



Titelschutz

JOURNAL

Österreichs Spezial-Medium für Titelschutz

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

Alle 16 Titel auf einen Blick

Barbecue Kings – Grillen um die Welt	Holy Shit
Biker-Babes	Ihr Urteil, bitte!
Chickens Bike Farm	King of Trucks
Comedians for Future	Love Tape
Comedy for Future	Mein neues Traumbad
Deutschlands Haus des Jahres	Sex Tape
Frauen in Uniform	Trucker-Ladies
Fun for Future	Verkehrsregeln Kompakt



Zeichenähnlichkeit und Zusatz

BVGer Entscheid vom 19.11.2019, Az. B-3248/2019. "itravel" gegen "itravel-for that moment"

Durch die Kombination von "itravel" und "for that moment" in der jüngeren Widerspruchsmarke zu "itravel-for that moment" entsteht kein abweichender Sinngesamt.

Vielmehr wird der Ausdruck "for that moment" eher als Zusatz oder Hinweis auf den fantasievolleren und damit auffälligeren Bestandteil "itravel" verstanden. Dieser Eindruck wird durch den Gedankenstrich noch verstärkt, da dieser nach dem ersten Wort "itravel" beim Adressaten eine Erwartungshaltung auslöst.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass zwischen den beiden Zeichen klare Übereinstimmungen in Schriftbild, Wortklang und Sinngesamt vorliegen, sodass insgesamt von einer großen Zeichenähnlichkeit auszugehen ist.

Anders verhält es sich ausnahmsweise, wenn einem schwachen Element ein starkes hinzugefügt wird. (...)

• schweizer.eu

**Die nächste Ausgabe
erscheint am 23.4.2020.**

Ihr Titelschutz-Journal-Team

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

Comedy for Future

Comedians for Future

Fun for Future

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**UME GmbH,
Breite Straße 147-151,
D - 50667 Köln,
www.ume-gmbh.de**

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

Holy Shit

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

**Thurnfilm Valentin Thurn Filmproduktion,
Neven-DuMont-Straße 14,
D - 50667 Köln**

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

Ihr Urteil, bitte!

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**UME GmbH,
Breite Straße 147-151,
D - 50667 Köln,
www.ume-gmbh.de**

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

Verkehrsregeln Kompakt

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen sowie für alle Medien.

**Jochen Reuter,
Winterleite 18,
D - 91781 Weißenburg**

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

King of Trucks

Barbecue Kings – Grillen um die Welt

Frauen in Uniform

Sex Tape

Love Tape

Deutschlands Haus des Jahres

Trucker-Ladies

Mein neues Traumbad

Chickens Bike Farm

Biker-Babes

in allen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen, Abkürzungen, Schriftarten und Zusätzen für die Medien, insbesondere für alle Printmedien und Druckereierzeugnisse, Softwareerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, CD-ROM, CD-I und DVD, ferner für elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Online-Medien, Online- und Offline-Dienste sowie sonstige Mediendienstleistungen und Medienprodukte aller Art für Domain-Bezeichnungen, Multimedia-Anwendungen, für Event-Merchandising sowie für Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen aller Art.

**Discovery Communications Deutschland
GmbH & Co. KG,
Sternstraße 5,
D - 80538 München**

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: _____

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Titelschutz-Anzeige Österreich¹ | Erster Titel: 115,-- €; jeder Folge-Titel^{**}: 25,-- € |
| <input type="checkbox"/> Titelschutz-Anzeige Deutschland² | Erster Titel: 110,-- €; jeder Folge-Titel^{**}: 20,-- € |
| <input type="checkbox"/> 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.

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

KOMMENTAR

Wunschlos – Würdelos

Ein Kommentar zum Suizid-Urteil des Bundesverfassungsgerichts

0.12.2015: Der Bundesgesetzgeber hat das Gesetz zur Strafbarkeit der geschäftsmäßigen Förderung der Selbsttötung eingeführt (§ 217 Strafgesetzbuch (StGB)): "(1) Wer in der Absicht, die Selbsttötung eines anderen zu fördern, diesem hierzu geschäftsmäßig die Gelegenheit gewährt, verschafft oder vermittelt, wird mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder mit Geldstrafe bestraft. (2) Als Teilnehmer bleibt straffrei, wer selbst nicht geschäftsmäßig handelt und entweder Angehöriger des in Absatz 1 genannten anderen ist oder diesem nahe steht."

