

# Kronen Zeitung

## THEMA DER WOCHE

THEMENUMFELDER IN DER KRONEN ZEITUNG

### THEMENSCHWERPUNKTE INHALT

Seite

- 03**  Gesamtüberblick
- 04**  Bildung & Karriere
- 05**  Handel, Mode, Kosmetik
- 06**  Mobilität
- 07**  Immobilien & Interior
- 08**  Finanzen & Recht
- 09**  Nachhaltigkeit & Energie
- 10**  Tourismus & Freizeit
- 11**  Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12**  Technik & Telekommunikation
- 13**  Wirtschaft & Sport
- 14**  Geschenke & Promotions

Gültig von 01.09. - 29.12.2022

# IHR GROSSER AUFTRITT IN THEMENUMFELDERN, DIE BEWEGEN

TOP-VORTEILE FÜR IHRE KOMMUNIKATION IN DEN „KRONE“-MEDIEN



## REICHWEITENSTÄRKE

Mit der „Krone“- Österreichs größter Tageszeitung - erreichen Sie täglich durchschnittlich 1,7 Mio. LeserInnen. Crossmedial (Print und Digital) werden mit der „Krone“ 40,4 % der ÖsterreicherInnen abgedeckt.



## ZIELGENAUIGKEIT

Mit der Kronen Zeitung erreichen Sie die werberelevanten Zielgruppen und profitieren von einem attraktiven 1000-Kontakt-Preis.

**Kronen  
Zeitung**



## WERBEWIRKSAMKEIT

Wir platzieren Ihre Anzeige gezielt in einem adäquaten redaktionellen Umfeld, denn Interessen steuern die Wahrnehmung.



## VIELFÄLTIGKEIT

Mit unserem breiten Produktportfolio profitieren Sie von vielfältigen Kommunikationslösungen in Print, Digital, TV und Radio.



**23,3**  
Prozent  
NATIONALE  
REICHWEITE

Sichern Sie sich jetzt Ihre Anzeigenplatzierung in starken redaktionellen Themenumfeldern der Kronen Zeitung und erreichen Sie unsere LeserInnen zielgenau mit Ihrer Botschaft.

Quelle: MA 2021, Basis: national, Schwankungsbreite: +/- 0,7 %; Brand Reach Studie, mindtake, Juni 2022

## GESAMTÜBERBLICK 2022

## THEMA DER WOCHE

## THEMENVIELFALT, KOMPETENZ UND SERVICE

Jede Woche präsentieren wir in der Kronen Zeitung ein spannendes „Thema der Woche“. Dabei setzt dieser Themenschwerpunkt auf einen starken optischen sowie serviceorientierten Charakter und bietet unseren 1,7 Mio. LeserInnen wertvolle Tipps, Inspiration und Entscheidungshilfe. Im adäquaten redaktionellen Umfeld generiert Ihre Werbebotschaft die volle Aufmerksamkeit. Nutzen Sie die Gelegenheit, Ihr Unternehmen in Österreichs größter Tageszeitung erfolgreich zu präsentieren!

SEPTEMBER			
● ● ● ● ●	Schulbeginn	01.09.2022	KW 35
● ● ● ● ●	Digitales Einkaufen	08.09.2022	KW 36
● ● ● ● ●	E-Mobilität	22.09.2022	KW 38

NOVEMBER			
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	Fußball-WM Katar	10.11.2022	KW 45
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	Welttoilettag	17.11.2022	KW 46
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	Kreislaufwirtschaft (Entsorgung und Themen)	24.11.2022	KW 47

OKTOBER			
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	Arbeitgeber – Schwerpunkt Lehre	01.10.2022	KW 39
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	Hygiene / Gebäudereinigung / Facility Management	06.10.2022	KW 40
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	Die schönsten Adventmärkte	20.10.2022	KW 42
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	Weltsparwoche	27.10.2022	KW 43

DEZEMBER			
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	Sicherheit/Prävention	01.12.2022	KW 48
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	Nachhaltig investieren und vorsorgen	08.12.2022	KW 49
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	Juweliere	15.12.2022	KW 50
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	Last-Minute-Shopper	22.12.2022	KW 51
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●	Steuertipps	29.12.2022	KW 52

Buchbar in der Kronen Zeitung, national und regional

Quelle: MA 2021, Basis: national, Schwankungsbreite: +/- 0,7 %;

THEMENSCHWERPUNKTE  
INHALT

Seite

- 03 ● Gesamtüberblick
- 04 ● Bildung & Karriere
- 05 ● Handel, Mode, Kosmetik
- 06 ● Mobilität
- 07 ● Immobilien & Interior
- 08 ● Finanzen & Recht

Seite

- 09 ● Nachhaltigkeit & Energie
- 10 ● Tourismus & Freizeit
- 11 ● Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12 ● Technik & Telekommunikation
- 13 ● Wirtschaft & Sport
- 14 ● Geschenke & Promotions

04

## BILDUNG & KARRIERE

Der Schulstart stellt Eltern wie auch Kinder jährlich vor große Herausforderungen. Mit der richtigen Vorbereitung fällt es leichter.

Thema der Woche	Erscheinungstermine	
<b>SCHULBEGINN</b> Schulvorbereitung beginnt zu Hause – mit der richtigen Einrichtung   Nervös am 1. Tag – Psychologen geben Tipps   Schulmode passend für jeden Tag   Gesunde Ernährung für Schulkinder   Nachhilfe   Ministerium	01.09.2022	KW 35
<b>ARBEITGEBER – SCHWERPUNKT LEHRE</b> Industrie   öffentlicher Dienst   Ministerium   Handel   Dienstleistungen   Auto   Service-Betriebe   Gastro	01.10.2022	KW 39

Buchbar in der Kronen Zeitung, national und regional

## TOP IN DER ZIELGRUPPE

	Kronen Zeitung
Fleiß hat für mich große Bedeutung	<b>84,3 %</b>
Bildung ist mir wichtig	<b>76,8 %</b>
Interesse an Aus- und Weiterbildung	<b>39,7 %</b>

Quelle: MA 2021, national, Strukturwerte

# Kronen Zeitung

Die Krone und ich.

## THEMENSCHWERPUNKTE INHALT

Seite

- 03 ● Gesamtüberblick
- 04 ● Bildung & Karriere
- 05 ● Handel, Mode, Kosmetik
- 06 ● Mobilität
- 07 ● Immobilien & Interior
- 08 ● Finanzen & Recht
- 09 ● Nachhaltigkeit & Energie
- 10 ● Tourismus & Freizeit
- 11 ● Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12 ● Technik & Telekommunikation
- 13 ● Wirtschaft & Sport
- 14 ● Geschenke & Promotions

Noch mehr Themen zu Bildung & Karriere finden Sie in unserem regelmäßigen Sonderthema

## KARRIEREPOOL STELLENMARKT



Code scannen und Schwerpunkte ansehen



## HANDEL, MODE, KOSMETIK

Auf Shoppingtour: Inspiration rund um die Themen Beauty und Kosmetik, Modetrends und Must-Haves am Schmucksektor.

