder, sowie für Österreich auch das Register der EU-Gemeinschaftsmarken. Die „**Komplett-Recherche International**“ gibt Ihnen demnach einen **umfassenden Überblick** über den Markt und bietet so eine erstklassige Basis für Ihre Entscheidung.

II. TITEL-RECHERCHE INTERNATIONAL:

Die „**Titel-Recherche International**“ bieten wir Ihnen für die Länder **Österreich, Schweiz** (jeweils nur Printtitel), **USA oder Kanada** an. Diese Rechercheart berücksichtigt keine Markeneintragungen. Sie ist ein **günstiges und effektives Instrument**, um einen **ersten Überblick** über den Markt zu bekommen.

Titel-Überwachung: Informationen & Preise

Titel-Überwachung		
DEUTSCHLAND	inkl. 1/4-jährliche Überwachungsberichte	€ 140,- pro Jahr
alle Preise zzgl. MwSt.		

Titel-Überwachungen verhindern die Aushöhlungen Ihrer Rechte und helfen Ihnen, diese wirkungsvoll zu verteidigen. Durch Schaltung einer Titelschutz-Anzeige wird der Titelschutz vor das Veröffentlichungs-Datum des Werkes vorverlegt. Neben dem früheren Schutzbeginn soll dadurch oft auch der Markt und die Reaktion der Marktteilnehmer getestet werden. Deshalb ist es ratsam, die Titelflut über alle Mediengattungen hinweg sorgfältig beobachten zu lassen, um die eigenen Rechte wirkungsvoll wahren zu können. Die Überwachungs-Berichte werden vierteljährlich geliefert und enthalten die Informationen „gleiche oder ähnliche Titel“ / „Mediensparte“ / „Quellenangabe“.

Alle Titel-Überwachungen werden in Kooperation mit einem der führenden Unternehmen im Bereich Titel-, Marken- und Unternehmensrecherchen, der EuCor Gesellschaft für Unternehmensinformationen mbH, durchgeführt.

Verlagsangaben

Verlag	rundy media GmbH Am Glockenturm 6, D - 63814 Mainaschaff Telefon: +49 6021-58 388 18 Fax: +49 6021-58 388 22 E-Mail: titelschutz@rundy.de www.titelschutzjournal.de
Herausgeber	Tillmann Rudorf
Geschäftsführer	Tillmann Rudorf (v.f.d.l.) Telefon: +49 6021-58 388 0 E-Mail: tillmannrudorf@rundy.de
Leitung Marketing	Markus Blümel Telefon: +49 6021-58 388 11 E-Mail: marketing@rundy.de
Anzeigen-/Werbeleitung	Svenja Reichert Telefon: +49 6021-58 388 18 E-Mail: svenjareichert@rundy.de, titelschutz@rundy.de
Redaktionsleitung	Christian Schmidt Telefon: +49 6021-58 388 27 E-Mail: christianschmidt@rundy.de
Gründungsjahr	1975
Print-Abonnement	€ 40,- pro Jahr (zgl. MwSt.) Kostenlos an unten stehenden „Bezieherkreis“
Auslands-Abonnement	€ 70,- pro Jahr
E-Paper-Abonnement	Kostenlos an unten stehenden „Bezieherkreis“
Bezieherkreis	Medienanwälte und -Verbände, Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, Buchverlage, Tonträger-Produzenten, Hörfunk-/TV-/Filmproduzenten, Softwareproduzenten, Hörfunk- und Fernseh-Sender, PR- und Marketingagenturen.
Zahlungsbedingungen	2% Skonto bei Vorauszahlung; innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug. Abo-Preise sind nicht skontierbar.
Bankverbindung	Deutsche Bank Aschaffenburg BLZ: 795 700 24, Kontonummer: 0 24 24 20 IBAN: DE56 7957 0024 0024 2420 00 BIC (SWIFT): DEUTDEDB795
AGB	Es gelten die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ der rundy media GmbH

www.titelschutzjournal.de



www.titelschutzjournal.at

RUNDY MEDIA GMBH

Am Glockenturm 6
D - 63814 Mainaschaff

Telefon: +49 6021-58 388 18
Telefax: +49 6021-58 388 22
E-Mail: titelschutz@rundy.de