Frühjahr 2026 / Euro 12,–
ExtraDienst | FaktuM | Elite | Checklist
mucha.at

extraausgabe

Jubiläumsausgabe 50 Jahre Mucha Verlag
MG MedienGruppe



MUCHA VERLAG

philoro

ZEIT IST GOLD:

DEIN GOLDSPARPLAN

- keine Einrichtungsgebühr
- keine Mindestlaufzeit
- keine Lagergebühren
- flexible Sparrate ab 25 € / Monat
- unkompliziert und transparent

JETZT ABSCHLIESSEN!



VIEL GOLD. VIEL ZUKUNFT.
philoro.at/sparplan



SCHON AB
25 EUR
IM MONAT!

FOCUS MONEY
BESTER
ANBIETER VON GOLD-SPARPLÄNEN
Note Sehr Gut
11 weitere Unternehmen erhielten die Note Sehr Gut
Ausgabe 21/2024
DFSI RATINGS



Pierce Brosnan & Paris Brosnan

SPAR

PREMIUM

Luxus für jeden Tag.



oe24 &

ERST

KN

1 Mi

Leser pro Tag

CrossMediaReichweite+: ÖSTERREICH/oe24 und oe24.at mit 12,5% Reichweite am Tag

Sensationelle Werte für ÖSTERREICH/oe24-Kombi und oe24.at in der neuen CrossMediaAusweisung+ der Media-Analyse für 2025. Mit bereits 979.000 Lesern Print, Online und Newsletter jeden Tag.



ÖSTERREICH

MALS APP

1 Million

Print , Online & Newsletter

Junge Zielgruppe: Bereits 17,4% bei den 30- bis 39- Jährigen, das sind 219.000 LeserInnen täglich

Besonders erfolgreich sind die gestern veröffentlichten Reichweiten bei den jungen Kernzielgruppen. Bereits 219.000 30- bis 39-Jährige lesen ÖSTERREICH/oe24-Kombi/oe24.at in Print, Online und als Newsletter!

Quelle: Media-Analyse 2025 CMR+, Kategorie Tageszeitungen, Schwankungsbreiten auf www.media-analyse.at/Signifikanz. Bei den CMR- und CMR+Werten erfolgt eine Justierung an den Werten der Österreichischen Webanalyse (ÖWA).



go international
= Bundesministerium Wirtschaft, Energie und Tourismus
WKO AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

WKO AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

28 | 05 | 2026
WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH

EXPORT TAG 26

TOGETHER. WE SHAPE TOMORROW.

Österreichs wichtigstes Event für neue Märkte und globale Chancen.

Am 28. Mai 2026 bringt der Exporttag 26 mehr als 60 WKÖ Wirtschaftsdelegierte aus aller Welt nach Wien und bietet Keynotes zu aktuellen Themen rund um Geopolitik, Wachstumsmärkte und Innovation sowie zahlreiche praxisnahe Workshops für Ihren unternehmerischen Erfolg.

Nutzen Sie Einzelgespräche, Panels und Deep Dives, um neue Märkte zu erschließen und globale Chancen in konkrete Geschäftserfolge zu verwandeln.

Einfach
QR Code scannen
und teilnehmen.

Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien

JETZT KOSTENLOS ANMELDEN
EXPORTTAG.AT

Wer braucht den ORF?



DALL:E

Schlankfunk-Begehren

Von Roland Weißmann über Pius Strobl, Oliver Böhm bis zu Thomas Prantner. Jede Woche ein neuer Skandal. Jetzt reicht es den Zwangs-Gebührenzahlern..... Seite **20**

Auf rauer See

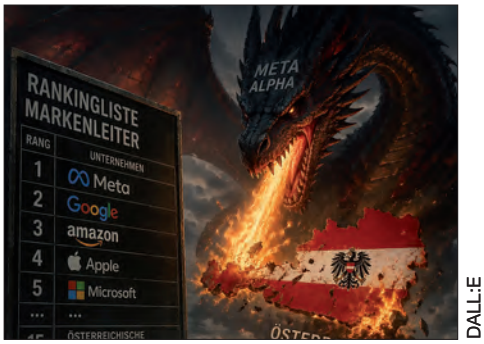


DALL:E

Rankinglist Kommunikator

In unserer diesjährigen Kommmunikatorliste werden Sie eine Reihe bekannter Namen vermissen. Die Erklärung: Die waren einfach nicht gut genug für die Top 124..... Seite **31**

Wenn Drachen lachen



DALL:E

Rankinglist Marketing- und Werbechefs

Unzählige Neubesetzungen in der Branche. Wegen der Krisen dieser Welt sind die Anforderungen für Marketer und Werber dramatisch härter geworden ..... Seite **57**

ED Inhalt

Extraausgabe 2026

PRINTED IN AUSTRIA

Sonder-Teil
Dieses Heft wird mit einer Sonderbeilage, die einen Bericht über das 50-Jahr-Jubiläumsfest am 27.4.2026 enthält, ergänzt.

EDITORIAL

Vom armen Schlucker aus dem Gemeindebau zum „Promi“ im Schloss. Christian W. Mucha blickt auf fünf Jahrzehnte zurück und verrät, warum Luxus und Tand für ihn passé sind. Und wie er es geschafft hat, gegen alle Widerstände unser Verlagshaus auf großer Flughöhe fünf Jahrzehnte lang zu halten..... 11



COVER-STORY

Der Traum - ein Lebenswerk
Auf jeweils einer Doppelseite dokumentieren wir in unserer Titelgeschichte ein Jahrzehnt unserer Verlagsgeschichte. Unsere Stories, unsere Scoops, unsere Aufdeckreportagen, unsere kreativen, witzigen Einfälle. All dies eingebettet in die wichtigsten Ereignisse des Weltgeschehens. 104

STORY

Wer braucht den ORF?
Schlimmer geht‘s nimmer. Der Österreichische Rundfunk ist in die schwerste Krise seiner Geschichte gestürzt. Jetzt hilft nur mehr ein totaler Restart. 20

Auf rauer See
15 Juroren kürten die 124 wichtigsten Kommunikatoren des Landes. In geheimer Wahl. Hier lesen Sie, wer sich über Wasser hielt. Und wem die Flut bis zum Hals steht..... 31

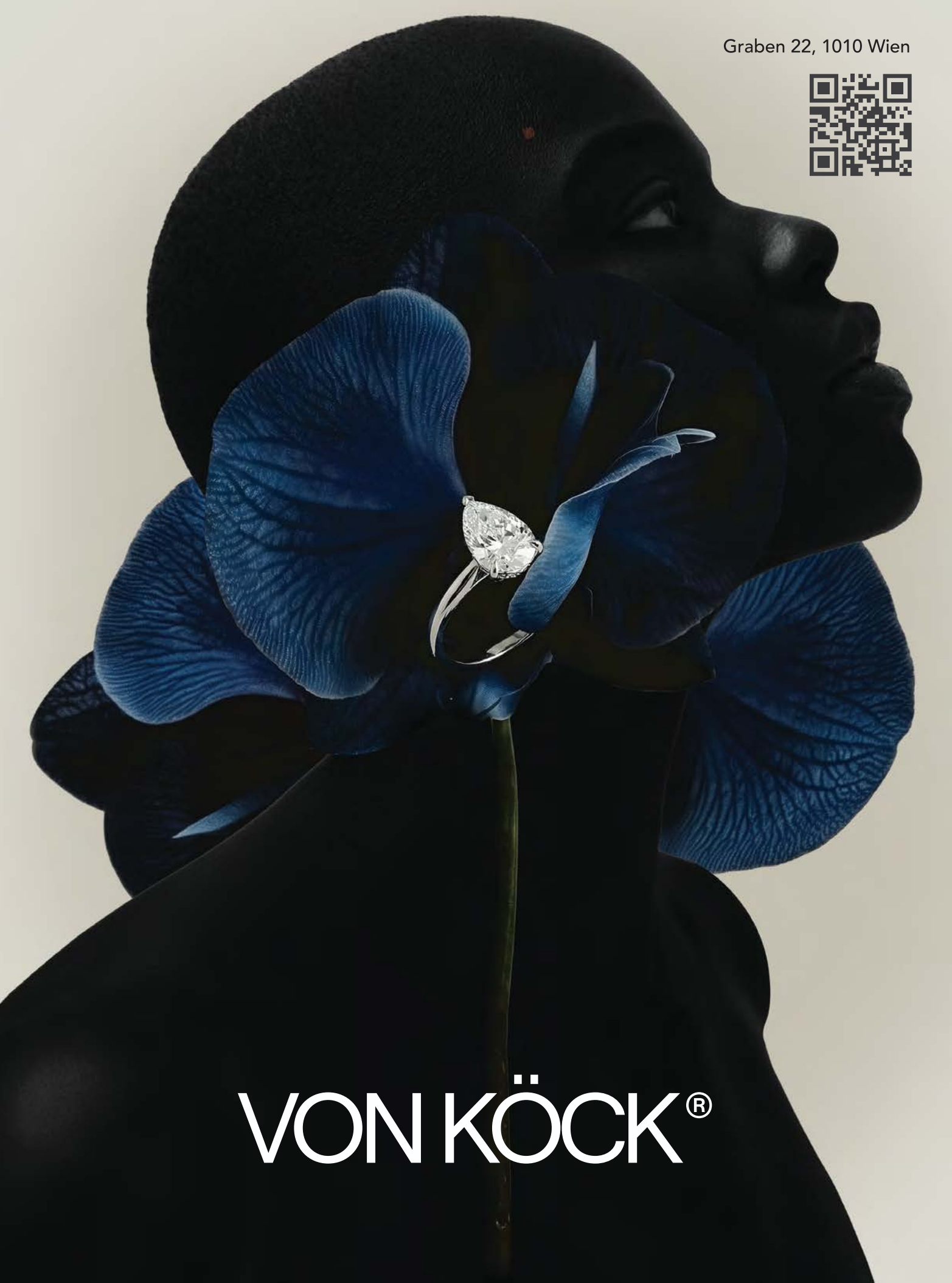
Register
In alphabetischer Reihenfolge finden Sie hier die 124 wichtigsten Medienentscheider und Werber des Landes..... 39

Bild-Räume
Jenseits der Oberfläche entwickelt Laurin Levai Bild-Räume. In denen Farbe, Stimmung und Wahrnehmung in ein vielschichtiges Zusammenspiel treten 44

Wenn Drachen lachen
Unsere Rankinglist der 340 Top Marketing- und Werbechefs kam dank dem emsigen Mitwirken von 23 Experten zustande. Wer sich erfolgreich gegen die Drachen Meta, Alphabet, Amazon und Co. behaupten konnte, finden Sie in unserem 9-seitigen Ranking..... 57

Marketingleiter Register
Alle Werbe- und MarketingleiterInnen von Rang 1 bis 340..... 73

Impressum: **Medieninhaber & Verleger:** MG MedienGruppe GmbH, 1010 Wien, Burgring 1 **Redaktion und Anzeigenverwaltung:** Telefon: (01) 522 1414 **E-Mail:** extradienst@mgmedien.at **Internet:** www.extradienst.at **Herausgeber und Chefredakteur:** Christian W. Mucha **Mitglieder der Chefredaktion:** Ekaterina Mucha, Sabrina Waller **Redaktion:** Hannah Minichshofer **Privatsekretariat:** Mario Kaincz **Disposition:** Mario Kaincz **Produktion:** Tommy Spicka (Ltg.) **Lektorat:** Sabrina Waller **Druck:** Ferdinand Berger & Söhne GesmbH, 3580 Horn, Wiener Straße 80 **Versand:** Printex **Bankverbindung:** Erste Bank, IBAN: AT572011183767147200, BIC: GIBAATWWXXX. Alle Artikel mit der Unterzeile „Werbung“ sind bezahlte Einschaltungen. Der Inhalt und die Gestaltung dieser Textanzeigen oder Advertorials unterstehen der Kompetenz der Anzeigenabteilung und unterliegen daher nicht der Verantwortung der Redaktion; für Inhalt und Gestaltung haftet der Auftraggeber der entsprechenden Einschaltung. Allfällig gestellte Fragen – etwa in Polit-Advertorials – werden ausdrücklich nicht von der Redaktion, sondern stets vom Auftraggeber formuliert und gestellt. Sohin ist jeder Text-Baustein in jeder Text-Anzeige einzig dem Auftraggeber zuzuschreiben und von ihm zu verantworten – niemals tragen dafür die Redaktion oder die MG MedienGruppe die Verantwortung. **Anmerkung zur Gender-Formulierung:** Bei allen Bezeichnungen und Formulierungen, die auf Personen bezogen sind, meint die gewählte Formulierung beide Geschlechter, auch wenn aus Gründen der Lesbarkeit die männliche Form verwendet wird. **Offenlegung nach Mediengesetz:** Medieninhaber: MG MedienGruppe GmbH, 1010 Wien, Burgring 1; Unternehmensgegenstand: der Verlag, die Herstellung, die Herausgabe und der Vertrieb von Zeitschriften und sonstigen Druckwerken. **Geschäftsführung:** Christian W. Mucha, Dominik Unger **Gesellschafter:** 100% Christian W. Mucha. Die MG MedienGruppe GmbH ist das Nachfolgeunternehmen der Mucha Verlag GmbH.
Auflage: 10.267


Graben 22, 1010 Wien
VON KÖCK®

Brief des Herausgebers

Der Traum ein Leben

Vom armen Schlucker aus dem Gemeindebau zum „Promi“ im Schloss. Doch heute – geläutert – geht es mir um die guten Gespräche. Darum, verstanden zu werden. Luxus & Tand sind passé.

Die haben da schon ordentlich Druck auf mich gemacht: Unzählige Freunde, Verbündete, Kunden, aber auch eine ganze Schar von Followern in den sozialen Medien, die mir dazu persönliche Nachrichten übermittelten.
Der Tenor war überall der gleiche. Wenn einem schon die Gnade widerfährt, das 50-Jahr-Jubiläum des – selbst aufgebauten – Unternehmens mit einem großen Fest zu begehen, dann müsse das, wenn man Zeit seines Lebens als Verleger gewirkt hat, unbedingt mit einem eigenen Heft gewürdigt werden. Da gäbe es kein Entrinnen.

Nun bin ich jemand, der Versprechen, die er gibt, gern hält und einlöst. Das einzige Versprechen, das ich in den letzten Jahren immer wieder gebrochen habe, war die Ankündigung: „Das ist meine letzte Print-Ausgabe.“ Ich stehe damit nicht allein. Wenn man recherchiert, wer die meisten Abschiedskonzerte gegeben hat, dann sind das pointierterweise nicht die Rolling Stones, Freddie Mercury (dem Armen fehlte schlussendlich gesundheitsbedingt die Zeit dafür) oder Dolly Parton. Sondern Cher. Die praktiziert das – ohne Unterbrechung – seit 2002. Bis dato.

Die Sängerin Cher veranstaltet laufend Abschiedskonzerte. Seit 2002.

Jedes dieser Abschiedskonzerte ist stets ein Bombenerfolg. Die sind allesamt ausverkauft. Die handelnden Legenden haben sich damit goldene Nasen verdient.
Apropos Profit: Der Gewinn der vorliegenden Jubiläumsausgabe hält sich durchaus in Grenzen. Ich bin das Projekt aber nicht deshalb angegangen (mit einem winzig kleinen Team, das in den letzten Wochen bienenemsig war – dafür danke allen), oder, um meine Altersvorsorge aufzubessern*. Sondern wegen einigem, das verbreitet werden sollte:
Die vorliegende Ausgabe sollte keinesfalls ein Ego-Heft mit ausufernder Selbstbeweihräucherung werden.
Auf den folgenden Seiten bringen wir die beiden wichtigen Rankingslisten „Kommunikator“ und jene der „Marketing- und Werbeschefs“ noch einmal in gedruckter Form.

Der Marketingdirektor eines Milliardenkonzerns meinte zu mir jüngst wörtlich: „Sie müssen das unbedingt in eine Printausgabe gießen, Herr Mucha. Meine Mutter ist schon betagt. Die will das nicht im Internet lesen. Der möchte ich das stolz in gedruckter Form zeigen.“
Und – in diesem Jahr, das – um es mit der englischen Queen zu sagen – ein Annus horribilis für den Österreichischen Rundfunk ist, halte ich es für wichtig, sich mit dem ORF und seiner dringend anstehenden Sanierung auseinanderzusetzen.
Schlussendlich denke ich in dieser Ausgabe über die Zukunft der Medienbranche nach.
In eigener Sache haben wir die fünf Jahrzehnte gerade einmal mit einer Doppelseite für jedes Jahrzehnt abgehandelt. Ich hoffe, das ist erträglich.
Bei unserem großen 50-Jahr-Jubiläumsfest im Naturhistorischen Museum werden wir sohin ein bisschen etwas über uns selber erzählen. Heinz Sichrovsky wird mir die Ehre einer Laudatio erweisen. Wer Sichrovsky kennt, der weiß: Sie wird kurz. Und schmerzvoll. Danach werden wir im Schnelldurchlauf die Besten beim „Kommunikator“ und die Sieger des „Marketingleiter-Rankings“ präsentieren.

Schlussendlich werde ich mir erlauben, in meiner Festansprache über die Zukunft der Branche zu sprechen. Angereichert mit einem Appell an die Vielzahl der Medienverantwortlichen, die sich für unser Fest angekündigt haben, Werbe- und Marketingchefs und einflussreiche Unternehmer, sich proaktiv ihrer Verantwortung bewusst zu sein. Und sich ernsthaft damit zu beschäftigen, dass es in ihrer Entscheidungsgewalt liegt, ob noch mehr vom schon kärglichen Werbegeld dem österreichischen Markt entzogen werden soll: In den Rachen der Social-Media-Giganten wie Meta (Facebook, Instagram) und Alphabet (Google, YouTube) geworfen werden soll?

Die Künstliche Intelligenz mag ja ein Quantensprung sein. Aber wer sieht, wie dieser gierige Moloch zum Beispiel das Wissen von einer der größten Informationsplattformen der Welt, Wikipedia, absaugt und stiehlt – dies oftmals falsch – und dies ohne Rücksicht, dem wird übel. Wer über ChatGPT die Infos abgefragt hat, der geht im Regelfall dann nie wieder auf Wikipedia (übrigens die einzige nicht-gewinnorientierte Unternehmung im digitalen Lexika-Bereich).

Ich war persönlich dabei, als Elon Musk in Cannes referierte, was die größte Gefahr bei der Künstlichen Intelligenz sei: Er meinte: „Wenn die KI alles schneller, besser und qualitativer als wir Menschen macht, dann stellt sich die Frage, was wir Menschen selber dann noch unternehmen sollten? Das ist eine gigantische Falle...“

* Vermögensrechtlich bin ich arm wie eine Kirchenmaus. Habe mich von jedwedem Ballast befreit. Gott sei Dank gibt es eine Stiftung, deren Alleinbegünstiger ich bin. So gesehen brauche ich mir um meine Zukunft keine Sorgen zu machen.

Der reichste Mann der Welt – der übrigens meine Frage, ob er an Gott glaubt, mit „next question“ quittierte – sagte, dass Artificial Intelligence unstoppable ist und längst die Informations-Weltherrschaft übernommen hat.

Ich habe eine Reihe von Top-Managern gebeten, an meiner Festrede mitzuwirken. Darunter die Herausgeber des Kurier, der Presse und der News-Verlagsgruppe.

Meine Festrede mit Argumenten für eine Zukunft, in der es bitte noch immer so etwas wie austrospezifische Angebote geben sollte, finden Sie dann im Mittelteil dieses Heftes.

Diesen – nachträglich gedruckten – Sonderteil haben wir mit römischen Ziffern durchnummeriert.

Er bringt neben den gesammelten Gedanken zur Medien- und Werbe-Zukunft hierzulande auch die Highlights unserer Veranstaltung. Garniert mit feinen Fotos.

Ich hatte verdammt viel Glück in meinem Leben: Schon zweimal dem sicheren Tod von der Schippe gesprungen. Mit Ekaterina habe ich seit zwei Jahrzehnten eine Partnerin an meiner Seite, die mich – zumindest behaupten das viele Beobachter und ich füge mich deren Urteil – angeblich zu einem besseren Menschen gemacht hat. Gesegnet mit der Gnade der Geburt. War zur rechten Zeit am rechten Ort.

Als Müllkind in Kairo hätte ich solch eine Karriere garantiert nicht hinlegen können. Doch 1954 in Wien geboren, von meinen Eltern – die nicht reich waren und sich das vom Munde absparten – auf hervorragende Schulen geschickt, mit Lehrmeistern wie dem legendären Manfred Schuhmayer gesegnet, hatte ich viel „Fortune“. Denn ich wurde genau in die Phase der Blütezeit der Printmedien hineingeboren. Der Wirtschaftsaufschwung, die „Open Sky“-Politik, das explosionsartige Wachstum des Tourismus, der Aufschwung der Medienszene, die Entwicklung der digitalen Revolution (wenige Jahre, nachdem ich mich selbstständig machte, kam gerade der erste Apple auf den Markt), waren zwar fordernd, aber es war genau der richtige Ort. Die richtige Zeit.

Um eine Wochenzeitung, eine Monats-Publikumszeitschrift, eine Radiostation oder gar einen TV-Kanal aufzubauen, hatte ich nicht das Geld. Eine Fachzeitschrift konnte man – wenn man mutig war – mit wenig Kapital auf Pump irgendwie auf die Beine bringen.

In meinem Fall führte das nach vier Jahren zu acht Millionen Schilling Schulden.

Damals gab es noch keinen Privatkonkurs.

4 Jahre nach dem Start meines Verlags hatte ich 8 Millionen Schilling Schulden.

Als ich mich vom Ballast befreit hatte, ging danach alles schnell. Schon zwei Jahre später war ich schuldenfrei. Und am Ende konnte ich 2021 den Band „Wie man unverschämt reich & berühmt wird“ herausbringen. Wie so vieles in meinem Leben, natürlich anekdotenhaft überspitzt.

Jeder, der die Kunst des Verkaufens beherrscht, weiß, dass man, wenn es um Abschlüsse geht, als „bagdadanischer Märchenerzähler“ unterwegs sein muss. Um vom Syndrom, die „einzig legitime Form der Bestechung ist die Sympathie“, zu profitieren. Und ja – über dieses Talent verfüge ich...

Worum es mir in meinem Arbeitsleben gegangen ist, wollte News-Redakteurin Lisa Ulrich-Gödel von mir jüngst wissen.

Um‘s Anprangern oder Verändern?

Nun, ich habe ein ausgeprägtes Gerechtigkeitsgefühl. Ich erfreue mich daran, wenn es gelingt – auch wenn ich dabei manchmal zu laut bin –, wenn mir etwas aufstößt, dass die Menschen die von mir gearteten Unstimmigkeiten wahrnehmen.

HALL OF FAME DER GRÖSSTEN WERBER

Vor vielen Jahren diskutierte ich mit einem Agentur-Chef, wer von uns beiden den besseren Job hat. Also richtete ich mich zu meiner vollen Größe auf und meinte: „Beim Medienmachen kann keiner mithalten. Wir machen Klopapier mit Ideen. Der Werber grinste und entgegnete: „Wenn Du eine Werbeagentur betreiben würdest, dann könntest Du Dir das Klopapier ersparen.“ Zu Werbern hatte ich immer eine ganz besondere Affinität. Eine Reihe von guten Freunden haben mir geholfen, eine Liste an dieser Stelle zu verfassen. Hier die Top 10 der großen Werber unserer Branche.

Aktiv	Nicht mehr aktiv	Leider verstorben
1. Jan Marius Demner	1. Hans Schmidt	1. Wolfgang Slupetzky
2. Franz Merlicek	2. Werner Celand	2. Patrick Schierholz
3. Beppo Koinig	3. Alois Schober	3. Günther Lebisch
4. Andreas Putz	4. Tibor Barci	4. Gerd Winkler
5. Rudi Reisner	5. Harry Bergmann	5. Horst Wilfinger
6. Rainer Reichl	6. Peter Dirnberger	6. Lo Breier
7. Gerda Schebesta	7. Christian Satek	7. Johannes Newarkla
8. Rosa Haider Merlicek	8. Hans Georg Saxer	8. Ernst Latzka
9. Cordula Alessandri	9. Geri Aebi	9. Walter Salvenmoser
10. Hans Cepko	10. Gerhard Puttner	10. Georg Lebiszcak

SCHON MEHR ALS
340.000
UNIQUE CLIENTS
IM MONAT*

WOHER WOLLEN SIE DAS WISSEN?

von newsflix.at

Österreichs Qualitäts-Medium

NewsFlix
Wissen, was ist

le: ÖWA März 2026, Einzel-Angebot, Unique Clients.
s österreichische Internetnutzerinnen ab 14 Jahre

Veränderung braucht Zeit.
Ich bemühe mich, Dingen Gewicht zu geben.
Gab es auch Gegenwind? Wer Erfolg hat, der braucht eine dicke Haut. Da sind zum einen die Neider. Zum Anderen die Trolle und Hater, die dir das, was du dir hart erarbeitet hast, nicht gönnen. Einfach so. Und zum Dritten jene, die mit all ihren Kräften versuchen, dich zu vernichten. Weil sie es nicht geschafft haben, dich mit legalen Methoden vom Markt zu drängen, weil du ihnen Kunden und Aufträge abgenommen hast. Oder weil du sie journalistisch aufgeblattelt hast. Es ist ein gefährliches Spiel. Ein stetiger Kampf. In meinem Geschäft kommen jedes Jahr ein paar neue Widersacher dazu. Man fängt sich leider mehr Gegner ein als man Freunde gewinnen kann.

In der Wahl seiner Feinde kann man nicht vorsichtig genug sein. Um es mit Oscar Wilde zu formulieren.
Deswegen zähle ich zu meinen Feinden nur kluge, herausragende und außergewöhnliche Menschen.
Ob ich für meinen Erfolg auch einen Preis bezahlt habe? Natürlich: verpasste Zeit mit der Familie, Nächte ohne Schlaf. Ich wurde betrogen, verlassen und abgezockt. Bin immer an die Grenzen meiner körperlichen Leistungsfähigkeit gegangen. Oft schlecht und kalt gegessen. Doch letztlich geht es nur darum, über eine lange Zeit die Flughöhe zu halten. Dass mir das fünf Jahrzehnte lang gelungen ist, bereitet mir immens viel Freude und Befriedigung.

Statussymbole machen nicht glücklich. Nur sichtbar. Heute geht es mir um Beziehung, Vertrauen und darum, verstanden zu werden.

Dass mir just zu meinem Berufsabend mit meinen Exklusiv-Stories in der Causa ORF/Weißmann gleich mehrere Scoops gelungen sind (denn schließlich ist es schon einigermaßen erstaunlich, wenn hunderte Journalisten gerne das erste originäre Gespräch mit dem geschassten ORF-General führen würden und just ein 72-Jähriger das zehn Tage vor allen anderen schafft), könnte man mit der Analogie zum „Johannistrieb“ erläutern. Bekanntlich haben die Pflanzen um den 24. Juni, dem Johannistag, einen zweiten Wachstumsschub. Übertragen auf den Menschen wird daraus der Johannistrieb – manchmal metaphorisch verwendet, sprich: eine späte Energie- und Leistungsexplosion. Ein unerwartetes zweites Hoch im Leben.
Die Analogie des Johannistriebs zum beruflichen Kontext könnte man als „Silver Age Performance“ bezeichnen. Als zweiten Karrierefrühling. Dass mir der beschert war, ist eine schöne Metapher dafür, dass Leistung nicht linear verlaufen muss.
Gerade im Berufsleben kann ein älterer Mensch durch Erfahrung, Netzwerk und Gelassenheit nochmals ein überraschend hohes Niveau erreichen – manchmal sogar höher als in den jungen, wilden Jahren.
Mit dem Alter kommt üblicherweise die Einsamkeit daher. Man war früher ein Teil von etwas. Mit den fortgeschrittenen Lebensjahren endet das. Der Zuspruch von so vielen Menschen, hervorragende Reichweiten in den sozialen Medien und eine Heerschar von Executives, die meinen wöchentlichen Newsletter beziehen, spornen mich an. Wie schön, dass mir Einsamkeit im Alter erspart geblieben ist.
Und dafür danke ich Ihnen, liebe Leser, liebe Kunden, liebe Förderer und Euch, liebe Freunde, von ganzem Herzen.
Wer hat schon solch ein Privileg in seinem Dasein?

Vieles hat sich in den letzten Jahren in meinem Leben geändert. Seinerzeit dachte ich: Statussymbole machen glücklich. Aber sie machen nur sichtbar. Das ist ein subtiler, aber wesentlicher Unterschied.
Mir ging es lange darum, gesehen zu werden. Anerkannt zu werden. Natürlich auch ein wenig darum, bewundert zu werden.
Heute möchte ich gerne verstanden werden. Ich habe lange geglaubt, dass Erfolg etwas ist, was man zeigen muss. Das war sehr gut für meine Strategie des Bekanntwerdens. Stärke, Reichtum und Status waren meine Sprache.
Heute geht es um Gespräche mit Freunden. Momente der Stille. Und es sind die weit wertvolleren Momente, die mir das Leben heute bietet. Nachhaltiges Glück statt schneller Konsum.
Ob ich mich demnächst gänzlich zurückziehen werde? Mitnichten. Zwar werden wir mit Jahresende unser Verlagshaus herunterfahren. Aber beim Out-of-Home -Werbehaus „Screenfleet“, an dessen Konzeption ich mitarbeiten durfte und das nun im Eigentum meiner Frau Ekaterina Mucha und unseres Stiftungsvorstands Dominik Unger steht, werde ich gerne weiterhin als Konsulent mitwirken – solange das halt meine Gesundheit zulässt.

Womit ich mich aus der Branche gleitend verabschieden darf. Mit dem besten Zitat für solche Momente.
Denn schließlich war es der meistzitierte Sager unseres Kaisers:

„Es war sehr schön, es hat mich sehr gefreut.“

Herzlichst

Ihr



Christian W. Mucha
Herausgeber

RIE SIG!





1.086.000

LeserInnen in Print und Online

Österreichs größte Gratis-Tageszeitung!

Heute

Heute bringt's auf den ■

Alle Details dazu hier:

MEDIA-ANALYSE

Media-Analyse 2025, hinsichtlich Cross Media Reach+ Total. Die Onlinereichweite wird an den Werten der Österreichischen Webanalyse (ÖWA) justiert. Details zur Schwankungsbreite unter www.media-analyse/signifikanz. Neben der MA steht auch die ÖAK zur Medienforschung zur Verfügung.



DIGITAL-ABO

Tagesaktuelle Informationen als Schlüssel zum Erfolg

„Die Presse“ im Business-Abo exklusiv für Unternehmen.



Mehrwert für Ihre Mitarbeiter:Innen

- „Die Presse“ als Benefit für Ihre Mitarbeiter:innen
- Einfache Abo-Verwaltung innerhalb Ihres Unternehmens
- Wettbewerbsvorteile durch aktuelle Wirtschaftsnachrichten

Die Presse

Jetzt Testzugang sichern:
diepresse.com/businessabo

Mit dem philoro EDELMETALLSPARPLAN Schritt für Schritt Vermögen aufbauen

ab 25 Euro monatlich

Gold begleitet die Menschheit seit Jahrtausenden. Doch während es früher vor allem Statussymbol oder Zahlungsmittel war, erfüllt es heute eine andere, vielleicht noch wichtigere Funktion: Es dient als stabiler Wertspeicher in einer zunehmend komplexen und unsicheren Welt.



Gold gilt als klassischer Wertspeicher und Inflationsschutz.

Gerade in den letzten Jahren hat sich das Umfeld für Sparer spürbar verändert. Klassische Sparformen wie Sparbücher oder Bausparer verlieren durch Inflation real an Wert, während gleichzeitig Unsicherheit an den Finanzmärkten zunimmt. Viele Menschen suchen daher nach Möglichkeiten, ihr Vermögen langfristig abzusichern – unabhängig von Zinspolitik, Währungen oder Banken.
Genau hier setzen Edelmetalle an.

Warum Edelmetalle heute wieder im Fokus stehen

Gold, Silber, Platin und Palladium gelten seit jeher als reale Sachwerte. Sie können nicht beliebig vermehrt werden und haben sich über lange Zeiträume hinweg als wertbeständig erwiesen. Besonders in wirtschaftlich angespannten Phasen zeigt sich ihre Stärke: Während Papierwerte schwanken können, bleibt der intrinsische Wert von Edelmetallen bestehen.
Für viele Anleger stellt sich jedoch eine praktische Frage:
Wie investiert man sinnvoll in Edelmetalle, ohne sofort große Summen einsetzen zu müssen?

Der einfache Einstieg: der EDELMETALLSPARPLAN

Der philoro EDELMETALLSPARPLAN macht den Zugang bewusst niedrigschwellig. Bereits ab 25 Euro monatlich können Anleger regelmäßig in physische Edelmetalle investieren und sich so Schritt für Schritt ein solides Vermögen aufbauen.
Der Ablauf ist bewusst einfach gehalten: Nach der Registrierung und Kontoaktivierung wird ein Sparplan eingerichtet, der automatisch ausgeführt wird. Monat für Monat wird der gewählte Betrag investiert – ohne, dass Anleger aktiv eingreifen müssen.
Das Ergebnis ist ein kontinuierlicher Vermögensaufbau, der sich an die eigene Lebensrealität anpasst, statt umgekehrt.

