

# Titelschutz

## JOURNAL

DEUTSCHLANDS SPEZIAL-MEDIUM FÜR TITELSCHUTZ

– ZEITUNG – ZEITSCHRIFT – BUCH – HÖRFUNK – TV – FILM – TONTRÄGER – SPIELE – SOFTWARE –

### Alle 4 Titel auf einen Blick

Deutschlands Ärzte

Krimidinner

Echte Küche neu entdeckt

PTA Woman

### OLG Rostock: Bewerbung eines Fruchtnektars als "Saft" ist irreführend

Der Getränkemarkt, insbesondere auch der Markt um Fruchtsaftgetränke, ist hart umkämpft. Hersteller werben dabei mit immer exotischeren Getränkemischungen um die Aufmerksamkeit und die Kaufkraft der Verbraucher. Dabei eignen sich längst nicht alle Früchte zur Saftgewinnung. Insofern existiert eine breite Palette an unterschiedlichen konzentrierten Säften und Nektaren. **Doch darf auch ein Fruchtnektar als "Saft" beworben werden? Dies verneinte nun das OLG Rostock in seinem Urteil vom 25.09.2019 (Az. 2 U 22/18).**

Die Beklagte bewarb in einem Werbeprospekt einen Kokoslikör zum Preis von 7,99 Euro mit dem grafisch von der Headline abgesetzten Zusatz "inkl. 1 Liter Maracujasaft".

Bei dem so beworbenen Maracujasaft handelte es sich in Wirklichkeit jedoch um einen Maracujanektar der Sorte "Rauch Happy Day". Der Kläger, ein Mitbewerber der Beklagten, hielt die Werbung für wettbewerbswidrig und mahnte die Beklagte erfolglos ab. Daraufhin verklagte der Mitbewerber die Beklagte auf Unterlassen. In erster Instanz vor dem Landgericht Rostock unterlag der Kläger mit seiner Klage. Gegen diese Entscheidung ging der Kläger in Berufung.

#### Die Entscheidung

Das OLG Rostock erachtete die Berufung als begründet und verurteilte die Beklagte zur Unterlassung. (...)

• [www.it-recht-kanzlei.de](http://www.it-recht-kanzlei.de)



### Kein Schutz für Lorient-Zitat

Das Oberlandesgericht München gab jetzt zu Weihnachten sein Nicht-Weihnachts-Geschenk bekannt, Beschluss vom 14.8.2019, Az. 6 W 927/19.

Die Antragstellerinnen waren die Alleinerbinnen des unter dem Künstlernamen "Lorient" bekannten und am 22.08.2011 verstorbenen Bernhard-Viktor Christoph-Carl von Bülow.

Die Antragsgegnerin vertrieb T-Shirts und andere Produkte mit diversen Aufdrucken, so auch mit dem Aufdruck "Früher war mehr Lametta".

In den 70er-Jahren schuf der Künstler Lorient den Sketch "Weihnachten bei Hoppenstedts", der am 07.12.1978 in der ARD erstausgestrahlt und auch in das 1981 im Diogenes Verlag erschienene Buch "Loriots dramatische Werke" aufgenommen wurde. In diesem Sketch legte Lorient "Opa Hoppenstedt" das Zitat "Früher war mehr Lametta" in den Mund.

**Das OLG bestätigte einen Beschluss des Landgerichts München I, das geurteilt hatte:**

**Dem kurzen Satz "Früher war mehr Lametta" fehlt die hinreichende Schöpfungshöhe für einen Schutz nach § 2 UrhG:** Seine Besonderheit und Originalität ... >>> S. 5



Gute Ideen brauchen gute Namen.

Wir entwickeln unverwechselbare Namen und Titel.

Testen Sie auch unser neues Namensfindungs-Portal NameRobot.de.

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

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

### PTA Woman

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen, grafischen Darstellungen in allen Medien, insbesondere für Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich UMS, SMS, WAP).

