

QUESTION MARKS

Rundschreiben

MÄRZ 2009

EINE AUFGABE FÜR SPEZIALISTEN



Seit über 40 Jahren führen wir Markenrecherchen durch. Dabei bestand unser Ziel früher wie heute darin, unseren Kunden rechtzeitig und in übersichtlicher Form verlässliche Markeninformationen zur Verfügung zu stellen – eine Aufgabe für Spezialisten. In dieser Ausgabe werfen wir einen Blick hinter die Kulissen und zeigen Ihnen, wie komplex und vielfältig die Arbeit unserer Abteilung für Markenrecherchen ist. Sie erfahren, wie unsere Experten vorgehen und weshalb eine gründliche Markenrecherche so wichtig ist, um später Markenkonflikte zu vermeiden.

Außerdem stellen wir Ihnen unsere anwenderfreundliche Online-Lösung vor, die die Kosten für eine Markenrecherche im Handumdrehen berechnet und Ihnen anschließend die Möglichkeit bietet, die Recherche online in Auftrag zu geben. Damit stellt "Preis & Auftrag" eine perfekte Ergänzung unserer service-orientierten Strategie dar.

Auch 2009 wollen wir unsere Leistungen – gestützt auf Ihre Anregungen und Ihr Feedback – weiterentwickeln. Wir hoffen, Sie auf der INTA-Jahrestagung in Seattle oder auf einer der zahlreichen europäischen Konferenzen zum gewerblichen Rechtsschutz begrüßen zu dürfen.

Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre.

Jan Broeckx, Managing Director



Jan Broeckx, Managing Director

NICHT VERPASSEN:

**Im Brennpunkt:
Rechercheabteilung**
Seite 4

**Widerspruchsfristen bei
Internationalen Marken**
Seite 6

Konferenzkalender 2009
Seite 7



INHALT

Vorrecherchen über das HABM: Von 16 auf 12	2
Smiley ist keine Marke	2
Neue Datenbanken auf SAEGIS™ und neue Register für Markenüberwachung und ISS-Recherchen	3
Preis & Auftrag: Schnell, einfach und zuverlässig.....	3
Im Fokus: Rechercheabteilung	4
Widerspruchsfristen bei Internationalen Marken	6
Gewerblicher Rechtsschutz – Konferenzkalender 2009	7
Neue Unternehmens- und Produktpräsentation	7
Quiz	8

VORPRÜFUNGEN ÜBER DAS HABM VON 16 AUF 12

Seit dem 10. März 2008 werden nationale Recherchen in Bezug auf Gemeinschaftsmarken nur noch kostenpflichtig und auf ausdrücklichen Wunsch des Antragstellers durchgeführt. Anfänglich beteiligten sich 16 Mitgliedsstaaten an dem neuen System. Seit dem 1. Januar 2009 sind es nur noch 12, denn Irland, Portugal, Schweden und Großbritannien haben sich aus dem System zurückgezogen.

Bulgarien, Tschechien, Dänemark, Griechenland, Spanien, Litauen, Ungarn, Österreich, Polen, Rumänien, die Slowakei und Finnland führen jedoch auch in Zukunft noch Vorrecherchen durch.

Sie interessieren sich für die Recherchen von Thomson CompuMark in nationalen Markenregistern? Dann wenden Sie sich an unsere Customer Services.

SMILEY IST KEINE MARKE RUSSISCHER GESCHÄFTSMANN SCHEITERT MIT MARKENEINTRAGUNG

Der russische Geschäftsmann Oleg Teterin darf das ";-)"-Symbol nicht als Marke für sich beanspruchen. Das russische Patentamt Rospatent entschied, dass Emoticons nicht als Marken registriert werden können.

SUPERFON

Oleg Teterin ist Vorstandsvorsitzender von Superfon, einem russischen Unternehmen, das Werbung im Mobilfunkbereich vermarktet. Teterin beabsichtigte, das ";-)"-Emoticon als Marke eintragen zu lassen. Bei erfolgreicher Durchsetzung des Anspruchs hätten andere Unternehmen das Emoticon nur mit Genehmigung von Teterin in Russland gewerblich verwenden können, und dieser hätte bei einer nicht genehmigten Verwendung des Symbols die Möglichkeit gehabt, das betreffende Unternehmen zu verklagen.