Flexibilität, die zum Alltag passt

Ein entscheidender Vorteil des Sparplans liegt in seiner Anpassungsfähigkeit. Lebenssituationen ändern sich – und ein gutes Investment sollte darauf reagieren können.
Die monatliche Sparrate kann jederzeit erhöht, reduziert oder pausiert werden. Zusätzlich sind Sonderzahlungen bereits ab 100 Euro möglich, etwa wenn unerwartet Kapital zur Verfügung steht. Auch ein vollständiger Ausstieg ist jederzeit möglich – ohne langfristige Bindung.
Diese Flexibilität macht den Edelmetallsparplan sowohl für Einsteiger als auch für erfahrene Anleger interessant.

Sicherheit durch Struktur – nicht nur durch das Metall

Ein häufig unterschätzter Aspekt bei Edelmetallinvestments ist die Verwahrung. Beim philoro EDELMETALL-

Philoro

SPARPLAN werden die erworbenen Bestände als sogenanntes Sondervermögen geführt. Das bedeutet: Sie bleiben rechtlich Eigentum des Anlegers – auch im unwahrscheinlichen Fall einer Insolvenz des Anbieters.
Die Lagerung erfolgt in Hochsicherheitslagern, die zusätzlich vollständig versichert sind. Anleger profitieren somit nicht nur von der Stabilität der Edelmetalle selbst, sondern auch von einer klaren und transparenten Struktur im Hintergrund.

Entspannt investieren: der Cost-Average-Effekt

Ein zentrales Prinzip des Sparplans ist der sogenannte Cost-Average-Effekt. Statt zu versuchen, den „perfekten" Einstiegszeitpunkt zu finden – was selbst Profis selten gelingt – wird regelmäßig investiert.
Das bedeutet:
Bei niedrigeren Preisen wird automatisch mehr Edelmetall gekauft, bei höheren Preisen entsprechend weniger. Über die Zeit ergibt sich daraus ein Durchschnittspreis, der Marktschwankungen glättet.
Gerade in volatilen Marktphasen bietet dieser Ansatz einen entscheidenden Vorteil: Anleger müssen nicht ständig Entscheidungen treffen oder Kurse beobachten. Der Vermögensaufbau erfolgt systematisch und diszipliniert im Hintergrund.
Mehr als nur Gold: Individuelle Auswahl
Neben Gold stehen auch Silber, Platin und Palladium zur Auswahl. Jedes dieser Metalle hat eigene Eigenschaften und Preistreiber.

- Gold gilt als klassischer Wertspeicher und Inflationsschutz.
- Silber verbindet Anlage- und Industrienachfrage.
- Platin und Palladium spielen eine wichtige Rolle in industriellen Anwendungen und bieten zusätzliche Diversifikationsmöglichkeiten.

Anleger können frei entscheiden, ob sie sich auf ein Metall konzentrieren oder ihre Sparrate auf mehrere Edelmetalle aufteilen.



Die Lagerung erfolgt in Hochsicherheitslagern, die vollständig versichert sind.

Transparente Kostenstruktur

Ein weiterer wichtiger Punkt ist Transparenz. Beim EDELMETALLSPARPLAN gibt es keine Einrichtungsgebühren, und die monatliche Sparrate fließt vollständig in den Ankauf von Edelmetallen.
Der Kaufpreis orientiert sich am internationalen Referenzkurs (LBMA) zuzüglich eines marktüblichen Aufgelds. Für die sichere Lagerung fällt eine quartalsweise Gebühr an, die Lagerung, Versicherung und Verwaltung abdeckt.
Entscheidend ist: Anleger wissen jederzeit, wie sich ihr Investment zusammensetzt und welche Kosten anfallen.

Für wen eignet sich ein Edelmetallsparplan?

Der Sparplan richtet sich an unterschiedliche Zielgruppen.
Einsteiger können bereits mit kleinen Beträgen starten und erste Erfahrungen sammeln, ohne sich finanziell zu übernehmen. Sparer profitieren von einem strukturierten, langfristigen Vermögensaufbau. Und erfahrene Anleger nutzen Edelmetalle gezielt zur Diversifikation ihres Portfolios.
Besonders in Zeiten erhöhter Inflation und wirtschaftlicher Unsicherheit gewinnt dieser Ansatz an Bedeutung. Edelmetalle können helfen, Kaufkraft langfristig zu erhalten und das Gesamtrisiko eines Portfolios zu reduzieren.

Fazit: Vermögensaufbau ohne Komplexität
Ein Edelmetallsparplan ist kein kurzfristiges Spekulationsinstrument. Er ist ein Werkzeug für Menschen, die langfristig denken und Schritt für Schritt Vermögen aufbauen wollen. Er verbindet drei entscheidende Faktoren: Zugänglichkeit, Flexibilität und Sicherheit.
Anleger müssen keine Experten sein und keine Marktprognosen treffen. Sie beginnen einfach – und lassen die Zeit für sich arbeiten.

Oder anders gesagt:
Der beste Zeitpunkt, um mit dem Vermögensaufbau zu beginnen, ist nicht perfekt.
Er ist konsequent.

Und genau dafür ist der philoro EDELMETALLSPARPLAN gemacht.

Philoro

WER BRAUCHT DEN ORF?

Schlimmer geht's nimmer: Der Österreichische Rundfunk ist in die schwerste Krise seiner Geschichte gestürzt.

Von Christian W. Mucha

Täglich erschüttern neue Skandale die Menschen hierzulande: Ein Stiftungsrat, der von der eigenen redaktionellen Belegschaft abgewatscht wird. Mobbing, Bossing und etliche Sex-Skandale. Allen voran eine mega-peinliche Affäre rund um den zurückgetretenen Generaldirektor Roland Weißmann. Die fettesten Gehälter in der Medienbranche. Peinliche Pfründe. Intrigen sonder Zahl. Und all dies in einem Klima der Verlogenheit. Gegenseitige Anschuldigungen. Diverse Arbeitsrechtsprozesse:

Kaum ein Fisch, der je so stark vom Kopf gestunken hat, wie der ORF. Die wahren Eigentümer des Unternehmens, die Bürger, die allesamt mit ihrer Zwangs-Haushaltsabgabe die Privilegien der Top-Verdiener finanzieren, sind sauer bis zum Gehtnichtmehr. Und so stellt sich denn die Frage: Wer braucht so einen ORF? ExtraDienst hat sich umgehört. Am meisten stören – neben den spektakulären Sexkapaden – die Österreicher die Krakenarme der Politik. Ein Restart wäre angebracht. Diverse Volksbegehren sind angedacht. Doch der ORF ist wichtig für unser Land (siehe Jürgen Habermas). Und die fleißigen, anständigen ORF-Mitarbeiter haben es sich nicht verdient, in einen Topf mit faulen Früchterln geworfen zu werden.

Hier nun Ansichten und Einsichten, wie der ORF künftig neu aufgestellt werden könnte. Als Zentralorgan von sauberer Berichterstattung und Fairness. Ein Schlank- und Rankfunk schwebt uns vor. Das mit Abstand wichtigste und größte Medienunternehmen des Landes mit 4.000 Mitarbeitern und einer bewegten Geschichte hat gute und weniger gute Jahre durchstehen müssen. Doch das, was in den letzten Monaten dort aufgebrochen ist, zeichnet eine neue Dimension für die Macher vom Küniglberg. Eine Situation der inneren Zerrüttung, geprägt von Skandalen, innerbetrieblichen Streitereien, Politeinflussnahme in einem noch nie dagewesenen Maß. Dazu Kritik von allen Seiten, wie sie das Vorzeigeunternehmen der heimischen Medienbranche wohl noch niemals erdulden, ertragen, erleiden musste.

Dazu kommt, dass der Unmut einer Mehrheit der Bevölkerung über die Haushaltsabgabe auch zu einer zunehmend negativen Grundeinstellung gegenüber dem Österreichischen Rundfunk geführt hat.

Der ORF stinkt von den Köpfen

Bevor man über grundlegende Änderungen und Verbesserungen beim ORF nachdenkt, sollte man einmal innehalten und sich überlegen: Wem gehört der ORF? Welche Aufgaben sollte der ORF erfüllen? Sollte der ORF nach wie vor der Spielball der Politik sein? Wie kann dieses Unternehmen in Zukunft nicht nur wieder rund funktionieren, sondern auch geachtet, anerkannt und von der eigenen Bevölkerung wertgeschätzt werden?

Der Österreichische Rundfunk gehört nicht der Politik, nicht einzelnen Interessensgruppen und schon gar nicht sich selbst – er gehört der Öffentlichkeit. Er ist eine Institution im Dienste der Allgemeinheit. Finanziert maßgeblich durch die Bevölkerung und damit dieser auch verpflichtet.

Sein Auftrag ist klar umrissen: umfassende, unabhängige und objektive Information bereitzustellen. Kulturelle Vielfalt abzubilden, Bildung zu fördern und zur demokratischen Meinungsbildung beizutragen. Der ORF soll die Realität des Landes widerspiegeln – kritisch, ausgewogen und frei von Einflussnahme. Er ist nicht bloß ein Medienunternehmen, sondern ein zentraler Pfeiler der demokratischen Infrastruktur Österreichs, dessen Glaubwürdigkeit und Integrität unantastbar sein müssen.

Eine der entscheidenden Kernfragen in Sachen „ORF der Zukunft" ist die Frage, inwieweit es möglich ist, die politischen Einflüsse im ORF hintanzuhalten und dafür zu sorgen, dass die Regierenden hierzulande endlich ihre schmutzigen Finger aus einem Unternehmen, dessen Hauptaufgabe in sauberer, objektiver und unabhängiger Berichterstattung liegt, herausnehmen.

Die Antwort darauf ist einfach. Und desillusionierend. Und stellt wohl das größte Problem dar.

Jeder von denen – und das gilt ausnahmslos bis zur Gründung des ORF im Jahr 1957 – war und ist stets von der festen Überzeugung getrieben: Wenn ich oder meine Partei oder meine Regierung es schaffen, im ORF gut wegzukommen, dann bedeutet das ein gewaltiges positives Agio für unsere politische Arbeit.

Da wird intrigiert, antichambriert, Druck ausgeübt. Da wird gepackelt, getrickst und geschoben, was das Zeug hält. Beispiele dafür gibt es ungezählte in den letzten Jahrzehnten.

ORF-Generaldirektoren wurden zu Politruks degradiert. Jede Regierung hat zumindest ein Arbeitspapier, in dem die wichtigsten Posten im ORF noch vor der Regierungsbildung ausgepackelt werden. Als wesentlicher Bestandteil von Regierungsübereinkommen.

Diese Verhaltensweise ist, wiewohl sie moralisch und sozial völlig unvertretbar ist, eine durchaus verständliche, weil einleuchtende Vorgangsweise. Die mit



DALL·E



Hobby-Boxer Roland Weißmann hat unter der Gürtellinie zugeschlagen. Und ist schwer angezählt. Bei solchem Verhalten empfiehlt sich ein Kopfschutz mit Sichtschutz.

Macht, Einfluss und Selbstdarstellung zu tun hat. Und mit Egoismus der handelnden Personen.

Doch die Schäbigkeit des Vorgehens setzt sich auch ORF-intern fort. Dort werden – in der freien Medienwirtschaft völlig undenkbare – Spitzengehälter bezahlt. Dreist Abfertigungen gefordert, die in die Millionenhöhe gehen.

Die meistgenannten Personen in den Seitenblicken waren oft genug die ORF-Generäle, Vorstandsmitglieder, Abteilungsleiter, Landesdirektoren oder die sogenannten „ORF-Stars". Eine aus den eigenen Reihen hochgezüchtete, sich wichtig machende, im Privatbereich mit Auftritten, Werbeaufträgen und gewaltiger Macht in den sozialen Medien ausgestattete Privilegierten-Partie. Die rücksichtlos und dreist, wo auch immer es ging, in fette Geldtöpfe gegriffen hat. Schamlos, rücksichtslos, erbarmungslos.

Politische Voreingenommenheit?

Das Abkassieren, Nebenverdienste-Einheimsen und Einsackeln erhielt freilich einen empfindlichen Schlag im Jahr 2024, indem der ORF zur Offenlegung der Bezüge der eigenen Mitarbeiter verdonnert wurde.

Shitstorms trafen die Topverdiener, wie Robert Kratky (mittlerweile weg vom ORF und Billa-Testimonial), Pius Strobl, Roland Weißmann und Johannes Aigelsreiter, die sich an Salären erfreuen, die nirgendwo in der heimischen Medienwirtschaft bezahlt werden. Können.

Aber bei Einnahmen von bis zu 710 Millionen Euro jährlich aus der Haushaltsabgabe und rund 180 Millionen Euro aus Werbetöpfen ist all das, was überall sonst unfinanzierbar ist, leicht zu stemmen. Und damit es noch leichter geht und sich die fetten Gagen der Verbliebenen ausgehen, haben alle Generaldirektoren betont, wie sehr es ihnen ein Anliegen ist, Mitarbeiter abzubauen, einzusparen und die Personalkosten damit zu senken. Nur allzu oft auf dem Rücken der ausgedienten, zu alt gewordenen Frauen im ORF. Ein beschämendes Schauspiel, das mit zur drastischen Verschlechterung des österreichischen Rundfunks beigetragen hat.

Dazu kommen die Machtverhältnisse. Und politische Voreingenommenheit. Wer glaubt, dass der ORF unabhängig wäre, der irrt. Die Zusammensetzung der Mitarbeiter in politischer Hinsicht ist für jeden Außenstehenden ganz leicht durchschaubar: Man braucht nur die Betriebsratswahlen betrachten. Dort haben Sozialdemokraten und Grüne eine deutliche Mehrheit. Konservative oder FPÖ-nahe Journalisten sind rar. Was freilich nicht nur für den ORF, sondern für die meisten Medien hierzulande gilt.

Was grundsätzlich kein Problem wäre, würden die handelnden Personen das machen, was zu gutem Journalismus grundlegend gehört: nämlich Meinung und Information trennen.

Dass das nicht so gepflegt wird, beweisen unzählige Auftritte, Ausritte und exzessives Verhalten diverser sogenannter „Moderatoren-Stars". Wobei schon alleine dieses Syndrom ein Widerspruch in sich ist: Denn ein Moderator sollte Fragen stellen, abfragen, Fakten vorweisen. Seine persönliche Meinung interessiert niemanden. Und persönlicher Meinung kann man natürlich auch mit Gestik, Motorik, Körpersprache spiegeln. Und damit manipulierend wirken.

Tricks, wie man im TV Gesprächspartner herabwürdigt, einschüchtert, demontiert gäbe es genug. Ohne jetzt im Einzelfall dem ORF das zu unterstellen, gibt es genügend Beispiele, wo Gäste des ORF aus der Politszene darüber berichten, dass genau das ihnen widerfahren ist, was hier geschildert wird:

Da sitzt der Moderator erhöht, der Interviewte tiefer. Der Ton des Moderators ist angenehm, warm und freundlich eingestellt. Der des Gastes schrill und ent-

MG MedienGruppe/Generatieve KI

→ JÜRGEN HABERMAS

Schon Jürgen Habermas hielt fest, dass Demokratie ohne eine funktionierende Öffentlichkeit nicht denkbar ist. In seinem grundlegenden Werk *Strukturwandel der Öffentlichkeit* aus dem Jahr 1962 beschreibt er die Öffentlichkeit als Raum, in dem Bürger frei über politische und gesellschaftliche Fragen diskutieren, Argumente austauschen und sich auf Grundlage von Vernunft eine gemeinsame Meinung bilden.

Medien kommt dabei eine zentrale Rolle zu: Sie informieren, strukturieren Debatten und kontrollieren politische wie wirtschaftliche Macht. Für Habermas sind sie damit ein wesentliches Fundament demokratischer Meinungsbildung.

Zugleich warnte er bereits in diesem Werk vor Gefahren für die Öffentlichkeit. Wenn wirtschaftliche oder politische Interessen die Berichterstattung dominieren, wird der Diskurs verzerrt. Eine einseitige oder gesteuerte Information untergräbt die Fähigkeit der Gesellschaft, Macht kritisch zu hinterfragen – und schwächt damit die Demokratie insgesamt. ■

Mehr Mehr Mehr
Mehr Mehr Mehr
Mehr Mehr Mehr
Mehr Mehr Mehr
Mehr Mehr Mehr
Mehr Mehr Mehr
Mehr Mehr Mehr
Mehr Mehr Mehr
Mehr Mehr Mehr

kronehit

Mehr Sender,
Zielgruppen &
Hörer*innen

SUPER 80s

ROT WEISS ROT

EURO DANCE X-PRESS

PIRATE

stellend. Das Licht im Gesicht des Moderators ist angenehm und weich. Das im Gesprächspartner hart, brutal und attackierend.
Wer in solch eine Situation kommt, ist von Anfang an der Verlierer. Dabei hat das sogenannte seriöse, unabhängige Interview noch gar nicht begonnen.
Die Menschen da draußen mögen sogenanntes „Stimmvieh" sein, wie sie abfällig gerne bezeichnet werden. Aber man sollte eines nicht tun: Man sollte den mündigen Staatsbürger nicht unterschätzen. Und auch wenn Menschen derartige Vorgangsweisen nicht präzise artikulieren können oder komplett durchschauen. Das Gefühl, das da vermittelt wird, gräbt sich in die Gehirne. Und in die Bäuche der Zuseher. Und sie begreifen, dass das, was da läuft, nicht sauber ist. Einmal ganz abgesehen davon, dass respektlose Fragen gestellt werden und Unterschiede gemacht werden in der Fragestellung zwischen Politikern, die den sogenannten „unabhängigen" Moderatoren angenehm oder unangenehm sind. Wohlgemerkt: Hier soll nicht verallgemeinert werden, sondern hier zeigen wir schonungslos und ohne Maulkorb einfach einmal auf, was dort immer wieder passiert. Nicht als Regelfall, nicht als Vorsatz, nicht als Standard. Aber doch immer wieder bewiesenermaßen gespielt und entsprechend erbärmlich.
Was hilft es nun den Politikern, wenn Sie Ihren Einfluss im ORF verstärken? Die jüngsten demoskopischen Ergebnisse beweisen einmal mehr: Es hilft ihnen gar nichts. Selbst wenn das Arbeitspapier der ORF-Postenbesetzungen in der Regierungskoalition das Packeln festschreibt: Diese Regierung hat noch gesamt ein Zustimmungsvotum der Bevölkerung von etwa 37 Prozent (Stichtag 27.03.2026).
Wozu dann also das Theater? Wozu etwas, das uns allen dienen sollte und uns allen gehört, mittels Einflussnahme seiner zentralen Aufgabe berauben und damit nachhaltig schädigen? Freilich steht zu erwarten, dass diese logischen und fundierten Gedankengänge und Überlegungen auch künftig von den Regierungen nicht berücksichtigt werden. Sie werden sich nicht heraushalten. Sie werden nach wie vor eingreifen und versuchen, ihren Einfluss dort geltend zu machen. Und um jeden Preis der Welt sich im Österreichischen Rundfunk breitmachen.
Wer all dies zusammenrechnet und überlegt, der kommt zu einem Schluss, der nicht gerade erfrischend ist. Da stellt sich nämlich die Frage: Brauchen wir einen ORF in dieser Form überhaupt noch? Mehr darüber und wie das funktionieren könnte, lesen Sie in unseren Newslettern oder auf **www.mucha.at**. Stichwort: Schlankfunkbegehren. ■

GUT GEBUNDEN

Seit mehr als 110 Jahren ist die Buchbinderei Brosche ein kompetenter Partner, wenn es darum geht, Bücherseiten in Fasson zu bringen. Die Kundenliste kann sich sehen lassen.

Die Buchbinderei Brosche im 3. Wiener Gemeindebezirk hat sich der traditionellen Handwerkskunst verschrieben. Seit mehr als 110 Jahren ist man der klassischen Buchbinderkunst verbunden. Im Repertoire: Binden, die fachgerechte Restauration von Raritäten und die Gestaltung von Bibliothekseinbänden.
Geschäftsführer Martin Brosche: „Zu unserem Kundenkreis gehören etwa die meisten Universitäten Wiens, viele Ministerien, Rechtsanwaltskanzleien, Patentanwälte, Kirchen, Ärzte, Architekten, aber auch sehr viele Privatpersonen, die entweder ihre Bücher restaurieren oder Diplomarbeiten und Ähnliches binden lassen wollen."



Martin Brosche führt das Handwerk des Buchbindens in vierter Generation

Seit Längerem sind sowohl das Wiener Rathaus als auch die Nationalbibliothek von den Leistungen des Unternehmens überzeugt. Auch der Mucha Verlag gehört seit vielen Jahren zu den zufriedenen Kunden. Besonders für das Binden der Jubiläumsausgaben der hauseigenen Publikationen ist traditionelle Handwerkskunst gefragt. Und Tradition wird groß geschrieben: Martin Brosche führt das Unternehmen bereits in vierter Generation.Wer den Service des Unternehmens in Anspruch nehmen will, kann die Buchbinderei entweder über die Website www.buchbinderei-brosche.at, via E-Mail unter buchbinderei-brosche@aon.at oder telefonisch unter (01) 7987391 kontaktieren. Geschäftsführer Martin Brosche berät Sie gerne und findet die passende Lösung. ■

Katharina Schiffl, privat

Heute JOBS

DIE JOBPLATTFORM MIT REICHWEITE

Profitieren Sie von mehr als

*3.500.000**

Heute.at-UserInnen

JETZT JOB-REELS BUCHEN!

www.heutejobs.at



*Quelle: ÖWA März 2026, Einzel-Angebot, Unique User | Basis österreichische Internetnutzer:innen ab 14 Jahre

EINE MARKE VON Heute

Wein braucht Leidenschaft



Peter Dolle kennt jeden seiner Weinstöcke. Seit 60 Jahren lebt und arbeitet er mit der Natur. Das Ergebnis: Weine gibt es viele. „Dolle Weine“ nur von der Winzerlegende aus Strass.



Peter Dolle, die Winzerlegende





Sitzt man Peter Dolle und seiner Ehefrau in der gemütlichen Weinstube in der malerischen Weinbaugemeinde Strass im Strassertal gegenüber, spürt man bei jedem Wort, mit wie viel Liebe und Leidenschaft der Winzer seinem Beruf nachgeht. Eine Lieblingssorte hat er dennoch nicht. „Wenn Sie fünf Kinder haben, behandeln Sie ja auch alle gleich und sorgen dafür, dass sich jedes bestmöglich entwickeln kann. So ist es auch mit meinen Weinen. Jede Sorte ist einzigartig, daher wird jede von mir gleich behandelt. Mit viel Gespür und Leidenschaft.“

Auf einer Weinbaufläche von 35 Hektar werden die Weißweinsorten Riesling, Grüner Veltliner, Grauburgunder, Weißburgunder und Chardonnay sowie die Rotweinsorten Zweigelt, St. Laurent, Cabernet Sauvignon, Merlot und Pinot Noir vinifiziert. Mit bis zu 80 Jahre alten Weißweinstöcken am berühmten Zöbinger Heiligenstein und am angrenzenden Strasser Gaisberg besitzt das Weingut Dolle exklusive Erste Lagen, wo vor allem die Grünen Veltliner und Rieslinge Jahr für Jahr zu bemerkenswerter Qualität und Finesse heranreifen. Aktueller Sortimentsneuling ist der Riesling Privat Reserve 2013 von Rebstöcken des Strasser Gaisbergs. Sie gedeihen dort seit mittlerweile 80 Jahren auf einem Südhang mit Löss und Verwitterungsgesteinsunterlage.

Das Weingut Dolle ist seit 200 Jahren in Familienbesitz. Seit 54 Jahren wird das 1765 erbaute Stammhaus im niederösterreichischen Weinbaugebiet Kamptal von Peter Dolle senior geführt. Der Falstaff-Winzer des Jahres 1991 und Gründungsmitglied der 1992 ins Leben gerufenen Vereinigung der österreichischen Traditionsweingüter sieht sich als integriert arbeitender Winzer. Das Ergebnis seines in den vielen Jahren angesammelten Wissens spiegelt sich in höchster Weinqualität eindrucksvoll wider – sowohl in der Kategorie Weißwein als auch in der eher gebietsuntypischen Kategorie Rotwein. „Unser Anteil an Rotwein liegt mittlerweile bei 35%. Kaum probiert, schätzen die Kunden immer mehr auch den Rotwein aus unserer Gegend. Besonders beliebt ist unser St. Laurent, der ein idealer Speisebegleiter ist, oder unsere Cuveé Anneé aus Cabernet Sauvignon, Pinot Noir und Merlot mit tollen Kirsch- und Zwetschkenaromen in der Nase.“

Wenn Dolle erzählt, ist sie wieder da, diese unglaubliche Leidenschaft für seine Weine. „Für mich gibt es auch nach über 50 Jahren keinen schöneren Beruf.“ Dolle ist und bleibt eben ein Winzer mit Herz ■

Dolle, privat



WIFI

WKO WIEN

Bleib neugierig.

Den Lehrabschluss nachholen oder die Meisterprüfung absolvieren? Die fachlichen Skills erweitern oder was ganz Neues anfangen?

Jetzt den passenden Kurs auf **wifiwien.at** entdecken!

WIFI Online Infotage
8. – 11. Juni 2026

WIFI. Wissen Ist Für Immer.



ÖSTERREICH FEIERT

20 JAHRE *ZURÜCK ZUM URSPRUNG*

20 JAHRE
zurück zum Ursprung



Bio, das weiter geht.

Technische und optische Änderungen sowie Satz- und Druckfehler vorbehalten.



HOFER

Da bin ich mir sicher.

Begonnen hat alles durch die Liebe des Bio-Pioniers Werner Lampert zu Kühen und Milch aus den österreichischen Alpenregionen. 2006 startete er gemeinsam mit 200 Murauer Heumilch-Betrieben und HOFER ein Projekt zur Erhaltung der wertvollen Heumilch, einem österreichischen Traditionsprodukt. Mit dem *Zurück zum Ursprung* Nachhaltigkeitsprojekt Murauer Heumilch kam die Heumilch damit erstmals als Trinkmilch in den österreichischen Handel.

Zurück zum Ursprung war geboren. Über die Jahre kamen noch weitere Regionen aus Österreich hinzu und das Sortiment an wertvollen, regionalen Bio-Produkten durfte immer weiter wachsen.



WIR STEHEN FÜR TRANSPARENZ.

Mehr erfahren

Über die Molkerei bis zu allen Höfen nachvollziehbar

Online mit Chargencode oder Mindesthaltbarkeitsdatum rückverfolgbar

hofer.at

profil

Das Frühstück

Der Newsletter für Früh-Versteher

- Die richtige Portion Information in 5 Minuten
- Schmankerln aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft
- Inspiration für den Feierabend

Immer wochentags um 6 Uhr morgens direkt in Ihrem Postfach



Jetzt Mitwisser werden

RANKING-LIST DER 124 TOP-KOMMUNIKATOREN

AUF RAUER SEE



Bezahlte Anzeige



Für ein Wien, das gemeinsam wächst.

Lesen öffnet neue Welten – besonders für Kinder. Deshalb unterstützt die Stadt Wien sie bereits im Kindergarten mit Lesepat*innen, um die Freude am Lesen und an Sprache zu fördern. Auf der Plattform „Freiwillig für Wien“ finden alle eine Möglichkeit, sich ebenfalls aktiv an Inklusion zu beteiligen.

Erfahre alles rund ums Thema Inklusion und finde dein Engagement!

Stadt Wien

wien.gv.at/inklusion

Die Jury

1. **Christian Bergbauer** Frisch vom Bergbauer
2. **Harry Betke** Betke
3. **Stefan Gensasz** RMS Radio Marketing Service
4. **Stefan Lechner** Kurier
5. **Lukas Leitner** Cayenne
6. **Johannes Peter** Adstern
7. **Bernhard Redl** Mediaplus
8. **Rudolf Reisner** Wirz
9. **Peter Aigner** Aigner-PR
10. **Peter Czerny** Czerny Plakolm
11. **Michael Göls** HAVAS Media
12. **Alexander Khaelss-Khaelssberg** leisure communications
13. **Johannes Martschin** Martschin & Partner
14. **Sabrina Waller** ED Chefredakteurin
15. **Das MG Mediengruppe Board**

Das waren die Top-Platzierten des Vorjahres

1 **Christoph Dichand**
1 **Roland Weissmann**
3 **Maximilian Dasch jun.**
3 **Niki Fellner**
3 **Clemens Pig**



Frisch vom Bergbauer, BETKE, RMS Radio Marketing Service, Kurier, Cayenne, Adstern, Mediaplus, Wirz, Aigner-PR, Czerny Plakolm, MG Medien

Die Redaktion behält sich vor, in begründeten Fällen Personen nicht in das Ranking aufzunehmen.