**Kluge Rechtsanwälte**  
Rechtsanwalt und Notar Henning Utermöhl,  
Republikplatz 3,  
D - 23568 Lübeck

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG (Deutschland) sowie § 80 UrhG, § 9 UWG (Österreich) nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

### Krimidinner

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen, Abkürzungen und grafischen Gestaltungen für Romane, Kochbücher, Sachbücher, Zeitschriften und sonstige Printmedien, Film, Fernsehen (Fernsehserie, Fernsehfilm, Fernsehspiel, Showformate), Rundfunksendungen, Ton- und Bildtonträger jeder Art einschließlich Hörbücher; Multimediaanwendungen (z. B. CD-ROM, CD-I, DVD-ROM, Online-Anwendungen usw.), Online-Dienste, Computerspiele, Gesellschaftsspiele, Spiele.

**Grethler Rechtsanwälte,**  
Aachener Straße 1063-1065,  
D - 50858 Köln

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

### Echte Küche neu entdeckt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere Presseerzeugnisse.

**Livingston & Friends**  
Medienproduktionsgesellschaft mbH,  
Papenreye 22,  
D - 22453 Hamburg

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

### Deutschlands Ärzte

in allen Schreibweisen, Schriftarten, Darstellungsformen, Abwandlungen und Wortverbindungen für alle, auch elektronische, Medien, insbesondere Fernsehen, Off- und/oder Online-(Abruf-)Dienste, Internet und Multimedia-Anwendungen sowie Hörfunk und Printmedien.

**Endemol Shine Germany GmbH,**  
Am Coloneum 3-7,  
D - 50829 Köln

## RUNDY TV- UND RADIO-SERVICES – Der Spezialist für Programm-Informationen!



Wir sind Ihr Partner für:

- die Erstellung von **Fernseh- und Radioseiten** für Tageszeitungen, TV-Magazine etc.
- die Erstellung sowie Konzeption von **elektronischen Programmführern (EPG)**
- die passgenaue Lieferung von **TV- und Radio-Daten** für Print- & Online-Kunden
- die Erstellung von **Medien-, Kinder- & Reise-Seiten**

Informationen unter [WWW.RUNDYTV.DE](http://WWW.RUNDYTV.DE)

# ankommen einschalten ausspannen hottravel



## **HOTRAVEL** – das hochwertige TV-Magazin für die Hotellerie!

HOTRAVEL bietet seinen Gästen vier Wochen übersichtliches Fernseh-Programm mit allen relevanten Haupt-Sendern inklusive ausgewählten Tageshighlights sowie Extra-Tipps für Kinder und Sportbegeisterte. Darüber hinaus informiert HOTRAVEL Hotelgäste über die neuesten Reisetrends und aktuellen Kinofilme. Durch attraktives Design und hochwertige redaktionelle Inhalte wird HOTRAVEL auch den Ansprüchen gehobener Hotels gerecht, die ihren Gästen ein exzellentes TV-Magazin bieten wollen.



[www.hottravel.tv](http://www.hottravel.tv)

rundy

# Titelschutz

# JOURNAL

Online-Auftrag:  
www.titelschutzjournal.de

Hiermit möchte(n) ich/wir folgende Titelschutz-Anzeige in der nächsten Ausgabe des „rundy Titelschutz-Journal“ (Deutschland) und/oder „Titelschutz-Journal Österreich“ aufgeben (bitte treffen Sie Ihre Auswahl im grauen Feld):

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG\* nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:

**Titel** (pro Zeile ein Titel): \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**(Firmen-) Name / Adresse:** \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

- Titelschutz-Anzeige Deutschland**<sup>1</sup> Erster Titel: 110,-- €; jeder Folge-Titel\*\*: 20,-- €
- Titelschutz-Anzeige Österreich**<sup>2</sup> Erster Titel: 115,-- €; jeder Folge-Titel\*\*: 25,-- €
- Kombi-Anzeige Deutschland + Österreich**<sup>3</sup> Erster Titel: 190,-- €; jeder Folge-Titel\*\*: 40,-- €

