



Titelschutz

JOURNAL

Österreichs Spezial-Medium für Titelschutz

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

Alle 8 Titel auf einen Blick

BAUSTELLE KOMMUNIKATION

IMTEST

Betonrausch

Natürlich leben

Die Götter

Tierisch lustig

beneiden Dich!

Was Du über die jetzige Zeitenwende

Her Story

wissen musst



Volkswagen verliert gegen Modellbauer

Die Volkswagen AG wollte einem fränkischen Modellbauerhersteller verbieten lassen, den legendären Bulli T1 als Miniatur nachzubauen. Doch das LG Düsseldorf betonte, dass Verbraucher sehr wohl zwischen dem Original und einem Mini-Nachbau unterscheiden könnten.

Die fränkische Modellbaufirma Premium Classixx (inzwischen BB Services) baute Miniaturmodelle des legendären VW Bulli T1 (Baujahr 1950-1967) maßstabs- und originalgetreu im Miniaturformat nach und vertrieb diese. Die Preise reichten von 40 Euro bis zu 250 Euro. Ganz zum Missfallen des Autokonzerns Volkswagen.

VW vertrat die Ansicht, die Modellbauer täuschten die Bevölkerung über die Herkunft der Modellautos. Mit den nicht lizenzierten Modellen werde der gute Ruf des Autoherstellers ausgebeutet. Die Design-Ikone VW Bulli sei das gestalterische Erbe des Konzerns.

Das Landgericht Düsseldorf sah dies anders und machte nun klar, dass die Klage aus mehreren Gründen keine Aussicht auf Erfolg habe (Az. 12 O 172/16). Einerseits sei das Düsseldorfer Gericht gar nicht zuständig, da dort ... >>> S. 5

**Die nächste Ausgabe
erscheint am 26. März 2020.**

Ihr Titelschutz-Journal-Team



UP to DATE !

Vermeiden Sie Titel-Kollisionen
durch unsere
Titel-Überwachung für € 140,- p. Jahr

WWW.TITELSCHUTZJOURNAL.DE

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

Her Story

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, Zusammensetzungen einschließlich Zusätzen und Untertiteln, Schriftarten, Abkürzungen, Abwandlungen, Wortverbindungen und grafischen Darstellungen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Softwareerzeugnisse aller Art, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke (einschließlich CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Online-dienste und sonstige Online-Medien und -Produkte, Internet) sowie Telekommunikationsdienstleistungen.

**Raue PartmbB,
Potsdamer Platz 1,
D - 10785 Berlin**

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

Betonrausch

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, grafischen Gestaltungen, Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Werkarten und Medien (insbesondere Film, Fernsehen, Offline- und Online-Dienste (insb. Internet)), Bild-/Ton- und Datenträger aller Art, sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Merchandising, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften und sonstige Printmedien und Druckerzeugnisse.

**UFA FICTION GmbH,
Dianastraße 21,
D - 14482 Potsdam**

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

rundy



Titelschutz

JOURNAL

Online-Auftrag:
www.titelschutzjournal.at

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

Unter Hinweis auf § 80 UrhG, § 9 UWG* nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:

Titel (pro Zeile ein Titel): _____

(Firmen-) Name / Adresse: _____

- Titelschutz-Anzeige Österreich¹** **Erster Titel: 115,-- €; jeder Folge-Titel^{**}: 25,-- €**
- Titelschutz-Anzeige Deutschland²** **Erster Titel: 110,-- €; jeder Folge-Titel^{**}: 20,-- €**
- Kombi-Anzeige Österreich + Deutschland³** **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
¹ Veröffentlichung im „Titelschutz-Journal Österreich“; ² Veröffentlichung im „rundy Titelschutz-Journal“; ³ 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.at • www.titelschutzjournal.at

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

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

Tierisch lustig

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**ume gmbh,
Breite Straße 147-151,
D - 50667 Köln**

Unter Hinweis auf § 80 UrhG, § 9 UWG nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

BAUSTELLE KOMMUNIKATION

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Udo Herrmann,
Am Weihersbrunnen 1,
D - 63927 Bürgstadt**

Unter Hinweis auf § 80 UrhG, § 9 UWG nehme ich Titelschutz in Anspruch für:

Die Götter beneiden Dich!