Das Ranking

DIE PLÄTZE 1 BIS 124

DIE 15 LEISTUNGSSTÄRKSTEN



Richard Grasl
Kurier/profil



Clemens Pig
APA



Ingrid Thurnher
ORF

1 **Richard Grasl**
Kurier/profil

2 **Clemens Pig**
APA

3 **Ingrid Thurnher**
ORF

4 **Niki Fellner**
oe24 media group GmbH

5 **Horst Pirker**
Verlagsgruppe News (VGN)

6 **Christoph Dichand**
Kronen Zeitung

7 **Hubert Patterer**
Kleine Zeitung

8 **Maximilian Dasch ju**
Salzburger Nachrichter / VÖZ Präsident

8 **Michael Kapfer**
GGK Mullenlowe

8 **Walter Zinggl**
RTL AdAlliance

11 **Rainer Nowak**
Die Presse

12 **Eva Dichand**
Heute

13 **Gerald Grünberger**
VÖZ

14 **Gerhard Zeiler**
Warner Bros Discovery

15 **Herwig Langanger**
Styria Media Group AG Die Presse

1	**Clemens Pig**	APA	429 / 3
2	**Ingrid Thurnher**	ORF	422 / 14
3	**Richard Grasl**	Kurier/profil	411 / 7
3	**Niki Fellner**	oe24 media group GmbH	411 / 3
3	**Horst Pirker**	Verlagsgruppe News (VGN)	411 / 9
6	**Christoph Dichand**	Kronen Zeitung	403 / 1
7	**Hubert Patterer**	Kleine Zeitung	385 / 84
8	**Maximilian Dasch jun.**	Salzburger Nachrichten / VÖZ	378 / 3
8	**Michael Kapfer**	GGK Mullenlowe	378 / 9
10	**Gerald Grünberger**	VÖZ	372 / 32
10	**Rainer Nowak**	Die Presse	372 / 17
12	**Walter Zinggl**	RTL AdAlliance	367 / 6
13	**Eva Dichand**	Heute	362 / 14
14	**Gerhard Zeiler**	Warner Bros Discovery	354
15	**Florian Klenk**	Falter	350 / 18
16	**Herwig Langanger**	Styria Media Group AG Die Presse	346 / 28
17	**Martin Schipany**	Stadt Wien Komm. und Medien	345 / 18
18	**Philipp König**	KroneHIT	339 / 39
19	**Oliver Mintzlaff**	Red Bull	338 / 45
20	**Christian Nusser**	Heute	333 / 62
20	**Christopher Reindl**	Red Bull Media House	333 / 18
22	**Ammar Javed**	Printmedien Beteiligungsges. Raiffeisen	327 / 7
22	**Dietmar Otti**	Red Bull Media House	327 / 18
24	**Lukas Leitner**	Cayenne Marketingagentur	322 / 27
25	**Andreas Vretscha**	WPP Media	320 / 25
26	**Michael Göls**	Havas Village Wien	315 / 28
27	**Oliver Böhm**	ORF	312 / 28
28	**Günter Thumser**	Markenartikelverband	301 / 105
28	**Armin Thurnher**	Falter	301 / 116
30	**Marcello Demner**	DMB.	300 / 162
31	**Goetz Hoefer**	ServusTV	297 / 50
32	**Alexander Hofer**	ORF	296 / 66
33	**Harald Kräuter**	ORF Technik	288 / 39
33	**Alexander Mitteräcker**	Der Standard	288 / 66
35	**Andreas Rast**	Die Presse	283 / 42
36	**Marlene Auer**	Freizeit/Kurier	282 / 66
37	**Wolfgang Jansky**	Heute	278 / 34
38	**Gerhard Valeskini**	Kronen Zeitung/ Mediaprint	275 / 45
39	**Lorenz Cuturi**	OÖ Nachrichten Online	272 / 251
39	**Klaus Herrmann**	Kronen Zeitung	272 / 39
41	**Mario Frühauf**	RMS Austria	267 / 45
41	**Georg Wailand**	Gewinn	267 / 92
43	**Markus Wieser**	Heimat Wien	262 / 45
44	**Wolfgang Zekert**	oe24 media group GmbH	261 / 66
45	**Dieter Pivrnec**	GGK Mullenlowe	256 / 66
46	**Alexandra Fellner**	oe24 media group GmbH	254 / 116
47	**Erwin Vaskovich**	Publicis Media	250 / 132
48	**Martin Gebhart**	Kurier	245 / 66
49	**Ursula Arnold**	MindShare	244 / 50
50	**Gerhard Koch**	ORF	239 / 54
51	**Rainer Reichl**	Reichl & Partner	238 / 92
52	**Christian Kluger**	dentsu	235
52	**Martina Salomon**	Kurier	235 / 32
54	**Markus Mair**	Styria Media Group AG	231 / 25
55	**Harti Weirather**	WWP	230 / 149
56	**Maimuna Mosser**	Google Österreich	226 / 92
56	**Michael Tillian**	Mediaprint/ Kronen Zeitung	226 / 54
58	**Stefanie Groiss-Horowitz**	ORF	222 / 149
58	**Esther Mitterstieler**	ORF	222 / 54
60	**Kathrin Gulnerits**	News	218 / 109
60	**Rudolf Reisner**	Wirz Werbeagentur	218 / 162
62	**Waltraud Langer**	ORF	214 / 57
63	**Klaus Obereder**	ORF	213 / 57
64	**Markus Klement**	ORF	209 / 45

Zahl links: Platzierung heuer
Zahl rechts in rot: Gesamtpunkte heuer
Zahl rechts unten : Vorjahresplatz

Thomas Ramstorfer, Eva Dichand, Chris Singer, Ian_Ehm, Matt Observe,Kurier, Apa, Orf

65	**Eugen A. Russ** Russmedia	**208** 66
66	**Florian Asamer** Die Presse	**205** 105
66	**Ferdinand Wegscheider** ServusTV	**205** 36
68	**Christoph Bösenkopf** Wirz Werbeagentur	**201** 227
68	**Silvia Lieb** Moser Holding	**201** 109
70	**Werner Herics** ORF	**196** 66
71	**Alexander Hirschbeck** OBS	**195** 62
72	**Matthias Reichl** Reichl & Partner	**191** 544
73	**Manfred Perterer** Salzburger Nachrichten	**190** 78
74	**Jörg Fessler** Unique	**187** 263
75	**Paul Leitenmüller** Opinion Leaders Network	**186** 75
76	**Karin Bernhard** ORF	**183** 78
76	**Edgar Weinzettl** ORF	**183** 92
78	**Bernhard Albrecht** prosiebensat1puls4	**179** 18
78	**Erich Falkner** Brokkoli Advertising Network	**179** 215
80	**Christian Pöttler** Echo Medienhaus	**174** 84
81	**Alexander Khaelss-Khaelssberg** leisure communications	**169** 142
82	**Xenia Daum** Kleine Zeitung	**166** 116
83	**Martin Distl** WPP Media	**163** 84
84	**Andreas Koller** Salzburger Nachrichten	**157** 84
85	**Alex Nausner** Radio Austria	**156** 178
86	**Anna Thalhammer** profil	**148** 84
87	**Jana David-Wiedemann** BBDO	**146** 234
88	**Helmut Kosa** &US	**142** 423
89	**Jennifer Magin** oe24 media group GmbH	**141** 92
90	**Maria Scholl** APA	**135** 92
91	**Thomas Gruber** prosiebensat1puls4	**134** 23
92	**Tina Plötzeneder** IPG Mediabrands	**130**

Zahl links: Platzierung heuer

Zahl rechts in rot: Gesamtpunkte heuer

Zahl rechts unten : Vorjahresplatz

DIE 15 KOMPETENTESTEN



Clemens Pig
APA



Ingrid Thurnher
ORF



Horst Pirker
VGN

1	**Clemens Pig** APA	6	**Maximilian Dasch jun.** Salzburger Nachrichten VÖZ Präsident	10	**Rainer Nowak** Die Presse
2	**Ingrid Thurnher** ORF	7	**Richard Grasl** Kurier/profil	12	**Walter Zinggl** RTL AdAlliance
3	**Horst Pirker** Verlagsgruppe News (VGN)	8	**Hubert Patterer** Kleine Zeitung	13	**Eva Dichand** Heute
4	**Niki Fellner** oe24 media group GmbH	9	**Michael Kapfer** GGK Mullenlowe	14	**Herwig Langanger** Styria Media Group AG Die Presse
5	**Christoph Dichand** Kronen Zeitung	10	**Gerald Grünberger** VÖZ	15	**Gerhard Zeiler** Warner Bros Discovery

DIE 15 SYMPATHISCHSTEN



Ingrid Thurnher
ORF



Clemens Pig
APA



Niki Fellner
oe24 media group GmbH

1	**Ingrid Thurnher** ORF	6	**Richard Grasl** Kurier/profil	11	**Maximilian Dasch jun.** Salzburger Nachrichten VÖZ Präsident
2	**Clemens Pig** APA	7	**Michael Kapfer** GGK Mullenlowe	11	**Florian Klenk** Falter
3	**Niki Fellner** oe24 media group GmbH	8	**Gerald Grünberger** VÖZ	13	**Eva Dichand** Heute
4	**Christoph Dichand** Kronen Zeitung	8	**Hubert Patterer** Kleine Zeitung	13	**Gerhard Zeiler** Warner Bros Discovery
5	**Horst Pirker** Verlagsgruppe News (VGN)	10	**Rainer Nowak** Die Presse	15	**Walter Zinggl** RTL AdAlliance

Thomas Ramstorfer, Eva Dichand, Wan-Ifra, Chris Singer, Ian_Ehm, Matt Observe

DIE 15 TOP WERBER



Michael Kapfer
GGK Mullenlowe



Lukas Leitner
Cayenne



Andreas Vretscha
WPP Media

1 **Michael Kapfer**
GGK Mullenlowe
2 **Lukas Leitner**
Cayenne
Marketingagentur
3 **Andreas Vretscha**
WPP Media
4 **Michael Göls**
Havas Village
Wien
5 **Marcello Demner**
DMB.
6 **Markus Wieser**
Heimat Wien
7 **Dieter Pivrnec**
GGK Mullenlowe
8 **Erwin Vaskovich**
Publicis Media
9 **Ursula Arnold**
MindShare
10 **Rudolf Reisner**
Wirz Werbeagentur
11 **Christoph Bösenkopf**
Wirz Werbeagentur
12 **Matthias Reichl**
Reichl & Partner
13 **Jörg Fessler**
Unique
14 **Erich Falkner**
Brokkoli
Advertising
Network
15 **Martin Distl**
WPP Media

DIE 15 BESTPLAZIERTEN FRAUEN



Ingrid Thurnher
ORF



Eva Dichand
Heute



Marlene Auer
Freizeit/Kurier

1 **Ingrid Thurnher** ORF 422
2 **Eva Dichand** Heute 362
3 **Marlene Auer** Freizeit/Kurier 282
4 **Alexandra Fellner** oe24 media group GmbH 254
5 **Ursula Arnold** MindShare 244
6 **Martina Salomon** Kurier
7 **Maimuna Mosser** Google Österreich
8 **Stefanie Groiss-Horowitz** ORF
8 **Esther Mitterstieler** ORF
10 **Kathrin Gulnerits** News
11 **Waltraud Langer** ORF
12 **Silvia Lieb** Moser Holding
13 **Karin Bernhard** ORF
14 **Xenia Daum** Kleine Zeitung
15 **Anna Thalhammer** profil

92	**Ronnie Rockenbauer**	**130**	
	Pubbles Film	183	
94	**Gerhard Riedler**	**126**	
	bz Bezirksblätter	124	
94	**Desirée Treichl-Stürgkh**	**126**	
	H.O.M.E.	149	
96	**Oliver Svec**	**117**	
	prosiebensat1puls4	78	
97	**Harald Kratzer**	**115**	
	ORF		
98	**Georg Waldstein**	**112**	
	Gewinn	206	
99	**Johannes Bruckenberger**	**110**	
	ORF	109	
100	**Heinz Lederer**	**103**	
	ORF	(-)	
100	**Andreas Putz**	**103**	
	Jung von Matt/ Schatz&Stöber	253	
102	**Gino Cuturi**	**99**	
	OÖ Nachrichten	75	
103	**Andreas Ladich**	**98**	
	MCÖ	116	
104	**Andreas Spielvogel**	**94**	
	BBDO	116	
105	**Siegmar Schlager**	**93**	
	Falter	171	
106	**Ronald Hochmayer**	**90**	
	Mediaplus Austria	171	
107	**Jürgen Colombini**	**89**	
	Unique	225	
108	**Helmut Schoba**	**86**	
	Verlagsgruppe News (VGN)	142	
109	**Claudia Gradwohl**	**84**	
	Verlagsgruppe News (VGN)	183	
110	**Franz Merlicek**	**81**	
	Merlicek & Partner	124	
111	**Christian Lengauer**	**80**	
	Weekend Magazin	129	
112	**Marcin Kotlowski**	**77**	
	WH Medien / W24	181	
113	**Gregor Schütze**	**71**	
	ORF		
114	**Joachim Krügel**	**68**	
	Media 1	158	
115	**Nicole Artner**	**66**	
	UM PanMedia		
116	**Gottfried Bichler**	**63**	
	Antenne Kärnten/ Steiermark	196	
117	**Eugen Prosquill**	**62**	
	Warda Network	222	
118	**Bettina Parschalk**	**61**	
	OBS		
119	**Hermann Erlach**	**57**	
	Microsoft	261	
119	**Omid Novidi**	**57**	
	EssenceMediacom	233	
121	**Benedikt Nußbaumer**	**54**	
	Jung von Matt		
122	**Klaus Schweighofer**	**53**	
	Styria International	129	
123	**Alexander Suppantschitsch**	**51**	
	Kärntner Monat	257	
124	**Peter Schöber**	**43**	
	ORF III	273	

Zahl links: Platzierung heuer
Zahl rechts in rot: Gesamtpunkte heuer
Zahl rechts unten : Vorjahresplatz

Thomas Ramstorfer, GGK Mullenlowe, Wan-Ifra, Chris Singer, Kurier, WPP Media, Cayenne,


ISCHGL
IM WINTER LEGENDÄR...
...IM SOMMER EIN GEHEIMTIPP
ischgl.com



Machen Sie immer, was Sie sollen?

kratkys.net

News

Wir haben da noch eine Frage.

Kommunikator – Register

Albrecht Bernhard 78
Arnold Ursula 49
Artner Nicole 115
Asamer Florian 66
Auer Marlene 36
Bernhard Karin 76
Bichler Gottfried 116
Böhm Oliver 27
Bösenkopf Christoph 68
Bruckenberger Johannes 99
Colombini Jürgen 107
Cuturi Gino 102
Cuturi Lorenz 39
Dasch jun. Maximilian 8
Daum Xenia 82
David-Wiedemann Jana 87
Demner Marcello 30
Dichand Christoph 6
Dichand Eva 13
Distl Martin 83
Erlach Hermann 119
Falkner Erich 78
Fellner Alexandra 46
Fellner Niki 3
Fessler Jörg 74
Frühauf Mario 41
Gebhart Martin 48
Göls Michael 26
Gradwohl Claudia 109
Grasl Richard 3
Groiss-Horowitz Stefanie 58
Gruber Thomas 91
Grünberger Gerald 10
Gulnerits Kathrin 60
Herics Werner 70
Herrmann Klaus 39
Hirschbeck Alexander 71
Hochmayer Ronald 106
Hoefer Goetz 31
Hofer Alexander 32
Jansky Wolfgang 37
Javed Ammar 22
Kapfer Michael 8
Khaelss-Khaelssberg Alexander 81
Klement Markus 64
Klenk Florian 15
Kluger Christian 52
Koch Gerhard 50
Koller Andreas 84
König Philipp 18
Kosa Helmut 88
Kotlowski Marcin 112
Kratzer Harald 97
Kräuter Harald 33
Krügel Joachim 114
Ladich Andreas 103
Langanger Herwig 16
Langer Waltraud 62
Lederer Heinz 100
Leitenmüller Paul 75
Leitner Lukas 24
Lengauer Christian 111

Angabe rechts Gesamtplatzierung



APA – Austria Presse Agentur

Click & Read

500 österreichische und internationale Tageszeitungen, Zeitschriften und Magazine – immer aktuell und griffbereit – das gibt's nur im Austria-Kiosk.

Gleich loslesen: kiosk.at

austria Kiosk

Lieb Silvia	68
Magin Jennifer	89
Mair Markus	54
Merlicek Franz	110
Mintzlaff Oliver	19
Mitteräcker Alexander	33
Mitterstieler Esther	58
Mosser Maimuna	56
Nausner Alex	85
Novidi Omid	119
Nowak Rainer	10
Nusser Christian	20
Nußbaumer Benedikt	121
Obereder Klaus	63
Otti Dietmar	22
Parschalk Bettina	118
Patterer Hubert	7
Perterer Manfred	73
Pig Clemens	1
Pirker Horst	3
Pivrnec Dieter	45
Plötzeneder Tina	92
Pöttler Christian	80
Prosquill Eugen	117
Putz Andreas	100
Rast Andreas	35
Reichl Matthias	72
Reichl Rainer	51
Reindl Christopher	20
Reisner Rudolf	60
Riedler Gerhard	94
Rockenbauer Ronnie	92
Russ Eugen A.	65
Salomon Martina	52
Schipany Martin	17
Schlager Siegmar	105
Schoba Helmut	108
Schöber Peter	124
Scholl Maria	90
Schütze Gregor	113
Schweighofer Klaus	122
Spielvogel Andreas	104
Suppantschitsch Alexander	123
Svec Oliver	96
Thalhammer Anna	86
Thumser Günter	28
Thurnher Armin	28
Thurnher Ingrid	2
Tillian Michael	56
Treichl-Stürgkh Desirée	94
Valeskini Gerhard	38
Vaskovich Erwin	47
Vretscha Andreas	25
Wailand Georg	41
Waldstein Georg	98
Wegscheider Ferdinand	66
Weinzettl Edgar	76
Weirather Harti	55
Wieser Markus	43
Zeiler Gerhard	14
Zekert Wolfgang	44
Zinggl Walter	12

INFO ZUM RANKING

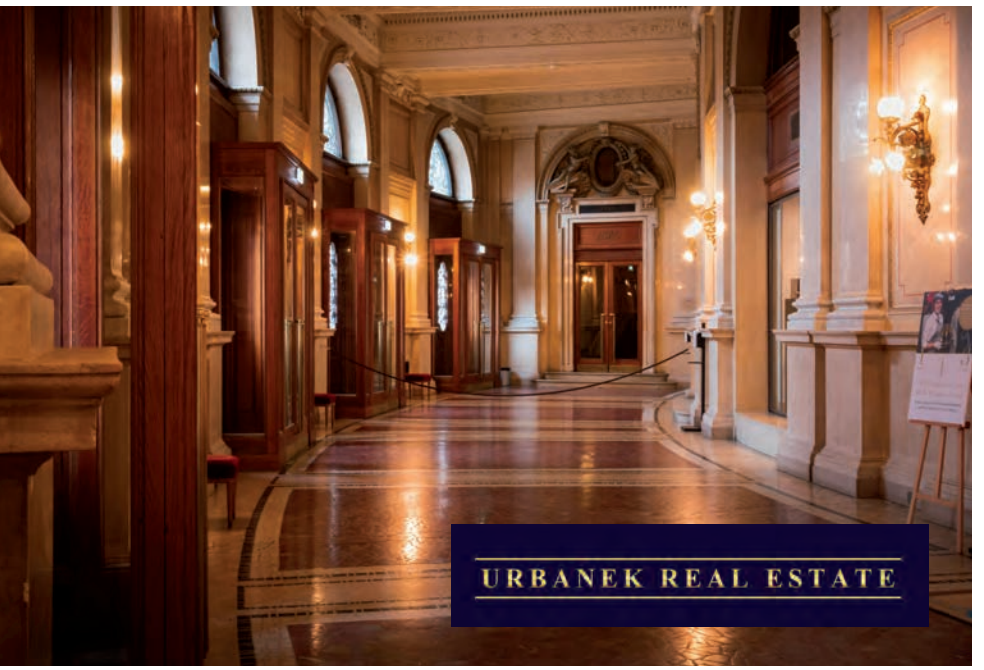
Rechtswegsausschluss:
Alle Ergebnisse unter Ausschluss des Rechtsweges. Die Erfassung auf der Shortlist zieht nicht automatisch eine Veröffentlichung im Ranking nach sich. Die JurorInnen durften sich selbst sowie MitarbeiterInnen des Unternehmens, für das sie tätig oder an dem sie beteiligt sind, nicht bewerten.

Haftungsausschluss:
Die MG MedienGruppe haftet nicht für Übermittlungsfehler und kann auch angesichts der Datenfülle keine Haftung für Rechenfehler übernehmen. Das Copyright der ExtraDienst-Rankingliste liegt bei der MG MedienGruppe. Jedwede Zitierung oder auszugsweise Wiedergabe wird nur mit dem Vermerk „Wie Christian W. Muchas Zeitschrift ExtraDienst berichtet“ gestattet.

Angabe rechts Gesamtplatzierung

Zinshaus-Investment in Österreich

Warum der Wiener Altbau zum Goldspeicher wird.



Ein Zinshaus ist weit mehr als ein Gebäude aus Stein und Beton.

In Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit, steigender Inflation und volatiler Kapitalmärkte rückt ein Thema wieder verstärkt in den Fokus: der nachhaltige Aufbau von Vermögen durch reale Werte. Während Aktien schwanken und Anleihen von Zinsentwicklungen abhängig sind, bieten Immobilien eine greifbare Konstante – etwas, das nicht nur existiert, sondern genutzt wird. Besonders in Österreich, und hier vor allem in Wien, hat sich das Zinshaus über Jahrzehnte hinweg als eine der stabilsten und gleichzeitig spannendsten Investmentformen etabliert.

Ein Zinshaus ist dabei weit mehr als ein Gebäude aus Stein und Beton. Es ist ein lebendiges System aus Mietern, Nutzungskonzepten und Entwicklungsmöglichkeiten. Wer in ein solches Objekt investiert, erwirbt nicht nur Quadratmeter, sondern langfristige Perspektiven. Der Vergleich mit einem Weingut ist dabei treffend: Die Lage, die Substanz und die Pflege entscheiden über die Qualität – doch erst mit Geduld, Erfahrung und der richtigen Strategie entsteht daraus ein wirklich wertvolles Investment.

Was ist ein Zinshaus – und warum ist es so attraktiv?

Ein Zinshaus beschreibt klassischerweise ein Mehrparteienhaus, das vollständig oder überwiegend vermietet wird. Die Einnahmen entstehen durch regelmäßige Mietzahlungen, während gleichzeitig die Immobilie selbst im Wert steigen kann. Gerade diese Kombination aus laufendem Cashflow und langfristiger Wertentwicklung macht das Zinshaus zu einer besonders attraktiven Anlageform.

In Österreich kommt ein weiterer entscheidender Faktor hinzu: der historisch gewachsene Bestand an Altbauten, insbesondere in Wien. Diese Gebäude verfügen oft über großzügige Grundrisse, hohe Decken und attraktive Lagen – Eigenschaften, die auch in Zukunft stark nachgefragt bleiben. Gleichzeitig ist das Angebot begrenzt, da solche Objekte nicht einfach neu gebaut werden können.

Die Attraktivität ergibt sich somit aus mehreren Ebenen: Einerseits sorgt die konstante Nachfrage nach Wohnraum für stabile Einnahmen. Andererseits eröffnet die Knappheit des Angebots langfristige Wertsteigerungspotenziale. Für Investoren bedeutet das eine seltene Kombination aus Sicherheit und Entwicklungschancen – ein Fundament, auf dem nachhaltiger Vermögensaufbau möglich ist.

Der Markt: Warum gerade jetzt investieren?

Die aktuelle Marktsituation wirkt auf den ersten Blick herausfordernd: steigende Zinsen, strengere Finanzierungsbedingungen und eine gewisse Zurückhaltung bei Investoren. Doch genau in solchen Phasen entstehen oft die besten Einstiegsmöglichkeiten.

Durch die veränderten Rahmenbedingungen sind die Preise für Bestandsimmobilien teilweise unter Druck geraten. Gleichzeitig hat sich die Neubautätigkeit deutlich reduziert, da steigende Baukosten und regulatorische Hürden viele Projekte unwirtschaftlich machen. Das führt zu einer paradoxen Situation: Während weniger gebaut wird, wächst die Nachfrage nach Wohnraum – insbesondere in urbanen Zentren wie Wien – weiter an.

Dieses Ungleichgewicht schafft Chancen für strategisch denkende Investoren. Wer heute einsteigt, profitiert nicht nur von günstigeren Ein-

Urbanek Real Estate

stiegspreisen, sondern positioniert sich auch für eine zukünftige Marktphase mit steigenden Werten und stabilen Mieten. Der Markt gleicht dabei einem Wald nach einem Sturm: Einige Strukturen wurden erschüttert, doch genau dadurch entstehen neue Lichtungen – Räume, in denen langfristiges Wachstum möglich wird.

Die Strategie: Mehr als nur Kaufen und Vermieten

Ein erfolgreiches Zinshaus-Investment beschränkt sich nicht auf den bloßen Erwerb und das passive Halten einer Immobilie. Vielmehr geht es um aktives Asset Management – also darum, das volle Potenzial eines Objekts zu erkennen und gezielt zu entwickeln.
Das beginnt bereits beim Ankauf: Erfahrene Investoren identifizieren unterbewertete Objekte oder solche mit strukturellem Verbesserungspotenzial. Anschließend folgen Maßnahmen wie Sanierung, Modernisierung oder die Optimierung der Mietstruktur. Auch rechtliche und wirtschaftliche Aspekte – etwa die mögliche Aufteilung in Eigentumswohnungen – spielen eine zentrale Rolle.
Durch diese aktiven Eingriffe wird nicht nur der Wert der Immobilie gesteigert, sondern auch die Ertragskraft nachhaltig verbessert. Das Zinshaus wird damit von einem statischen Objekt zu einem dynamischen Investment, das aktiv gesteuert und weiterentwickelt wird.

Was wir bei Urbanek Real Estate machen

Die Urbanek Real Estate verfolgt einen klar aktiven und wertschöpfungsorientierten Ansatz im Wiener Zinshausmarkt – jedoch mit einem entscheidenden Unterschied zu klassischen Bestandshaltern: Der Fokus liegt nicht auf dem langfristigen Halten von Immobilien, sondern auf deren gezielter Entwicklung, Parifizierung und Einzelverwertung.

Im Zentrum steht der Ankauf von Zinshäusern in guten bis sehr guten Lagen mit erkennbarem Entwicklungspotenzial. Nach einer fundierten Analyse werden die Objekte strategisch aufbereitet: Dazu zählen bauliche Maßnahmen wie Sanierungen und Modernisierungen ebenso wie strukturelle Schritte – insbesondere die Parifizierung, also die rechtliche Aufteilung des Gebäudes in einzelne Eigentumswohnungen.
Durch diesen Prozess wird aus einem klassischen Zinshaus ein differenziertes Produkt mit deutlich höherem



Ing. Mag. Dr. Christoph Urbanek MRICS

Gesamtwert. Die einzelnen Einheiten können anschließend gezielt am Markt platziert und verkauft werden. Dieser Zugang ermöglicht es, stille Reserven zu heben und Wertpotenziale freizusetzen, die im Gesamtobjekt oft verborgen bleiben.
Ein wesentlicher Vorteil liegt dabei im Zugang zu Off-Market-Deals. Über ein etabliertes Netzwerk identifiziert Urbanek Real Estate regelmäßig Immobilien, die nicht öffentlich angeboten werden – und sich dadurch oft zu besonders attraktiven Konditionen erwerben lassen.

Auch Investoren profitieren von diesem Modell: Über strukturierte Beteiligungsmöglichkeiten können sie an der Entwicklung und Verwertung dieser Projekte partizipieren. Statt auf langfristige Mieterträge zu setzen, steht dabei die Wertsteigerung durch aktive Umsetzung und der erfolgreiche Einzelverkauf im Vordergrund – ein Ansatz, der Geschwindigkeit, Marktverständnis und operative Expertise vereint.

Urbanek Real Estate: Substanz trifft Strategie

Das Zinshaus ist kein kurzfristiger Hype, sondern eine der konstantesten Anlageformen im Immobilienbereich – tief verwurzelt in der Geschichte und gleichzeitig bestens gerüstet für die Zukunft. Gerade in einem wirtschaftlichen Umfeld, das von Dynamik und Unsicherheit geprägt ist, rückt ein Faktor immer stärker in den Vordergrund: Verlässlichkeit. Und genau diese bietet das Zinshaus wie kaum eine andere Assetklasse.
Der Wiener Immobilienmarkt verdeutlicht eindrucksvoll, welchen Wert gewachsene Strukturen haben. Historische Altbauten, kombiniert mit einer stetig steigenden Nachfrage nach urbanem Wohnraum und einem begrenzten Angebot, schaffen ein Spannungsfeld, das Investoren langfristig attraktive Chancen eröffnet. Es ist dieses Zusammenspiel aus Vergangenheit und Zukunft, das den Standort so besonders macht.
Urbanek Real Estate steht genau für diesen modernen Zugang zum klassischen Zinshaus. Mit einem klaren Fokus auf Strategie, Entwicklung und aktives Management werden Potenziale nicht nur erkannt, sondern gezielt gehoben. Ein Investment in ein Zinshaus bedeutet hier weit mehr als den Erwerb einer Immobilie – es ist der Einstieg in ein durchdachtes Konzept für nachhaltigen Vermögensaufbau und die aktive Mitgestaltung urbaner Lebensräume.

Die abstrakte Bildsprache von Laurin Levai

Laurin Levai entwickelt Bildräume, in denen Farbe, Stimmung und Wahrnehmung in ein vielschichtiges Zusammenspiel treten.



Die Werke von Laurin Levai sollen Umgebungen mit abstrakten Fenstern in seine kreativen Welten ausstatten.



Laurin Levai machte seinen Masterabschluss an der Universität für angewandte Kunst Wien.

Abstrakte Malerei kann unterschiedliche Funktionen erfüllen: Sie kann formal, konzeptuell oder kunsthistorisch argumentieren – oder sie kann gezielt auf Wahrnehmung und Atmosphäre ausgerichtet sein. Die Arbeiten von Laurin Levai lassen sich klar in letzterer Kategorie verorten. Im Mittelpunkt steht weniger das Motiv als vielmehr die Wirkung im Raum und die emotionale Resonanz beim Betrachter.

Levais Malerei basiert auf einem prozessorientierten Ansatz. Seine Werke entstehen in mehreren Schichten, in denen sich kontrollierte Entscheidungen und intuitive Eingriffe abwechseln. Farbe wird dabei nicht dekorativ eingesetzt, sondern fungiert als zentrales Ausdrucksmittel. Durch Überlagerungen, Kontraste und Verdichtungen entstehen Bildräume, die Tiefe und Dynamik entwickeln, ohne auf konkrete Gegenständlichkeit zurückzugreifen.

Charakteristisch ist die Offenheit der Arbeiten. Die Bilder geben keine eindeutige Lesart vor, sondern bleiben bewusst zugänglich für unterschiedliche Interpretationen. Diese Mehrdeutigkeit ist kein Nebeneffekt, sondern Teil der künstlerischen Strategie. Ziel ist es, Zustände zu erzeugen – Spannungen, Ruhepole oder Bewegungsmomente –, die individuell wahrgenommen werden können.

Vom inneren Erleben zur räumlichen Präsenz

Ein wesentlicher Aspekt seiner Arbeit ist die Auseinandersetzung mit inneren Prozessen. Levai beschreibt Kunst als Mittel, persönliche Wahrnehmung und Emotion sichtbar zu machen. Dieser Zugang spiegelt sich in der Arbeitsweise wider: Ausgangspunkt sind häufig momentane Stimmungen, die sich im Verlauf des Malprozesses verdichten und strukturieren. Das fertige Bild kann dabei als eine Art visuelles Gegenüber verstanden werden, das weniger erklärt als vielmehr erfahrbar ist.

Der berufliche Hintergrund des Künst-

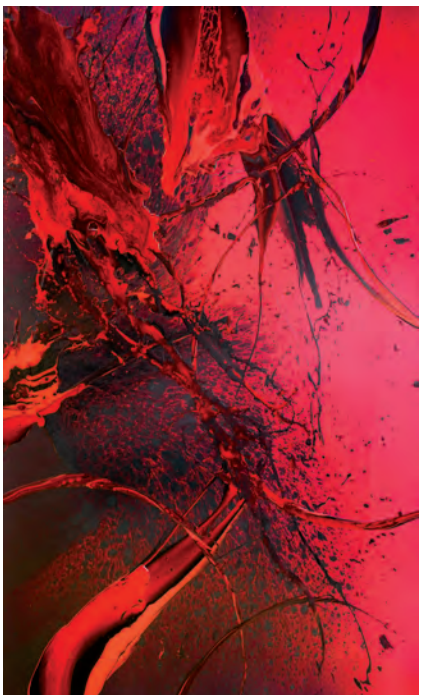
Laurin Levai



Levais neuestes Werk verbindet Leichtigkeit und fließende Bewegung zu einem Ausdruck von Aufbruch und innerer Entwicklung.



„Landing Space" zeigt das Ankommen in der eigenen Bildsprache – klar, verdichtet und getragen von innerer Sicherheit.



„Redtry 2" steht für den mutigen zweiten Versuch und verwandelt Wiederholung in eine kraftvolle Steigerung künstlerischer Energie.

lers liefert einen zusätzlichen Kontext für diese Herangehensweise. Erfahrungen aus der Sozialarbeit sowie aus Tätigkeiten im Bereich Konfliktmanagement und zwischenmenschlicher Dynamiken prägen seinen Blick auf Wahrnehmung und Interaktion. Diese Perspektiven fließen indirekt in die Malerei ein, etwa in Form von Spannungsverhältnissen, Übergängen oder dem Zusammenspiel von Kontrolle und Offenheit.

Neben der inhaltlichen Ebene spielt auch der räumliche Aspekt eine wichtige Rolle. Die Werke von Laurin Levai sind darauf angelegt, in konkreten Umgebungen zu wirken. Sie verstehen sich nicht ausschließlich als autonome Bildobjekte, sondern als Elemente, die Räume beeinflussen können. In diesem Zusammenhang wird Malerei als Teil eines erweiterten Erlebnisses gedacht, bei dem Wahrnehmung, Umgebung und Stimmung zusammenwirken.

Künstlerische Arbeit im internationalen Raum

Ein weiterer Bestandteil seiner künstlerischen Praxis ist die Verbindung von Kunst und sozialem Engagement. Ein Teil der Erlöse aus dem Verkauf von Arbeiten wird in Projekte der Kinder- und Jugendarbeit investiert. Dieser Ansatz unterstreicht ein Verständnis von Kunst, das über den rein ästhetischen Kontext hinausgeht und auch gesellschaftliche Aspekte einbezieht.

Die bisherige Ausstellungstätigkeit zeigt eine kontinuierliche Entwicklung. Beginnend mit frühen Präsentationen in Österreich folgten weitere Stationen im In- und Ausland. Dabei blieb die inhaltliche Ausrichtung konsistent, während sich die formale Umsetzung und die räumliche Inszenierung weiter differenzierten. Ausstellungen werden dabei nicht nur als Präsentationsform verstanden, sondern auch als Erweiterung des künstlerischen Ausdrucks. Ab Herbst werden die Arbeiten von Laurin Levai wieder verstärkt im Ausstellungsrahmen zu sehen sein, unter anderem in Wien und Wiener Neustadt. Damit verschiebt sich der Fokus erneut stärker in den physischen Raum – dorthin, wo sich die Wirkung seiner Malerei am unmittelbarsten entfalten kann. Denn gerade im Zusammenspiel mit Architektur, Licht und Distanz wird sichtbar, wie sehr diese Bilder auf Präsenz und Wahrnehmung angelegt sind.