KEIN UNTERSCHIEDSMERKMAL

Viele Firmen legten umgehend Widerspruch gegen Teterins "Anspruch" ein, denn schließlich muss eine eintragungsfähige Marke dazu geeignet sein, die Waren und Dienstleistungen des Anmelders von den Waren und Dienstleistungen anderer Unternehmen zu unterscheiden. Rospatent gab den widersprechenden Unternehmen Recht und bestätigte, dass Emoticons nicht als Marken eingetragen werden können. Das russische Patentamt trug jedoch das Logo von Superfon ein, das als Design-Element einen Smiley enthält.

Quelle : newsfromrussia.com



COLOFON

Question Marks

Question Marks ist der Rundschreiben für Kunden und Geschäftspartner von Thomson CompuMark. Question Marks erscheint drei Mal pro Jahr. Sie finden diesen Infobrief ebenfalls auf unserer Homepage.

HERAUSGEBER

Thomson CompuMark
Sint-Pietersvliet 7
2000 Antwerpen, Belgien
Tel + 32 3 220 72 11
Fax + 32 3 220 73 90
compumark.thomson.com

HAUPTREDAKTEURIN

Tine Van Beirendonck

LESERECHO

Wir freuen uns über Zuschriften unserer Leser. Bitte senden Sie Ihre Ideen, Anregungen und Kritik an compumark.questionmarks@thomsonreuters.com. Auch Gastartikel-Autoren sind uns herzlich willkommen.

DATENSCHUTZ

Sind Ihre Daten nicht korrekt oder möchten Sie unsere Informationen nicht mehr erhalten?
Bitte schreiben Sie uns:
Thomson CompuMark
Sint-Pietersvliet 7
2000 Antwerpen, Belgien
oder senden Sie eine E-Mail an compumark.database.be@thomsonreuters.com.
Unsere vollständige Datenschutzerklärung finden Sie auf compumark.thomson.com/emea/privacy.

Copyright © 2009
Thomson CompuMark

NEUE DATEN

ZWEI NEUE DATENBANKEN AUF SAEGIS™ CUSTOM SEARCH

Ab sofort können Sie auf SAEGIS Custom Search auch in der Türkei und Neuseeland Ihre Marken screenen.

Die Datenbank für die Türkei enthält ca. 390 000 Eintragungen, darunter alle aktiven Marken mit Logo sowie alle inaktiven Marken der vergangenen drei Jahre. Außerdem sind automatische Übersetzungen der jeweiligen Waren- und Dienstleistungsverzeichnisse geplant. Natürlich halten wir Sie über den weiteren Ausbau unseres Angebots auf dem Laufenden.

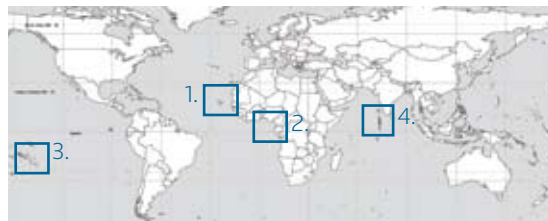
Die Datenbank für Neuseeland enthält etwa 450 000 Eintragungen, darunter alle inaktiven Marken der vergangenen drei Jahre.

Über SAEGIS Custom Search können in 22 EU-Mitgliedsstaaten und mehr als 30 Datenbanken weltweit Online-Markenrecherchen durchgeführt werden.

VIER NEUE REGISTER FÜR MARKENÜBERWACHUNGEN UND ISS-RECHERCHEN

Thomson CompuMark möchte seinen Kunden die umfassendsten Möglichkeiten zur Markenüberwachung bieten. Deshalb haben wir vor kurzem vier weitere Markenregister in unsere weltweite Markenüberwachung einbezogen, nämlich die Register von Kap Verde, São Tomé und Príncipe, Tonga und den Malediven.

Außerdem wurden diese Länder in die ISS-Datenbank aufgenommen, so dass Sie die Möglichkeit haben, Identitäts-Screeningrecherchen durchzuführen, um identische und phonetisch identische Marken aufzufinden.