\* Der rechtliche Hinweis des Einleitungstextes wird auf die gesetzlichen Erfordernisse des jeweiligen Landes angepasst; \*\*innerhalb der Titelschutz-Anzeige  
<sup>1</sup> Veröffentlichung im „rundy Titelschutz-Journal“; <sup>2</sup> Veröffentlichung im „Titelschutz-Journal Österreich“; <sup>3</sup> Veröffentlichung in beiden Journalen

**Bitte wiederholen Sie die Titelschutz-Anzeige nach ca. 5 Monaten zu 50% Rabatt**  
Erst- und Wiederholungs-Anzeige werden gemeinsam berechnet; Rückerstattung bei nachträglichem Verzicht auf die Wiederholung nicht möglich

Auftraggeber: \_\_\_\_\_  
Name: \_\_\_\_\_  
Anschrift: \_\_\_\_\_ Land: \_\_\_\_\_  
Auftragsnr./ Aktenz.: \_\_\_\_\_ Steuer-Nr.: \_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_ eMail / Fax: \_\_\_\_\_  
E-Mail-Ausgabe kostenfrei abonnieren:  Deutsche Ausgabe  Österreichische Ausgabe  
Datum: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_  
(rechtsverbindlich)

**Zurückfaxen an: +49 6021-58 388 22**

rundy media GmbH • Am Glockenturm 6 • D - 63814 Mainaschaff / Deutschland  
Tel: +49 6021-58 388 18 • eMail: titelschutz@rundy.de • www.titelschutzjournal.de

Alle Preise zzgl. evtl. anfallender MwSt.; Grundlage sind die „AGB“ der rundy media GmbH (www.titelschutzjournal.de/agb.html).  
Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus und im Zusammenhang mit diesem Vertrag/Auftrag ist der Firmensitz der rundy media GmbH. Es gilt deutsches Recht.

## FORTSETZUNG VON SEITE 1

>>> ... erfahre dieser Satz durch die Einbettung in den Lorient-Sketch "Weihnachten bei Hoppenstedts"



und die Situationskomik. Blende man aber die Einbettung in den Sketch und auch den Umstand aus, dass Sketch samt "Früher war mehr Lametta" von dem fraglos bekannten und bedeutenden Künstler Lo-

riot stamme, handele es sich um einen eher alltäglichen und belanglosen Satz, der entweder schlicht zum Ausdruck bringe, dass früher mehr Lametta benutzt wurde, oder – unter Verwendung des Wortes "Lametta" als Metapher – dass früher mehr Schmuck, Glanz, festliche Stimmung oder Ähnliches war. Selbst in der zweiten Deutungsmöglichkeit genüge die Verwendung einer einfachen Metapher im Anschluss an die alltägliche und gängige Eingangswortfolge "Früher war mehr" nicht, um hier eine Originalität oder Individualität anzunehmen, welche übliche und alltägliche Ausdrucksformen deutlich überrage.

**Anmerkungen**

Lorient-Freunde und erst recht Freunde, die Herrn von Bülow persönlich kannten, zucken bei diesem Urteil und trösten sich damit, dass doch nicht jeder Satz urheberrechtlich geschützt werden kann. Wäre die Antragsgegnerin selbst auf diesen Spruch gekommen? Schmarotzt die Antragsgegnerin nicht davon, dass und warum der Spruch Geschichte geworden ist und mit der Persönlichkeit Lorient in Verbindung gebracht wird? Das Urheberrecht schützt die Persönlichkeit. Die Kanzlei vermutet, dass dieser Sketch oft wiederholt wird.