MAG. (FH) LAURIN LEVAI, MAS

Work On Progress GmbH

Sprengersteig 10,
1160 Wien

Tel.: +43 664 88679217
E-mail: office@workonprogress.at

Laurin Levai


DRUCKEREI
BERGER
Ihr persönlicher Drucker
Ihr Partner für Qualität,
die überzeugt.
Damit's was Print.
Vertrauen Sie auf eine Druckerei, die Ihre Anforderungen versteht. Wir kombinieren exzellente Technik mit persönlichem Service, um Ihre Ideen perfekt umzusetzen. Qualität, Verlässlichkeit und Nähe – das ist unser Anspruch, damit Sie überzeugen.
Ihr Peter Berger
Zentrale Horn
+43 2982 4161-0
Büro Wien
+43 1 313 35-0
Vertretungen in allen Bundesländern
www.berger.at

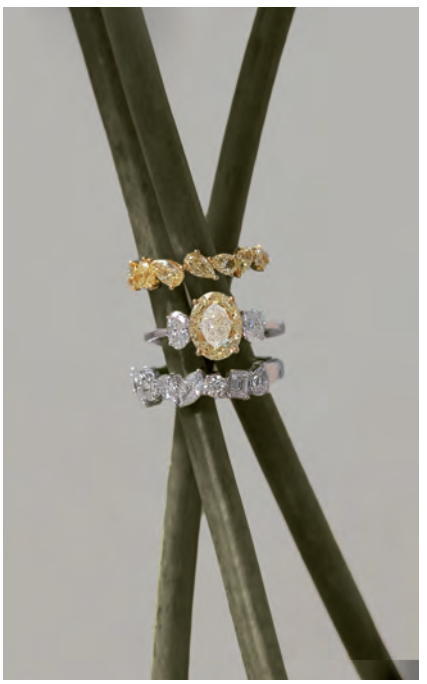


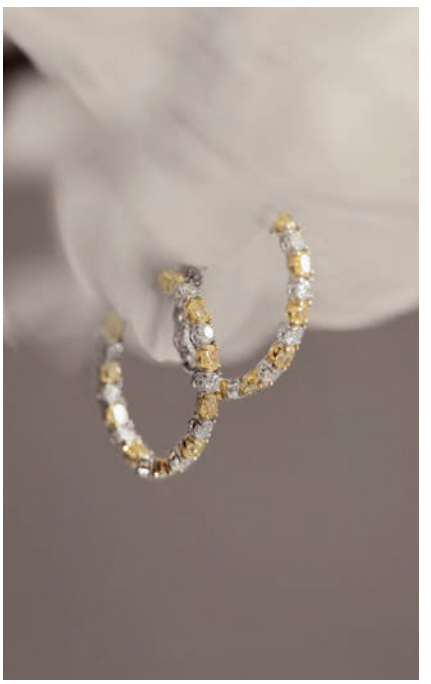
Zeitlose Werte, neu interpretiert

Ein Ort, an dem Handwerk, Herkunft und Haltung aufeinandertreffen – und Schmuck zu etwas Persönlichem wird.



Felix und Nattaya Köck im neu gestalteten Shop am Graben.





Das Ergebnis traditioneller Handarbeit sind Unikate mit Bedeutung.

Seit über 30 Jahren steht VON KÖCK am Wiener Graben für weit mehr als exklusive Juwelen. Es ist ein Ort, an dem Emotionen, Begegnungen und Handwerkskunst eine besondere Verbindung eingehen. Hier geht es nicht nur um Schmuck, sondern um Werte – um Zeit, Hingabe und um Momente, die bleiben.

Als Reinhard Köck 1995 den Standort eröffnete, war das ein bewusstes Bekenntnis zur Wiener Innenstadt. Der Graben, geprägt von Geschichte und lebendiger Gegenwart, ist bis heute die Bühne dieser Philosophie. VON KÖCK hat hier seinen festen Platz gefunden – als Haus, das Tradition und Moderne in Balance hält.

Während sich das Verständnis von Luxus im Laufe der Jahre stark verändert hat, ist der Kern gleich geblieben: die Leidenschaft für meisterhaftes Handwerk, die Liebe zum Detail und die Nähe zu den Menschen. Schmuck wird hier nicht einfach verkauft, sondern weitergegeben – oft über Generationen hinweg. Jedes Stück trägt eine eigene Geschichte in sich.

Heute führen Felix und Nattaya Köck das Unternehmen mit einer klaren, zeitgemäßen Handschrift weiter. Ihr Ansatz verbindet modernes Design mit beständiger Qualität und einem tiefen Respekt vor der Tradition. Gleichzeitig prägt sie die Neugier, neue Wege zu gehen – besonders bei der Auswahl der Edelsteine.

Felix Köck, von Gemological Institute of America ausgebildeter Gemmologe mit internationaler Erfahrung, reist mehrmals im Jahr zu den wichtigsten Edelsteinzentren der Welt. Sein Anspruch geht über reine Schönheit hinaus: Jeder Stein wird sorgfältig geprüft und nach Qualität, Seltenheit und langfristigem Wert ausgewählt.

Ein eindrucksvolles Beispiel dafür ist Chanthaburi in Thailand – einer der bedeutendsten Handelsplätze für Edelsteine. Gemeinsam mit Nattaya Köck sucht er dort persönlich nach außergewöhnlichen Stücken. Inmitten eines pulsierenden Marktes, fernab klassischer Luxuswelten, zählen Erfahrung, Intuition und Vertrauen. Statt anonymer Lieferketten setzt VON KÖCK bewusst auf direkte Beziehungen und Transparenz.

Nattaya Köck bringt dabei ihr feines Gespür für Design ein: Sie erkennt das kreative Potenzial eines Steins und denkt ihn bereits als zukünftiges Schmuckstück. So entsteht eine Verbindung aus Herkunft, Handwerk und Gestaltung, die jedes Stück einzigartig macht.

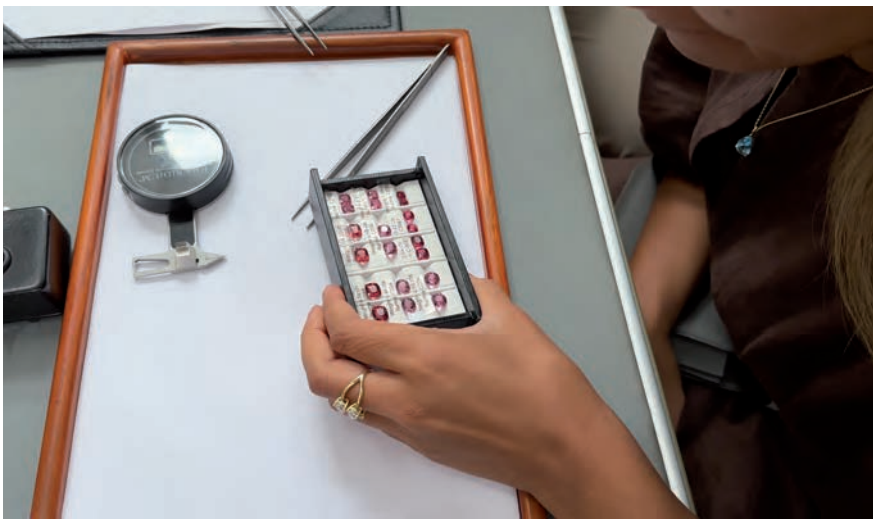
Auch als Wertanlage gewinnen Edelsteine zunehmend an Bedeutung. Ihre natürliche Begrenztheit und die steigende Nachfrage machen sie besonders für langfristig orientierte Anleger interessant. Faktoren wie Farbe, Reinheit, Schliff und Herkunft entscheiden dabei über ihren Wert – vor allem bei seltenen Spitzenqualitäten.

Im hauseigenen Atelier in Wien nimmt all das schließlich Form an. Aus ausgewählten Edelsteinen entstehen individuelle Schmuckstücke, die Persönlichkeit widerspiegeln. Von der ersten Skizze bis zur finalen Ausarbeitung wird jedes Detail mit höchster Präzision umgesetzt – unterstützt durch moderne Technologien, vollendet in traditioneller Handarbeit. Das Ergebnis sind keine standardisierten Produkte, sondern Unikate mit Bedeutung. Schmuckstücke, die nicht nur ästhetisch überzeugen, sondern Geschichten erzählen und über Jahre hinweg Bestand haben.

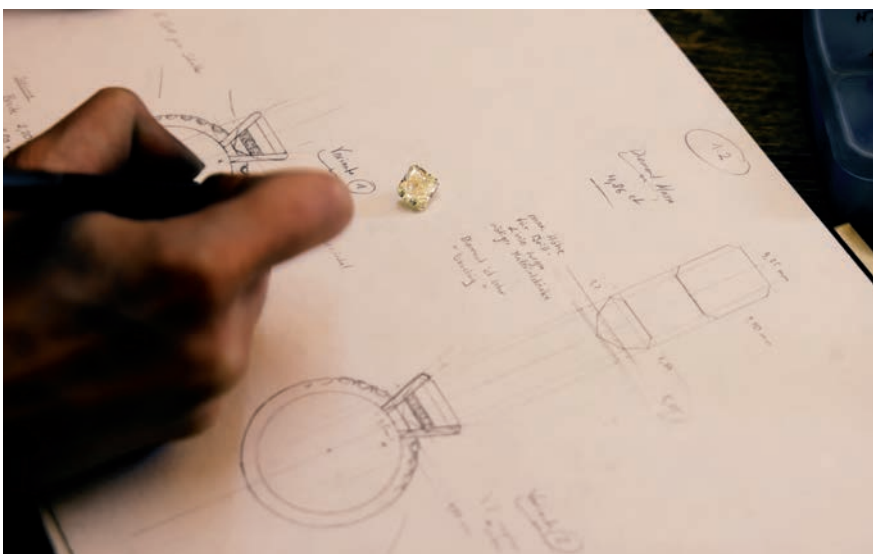
VON KÖCK steht damit für eine Haltung, die heute selten geworden ist: für Qualität, für Geduld und für den bewussten Umgang mit dem, was wirklich zählt. Vielleicht liegt genau darin der wahre Luxus – in der Zeit, die man sich nimmt, und in den Werten, die bleiben.



VON KÖCK setzt bewusst auf direkte Beziehungen und Transparenz.



Auch als Wertanlage gewinnen Edelsteine zunehmend an Bedeutung.



Im Atelier in Wien nimmt all das schließlich Form an.



Ihr Full-Service **HR Partner**

dekra-arbeit.at

Mehr als nur Personal: Ihre Experten für Recruiting und EOR.

Seit über acht Jahren steht die DEKRA Arbeit Gruppe in Österreich für Kompetenz, Verlässlichkeit und moderne Personallösungen. Als erfahrener Personaldienstleister bietet das Unternehmen in einem dynamischen Marktumfeld individuelle und bedarfsgerechte Lösungen für Unternehmen und Arbeitsuchende.

Im Zentrum des Leistungsportfolios steht die Arbeitskräfteüberlassung sowie die Personalvermittlung – zwei Bereiche, die sowohl im B2B- als auch im B2C-Segment stark nachgefragt sind. Unternehmen profitieren von flexiblen Personallösungen, während Bewerberinnen und Bewerber gezielt bei der Jobsuche unterstützt werden. Dabei legt die DEKRA Arbeit Gruppe großen Wert auf Qualität, Pass- genauigkeit und langfristige Perspektiven.

Ergänzt wird das Angebot durch spezialisierte Dienstleistungen im B2B-Bereich. Dazu zählen unter anderem Employer of Record (EOR)-Lösungen, die es Unternehmen ermöglichen, international tätig zu werden, ohne eigene Niederlassungen gründen zu müssen.

Die Kombination aus langjähriger Erfahrung, fundiertem Marktverständnis und einem starken Netzwerk macht die DEKRA Arbeit Gruppe zu einem verlässlichen Partner für unterschiedlichste Personalanforderungen. Ob kurzfristige Überlassung von Fachkräften, gezielte Vermittlung oder komplexe HR-Dienstleistungen – das Unternehmen versteht es, individuelle Lösungen zu entwickeln, die den Anforderungen einer modernen Arbeitswelt gerecht werden.

Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen und gemeinsam die passende Lösung für Ihre individuellen Anforderungen zu finden.



Ihre Ansprechpartnerin:
Mag. **Doris Kropacz**
Country Manager

DEKRA Arbeit Austria GmbH
Prater 7/3, 1020 Wien
Telefon +43 (0)1 890 8904–0
austria.arbeit@dekra.com
dekra-arbeit.at

Für alle da.

Dort, wo es zählt.

Public Value bedeutet, Mehrwert für die gesamte Gesellschaft zu schaffen: durch unabhängigen Journalismus, kulturelle Vielfalt, Orientierung und Zusammenhalt. Denn eine Gesellschaft funktioniert am besten, wenn alle Zugang zu verlässlicher Information haben. Dafür braucht es unabhängige Medien, die transparent berichten, einordnen und verbinden. Genau diesen Auftrag erfüllt der ORF in Österreich – für alle.

OBS. Für faire Rahmenbedingungen.

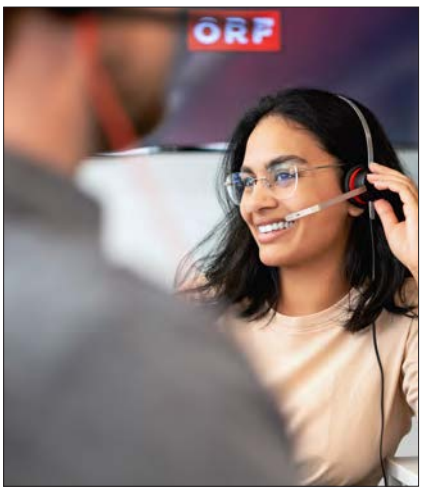
Voraussetzung dafür ist die Finanzierung des ORF durch den ORF-Beitrag, der mit 15,30 Euro je Haushalt deutlich günstiger ist als das vormalige GIS-Programmentgelt. Die ORF-Beitrags Service GmbH (OBS) sorgt dafür, dass die Finanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks verlässlich und transparent funktioniert. Damit ist die OBS die zentrale Schnittstelle zwischen gesetzlichem Auftrag und gelebter Realität im Alltag. Und das ist in Österreich millionenfach spürbar: ein vielfältiges Medienangebot, das informiert, Unterhaltung bietet, Orientierung gibt und den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärkt. Doch Public Value bedeutet auch, Verantwortung zu übernehmen – für Menschen in unterschiedlichen Lebenslagen. Die OBS prüft und gewährt Befreiungen vom ORF-Beitrag und sorgt für einen gleichberechtigten Zugang zum Angebot der ORF-Medien.

OBS. Für Service, das ankommt.

Seit April 2026 hat sich dieser Serviceauftrag der OBS noch erweitert: Haushalte mit aufrechter Befreiung vom ORF-Beitrag erhalten Zugang zum gesetzlich gestützten Strom-Sozialtarif. Die OBS fungiert dabei als zentrale Schnittstelle zwischen Bürgerinnen und Bürgern und den Stromlieferanten – einfach, österreichweit und unbürokratisch.
Zusätzlich stellt die OBS auf Antrag behördliche Bescheide über die Unterstützungswürdigkeit von Haushalten aus. Diese bilden die Grundlage dafür, dass Länder und Gemeinden klimarelevante Förderungen gezielt und rechtssicher auszahlen können. Auch das gehört zu den Aufgaben der OBS.
Im Mittelpunkt steht dabei immer der Mensch: verständliche Informationen, klare Abläufe und verlässlicher Service. Die OBS begleitet, erklärt und unterstützt, damit gesetzliche Regelungen im Alltag auch wirklich ankommen. So entsteht ein spürbarer Beitrag: für unabhängige Medien, für faire Rahmenbedingungen und für ein Österreich, in dem Information und Teilhabe selbstverständlich bleiben.



Die OBS fungiert österreichweit und bürgernah.



Die OBS ist die zentrale Schnittstelle zwischen gesetzlichem Auftrag und gelebter Realität

Alle Informationen zu den Serviceleistungen der OBS unter **http://OBS.at**

OBS
ORF BEITRAGS SERVICE

VÖZ-Werbepreis ADGAR

Interspar Österreich zum Printwerber des Jahres 2025 gekürt.



v.l.n.r.: Helmut Schoba, Hans Jürgen Wimmer, Michaela Blüml und Gerald Grünberger



Das Moderationsduo Madeleine Gromann (ORF) und Philipp McAllister (ServusTV) führte souverän und mit viel Witz durch den Abend.

Am 19. März 2026 lud der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) zu den ADGAR Awards ins Wiener Konzerthaus. Im Zuge einer glanzvollen Gala wurden die gelungensten und kreativsten Print- und Onlinewerbungen des vergangenen Jahres gewürdigt. Unter den Agenturen, die in diesem Jahr für ihre herausragenden Kreativleistungen mit einem ADGAR prämiert wurden, waren Demner, Merlicek & Bergmann / DMB., DDB Wien, Team X, Havas Village Wien, Unique Werbeagentur, Springer & Jacoby, Himmer, Buchheim & Partner, Porsche Media & Creative, LWND, Obscura sowie Reichl & Partner. Als Printwerber des Jahres wurde Interspar Österreich ausgezeichnet.

Maximilian Dasch, VÖZ-Präsident und Herausgeber der „Salzburger Nachrichten“, eröffnete den Galaabend und ging unter anderem darauf ein, warum Medienmarken verlegerischer Herkunft als Werbeträger so besonders sind. „Eine aktuelle Studie der Media-Analyse belegt, dass 70 Prozent der Leserinnen und Leser den Inhalten in Zeitungen und Magazinen sowie deren digitalen Engagements nahezu ihre volle Aufmerksamkeit schenken. Das ist im Gattungsvergleich ein absoluter Spitzenwert, der einerseits eine erfreuliche Bestätigung unserer täglichen Arbeit darstellt, aber auch ein wichtiges Signal an die Werbewirtschaft, umso mehr auf Zeitungen und Magazine als Werbeträger zu setzen“, so Dasch in seiner Rede.

Der Printwerber des Jahres

Die begehrte Auszeichnung als „Printwerber des Jahres 2025“ sicherte sich Interspar Österreich. „Interspar Österreich gibt Print seit Jahren einen fixen Platz im Mediamix und setzt Zeitungen und Magazine konsequent ein, um qualifizierte Reichweite, Vertrauen und Orientierung zu schaffen. Dieses klare Bekenntnis zu Print macht Interspar Österreich zu einem höchst verdienten Printwerber des Jahres 2025“, so Helmut Schoba (VGN Medien Holding), VÖZ-Vorstandsmitglied und Vorsitzender des Boards Werbemarkt, in seiner Laudatio. Gemeinsam mit VÖZ-Geschäftsführer Gerald Grünberger überreichte Schoba die Trophäe an Michaela Blüml, Geschäftsführer-Stellvertreterin von Interspar Österreich, und Hans Jürgen Wimmer, Bereichsleiter Marketing und Werbung bei Interspar.

Katharina Schiffl

Die Siegersujets in den weiteren Kategorien

Einmal mehr sicherte sich die Agentur Havas Village mit einem überaus humorvollen Sujet den ADGAR in der Kategorie Auto & Motor für den Kunden Volvo Car Austria. Den Preis nahmen die Gewinnerinnen und Gewinner von Nadja Vaskovich, stellvertretende Geschäftsführerin der VÖZ All Media Service GmbH, und Gert Bergmann, Geschäftsführer des Niederösterreichischen Pressehauses, entgegen.

In der Kategorie Dienstleistungen waren die kreativen Masterminds von Demner, Merlicek & Bergmann / DMB. für den Kunden Wien Energie erfolgreich am Werk und stellten unter Beweis, dass auch ein sperriges Thema wie der Ausbau von Sonnenenergie auf humorvolle Art und Weise in Szene gesetzt werden kann. Übergeben wurde der ADGAR von Silvia Lieb, Vorstandsvorsitzende der Moser Holding AG, und Gerhard Valeskini, Geschäftsführer der „Kronen Zeitung".

Siegreich in der Kategorie Handel, Konsum- & Luxusgüter war einmal mehr DDB Wien für ihren Kunden McDonald's. Die kreativen Köpfe überzeugten die Jury, indem sie den McSundae als Anspielung an den Filmklassiker „Der weiße Hai" in Szene setzten. Die Trophäe überreichten Xenia Daum, Geschäftsführerin der „Kleinen Zeitung", und Richard Grasl, Geschäftsführer KURIER Medienhaus.

Die Kategorie Soziales & Karitatives entschied ebenfalls DDB Wien für sich, diesmal mit dem Sujet „Abakus" für Caritas Österreich. Das aufgrund der dramatischen geopolitischen Entwicklungen höchstaktuelle Sujet führt den Betrachtenden den Alltag von Kindern in Kriegsregionen – ohne martialische oder klischeehafte Darstellung – vor Augen. Die einfühlsame Kampagne und der Claim, der abseits der täglichen Fernsehbilder zum Nachdenken und Helfen anregt, haben die Mitglieder der Fachjury beeindruckt. Übergeben wurden die Statuen von Marijana Delac, Verlagsleiterin „Rupertusblatt", und Lorenz Cuturi, Geschäftsführender Gesellschafter Medienhaus Wimmer.

Wie kreativ Onlinewerbung sein kann, zeigte auch in diesem Jahr die Agentur LWND für den Kunden Billa AG. Ihre aufwendig umgesetzte Muttertagskampagne hat die Jury auf Anhieb überzeugt: Mithilfe von KI konnten personalisierte Muttertagsständchen gestaltet und direkt verschickt werden. Parisa Hamidi-Grübl, Chief Sales Officer und Prokuristin „Der Standard", und Markus Raith, Geschäftsführer Russmedia, überreichten die Auszeichnung.



Die Gala wurde von Kabarettist Dr. Bohl eröffnet.

Die Höhepunkte der Gala

Die Gala wurde von Kabarettist Dr. Bohl eröffnet, als Moderationsduo führten Madeleine Gromann (ORF) und Philipp McAllister (ServusTV) souverän und mit viel Witz durch den Abend. Als musikalisches Highlight der Gala gab sich der Grammy-nominierte Hannoveraner DJ und Produzent Mousse T. die Ehre und performte live auf der Bühne. Aus seiner Feder stammen zeitlose Dancefloor-Klassiker wie „Is It Cos I'm Cool" oder „Pop Muzak". Für Pop-Legende Tom Jones schrieb er den Megahit „Sexbomb" und sicherte sich damit einen Platz in der Musikgeschichte. Zuletzt veröffentlichte Mousse T. im August 2025 gemeinsam mit Wankelmut und Francesco Yates die Single „Some Kinda Feeling!", gefolgt am 9. September 2025 von „RUN (Disco)" – einer Kooperation mit Donna Summer und Toby Gad. Begleitet wurde Mousse T. von der britischen Sängerin Emma Lanford, der Stimme von „Horny" und „Is It Cos I'm Cool", und der britischen Soullegende Andrew Roachford.


Mousse T. und Andrew Roachford sorgten für gute Stimmung.

Katharina Schiffl

HNC – Der One-Stop-Shop für Kommunikation mit Impact

Mit *HNC* bündelt *Heute* Kreation, Content, Produktion und Performance in einer gemeinsamen Struktur. Für Kunden bedeutet das vor allem eines: integrierte Kommunikation aus einer Hand und das schneller, effizienter und wirkungsvoller.



Fabian Petschnig (links) und Christian Jaidl (rechts)

HNC denkt Kommunikation nicht in Einzeldisziplinen, sondern crossmedial.

HNC ist dabei nicht nur eine interne Einheit innerhalb des *Heute*-Medienhauses, sondern als Agentur auch für Kunden buchbar. Unternehmen erhalten damit direkten Zugang zu eingespielten Teams, kurzen Wegen und einem Setup, das Kampagnen deutlich schneller in den Markt bringt.

Wo Kampagnen traditionell über mehrere Partner, viele Abstimmungsschleifen und lange Timings laufen, schafft *HNC* direkte Wege und klare Verantwortlichkeiten. Das beschleunigt den Weg von der Idee bis zur Umsetzung und reduziert Komplexität auf Kundenseite deutlich.

Dabei wird Kommunikation nicht in Einzeldisziplinen gedacht, sondern von Anfang an crossmedial entwickelt: für Print, Digital, Social und Video. So entstehen aus einer kreativen Leitidee Assets, die sich effizient über unterschiedliche Kanäle hinweg nutzen und adaptieren lassen. Das spart Zeit, senkt Produktionsaufwand und erhöht den Wert jeder einzelnen Maßnahme.

Gerade in einem Markt, in dem Budgets kritischer hinterfragt werden, ist dieser Ansatz ein klarer Vorteil. So wurden beispielsweise aus einer Videoproduktion mit geringem Zusatzaufwand weitere Werbemittel und Social Assets entwickelt; zugleich fiel die Lizenzierung nur einmal an. Genau darin liegt die Stärke von *HNC*: mehr Output, weniger Reibungsverlust, mehr Effizienz. *HNC* ist dabei keine Neugründung auf der grünen Wiese, sondern die konsequente Bündelung bestehender Kompetenzen und eingespielter Prozesse. Das schafft die Basis für das, was für Marken heute entscheidend ist: visuell starke Kreation, schnelle Umsetzung und Kommunikation, die nicht nur sichtbar ist, sondern Wirkung entfaltet.

Sabine Hertel, Christian Jaidl

cento design

TO ACT IN YOUR SPIRIT!



Ihr kompetenter Partner als **GU** und **Komplettanbieter** für Objekteinrichtungen sowie **individuelle Produktentwicklungen** für Ihr indoor / outdoor Projekt

Cento Design & Production GmbH, Karl Schweighofergasse 14, A-1070 Wien, Austria
T: +43 (0)1 523 36 64, office@cento-design.at, www.cento-design.at

yellow

Das neue Mobilfunk-Paket der Post.

In deiner Post und auf yelllow.at



[1)] Statt € 10,99. Aktion gültig bis 30.6.2026. Aktionspreis ein Tarifleben lang gültig. | 75 GB in AT, davon 16,7 in EU. 1.000 MIN/SMS in AT und EU. Zusätzlich 30 MIN in die EU. Bis zu 100 Mbit/s Download, 50 Mbit/s Upload. 1 Monat = 30 Tage. | Es gelten die aktuellen AGB samt Entgeltbestimmungen und Leistungsbeschreibungen der Österreichischen Post AG. Diese findest du auf yelllow.at/vertragsinfo | **Informationen zum Datenschutz** findest du auf yelllow.at/datenschutz | Stand: April 2026. Satz- und Druckfehler vorbehalten.

50 Jahre Mucha-Verlag





Das Jubiläumsfest



































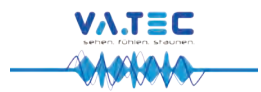






















Über 100 Jahre alter Bildband von Erich Satran



Sekt von Szigeti



Ein gerahmtes Foto von Spar-Marketer Jörg Pizzera



Süßes vom Schoko-Michi



Wertvolle Silberstücke für viele Gäste von philoro-Boss Rudolf Brenner



Cover-Story von einst von Rudi Tucek

Danke

Wir bedanken uns allerherzlichst, dass Sie alle unserer Einladung zum „Fest unseres Lebens“ gefolgt sind. Auf den folgenden Seiten haben wir alle Highlights unserer Jubiläumsparty – zur bleibenden Erinnerung – dokumentiert.

Für das Lob, die Anerkennung, den Beweis Ihrer Freundschaft sowie für die unzähligen – vielfach so berührenden – Geschenke und Mitbringsel danken wir allerherzlichst.

Freunde, Verbündete und Förderer wie Sie an unserer Seite zu wissen, ist ein ganz besonderes Privileg.

Ekaterina und Christian W. Mucha



Werbe-Kampagne von einst von Ernst Klimitsch



Rosen und Krawatte von Michael Dohr



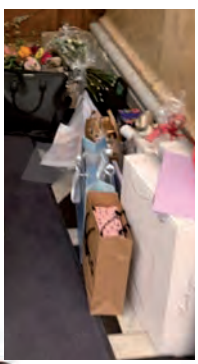


Traumhafter Blumenstrauß von Kathi Stumpf



Blumen von Blumenhaus am Dom

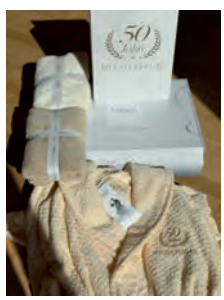
Ohne Anspruch auf Vollständigkeit



Geschenke-Depot



Albert Fortell überbrachte Grüße vom Traumschiff



Gebrandeter Bademantel von Vossen



Imperial-Torte von Daniela Stoppel



Flüssiges von Peter Großmann

Im prunkvollen Rahmen des Naturhistorischen Museums ging am 27.04. das Fest zum 50. Bestehensjahr des Mucha-Verlags über die Bühne. 220 illustre Gäste folgten dem Ruf von Ekaterina und Christian W. Mucha und erwiesen ihnen die Ehre ihres Besuchs.



Für die Gastgeber ging am 27. April 2026 „das Fest ihres Lebens" über die Bühne.

Monika Fellner

Die Gäste erlebten eine ebenso emotionale wie kurzweilige Nacht. Geprägt von sentimentalen Rückblicken, persönlichen Anekdoten und pointierten Ausblicken. Der 71-jährige Verleger führte selbst durch den Abend und nahm sich dabei – ganz in seiner bekannten Art – kein Blatt vor den Mund. In einer launigen Laudatio zog der Doyen der Kulturjournalisten, **Heinz Sichrovsky**, – pointiert und dennoch durchaus liebevoll – über den Jubilar her.

In seiner Keynote richtete Mucha danach einen eindringlichen Appell an die heimische Werbewirtschaft. Anwesend waren unter anderem die Budgetverantwortlichen **Walter Fink** (Sky), **Jörg Pizzera** (Spar) sowie **Claudia Bazanella** (Hofer), die neben XXXLutz Marketer **Thomas Saliger** zu den besten im Ranking der Top 340 Marketingleiter von 23 profunden Juroren gekürt wurden. Mit den handelnden Personen gab es auf der Bühne überraschende Live-Interviews. Sky Top-Werber Fink verriet, dass der Bezahl-Sender seine gesamte Werbung in Österreich produziert. Und zeigte sich stolz darüber, dass die Wertschöpfung im Lande bleibt. Pizzera, erfolgreicher Nachfolger der Werbelegende Gerhard Fritsch, brachte Mucha ein Foto mit, auf dem der SPAR Werbechef die ExtraDienst Plattform besucht. Versehen mit dem Slogan **Das Papier geht. Der Biss bleibt. Jetzt digital.**

Was danach folgte, war ein gewagter Drahtseilakt des Gastgebers. Er entschied sich dafür, es aus Aktualitätsgründen dennoch abzufragen. Und wollte von Pizzera wissen, wie man denn mit dem HIPP-Erpressungsfall in seinem Konzern umginge. Schließlich sei das ein Thema, das alle Menschen bewegt. Mucha: „Wie muss jemand beschaffen sein, der solch eine Tat begeht?“ Pizzera antwortete ruhig, sachlich und überlegt. Es gehe um Aufklärung, Analyse und Krisenbewältigung. Man arbeite sowohl mit den Behörden als auch mit HIPP blendend zusammen. Im Publikum war es mucksmäuschenstill. Und jeder verstand, dass es kein Zufall ist, warum Pizzera schon das zweite Mal beim Marketer-Ranking ganz oben steht. Danach wandte sich der Jubilar an die Hofer Marketingleiterin **Claudia Bazanella**, die mit ihrer Schwester (arbeitet im Pharmabereich) gekommen war. Gratulierte ihr dazu, die beste Frau der Top-Werbeentscheider geworden zu sein. Und seufzte: „Ohne jetzt die Leistung von **Spar, Sky** und **XXXLutz** schmälern zu wollen, wo Männer dominieren: Ich hätte es gerne noch erlebt, dass eine Frau die Nummer 1 im Ranking wird.“ Danach bekam **Bazanella** leichte Schweißausbrüche: Ist doch der ExtraDienst Herausgeber unter seinem Spitznamen „Unguided Missile“ bekannt.

Der fragt Unbequemes, Überraschendes und lockt damit seine Gesprächspartner aus der Reserve: Wie viel Budget **Bazanella** denn zu Verfügung stünde? Die Frage war ihr sichtlich unangenehm. Da aber schon **Pizzera** davor das Nachfassen auf seine Budget-Größe verwei-



Eveline Mucha (91) und Merle Stanzig



Galina Soboleva und Ekaterina Mucha



Familie

Monika Fellner

Wie in all den Jahren wurde die Technik der Jubiläumsfeier von VA TEC (Mischa Fiala und Herwig Knyrim) perfekt ausgerichtet.

gert hatte, verwies sie auf die Focus-Daten. Im Publikum brach leichte Unruhe aus. Doch Mucha hatte seine Hausaufgaben gemacht. Gratulierte nochmals beim Weggehen und flüsterte ins Mikrofon: „Es dürften in etwa 61 Millionen sein." Und das sind die Momente, wo die Gäste dann ganz genau zuhören...

Jörg Pizzera (Spar), ein unglaublich gut erzogener Mensch, legte, bevor er die Bühne verließ, Mucha die Hand auf die Schulter. Und raunte ihm – für alle unhörbar – zu: „Sorry, dass ich die Frage nach dem Budget nicht beantwortet habe. Damit erspare ich mir ‚einen Anruf'..." Danach ging es im Programm mit dem Thema „Retten wir die Österreichische Werbe- und Medienszene" weiter.

Mucha monierte die starke Verlagerung von Werbebudgets zu internationalen Digitalkonzernen wie Meta Platforms und Alphabet Inc., die im Vergleich zu den heimischen Medienunternehmen deutlich geringere Steuerleistungen erbringen. Jetzt gelte es, patriotisch umzudenken. Die Austro-Medien- und Werbehäuser zu stärken.

Regional engagierte Unternehmen sollte man fördern. Auch die kleinen, nicht so spektakulären. Wie etwa die **BVZ** (Burgenländische Vokszeitung). Jüngst aus den **NÖN** herausgelöst und von **Markus Stefanitsch** betrieben. Ein mutiges Projekt. Oder etwa **Salzburg TV**. Einer von mehreren couragierten Austro-Lokalsendern. Wichtig für die Region. Ursprünglich und professionell gemacht. Von **Josef Aichinger** und **Christian Struber** geleitet. Auch an die sollte man denken...