Thema der Woche	Erscheinungstermine	
<b>SCHULBEGINN</b> Schulvorbereitung beginnt zu Hause - mit der richtigen Einrichtung   Nervös am 1. Tag - Psychologen geben Tipps   Schulmode passend für jeden Tag   Gesunde Ernährung für Schulkinder   Nachhilfe   Ministerium	01.09.2022	KW 35
<b>DIGITALES EINKAUFEN</b> Innovative Lösungen für den Einkauf der Zukunft   KI und deren Auswirkungen auf ein verändertes Einkaufsverhalten   Digitales Markenerlebnis	08.09.2022	KW 36
<b>ARBEITGEBER – SCHWERPUNKT LEHRE</b> Industrie   öffentlicher Dienst   Ministerium   Handel   Dienstleistungen   Auto   Service-Betriebe   Gastro	01.10.2022	KW 39
<b>DIE SCHÖNSTEN ADVENTMÄRKTE</b>	20.10.2022	KW 42
<b>FUSSBALL-WM KATAR</b> WM-Checkliste   Getränke   Snacks   Wintergrillen   Media Markt   Alternativen zum Fußball	10.11.2022	KW 45
<b>JUWELIERE</b>	15.12.2022	KW 50
<b>LAST-MINUTE-SHOPPER</b>	22.12.2022	KW 51

Buchbar in der Kronen Zeitung, national und regional

## TOP IN DER ZIELGRUPPE

	Kronen Zeitung
Interesse an Körper-, Hautpflege, Kosmetik, Frisuren	<b>53,9 %</b>
Shoppen/Einkaufsbummel als Freizeitbeschäftigung	<b>42,2 %</b>
Interesse an Mode, modischer Bekleidung	<b>39,2 %</b>

Quelle: MA 2021, Basis: national, Strukturwerte

## THEMENSCHWERPUNKTE INHALT

Seite

- 03 ● Gesamtüberblick
- 04 ● Bildung & Karriere
- 05 ● Handel, Mode, Kosmetik
- 06 ● Mobilität
- 07 ● Immobilien & Interior
- 08 ● Finanzen & Recht
- 09 ● Nachhaltigkeit & Energie
- 10 ● Tourismus & Freizeit
- 11 ● Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12 ● Technik & Telekommunikation
- 13 ● Wirtschaft & Sport
- 14 ● Geschenke & Promotions



## MOBILITÄT

Neue mobile Kultur: Veränderungen durch neue Produkte und Herausforderungen. Ein Blick in die Zukunft – so entwickelt sich die Mobilität weiter. Die Elektromobilität als Baustein für ein nachhaltiges und ressourcenschonendes Mobilitätssystem.

Thema der Woche	Erscheinungstermine	
<b>E-MOBILITÄT</b>	22.09.2022	KW 38
<b>ARBEITGEBER – SCHWERPUNKT LEHRE</b> Industrie   öffentlicher Dienst   Ministerium   Handel   Dienstleistungen   Auto   Service-Betriebe   Gastro	01.10.2022	KW 39

Buchbar in der Kronen Zeitung, national und regional

## TOP IN DER ZIELGRUPPE

	Kronen Zeitung
Mindestens ein Auto im Haushalt	<b>84,6 %</b>
Auto fahren als Freizeitbeschäftigung	<b>68,2 %</b>
Interesse an Auto, Motorrad	<b>30,5 %</b>

Quelle: MA 2021, Basis: national, Strukturwerte

# Kronen Zeitung

Die Krone  
und ich.

## THEMENSCHWERPUNKTE INHALT

Seite

- 03** ● Gesamtüberblick
- 04** ● Bildung & Karriere
- 05** ● Handel, Mode, Kosmetik
- 06** ● Mobilität
- 07** ● Immobilien & Interior
- 08** ● Finanzen & Recht
- 09** ● Nachhaltigkeit & Energie
- 10** ● Tourismus & Freizeit
- 11** ● Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12** ● Technik & Telekommunikation
- 13** ● Wirtschaft & Sport
- 14** ● Geschenke & Promotions

Noch mehr Themen zu  
Mobilität finden Sie in unserem  
regelmäßigen Sonderthema

## MOTOR



Code scannen  
und Schwerpunkte  
ansehen



## IMMOBILIEN & INTERIOR

Alles rund um die eigenen vier Wände. Facility Management und Hygiene. Badezimmer-trends für mehr Lebensqualität im Alter.

Thema der Woche	Erscheinungstermine	
<b>SCHULBEGINN</b> Schulvorbereitung beginnt zu Hause – mit der richtigen Einrichtung   Nervös am 1. Tag – Psychologen geben Tipps   Schulmode passend für jeden Tag   Gesunde Ernährung für Schulkinder   Nachhilfe   Ministerium	01.09.2022	KW 35
<b>HYGIENE / GEBÄUDEREINIGUNG / FACILITY MANAGEMENT</b> Legionelle im Vormarsch – ein Blick in unsere Wasserleitung   Liegt Händewaschen im Trend?	06.10.2022	KW 40
<b>WELTOILETTENTAG</b> WC's – andere Länder, andere Sitten   Altersgerechte Bäder	17.11.2022	KW 46

Buchbar in der Kronen Zeitung, national und regional

## TOP IN DER ZIELGRUPPE

	Kronen Zeitung
Interesse an Einrichten, Wohndesign	<b>49,2 %</b>
Wohnungs- bzw Hauskauf/-miete, Umbau/Renovierung geplant	<b>58,4 %</b>
Heimwerken als Freizeitbeschäftigung	<b>45,4 %</b>

Quelle: MA 2021, Basis: national, Strukturwerte

## THEMENSCHWERPUNKTE INHALT

Seite

- 03 ● Gesamtüberblick
- 04 ● Bildung & Karriere
- 05 ● Handel, Mode, Kosmetik
- 06 ● Mobilität
- 07 ● Immobilien & Interior
- 08 ● Finanzen & Recht
- 09 ● Nachhaltigkeit & Energie
- 10 ● Tourismus & Freizeit
- 11 ● Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12 ● Technik & Telekommunikation
- 13 ● Wirtschaft & Sport
- 14 ● Geschenke & Promotions

Noch mehr Themen zu Immobilien & interior finden Sie in unserem regelmäßigen Sonderthema

## BAUEN & WOHNEN



Code scannen und Schwerpunkte ansehen



## FINANZEN & RECHT

Wie man im Alltag sparen kann, keine Fristen mehr verpasst sowie weitere wertvolle Tipps und Ratschläge rund ums Geld.