• [www.schweizer.eu](http://www.schweizer.eu) / rundy

## LG Frankfurt zu UberX: Vorgehensweise von Uber ist unzulässig

(...) Uber musste in den vergangenen Jahren zahlreiche Urteile über sich ergehen lassen (...). Das Landgericht Frankfurt am Main hatte Uber u. a. bereits im Jahr 2015 untersagt, über die Applikation "Uber Pop" Fahrten an Privatfahrer zu vermitteln. Gegenstand des aktuell entschiedenen Verfahrens ist eine mittlerweile in mehreren deutschen Städten verfügbare neue App von Uber, der Service UberX.

Über UberX können Fahrten mit Mietwagenfahrern gebucht werden. Uber selbst sieht sich dabei allerdings nur als Betreiber der Vermittlungsplattform. Dies aber sah das LG Frankfurt am Main nun jedoch anders. Geklagt hatte die Genossenschaft Taxi Deutschland eG.

**Fehlende Mietwagenkonzession**  
**Am 19.12.2019 hat das LG Frankfurt am Main die Vermittlung von Fahrten an Mietwagenunternehmen durch die App Uber für wettbewerbswidrig erklärt. In dem Geschäftsmodell von Uber erkannte das Gericht gleich mehrere verschiedene Wettbewerbsverstöße (Urt. v. 19.12.2019, Az. 3-08 O 44/19).**

Damit hat das LG Frankfurt am Main die bisherige Vorgehensweise Übers für unzulässig erklärt. Die mit dem Urteil ausgesprochene Untersagung der Fahrvermittlung durch Uber gilt ab sofort. Eine Umstellungsfrist hat

das LG Frankfurt am Main nicht gewährt, da Uber wegen einer vorangegangenen Abmahnung und anderer gerichtlicher Verfahren mit einer Untersagung rechnen müssen. Zum einen fehle Uber eine eigene Mietwagenkonzession, so die Richter am Landgericht. Diese sei für die Übermittlung von Fahrten an Mietwagenfahrer im vorliegenden Fall aber notwendig. (...)

Aus der Sicht des Fahrgastes erbringe Uber selbst die Dienstleistung und sei daher Unternehmer im Sinne des Personenbeförderungsgesetzes. Uber trete nämlich durch seine Werbung gegenüber den Kunden als Anbieter der Beförderungsleistung auf. Außerdem wähle Uber den konkreten Fahrer eigens aus und bestimme den Preis.

**Verstoß gegen****Personenbeförderungsgesetz**

Auch habe Uber nach Überzeugung des Gerichts gegen die Verpflichtung verstoßen, wonach Mietwagen nur Beförderungsaufträge ausführen dürfen, die vorher am Betriebssitz des Mietwagenunternehmens eingegangen seien. (...)

Die klagende Taxivereinigung habe durch zwei Testfahrten nachgewiesen, dass Fahrer von Mietwagen über die Uber-App Aufträge angenommen hätten, ohne zuvor die Beförderungsanfrage auf dem Unternehmer-Smartphone zu beantworten. Zwar

fordere Uber die Mietwagenunternehmen auf, die gesetzlichen Regeln einzuhalten. Uber habe die Mietwagenfirmen aber nicht ausreichend kontrolliert, befand das LG. Schließlich werde gegen die sog. Rückkehrpflicht verstoßen. Sie besagt, dass ein Mietwagenfahrer nach der vermittelten Fahrt unverzüglich zum Betriebssitz zurückkehren muss,



es sei denn, er hat zwischenzeitlich einen neuen Beförderungsauftrag erhalten. Die Taxivereinigung habe im Verfahren belegen können, dass ein Fahrer vor dem Beförderungsauftrag mittels Uber-App eine längere Zeit in der Nähe des Frankfurter Flughafens gewartet habe.

Das Urteil vom 19.12.2019 (Az.: 3-08 O 44/19) ist nicht rechtskräftig. Es kann mit der Berufung zum Oberlandesgericht Frankfurt am Main angefochten werden. (...)