Zahlreiche Spitzenvertreter der österreichischen Medienbranche erwiesen dem Mucha Verlag die Ehre. Unter ihnen **Andreas Rast** (GF Die Presse) und **Rainer Nowak** (Die Presse), **Richard Grasl** (Kurier Vorstand), **Wolfgang** und **Niki Fellner** (oe24), **Horst Pirker** und **Kathrin Gulnerits** (VGN Verlagsgruppe News), **Hans Mahr**, **Marlene Auer** (Freizeit Kurier), **Franz J. Sauer** (Der Wiener), **Gerhard Riedler** (RegionalMedien Wien), **Alex Nausner** (Radio oe24), sowie **Paul Leitenmüller** (Leadersnet) **Alex Wrabetz** uvm.
Besonderen Applaus ernteten



Marketer des Jahres Jörg Pizzera (Spar) ex aequo mit Fink.



Gestaltet „seine" Werbung in Österrreich: Walter Fink (Sky).



Monika (links) und Claudia Bazanella: Die „Hofer" Marketingleiterin ist die Nummer 1 dieses Jahres bei den Frauen.



Agentur des Jahres: Michael Kapfer (GGK Mullenlowe) freut sich gemeinsam mit Dieter Pivrnec über die Auszeichnung.

Monika Fellner

Michael Kapfer und **Dieter Pivrnec** von GGK MullenLowe, die als „**Agentur des Jahres**“ ausgezeichnet wurde.
APA-Vorstand **Dr. Clemens Pig** heimste die wertvollste Auszeichnung des Jahres ein: Er wurde von 15 Juroren der Medienplattform ExtraDienst zum Kommunikator 2025 gekürt.



Claudia & Walter Fink (Sky), Jörg Pizzera (Spar), Claudia (Hofer) & Monika Bazanella

Auch zahlreiche prominente Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Gesellschaft waren vertreten. Darunter Kommerzialrat **Peter Berger** (Druckerei Berger), **Andreas** und **Alfred Riedl** (Jacques Lemans), **Werner Fasslabend**, Werberlegende **Gerhard Puttner**, **Kathi Stumpf**, **Albert Fortell**, **Christina Lugner**, sowie **Heribert Kasper** uvm.
Musikalischer Höhepunkt des Abends war der Auftritt von **Andy Lee Lang**, der den Jubilar mit einer Interpretation von „New York, New York“ – im Original von Frank Sinatra – zum Duett auf die Bühne bat.
Hausherr **Markus Roboch** präsentierte das Museum mit seinen über 30 Millionen Samm-



Geballte Medienpower: Hans Mahr, Alex Wrabetz, Horst Pirker, Richard Grasl, Gastgeber, Heinz Sichrovsky, Andreas Rast (Die Presse)

Monika Fellner



Kommunikator des Jahres Clemens Pig (APA): Wird er der künftige ORF-General? Noch hält er sich bedeckt. Den Preis nahm er demütig namens seines Teams an.

lungsobjekten in 40 großen Ausstellungssälen als ideale Event-Location.

Kulinarisch zeichnete **Philipp Pracser** von der Litus Group verantwortlich, dessen Restaurant „**Otto am Donaukanal**“ das Catering des Abends stellte. Ein künstlerisches Highlight setzte **Alex Kiessling** mit einem großformatigen Porträt des Jubilars. Die Gäste konnten eine Entwurfsfassung individuell kolorieren und mit persönlichen Glückwünschen versehen.



Horst Pirker, Lola Lindenbaum und Richard Grasl



Daniela Weissenbacher-Welle & Georg Weissenbacher (Mucha Privatstiftung Vorstand)



Von links Hans Gödel, Lisa Ulrich-Gödel (RL Leute News), Kathrin (ChR. News) und Michael Gulnerits



ZeitungsherausgeberVerband (VÖZ) GF Gerald Grünberger und Rebekka Salzer



Oe24 Urgestein Wolfgang Fellner: Der Trauzeuge von Ekaterina Mucha feiert dieser Tage 10 Jahre Oe24-TV.



Oe24 CEO Niki Fellner: 4 Mio. Besucher



Julia Schnitzlein und Gerhard Riedler (RM)



Brigitte & KR. Peter Berger (Druckerei Berger)

Monika Fellner



A. Nausner & A. Khaelss-Khaelssberg: Der Radio Oe24-Chef und das PR-Urgestein.



Anwalts-Trio: Michael Dohr, Christian Winternitz, Georg Zanger.



Andreas & Alfred Riedl (Jacques Lemans) waren extra aus Kärnten angereist.



Marlene Auer (ChR. Freizeit Kurier) und Gerhard Gaber.



Paul Leitenmüller (Leadersnet)



Rainer Nowak (Die Presse)



Dominik und Patricia Unger, Christian Pfundner und Monika Pfundner-Lenz (von links).



220 Gäste und eine durchaus knapp kalkulierte Tischordnung: Alle mussten wegen des großen Andranges einigermaßen zusammenrücken.

Monika Fellner

Fest-Gäste werden zu Künstlern

Der renomierte Künstler Alex Kiessling schuf ein Mucha Porträt im Stil seiner Shift-Serie. Alle Gäste erhielten Schwarz-Weiß Kopien davon. Machten sich ihr persönliches Bild vom Jubilar. Über 150 signierte Kunstwerke wandern so in unser Gästebuch. Einzig das grüne Rapid-Sujet rechts unten war unsigniert. Eine Spitze von Rapid-Präsident Alex Wrabetz? Der bestreitet die Urheberschaft. Stein des Anstoßes: Mucha ist leidenschaftlicher Austria-Fan.



Olga Tayel, Galina Soboleva und Stylistin Lina Anuzyte machten sich ein Bild von Mucha.



Mario Soldo



Hans Peter Soller



Ksenia Petrova & Oliver Feicht



Natalia Ushakova



NattayaEnglinger&FelixKöck-Marek



Unsigniert.



Begeistert: Mario Soldo

Der Künstler Alex Kiessling zählt mittlerweile zur Liga der gefragtesten heimischen Maler. Sein Atelier in Laxenburg ist Treffpunkt begeisterter Sammler seiner Werke.

Den krönenden Abschluss bildete eine eindrucksvolle Laserinszenierung von Live Lasersystems – vom Dach des Kunsthistorisches Museum Wien aus in Szene gesetzt. Begleitet von klassischer Musik erklang ein leuchtendes Finale mit einem über 80 Meter breiten Schriftzug: „Christian W. Mucha sagt Danke."



Natascha und Ralf Kober, Christoph Urbanek (Urbanek Real Estate) und Kanzlei-Kollegin Sarah Rockenbauer



Alexander Hirschbeck (Ex-OBS-Chef)



Barbara und Rudolf Tucek



Joyce Zhou, Jessica Chen und Michael Schüller (von rechts)

Monika Fellner

25 BRILLANT(E) Jahre im Dienste der Sauberkeit



Seit mittlerweile 25 Jahren steht die Brillant Gebäudereinigung mit ihrem familiären Flair für ein unerreichbares Kundenservice und glänzende Reinigungsergebnisse.

Im Familienunternehmen Brillant Gebäudereinigung erfreut man sich über 25 erfolgreicher und aufstrebender Jahre mit allen daraus resultierenden Höhen und Tiefen. „Wir haben es geschafft, uns in den letzten 25 Jahren von einem kleinen 3-Mann-Unternehmen zu einer der größten Fachgebäudereinigungen im Süden von Österreich zu entwickeln." Berichtet voll Stolz der Geschäftsführer Isop Robert.
Das Unternehmen, welches im Jahre 2000 durch die Eltern (Ilse und Robert Franz Isop) gegründet wurde, sollte eigentlich nur für ca. 10 bis 15 Jahre bis zur Pensionierung bestehen und sich im kleinen Rahmen bewegen. Erst durch den Einstieg des Sohnes und heutigen Geschäftsführers zwei Jahre später und seinem hartnäckigen Willen, das Unternehmen weiterführen zu wollen, wurde der Grundstein für die heutige Größe und Erfolg gelegt. Durch viel Geschick, laufende Weiterbildung sowie harte Arbeit und durch die tatkräftige Unterstützung der Gattin, Frau Corinna Isop, konnten die Ziele erreicht werden. „Ein besonderes Dankeschön gilt allen treuen und langjährigen Mitarbeiter/innen. Durch ihren Fleiß und das Bemühen beim Kunden sind diese natürlich am Erfolg mitverantwortlich!", möchte an dieser Stelle die Familie Isop loswerden.

Namhafte Klientel

Über die Jahre hat sich die Brillant Gebäudereinigung einen festen Platz in der Reinigungsbranche erarbeitet. Das zeigt sich etwa an der vielfältigen Kundenbasis, die von Ferienwohnungen und Haushalten über Büros bis hin zu Hotelbetrieben, Arztpraxen, Lebensmittelhandel und Industriebetrieben reicht. Das Haupttätigkeitsgebiet von Brillant umfasst Kärnten und die Steiermark. Dank einer Kooperation mit einem Partnerunternehmen ist Brillant zudem in Oberösterreich, Niederösterreich, Salzburg und Burgenland aktiv. Zu den Leistungen des Unternehmens zählen unter anderem die Vertretung von hauseigenem Reinigungspersonal sowie der Zimmerservice in Hotels und Pensionen, wie beispielsweise bei der Rosentaler Hof Hotelbetriebs GmbH. Das Unternehmen übernimmt zudem die Reinigung von Apartments, Ferienwohnungen, Ferienhäusern und Chalets sowie die Reinigung von Sanitäreinheiten auf Campingplätzen. Letzteres wird beispielsweise beim langjährigen Kunden Camping Klagenfurt Tentoria GmbH gemacht.
Die tägliche Unterhaltsreinigung der Brillant Gebäudereinigung sorgt für Sauberkeit und Ordnung, während sich das Unternehmen auch um Fenster-, Grund-, Teppich-, Fassaden- und Wintergartenreinigungen kümmert. Darüber hinaus bietet die Brillant Gebäudereinigung Spezialreinigungen sowie die Reinigung, Aufbereitung und Pflege von Cottoböden an – eine ihrer Spezialitäten, die unter anderem im Hotel-Restaurant Landhof Irschen e. U. erfolgreich umgesetzt wurde.

Unkompliziert, persönlich, schnell

Brillants Kundenbetreuung zeichnet sich durch kurze Kommunikationswege aus – es gibt keine Callcenter oder lange Wartezeiten auf Rückrufe. In Notfällen, wie nach Einbrüchen, Unwettern oder Rohrbrüchen, steht den Kunden eine 24-Stunden-Servicehotline zur Verfügung. Die Kunden profitieren außerdem von kurzen Kündigungsfristen und kundenfreundlichen Verträgen. Der Erfolg zeigt sich in der starken Kundenbindung und der Tatsache, dass 90 Prozent der Neukunden durch Weiterempfehlungen und Mundpropaganda zu Brillant kommen.
Aktuell expandiert Brillant und sucht neue Mitarbeiter in ganz Kärnten.

Brillant Gebäudereinigung

Laudonstraße 35
9020 Klagenfurt am Wörthersee

Tel.: +43 463 509409
Fax: +43 463 50940911
E-Mail: service@brillant-reinigung.at

24h Notdienst: +43 676 3551140

www.brillant-reinigung.at

Brillant Gebäudereinigung



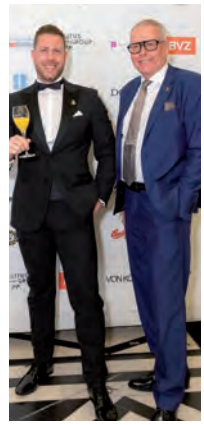
H. Kasper, Ivana & Poldi Huber (Schreiberhaus)



Zahn-Legende Prof. DDr. Wolfgang und Susanne Schlossarek



David Kaburek und Ruperta Mucha



Marco und Gerhard Steinbrecher (Cento Design)



Elvira Geyer und Zigi Müller-Matyas (Vienna Fashion Week)



Natalia Ushakova mit R. Schendl und A. Fortell



Der Schoko Michi und Tony Rei



PR Genie: Johannes Mak und Eva-Maria Bauer



Heinrich Wicke (Stoppt MOBBING) und Gastronom Herbert Bonka (Oberkirchbach)



Christina Lugner, Gerhard Puttner und Martin Stietka (li.)



Claudia Stöckl und Udo Reichmann



Christina Lugner („Der Mucha ist eine Marke"), Werner u. Martina Fasslabend



Kathi Stumpf und Alexander Beza

Monika Fellner



Christian Krpoun, Andreas König, Eugen Prosquill



Larissa Drobitsch (Vossen) u. Andreas Ladich (Flughafen)



Ingrid und Frank Bläuel (Tulbinger Kogel)



Pharma-Unternehmer Michael Stanzig



Marion Finger-Letz und Robert Letz



Maximilian Donner-Reichstädter und Magdalena Moser



Entertainer Alex Ribisch und Silvana Macek



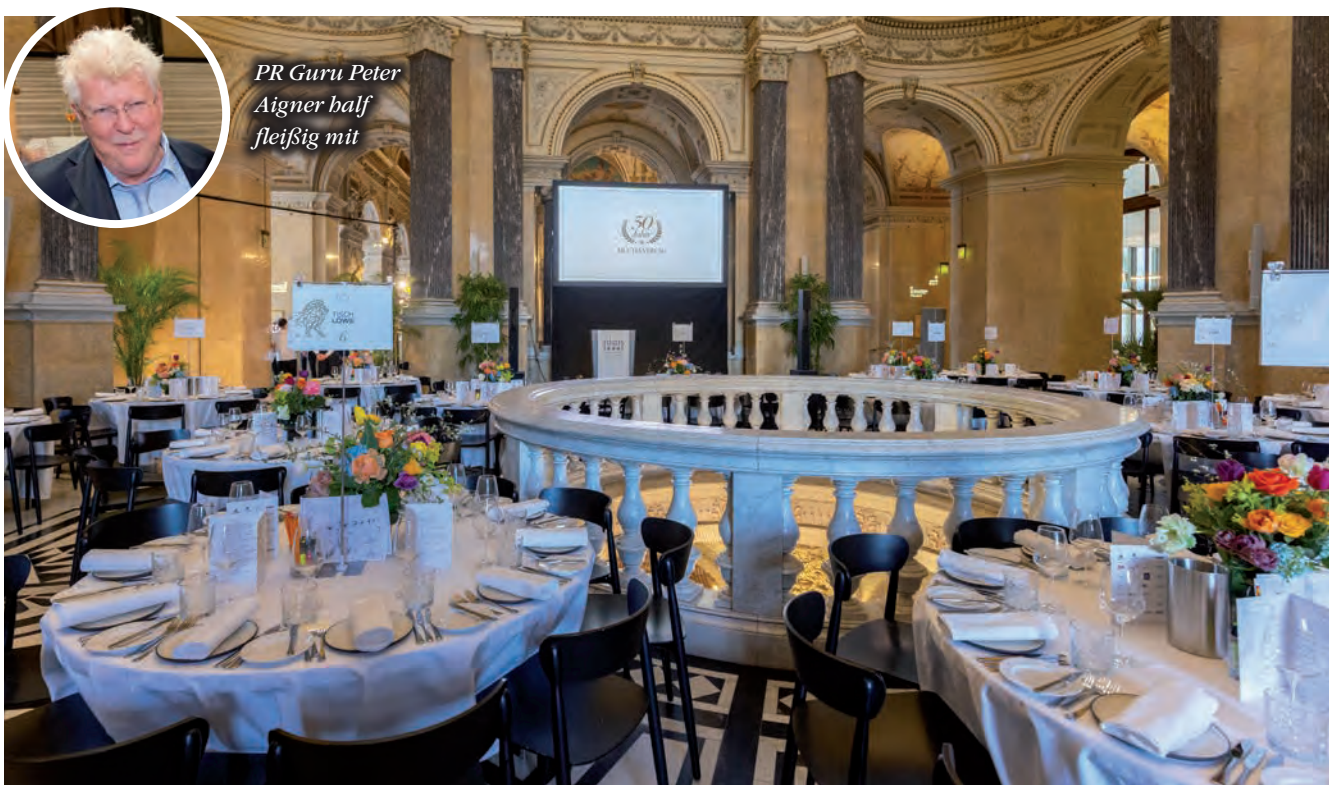
Antonia und Ernst Klimitsch



Peter Großmann & Maria Lisal (Marchfelderhof)



Christian Plettenberg



PR Guru Peter Aigner half fleißig mit

Monika Fellner



Die Steaks waren warm & medium. Bravo.



Adem Köse, der Badzimmer-Zampano mit Ekaterina



Steirischer Tycoon: Helmut Puntigam und Michaela Almer-Reisenhofer (Kirchenwirt/Stubenberg)





Safira & Ilija Davidov (Juwelier) lieben Ekaterina Schmuck (40kt) im Wert von 80.000 €.



Hans Peter Soller (Dir. Le Méridien) mit Musical-Star Lisanne Clémence Veeneman.



Geballte NHM-Power: Markus Roboch (Mitte) mit Gattin Andrea, rechts neben ihm der Sponsoring-Leiter des Museums Max Pohanka mit J. S. Kosely, links Robochs Bruder Stefan.



Eindrucksvolle Promotion für Von Köck



Felix Köck-Marek & Nattaya Ettlinger, Rosita Albrecht Kashanipour und Alireza Kashanipour.

Monika Fellner, Leadersnet/G. Langegger



Mehmet & Pelin-Nisa Bayar (Papiertaschen-Shop.at)



Die Weine kamen von Peter Dolle. Die AHF-Getränke von Coca-Cola.



Romana Persico (Litus Group) und Dominik Unger (GF MG MedienGruppe)



Szigeti sorgte bei den Gästen für Prickeln



Larissa Drobitsch (Vossen) und die Gastgeberin



Miridon Berisha, Philipp Pracser (Litus Group)



Peter und Jolanata Dolle: Ausgezeichneter Winzer und treuer Lieferant unseres Verlages.



Ein ungewohntes Bild von Franz J. Sauer: „Der Wiener" Herausgeber als DJ.



Laserinszenierung von Philipp Wicke (Live Lasersystems)

Monika Fellner, Leadersnet/G. Langegger



Alex Nausner



Zigi Mueller-Matyas



Michael Dohr



Christina (Mausi) Lugner

Nestroy im 3/4 Takt

Lumpazi-vagabundus



Metropol

AB 1.10.2026

01/407 77 407

www.wiener-metropol.at

ORF W

Ö1 CLUB

Stadt Wien

Wien Ticket

ARTWORK: ALEX FUGGERBERGER

Laudator Heinz Sichrovsky

In seiner launigen Laudatio zog Österreichs Doyen der Kulturjournalisten, Heinz Sichrovsky, – pointiert und dennoch durchaus liebevoll – über den Jubilar Christian W. Mucha her.

Ich hab Dir vor etwas mehr als zwei Jahren ein Kompliment unterbreitet, das jeder andere als persönlichen Angriff von sich gewiesen hätte, Dich aber in helles Entzücken versetzt hat, obwohl es doch gelautet hat: Der Mucha ist ein unmöglicher Mensch, darüber sind sich alle einig, die ihn kennen. Also alle. Vielleicht hat Dich ja die Fortsetzung überzeugt: Der Mucha ist ein unmöglicher Mensch, weil er das Unmögliche möglich macht – in einer Zeit, in der andere alle Mühen darauf verwenden, das Mögliche unmöglich zu machen.



Sichrovsky: „Die Zielgruppe des Kommunikationsmagazins „ExtraDienst" ist so spitz, dass man sich leicht eine Blutvergiftung holt, wenn man sie nur antippt..."

Damals hattest Du gerade die Jubiläumsausgabe zum vierzigjährigen Bestand des Branchenmagazins „Extra-Dienst" herausgebracht, zwei Jahre später und ein bissl anders sind es schon 50. Man kommt bei Dir tatsächlich kaum nach, lernt aber jedenfalls, die Feste so zu feiern, wie sie Dir gefallen. Das Konvolut damals, mitten im sich auftürmenden Ukraine-Konflikt, also in der größten Branchenkrise seit der Umstellung von der Tontafel zum Papyrus, war 278 Seiten schwer, mit 170 Anzeigenseiten, die redaktionell sogar durchaus ansprechend ummantelt waren.

Diesmal sind es 144 Seiten, die Anzeigenseiten bitte selbst nachzuzählen, eventuell genügt es aber auch, wenn jeder der geschätzten Anwesenden sein eigenes Inserat sucht. Wie man so etwas möglich macht, ist eine ständige Erkenntnis für uns alle, ein Menetekel, das an allen Wänden glüht. Die Zielgruppe des Kommunikationsmagazins „Extra-Dienst" ist so spitz, dass man sich leicht eine Blutvergiftung holt, wenn man sie nur antippt – kennen wir alle. Und wen außer uns selbst, so fragt sich der Laie, sollen denn unsere minimundialen Kabalen, Triumphe und sonstigen Belanglosigkeiten interessieren?

Deine Antwort auf meine Frage war so lapidar, gleichzeitig relativ, wie alle elementaren Erkenntnisse der Geistesgeschichte. Denken wir nur an Einstein und $E=mc^2$: Die Werbebranche interessiert es, und zwar in konkurrenzloser Geschlossenheit. Mit anderen Worten: Du hast mit Deinen drei Kernpublikationen – Medien, Reisen, Luxus – das so benannte Special-Interest-Segment in den Stand der Konkurrenzlosigkeit gebracht. Mit noch anderen Worten: Beim Mucha blöd vorkommen, das ist so kontraproduktiv, als würde der „Guide Michelin" dem Steirereck Schabenbefall attestieren. 53 Prozent Rendite vor Steuer, hast Du mir zugeraunt, und selbst mir wirtschaftlichem Kretin hat geschwant, dass das nicht nichts ist.

Dazu kommt die Sache mit der Serendipität, den Begriff verdanke ich dem großen Genetiker Markus Hengstschläger. Das ist, wenn man etwas tut, das an sich vollkommen nutzlos ist, aber ungeahnte, oft historische Folgen nach sich zieht. Zum Beispiel hat ein Labormitarbeiter von Sir Alexander Fleming unterlassen, eine Petrischale zu reinigen, und als Fleming aus dem Urlaub zurückgekehrt ist, waren in dem völlig verdreckten Glasbehälter das Penicillin und der Nobelpreis, um es in einfacher Sprache zu formulieren. Du hast zum Beispiel die jeweils erste Zeitschrift zum Riechen und zum Belecken erfunden und erstmals auf einem Cover einen Flachbildschirm affichiert. Die Branchenauswirkungen haben sich unbestreitbar in Grenzen gehalten. Im Gegenteil, publizistische Geruchsbelästigung stellt sich heute ja ideologienübergreifend auch ohne technologisches Zutun ein, wenn ich mir das hippe Geschäftsmodell der anonymen Denunziation unter dem Schutz der Fußnote von der Unschuldsvermutung vergegenwärtige. Aber, und da kommen wir zum Penicillin, „die Inserate waren es, die da jeweils angefallen sind!",

Monika Fellner

so hast Du mir's mit leuchtenden Augen erklärt.

Gar nicht zu reden von den Luxus-Impfreise, die Du 2021 anbieten wolltest, als sich die Vakzinbeschaffung bei uns elend dahingeschleppt hat. Meines Wissens ist keiner der avisierten Multimillionäre Deinem Ruf nach nach Ägypten, Serbien und Israel gefolgt. Aber in offensichtlicher Panik, dass Du eine eigene Partei gründen und gegen ihn antreten könnest, hat Sebastian Kurz daraufhin mit Putin die Produktion von 300.000 nicht zugelassenen Sputnik-Dosen vereinbart. Eine völkerverbindende Mission, die leider gegen den Kneissl'schen Hofknicks eine Spur untergegangen ist.



„...trotzdem mit seiner wunderbaren Frau Ekaterina ein weltläufiges, charmantes, elegantes, stilsicheres, kunstsinniges, belesenes und gebildetes Paar..."

Ich lege bei meinen Laudationes ja prinzipiell Wert auf eigene Pointenproduktion, aber ohne Deine Lieblingsanekdote, die Du mir anvertraut hast, wäre diese Laudatio Stückwerk: Ein Herzog stirbt, und an der Schwelle zum Jenseits beschwört ihn der Hofkaplan, seinen Feinden zu vergeben, sonst wird es nichts mit der Absolution. Da haucht der Herzog: „Ich habe keine Feinde." Das kommt dem Gottesmann unglaubwürdig vor, aber der Sterbende beharrt mit erlöschender Stimme: „Ich habe keine Feinde. Ich habe sie alle hinrichten lassen."

... wenn wir in einem Dreivierteljahr dein Sechzigjahrjubiläum feiern...

Und da haben wir den privaten Mucha noch gar nicht gestreift, der, so wie auch der berufliche Mucha, ruhelos mit der Quadrierung des Kreises befasst ist. Man muss sich das vorstellen: Er kommt in den Seitenblicken vor und ist trotzdem jemand. Er hat ein Buch geschrieben, wie man ohne zu zahlen zu Wohlstand gelangt, bekanntlich ein riskantes Verfahren. Und ist trotzdem mit seiner wunderbaren Frau Ekaterina ein weltläufiges, charmantes, elegantes, stilsicheres, kunstsinniges, belesenes und gebildetes Paar. Er hat als Wiener Nachkriegsbub seine frühen Jahre in einer drückend dichtbesiedelten Gemeindewohnung zugebracht und ist trotzdem bescheiden geblieben. So bescheiden, dass er kürzlich sogar noch seinen zweiten Rolls Royce abgestoßen hat! Luxus kennt er keinen, hat er mir versichert, es sei denn, man würde ein paar Stockwerke Wohnraum neben der Staatsoper, Immobilien in Frankreich und ein Schloss am Wörthersee kleinlicherweise im Luxussegment verorten.

Die Sache mit dem Rolls Royce hat übrigens, wie fast alles im Leben des Christian Mucha, eine Pointe. Er nutzt ihn nur für Überlandfahrten, weil er im Stadtverkehr als Markenbotschafter einen ihm unentgeltlich zur Verfügung gestellten Elektro-Fiat fährt.

Diese scheinbare Lebensmarginalie führt uns mitten ins Mucha'sche Geheimnis, das sich unter dem magischen Wort „Gegengeschäft" subsumieren lässt. Er hat, um das zu vertiefen, seinen Medien eine derart zielgerichtete Treffsicherheit verschafft, dass es ihm genügt, sich selbst 2.000 Euro im Monat auszuzahlen und den Rest mit Inseraten gegenzufinanzieren.

So, und jetzt erzählt er mir en passant, wenn nicht gerade von Peter Turrini oder seinen Lieblingsmalern aus dem gediegensten österreichischen Jahrhundertwende-Impressionismus die Rede ist, das Folgende: Er hat die Erzeugung von Printprodukten mit der vorliegenden Jubiläumsausgabe verbindlich eingestellt und weicht komplett ins Internet aus.

Aber, lieber Christian, da Du Dich nach einem groben Überschlag meinerseits schon ein gutes Dutzend Mal verabschiedet hast, und das für alle Zeiten, bin ich noch hoffnungsvoll skeptisch. Und da Du und Deine Frau von Grund auf kultivierte Menschen seid, referiere ich jetzt nicht auf die Abschiedstourneen der Rolling Stones oder Gott bewahr auf Sebastian Kurz, von dem auch niemand sagen kann, was es mit seinem Nie-Wieder auf sich hatte. Sondern auf die unvergessene große Operndiva Christa Ludwig, die nach ihrem Rückzug mit einer ausgedehnten Abschiedsrunde noch gut eine halbe Generation an ihrer Kunst teilhaben ließ.



Das erwarte ich auch von Dir, und wenn wir in, sagen wir, einem Dreivierteljahr dein Sechzigjahrjubiläum feiern, wird es wieder eine Jubiläumsausgabe geben, wobei der Rhythmus diesbezüglich durchaus variabel sein kann. ■


SCREENFLEET
OUT OF HOME BEWEGT
Cola
SCREENFLEET
Cola
SCREENFLEET
Burgring 1/7, 1010 Wien | +43 (1) 522 14 14 | office@screenfleet.at | www.screenfleet.at

Stubenbergs Juwel

Nach aufwendigem Umbau wurde der Kirchenwirt in Stubenberg 2024 als Kunsthotel neu belebt – und nun mit Kunst aus der Küche erweitert.



Der Kirchenwirt steht mitten am Hauptplatz von Stubenberg, das vor allem für den Stubenbergsee und den Tierpark Herberstein bekannt ist.

Nach vier Jahren Leerstand wurde der „Kirchenwirt" am Stubenberger Hauptplatz im August 2024 nach umfassender Renovierung wiedereröffnet – nicht mehr als Gasthof, sondern als stilvolles Kunsthotel unter der Führung von Helmut Puntigam, Geschäftsführer der KIRWI Immobilien GmbH und der gewerblichen Geschäftsführerin Michaela Almer-Reisenhofer.

Der Eingang zum Hotel zeigt mit einem Kunstwerk von Andreas Stern (Feldbach), wie die Kunst rund um das Haus lebt.

17 modern eingerichtete Zimmer und Suiten laden zum Wohlfühlen und Verweilen ein. In jedem Zimmer findet man Originalgemälde der Künstlerin Roswitha Dautermann und jedes Zimmer besticht mit einem anderen Farbkonzept.

Mit 1. Mai 2026 wurde dieses Konzept mit Kunst aus der Küche erweitert. Mit Wolfgang Meichenitsch konnte ein junger Haubenkoch mit viel Ambition und Motivation gewonnen werden, der zukünftig von Donnerstag bis Samstag jeweils von 16.00 Uhr bis 21.00 Uhr warme Küche anbietet (das Restaurant ist an diesen Tagen bis 23.00 Uhr geöffnet).

Damit setzt das Kunsthotel Kirchenwirt Stubenberg direkt am Hauptplatz von Stubenberg ein kulinarisches Ausrufezeichen. Gekocht und serviert wird „moderne Wirtshausküche" mit Fokus auf Qualität und zeitgemäßer Interpretation regionaler Küche.

Wie in den Vorjahren werden weiterhin regelmäßig monatlich Kulturveranstaltungen angeboten und das Kunsthotel Kirchenwirt Stubenberg wird zur kulturellen Bühne: Themenabende, Konzerte, kulinarische Events prägen das Programm.

In allem Rundum vom Zimmer bis zum Restaurant wird auf Qualität geachtet. Dies gilt auch für die musikalischen Rahmenprogramme.

Das Kunsthotel Kirchenwirt Stubenberg bringt frischen Schwung in den Ortskern von Stubenberg, der größten Tourismusgemeinde der Oststeiermark. Die Region punktet mit bekannten Ausflugszielen wie dem Stubenbergsee und der Tierwelt Herberstein und zählt nach wie vor zu den tourismusstärksten Gebieten der Steiermark.

Die Nähe zu touristischen Routen wie der Steirischen Apfelstraße, der Schlösserstraße oder der Römerweinstraße macht Stubenberg zusätzlich attraktiv. Ziel ist es, durch Kooperationen mit umliegenden Betrieben ein ganzheitliches Erlebnis für Gäste zu schaffen. Die Initiative der beiden Geschäftsführer Helmut Puntigam und Michaela Almer-Reisenhofer und Ihrem Team setzt genau hier an:

Der Kirchenwirt soll nicht nur Beherbergung bieten, sondern auch Begegnungsort und kultureller Impulsgeber sein. „Nur miteinander können wir es schaffen, dem Ortskernsterben entgegenzuwirken", betont Puntigam. So könnte der Kirchenwirt zum Modellfall werden, wie sich touristische Qualität und regionale Identität erfolgreich verbinden lassen.

Kontakt

+43 664 / 99 56 32 29
office@kirchenwirt-stubenberg.at

KÖSE
BADKULTUR





Office: Bäckerstr. 3/6A, 1010 Wien
Showroom: Köllnerhofgasse 2, 1010 Wien
Gumpendorferstraße 124+137, 1060 Wien

www.köse.at
Ihr Installateur und Komplettanbieter für Exklusivbäder

01 - 595 29 06



Mächtig einfach.

Filme, Serien und der gesamte Live-Sport mit Sky Stream.

sky

© sky.at/bildnachweis

RANKING-LIST DER 340 TOP-MARKETING- UND WERBECHEFS

WENN DRACHEN LACHEN



Die Experten-Jury

Das waren die Top-Platzierten des Vorjahres

1 Walter Fink
1 Jörg Pizzera
3 Martin Biedermann
3 Philipp Bodzenta
3 Thomas Saliger
3 Sabine Toifl



Peter Aigner,
Aigner PR



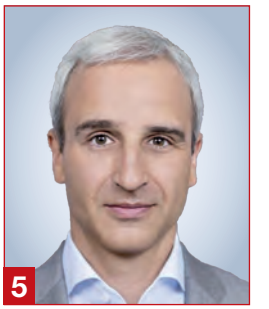
Christian Bergbauer,
Frisch vom Bergbauer



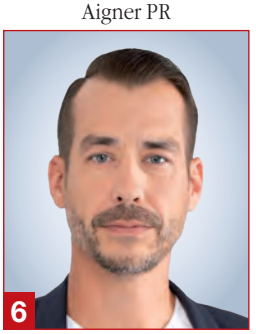
Harry Betke,
Betke



Peter Czerny
CzernyPlakolm



Martin Distl
GroupM



Stefan Gensasz,
RMS Austria



Angelika Hammer,
Kraftwerk



Petra Hofbauer
Kronehit



MartinKaindel
Tele



Michael Kapfer
GGK Mullenlowe



Michael Kindermann,
weischer.media



A. Khaelss-Khaelssberg,
leisure



Ralf Kober,
Springer&Jacoby



Philipp König
Kronehit



Lukas Leitner,
Cayenne



Stefan Lechner
Kurier



Dieter Pivrnec
GGK Mullenlowe



Romana Persico
Augenweide / Litus



Mario Strasser
Saintstephens



MG Mediengruppe
4 Experten

Die Redaktion behält sich vor, in begründeten Fällen Personen nicht in das Ranking aufzunehmen.