Thema der Woche	Erscheinungstermine	
<b>WELTSPARWOCHE</b> Wichtigkeit des Spargedankens   Soziales Engagement	27.10.2022	KW 43
<b>NACHHALTIG INVESTIEREN UND VORSORGEN</b> Investieren in innovative Finanzprodukte   ESG-Konform   Grüne Investments	08.12.2022	KW 49
<b>STEUERTIPPS</b> Einreichfristen für Förderungen   Finanzamt   Wirtschaftskammer   Steuerberater   Förderungen	29.12.2022	KW 52

Buchbar in der Kronen Zeitung, national und regional

## TOP IN DER ZIELGRUPPE

	Kronen Zeitung
Interesse an Alterssicherung, Vorsorge	<b>40,4 %</b>
Interesse an Steuer, Recht	<b>38,6 %</b>
Interesse an Geldanlage, Kapitalanlage	<b>36,8 %</b>

Quelle: MA 2021, Basis: national, Strukturwerte

## THEMENSCHWERPUNKTE INHALT

Seite

- 03** ● Gesamtüberblick
- 04** ● Bildung & Karriere
- 05** ● Handel, Mode, Kosmetik
- 06** ● Mobilität
- 07** ● Immobilien & Interior
- 08** ● Finanzen & Recht
- 09** ● Nachhaltigkeit & Energie
- 10** ● Tourismus & Freizeit
- 11** ● Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12** ● Technik & Telekommunikation
- 13** ● Wirtschaft & Sport
- 14** ● Geschenke & Promotions

## NACHHALTIGKEIT & ENERGIE

Nachhaltige Entwicklungen, verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen und neue Umwelttechnologien.

Thema der Woche	Erscheinungstermine	
<b>E-MOBILITÄT</b>	22.09.2022	KW 38
<b>HYGIENE / GEBÄUDEREINIGUNG / FACILITY MANAGEMENT</b> Legionelle im Vormarsch – ein Blick in unsere Wasserleitung   Liegt Händewaschen im Trend?	06.10.2022	KW 40
<b>KREISLAUFWIRTSCHAFT (ENTSORGUNG UND THEMEN)</b> Kreislaufwirtschaft statt Wegwerfgesellschaft   Ressourcenmanagement fängt in regionalen Bereichen an   Umwelttechnologie   Für eine bessere Zukunft	24.11.2022	KW 47
<b>NACHHALTIG INVESTIEREN UND VORSORGEN</b> Investieren in innovative Finanzprodukte   ESG-Konform   Grüne-Investments	08.12.2022	KW 49

Buchbar in der Kronen Zeitung, national und regional

## TOP IN DER ZIELGRUPPE

	Kronen Zeitung
Umwelt-/Klimabewusstsein hat große Bedeutung für mich	<b>79,4 %</b>
Interesse an Natur, Umwelt	<b>76,5 %</b>
Für umweltfreundliche Produkte gebe ich mehr Geld aus:	<b>64,6 %</b>

Quelle: MA 2021, Basis: national, Strukturwerte

## THEMENSCHWERPUNKTE INHALT

Seite

- 03** ● Gesamtüberblick
- 04** ● Bildung & Karriere
- 05** ● Handel, Mode, Kosmetik
- 06** ● Mobilität
- 07** ● Immobilien & Interior
- 08** ● Finanzen & Recht
- 09** ● Nachhaltigkeit & Energie
- 10** ● Tourismus & Freizeit
- 11** ● Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12** ● Technik & Telekommunikation
- 13** ● Wirtschaft & Sport
- 14** ● Geschenke & Promotions



## TOURISMUS & FREIZEIT

Tipps und Aktivitäten rund ums Thema Freizeit, Inspiration für Ausflüge und Reisen im Advent.

Thema der Woche	Erscheinungstermine	
<b>FUSSBALL-WM KATAR</b> WM-Checkliste   Getränke   Snacks   Wintergrillen   Media Markt   Alternativen zum Fußball	10.11.2022	KW 45
<b>DIE SCHÖNSTEN ADVENTMÄRKTE</b>	20.10.2022	KW 42
<b>LAST-MINUTE-SHOPPER</b>	22.12.2022	KW 51

Buchbar in der Kronen Zeitung, national und regional

## TOP IN DER ZIELGRUPPE

	Kronen Zeitung
Interesse an Urlaub & Reisen	<b>60,1 %</b>
Interesse an Österreich-Urlaub	<b>73,3 %</b>
„Mir fehlt manchmal die Zeit für lange Kaufentscheidungen“	<b>31,4 %</b>

Quelle: MA 2021, Basis: national, Strukturwerte

## THEMENSCHWERPUNKTE INHALT

Seite

- 03 ● Gesamtüberblick
- 04 ● Bildung & Karriere
- 05 ● Handel, Mode, Kosmetik
- 06 ● Mobilität
- 07 ● Immobilien & Interior
- 08 ● Finanzen & Recht
- 09 ● Nachhaltigkeit & Energie
- 10 ● Tourismus & Freizeit
- 11 ● Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12 ● Technik & Telekommunikation
- 13 ● Wirtschaft & Sport
- 14 ● Geschenke & Promotions

Noch mehr Themen zu Reise & Tourismus finden Sie in unserem regelmäßigen Sonderthema

## REISEZEIT



Code scannen und Schwerpunkte ansehen



## GESUND, ERNÄHRUNG, GENUSS

Wissenswertes rund um gesunde Ernährung, die richtige Schulkause, die besten Snacks und wo man diese kaufen kann.

Thema der Woche	Erscheinungstermine	
<b>SCHULBEGINN</b> Schulvorbereitung beginnt zu Hause – mit der richtigen Einrichtung   Nervös am 1. Tag – Psychologen geben Tipps   Schulmode passend für jeden Tag   Gesunde Ernährung für Schulkinder   Nachhilfe   Ministerium	01.09.2022	KW 35
<b>DIGITALES EINKAUFEN</b> Innovative Lösungen für den Einkauf der Zukunft   KI und deren Auswirkungen auf ein verändertes Einkaufsverhalten   Digitales Markenerlebnis	08.09.2022	KW 36
<b>ARBEITGEBER- SCHWERPUNKT LEHRE</b> Industrie   öffentlicher Dienst   Ministerium   Handel   Dienstleistungen   Auto   Service-Betriebe   Gastro	01.10.2022	KW 39
<b>FUSSBALL-WM KATAR</b> WM-Checkliste   Getränke   Snacks   Wintergrillen   Media Markt   Alternativen zum Fußball	10.11.2022	KW 45
<b>LAST-MINUTE-SHOPPER</b>	22.12.2022	KW 51

Buchbar in der Kronen Zeitung, national und regional

### TOP IN DER ZIELGRUPPE

	Kronen Zeitung
Interesse an gesunder Ernährung	<b>79,8 %</b>
Verwende gerne Produkte aus biologischem Anbau	<b>66,9 %</b>
Interesse an Wellness, Fitness	<b>48,7 %</b>

Quelle: MA 2021, Basis: national, Strukturwerte

### THEMENSCHWERPUNKTE INHALT

Seite

- 03** ● Gesamtüberblick
- 04** ● Bildung & Karriere
- 05** ● Handel, Mode, Kosmetik
- 06** ● Mobilität
- 07** ● Immobilien & Interior
- 08** ● Finanzen & Recht
- 09** ● Nachhaltigkeit & Energie
- 10** ● Tourismus & Freizeit
- 11** ● Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12** ● Technik & Telekommunikation
- 13** ● Wirtschaft & Sport
- 14** ● Geschenke & Promotions

Noch mehr Themen zu Gesundheit, Ernährung, Genuss finden Sie in unserem regelmäßigen Sonderthema

### GESUND



Code scannen und Schwerpunkte ansehen



## TECHNIK & TELEKOMMUNIKATION

Neuigkeiten und Produktinnovationen aus Technik und Telekommunikation und Wissenswertes zum Thema Sicherheit und Prävention.