1: Kap Verde, 2: São Tomé und Príncipe, 3: Tonga, 4: Malediven.

PREIS & AUFTRAG

ONLINE-BERECHNUNG UND -BESTELLUNG: SCHNELL, EINFACH UND ZUVERLÄSSIG

Sie möchten wissen, wieviel eine Markenrecherche kostet und die Recherche ggf. online beauftragen? Genau dafür bietet Thomson CompuMark Ihnen das ebenso anwenderfreundliche wie zuverlässige Online-Tool "Preis & Auftrag".

GENAUE KOSTENERMITTLUNG

Preis & Auftrag ist ein praktische Lösung, um die Kosten für die von Thomson CompuMark angebotenen Rechercheleistungen zu ermitteln und diese online zu beauftragen. Mit Preis & Auftrag können Sie sehr komfortabel Anfragen formulieren, die entstehenden Kosten ermitteln, Vorlagen erstellen und speichern und häufig beauftragte Produkte und Register auswählen. Mit wenigen Schritten gelangen Sie zu einer exakten Kostenermittlung. Dabei können Sie sich darauf verlassen, dass der angegebene Betrag mit dem tatsächlichen Auftragspreis genau übereinstimmt. So sind Sie auf der sicheren Seite und erleben keine unangenehmen Überraschungen.

Preis & Auftrag wird in SERION™, der Online-Workflow-Umgebung, die Thomson CompuMark 2009 einführen wird, integriert.

Weitere Informationen über SERION finden Sie unter www.serioninfo.com.

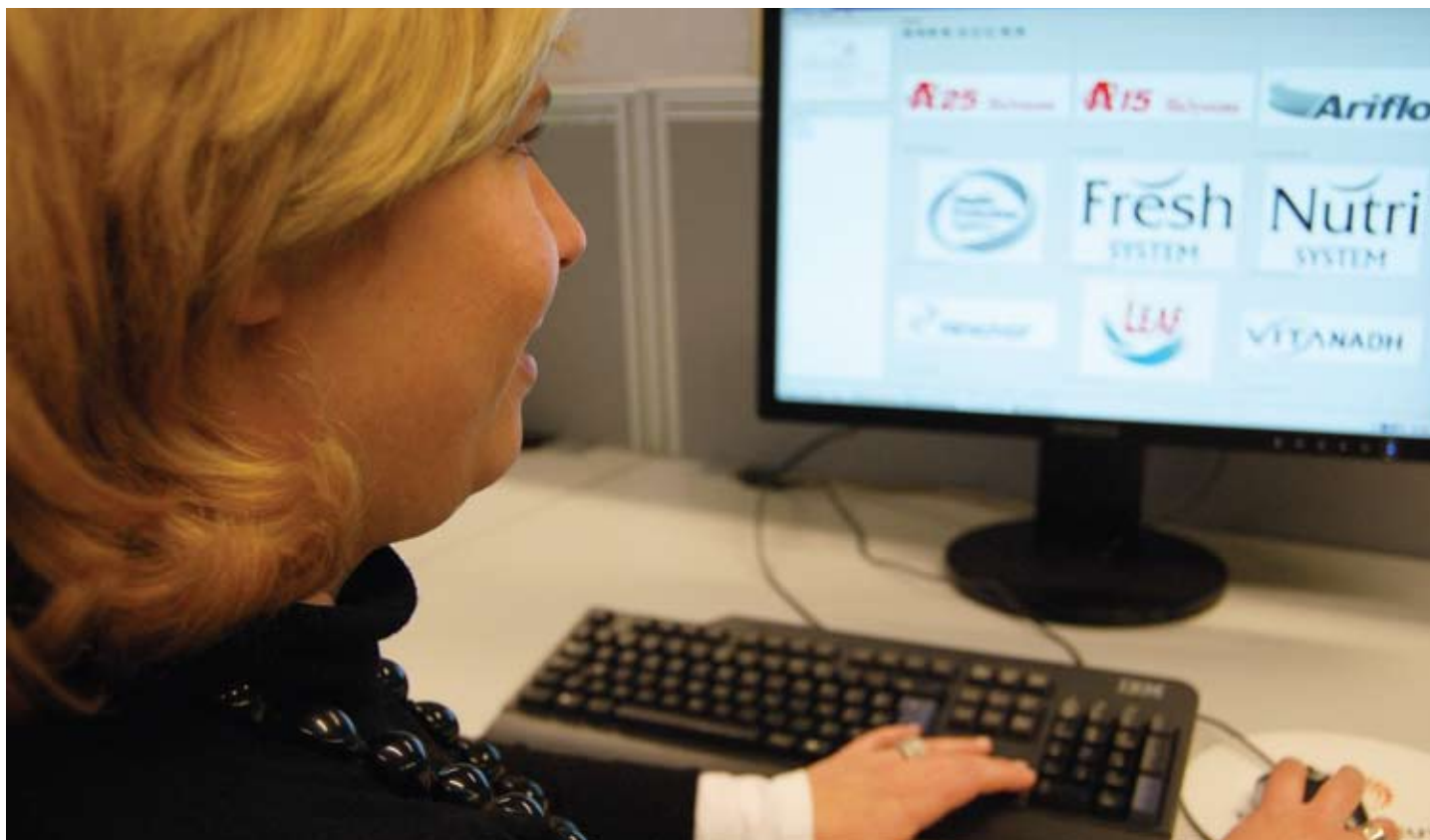
Für weitere Informationen über Preis & Auftrag oder zur Beantragung eines kostenlosen Passwortes wenden Sie sich bitte an unsere Customer Services.