Aigner PR, Frisch vom Bergbauer, Betke, CzernyPlakolm, GroupM, RMS Austria, Kraftwerk, Kronehit, Tele, GGK Mullenlowe, weischer.media, leisure, Springer&Jacoby, Cayenne, Kurier, Augenweide / Litus, Saintstephens

Haus des Meeres

Mitten im Herzen Wiens erhebt sich ein Bauwerk mit bewegter Geschichte und außergewöhnlichem Innenleben.

Der ehemalige Flakturm im Esterházypark ist heute weit mehr als ein Mahnmal des Zweiten Weltkriegs. Er ist Heimat eines der spannendsten Aqua Terra Zoos Europas und zählt zu den beliebtesten Ausflugszielen der Stadt.

Auf elf Ebenen eröffnet sich Besuchern eine faszinierende Reise durch die Welt der Ozeane und tropischen Lebensräume. Ein besonderes Highlight ist das spektakuläre 360° Haibecken in Ebene sieben. Hier ziehen Haie, Rochen und andere Riffbewohner ruhig ihre Bahnen und lassen sich aus nächster Nähe beobachten. Ein Anblick, der lange in Erinnerung bleibt.

Doch das Haus des Meeres umfasst weit mehr als beeindruckende Unterwasserwelten. Der historische Turm verbindet Naturerlebnis, Wissen und Geschichte auf einzigartige Weise und eröffnet immer wieder neue Perspektiven, sowohl innerhalb des Gebäudes als auch über die Stadt hinaus.

Gerade in den Sommermonaten wird ein Besuch zu einer willkommenen Auszeit vom urbanen Trubel. Während draußen die Hitze über den Straßen Wiens liegt, lädt das Haus des Meeres dazu ein, in andere Klimazonen einzutauchen und die Vielfalt der Tierwelt hautnah zu entdecken.

Den krönenden Abschluss bildet das 360° OCEAN SKY hoch über den Dächern der Stadt. Von hier aus eröffnet sich ein beeindruckender und unvergesslicher Rundblick vom Stephansdom bis zum Wienerwald, besonders in den Abendstunden.

Ob als spannender Zwischenstopp für Wien Besucher oder als Ziel für Einheimische: Das Haus des Meeres verbindet Natur, Geschichte und Großstadt auf besondere Weise und macht jeden Besuch zu einem besonderen Erlebnis.



Das Haus des Meeres verbindet Natur, Geschichte und Großstadt auf besondere Weise.



Ein besonderes Highlight ist das spektakuläre 360° Haibecken in Ebene sieben.

Dominik Moser, Daniel Zupanc


Coca-Cola
MADE BY
DANIELA
PRODUKTION
AUS ÖSTERREICH
FÜR DICH.
SEIT 1929.
Seit 1929 stellen wir unsere Erfrischungsgetränke hier in Österreich her. Möglich machen das Menschen, die Tag für Tag mit Stolz und Leidenschaft daran arbeiten, dass dein Lieblingsgetränk seinen Weg von der Produktion bis zu dir findet.

Das Ranking

DIE PLÄTZE 1 BIS 340

1	**Walter Fink**	511	
	Sky Österreich	(1)	
1	**Jörg Pizzera**	511	
	Spar Österreichischer Warenhandel	(1)	
1	**Thomas Saliger**	511	
	XXXLutz	(3)	
4	**Claudia Bazanella**	401	
	Hofer Marketing	(-)	
5	**Philipp Bodzenta**	394	
	Coca-Cola Österreich	(3)	
6	**Monika Riedel**	390	
	Verbund	(94)	
7	**Sylvia Harasser**	367	
	Spar Österreichischer Warenhandel	(9)	
8	**Tillmann Fuchs**	362	
	Flughafen Wien	(9)	
9	**Martin Biedermann**	352	
	ORF	(3)	
9	**Wolfgang Gatschnegg**	352	
	Wien Holding	(9)	
11	**Martin Schipany**	328	
	Stadt Wien Kommunikation und Medien	(7)	
12	**John Oakley**	327	
	IKEA Austria	(7)	
13	**Egon Ostermann**	325	
	OMV	(9)	
14	**Julian Valenta**	322	
	Stadt Wien Kommunikation und Medien	(9)	
15	**Daniela Schwarz-Knehtl**	316	
	Billa AG	(16)	
16	**Andreas Ladich**	305	
	Flughafen Wien	(16)	
17	**Manuela Bruck**	304	
	Österreichische Post	(19)	
18	**Maria Seltner**	298	
	Hutchison Drei Austria GmbH	(35)	
19	**Isabella Bobrowsky-Kadecka**	289	
	ORF	(20)	
19	**Georg Grabner**	289	
	Lidl Österreich	(94)	
19	**Lisa-Maria Moosbrugger**	289	
	Coca-Cola Österreich	(-)	
19	**Elisabeth Römer-Russwurm**	289	
	Österreichische Lotterien	(25)	
23	**Johannes Friewald**	286	
	Hornbach Baumarkt Österreich	(28)	
23	**Myron Kohut**	286	
	Österreichische Post	(30)	
25	**Barbara Klinser-Kammerzelt**	276	
	Magenta	(-)	
25	**Claudia Riebler**	276	
	REWE International	(24)	
25	**Claudia Schmidberger-Slond**	276	
	Schönbrunn Group	(73)	
28	**Karin Kafesie**	273	
	Vienna Insurance Group AG	(35)	
29	**Daniela Swoboda-Weber**	270	
	Post/Werbung	(25)	
30	**Patricia Hebenstreit**	268	
	MVC Motors	(22)	
30	**Mario Stadler**	268	
	Uniqa	(25)	
30	**Alexander Steyrer**	268	
	Red Bull	(33)	
33	**Petra Walter**	261	
	Zentrale Raiffeisenwerbung	(34)	
34	**Claudia Anders**	260	
	Rewe Konzern Media Services	(35)	
34	**Anton Kolarik**	260	
	UniCredit Bank Austria	(35)	
36	**Thomas Beran**	258	
	Porsche Austria / Audi	(16)	
37	**Teresa Hatz**	252	
	philoro Edelmetalle	(54)	
38	**Thomas Diesenberger**	249	
	Porsche Austria/Skoda	(40)	
38	**Christoph Kullnig**	249	
	Raiffeisen Bank International	(30)	
40	**Eva Holz-Darenstädt**	246	
	Verbund	(-)	
40	**Karin Seywald-Czihak**	246	
	ÖBB Werbung	(43)	
42	**Andreas Hochreiter**	244	
	Porsche Media & Creative	(-)	
43	**Melanie Saravia-Soukup**	243	
	EVN	(-)	
44	**Klaudia Atzmüller**	239	
	Ja! Natürlich Naturprodukte	(55)	
45	**Christoph Ableitinger**	236	
	MediaMarkt	(21)	
46	**Tanja Duhovich**	235	
	oe24 Media Group	(45)	
46	**Michael Feiertag**	235	
	Steiermark Tourismus	(55)	
46	**Simone Kniewasser**	235	
	Servus Media	(-)	
49	**Susanne Athanasiadis**	234	
	Wiener Staatsoper	(46)	
49	**Philip Haubner**	234	
	Glorit	(46)	
49	**Astrid Salmhofer**	234	
	Wiener Stadtwerke Holding	(32)	
52	**Andreas Cieslar**	233	
	Donau Versicherung	(46)	
53	**Christine Schmidberger**	232	
	Estee Lauder Cosmetics	(46)	
54	**Christian Hromatka**	229	
	Erste Group	(113)	
55	**Claus Hofmann-Credner**	228	
	Almdudler A..S. Klein	(61)	
56	**Marco Harfmann**	225	
	Hervis	(9)	
57	**Yvonne Haider-Lenz**	224	
	Vöslauer	(52)	
57	**Lukas Madreiter**	224	
	Mercedes-Benz Österreich	(76)	
59	**Andrea Unger-Posch**	223	
	Ströck	(55)	
59	**Stefanie Winkler-Schloffer**	223	
	Telekom	(-)	
61	**Philipp Heinzl**	222	
	Haus des Meeres	(148)	
61	**Petra Hofbauer**	222	
	KroneHit	(76)	
61	**Claudia Ostermann-Schabata**	222	
	RTL Ad Alliance	(-)	
61	**Hans Wimmer**	222	
	Interspar	(52)	
65	**Elisabeth Berger-Rudisch**	221	
	Moser Holding	(58)	
65	**Gian Paolo Spadola**	221	
	WKW/WIFI Wien	(84)	
67	**Michael Rittmannsberger**	220	
	Österr. Lotterien	(65)	
68	**Ingrid Gogl**	216	
	Austrian	(-)	
68	**Dominik Hackl**	216	
	Obi	(-)	
68	**Bianca Steinegger**	216	
	Atomic Austria	(-)	
71	**Petra Mödlhammer-Prantner**	215	
	ASFINAG	(61)	
72	**Florian Grünwald**	214	
	Weischer.Cinema Austria	(-)	
72	**Gerald Pachler**	214	
	Humanic	(-)	
72	**Daniela Sonn**	214	
	profil / Kurier	(-)	
75	**Daria Auspitz**	213	
	W24	(61)	
75	**Andreas Hummel**	213	
	Borealis	(-)	
75	**Bernhard Loos**	213	
	Porsche Austria / Audi	(61)	
75	**Dipti Paranjape**	213	
	McDonald's Österreich	(67)	
79	**Stefan Weger**	210	
	Red Bull	(-)	
80	**Gerlinde Wohlauf**	209	
	Casinos Austria	(65)	
81	**Johanna Aigner**	208	
	Haribo	(-)	
81	**Charlotte Braunstorfer**	208	
	Tchibo Group Austria/ Non Food	(124)	
81	**Bernhard Brückl**	208	
	Laola 1	(73)	
81	**Mercedes Krutz**	208	
	willhaben.at	(67)	
85	**Julia Alvaro**	207	
	Ritz Carlton	(135)	
85	**Peter Felsbach**	207	
	voestalpine	(80)	
85	**Stephanie Haider**	207	
	Citroen	(-)	
85	**Gudrun Hatvagner**	207	
	Kunsthistorisches Museum	(-)	
85	**Regina Loster**	207	
	Marketing Club Österreich	(-)	
85	**Stefanie Penninger**	207	
	Römerquelle	(-)	
85	**Michaela Reisinger**	207	
	VÖZ	(89)	
85	**Ines Wasner**	207	
	TUI Österreich	(189)	
93	**Sonja Schörgenhofer**	202	
	Volksbank Wien	(183)	
94	**Margit Bittner**	201	
	Unicredit Bank Austria	(73)	
94	**Roland Geißler**	201	
	jö Bonus Club	(-)	
94	**Peter Hamedinger**	201	
	Agrarmarkt Austria - Milch	(129)	
94	**Winnie Matzenauer**	201	
	Verbund	(135)	
98	**Magdalena Ebmer**	200	
	Volvo	(-)	
98	**Anita Elöpataki**	200	
	Volvo	(76)	
100	**Patricio Hetfleisch**	199	
	Tirol Werbung	(84)	

Zahl links: Platzierung heuer

Zahl rechts in rot: Gesamtpunkte heuer

Zahl rechts unten : Vorjahresplatz

SZIGETI
SEKTKELLEREI GOLS

Voller Genuss in Premium-Qualität – ganz ohne Alkohol!



GENUSS TIPP

SZIGETI PREMIUM „NON ALCOHOLIC“

Der Saft grüner Trauben und frischer Most, 100 % aus dem Burgenland, sanft mit CO_2 versetzt.

Fruchtiger, zarter Trauben- und Hollerduft mit einem Hauch Melisse.

Anregend am Gaumen mit einer knackigen Säure, schön prickelnd mit feiner, wunderschöner Komplexität.
Zarte und elegante Zitrusnoten.

Trocken und erfrischend im Abgang.

Herkunft: Region Neusiedlersee
Restsüße: trocken
Inhalt: 0,75 l
Alkohol: 0,0 ‰

Serviertemperatur: 5-6 °C
Genuss-Tipp: passend zu jedem Anlass

SEKTKELLEREI SZIGETI GMBH 7122 Gols, Sportplatzgasse 2a
T +43 2173 2167 **F** +43 2173 2514 sektkellerei@szigeti.at **www.szigeti.at**

100 **Florian Neuner** 199
Tirol Werbung (89)
100 **Barbara Trenkwalder** 199
Generali Versicherung (164)
100 **Michèle Wagner** 199
Peugeot Österreich (76)
104 **Birgit Maier** 196
Azerion (80)
105 **Lukas Eisl** 195
TVB Obertauern (107)
105 **Ursula Gastinger** 195
iab Austria GF (80)
105 **Nicole Schlögl-Slavik** 195
Post (-)
105 **Karoline Wolfram** 195
Technisches Museum (-)
109 **Cornelia Doma** 194
ProSiebenSat. 1 Puls4 (80)
109 **Uschi Kainz** 194
Wirtschaftsagentur Wien (84)
109 **Theresa Kriechhammer** 194
Westbahn (-)
112 **Gabriele Adler** 193
Leder & Schuh AG/ Humanic (-)
112 **Gerald Czech** 193
Rotes Kreuz (-)
114 **Petra Trimmel** 191
Kelly (209)
115 **Paul Haimovici** 188
Tchibo (266)
116 **Hilda Grandits** 186
H & M - Hennes & Mauritz (183)
116 **Lisa Grohs** 186
Wien Energie (98)
116 **Ralph Hofmann** 186
Egger Getränke (89)
116 **Victoria Leskovar** 186
Servus Media (84)
120 **Martin Eicher** 185
Ottakringer Brauerei (189)
120 **Mathieu Prigent** 185
Renault Österreich / Werbung (124)
120 **Ulrich Raab** 185
Rauch Fruchtsäfte (116)
120 **Stefanie Ruckhofer** 185
EWP Recycling (-)
124 **Wolfgang Sturm** 184
Raiffeisenlandesbank Wien-NÖ (94)
125 **Dieter Marek** 181
WKÖ (ab 2025) (254)
126 **Ines Herndl-Stallnig** 180
EPAMEDIA (98)
126 **Gerhard Schillinger** 180
Wiener Linien (-)
126 **Johannes Weinzierl** 180
Hartlauer (98)
129 **Kathrin Shepherd** 179
dm drogerie markt (98)
130 **Johannes Kastenhuber** 178
Intersport (-)
130 **Verena Münzenrieder** 178
Burgenland Tourismus (98)

DIE 15 LEISTUNGSSTÄRKSTEN



Thomas Saliger
XXXLutz



Jörg Pizzera
Spar Österreich



Walter Fink
Sky Österreich

1 **Thomas Saliger**
XXXLutz
2 **Jörg Pizzera**
Spar Österreichischer Warenhandel
3 **Walter Fink**
Sky Österreich
4 **Egon Ostermann**
OMV
5 **Philipp Bodzenta**
Coca-Cola Österreich
6 **Claudia Bazanella**
Hofer Marketing
7 **Monika Riedel**
Verbund
8 **Wolfgang Gatschnegg**
Wien Holding
9 **Tillmann Fuchs**
Flughafen Wien
10 **Sylvia Harasser**
Spar Österreichischer Warenhandel
11 **Martin Biedermann**
ORF
12 **Andreas Ladich**
Flughafen Wien
12 **John Oakley**
IKEA Austria
12 **Daniela Schwarz-Knehtl**
Billa AG
15 **Julian Valenta**
Stadt Wien

132 **Perry Damiri** 177
LG Österreich (-)
133 **Michaela Strebl-Pühringer** 176
Dorotheum (105)
134 **Andrea Krobath** 175
Kastner+Öhler (224)
134 **Rene Petzner** 175
Byd Austria/ CCI Car Austria (164)
134 **Johanna Schmid** 175
Steffl Kaufhaus (107)
137 **Johannes Dobretsberger** 172
FK Austria Wien (164)
138 **Hana Falzarano** 171
Honda Austria / Marketing Cars & Motorcycles (116)
138 **Jochen Kramar** 171
Dyson Austria (189)
138 **Nikolaus Langhammer** 171
Attensam (110)
138 **Stefan Lorbeer** 171
ÖAMTC (113)
138 **Denise Mielniczek** 171
Kitzbühel Tourismus (143)
138 **Karin Zehetner** 171
Salzburger Festspiele (110)

144 **Christian Buchbauer** 170
Vaillant (120)
144 **Benjamin Ippoliti** 170
Red Bull Media House (-)
144 **Simone Knirk** 170
Salinen Austria (164)
144 **Simone Reeh** 170
Nespresso (113)
148 **Martina Riedl** 169
Holleis Hotel GmbH (156)
149 **Florian Czink** 166
Schlumberger (-)
150 **Sabine Burghart** 165
VKI (-)
150 **Verena Dahlitz** 165
Albertina (156)
150 **Andreas Eizenberger** 165
Mazda Austria (120)
150 **Veronika Koch** 165
NÖM (-)
150 **Silvia Kosbow** 165
Deichmann (120)
150 **Michaela Löwe-Reitbauer** 165
café+co (120)
156 **Julia Hrabal** 164
Manner (124)
156 **Ingrid Winkler** 164
Metro Cash & Carry (148)

156 **Christian Zöbl** 164
John Harris (124)
159 **Manuel Krispl** 163
Antenne Steiermark/ Antenne Kärnten (131)
160 **Feten Agrebi** 160
Rewe Austria Touristik GmbH (131)
160 **Alexander Dalinger** 160
Daikin (CE) (129)
160 **Simone de Raaij** 160
Ara Altstoff Recycling Austria (-)
160 **Raphael Sternfeld** 160
Stadt Wien (124)
164 **Philipp Breitenecker** 159
Wiener Renn-Verein (141)
164 **Bettina Dutzler** 159
Josko (231)
164 **Sandra Grünwald** 159
Nestle Österreich / Drinks (209)
164 **Guido Hackl** 159
Air France KLM Delta Austria (135)
164 **Carina Sima** 159
Rexel Austria (135)
164 **Claudia Willvonseder** 159
Dr. Oetker (-)
170 **Romana Persico** 158
Litus Gruppe (-)

Zahl links: Platzierung heuer
Zahl rechts in rot: Gesamtpunkte heuer
Zahl rechts unten : Vorjahresplatz

Richard Tanzer, Wildbild, Billa

Wahrheit existiert.



charta.FALTER.at

170 **Reinhard Riedl** 158
Geberit Vertriebs GmbH (-)
172 **Susanne Dragosits** 155
Agrarmarkt Austria - BIO (-)
172 **Karin Lang** 155
Helvetia Versicherung (135)
172 **Julia Reuer** 155
BMW Austria / Mini (131)
172 **Bernadette Schwentner** 155
tipp3 (164)
176 **Markus Arpa** 154
Österreichische Nationalbank (271)
176 **Alexander Pachner** 154
Jaguar Land Rover Austria (148)
176 **Roland Punzengruber** 154
Hyundai Import (290)
176 **Reinhard Walz** 154
Ögussa (140)
180 **Peter Berger jun.** 153
Druckerei Ferdinand Berger (141)
180 **Christine Heeger** 153
Kia Austria (143)
180 **Benedikt Kistler** 153
FCA Austria GmbH (-)
183 **Petra Haller** 150
APA (143)
183 **Stefan Hötschl** 150
Red Bull (148)
183 **Christoph Stanzer** 150
Merkur Versicherung (148)
183 **Martina Zadina** 150
Kurier Digital (148)
187 **Harald Blumauer** 149
Siblik Elektrik GmbH (148)
187 **Anna McDonald** 149
Swietelsky (309)
187 **Helmuth Micheler** 149
Klagenfurt Tourismus (-)
187 **Christiana Naue-Hess** 149
NÖ Werbung (143)
191 **Bettina Achleitner** 148
Ochsner Wärmepumpen (175)
191 **Edith Ertl** 148
Merbag (148)
191 **Vita Hauer-Exner** 148
Austria Center Vienna (156)
191 **Thomas Schmidt** 148
Fachhochschule Wien (156)
195 **Martina Baumeister** 145
GMS Gourmet (156)
195 **Barbara Bleier-Serentschy** 145
Kronen Zeitung (-)
195 **Marianna Kornfeind** 145
Wirtschaftskammer Österreich (156)
198 **Valerie Brunialti** 144
VGN (156)
198 **Günther Koglgruber** 144
Bauhaus (164)
198 **Gerald Kotzauer** 144
Berglandmilch (238)
198 **Wilfried Lechner** 144
Wienerberger (175)
198 **Regina Seimann** 144
ARBÖ (164)

DIE 15 KOMPETENTESTEN



Jörg Pizzera
Spar Österreich



Walter Fink
Sky Österreich



Thomas Saliger
XXXLutz

1 **Jörg Pizzera**
Spar Österreichischer Warenhandel
2 **Walter Fink**
Sky Österreich
3 **Thomas Saliger**
XXXLutz
4 **Claudia Bazanella**
Hofer Marketing
5 **Philipp Bodzenta**
Coca-Cola Österreich
6 **Monika Riedel**
Verbund
7 **Sylvia Harasser**
Spar Österreichischer Warenhandel
8 **Tillmann Fuchs**
Flughafen Wien
9 **Wolfgang Gatschneg**
Wien Holding
10 **Martin Biedermann**
ORF
11 **John Oakley**
IKEA Austria
12 **Martin Schipany**
Stadt Wien
13 **Daniela Schwarz-Knehtl**
Billa AG
14 **Julian Valenta**
Stadt Wien Kommunikation und Medien
15 **Manuela Bruck**
Österreichische Post

198 **Bernhard Wachtler** 144
AHVV Verlag (ab Februar 2025) (156)
204 **Ute Hödl** 143
Steiermark Tourismus (164)
204 **Hermann Prax** 143
Porsche Holding (-)
206 **Julia Altendorfer** 140
Bausparkasse Wüstenrot (302)
206 **Lisa Hahofer** 140
Denzel Wolfgang Holding (Mitsubishi) (-)
206 **Bernd Knoflach** 140
Raiffeisen Reisen (175)
206 **Marion Koller** 140
Naturhistorisches Museum (-)
206 **Martina Pölzlbauer** 140
Habau (175)
206 **Millad Shahini** 140
Allianz Elementar Versicherung (164)
206 **Georg Wenger-Rami** 140
Ökostrom AG (-)
206 **Dagmar Zinner** 140
Honda (175)
214 **Herbert Bauer** 139
Stieglbrauerei (-)
214 **Carolin Kracmer** 139
Generali Versicherung (-)
214 **Martina Mayr** 139
Fussl Modestraße (209)
214 **Elisabeth Zauner** 139
Emirates (175)
218 **Daniela Krispl** 136
Leder & Schuh (175)
218 **Alina Schulz** 136
Porsche Austria / Cupra & Seat (-)
220 **Rudolf Damberger** 135
Privatbrauerei Zwettl (254)
220 **Lisa-Maria Ferstl** 135
Storck Österreich (183)
220 **Alina Kaskela** 135
Beiersdorf (231)
220 **Katharina Kofler** 135
Kurier Medienhaus (189)
220 **Anna-Carina Koopmann** 135
Renault Österreich (183)
220 **Martina Leitner** 135
Doppler Gruppe (183)
220 **Catherina Veldi** 135
BMW Austria Wien (-)
227 **Michael Lehrer** 134
Teekanne Österreich (189)
227 **Michaela Mülleder** 134
Bipa Parfumerien (189)
229 **Sabine Ecker-Djuric** 131
ÖBB / Rail Tours (189)
229 **Andreas Fleiss** 131
Bausparkasse der Österr. Sparkassen (204)
229 **Luca Gatscher** 131
Die Presse (204)
229 **Ingo Hagedorn** 131
Flughafen Linz Blue Danube Platz (231)
229 **Anna Mayerl** 131
ewe Küchen (189)
229 **Petra Miteff** 131
RISE (183)
229 **Ana Topolic-Kriechbaum** 131
Magna International (339)
236 **Simone Kraft** 130
bank 99 (217)
236 **Anita Krizmanic** 130
Wisa Lux (189)
236 **Armin Schlamp** 130
Palfinger (-)
236 **Dominik Sobota** 130
Progress Außenwerbung (189)
236 **Markus Wagner** 130
UniCredit Bank Austria (189)
236 **Michael Weinländer** 130
Barilla Austria (-)
236 **Melanie Wochner** 130
Burger King (-)
243 **Selma Illitz** 127
Agrana Zucker (306)
243 **Elisabeth Leiter** 127
Miele Österreich (254)

Zahl links: Platzierung heuer
Zahl rechts in rot: Gesamtpunkte heuer
Zahl rechts unten: Vorjahresplatz

Christian Husar, ORF/Thomas Ramstorfer, Katharina Schiffl

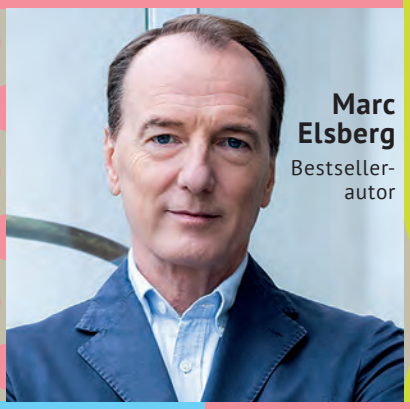
KURIER LIVE

SPEAK OUT

FESTIVAL FÜR NACHHALTIGKEIT UND INNOVATION



Dr. Elisabeth Oberzaucher
Science Busters



Marc Elsberg
Bestseller-autor



Andrea Stöllner
Institute of Science and Technology

Die Zukunft ist kein Trend – sie ist ein Projekt.
Beim KURIER SPEAK OUT Festival am 9. Juni im MuseumsQuartier erlebst du, wie Innovation und Nachhaltigkeit zusammen Lösungen schaffen: Mit Keynotes, Diskussionen, Workshops, Erlebnisstationen und Masterclasses.

JETZT TICKET SICHERN
€29,–

Infos und Tickets unter **speakout.at**

9. JUNI 2026
MuseumsQuartier Wien

243 **Jasmin March** 127
Stellantis (280)
243 **Sean Ryan** 127
Samsung Electronics Austria (238)
247 **Amra Deisenhammer** 126
GW Cosmetics (204)
247 **Siegfried Walter Frisch** 126
Gesig (204)
247 **Petra Müller** 126
Samsung (-)
247 **Melanie Preuss** 126
Neuroth (271)
247 **Marco Schubert** 126
Audi AG (-)
247 **Sabine Sommer** 126
Pfizer Austria (306)
253 **Markus Fischwenger** 122
Porsche Austria / VW Nutzfahrzeuge (-)
253 **Martin Korbutt** 122
BWSG (209)
253 **Karin Scheuchenpflug** 122
Husqvarna (270)
253 **Sabine Schgör** 122
Resch & Frisch (-)
253 **Katharina Swoboda** 122
Siemens Österreich (209)
253 **Karin Taferner-Bauer** 122
Grawe (209)
253 **Romana Zehetner** 122
Megaboard (224)
260 **Michael Ehrengruber** 121
Raiffeisenlandesbank Oberösterreich (238)
260 **Matthias Haberler** 121
Canon Austria (-)
260 **Sonja Klement** 121
Demmers Teehaus (231)
260 **Anna Vay** 121
Best in Parking (217)
260 **Karin Zuntermann** 121
Daikin (266)
265 **Gudrun Pallierer** 118
Arbeitsmarktservice Österreich (217)
265 **Mario Thaler** 118
Licht ins Dunkel (217)
267 **Nora Hauptmann** 117
Nah und Frisch (217)
267 **Victoria Hochreiter** 117
SalzburgerLand Tourismus (224)
267 **Mariella Janisch** 117
Gaulhofer (248)
267 **Stefanie Kocher** 117
SES Spar European Shopping Centers (254)
267 **Patricia Lutz** 117
Großglockner Hochalpenstraße (217)
267 **Susanne Pfalzer** 117
Nordsee (280)
267 **Julia Wanka** 117
Linz AG (224)
267 **Gudrun Zeilinger** 117
Porsche Austria / VW PKW (-)

DIE 15 SYMPATHISCHSTEN



Walter Fink
Sky Österreich



Thomas Saliger
XXXLutz



Jörg Pizzera
Spar Österreich

1 **Walter Fink**
Sky Österreich
2 **Thomas Saliger**
XXXLutz
3 **Jörg Pizzera**
Spar Österreich
4 **Claudia Bazanella**
Hofer Marketing
5 **Monika Riedel**
Verbund
6 **Philipp Bodzenta**
Coca-Cola Österreich
7 **Sylvia Harasser**
Spar Österreich
8 **Tillmann Fuchs**
Flughafen Wien
9 **Martin Biedermann**
ORF
10 **Wolfgang Gatschnegg**
Wien Holding
10 **Martin Schipany**
Stadt Wien
12 **Julian Valenta**
Stadt Wien
13 **John Oakley**
IKEA Austria
14 **Daniela Schwarz-Knehtl**
Billa AG
15 **Manuela Bruck**
Österreichische Post
15 **Johannes Friewald**
Hornbach Baumarkt

275 **Harald Grassmugg** 116
Kleine Zeitung (224)
275 **Helmut Oszvald** 116
IBM Österreich (224)
277 **Jaqueline Preiß** 113
Tiroler Tageszeitung (224)
278 **Yulia Elchenko** 112
Brau Union Österreich (-)
278 **Tanja Gruber** 112
Österreich Werbung (-)
278 **Maria Haslinger-Jeitler** 112
WHB Werzer Hotel (280)
278 **Kathrin Kremser** 112
VieCon/Vienna Messe & Congress (290)
282 **Georg Hanschitz** 111
Huawei (-)
282 **Bernadette Höritzauer** 111
Constantia Flexibles (280)
282 **Marianne Jakl** 111
Strabag (254)
282 **Kerstin König** 111
Sonnentor (-)
282 **Iris Ruschak** 111
iglo (266)
282 **Birgit Schön** 111
Life Radio (280)
288 **Martina Schuster-Pravec** 108
Unilever (-)
288 **Karin Silberbauer** 108
Agrarmarkt Austria - Obst + Gemüse (238)
290 **Birgit Gusenleitner** 107
Bellaflora Gartencenter (254)
290 **Eva Meissnitzer** 107
Region Villach Tourismus (238)
290 **Christian Watzl** 107
redmail Logistik & Zustellservice (238)
290 **Florian Weikl** 107
wefox (238)
294 **Markus Lackner** 106
Felbermayr (306)
294 **Eva Weigl** 106
Gardena (280)
296 **Alexandra Seifert** 105
Husqvarna (-)
296 **Susanne Spitaler** 105
Admiral (-)
298 **Eric Stoklassa** 104
Münze Österreich (-)
299 **Silvia Colovic** 101
L´Oréal / Lancôme (324)
299 **Sophie Bernadette Thomasitz** 101
Stellantis & You (322)
301 **Marion D. Gigl-Fleck** 100
Aldiana (-)
301 **Franz Gurtner** 100
Wiesner-Hager Möbel (248)
303 **Roman Bugl** 99
BSH Haushaltsgeräte (290)
303 **Eva Haimerl** 99
De'Longhi-Kenwood (-)
303 **Maria Hoflehner** 99
Tips (271)
306 **Catharina Fischer** 98
Denzel Wolfgang Holding (248)
306 **Eva McGeorge** 98
Lenzing (248)
306 **Anna Weste** 98
L´Oréal Österreich (-)
306 **Bruno Wissler** 98
Pfanner Hermann Getränke (254)
310 **Thomas Egger** 94
Starbucks (-)
310 **Stefanie Federspiel** 94
Hilti (-)
310 **Michaela Stöger** 94
Möbel Ludwig (271)
310 **Markus Zeman-Wurzer** 94
Blizzard Marketing Österreich (334)

Zahl links: Platzierung heuer
Zahl rechts in rot: Gesamtpunkte heuer
Zahl rechts unten : Vorjahresplatz

Katharina Schiffl, Martin Steiger, Christian Husar



YEllow

Das neue Mobilfunk-Paket der Post.

YEllow

Immer da, wenn du uns brauchst.