Thema der Woche	Erscheinungstermine	
<b>DIGITALES EINKAUFEN</b> Innovative Lösungen für den Einkauf der Zukunft   KI und deren Auswirkungen auf ein verändertes Einkaufsverhalten   Digitales Markenerlebnis	08.09.2022	KW 36
<b>ARBEITGEBER – SCHWERPUNKT LEHRE</b> Industrie   öffentlicher Dienst   Ministerium   Handel   Dienstleistungen   Auto   Service-Betriebe   Gastro	01.10.2022	KW 39
<b>FUSSBALL-WM KATAR</b> WM-Checkliste   Getränke   Snacks   Wintergrillen   Media Markt   Alternativen zum Fußball	10.11.2022	KW 45
<b>KREISLAUFWIRTSCHAFT (ENTSORGUNG UND THEMEN)</b> Kreislaufwirtschaft statt Wegwerfgesellschaft   Ressourcenmanagement fängt in regionalen Bereichen an   Umwelttechnologie   Für eine bessere Zukunft	24.11.2022	KW 47
<b>SICHERHEIT/PRÄVENTION</b> Gefahren im Internet   Kriminalprävention   Pflegeprävention	01.12.2022	KW 48

Buchbar in der Kronen Zeitung, national und regional

### TOP IN DER ZIELGRUPPE

	Kronen Zeitung
„Sicherheit und Ordnung haben für mich große Bedeutung“	<b>92,1 %</b>
Internetnutzung gestern	<b>66,8 %</b>
Interesse an Elektronik, Elektrotechnik	<b>31,0 %</b>

Quelle: MA 2021, Basis: national, Strukturwerte

### THEMENSCHWERPUNKTE INHALT

Seite

- 03** ● Gesamtüberblick
- 04** ● Bildung & Karriere
- 05** ● Handel, Mode, Kosmetik
- 06** ● Mobilität
- 07** ● Immobilien & Interior
- 08** ● Finanzen & Recht
- 09** ● Nachhaltigkeit & Energie
- 10** ● Tourismus & Freizeit
- 11** ● Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12** ● Technik & Telekommunikation
- 13** ● Wirtschaft & Sport
- 14** ● Geschenke & Promotions

## WIRTSCHAFT & SPORT

Breites Themenspektrum „Wirtschaft“ und Sport als bedeutender Wirtschaftsfaktor in Österreich.

Thema der Woche	Erscheinungstermine	
<b>FUSSBALL-WM KATAR</b> WM-Checkliste   Getränke   Snacks   Wintergrillen   Media Markt   Alternativen zum Fußball	10.11.2022	KW 45
<b>KREISLAUFWIRTSCHAFT (ENTSORGUNG UND THEMEN)</b> Kreislaufwirtschaft statt Wegwerfgesellschaft   Ressourcenmanagement fängt in regionalen Bereichen an   Umwelttechnologie   Für eine bessere Zukunft	24.11.2022	KW 47
<b>NACHHALTIG INVESTIEREN UND VORSORGEN</b> Investieren in innovative Finanzprodukte   ESG-Konform   Grüne Investments	08.12.2022	KW 49

Buchbar in der Kronen Zeitung, national und regional

## TOP IN DER ZIELGRUPPE

	Kronen Zeitung
Freizeitbeschäftigung: Selbst aktiv Sport betreiben	<b>52,7 %</b>
Interesse an Wirtschaft, wirtschaftlichem Geschehen	<b>50,1 %</b>
Interesse an Sport	<b>47,4 %</b>

Quelle: MA 2021, Basis: national, Strukturwerte

## THEMENSCHWERPUNKTE INHALT

Seite

- 03** ● Gesamtüberblick
- 04** ● Bildung & Karriere
- 05** ● Handel, Mode, Kosmetik
- 06** ● Mobilität
- 07** ● Immobilien & Interior
- 08** ● Finanzen & Recht
- 09** ● Nachhaltigkeit & Energie
- 10** ● Tourismus & Freizeit
- 11** ● Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12** ● Technik & Telekommunikation
- 13** ● Wirtschaft & Sport
- 14** ● Geschenke & Promotions

## GESCHENKE & PROMOTIONS

Auf der Suche nach dem perfekten Geschenk: Inspiration, Trends, die schönsten Adventmärkte und Tipps für Last-Minute-Shopper.

Thema der Woche	Erscheinungstermine	
<b>DIGITALES EINKAUFEN</b> Innovative Lösungen für den Einkauf der Zukunft   KI und deren Auswirkungen auf ein verändertes Einkaufsverhalten   Digitales Markenerlebnis	08.09.2022	KW 36
<b>DIE SCHÖNSTEN ADVENTMÄRKTE</b>	20.10.2022	KW 42
<b>WELTSPARWOCHE</b> Wichtigkeit des Spargedankens   Soziales Engagement	27.10.2022	KW 43
<b>FUSSBALL-WM KATAR</b> WM-Checkliste   Getränke   Snacks   Wintergrillen   Media Markt   Alternativen zum Fußball	10.11.2022	KW 45
<b>JUWELIERE</b>	15.12.2022	KW 50
<b>LAST-MINUTE-SHOPPER</b>	22.12.2022	KW 51

Buchbar in der Kronen Zeitung, national und regional

## TOP IN DER ZIELGRUPPE

	Kronen Zeitung
„Nutze gerne Rabattgutscheine/Sonderangebote.“	<b>71,9 %</b>
„Ohne Werbung wüsste man viel weniger über das Angebot“	<b>56,6 %</b>
Shoppen/Einkaufsbummel als Freizeitbeschäftigung	<b>42,2 %</b>

Quelle: MA 2021, Basis: national, Strukturwerte

## THEMENSCHWERPUNKTE INHALT

Seite

- 03** ● Gesamtüberblick
- 04** ● Bildung & Karriere
- 05** ● Handel, Mode, Kosmetik
- 06** ● Mobilität
- 07** ● Immobilien & Interior
- 08** ● Finanzen & Recht
- 09** ● Nachhaltigkeit & Energie
- 10** ● Tourismus & Freizeit
- 11** ● Gesundheit, Ernährung, Genuss
- 12** ● Technik & Telekommunikation
- 13** ● Wirtschaft & Sport
- 14** ● **Geschenke & Promotions**

Noch mehr Themen zu Geschenke & Promotions finden Sie in unserem saisonalen Geschenke-Ideen in der Krone bunt.