26.02.2020: Das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) entscheidet in seinem Urteil (Az.: 2 BvR 2347/15, u. a.), die Vorschrift in 217 StGB sei mit dem Grundgesetz unvereinbar und nichtig: "Das allgemeine Persönlichkeitsrecht (Art. 2 Abs. 1 i.V.m. Art. 1 Abs. 1 GG (Grundgesetz)) umfasst als Ausdruck persönlicher Autonomie ein Recht auf selbstbestimmtes Sterben. (Leitsatz 1.a)). Das Verbot der geschäftsmäßigen Förderung der Selbsttötung in § 217 Abs. 1 StGB verengt die Möglichkeiten einer assistierten Selbsttötung in einem solchen Umfang, dass dem Einzelnen faktisch kein Raum zur Wahrnehmung seiner verfassungsrechtlich geschützten Freiheit verbleibt. (Leitsatz 5)."

Die jedem Menschen zukommende unantastbare Würde enthält zwar ein Recht auf Selbstbestimmung. Diese aber impliziert kein absolutes Verfügungsrecht über das eigene Leben. Auch Menschen, die nicht (mehr) zur Selbstbestimmung fähig sind, tragen diese Würde. Eine Selbsttötung entzöge der Menschenwürde ihre "vitale Basis", sodass sie in deren Garantie keine rechtliche Grundlage hat. Ein Recht auf geschäftsmäßige Suizidhilfe besteht nicht (Urteil BVerfG Rdn. 147 f., zu Stellungnahme christliche Religionsgemeinschaften). Das menschliche Leben ist eine gottgegebene Leihgabe, für die der Einzelne verantwortungsvoll Sorge trägt. Hieraus folgt die Unzulässigkeit jeder Form der Suizidhilfe (Urteil, Rdn.

149, zu Auffassung Zentralrat der Juden in Deutschland). Die Aufgabe pflegender Berufe richtet sich darauf, Gesundheit zu fördern, Krankheit zu verhüten, Gesundheit wiederherzustellen und Leiden zu lindern. Eine geschäftsmäßige Suizidhilfe wird abgelehnt (Urteil, Rdn. 152, zu Ausführung deutscher Berufsverband für Pflegeberufe e. V.). Die Annahme des BVerfG (Urteil, Rdn. 211) mangelt an Überzeugungskraft, das Recht, sich selbst zu töten, könne nicht mit der Begründung verneint werden, dass sich der Suizident seiner Würde begeben, weil er mit seinem Leben zugleich die Voraussetzung seiner Selbstbestimmung und damit seine Subjektstellung aufgeben. Geradezu grotesk die Feststellung des Gerichts (Urteil, Daselbst) zum Höhepunkt der Menschenwürde durch Suizid: "Die selbstbestimmte Verfügung über das eigene Leben ist vielmehr unmittelbarer Ausdruck der der Menschenwürde innewohnenden Idee autonomer Persönlichkeitsentfaltung; sie ist, wenngleich letzter, Ausdruck von Würde."

Die vom 2. Senat des BVerfG genannten Prüfungsparameter (Urteil, Rdn. 210 f., 241) sind nicht konkret bestimmbar, sondern dehnbar, der freie Wille wird wie ein Fetisch dargestellt (z. B. "eigenverantwortliche Entscheidung über das eigene Lebensende", "entsprechend seinem Verständnis von Lebensqualität und Sinnhaftigkeit der eigenen Existenz ein Ende zu setzen", "(e)r gibt sein Leben als Person selbstbestimmt und nach eigener Zielsetzung auf", "wenn er über seine Existenz nach eigenen, selbst gesetzten Maßstäben bestimmen kann", "(e)ine freie Suizidentscheidung setzt hiernach zunächst die Fähigkeit voraus, seinen Willen frei und unbeeinflusst von einer akuten psychischen Störung bilden und nach dieser Einsicht handeln zu können", u. a.). Die Parameter sind bei den Suizidgefährdeten nicht erfüllt. Die vom 2. Senat angehörten sachkundigen Dritten weisen auf empirische Daten, dass bei 80-90 % von Betroffenen, denen die Selbsttötung misslungen ist, im Nachhinein ihre Suizidentschlüsse



Dr. R.-Fidelio Unger, Rechtsanwalt / München

als Fehlentscheidung gewertet und revidiert wurden (Urteil, Rdn. 244).