In deiner Post und auf yelllow.at

314 **Helga Engl-Wurzer** 93
Columbus
Ihr Reisebüro (254)
314 **Djeiran Malek-Hofmann** 93
Verkehrsbüro Group (328)
316 **Nicole Cappato** 92
Schlumberger (-)
316 **Maria Nekham** 92
EVVA (-)
318 **Verena Hengge** 91
Schwarzkopf (Henkel) (-)
318 **Lea Pliger** 91
Colgate-Palmolive (-)
318 **Stefanie Thaller** 91
Wörthersee
Tourismus (266)
318 **Isabella Toff** 91
Marionnaud
Parfumeries (271)
322 **Max Sonnleitner** 87
Renault Sonnleitner (-)
322 **Claudia Wieland** 87
Wien Tourismus (278)
324 **Sonja Bernitzky** 86
Kapsch Trafficom (-)
324 **Nicole Koloini** 86
Kelag (309)
324 **Jelena Stanojevic** 86
Peek
& Cloppenburg (278)
327 **Matthias Grumbir** 85
BenQ Austria (280)
327 **Reinhard Lengauer** 85
Servus Handels- und
Verlags GmbH (280)
327 **Georg Praher** 85
Würth (-)
327 **Birgit Sommer** 85
BP Austria (309)
327 **Doris Wendel** 85
Ölz (334)
332 **Karin Strobl** 84
Energie AG (-)
333 **Evelyn Burtscher** 81
11er (290)
334 **Silke Böhling** 80
Konica Minolta (-)
334 **Barbara Eck** 80
Swarovski (290)
336 **David Dittrich** 79
Ö3 (-)
336 **Harald Lang** 79
GoodMills (290)
336 **Maria Laubreiter** 79
Maresi Austria/
Eigenmarken (318)
336 **Mutiara Pokorny** 79
Neudörfler
Bürosysteme (297)
336 **Markus Stefanitsch** 79
Burgenländische
Volkszeitung (-)
341 **Susanne Trast** 78
Andritz AG (302)
342 **Philipp Gamper** 77
Swarovski Tourism (297)
342 **Robert Richter** 77
NÖN (302)
342 **Pia van Saanen** 77
Henkel (309)

DIE 15 BESTPLATZIERTEN FRAUEN



Claudia Bazanella
Hofer Marketing



Monika Riedel
Verbund



Sylvia Harasser
Spar Österreich

1 **Claudia Bazanella**
Hofer Marketing
2 **Monika Riedel**
Verbund
3 **Sylvia Harasser**
Spar Österreichischer
Warenhandel
4 **Daniela Schwarz-Knehtl**
Billa AG
5 **Manuela Bruck**
Österreichische Post
6 **Maria Seltner**
Hutchison Drei
Austria GmbH
7 **Isabella Bobrowsky-Kadecka**
ORF
8 **Lisa-Maria Moosbrugger**
Coca-Cola Österreich
9 **Elisabeth Römer-Russwurm**
Österreichische
Lotterien
10 **Barbara Klinser-Kammerzelt**
Magenta
11 **Claudia Riebler**
REWE International
12 **Claudia Schmidberger-Slond**
Schönbrunn Group
13 **Karin Kafesie**
Vienna Insurance
Group
14 **Daniela Swoboda-Weber**
Post
15 **Patricia Hebenstreit**
MVC Motors

345 **Mišo Ćurčić de Jong** 76
Austrian Standards (-)
345 **Maria Hüster** 76
RMS Austria (-)
345 **Stephan Knüttel** 76
Benteler Group/
VP Marketing (309)
345 **Julia Reiter** 76
Adolf Darbo (309)
345 **Johannes Rubner** 76
Porsche Bank (297)
345 **Michael Scheuch-Schmid** 76
AMA (-)
345 **Priscilla Steurer** 76
Continental/
Semperit (340)
352 **Dominic Fiel** 75
Alpla Group (328)
352 **Cristina Maria** 75
Essity (309)
352 **Jutta Mittermair** 75
Orlen Austria (309)
352 **Ewa Siebenbrunner** 75
Millenium City (-)
356 **Markus Schröck** 74
Suzuki Austria (-)
357 **Sascha Blank** 73
urlaubsguru.at (-)
357 **Jürgen Pichler** 73
Doppelmayr
Seilbahnen (-)
357 **Magdalena Pirker** 73
Kollitsch
Immobilien (323)
357 **Stephan Welan** 73
Stadt Wien Vorteilsclub(-)
361 **Tania Nicoletta Polinski** 72
Maresi Austria/
Partnermarken (328)
361 **Dirk Preuss** 72
Handl Tyrol (328)
361 **Elisabeth Seeberger** 72
Troll Cosmetics
(Juvena, etc) (327)
361 **Charlotte van Randenborgh** 72
Bayer (328)
365 **Christina Strohmayer** 71
Otto Austria Group (328)
366 **Thomas Horetzky** 70
RTL Ad Alliance (-)
366 **Florian Kargl** 70
APS Austria
Personalservice (-)
368 **Patrick Emrich** 68
Julius Meinl Austria (340)
368 **Katharina Keimelmayr** 68
Nestlé (334)
368 **Martina Valentinitsch** 68
Klagenfurt Tourismus (-)
371 **Susanne Nitsch** 66
Vamed Vitality World (-)
371 **Noah Schönhart** 66
Stadt Wien Marketing (-)
373 **Milana Celarevic** 65
myFlexbox (-)
373 **Eva Perthen** 65
druck.at (340)
375 **Elisabeth Ring** 64
Niederösterreichische
Versicherung (-)
376 **Bettina Parschalk** 63
OBS (-)
377 **Christoph Zoister** 60
Transgourmet
Österreich (-)
378 **Katharina Wörner** 58
Sonepar (-)
379 **Alexander Rittler** 48
LKW Walter (-)
380 **Michaela Reiter** 35
Gynial (-)

Zahl links: Platzierung heuer
Zahl rechts in rot: Gesamtpunkte heuer
Zahl rechts unten : Vorjahresplatz

Chreistian Husar, Katharina Schiffl, XXXLutz

Regional TV Salzburg

RTS steht seit seiner Gründung für gelebte Regionalität, konstruktiven Journalismus und eine klare inhaltliche Haltung.



Die Wurzeln des Regional TV Salzburg liegen im klaren Bekenntnis zur Region.

Geschichten aus dem Land Salzburg sichtbar zu machen – authentisch, positiv und nah an den Menschen. Was als Vision begann, hat sich zu einer etablierten Medienplattform entwickelt, die Gemeinden, Vereine und Unternehmen eine starke Stimme gibt.
Die Wurzeln von RTS liegen im klaren Bekenntnis zur Region. Die Gesellschafter Josef Aichinger und Christian Struber verfolgen konsequent das Ziel, das gesellschaftliche Leben im Bundesland Salzburg abzubilden – mit besonderem Fokus auf das Gemeinde- und Vereinsgeschehen. Dort, wo das echte Leben stattfindet, setzt RTS an: bei ehrenamtlichem Engagement, regionalen Initiativen, kulturellen Veranstaltungen und wirtschaftlichen Entwicklungen im Mittelstand.
Im Zentrum der Arbeit steht ein bewusst gewaltfreier, lösungsorientierter Zugang zur Berichterstattung. RTS versteht sich nicht als Plattform für Sensationsjournalismus, sondern als Medium, das positive Impulse setzt, Zusammenhalt stärkt und Perspektiven aufzeigt. Diese Haltung trifft den Nerv einer Zeit, in der viele Menschen gezielt nach konstruktiven Inhalten suchen.

Diese Form der Kommunikation schafft Vertrauen

Das Programm von RTS ist vielfältig und zugleich klar strukturiert: Reportagen aus den Gemeinden, Beiträge über Vereine, Unternehmensporträts sowie eigens entwickelte Sendungsformate, die gemeinsam

RTS

mit Partnern entstehen. Gerade in der Zusammenarbeit mit kleinen und mittelständischen Betrieben zeigt sich die besondere Stärke des Senders. Redaktionelle Inhalte werden dabei oft durch Sponsoring-Modelle ermöglicht – eine Win-win-Situation, bei der Unternehmen sichtbar werden und gleichzeitig hochwertigen Content für die Region unterstützen.
Ein wesentliches Merkmal von RTS ist die enge Zusammenarbeit mit seinen Partnern. Statt klassischer Werbung entstehen individuelle Medienformate, die Geschichten erzählen und Werte transportieren. Diese Form der Kommunikation schafft Vertrauen und wirkt nachhaltig – sowohl für die Zuseher als auch für die beteiligten Unternehmen.

Wirtschaft, Gemeinden und Bevölkerung

Darüber hinaus engagiert sich RTS aktiv in der Entwicklung und Begleitung von Veranstaltungen. Ziel ist es, Plattformen zu schaffen, auf denen sich Wirtschaft, Gemeinden und Bevölkerung begegnen können. Solche Formate fördern nicht nur die regionale Vernetzung, sondern eröffnen auch neue Geschäftsmöglichkeiten und stärken langfristige Beziehungen.
Mit einem klaren Fokus auf das Land Salzburg, insbesondere auch auf Regionen wie den Pinzgau und den Bezirk Zell am See, bleibt RTS stets nah an seiner Zielgruppe. Die Kombination aus medialer Reichweite, regionaler Verwurzelung und persönlicher Betreuung macht den Sender zu einem verlässlichen Partner für Gemeinden, Vereine und Unternehmen.
RTS Regional TV Salzburg ist damit weit mehr als ein Fernsehsender: Es ist eine Plattform für Geschichten, die verbinden, für Menschen, die gestalten, und für eine Region, die stolz auf ihre Vielfalt ist.



Der Fokus der redaktionellen Inhalte liegt auf dem Land Salzburg.


RTS versteht sich als Medium, das positive Impulse setzt.


Das Programm von RTS ist so vielseitig wie das Land Salzburg selbst.

Ein Juwel im Wienerwald

Im Berghotel Tulbingerkogel verbinden sich professionelle Veranstaltungskompetenz und die einzigartige Kulisse des Wienerwaldes zu einem idealen Ort für Events, die in Erinnerung bleiben.



Ingrid und Frank Bläuel führen mit ihren Kindern Linda und Georg den Tulbingerkogel in die vierte Generation.

Nur acht Kilometer vor den Toren Wiens gelegen verbirgt sich im idyllischen Wienerwald ein wahres Paradies für Erholungssuchende und Naturliebhaber: das Berghotel Tulbingerkogel. Umgeben von 14 Hektar malerischen Wiesen, bietet dieses Hotel den perfekten Rückzugsort für all jene, die das urbane Treiben mit der Ruhe und Schönheit der Natur verbinden möchten.

Familiäre Werte

Das Berghotel Tulbingerkogel, ein wahrer Magnet für Prominente, ist ein leuchtendes Beispiel für familiäre Tradition und Gastfreundschaft. Seit 1951 im Besitz der Familie Bläuel, wird das Hotel heute liebevoll und mit Leidenschaft von der zweiten und dritten Generation geführt: Ingrid und Frank Bläuel sorgen gemeinsam mit ihren Kindern Linda und Georg dafür, dass die Tradition der Gastfreundschaft und des exquisiten Service fortgeführt wird. Ebenfalls als Teil der großen Familie angesehen werden langjährige Mitarbeiter, die ihr wertvolles Wissen an nachfolgende Generationen weitergeben.

Die Gäste des eigentümergeführten Hotels können sich auf feinste kulinarische Kreationen aus regionalen Produkten freuen, die im Gault Millau mit 14 Punkten und zwei Hauben und im Falstaff mit drei Gabeln und drei Flaschen ausgezeichnet wurden. Ein Highlight ist auch der hauseigene Weinkeller, der mit über 1800 Weinen aus aller Welt aufwartet.

Eventvielfalt in der Idylle

Zusätzlich dazu bietet das Berghotel Tulbingerkogel hervorragende Möglichkeiten für Seminare, Tagungen und Feierlichkeiten. Mit einem umfassenden Eventbereich von 900 m² ist das Hotel bestens ausgestattet, um Events aller Art und Größe, von 2 bis 250 Personen, zu beherbergen. Die acht individuell gestalteten Seminarräume sind lichtdurchflutet und mit modernster Technik ausgestattet, was eine inspirierende Atmosphäre für produktive Meetings und Workshops schafft. Darüber hinaus lädt der großzügige Außenbereich zu Outdoor- und Incentiveaktivitäten ein, ob Team-Building-Übungen oder festliche Empfänge unter freiem Himmel.

Besondere Anlässe wie Firmenfeiern und Familienfeste finden hier den idealen Rahmen. Das Berghotel zeichnet sich durch seine Flexibilität und Liebe zum Detail aus, sodass von kleinen und gemütlichen Zusammenkünften über Hochzeiten bis hin zu großen Banketten alles möglich ist. Bei der Planung und Durchführung wird großer Wert auf persönlichen Service gelegt.

Berghotel Tulbingerkogel

Tulbingerkogel 1
3001 Mauerbach bei Wien

Tel.: +43 2273 7391
hotel@tulbingerkogel.at
www.tulbingerkogel.at

Tulbingerkogel

Marketingleiter – Register

Ableitinger Christoph 45
Achleitner Bettina 191
Adler Gabriele 112
Agrebi Feten 160
Aigner Johanna 81
Altendorfer Julia 206
Alvaro Julia 85
Anders Claudia 34
Arpa Markus 176
Athanasiadis Susanne 49
Atzmüller Klaudia 44
Auspitz Daria 75
Bauer Herbert 214
Baumeister Martina 195
Bazanella Claudia 4
Beran Thomas 36
Berger jun. Peter 180
Berger-Rudisch Elisabeth 65
Bernitzky Sonja 324
Biedermann Martin 9
Bittner Margit 94
Blank Sascha 357
Bleier-Serentschy Barbara 195
Blumauer Harald 187
Bobrowsky-Kadecka Isabella 19
Bodzenta Philipp 5
Böhling Silke 334
Braunstorfer Charlotte 81
Breitenecker Philipp 164
Bruck Manuela 17
Brückl Bernhard 81
Brunialti Valerie 198
Buchbauer Christian 144
Bugl Roman 303
Burghart Sabine 150
Burtscher Evelyn 333
Cappato Nicole 316
Celarevic Milana 373
Cieslar Andreas 52
Colovic Silvia 299
Ćurčić de Jong Mišo 345
Czech Gerald 112
Czink Florian 149
Dahlitz Verena 150
Dalinger Alexander 160
Damberger Rudolf 220
Damiri Perry 132
de Raaij Simone 160
Deisenhammer Amra 247
Diesenberger Thomas 38
Dittrich David 336
Dobretsberger Johannes 137
Doma Cornelia 109
Dragosits Susanne 172
Duhovich Tanja 46
Dutzler Bettina 164
Ebmer Magdalena 98
Eck Barbara 334
Ecker-Djuric Sabine 229
Egger Thomas 310
Ehrengruber Michael 260
Eicher Martin 120
Eisl Lukas 105
Eizenberger Andreas 150
Elchenko Yulia 278
Elöpataki Anita 98
Emrich Patrick 368
Engl-Wurzer Helga 314
Ertl Edith 191
Falzarano Hana 138
Federspiel Stefanie 310
Feiertag Michael 46
Felsbach Peter 85
Ferstl Lisa-Maria 220
Fiel Dominic 352
Fink Walter 1
Fischwenger Markus 253
Fleiss Andreas 229
Friewald Johannes 23
Frisch Siegfried Walter 247
Fuchs Tillmann 8
Gamper Philipp 342
Gastinger Ursula 105
Gatscher Luca 229
Gatschnegg Wolfgang 9
Geißler Roland 94
Gigl-Fleck Marion D. 301
Gogl Ingrid 68
Grabner Georg 19
Grandits Hilda 116
Grassmugg Harald 275
Grohs Lisa 116
Gruber Tanja 278
Grumbir Matthias 327
Grünwald Florian 72

Angabe rechts Gesamtplatzierung

30 Jahre diepresse.com

– und mehr Möglichkeiten denn je für starke Marken

Die klassische Vorstellung einer Tageszeitung war lange klar: gedruckt am Morgen, gelesen beim Frühstück. Doch die Realität moderner Medienmarken sieht heute anders aus. Qualitätsjournalismus findet auf vielen Kanälen statt – digital, audiovisuell und im direkten Austausch mit der Wirtschaft sowie Leserinnen und Lesern.



Drei Jahrzehnte Analysen und multimediale Inhalte. Vom digitalen Schaufenster der Zeitung zur zentralen Plattform für Nachrichten.

„Die Presse“ gehört zu jenen Medienhäusern, die diesen Wandel seit Jahren aktiv gestalten. Neben der traditionsreichen Printausgabe hat sich die Marke zu einer multimedialen Plattform für Information, Dialog und Vernetzung entwickelt – mit einer starken digitalen Präsenz, innovativen Content-Formaten und einem breiten Spektrum an Veranstaltungen. Anlässlich des 30-jährigen Jubiläums von diepresse.com stellt „Die Presse“ einmal mehr die Weichen für die Zukunft.

Drei Jahrzehnte digitale Entwicklung

Seit den ersten Online-Auftritten Mitte der 1990er-Jahre hat sich die Website von einer einfachen Nachrichtenplattform zu einem multimedialen News-Ökosystem entwickelt. Layout, Technologie und Nutzererlebnis haben sich in dieser Zeit kontinuierlich verändert – vom frühen Webdesign über mobile Optimierung bis hin zu datengetriebenen digitalen Produkten.

Die Screenshots aus den vergangenen 30 Jahren zeigen eindrucksvoll, wie stark sich nicht nur das Erscheinungsbild, sondern auch die Rolle von presse.com verändert hat: vom digitalen Schaufenster der Zeitung zur zentralen Plattform für Nachrichten, Analysen und multimediale Inhalte. Dieser stetige Wandel ist Ausdruck einer klaren Strategie: Qualitätsjournalismus dort anzubieten, wo Leserinnen und Leser ihn heute konsumieren – digital, mobil und jederzeit verfügbar.

Eine Marke mit Vertrauen und Blick auf die Zukunft

Die Anforderungen an moderne Markenkommunikation haben sich grundlegend verändert. Klassische Werbeformen allein reichen heute oft nicht mehr aus, um Zielgruppen nachhaltig zu erreichen. Gefragt sind Inhalte, die informieren, inspirieren und gleichzeitig glaubwürdig in hochwertige Umfelder eingebettet sind.

„Die Presse“ hat diesen Wandel früh erkannt und ihr Angebot konsequent weiterentwickelt. Neben klassischen Werbeformaten setzt das Medienhaus zunehmend auf Native Advertising und maßgeschneiderte Content-Lösungen, die Markenbotschaften in journalistisch geprägten Kontexten sichtbar machen.

Dabei endet Kommunikation längst nicht mehr beim geschriebenen Wort. Das Medienhaus bietet heute ein ganzheitliches Kommunikationsökosystem, das Marken über verschiedene Kanäle hinweg begleitet.

Im Bewegtbildstudio der „Presse“ entstehen Interviews, Diskussionsrunden oder Videoformate für Corporate Content. Podcasts bieten eine intensive und aufmerksamkeitsstarke Form der Markenkommunikation, während Social Media Inhalte weiter verbreitet und zusätzliche Reichweite generiert. So wird aus klassischer Werbung eine integrierte Kommunikationslösung, die Marken nicht nur sichtbar macht, sondern nachhaltig in

den relevanten Gesprächen von Wirtschaft und Gesellschaft positioniert.

Wirtschaft vernetzen – mit über 90 Events im Jahr

Eine zentrale Rolle spielt dabei auch das Eventgeschäft: Mehr als 90 Veranstaltungen pro Jahr bringen über 14.000 Entscheiderinnen und Entscheider aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zusammen.
Formate wie das Wiener Strategieforum haben sich zu wichtigen Plattformen für wirtschaftspolitische Diskussionen und Networking entwickelt.
Ein besonderes Highlight ist die Event-Serie Austria's Leading Companies (ALC). Seit 28 Jahren küren „Die Presse", KSV1870 und PwC die erfolgreichsten Unternehmen Österreichs – auf Basis objektiver wirtschaftlicher Kennzahlen über mehrere Jahre hinweg. Der Wettbewerb gilt als einer der renommiertesten Wirtschaftspreise des Landes und bringt jährlich die Top-Unternehmen Österreichs auf eine gemeinsame Bühne. Unternehmen profitieren von Prestige, Sichtbarkeit und Imagegewinn vor einem hochkarätigen Publikum.

International orientiert

Mit dem Magazin European Voices positioniert sich „Die Presse" auch international als Stimme für den europäischen Dialog. Das Magazin wird gemeinsam mit dem ehemaligen österreichischen Bundeskanzler Wolfgang Schüssel herausgegeben und widmet sich zentralen politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Fragen Europas. Gerade in einer Zeit geopolitischer Spannungen, wirtschaftlicher Transformation und neuer sicherheitspolitischer Herausforderungen gewinnt ein konstruktiver europäischer Diskurs zunehmend an Bedeutung. European Voices versteht sich dabei als Plattform für Ideen, Perspektiven und Debatten über die Zukunft Europas. Mit einer Auflage von rund 50.000 Exemplaren erreicht das Magazin eine hochkarätige Leserschaft aus Politik, Diplomatie, Wirtschaft und Wissenschaft in ganz Europa. Damit unterstreicht „Die Presse" nicht nur ihre Rolle als österreichische Qualitätszeitung, sondern auch ihren Anspruch, Teil der europäischen Debatte zu sein und sich als international relevante Medienmarke zu positionieren.



Podcasts bieten eine intensive und aufmerksamkeitsstarke Form der Markenkommunikation.



Austria's Leading Companies Event - Seit 28 Jahren küren „Die Presse", KSV1870 und PwC die erfolgreichsten Unternehmen Österreichs.

Grünwald Sandra	164
Gurtner Franz	301
Gusenleitner Birgit	290
Haberler Matthias	260
Hackl Dominik	68
Hackl Guido	164
Hagedorn Ingo	229
Hahofer Lisa	206
Haider Stephanie	85
Haider-Lenz Yvonne	57
Haimerl Eva	303
Haimovici Paul	115
Haller Petra	183
Hamedinger Peter	94
Hanschitz Georg	282
Harasser Sylvia	7
Harfmann Marco	56
Haslinger-Jeitler Maria	278
Hatvagner Gudrun	85
Hatz Teresa	37
Haubner Philip	49
Hauer-Exner Vita	191
Hauptmann Nora	267
Hebenstreit Patricia	30
Heeger Christine	180
Heinzl Philipp	61
Hengge Verena	318
Herndl-Stallnig Ines	126
Hetfleisch Patricio	100
Hochreiter Andreas	42
Hochreiter Victoria	267
Hödl Ute	204
Hofbauer Petra	61
Hoflehner Maria	303
Hofmann Ralph	116
Hofmann-Credner Claus	55
Holz-Darenstädt Eva	40
Horetzky Thomas	366
Höritzauer Bernadette	282
Hötschl Stefan	183
Hrabal Julia	156
Hromatka Christian	54
Hummel Andreas	75
Hüster Maria	345
Illitz Selma	243
Ippoliti Benjamin	144
Jakl Marianne	282
Janisch Mariella	267
Jöbstl Katharina	306
Kafesie Karin	28
Kainz Uschi	109
Kargl Florian	366
Kaskela Alina	220
Kastenhuber Johannes	130
Keimelmayr Katharina	368
Kistler Benedikt	180
Klement Sonja	260
Klinser-Kammerzelt Barbara	25
Kniewasser Simone	46
Knirk Simone	144
Knoflach Bernd	206
Knüttel Stephan	345
Koch Veronika	150
Kocher Stefanie	267
Kofler Katharina	220
Koglgruber Günther	198
Kohut Myron	23
Kolarik Anton	34
Koller Marion	206
Koloini Nicole	324
König Kerstin	282
Koopmann Anna-Carina	220
Korbutt Martin	253
Kornfeind Marianna	195
Kosbow Silvia	150
Kotzauer Gerald	198
Kracmer Carolin	214
Kraft Simone	236
Kramar Jochen	138
Kremser Kathrin	278
Kriechhammer Theresa	109
Krispl Daniela	218
Krispl Manuel	159
Krizmanic Anita	236
Krobath Andrea	134
Krutz Mercedes	81
Kullnig Christoph	38
Lackner Markus	294
Ladich Andreas	16
Lang Harald	336
Lang Karin	172
Langhammer Nikolaus	138
Laubreiter Maria	336
Lechner Wilfried	198
Lehrer Michael	227
Leiter Elisabeth	243
Leitner Martina	220
Lengauer Reinhard	327
Leskovar Victoria	116
Loos Bernhard	75
Lorbeer Stefan	138
Loster Regina	85
Löwe-Reitbauer Michaela	150

Angabe rechts Gesamtplatzierung

100 Prozent Burgenland 100 Prozent Nähe zur Zielgruppe

Die BVZ verbindet regionale Stärke mit digitaler Kompetenz und schafft so echte Wirkung für Leser und Werbekunden.

Die Burgenländische Volkszeitung (BVZ) ist seit mehr als 20 Jahren die mediale Heimat des Burgenlands. Mit sieben Lokalausgaben und jährlich über 25.000 Seiten regionaler Berichterstattung berichtet sie umfassend aus allen Bezirken. Die Redaktion begleitet das gesellschaftliche, politische und wirtschaftliche Leben vor Ort und gilt als verlässliche und glaubwürdige Informationsquelle.

Ein wichtiger Meilenstein wurde Anfang 2026 erreicht: Nach vielen Jahren im Eigentum des Niederösterreichischen Pressehauses ist die BVZ jetzt vollständig in burgenländischer Hand. Geschäftsführer und Chefredakteur Markus Stefanitsch übernahm im Rahmen eines Management-Buyouts gemeinsam mit seinem Team die Verantwortung. Damit bleibt die Wertschöpfung im Land erhalten und die Unabhängigkeit sowie Qualität des Journalismus werden weiter gestärkt.

Neben der traditionellen Printausgabe setzt die BVZ verstärkt auf Digitalisierung. Über die Website BVZ.at sowie Social-Media-Kanäle werden Nachrichten, Hintergründe und Geschichten rund um die Uhr zeitnah und verständlich aufbereitet. So entsteht eine interaktive Plattform, die den Austausch, die Beteiligung und den Dialog in der burgenländischen Community fördert.



Regional verwurzelt, digital vernetzt und nah an den Menschen im Burgenland.



Über die Website sowie Social-Media-Kanäle werden Nachrichten rund um die Uhr aufbereitet.

Für Unternehmen bietet die BVZ eine besonders wirkungsvolle Werbeplattform. Die Kombination aus regionaler Verwurzelung und digitaler Reichweite ermöglicht eine gezielte Ansprache einer lokal engagierten Zielgruppe. Werbung erzielt dadurch hohe Aufmerksamkeit und starke Identifikation – die Grundlage für nachhaltigen Erfolg.

Die BVZ begleitet Unternehmen mit individuell entwickelten Kampagnen, die von klassischen Printanzeigen bis zu maßgeschneiderten Social-Media-Aktionen reichen. Der Fokus liegt auf messbaren Ergebnissen, wie Reichweite, Interaktion und konkreten Anfragen. Dabei legt das engagierte Team großen Wert auf persönliche Beratung und passgenaue Lösungen.

Als fest verankerter Teil der burgenländischen Gemeinschaft versteht sich die BVZ nicht nur als Nachrichtenquelle, sondern auch als Plattform für Vereine, Institutionen und Unternehmen. Offenheit, Meinungsvielfalt und Dialog bilden das Fundament der redaktionellen Arbeit und stärken die Verbindung zwischen Menschen und Marken. Mit ihrer starken Präsenz in Print, Online und Social Media bietet die BVZ Unternehmen eine ideale Basis, um sichtbar zu werden, wo Vertrauen zählt – im Herzen des Burgenlands.

Lutz Patricia 267
Madreiter Lukas 57
Maier Birgit 104
Malek-Hofmann Djeiran 314
March Jasmin 243
Marek Dieter 125
Maria Cristina 352
Matzenauer Winnie 94
Mayerl Anna 229
Mayr Martina 214
McDonald Anna 187
McGeorge Eva 306
Meissnitzer Eva 290
Micheler Helmuth 187
Mielniczek Denise 138
Miteff Petra 229
Mittermair Jutta 352
Mödlhammer-Prantner Petra 71
Moosbrugger Lisa-Maria 19
Mülleder Michaela 227
Müller Petra 247
Münzenrieder Verena 130
Naue-Hess Christiana 187
Nekham Maria 316
Neuner Florian 100
Nitsch Susanne 371
Oakley John 12
Ostermann Egon 13
Ostermann-Schabata Claudia 61
Oszvald Helmut 275
Pachler Gerald 72
Pachner Alexander 176
Pallierer Gudrun 265
Paranjape Dipti 75
Parschalk Bettina 376
Penninger Stefanie 85
Persico Romana 170
Perthen Eva 373
Petzner Rene 134
Pfalzer Susanne 267
Pichler Jürgen 357
Pirker Magdalena 357
Pizzera Jörg 1
Pliger Lea 318
Pokorny Mutiara 336
Polinski Tania Nicoletta 361
Pölzlbauer Martina 206
Praher Georg 327
Prax Hermann 204
Preiß Jaqueline 277
Preuss Dirk 361
Preuss Melanie 247
Prigent Mathieu 120
Punzengruber Roland 176
Raab Ulrich 120
Reeh Simone 144
Reisinger Michaela 85
Reiter Julia 345
Reiter Michaela 380
Reuer Julia 172
Richter Robert 342
Riebler Claudia 25
Riedel Monika 6
Riedl Martina 148
Riedl Reinhard 170
Ring Elisabeth 375
Rittler Alexander 379
Rittmannsberger Michael 67
Römer-Russwurm Elisabeth 19
Rubner Johannes 345
Ruckhofer Stefanie 120
Ruschak Iris 282
Ryan Sean 243
Saliger Thomas 1
Salmhofer Astrid 49
Saravia-Soukup Melanie E. 43
Scheuch-Schmid Michael 345
Scheuchenpflug Karin 253
Schgör Sabine 253
Schillinger Gerhard 126
Schipany Martin 11
Schlamp Armin 236
Schlögl-Slavik Nicole 105
Schmid Johanna 134
Schmidberger Christine 53
Schmidberger-Slond Claudia 25
Schmidt Thomas 191
Schön Birgit 282
Schönhart Noah 371
Schörgenhofer Sonja 93
Schröck Markus 356
Schubert Marco 247
Schulz Alina 218
Schuster-Pravec Martina 288
Schwarz-Knehtl Daniela 15
Schwentner Bernadette 172
Seeberger Elisabeth 361
Seifert Alexandra 296
Seimann Regina 198
Seltner Maria 18

Angabe rechts Gesamtplatzierung

St. Pölten: 40 Jahre Landeshauptstadt

Vier Jahrzehnte nach der historischen Entscheidung für St. Pölten als Landeshauptstadt blickt Niederösterreich auf eine tiefgreifende Entwicklung zurück. Das Jubiläumsjahr 2026 steht im Zeichen dieser Transformation.

Mit der Ernennung St. Pöltens zur Landeshauptstadt im Jahr 1986 wurde ein entscheidender Meilenstein in der Geschichte Niederösterreichs gesetzt. Landeshauptmann Siegfried Ludwig brachte es in einem Satz auf den Punkt: „Ein Land ohne Hauptstadt ist wie ein Gulasch ohne Saft."

Im März 1986 stimmten 56 Prozent der Niederösterreicher und Niederösterreicherinnen bei der Grundsatzfrage „Landeshauptstadt – ja oder nein?" für eine eigene Landeshauptstadt. Am 10. Juli 1986 beschloss der Landtag schließlich, St. Pölten zur neuen Landeshauptstadt zu erheben.

Die Wahl St. Pöltens war weit mehr als eine administrative Standortfrage. Sie markierte den Beginn eines umfassenden Wandels: weg von einem rein agrarisch geprägten Bundesland, hin zu einer vielfältigen Region, die heute Kultur, Wirtschaft, Wissenschaft und Landwirtschaft miteinander verbindet. Die Landeshauptstadt wurde dabei zum Symbol eines neuen Selbstverständnisses und zur Grundlage für eine stärkere regionale Identität.

Impulsgeber für Regionen

Für das neue politische Zentrum suchte man nach einem Standort, der eng mit der Stadt verbunden sein sollte. In nur fünf Jahren wuchs am Traisenufer ein modernes Regierungsviertel, das Architektur, Verwaltung und Kultur miteinander verbindet. 1997 übersiedelten Landesregierung und Landtag endgültig von Wien nach St. Pölten. Mit der ersten Landtagssitzung im neuen Gebäude begann für Niederösterreich ein neues Kapitel.

In den vergangenen 40 Jahren wurde St. Pölten zu einem zentralen Ausgangspunkt für die dynamische Entwicklung des gesamten Bundeslandes. Die Hauptstadt fungiert seither als Knotenpunkt für politische Entscheidungen und als Plattform für Initiativen, die weit in alle Landesviertel Niederösterreichs hinauswirken. Diese Entwicklung zeigt sich besonders in der Stärkung regionaler Zentren. Kulturstandorte wie Krems oder Grafenegg, international anerkannte Veranstaltungen sowie vielfältige Kulturlandschaften zwischen Wachau, Semmering und Industrieviertel profitieren von den Strukturen, parallel dazu entstanden bedeutende Impulse im Bereich Wirtschaft, Wissenschaft und Forschung.