## GESCHENKE-IDEEN



Code scannen  
und mehr erfahren



# Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) „Anzeigen und Werbung“

# MediaPrint

der Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co. KG (Vertragspartner; in der Folge kurz „Verlag“)  
Muthgasse 2, 1190 Wien, FN 3394t des Handelsgerichts Wien, Tel.: +43 (0)5 1727-0, Web: [www.kroneanzeigen.at](http://www.kroneanzeigen.at)  
Kontakt: Anzeigenservice Kronen Zeitung/krone.at  
Tel. 05 1727 - 23127, Fax 01/368 42 97, E-Mail [office@kroneanzeigen.at](mailto:office@kroneanzeigen.at)

## 1. Geltungsbereich

- Diese AGB liegen – in der bei Vertragsabschluss geltenden Fassung – allen Geschäftsbeziehungen aus Anzeigen-, Beilagen- und sonstigen Werbeaufträgen für die vom Verlag verbreiteten bzw. diesbezüglich vermarkteten Print- und Online-Medien, insb. die Kronen Zeitung, deren periodische Supplements/Beilagen, deren Magazine und Sonderjournale sowie deren Online-Auftritt krone.at, zugrunde, soweit sich aus schriftlich bestätigten Einzelvereinbarungen nichts Abweichendes ergibt. Weitere Grundlagen jedes Auftragsverhältnisses sind die auf der oben angegebenen Website veröffentlichten aktuellen **Print-Anzeigentarife** und allenfalls ergänzende bzw. spezifische Verlagsangaben zu bestimmten Werbeformen (zB **Beilagen** oder **Online-Werbung**).
- Entgegenstehende oder ergänzende Bestimmungen fremder AGB werden selbst bei Kenntnis nur insoweit Vertragsbestandteil, als ihrer Geltung schriftlich zugestimmt wird. Allfällige AGB des Kunden (Auftragsgebers/Inserten) widerspricht der Verlag ausdrücklich.
- Unter „(Werbe-)Einschaltungen“ sind im Rahmen dieser AGB neben Inseraten bzw. (Klein-)Anzeigen im Zweifel insb. auch Fremdbeilagen, Sonderwerbformen aller Art (zB Tip-On-Cards, Promotions) und sämtliche Online-Werbeformen gleich welchen Inhalts zu verstehen.
- Wird im Folgenden explizit auf „Verbraucher“ oder „Unternehmer“ Bezug genommen, so betrifft die entsprechende Regelung nur die jeweils genannte, im Sinn des § 1 KSchG zu definierende Kundengruppe.

## 2. Vertragsabschluss

- Der Verlag lädt, insb. auch durch Bereitstellung spezieller Online-Services, Interessenten ein, Vertragsangebote für Werbeeinschaltungen zu stellen; diese Einladung ist freibleibend und unverbindlich. Mit der Bestellung einer bestimmten Werbeleistung (Auftragserteilung) erklärt der Kunde sein bindendes Angebot.
- Das Vertragsangebot muss grundsätzlich schriftlich erfolgen, Wortanzeigen können jedoch auch telefonisch oder über die Online-Plattformen bzw. in den Annahmestellen des Verlags aufgegeben werden.
- Der Verlag kann das Angebot (die Bestellung) durch Zusendung einer Auftragsbestätigung oder unmittelbare Ausführung der Leistung (insb. Schaltung der Anzeige) annehmen, womit der Vertrag jeweils rechtswirksam zustande kommt, oder es – auch ohne Angabe von Gründen bzw. gegebenenfalls teilweise – ablehnen.
- Der konkrete Auftragsinhalt wird durch die schriftliche Bestätigung beiderseits verbindlich definiert; mündliche Erklärungen von Mitarbeitern binden den Verlag nicht.
- Jede Änderung von abgeschlossenen Verträgen setzt die schriftliche Zustimmung des Verlags voraus.

## 3. Widerrufs- bzw. Rücktrittsrecht von Verbrauchern

- Verbraucher sind gesetzlich berechtigt, ihre außerhalb von Geschäftsräumlichkeiten des Verlags bzw. im Fernabsatz (§ 3 Z 1-3 FAGG) abgegebenen Vertragsverpflichtungen (Bestellungen) zu widerrufen bzw. nach erfolgter Annahme binnen 14 Tagen ab dem Tag des Abschlusses ohne Angabe von Gründen vom Vertrag zurückzutreten. Grundsätzlich kein Widerrufs-/Rücktrittsrecht besteht daher in Bezug auf direkt in den Niederlassungen oder an den ständigen Annahmestellen des Verlags erteilte Einschaltungsaufträge.
- Das Widerrufs- bzw. Rücktrittsrecht ist zudem ausgeschlossen, wenn der Verlag die vertragliche Dienstleistung (Anzeigenschaltung) auf ausdrückliches Verlangen des Verbrauchers und nach dessen bestätigter Kenntnisnahme des damit verbundenen Rücktrittsrechtsverlusts bereits vor Ablauf der Rücktrittsfrist vollständig erbracht hat.
- Zur Ausübung des Rücktrittsrechts ist der Verlag innerhalb der 14-tägigen Frist (rechtzeitige Absendung genügt) mittels eindeutiger schriftlicher Erklärung an eine der oben oder allenfalls ergänzenden angegebenen Kontaktadressen darüber zu informieren, dass die Bestellung bzw. der Vertrag widerrufen werden soll; wahlweise kann dafür auch das unter [www.kroneanzeigen.at/widernf](http://www.kroneanzeigen.at/widernf) bereit gestellte Musterformular verwendet (bzw. gleich online ausgefüllt und übermittelt) werden.
- Als Folge eines wirksamen Widerrufs werden allenfalls bereits entrichtete Zahlungen unverzüglich, spätestens aber binnen 14 Tagen ab Eingang der Mitteilung – mangels anderweitiger Vereinbarung auf die Art und Weise der ursprünglichen Transaktion und jedenfalls unentgeltlich – rückerstattet. Hat der Verbraucher den Leistungsbeginn vor Ablauf der Widerrufsfrist verlangt, kann ihm der Verlag jedoch einen angemessenen Betrag in Rechnung stellen, der dem Verhältnis der bis zum Widerruf bereits erbrachten zur vertraglich insgesamt vorgesehenen Dienstleistung entspricht.