ZEITERSPARNIS

Preis & Auftrag ist nicht nur bequem und zuverlässig, sondern spart auch wertvolle Zeit, denn das Online-Tool steht Ihnen rund um die Uhr zur Verfügung. Die Kostenermittlung wird ohne externe Unterstützung umgehend als Word-Datei erstellt. Darum sind Sie nicht an die üblichen Bürozeiten gebunden und bleiben flexibel. Außerdem können Sie die Berechnungen als Vorlage speichern und wiederverwenden, so dass Sie beim nächsten Rechercheauftrag noch weniger Arbeit haben.



Preis & Auftrag ist eine praktische Lösung, um die Kosten für die von Thomson CompuMark angebotenen Rechercheleistungen zu ermitteln und diese online zu beauftragen.



IM FOKUS: DIE RECHERCHEABTEILUNG

Haben Sie die Absicht, eine Vorprüfung oder eine gründliche Recherche nach einer Marke, einem Handelsnamen, einem Domain Namen, einem Geschmacksmuster, einem Anmelder oder einem Inhaber durchführen zu lassen? Dann sind Sie bei den Experten von Thomson CompuMark an der richtigen Adresse. In diesem Beitrag erfahren Sie, wie unsere Abteilung für Markenrecherchen auf Grundlage der zahlreichen Informationen aus unseren präzisen Datenbanken einen ebenso verständlichen, wie umfassenden Bericht erstellt. Von Ivan Van Coninckxloey, Leiter der Abteilung für Markenrecherchen.

ZAHLEN UND FAKTEN

“Die Abteilung für Markenrecherchen führte im vergangenen Jahr 2 987 Bildmarkenrecherchen und 30 591 Wortmarkenrecherchen durch. Hinzu kamen 2 587 Common Law Recherchen, 2 300 Domain Namen Recherchen, 6 400 Firmennamenrecherchen und 5 670 ISS-Recherchen. Diese Zahlen belegen, dass es nur mit einem leistungsfähigen Team möglich ist, diese Aufgaben erfolgreich zu bewältigen. In unserer Abteilung sind fünfzehn Spezialisten für Wortmarkenrecherchen zuständig, zehn für Bildmarkenrecherchen und sechs kümmern sich um andere Rechercheaufträge wie z.B. Common Law Recherchen oder Domain Namen Recherchen.”

AM ANFANG STEHT DIE STRATEGIE

“Nach Eingabe des Auftrags und Erfassung aller relevanten Angaben durch die Customer Services-Abteilung wird der Auftrag unseren erfahrenen Recherchespezialisten anvertraut. Zunächst legen sie die Strategie fest. Manchmal werden dazu zusätzliche Informationen über die Marke benötigt. Außerdem nehmen unsere Recherchespezialisten bei der geringsten Unklarheit sofort Kontakt zum Kunden auf. Diese systematische Vorgehensweise verbessert die Qualität unserer Recherchen.”