Was Du über die jetzige Zeitenwende wissen musst

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Büro U. Thater,
Frobeniusweg 4,
D - 22111 Hamburg**

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

Natürlich leben

in allen Kombinationen, Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, sonstige elektronische Medien und Netzwerke.

**NESSELHAUF Rechtsanwälte,
Alsterchaussee 40,
D - 20149 Hamburg**

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

IMTEST

in allen Kombinationen, Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, sonstige elektronische Medien und Netzwerke.

**NESSELHAUF Rechtsanwälte,
Alsterchaussee 40,
D - 20149 Hamburg**

**Titel sind Einfälle
Titel sind Geistesblitze
Titel sind Ideen ...**

... und Ideen sind nicht vogelfrei!
Deswegen Titelschutz!

**JEDE WOCHE FÜR
€ 115,--**

Titelschutz-Journal
Tel.: +49 6021-58 388 18 • **Fax:** 58 388 22
eMail: titelschutz@rundy.de

WWW.TITELSCHUTZJOURNAL.DE

FORTSETZUNG VON SEITE 1

>>> keine nachweisbare Verletzungshandlung stattgefunden habe. Auch sei die Klage VWs zu unbestimmt. Das Gericht sah zudem auch inhaltlich keinen Wettbewerbsverstoß. Es sei keine Rufausbeutung zu sehen. Die Verbraucher würden nicht über die Herkunft der Modelle getäuscht.

Dieser Streit zwischen Modellbauern und Automobilherstellern schien längst durch höchstrichterliche Urteile erledigt. **Daher verwies das LG Düsseldorf auch auf ein bekanntes Urteil des Bundesgerichtshofs aus 2010 (Opel-Blitz II Urteil vom 14. Januar 2010, Az. I ZR 88/08).**
• www.wbs-law.de

Kundenbewertungen bei Amazon

Der (...) I. Zivilsenat des Bundesgerichtshofs hat entschieden, dass den Anbieter eines auf (...) Amazon angebotenen Produkts für Bewertungen des Produkts durch Kunden **grundsätzlich keine wettbewerbsrechtliche Haftung trifft.** (Urteil vom 20. Februar 2020 - I ZR 193/18)
• www.bundesgerichtshof.de

Rechtmäßige Publikation zu einer in der Öffentlichkeit unbekanntem Person

Bundesgerichtshof Urteil vom 17. Dezember 2019, Az. VI ZR 504/18:

Ein nicht mit Strafe bedrohtes rechtswidriges Verhalten einer der Öffentlichkeit nicht bekannten Person kann etwa wegen seiner Art, seines Umfangs und seiner Auswirkungen auf gewichtige Belange der Gesellschaft von so erheblicher Bedeutung für die Öffentlichkeit sein, dass das Recht am eigenen Bild hinter dem Öffentlichkeitsinteresse zurückzutreten hat.

Der Sachverhalt, wie ihn das Urteil wiedergibt: Die Kläger betreiben seit Jahren rechtswidrige Geschäfte, indem sie im gewerblichen Umfang Immobilien in München anmieten und sie dann – ohne Zustimmung oder gegen den ausdrücklichen Willen des Vermieters – an den jeweils anderen Kläger als Geschäftspartner vermieten, der sie wiederum tage- oder wochenweise zu hohen Mieten an sogenannte Medizintouristen weitervermietet. Mit diversen verwaltungsgerichtlich bestätigten Bescheiden wurde den Klägern die Untervermietung von Häusern und Wohnungen in München an Medizintouristen untersagt, weil die gewerbliche Geschäftspraxis der Kläger den Tatbestand der verbotenen Zweckentfremdung von Wohnraum erfülle. Die Kläger führten ihre Geschäftspraxis dennoch fort. Das Urteil betrifft Berichterstattungen der Beklagten aus einer Verhandlung von zahlreichen öffentlichen Verfahren vor dem Verwaltungsgericht München.