• [www.wbs-law.de](http://www.wbs-law.de)

# BEYOND FIVE STARS

Ihr Spezialist für hochwertige Reisetemen!

Wir  
unterstützen  
Ihre Redaktion

- mit journalistisch aufbereiteten Informationen (kostenfrei)
- mit Texten, Bildern sowie Basis-Daten in jeder gewünschten Form
- mit druckfertigen Reise-Artikeln und -Seiten – nach Ihren individuellen Anforderungen!

[Infos / Themen: www.bfs-presse.de](http://www.bfs-presse.de)

Beyond Five Stars • Am Glockenturm 6 • D - 63814 Mainaschaff  
Tel.: +49 6021-58 388 25 • [info@bfs-presse.de](mailto:info@bfs-presse.de)

## KG Berlin zur Nährwertdeklaration: Anzeige von Informationen über Vitamine vor übrigen Nährwertangaben ist wettbewerbswidrig

Die Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) regelt europaweit einheitlich die Kennzeichnung von Lebensmitteln. Dabei trifft der Rechtsakt präzise Vorgaben zu Art, Form und Inhalt der Pflichtinformationen auf Lebensmittelverpackungen. Unter anderem gilt hiernach seit Ende 2016 die Pflicht zur Ausweisung einer inhaltlich korrekten Nährwertdeklaration, für die spezi-



fische Gestaltungsregeln zu beachten sind. Deren Missachtung stellt grundsätzlich einen abmahnbaren Wettbewerbsverstoß dar. **Das Kammergericht Berlin hat nun in einer aktuellen Entscheidung (Beschluss v. 22. Oktober 2019 – Az. 5 U 2/19) die Darstellung der Nährwertdeklaration auf "nimm2"-Verpackungen des Herstellers Storck für ungenügend und daher wettbewerbswidrig erklärt.**

Art. 34 der LMIV trifft Regelungen über die Darstellungsform der verpflichtenden Nährwertangaben für Lebensmittel. Unter anderem regelt

dabei Absatz 1, dass alle Nährwertangaben im selben Sichtfeld und als Ganzes in einem übersichtlichen Format und gegebenenfalls in der in Anhang XV der Verordnung vorgegebenen Reihenfolge zu erscheinen haben. Absatz 2 bestimmt dahingegen, dass die Angaben dabei, sofern genügten Platz vorhanden ist, in Tabellenform darzustellen sind, wobei die einem Nährstoff zugewiesenen zahlenmäßigen Mengenangaben untereinander stehen müssen. Bei Platzmangel könnten sie auch hintereinander aufgeführt werden. Enthaltene oder zugefügte Vitamine dürfen zusätzlich auf der Packung aufgeführt werden. Grundsätzlich dürfen sie jedoch erst am Ende der Tabelle des Produktes nach den gesetzlich vorgeschriebenen Nährwertangaben aufgelistet werden.

Die Klägerin, die Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., nahm den Hersteller Storck als Beklagten auf Unterlassung in Anspruch. Sie behauptete dabei, die Darstellung der Nährwertangaben auf den "nimm2"-Verpackungen verstieße gegen Art. 34 Abs. 1 und 2 der LMIV. Auf der Verpackung für "nimm2 Orangen- und Zitronenbonbons" waren unter der Überschrift "Jedes nimm2 enthält zusätzlich eine Kombination von Vitaminen" zwei Ta-

bellen abgedruckt. In der linken Tabelle waren die Anteile der Vitamine dargestellt, in der rechten Tabelle waren die gesetzlich vorgeschriebenen Nährwertangaben des Produktes aufgelistet. Art. 34 Abs. 1 und 2 LMIV verpflichteten aber zur Anführung von Nährwertangaben über Vitamine erst am Ende der Deklaration über die gesetzlich immer vorgesehenen Nährstoffe Fett, gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker, Eiweiß und Salz.