MENSCH UND MASCHINE

“Anschließend analysiert der Spezialist die Marke auf Grundlage einer Markenliste, die von unserer intelligenten Recherche-Software erstellt wird. Durch den Einsatz von Technik garantieren wir eine objektive und in sich stimmige Auswahl. Dann prüft der Experte, ob die Rechercheergebnisse relevant sind und die Kundenanforderungen erfüllen. Während des gesamten Rechercheprozesses gehen modernste Technik und menschliche Erfahrung Hand in Hand. Zum Abschluss der Recherche wird ein Bericht erstellt. Für eine Wortmarkenrecherche müssen durchschnittlich 1900 Marken überprüft werden, bei Bildmarkenrecherchen sind es sogar 5 300.”



Ivan Van Coninckxloey, Leiter der Abteilung für Markenrecherchen.

“Wir überlassen nichts dem Zufall. Nur so lassen sich hervorragende Ergebnisse bei Markenrecherchen erzielen.”

WORTMARKE VERSUS BILDMARKE

„Wort- und Bildmarkenrecherchen weisen etliche Gemeinsamkeiten auf, doch es bestehen auch große Unterschiede. Deshalb führen einige unserer Spezialisten ausschließlich Wortmarkenrecherchen und andere ausschließlich Bildmarkenrecherchen durch. Grundsätzlich werden diese beiden Rechercheaufgaben nie miteinander kombiniert. Bei Wortmarkenrecherchen muss der Spezialist verschiedene alternative Informationen in das Recherchesystem eingeben. Dies können markenspezifische phonetische Merkmale, Übersetzungen oder die Festlegung eines schwachen oder starken Elements sein. Die Markenauswahl beruht auf begrifflichen oder phonetischen Ähnlichkeiten. Dabei ist die Erfahrung des Experten von großer Bedeutung. Eine Bildmarkenrecherche läuft anders ab. Wir weisen den verschiedenen Bildmarkenbestandteilen Wiener Codes zu und geben sie in eine Datenbank ein. Wiener Codes sind international anerkannte Standard-Codes die grafische Elemente in Form eines Zahlencodes darstellen. Außerdem verwenden wir unsere eigenen, noch detaillierteren Parameter, um die Suche weiter zu verfeinern und alle ähnlich aussehenden Marken zu finden.“

KONTINUIERLICHE FORT- UND WEITERBILDUNG

„Markenrecherchen erscheinen dem Außenstehenden häufig als eine sehr subjektive Angelegenheit. Unsere Rechterspezialisten sind jedoch hervorragend ausgebildet und dadurch in der Lage, jede Marke objektiv und professionell zu analysieren und auf dieser Grundlage Entscheidungen zu treffen. Dabei überlassen

wir nichts dem Zufall. Denn nur so lassen sich hervorragende Ergebnisse bei Markenrecherchen erzielen. Deshalb werden unsere Rechterspezialisten zunächst drei bis sechs Monate lang intensiv geschult. Bei ihren Recherchen werden unsere Experten von einem erfahrenen Kollegen begleitet, der auch den Abschlussbericht gründlich prüft. Anschließend werden unsere Mitarbeiter intensiv betreut und auf der Grundlage häufiger individueller Evaluierungsbesprechungen nachgeschult. Jeden Monat kommt das gesamte Team zusammen, um sich über Markttrends und andere Entwicklungen auszutauschen. So halten unsere Spezialisten ihr Wissen laufend auf dem neuesten Stand. Alle unsere Experten beherrschen die Sprachen, die in der Region gesprochen werden, für die sie verantwortlich sind. Die Sprachkompetenz kann bei der Festlegung der zweckmäßigsten Strategie von entscheidender Bedeutung sein. Außerdem ist der Mitarbeiter so in der Lage, mit dem Kunden in dessen Muttersprache zu kommunizieren – ein unschätzbare Vorteil!“

LAUFENDE QUALITÄTSÜBERWACHUNG

„Damit unsere Kunden uns uneingeschränkt vertrauen können, gehören bei Thomson CompuMark Qualitätskontrollen zum Alltag. Alle Strategien und ein großer Teil der Wort- und Bildmarkenrecherchen werden vollständig überprüft. Auf jede Prüfung folgt ein Feedback-Meeting. All diese Maßnahmen gewährleisten, dass unsere Abteilung für Markenrecherchen Tag für Tag erstklassige Leistungen abliefert.“



Die Experten der Rechercheabteilung erstellen aus den Informationen in unseren Datenbanken einen aussagekräftigen Bericht.