Maßgebend für die Frage, ob es sich um ein Bildnis aus dem Bereich der Zeitgeschichte handelt, ist der Begriff des Zeitgeschehens. Dieser darf nicht zu eng verstanden werden. Im Hinblick auf den Informationsbedarf der Öffentlichkeit umfasst er alle Fragen von allgemeinem gesellschaftli-

chen Interesse (Senatsurteil vom 29. Mai 2018 - VI ZR 56/17). Es gehört zum Kern der Pressefreiheit, dass die Presse innerhalb der gesetzlichen Grenzen einen ausreichenden Spielraum besitzt, in dem sie nach ihren publizistischen Kriterien entscheiden kann, was öffentliches Interesse beansprucht. Dazu zählt auch die Entscheidung, ob und wie ein Presseergebnis bebildert wird. Eine Bedürfnisprüfung, ob eine Bebilderung veranlasst war, findet nicht statt.

Allerdings besteht das Informationsinteresse nicht schrankenlos. Viel-



mehr wird der Einbruch in die persönliche Sphäre des Abgebildeten durch den Grundsatz der Verhältnismäßigkeit begrenzt. Es bedarf mithin einer abwägenden Berücksichtigung der kollidierenden Rechtspositionen.

Im Rahmen der Abwägung kommt dem Gegenstand der Berichterstattung maßgebliche Bedeutung zu, wobei der Informationsgehalt der Bildberichterstattung unter Berücksichtigung der zugehörigen Textberichterstattung zu ermitteln ist. Entscheidend ist insbesondere, ob die Medien im konkreten Fall eine Angelegenheit von öffentlichem Interesse ernsthaft und sachbezogen erörtern, damit den Informationsan-

spruch des Publikums erfüllen und zur Bildung der öffentlichen Meinung beitragen, oder ob sie – ohne Bezug zu einem zeitgeschichtlichen Ereignis – lediglich die Neugier der Leser befriedigen. Die Bedeutung des Informationswerts der Berichterstattung für die Interessenabwägung hat der erkennende Senat stets hervorgehoben. Je größer der Informationswert für die Öffentlichkeit ist, desto mehr muss das Schutzinteresse desjenigen, über den informiert wird, hinter den Informationsbelangen der Öffentlichkeit zurücktreten. Umgekehrt wiegt der Schutz der Persönlichkeit des Betroffenen desto schwerer, je geringer der Informationswert für die Allgemeinheit ist. Geht es um eine identifizierende Bildberichterstattung über ein Fehlverhalten – insbesondere, aber nicht nur, über Straftaten –, so ist zu berücksichtigen, dass eine solche Berichterstattung in das Recht des Abgebildeten auf Schutz seiner Persönlichkeit eingreift, weil sie sein Fehlverhalten öffentlich bekannt macht und seine Person in den Augen der Adressaten von vornherein negativ qualifiziert.

Andererseits kann ein Fehlverhalten, auch ein solches, das keinen Straftatbestand erfüllt, zum Zeitgeschehen gehören, dessen Vermittlung Aufgabe der Medien ist. So begründen die Verletzung der Rechtsordnung und die Beeinträchtigung von Rechtsgütern der betroffenen Bürger oder der Gemeinschaft grundsätzlich ein anzuerkennendes Interesse der Öffentlichkeit an näherer Information über Tat und Täter. Die Kontroll- und Überwachungsfunktion der Presse als "Wachhund der Öffentlichkeit" ist nicht auf die Aufdeckung von Straftaten beschränkt. (...)

• schweizer.eu

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

BGH: Rechtsmissbrauch im Markenrecht bei Vertragsstrafen

Strafbewehrte Unterlassungserklärungen können die Lizenz zum Gelddrucken sein – sagt man. Denn mögliche Vertragsstrafen sind eine lukrative Einnahmequelle. Wäre da nicht der Rechtsmissbrauch. Denn die Geltendmachung von Vertragsstrafen kann rechtsmissbräuchlich sein, wenn diese gegen die Grundsätze von Treu und Glauben verstößt. Das gilt auch im Markenrecht. **Hierzu hatte sich der BGH (Urt. v. 23.10.2019, Az. I ZR 46/19) zuletzt geäußert – und einem Vertragsstrafenspruch wegen missbräuchlicher Ausnutzung einer formalen Rechtstellung als Markeninhaber einen Riegel vorge-schoben.**

Was ist geschehen?