## 4. Mitwirkungspflichten des Kunden / Anzeigeninhalte

- Der Kunde hat die zu schaltenden Inhalte (zB. Lichtbilder, Texte, Grafiken etc.) im Folgenden kurz „Anzeigeninhalte“ bzw. die zu verbreitenden Beilagen oder sonstigen Werbemittel in den vom Verlag vorgegebenen Formaten fristgerecht, mängelfrei und vollständig bereitzustellen. Dabei ist insb. der Anzeigen- bzw. Druckunterlagenschluss zu beachten.
- Druckinhalte sind gemäß den **allgemeinen Repro-Richtlinien des „IG Austria Druckstandards Zeitungen“** bzw. der **ÖNORM A 1503 sowie den Verlagsrichtlinien digitaler Datenübertragung** (abrufbar auf der oben angegebenen Verlagswebsite unter der Rubrik „Technik“) bereitzustellen. Unternehmer sind verpflichtet, sich vor Auftragserteilung über diese Standards zu informieren.
- Der Kunde trägt die Gefahr der Übermittlung von Anzeigeninhalten und Werbemitteln/Beilagen, insb. die Gefahr des (teilweisen) Verlustes und der Veränderung. Bei telefonischer Übermittlung trägt der Kunde auch die Gefahr von Hör- oder Satzfehlern.
- Der Kunde garantiert, dass die zu schaltenden bzw. zu verbreitenden Anzeigeninhalte/Beilagen keine Rechte Dritter, insb. Urheber-, Leistungsschutz-, Persönlichkeits-, Kennzeichen-, Marken- und Designrechte, oder geltende Rechtsnormen, insb. das UWG, das UGB, das das Medieng, die DSGVO, das DSG oder das SGB, verletzen.
- Unternehmer garantieren darüber hinaus, sich mit der Rechtslage auseinandergesetzt und ein Rechtclearing vorgenommen zu haben. Soweit Inseraten von generellen Werbebeschränkungen betroffen sind (zB Arzneimittel, Tabakwaren, Alkohol, Glücksspiel) oder spezifische gesetzliche Auflagen von der Inhalt von Inseraten bestehen (zB gemäß GIBG, EAVG, Immobilienmaklerverordnung), sind Unternehmer zu entsprechend erhöhter Sorgfalt hinsichtlich Gestaltung und Kontrolle übermittelter Sujets verpflichtet. Hinsichtlich der Bewerbung von Kunden veranstalteter Preisausschreiben weist der Verlag auf deren allfällige Glücksspielabgabepflicht gemäß § 58 Abs. 3 GSpG hin.
- Der Kunde verpflichtet sich demnach, den Verlag, den bzw. die jeweiligen Medieninhaber sowie deren Organe und Erfüllungsgehilfen hinsichtlich sämtlicher Ansprüche Dritter, die sich aus oder im Zusammenhang mit einer beauftragten Werbeeinschaltung ergeben, vollständig schad- und klaglos zu halten. Bei Ansprüchen nach dem UWG gilt dies unabhängig davon, ob sie von Mitbewerbern des Inserenten bzw. Auftraggebers oder des Verlags geltend gemacht werden. Gerichtlich aufgetragene Veröffentlichungen hat der Verlag keinesfalls zu prüfen; sie sind nach dem jeweils anzuwendenden Anzeigentarif zu ersetzen. Die Ersatzpflicht des Kunden umfasst insb. auch sämtliche zweckentsprechenden Vertretungs- und Verfahrenskosten infolge außergerichtlicher oder gerichtlicher Abwehr von Ansprüchen Dritter. Die Auswahl der Rechtsvertretung obliegt dabei alleine dem Verlag. Bei begründeter Annahme zu Recht erhobener Ansprüche kann der Verlag zur Vermeidung weiterer Kosten auch ohne Zustimmung des Kunden Vergleiche schließen. Im Übrigen hat der Kunde den Verlag bei der Abwehr von Ansprüchen Dritter bestmöglich zu unterstützen.

## 5. Auftragsdurchführung

- Der Verlag ist berechtigt, aber nicht verpflichtet, übermittelte bzw. gewünschte Anzeigeninhalte und Werbemittel zu prüfen, und kann diese gegebenenfalls ohne Angabe von Gründen zurückweisen. Erfolgt die Ablehnung wegen der Gefahr von Rechtsverletzungen durch die Veröffentlichung, bleibt der Anspruch auf das Einschaltungsentgelt unberührt. Der Kunde ist jedoch berechtigt, modifizierte Inhalte zu liefern, deren Schaltung erforderlichenfalls auch zu einem späteren Termin erfolgen kann.
- Der Verlag ist weiters nicht zur Kontrolle vom Kunden beigestellter Anzeigeninhalte oder Beilagen auf sachliche Vollständigkeit, Richtigkeit und (Typ-)Fehlerfreiheit verpflichtet. Er behält sich ausdrücklich vor, offenkundig fehlerhafte Anzeigeninhalte zu korrigieren und bei Wortanzeigen gegebenenfalls sinnwahrende Abkürzungen vorzunehmen.
- Der Verlag ist berechtigt, entgeltliche Einschaltungen bei Bedarf – auch ohne Rücksprache mit dem Kunden – im Sinn des § 26 Medieng zu kennzeichnen.
- Der Verlag behält sich vor, bei nicht offensichtlich unberechtigter Geltendmachung von Ansprüchen durch Dritte, behördlichen Beanstandungen, Verfahren vor dem Werberat oder sonstigen rechtlichen bzw. ethischen Komplikationen die Schaltung betroffener Anzeigen auszusetzen, Änderungen zu verlangen oder vom Inserationsvertrag zurückzutreten.
- Der Verlag ist zudem berechtigt, Dritten, die ein entsprechendes rechtliches Interesse darlegen, insb. nicht offensichtlich unbegründete Ansprüche aus Rechtsverletzungen im Zusammenhang mit veröffentlichten Einschaltungen oder Beilagen behaupten, Name/Firma und Anschrift des Auftraggebers bekannt zu geben.
- Den Verlag trifft keine Pflicht, übermittelte Anzeigeninhalte/Beilagen nach Auftragsausführung aufzubewahren, zurückzusenden oder zu löschen.
- Probebezüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und auf Kosten des Kunden hergestellt. Mangels Rückmeldung innerhalb gesetzter bzw. angemessener Frist gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
- Farbabweichungen gegenüber dem Original bleiben aus drucktechnischen Gründen vorbehalten.
- Besondere Platzierungen können mit entsprechenden Entgeltszuschlägen verbunden sein (siehe Angaben in den jeweiligen Tariflisten).