EIN PRAKTISCHES BEISPIEL:

Stellen Sie sich vor, Sie beabsichtigen, Ihre Marke in allen Ländern der Europäischen Union einzuführen. Zu diesem Zweck durchsuchen Sie das Gemeinschaftsmarkenregister, die Markenregister aller Mitgliedsstaaten sowie das Internationale Register. Dabei können Sie in jedem Register einzeln suchen oder die entsprechenden Informationen bei den Markenämtern der einzelnen Mitgliedsstaaten einsehen. Eine solche Recherche erweist sich vielfach als schwierig und zeitaufwändig. In manchen Fällen dauert es mehrere Monate, bis Sie die gewünschten Informationen erhalten. Außerdem sind die Berichte der nationalen Markenämter nicht immer vollständig, da nicht alle EU-Staaten Rechercheberichte zur Verfügung stehen und jedes Markenamt seine eigenen Suchkriterien anwendet.

Wahrscheinlich haben Sie auch nicht genügend Zeit, um sämtliche Informationen zu erfassen und zu verarbeiten, denn Sie benötigen Ihre Mitarbeiter für andere Aufgaben. Außerdem ist diese Arbeit nicht Teil der Kerntätigkeit Ihres Unternehmens. In dieser Situation ist es sinnvoll, einen hochspezialisierten Dienstleister wie Thomson CompuMark mit der Markenrecherche zu beauftragen. Bereits nach wenigen Tagen halten Sie einen vollständigen und gut verständlichen Recherchebericht in den Händen, der das Ergebnis einer mit zahlreichen Kriterien durchgeführten Markenrecherche enthält. Dank des übersichtlichen und einheitlichen Layouts erkennen Sie auf einen Blick, ob Ihre Marke für eine Eintragung in Frage kommt. Selbstverständlich lassen wir Ihnen sämtliche Berichte auch gerne in elektronischer Form zukommen.

UNSERE RECHERCHE-TÄTIGKEIT IN ZAHLEN

Das Jahr 2008:

- 2 987 Bildmarkenrecherchen
- 30 591 Wortmarkenrecherchen
- 2 587 Common Law Recherchen
- 2 300 Domain Namen Recherchen
- 6 400 Firmennamenrecherchen
- 5 670 Identitäts-Screeningrecherchen

Das Team:

- fünfzehn Spezialisten für Wortmarkenrecherchen
- zehn Spezialisten für Bildmarkenrecherchen
- sechs Spezialisten für sonstige Recherchen

WIDERSPRUCHSFRISTEN BEI INTERNATIONALEN MARKEN

Internationale Marken unterliegen dem Markenrecht des Mitgliedsstaates, in dem Sie sich um den Schutz Ihrer Marke bemühen. In Abhängigkeit von der nationalen Markenrecherche kann die Internationale Eintragung ganz oder teilweise abgelehnt werden. Bei neuen Internationalen Eintragungen oder der räumlichen Ausdehnung des Geltungsbereichs bestehender Marken auf Länder, die ein Widerspruchsverfahren kennen, muss sich der Anmelder einem Verfahren unterwerfen, das dem nationalen Markeneintragungsverfahren des betreffenden Landes ähnelt.

Grundsätzlich gilt dieselbe Widerspruchsfrist, doch manchmal bestehen Unterschiede im Hinblick auf deren Beginn.

Im Folgenden finden Sie eine aktuelle Liste der Unterzeichnerstaaten des Madrider Abkommens über die internationale Registrierung von Marken (MMA), bzw. des Protokolls zum Madrider Abkommen über die internationale Registrierung von Marken (PMMA), in denen ein Widerspruchsverfahren vorgesehen ist.