Wären die Versuche nicht fehlgeschlagen, wäre eine Wertung als Fehlentscheidung nicht mehr möglich. Was sollen unbestimmte Prüfungskriterien von einer gewissen "Dauerhaftigkeit" und "inneren Festigkeit"?! Bemerkens-

wert auch der gerichtliche Hinweis (Urteil, Rdn. 245) auf Ausführungen der sachkundigen Dritten zu weltweit durchgeführten empirischen Untersuchungen bezogen auf 90 % der tödlichen Suizidhandlungen (psychische Störungen), also keine "freien Suizidentscheidungen". Diese Fakten rechtfertigen nicht nur den legitimen Zweck des Gesetzgebers, sondern belegen auch die Angemessenheit betreffend die Gesetzesnorm in § 217 StGB.

Die Gefahr geschäftsmäßiger Suizidhilfe, die sich als normale Form der Lebensbeendigung insbesondere für alte und kranke Menschen durchsetzt, wird vom BVerfG zwar als plausibel zur Kenntnis genommen (Urteil, Ren. 248 f.). Den erheblichen Zuwachsraten von Suizidfällen nach Zulassung geschäftsmäßiger Förderung der Selbsttötung in der Schweiz (2-fach in den Jahren 2009-2014), in den Niederlanden (3-fach von 1882 Fällen im Jahr 2002 auf 6091 Fälle im Jahr 2016), Belgien (8-fach von 259 Fällen in den Jahren 2002/2003 auf 2022 Fälle im Jahr 2015) wird seitens des Gerichts jedoch keine ernsthafte Bedeutung zugemessen, da die Frage handlungsleitender Wirkung von gesellschaftlichen Bedingungen und Einflüssen unterhalb ... >>> S.7

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

FORTSETZUNG VON SEITE 5

>>> ... der Schwelle von Zwang, Täuschung und Drohung auf eine Suizidentscheidung sich bislang wissenschaftlicher und empirischer Erfassung entziehe (Urteil, Rdn. 259). Gerade ältere Personen können sich jedoch nicht der Sorge, anderen, insbesondere Angehörigen, Freunden, Pflegern zur Last zu fallen, verschließen – ein wichtiger Beweggrund für Zustimmung zum Suizid, wie Untersuchungen im US-Bundesstaat Oregon (55,2 % Grundangabe für assistierten Suizid in 1917) und des Instituts für Geschichte der Medizin und Ethik

in der Medizin der Charité (Universitätsmedizin Berlin) bestätigen (dazu BVerfG, Rdn. 257 f.).

Möglicherweise haben die Richter des BVerfG noch nie einen todkranken Menschen vor sich gesehen. Der sucht nach Zuwendung, nicht nach Suizidhilfe. Der Gesetzgeber ist daher anzuhalten, dass eine flächendeckende Palliativversorgung realisiert wird, die mit adäquaten Haushaltsmitteln von Bund und Ländern ausgestattet eine intensive öffentliche Auseinandersetzung mit Fragen von Krankheit, Sterben und Tod, die Verbesserung

der Aus-, Fort- und Weiterbildung der Gesundheitsberufe im Bereich der Begleitung Schwerkranker und Sterbender und den bedarfsdeckenden Ausbau palliativmedizinischer Versorgung sicherstellt. Diese Begleitung steht diametral zu einer gegen den menschlichen Organismus gerichteten Hilfe zur Selbsttötung (dazu BVerfG, Rdn. 287, 111, 159). Die Autonomie des Menschen wird im Urteil als absolut gesetzt. Lebensmut und Glück erreicht der Mensch aber nicht in Autonomie, sondern in der Beziehung.

• **Dr. Fidelio Unger, 10.03.2020**

Verwechslungsgefahr bei Unionskollektivmarken: Halloumi gegen BBQLOUMI

EuGH, Urteil vom 05.03.2020 – C-766/18 P, Vorinstanz EuG.