- Bei Wortanzeigen ist eine Berücksichtigung von Platzierungswünschen innerhalb der gewählten bzw. passenden Rubrik nicht möglich.
- Geplante Erscheinungstermine können aus technischen Gründen ohne daraus ableitbare Entgeltsminderungs-, Rücktritts- oder Schadenersatzansprüche verschoben werden, soweit damit keine Beeinträchtigung des Einschaltungszwecks verbunden ist. Generell leistet der Verlag für das Erscheinen in bestimmten Ausgaben oder für bestimmte Platzierungen nur insoweit Gewähr, als dahingehende Spezifikationen in schriftlichen Auftragsbestätigungen explizit zugesagt wurden.
  - Der Verlag übernimmt grundsätzlich keine eingeschriebenen Zusendungen auf Chiffreanzeigen. Eingelangte Chiffrebriefe werden mangels anderer Vereinbarung (hinsichtlich Weiterleitung an den Kunden) 4 Wochen aufbewahrt und bei Nichtabholung danach vernichtet. Eine Haftung des Verlags für Nachteile durch unchiffriertes Erscheinen einer als Chiffreanzeige beauftragten Einschaltung oder durch den Verlust von Einsendungen ist ausgeschlossen.

## 6. Verrechnung / Zahlungsbedingungen

- Die Errechnung des konkreten Einschaltungsentgelts erfolgt nach den bei Vertragsabschluss gültigen Anzeigentarifen bzw. sonst maßgeblichen Preisinformationen. Allfällige Preisänderungen treten gegenüber Unternehmern auch im Rahmen ständiger Geschäftsbeziehung grundsätzlich sofort für die Zukunft in Kraft. Alle angegebenen Preise verstehen sich inklusive allerfalliger Nebenkosten, der Werbeabgabe und der gesetzlichen Umsatzsteuer. Verbrauchern gegenüber werden stets Inklusivpreise genannt. Für Sonderbeilagen, Sonderseiten und politische Werbung können eigene Konditionen festgesetzt werden.
- Reicht die beauftragte Anzeigengröße für die gewünschte Layout-Gestaltung oder die Einhaltung der vorgegebenen Schriftgröße nicht aus, hat der Kunde die volle erforderliche Abdruckhöhe zu bezahlen. Anzeigen, deren Höhe 90% des Satzspiegels übersteigt, werden mit der gesamten Blattohne (Satzspiegel) berechnet.
- Die Gewährung von Umsatzrabatten setzt voraus, dass vom Kunden spätestens mit der ersten Schaltung die schriftliche „Umsatzrabatt-Anmeldung“ übermittelt wurde. Alle Rabattvereinbarungen stehen unter der auflösenden Bedingung eines Zahlungsverzugs oder einer Insolvenzverfahrenseröffnung. Rabatte sind im Zweifel nicht kombinierbar. Das für die Berechnung relevante Rabattjahr entspricht dem Kalenderjahr. Aufträge, die bereits vor Abschluss der Rabattvereinbarung erteilt wurden, können in die Abrechnung nicht (rückwirkend) mit einbezogen werden. Rabatte werden je nach Vereinbarung sofort bei Rechnungslegung berücksichtigt oder nach Jahresablauf gutgeschrieben; der Verlag behält sich Änderungen der Verrechnungsart jederzeit vor. Maßstab für (Umsatz-)Rabatte und sonstige Sonderkonditionen sind allein tatsächlich realisierte Umsätze. Wird das gemäß jeweiligem Staffelf- bzw. Tarifklassensystem und/oder sonst vereinbarten Vorgaben erforderliche Mindestvolumen anrechenbarer Schaltungen nicht erreicht, werden allenfalls zu Unrecht vorweg berücksichtigte Rabattbeträge am Ende des Rabattjahres zuzüglich Zinsen in Höhe von 14% p.a. nachverrechnet.
- Rechnungen sind sofort nach Erhalt zur Zahlung fällig. Zahlungen haben ohne Abzug zu erfolgen. Überweisungen gelten als rechtzeitig, wenn der Rechnungsbetrag spätestens 8 Tage nach dem Rechnungsdatum dem Verlagskonto gutgeschrieben (Unternehmer) bzw. überwiesen (Verbraucher) wird.
- Unternehmer haben Rechnungsreklamationen binnen 4 Wochen ab Ausstellungsdatum (einlangend) schriftlich geltend zu machen.
- Bei Zahlungsverzug bzw. -verweigerung des Kunden oder Beantragung/Eröffnung eines Insolvenzverfahrens über dessen Vermögen kann der Verlag sämtliche dem Betroffenen gegenüber ausstehenden Forderungen ungeachtet des Titels fällig stellen. Hat der Verlag Raten- oder Teilzahlung gewährt, gilt dies bei Verzug mit auch nur einer Zahlung jedenfalls in Bezug auf alle noch offenen Teilbeträge (Terminverlust). Für die Dauer der Saumnis des Kunden kann der Verlag zudem die Durchführung von Einschaltungen einstellen bzw. aussetzen (Zurückbehaltungsrecht); die Verpflichtung des Kunden zur Zahlung fortlaufender Entgelte bleibt diesfalls aufrecht. Vereinbarte Rabatte, Provisionen oder sonstige Vergünstigungen gelten im Verzugs- oder Insolvenzfall als verwirkt. Gegenüber Verbrauchern treten vorstehende Verzugsfolgen nach erfolgloser Mahnung mit diesbezüglichen Hinweisen und mindestens 7-tägiger Nachfrist ein.
- Es gelten Verzugszinsen in Höhe von 14% p.a. (Unternehmer) bzw. 4% p.a. (Verbraucher) als vereinbart. In jedem Saumnisfall ist der Verlag zudem berechtigt, € 5,- an Spesen pro eigener Mahnung zu verrechnen und/oder die Angelegenheit einem Inkassobüro bzw. Rechtsanwalts zur weiteren Betreuung zu übergeben. Die zweckentsprechenden Kosten externer Betreuung sind ebenso vom Kunden zu ersetzen.
- Zahlungen werden grundsätzlich zuerst auf Kosten und Spesen, dann auf Zinsen und zuletzt auf das Kapital angerechnet. Der Verlag ist jedoch berechtigt, eingehende Zahlungen zuerst auf die älteste Forderung anzurechnen.
- Sämtliche mit der Vornahme von Zahlungen verbundenen Nebenkosten, insbesondere Bankspesen, trägt zur Gänze der Auftraggeber. Dies gilt auch für Spesen, die durch eine weder dem Verlag noch der Empfängerbank zuzurechnende Nichtdurchführung von Lastschriften seitens des Kreditinstituts des Auftraggebers entstehen. Soweit mit derartigen Kosten der Verlag belastet wird, werden sie dem Auftraggeber weiterverrechnet.
- Der Verlag behält sich vor, die Auftragsannahme ohne Angabe von Gründen und die Fortsetzung der Auftragsdurchführung insb. bei Zahlungsverzug des Kunden von teilweiser oder vollständiger Vorauszahlung abhängig zu machen.