Register	Widerspruchsfrist: (Sofern nicht anders angegeben, beginnt die Widerspruchsfrist nach Veröffentlichung im Markenblatt des jeweiligen Landes)
Antigua und Barbuda	3 Monate, derzeit liegen keine genaueren Angaben vor
Australien	3 Monate
Bahrain	60 Tage
Benelux	2 Monate ab dem 1. des Monats, der auf die Veröffentlichung in der GIM folgt
Bhutan	3 Monate
Botswana	3 Monate, derzeit liegen keine genaueren Angaben vor
Bulgarien	2 Monate ab Veröffentlichung in der GIM
China	3 Monate ab dem 1. des Monats, der auf die Veröffentlichung in der GIM folgt
Kuba	2 Monate
Zypern	2 Monate
Dänemark	2 Monate
Deutschland	3 Monate ab dem 1. des Monats, der auf die Veröffentlichung in der GIM folgt
Ägypten	6 Monate ab Veröffentlichung in der GIM
Estland	2 Monate
Finnland	2 Monate
Frankreich	2 Monate ab Veröffentlichung in der GIM
Gemeinschaftsmarken	3 Monate, die Widerspruchsfrist beginnt 6 Monate nach Veröffentlichung im Markenblatt der Gemeinschaftsmarken
Georgien	3 Monate
Ghana	2 Monate, derzeit liegen keine genaueren Angaben vor
Griechenland	4 Monate ab dem 16. des Monats, der auf die Veröffentlichung im griechischen Markenblatt folgt
Ungarn	3 Monate
Irland	3 Monate
Island	2 Monate
Iran	30 Tage
Japan	2 Monate
Kenia	60 Tage
Kroatien	3 Monate ab dem 1. des Monats, der auf die Veröffentlichung in der GIM folgt
Lesotho	3 Monate, derzeit liegen keine genaueren Angaben vor
Lettland	4 Monate nach der Veröffentlichung in der GIM
Litauen	3 Monate nach der Veröffentlichung in der GIM
Mazedonien	90 Tage ab dem 1. des Monats, der auf die Veröffentlichung in der GIM folgt
Marokko	60 Tage ab dem im marokkanischen Markenblatt genannten Datum
Republik Moldau	3 Monate nach der Veröffentlichung in der GIM
Mosambik	60 Tage
Namibia	2 Monate, derzeit liegen keine genaueren Angaben vor
Norwegen	2 Monate
Oman	90 Tage, derzeit liegen keine genaueren Angaben vor
Polen	6 Monate
Portugal	2 Monate
Rumänien	3 Monate nach der Veröffentlichung in der GIM
Sierra Leone	3 Monate
Singapur	2 Monate
Slowakei	3 Monate ab dem 1. des Monats, der auf die Veröffentlichung in der GIM folgt
Slowenien	3 Monate nach der Veröffentlichung in der GIM
Sudan	3 Monate
Spanien	2 Monate
Swasiland	3 Monate
Syrien	90 Tage
Tschechische Republik	3 Monate ab dem 1. des Monats, der auf die Veröffentlichung in der GIM folgt
Türkei	3 Monate
Vereinigtes Königreich	2 Monate
USA	30 Tage
Sambia	2 Monate, derzeit liegen keine genaueren Angaben vor
Südkorea	2 Monate
Schweden	2 Monate
Schweiz	3 Monate ab dem 1. des Monats, der auf die Veröffentlichung in der GIM folgt

GIM = Gazette of International Marks

Wir haben uns größte Mühe gegeben, um Sie mit dieser Tabelle so umfassend wie möglich zu informieren (Stand 9. März 2009). Bei einzelfallbezogenen Fragen und Maßnahmen empfiehlt es sich, einen Experten zu Rate zu ziehen.

GEWERBLICHER RECHTSSCHUTZ – KONFERENZZKALENDER 2009 THOMSON COMPUMARK ERWARTET SIE

Im Frühjahr 2009 sind wir auf folgenden
Veranstaltungen vertreten:

23.-24. März:

PTMG Spring Conference (Genf, Schweiz)

25.-27. März:

ITMA International Meeting (London, Großbritannien)

16.-20. Mai:

INTA Annual Meeting (Seattle, USA)

24.-27. Juni:

ECTA (Vilnius, Litauen)

2. Juli:

INGRES (Zürich, Schweiz)

Eine vollständige Liste aller Branchenveranstaltungen,
an denen wir teilnehmen, finden Sie auf unserer Website
im Bereich "Neuigkeiten".