**Das Landgericht Berlin verurteilte den Beklagten antragsgemäß zur Unterlassung. Hiergegen hatte der Beklagte form- und fristgerecht Berufung eingelegt. Das Kammergericht Berlin hat die Berufung von Storck zurückgewiesen und den Unterlassungsanspruch der Klägerin bestätigt.** Das Landgericht habe zutreffend einen Verstoß gegen Art. 34 Abs. 1 Satz 2 und Abs. 2 LMIV bejaht. Demnach müssten die Nährwertangaben auf Verpackungen in einer bestimmten Reihenfolge erfolgen. Angaben über Vitamine dürften erst am Ende der Tabelle nach den gesetzlich vorgeschriebenen Nährwertangaben aufgelistet werden.

• [www.it-recht-kanzlei.de](http://www.it-recht-kanzlei.de)

## OLG München: Grundpreisangabe bei sogenanntem Set-Angebot mit unterschiedlichen Tee-Sorten

Das Thema Grundpreisangabe in Online-Shops gehört zu den "Dauerbrennern". Regelmäßig wird die fehlende/falsche Angabe des Grundpreises bei den häufigsten Abmahngründen weit oben aufgeführt. Das OLG München hat nunmehr darüber zu befinden gehabt, ob im Falle der Abgabe eines Set-Artikels (bestehend aus unterschiedlichen Tee-Sorten) der Grundpreis angegeben werden muss.

Dem Oberlandesgericht München lag der Sachverhalt zugrunde, dass ein Online-Händler ein Set-Angebot mit verschiedenen Tee-Sorten anbot. Das Set-Angebot umfasste unterschiedliche Tee-Sorten, welche in einem Viererpack angeboten wurden. Der Grundpreis für dieses Tee-Set wurde im abgemahnten

Online-Angebot nicht angegeben. Nachdem der abgemahnte Online-Händler sich weigerte, eine Unterlassungserklärung abzugeben, stritten sich die Parteien vor dem LG Augsburg in erster Instanz weiter.

In zweiter Instanz lag dem OLG München der Streit anschließend zur Entscheidung vor. Fraglich war im Fall des OLG München, ob sich der Online-Händler auf die Grundpreisausnahmvorschrift des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV berufen kann oder nicht.

**Mit Beschluss vom 28.10.2019 (Az.: 29 W 1235/19) bejahte das OLG München einen Fall des § 9 Abs. 4 Nr. 2 PAngV und lag damit auf einer Linie mit dem LG Augsburg als Ausgangsinstanz.** Das OLG München führte zur Begrün-

dung seiner Entscheidung wie folgt aus: "Da die verschiedenen Sorten von 'Chai Latte' auch in verschiedenen Dosen als Viererpack angeboten und beworben werden, sind sie mangels direkter Berührung ihrer Oberflächen nicht als vermengt oder vermischt anzusehen."

Das OLG München hält damit die Angabe eines Grundpreises im entschiedenen Fall für entbehrlich. Allerdings gibt es auch Fälle, in denen es anders aussah (vgl. LG Nürnberg-Fürth, Beschluss vom 10.03.2017, Az.: 4 HK O 7319/16, sowie LG Koblenz, Urteil vom 31.01.2017, Az.: 1 HK O 93/16). Es lässt sich also festhalten, dass die Rechtsprechung sich bezüglich der Angabe von Grundpreisen bei Set-Angeboten uneins ist.