Die Klägerin ist unter anderem Inhaberin der Unions-Wortmarke "DA VINCI", welche für einige Warenklassen eingetragen ist. Darüber hinaus ist die Klägerin Inhaberin von einigen weiteren eingetragenen deutschen und Unions-Wort- und Bildmarken, die jeweils die Namen berühmter Künstler tragen. Im Jahr 2014 wurde die Klägerin auf den Beklagten aufmerksam. Denn dieser bot auf eBay eine Salzlampe unter der Bezeichnung "Davinci" an. Sodann mahnte die Klägerin den Beklagten ab. Letzterer beendete unverzüglich nach Erhalt des Abmahnschreibens sämtliche Angebote und Auktionen und gab sofort eine strafbewehrte Unterlassungserklärung ab.

Wenig später jedoch stellte die Klägerin fest, dass unter zwei Artikelnummern bereits beendete Angebote der Beklagten weiterhin auf eBay aufgerufen und eingesehen werden konnten. Die Angebote waren nur einsehbar, wenn explizit nach der entsprechenden Artikelnummer gesucht wurde. Der Beklagte löschte nach Aufforderung der Klägerin diese Angebote unverzüglich. Sodann forderte die Klägerin vom Beklagten die Zahlung einer Vertragsstrafe in Höhe von 6900 Euro, welche später auf 3500 Euro herabgesetzt wurde. Der Beklagte verweigerte jedoch die Zahlung, sodass die Klägerin den Anspruch

auf Zahlung einer Vertragsstrafe aus einer strafbewehrten Unterlassungserklärung gerichtlich durchsetzen wollte.

Das Landgericht (LG Düsseldorf, 8.11.2017, Az. 2a O 19/17) hat die Klage abgewiesen und auch die Berufung der Klägerin (OLG Düsseldorf, 17.1.2019, Az. 20 U 165/17) blieb ohne Erfolg. Schließlich wurde der Fall dem BGH zur Entscheidung vorgelegt.

Der BGH entschied, dass die Revision der Klägerin unbegründet war. Das OLG Düsseldorf habe den von der Klägerin geltend gemachten Anspruch auf Zahlung einer Vertragsstrafe mit Recht abgelehnt. Der Gel-



tendmachung der Vertragsstrafe stehe die von dem Beklagten erhobene Einrede des Rechtsmissbrauchs aus § 242 BGB entgegen.

Der BGH verwies auf seine Rechtsprechung im Wettbewerbsrecht. Danach beurteile sich die Frage, ob die Geltendmachung einer Vertragsstrafe aus einer Unterlassungserklärung rechtsmissbräuchlich ist, gemäß § 242 BGB nach den allgemeinen Grundsätzen von "Treu und Glauben". Nach der sehr allgemein gehaltenen Formulierung des § 242 BGB ist "der Schuldner verpflichtet, die Leistung so zu bewirken, wie Treu und Glauben mit Rücksicht auf die Verkehrssitte es erfordern". Es handelt sich um eine zentrale Rechtsnorm, die "Fairness" im Rechtsverkehr gewährleisten soll, wirkt somit rechtsbegrenzend und korrigiert auf diese Weise sowohl den Willen der Vertragsparteien als auch das Gesetz. Nach Ansicht des BGH war im Rahmen einer Gesamtwürdigung zu prüfen, ob das Verhalten des Abmah-

nenden (Klägerin) vor, bei und nach der Abmahnung den Schluss rechtfertigt, dass die Geltendmachung der Vertragsstrafenansprüche gegen Treu und Glauben verstößt. Ein solcher Verstoß könne vorliegen, wenn der Inhaber eines Kennzeichenrechts sich auf eine nur formale Rechtsstellung berufe. Von einer solchen missbräuchlichen Ausnutzung einer formalen Rechtsstellung sei auszugehen, wenn ein Markeninhaber