Die Inhaberin der Unionskollektivmarke "Halloumi" für Käse aus Zypern hat im Streit um die Eintragung der Unionsmarke "BBQLOUMI" für Käse eines bulgarischen Herstellers einen Zurückverweisungs-Erfolg erzielt. Maßgeblich für die Verwechslungsgefahr ist auch ein höherer Ähnlichkeitstagrad oder die Identität der mit der Kollektivmarke gekennzeichneten Waren.

Begründung

Der EuGH hält die Ansicht der Vorinstanz für falsch, dass die schwache Unterscheidungskraft einer älteren Marke das Vorliegen von Verwechslungsgefahr ausschließt. Somit hätte geprüft werden müssen, ob der geringe Ähnlichkeitsgrad der einander gegenüberstehenden Marken durch den höheren Ähnlichkeitsgrad oder die Identität der mit ihnen gekennzeichneten Waren ausgeglichen wird. Da die vom Gericht vorgenommene Beurteilung dem Erfordernis einer umfassenden, der Wechselbeziehung zwischen den relevanten Faktoren Rechnung tragenden Beurteilung nicht genügt, hat das Gericht einen Rechtsfehler begangen. Infolgedessen hat der Gerichtshof das Urteil des Gerichts aufgehoben und die Rechtsache an das Gericht zurückverwiesen, damit es das Vorliegen einer Verwechslungsgefahr erneut prüft.

Die Vorgeschichte

Die Inhaberin der für Käse eingetragenen Unionskollektivmarke "Hallou-

mi", eine Stiftung für den Schutz des traditionellen zypriotischen Käses (Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi) erhob Widerspruch gegen das von einer Gesellschaft mit Sitz in Bulgarien unter anderem für Käse als Unionsmarke angemeldete Bildzeichen mit dem Wortbestandteil "BBQLOUMI". Das Amt der Europäi-



schen Union für geistiges Eigentum (EUIPO) wies den Widerspruch mit der Begründung zurück, zwischen der angemeldeten Marke "BBQLOUMI" und der älteren Kollektivmarke "Halloumi" bestehe keine Verwechslungsgefahr hinsichtlich der Herkunft der Waren. Die Inhaberin der Kollektivmarke focht die EUIPO-Entscheidung vor dem Gericht der Europäischen Union an. Das EuG bestätigte das EUIPO. Die Kollektivmarke habe eine schwache Unterscheidungskraft, da der Begriff "halloumi" eine Käsesorte bezeichne. Eine Verwechslungsgefahr bestehe daher nicht. Dagegen legte die Inhaberin der Kollektivmarke ein Rechtsmittel ein.

• **schweizer.eu**

LG Berlin zur Online-Ferndiagnose

Die Werbung für eine ärztliche Ferndiagnose per "digitalem Arztbesuch" ist grundsätzlich verboten. Rechtlicher Hintergrund des Verbots ist § 9 Heilmittelwerbegesetz (HWG). Dieser bestimmt, dass eine Werbung für die Erkennung oder Behandlung von Krankheiten per Ferndiagnose grundsätzlich unzulässig ist. Das LG Berlin hat sich nun mit dem Werbeverbot beschäftigt und stellte fest, dass Werbung mit einer Online-Diagnose abgemahnt werden kann.

Der Beklagte bot (...) die Versendung "verschreibungspflichtige(r) Behandlungen dank einer Online-Konsultation mit unseren Ärzten" an. Nutzer konnten online für verschiedene Krankheitsbilder einen Fragebogen ausfüllen und ihre Behandlung wählen. Die Lieferung der entsprechenden Medikamente sollte dann am nächsten Tag erfolgen. Ein Wettbewerbsverband mahnte den Beklagten daraufhin ab. **Der Wettbewerbsverband war vor dem LG Berlin erfolgreich. Dies stellte mit Urteil vom 1.4.2019 (Az.: 101 O 62/17) fest, dass die Beklagte mit ihrer Werbung wettbewerbswidrig gehandelt hat.** Konkret stuften die Berliner Richter die streitgegenständlichen Aussagen auf der Internet-Seite als einen Verstoß gegen § 9 HWG ein. Zwar seien Ferndiagnosen nicht per se verboten. Unzulässig sei jedoch aus Gründen der öffentlichen Gesundheit des individuellen Gesundheitsinteresses die Werbung dafür. (...)

• **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 Vorauskasse; 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): DEUTDE33HAN30

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)
175 mm breit x 262 mm hoch

Satzspiegel:

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