• [www.it-recht-kanzlei.de](http://www.it-recht-kanzlei.de) / rundy

# Titelschutz

## JOURNAL

IMPRESSUM | MEDIADATEN NR. 21 – GÜLTIG AB 1.9.2019

<b>Titelschutz-Anzeige:</b>	<b>Erster Titel</b> (ca. 85 x 40 mm) jeder <b>Folge-Titel</b>	110,-- Euro 20,-- Euro
<b>Wiederholungs-Anzeige*:</b>	Wiederholung der identischen Titelschutz-Anzeige nach ca. 5 Monaten zu <b>50% Rabatt</b> .	
<b>Kombi-Anzeige Deutschland + Österreich:</b>	<b>Erster Titel</b> (ca. 85 x 40 mm) jeder <b>Folge-Titel</b>	190,-- Euro 40,-- Euro

Seit Juni 2009 erscheint das „**Titelschutz-Journal**“ in **Österreich** mit einer eigenen Ausgabe.  
Infos unter: [www.titelschutzjournal.at](http://www.titelschutzjournal.at)

\*Auftragserteilung bei Erstbuchung. Erst- & Wiederholungsbuchungen werden gemeinsam berechnet. Rückerstattung bei nachträglichem Verzicht auf die Wiederholung ist nicht möglich.

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

**Rabatt-Pakete:** 5 / 10 / 20 Schaltungen **10% / 20% / 30%**

\*Schaltung innerhalb von 12 Monaten. Ermäßigte Anzeigen, Kombi- und Wiederholungsanzeigen zählen nicht zu den jeweiligen Rabatt-Paketen und sind nicht weiter rabattierbar. Alle Rabatte werden unterjährig gewährt. Bei Nicht-Erreichen des Volumens wird die Differenz am Ende des Rabattzeitraums verrechnet. Weitere Details zu den Rabatt-Paketen in den ausführlichen Mediadaten unter [www.titelschutzjournal.de](http://www.titelschutzjournal.de).

**Werbe-Anzeigen / Beilagen:**

Preise & Rabatte auf Anfrage

**Mehrwertsteuer / Zahlungsbedingung:**

Alle Preise zzgl. der jeweils gültigen MwSt.  
2% Skonto bei Vorauskasse,  
innerhalb von 14 Tagen ohne Abzug

**Bezieherkreis:**

Medienanwälte und -Verbände, Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, Buchverlage, Tonträger-Produzenten, Hörfunk-/TV-/Filmproduzenten, Softwareproduzenten, Hörfunk- und Fernseh-Sender, PR- und Marketingagenturen

**Verlag:**

rundy media GmbH,  
Am Glockenturm 6,  
D - 63814 Mainaschaff,  
Bundesrepublik Deutschland

**Telefon:**

+ 49 6021-58 388 0

**Fax:**

+ 49 6021-58 388 22

**eMail:**

[titelschutz@rundy.de](mailto:titelschutz@rundy.de)

**Internet:**

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

**Bank:**

Deutsche Bank Aschaffenburg,  
Kto.-Nr.: 0 24 24 20, BLZ: 795 700 24  
IBAN: DE56 7957 0024 0024 2420 00  
BIC (SWIFT): DEUTDE33HAN30

**USt.-ID-Nr.:**

DE 169307829

**Handelsregister-Nr.:**

HRB 5818

**Anzeigenschluss:**

Freitag, 13.00 Uhr

**Anzeigen-/Werbeleitung**

**Svenja Rudorf**

Tel.: +49 6021-58 388 0

Fax: +49 6021-58 388 22

eMail: [svenjarudorf@rundy.de](mailto:svenjarudorf@rundy.de)

[titelschutz@rundy.de](mailto:titelschutz@rundy.de)

**Hefformat:**

210 mm breit x 297 mm hoch (DIN A 4)

**Satzspiegel:**

175 mm breit x 262 mm hoch

**Druckunterlagen:**

Dateien auf Datenträger /  
via eMail: [titelschutz@rundy.de](mailto:titelschutz@rundy.de) / FTP

**Erscheinung:**

1 x wöchentlich (dienstags)

**Verbreitete Auflage (inkl. E-Paper):**

3.900 Exemplare

**Print-Abo Deutschland:**

40,-- Euro pro Jahr bzw.:

**Print-Abo Ausland:**

70,-- Euro pro Jahr

**E-Paper-Abo:**

**Kostenlos**

**AGB:**

Es gelten die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ der rundy media GmbH