1. eine Vielzahl von Marken für unterschiedliche Waren oder Dienstleistungen anmeldet,
2. hinsichtlich der in Rede stehenden Marken keinen ernsthaften Benutzungswillen hat – vor allem zur Benutzung in einem eigenen Geschäftsbetrieb oder für dritte Unternehmen aufgrund eines bestehenden oder potentiellen konkreten Beratungskonzepts – und
3. die Marken im Wesentlichen zu dem Zweck gehortet werden, Dritte, die identische oder ähnliche Bezeichnungen verwenden, mit Unterlassungs- und Schadensersatzansprüchen zu überziehen.

Zunächst wurde festgestellt, dass die Klägerin neben der den Rechtsstreit betreffenden Marke weitere elf Marken angemeldet hat, die teils für eine Vielzahl von Waren und Dienstleistungen unterschiedlichster Branchen Schutz beanspruchten. Des Weiteren sei ein Konzept zur Nutzung ihrer Marken nicht ersichtlich gewesen. In einem solchen Fall treffe den Markeninhaber laut BGH eine gesteigerte Nachweispflicht, die sog. sekundäre Darlegungslast. Der Markeninhaber müsse die hinter den Markenmeldungen stehenden Überlegungen schildern und die jeweils entfaltenen Vermarktungsbemühungen und die hierbei erzielten Erfolge im Rahmen des Zumutbaren offenlegen. Der BGH stellt fest, dass die Klägerin kein einziges Konzept zur Vermarktung irgendeiner ihrer Marken präsentiert habe, sondern lediglich "jahrelange, umfangreiche Benutzungshandlungen" behauptet habe. (...)

• www.it-recht-kanzlei.de



Titelschutz

JOURNAL

IMPRESSUM | MEDIADATEN NR. 9 – GÜLTIG AB 1.1.2019

Titelschutz-Anzeige: **Erster Titel** (ca. 85 x 40 mm) 115,- Euro
jeder **Folge-Titel** 25,- Euro

Wiederholungs-Anzeige*: Wiederholung der identischen Titelschutz-Anzeige nach ca. 5 Monaten zu **50% Rabatt**.

Kombi-Anzeige Österreich + Deutschland: **Erster Titel** (ca. 85 x 40 mm) 190,- Euro
jeder **Folge-Titel** 40,- Euro

In Deutschland erscheint das „**rundy Titelschutz-Journal**“ seit 2002 mit einer eigenen Ausgabe. Infos unter: www.titelschutzjournal.de

*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.at.

Werbe-Anzeigen / Beilagen: Preise & Rabatte auf Anfrage

Mehrwertsteuer / Zahlungsbedingung: Alle Preise zzgl. der jeweils gültigen MwSt.
2% Skonto bei Vorkasse; ohne Abzug in 14 Tagen

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
+49 6021-58 388 18
+49 6021-58 388 22
titelschutz@rundy.at
www.titelschutzjournal.at

Telefon:

Fax:

eMail:

Internet:

Bank:

Deutsche Bank Aschaffenburg,
Kto.-Nr.: 0 24 24 20, BLZ: 795 700 24
IBAN: DE56 7957 0024 0024 2420 00
BIC (SWIFT): DEUTDE33

USt.-ID-Nr.:

DE 169307829
HRB 5818

Handelsregister-Nr.:

Anzeigenschluss:

Freitag vor Erscheinen; 17.00 Uhr

Anzeigen- /

Werbeleitung:

Svenja Rudolf

Tel.: +49 6021-58 388 18

Fax: +49 6021-58 388 22

eMail: svenjarudolf@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.at / FTP

Erscheinung:

vierwöchentlich (donnerstags)

Verbreitete Auflage (inkl. E-Paper):

3.900 Exemplare

Print-Abo Österreich:

40,- Euro pro Jahr

Print-Abo Ausland: E-Paper-Abo:

40,- Euro pro Jahr

Kostenlos an nebenstehenden „Bezieherkreis“

AGB:

Es gelten die „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ der rundy media GmbH