131. INTA-Jahrestagung

16.-20. Mai 2009

Washington State
Convention & Trade Center
(WSCTC)

Besuchen Sie den Stand
von Thomson CompuMark
(201).

NEUE UNTERNEHMENS- UND PRODUKTPRÄSENTATION

Ab sofort sind unsere neue Unternehmensbroschüre
und verschiedene Produktflyer erhältlich. Darin finden
Sie viele wertvolle Informationen über
Thomson CompuMark und unsere Produkte und
Dienstleistungen.

Unsere Customer Services-Abteilung schickt Ihnen die
Unterlagen gerne zu. Außerdem finden Sie natürlich alle
Informationen auch auf unserer Website.



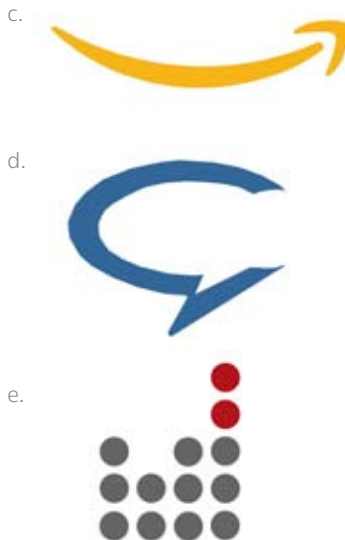
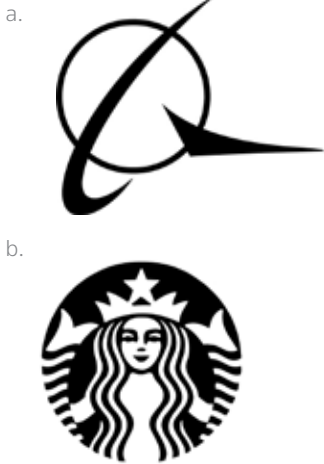
QUIZ

BEKANNTE UNTERNEHMEN IN SEATTLE

Die INTA-Jahrestagung 2009 findet in Seattle, dem Wirtschaftszentrum im Nordwesten der USA, statt. Alle hier aufgeführten Unternehmen sind in Seattle ansässig.

Welches Unternehmen verbinden Sie mit dem folgenden Bildmarkenbestandteil? Schreiben Sie einfach den richtigen Buchstaben neben den Namen des jeweiligen Unternehmens. Mit etwas Glück gewinnen Sie einen attraktiven Preis!

- Starbucks:
- Boeing:.....
- Amazon.com:
- PayScale:
- RealNetworks:



ANTWORTEN FÜR DAS VORHERIGE QUIZ

Wenn Sie alle Abkürzungen des letzten Quiz richtig aufgelöst haben, sah Ihr Ergebnis wie folgt aus:

- SAAB: Svenska Aeroplan Aktiebolaget
- IBM: International Business Machines
- BBC: British Broadcasting Corporation
- AEG: Allgemeine Elektrizitäts-Gesellschaft
- C&A: Clemens & August
- FIAT: Fabbrica Italiana di automobili Torino
- SEAT: Sociedad Española de Automóviles de Turismo
- OXFAM: Oxford Committee for Famine Relief

Die folgenden fünf Leser erhalten schon bald eine Überraschung:

- Herr Soren V. Kaersgaard – International Patent Bureau - Dänemark
- Frau Nicole Matern - TUI AG - Deutschland
- Herr Nabil Yanar – Cabinet Hélène Petit – Frankreich
- Frau Urszula Cieslik – Georgia Pacific S.A.R.L. – Luxemburg
- Herr Martin Wodianka – Bird & Bird Rechtsanwälte – Deutschland

Bitte schicken Sie Ihre Antworten an compumark.questionmarks@thomsonreuters.com, oder senden Sie uns ein Fax an +32 3 220 73 90.

Frau Herr

Name: _____

Firma: _____

Anschrift: _____

Land: _____