## 7. Gewährleistung / Haftung

- Der Verlag leistet für eine (vereinbarungsgemäß) richtige und vollständige sowie den technischen Standards entsprechende Anzeigendarstellung im Rahmen entgeltlicher Aufträge Gewähr nach den Bestimmungen der §§ 922 ff ABGB. Für unentgeltliche Verlagsleistungen oder einen bestimmten Erfolg von Einschaltungen besteht keine Gewährleistungspflicht. Misslingt die Erfüllung seitens des Verlags, ist er nach eigener Wahl primär zur Mängelbeseitigung durch Verbesserung, Verlängerung, Nachtrag oder Austausch berechtigt; Preiserminderungsansprüche entstehen nur, soweit eine sonstige Behebung dem Kunden unzumutbar ist.
- Für geringfügige Mängel/Minderleistungen ist im betreffenden Umfang jegliche Gewährleistung bzw. Haftung ausgeschlossen. Insbesondere werden durch ein die Lesbarkeit nicht wesentlich beeinträchtigendes Überdrucken von Wortanzeigen mit Farbe („shadow print“) oder durch vom Verlag zu vertretende Druckfehler, die den Sinn der Einschaltung unberührt lassen, keinerlei Ersatz- oder Preiserminderungsansprüche des Kunden begründet.
- Jegliche Schadenersatzhaftung des Verlags und seiner Organe, Mitarbeiter oder Gehilfen ist – mit Ausnahme von Personenschäden – dem Grunde nach auf grob schuldhaftes Verhalten beschränkt. Eine Haftung für entgangene Gewinne, Folge- und andere mittelbare Schäden sowie für Schäden, die durch Nichterscheinen einer Werbeeinschaltung an einem bestimmten Tag oder durch Druck-, Satz- oder Platzierungsfehler verursacht wurden, wird generell ausgeschlossen.
- Gegenüber Unternehmern gilt zudem Folgendes:
  - Allfällige Reklamationen sind bei sonstigem Verlust von Gewährleistungs- und sonstigen Ersatzansprüchen innerhalb von 5 Tagen ab Erscheinen der Einschaltung/Beilage (einlangend) schriftlich und begründet geltend zu machen, widrigenfalls die Verlagsleistung als genehmigt gilt (Mängelrüge).
  - Der Verlag übernimmt keine Haftung für die vom Kunden beigestellten Daten/Informationen und Werbemittel jeglicher Art; sich daraus ergebende Satzfehler und andere Mängel hat allein der Kunde zu vertreten. Die Verwendung durch den Verlag erfolgt unter Beachtung der üblichen Sorgfalt; der Verlag haftet nicht für Beschädigung oder Verlust.
  - Der Verlag gewährleistet eine drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe auf Basis der vom Kunden beigestellten, den insb. in Punkt 4.2 genannten Vorgaben entsprechenden Druckunterlagen, Probedrucke und Proofs, die nicht auf Zeitungspapier oder mit simulierter Papierweise bzw. nicht mit angegebener Farbpalette, simulierter Punktzuahme und Farbanahme des Zeitungsdrucks erstellt sind, stellen keine farberbindlichen Vorlagen dar.
  - Da die Produktion auf Schnellaufautomaten erfolgt, kann bei Sonderwerbformen (Kleber, Beifeher, Tip-on-Cards usw.) aus technischen Gründen eine 100%ige Streuung nicht garantiert werden. Hier gilt eine Toleranzgrenze von 5% als vereinbart.

## 8. Schlussbestimmungen

- Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle im Zusammenhang mit der Rechtsbeziehung zwischen Kunden und Verlag entstehenden Streitigkeiten einschließlich Vor- und Nachwirkungen von Einschaltungsverträgen ist Wien. Gegenüber Verbrauchern gilt dieser Gerichtsstand für Klagen des Verlags nur, wenn sie zum Zeitpunkt des Vertragsabschlusses in Wien ihren Wohnsitz bzw. gewöhnlichen Aufenthalt haben oder ihrer Beschäftigung nachgehen. Es gilt jedoch jedenfalls ein österreichischer Gerichtsstand als vereinbart.
- Mit Ausnahme der Verweisungsnormen und des UN-Kaufrechts ist ausschließlich österreichisches Recht anzuwenden.
- Sollten einzelne Bestimmungen dieser AGB oder des Einschaltungsvertrags ganz oder teilweise unwirksam sein oder werden, berührt dies die Gültigkeit der jeweils übrigen Bestimmungen nicht. Anstelle einer unwirksamen Bestimmung gilt die dieser wirtschaftlich am nächsten kommende zulässige Regelung als vereinbart.
- Sämtliche Vertragsänderungen oder -ergänzungen bedürfen der Schriftform; dies gilt auch für ein Abgeben von dieser Regelung. Die Versendung per E-Mail oder Fax bzw. das Anklicken vorgesehener Buttons auf Websites des Verlags oder mit diesem verbundene Unternehmen genügt dem Schriftlichkeitsfordernis.
- Soweit natürliche Personen bezeichnende Begriffe nur in männlicher Form angeführt werden, sind stets gleichermaßen Frauen und Männer gemeint.

Stand: 01.01.2021

## WIR SIND FÜR SIE DA.

### NATIONAL

#### **THOMAS GROJER**

Branchenleitung Motor & Tourismus,  
Dienstleistungen, Bauen & Wohnen, Handel  
Mobil: +43 (0)664 60 700 23989  
thomas.grojer@mediaprint.at

#### **MAG. THOMAS KREUZER**

Branchenleitung Special Accounts, Pharmacie,  
Handel Sport/Versand, Leitung Agenturbetreuung  
Mobil: +43 (0)664 60 700 23878  
thomas.kreuzer@mediaprint.at

### REGIONAL

#### **WIEN, NIEDERÖSTERREICH, BURGENLAND**

##### **HARALD AHORNER**

Verkaufsleitung  
Wien, Niederösterreich & Burgenland  
Mobil: +43 (0)664 60 700 23850  
harald.ahorner@mediaprint.at

#### **STEIERMARK**

##### **ALFRED MARKUS**

Anzeigenleitung  
Steiermark  
Mobil: +43 (0)664 60 700 56790  
alfred.markus@mediaprint.at

#### **OBERÖSTERREICH**

##### **PETER HAUNSCHMIDT**

Regionalleitung  
Oberösterreich  
Mobil: +43 (0)664 60 700 54114  
peter.haunschmidt@mediaprint.at

#### **KÄRNTEN**

##### **GERDA WALLNER**

Assistenz Regionalleitung  
Kärnten  
Mobil: +43 (0)664 60 700 52222  
gerda.wallner@mediaprint.at

#### **SALZBURG**

##### **BRIGITTE PUTZHAMMER**

Assistenz Regionalleitung  
Salzburg  
Tel.: +43 (0)5 1727 55775  
brigitte.putzhammer@mediaprint.at

#### **TIROL**

##### **MAG. WOLFGANG KOS**

Anzeigenleitung  
Tirol  
Mobil: +43 (0)664 60 700 57206  
wolfgang.kos@mediaprint.at



Gerne beraten wir Sie persönlich und  
entwickeln Ihre maßgeschneiderte  
Kommunikationslösung

Ihre persönlichen  
Ansprechpartner finden Sie auf  
**[kroneanzeigen.at/kontakt](http://kroneanzeigen.at/kontakt)**