Ausstellung zum Jubiläumsjahr

Das Jubiläumsjahr 2026 macht diese Entwicklung sichtbar: Den Auftakt bildet am 19. Mai die Ausstellung „40 Jahre Landeshauptstadt", die in Kooperation zwischen dem Museum Niederösterreich und dem Stadtmuseum St. Pölten realisiert wird (bis 1. November). Neben den beiden Standorten werden auch zehn öffentliche Plätze in der Stadt in das Ausstellungskonzept eingebunden.

Begleitet wird das Jubiläum von einer Reihe kultureller Veranstaltungen. Dazu zählen das Barockfestival im Festspielhaus St. Pölten, das sein 25-jähriges Bestehen feiert, sowie das StadtLandFluss Festival am 12. und 13. Juni. Den Höhepunkt bildet der 10. Juli mit einem offiziellen Festakt, einer gemeinsamen Sitzung von Landesregierung und Gemeinderat, sowie einer Filmpräsentation, die die Entwicklung der vergangenen Jahrzehnte dokumentiert.



1986 wurde St. Pölten zur Landeshauptstadt erhoben.



Am 19. Mai startet die Ausstellung „40 Jahre Landeshauptstadt".

hauptsache-noe.at

NLK Reinberger, NLK Filzwieser

is Wöd.

Entgeltliche Einschaltung des Landes Niederösterreich

Seywald-Czihak Karin 40
Shahini Millad 206
Shepherd Kathrin 129
Siebenbrunner Ewa 352
Silberbauer Karin 288
Sima Carina 164
Sobota Dominik 236
Sommer Birgit 327
Sommer Sabine 247
Sonn Daniela 72
Sonnleitner Max 322
Spadola Gian Paolo 65
Spitaler Susanne 296
Stadler Mario 30
Stanojevic Jelena 324
Stanzer Christoph 183
Stefanitsch Markus 336
Steinegger Bianca 68
Sternfeld Raphael 160
Steurer Priscilla 345
Steyrer Alexander 30
Stöger Michaela 310
Stoklassa Eric 298
Strebl-Pühringer Michaela 133
Strobl Karin 332
Strohmayer Christina 365
Sturm Wolfgang 124
Swoboda Katharina 253
Swoboda-Weber Daniela 29
Taferner-Bauer Karin 253
Thaler Mario 265
Thaller Stefanie 318
Thomasitz Sophie Bernadette 299
Toff Isabella 318
Topolic-Kriechbaum Ana 229
Trast Susanne 341
Trenkwalder Barbara 100
Trimmel Petra 114
Unger-Posch Andrea 59
Valenta Julian 14
Valentinitsch Martina 368
van Randenborgh Charlotte 361
van Saanen Pia 342
Vay Anna 260
Veldi Catherina 220
Wachtler Bernhard 198
Wagner Markus 236
Wagner Michèle 100
Walter Petra 33
Walz Reinhard 176
Wanka Julia 267
Wasner Ines 85
Watzl Christian 290
Weger Stefan 79
Weigl Eva 294
Weikl Florian 290
Weinländer Michael 236
Weinzierl Johannes 126
Welan Stephan 357
Wendel Doris 327
Wenger-Rami Georg 206
Weste Anna 306
Wieland Claudia 322
Willvonseder Claudia 164
Wimmer Hans 61
Winkler Ingrid 156
Winkler-Schloffer Stefanie 59
Wissler Bruno 306
Wochner Melanie 236
Wohlauf Gerlinde 80
Wolfram Karoline 105
Wörner Katharina 378
Zadina Martina 183
Zauner Elisabeth 214
Zehetner Karin 138
Zehetner Romana 253
Zeilinger Gudrun 267
Zeman-Wurzer Markus 310
Zinner Dagmar 206
Zöbl Christian 156
Zoister Christoph 377
Zuntermann Karin 260

INFO ZUM RANKING

Rechtswegsausschluss:
Alle Ergebnisse unter Ausschluss des Rechtsweges. Die Erfassung auf der Shortlist zieht nicht automatisch eine Veröffentlichung im Ranking nach sich. Die JurorInnen durften sich selbst sowie MitarbeiterInnen des Unternehmens, für das sie tätig oder an dem sie beteiligt sind, nicht bewerten.

Haftungsausschluss:
Die MG MedienGruppe haftet nicht für Übermittlungsfehler und kann auch angesichts der Datenfülle keine Haftung für Rechenfehler übernehmen. Das Copyright der ExtraDienst-Rankingliste liegt bei der MG MedienGruppe. Jedwede Zitierung oder auszugsweise Wiedergabe wird nur mit dem Vermerk „Wie Christian W. Muchas Zeitschrift ExtraDienst berichtet“ gestattet.

Angabe rechts Gesamtplatzierung

HOTEL KITZHOF MOUNTAIN DESIGN RESORT, KITZBÜHEL

Wo Ideen Höhenluft bekommen – das Hide-Away für Meetings und Veranstaltungen.

Das Hotel Kitzhof liegt nur wenige Gehminuten vom Zentrum Kitzbühels entfernt und verbindet den alpinen Charakter mit stilvoller Leichtigkeit. So entsteht ein Ambiente, das modernen Unternehmen den Rahmen bietet, den sie in dieser Zeit suchen: einen Ort, an dem Meetings nicht nur Termine im Kalender sind.

Wer Teams zusammenbringt, Strategien schärft oder nach neuen Ideen sucht, braucht einen Ort mit viel Raum und professionellem Service. Hier liegt die Stärke des besonderen Hide-Aways: Es schafft Distanz zum Alltag, ohne Distanz zu den Menschen entstehen zu lassen.

Der Meetings- und Event-Bereich bietet mehrere Räume, teils mit direktem Zugang zur Gartenanlage sowie zusätzliche Besprechungsräume mit vielseitigen Möglichkeiten. Vom Management-Meeting im kleinen Kreis bis zum größeren Corporate Event für bis zu 300 Personen. Der Bereich „Kitzbüheler Alpen“ lässt sich dank schalldichter Trennwände flexibel an unterschiedliche Anforderungen anpassen. Moderne Technik und individuelle Beratung sorgen dafür, dass Veranstaltungen in Erinnerung bleiben.

Für Firmenreisen und Offsites ist das Hotel Kitzhof mehr als eine Eventlocation. Die Balance zwischen Arbeit und Genuss spielt hierbei eine essenzielle Rolle. Zwischen intensiven Sessions, strategischen Gesprächen und gemeinsamen Abenden entfaltet sich jene Qualität, die erfolgreiche Business-Aufenthalte ausmacht.

Dazu trägt die Kitzhof-Kulinarik wesentlich bei. Die Küche verbindet Tiroler Tradition mit internationalen Einflüssen und setzt auf hohe Qualität, regionale Produkte und ein Ambiente, das vom Champagner-Frühstück bis zum Dinner den passenden Rahmen schafft. Ob Lunch im Meeting-Format, entspanntes Get-together, Private Dining oder ein Ausklang eines erfolgreichen Tages – hier wird Kulinarik zum verbindenden Element jeder Firmenreise.

Das Hotel Kitzhof gilt als ein Hide-Away für Genuss und Inspiration.



Das Hotel Kitzhof als alpines Hide-Away nahe dem Zentrum von Kitzbühel.



Veranstaltungsbereich mit Fokus auf professionelle Nutzung.



Champagnerfrühstück als Teil des kulinarischen Angebots.

Hotel Kitzhof

PRÄSENTIERT VON Kronen Zeitung

TULLN/DONAU

donauBühne tulln

WIENER STÄDTISCHE VIENNA INSURANCE GROUP



Götterklang trifft Donaugold

www.goetterklang.at

JETZT MIT PROMOTIONCODE „FRIENDSOFCAYENNE“ -15 % RABATT SICHERN!

3 TENÖRE

25.06.2026 | 19.30 UHR

DONAUBÜHNE TULLN

Eine Veranstaltung der cayenne Marketingagentur GmbH

oeticket

Tickets auf shop.raiffeisenbank.at und in allen Raiffeisenbanken mit oeticket-Verkauf

Karten auf shop.raiffeisenbank.at/Tickets und in allen Raiffeisenbanken in NÖ und Wien mit oeticket Verkauf, 10 % Ermäßigung für Raiffeisen-Kontoinhaber.

ORF NÖ

WERBEPROFI AUSSENWERBUNG

Raiffeisen Niederösterreich-Wien

KULTURLAND NIEDERÖSTERREICH

wonder manage & cayenne

präsentieren

WWW.WONDERMANAGE.COM

Jimmy SAX



05. August 2026

19.30 Uhr | Grafenegg

JETZT MIT PROMOTIONCODE „FRIENDSOFCAYENNE“ -15 % RABATT SICHERN!

oeticket · Kronen Zeitung Tickets · Tickets auf shop.raiffeisenbank.at und in allen Raiffeisenbanken mit oeticket-Verkauf · EVN · Raiffeisen Niederösterreich-Wien · MÖRWALD · WERBEPROFI AUSSENWERBUNG

Karten auf shop.raiffeisenbank.at/Tickets und in allen Raiffeisenbanken in NÖ und Wien mit oeticket Verkauf, 10 % Ermäßigung für Raiffeisen-Kontoinhaber.

Erlebniswelt Herberstein

Natur, Geschichte und Vielfalt an einem Tag.



In der Erlebniswelt Herberstein findet jeder Besucher spannende Entdeckungen.

Ein Tag voller Entdeckungen

Ein Ticket – zahlreiche Schauplätze: In der Erlebniswelt Herberstein verschmelzen Tierwelt, Natur, Geschichte und interaktive Lernstationen zu einem einzigartigen Ausflugsziel für die ganze Familie. Ob prunkvolles Schloss, naturnah gestaltete Gehege, historische Gärten oder modernste Attraktionen – hier findet jeder Besucher spannende Entdeckungen, und das bei jedem Wetter. Auch Vierbeiner sind willkommen, sodass kein Familienmitglied zuhause bleiben muss.

Die Erlebniswelt eignet sich sowohl für Familienausflüge als auch für Schul- und Bildungstrips. Outdoor-Stationen laden zum Entdecken der Natur ein, während Indoor-Attraktionen wie das „Haus der Biodiversität“ spielerisch Wissen vermitteln. Die Kombination aus Bildung, Abenteuer und Freizeit sorgt dafür, dass kein Tag wie der andere ist.

Tierische Vielfalt aus aller Welt

Bei Herberstein begegnen Besucher*innen exotischen Tieren aus allen Kontinenten. Kommentierte Fütterungen und die Beobachtung von Tierbabys und Jungtieren machen jeden Besuch spannend und lehrreich. Besonders aktuell sorgen die Roten Panda-Jungtiere für Begeisterung: Im Juni feiern sie ihren ersten Geburtstag.
Die großzügigen Gehege und naturnahen Lebensräume geben Einblicke in die natürliche Umgebung der Tiere. So lassen sich nicht nur die Tiere beobachten, sondern auch ihre Verhaltensweisen, Lebensräume und die Bedeutung von Artenschutz hautnah erleben. Interaktive Stationen ergänzen diese Erlebnisse und bringen Wissenswertes über Ernährung, Biologie und ökologische Zusammenhänge spielerisch näher.

Natur entdecken – vom Haus der Biodiversität bis zur Feistritzklamm

Das „Haus der Biodiversität“ ist ein zentraler Anlaufpunkt für alle, die die Vielfalt des Lebens verstehen wollen. Hands-on-Stationen zeigen anschaulich, wie Pflanzen, Tiere und Menschen miteinander verbunden sind, und laden Kinder und Erwachsene zum Experimentieren ein. Mehr Informationen gibt es unter Haus der Biodiversität.



Bei Herberstein begegnen Besucher exotischen Tieren aus allen Kontinenten.



Es lassen sich hier nicht nur die Tiere beobachten, sondern auch ihre Verhaltensweisen.

Herberstein



Herberstein zeigt eindrucksvoll, wie Bildung, Abenteuer und Kultur an einem Ort zusammenkommen.



Die Erlebniswelt bietet zahlreiche Möglichkeiten, die Natur zu erleben.



Die Klamm vermittelt auf faszinierende Weise die Bedeutung von Naturschutz und Artenvielfalt.

Die Feistritzklamm ist ein weiteres Highlight der Region: Das Schutzgebiet gilt als Biodiversitätshotspot mit über 5.000 Tier-, Pflanzen- und Pilzarten. Besonders spannend sind die Käferarten: Zehn vom Aussterben bedrohte, 43 stark bedrohte und 40 gefährdete Arten wurden hier nachgewiesen, darunter der streng geschützte Eichenbockkäfer als Flagship-Spezies. Die Klamm vermittelt auf eindrucksvolle Weise die Bedeutung von Naturschutz und Artenvielfalt. Mehr dazu unter Europaschutzgebiet Freistritzklamm.

Geschichte erleben – vom Schloss zur Zukunft

Das Gartenschloss Herberstein, seit über 700 Jahren im Besitz der Familie Herberstein, erzählt Geschichten aus der Vergangenheit.

Mit seiner Architektur, den historischen Schauräumen und den weitläufigen Rosengärten vermittelt das Schloss Einblicke in Lebenswelten vergangener Jahrhunderte. Die barocken Alleen und die farbenprächtigen Herberstein-Rosen sind besondere Höhepunkte. Die Führungen sind im Eintrittspreis inkludiert und bedürfen keiner vorherigen Anmeldung. Mehr dazu unter Gartenschloss Herberstein.

Ein Blick in die Zukunft: Ab Sommer 2026 eröffnet die neue Attraktion „TerraPlex 360“. Sie kombiniert moderne Technologie mit Naturerlebnissen und interaktiven Lernstationen, die spielerisch Wissen über Biodiversität, Ökosysteme und nachhaltige Technik vermitteln. TerraPlex 360 ergänzt die Erlebniswelt um eine spannende, zukunftsorientierte Dimension, die besonders Kinder und Jugendliche begeistert.

Bildung, Abenteuer und Natur vereint

Die Erlebniswelt Herberstein bietet eine Vielzahl an Aktivitäten, die sowohl Unterhaltung als auch Wissen vermitteln. Ob kommentierte Fütterungen, Tierbeobachtungen, Naturwanderungen, historische Schlossführungen oder interaktive Lernstationen – jeder Besuch ist ein Erlebnis für alle Sinne.

Herberstein zeigt eindrucksvoll, wie Bildung, Abenteuer und Kultur an einem Ort zusammenkommen. Ob für Familien, Schulgruppen oder Einzelpersonen: Die Erlebniswelt bietet zahlreiche Möglichkeiten, die Natur zu erleben, bedrohte Arten zu verstehen, historische Architektur zu bewundern und gleichzeitig Spaß zu haben. Mit Öffnungszeiten bis Anfang November, Online-Tickets und Gutscheinsystemen ist der Besuch einfach planbar und flexibel gestaltbar.



Die großzügigen Gehege und naturnahen Lebensräume geben Einblick in die natürliche Umgebung der Tiere.



Jeder Besuch ist ein Erlebnis für alle Sinne.

Schildermacher der Zukunft

Von kleinen Firmenschildern bis hin zu riesigen Leuchtreklamen – der Kunst der Schildermacherei (jetzt mit neuem Namen: Beschriftungsdesign und Werbetechnik) sind weder in Form und Größe noch in Gestaltung und Kreativität Grenzen gesetzt. Dank 125 Jahren Erfahrung ist die Firma Doneiser hier nicht nur der beste Ansprechpartner, sondern auch Branchen-Vorreiter, wenn es um Digitalisierung geht.



Die Vielseitigkeit von Doneiser zeigt sich beispielsweise in der Fassadengestaltung des Weingutes Hannes Sabathi.



Der Bäckerei Felber steht Doneiser mit Erfahrung und moderner Technik zur Seite.

Ein Schildermacher mit langjähriger Tradition – so könnte sich die Firma Doneiser definitiv selbst beschildern. Nachdem Theodor Rammel 1901 die Firma „Buchstabenfabrik Rammel & Co“ im achten Wiener Gemeindebezirk gründete, trat die Doneiser GmbH nach der Firmenübernahme durch Franz Doneiser in den Sechzigerjahren in neuem Licht auf. Mitte der Achtzigerjahre siedelte man schließlich in die Räumlichkeiten der ehemaligen Waschküche und des Tröpferlbads im Gemeindebau in der Penzinger Straße 150 um. Seitdem fertigen Franz Doneiser und später sein Sohn Ing. Richard Doneiser, heutiger Firmeninhaber, auf fast 1.000 Quadratmetern Produktionsfläche ihre individuell gefertigten Produkte an.

Im Jahr 1998 eröffneten sich zudem neue Möglichkeiten für Doneiser: Mit dem Kauf der Firma Fluela Lichttechnik konnten die Neonglasproduktion sowie spezielle Kaltkathodenerzeugungen in die eigene Produktion übernommen werden. Seitdem ist es den Schildermachern möglich, unter anderem auch Neonröhren-Schriften – wie etwa jene in der Opernpassage – auszutauschen.

Tradition trifft modernste Technik

Dass Richard Doneiser nur so vor Kreativität strotzt, beweist er mit seinem Unternehmen immer wieder. Doch um außergewöhnliche Ideen umzusetzen, bedarf es bester Technik. Seit mittlerweile 40 Jahren rüstete der Firmeninhaber die Doneiser GmbH dementsprechend im digitalen Bereich stark auf. Das bedeutete, dass alte, oftmals handwerklich aufwendige Techniken zum Teil vom Computer übernommen wurden. So drucken, fräsen und lasern die Maschinen verschiedenste Materialien nun digital und nutzen etwa Schablonen, wo früher kostspielige Malerei gefragt war. Das ist nicht nur effizient für das Unternehmen, sondern spielt auch dem Budget des Kunden deutlich in die Karten. Zudem können so alte Kaffee- und Wirtshausschilder und ehrwürdige Firmenembleme, die früher hinter Glas gemalt wurden, ihre digitale Renaissance erleben.

Aber auch für den Bereich der LED-Technik hegt Richard Doneiser seit langem großes Interesse – ein Nischenbereich, der aber stetig wächst. Trotzdem bietet Doneiser als eines der wenigen Unternehmen in Österreich die Produktion und Instandhaltung von Neon-Beschriftungen an. Für jene, die diesen Stil mögen, aber doch lieber modernere Technologie hätten, kreiert Doneiser zudem mittels neuer LED-Technologie neonähnliche Objekte. Diese haben den Vorteil, dass sie mit 12V-Spannung nutzbar sind.

In der Vielfältigkeit die Tradition zu bewahren wird für das Unternehmen auch in den kommenden Jahren eine zentrale Rolle spielen.

Doneiser GmbH

Penzinger Straße 150, 1140 Wien
Tel.: +43 (0)1 892 81 77
E-Mail: office@schild.at
www.schild.at

Doneiser GmbH

WIENER ABO



Schenk Dir Zeit, nimm Dir ein wienerabo.at

Der echte Wiener geht nicht unter!

wienerabo.at

Ausnahmeerscheinungen. Ausnahmslos. Die Selected Stays in Niederösterreich.

Malerische Landschaften, spannende Ausflugsziele, lebendige Städte und ein reiches kulturelles Erbe: Niederösterreich hat seinen Gästen großartige Urlaubserlebnisse zu bieten. Was diese Region noch besonderer macht, sind die vielen außergewöhnlichen Unterkünfte.



Die Selected Stays sind eine Hommage an die Vielfalt und Einzigartigkeit Niederösterreichs.



Die Übernachtung stellt ein besonderes Erlebnis dar.

Unter dem Label Selected Stays vereint sich eine fein kuratierte Sammlung einzigartiger Adressen. Was diese Unterkünfte auszeichnet? Ihre hohe Qualität, die enge Verbundenheit mit der Region, ihre beeindruckende Geschichte, ihre Vision, ihre besondere Architektur oder ihre Ausstattung. Unterteilt wird in vier Kategorien: Classic, Pure, Unique und Urban.

Classic Stays: Unterkünfte der Kategorie Classic haben Resort-Charakter. Sie sind ein Rückzugsort für Körper und Geist, beweisen Kulinarik-Kompetenz und punkten durch integrierte Freizeitangebote wie Spa und Wellness.

Pure Stays: Hier steht die Natur im Mittelpunkt. Die Gastgeber:innen sind oft Produzent:innen, daher stehen hauseigene, regionale Produkte im Fokus. Einige der Unterkünfte in der Kategorie Pure haben eine absolute Alleinlage. Generell ist ein ruhiges Ambiente und das mögliche Erleben der Natur – auch in Kombination mit entschleunigenden Aktivitäten – in direkter Umgebung ein Kriterium.

Unique Stays: Wie der Name der Kategorie schon vorgibt, handelt es sich um ganz besondere, spannende und ausgefallene Betriebe. Außergewöhnlich kann hier die Architektur, die Geschichte, die Lage u.v.m. sein. Die Übernachtung stellt ein besonderes Erlebnis dar.

Urban Stays: Eine zentrale, wenn auch nicht zwangsläufig städtische Lage ist Kriterium für die Selected Urban Stays. Sie sind der perfekte Ausgangspunkt, um Niederösterreich zu erleben.

Ein Schloss auf Zeit

Wer immer schon davon geträumt hat, Schlossherr oder Schlossherrin zu sein, kann sich beim Aufwachen darüber freuen, dass dieser Traum wahr geworden ist. Denn in Niederösterreich kann man in einigen der vielen Schlösser und Gutshöfe nächtigen – mit dem Zauber von einst und den Annehmlichkeiten von heute. Im Boxspringbett unterm Stuckgewölbe aufwachen, schwimmen im Schlossteich,

Niederösterreich Werbung/Maximilian Pawlikowsky, Ian Ehm

durch den Park flanieren und sich vorstellen, wie es früher einmal war, bevor einen der Frühstücks-Smoothie wieder ins Jetzt holt. So oder so ähnlich kann ein Urlaubstag im Schloss Dürnstein, Schloss Horn oder Schloss an der Eisenstrasse beginnen.

Zurück zur Natur

Großen Luxus im kleinen Stil findet man in einem der Chalets, Lodges, Cottages und Hide-Aways im Grünen. Und da Luxus für alle etwas anderes bedeutet, hat jedes seine speziellen Vorzüge. Sei es der Blick auf die Kuhweide von der Badewanne aus, das Gourmet-Restaurant in Geh-Nähe oder die ganz private Sauna ohne fremde Blicke. Ein Bett unterm Sternenhimmel, mitten auf der Wiese, hoch in den Baumkronen, direkt am See oder zwischen den Weinreben. In diesen Unterkünften kann man der Natur so nah sein wie nur möglich: Weidehaus de Luxe, Ferienhaus am See, oder im Forsthaus Langschlägerwald Itha's secret escape.

Wein und Kulinarik

Gourmets und Weinliebhaber:innen sind in Niederösterreich sowieso bestens aufgehoben. Denn kulinarisch wird man hier überall verwöhnt. Manche Weingüter bieten auch Übernachtungsmöglichkeiten an – in exklusiven Apartments, Suiten oder im lauschigen Kellerstöckl. Verkostung und Fachsimpeln mit den Winzern inklusive. Wohnen beim Wein können Gäste zum Beispiel in den Kellerstöckl Apartments des Weingut Hindler in Schrattenthal, im Weindomizil Hagn in Mailberg oder im MALAT Weingut & Hotel. Kulinarik auf Haubenniveau erlebt man in den roon's in Arbesbach bei Spitzenkoch Michael Kolm, beim Bett in der Wies'n beim Triad, oder im Relais & Chateaux Mörwald Hotel am Wagram.

Mitten im Geschehen

Wer Ruhe und Erholung sucht, wird in Niederösterreich fündig. Aber auch alle, die lieber dort sind, wo was los ist. Museen, Ausstellungen, Konzerte, Sehenswürdigkeiten, Shopping, ein Sundowner auf der Hotelterrasse. Die ausgewählten urbanen Unterkünfte zeichnen sich durch die zentrale Lage und ein stylisches Ambiente aus. Für einen City-Trip nach St. Pölten bietet sich das Budget Design Hotel Das Alfred an. In Weitra lässt Das Kordik keine Wünsche offen und in Baden bei Wien trifft im At the Park Hotel 70er Jahre Stil auf heutigen Komfort und ganz viel Kultur.



Wer Ruhe und Erholung sucht, wird bei den Selected Stays fündig.

Gastgeber mit Vision

So unterschiedlich sie auch sein mögen, die Selected Stays sind allesamt Häuser mit Seele – geprägt von ihrer bewegten Geschichte oder von der Vision moderner Architektur, eingebettet in die Landschaft oder herausragendes Wahrzeichen. Immer echt, spürbar gemacht durch charismatische Gastgeber:innen, die oft eigene Produkte herstellen und diese auch gerne ihren Gästen servieren. Und wer könnte besser als diese wissen, welche Ausflüge, Wanderungen, Radtouren oder Feste in der Umgebung man sich nicht entgehen lassen sollte.
Die Selected Stays sind weit mehr als eine besondere Unterkunft. Sie sind Orte, die inspirieren, die in Erinnerung bleiben. Und sie sind eine Hommage an die Vielfalt und Einzigartigkeit Niederösterreichs.



Hier steht die Natur im Mittelpunkt.

Zu finden auf:

www.niederoesterreich.at/selected-stays

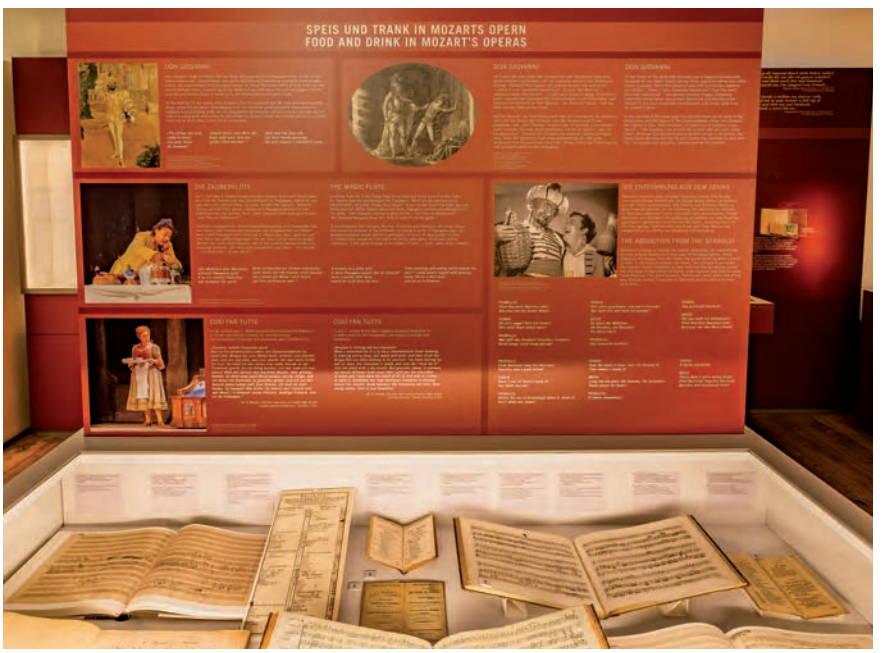
Niederösterreich Werbung/Maximilian Pawlikowsky

Wien Holding: Auf ins Museum!

Die vier Wien Holding-Museen – Mozarthaus Vienna, Jüdisches Museum Wien, KunstHausWien und Haus der Musik – sorgen mit ihrem vielfältigen Ausstellungsprogramm für Freude, Faszination und Unterhaltung.



Mozarthaus Vienna im Zentrum von Wien.



Einblick in die Ausstellung „Mozart bei Tisch“.

Das Mozarthaus Vienna beleuchtet *Mozart bei Tisch*, das Jüdische Museum Wien zeigt *Schwarze Juden, Weiße Juden? Über Hautfarben und Vorurteile*, das KunstHausWien widmet sich bei *Seeds. Reclaiming Roots, Sowing Futures* den vielschichtigen Bedeutungen von Samen und Saatgut und das Haus der Musik macht in der Sonderausstellung *Polyphon – Harmonia Mundi* astrophysikalische Phänomene hörbar. Bei dieser Vielfalt heißt es: Auf ins Museum!

Mozarthaus Vienna: Mozart bei Tisch

Noch bis Herbst 2026

Hinter dem Stephansdom in der Domgasse 5 befindet sich das Mozarthaus Vienna mit der einzigen Wiener Wohnung Mozarts, die bis heute erhalten ist. Rund um Mozarts Bleibe ist ein spannendes Zentrum entstanden, das sich dem Werk und dem Leben des Musikgenies intensiv widmet. Im Mittelpunkt stehen Mozarts Wiener Jahre.

In der Mozartwohnung, dem authentischen Kern des Hauses, können Besucher*innen hautnah erfahren, wie die Familie Mozart lebte. Mozart logierte hier von Ende September 1784 bis Ende April 1787. Diese Jahre gelten als die produktivsten und erfolgreichsten des Musikgenies. Erzählt wird, wie die Tage des genialen Musikers abliefen, wo er auftrat, wer seine Freund*innen und Gönner*innen waren. Auch seine Beziehung zu den Freimaurern und seine Spielleidenschaft werden beleuchtet. Neben der Dauerausstellung gibt es auch eine wechselnde Sonder-

Alexander Ch. Wulz; David Peters

ausstellung. Im Bösendorfer-Saal im Kellergewölbe des Museums finden regelmäßig klassische Konzerte statt. Auch Führungen und Workshops werden geboten.
Derzeit stellt die Sonderausstellung *Mozart bei Tisch* Essen und Trinken, die dazugehörige Kultur und das damit verbundene künstlerische Schaffen des Komponisten in den Mittelpunkt. Gezeigt werden Musikhandschriften und Briefe Mozarts, historische Musikalien, Dokumente in Schrift und Bild sowie gegenständliches Material aus Sammlungen in Österreich, Deutschland, England, Frankreich und aus Privatbesitz. Damit greift das Mozarthaus Vienna weltweit das erste Mal diese Thematik im Detail auf.

Mozarthaus Vienna, Domgasse 5, 1010 Wien, www.mozarthausvienna.at
Öffnungszeiten: täglich 10 bis 19 Uhr
Eintritt: € 16

Jüdisches Museum Wien: Schwarze Juden, Weiße Juden? Über Hautfarben und Vorurteile

Noch bis 26. April 2026

Das Jüdische Museum Wien bietet Ausstellungen zur österreichisch-jüdischen Geschichte, zu Religion und Tradition. In der Dorotheergasse widmet sich die Ausstellung *Schwarze Juden, Weiße Juden? Über Hautfarben und Vorurteile* noch bis 26. April 2026 dem Thema der jüdischen Identität im Spannungsverhältnis zwischen Eigendefinitionen, Antisemitismus und Rassismus. Welche Hautfarben haben Jüdinnen und Juden – und welche werden ihnen zugeschrieben? Wie verorten sie sich selbst? Die Ausstellung geht diesen Fragen nach und zeigt historische und zeitgenössische Beispiele der Fremd- und Selbstwahrnehmung.
Ab 20. Mai steht im Museum Dorotheergasse dann die Ausstellung *A Muslim, a Christian, and a Jew – Eran Shakine* auf dem Programm. Der israelische Künstler betitelt jedes seiner Bilder mit dem gleichen Satz: „Ein Muslim, ein Christ und ein Jude…" – fast so, als wolle er einen Witz erzählen. In seinen großformatigen Arbeiten setzt er sich humorvoll mit der Frage nach den Gemeinsamkeiten und Unterschieden der drei monotheistischen Weltreligionen auseinander. Shakines Ölkreidebilder sind sozusagen Anti-Karikaturen: Sie brechen mit Stereotypen und lenken den Blick auf das Gemeinsame: auf Menschlichkeit, Neugier, Zweifel, Hoffnung und Glaube. Seine Arbeiten sind leicht zugänglich, zugleich aber voller philosophischer Tiefe. Mit feinem Witz und poetischer Klar-



Das Jüdische Museum Wien als zentraler Ausstellungsort zur österreichisch-jüdischen Geschichte.



Einblick in eine Ausstellung zur jüdischen Identität im Spannungsfeld von Selbst- und Fremdwahrnehmung.

Tobias von Marillac; Ouriel Morgensztern



KunstHausWien mit Fokus auf Ökologie und Umwelt.



Seeds/Criewener No.104, 2022

heit lädt Shakine dazu ein, das Verbindende zu erkennen und in der Gleichheit das Menschliche zu feiern.
Das Museum Judenplatz zeigt noch bis 17. September 2026 die Ausstellung *Alles vergessen*, die dem Vergessen aus kulturhistorischer und jüdischer Perspektive nachspürt und die Frage stellt, welche Formen des Vergessens und Verdrängens unsere Gesellschaft prägen.

Jüdisches Museum Wien, Dorotheergasse 11/Judenplatz 8, 1010 Wien, www.jmw.at
Öffnungszeiten Dorotheergasse: Sonntag bis Freitag, 10 bis 18 Uhr, samstags geschlossen; Öffnungszeiten Judenplatz: Sonntag bis Donnerstag, 10 bis 18 Uhr, Freitag 10 bis 14 Uhr;
Eintritt: € 15

KunstHausWien: Seeds. Reclaiming Roots, Sowing Futures

Bis 14. Februar 2027

Von 9. April bis 10. Mai 2026 steht Wien erneut im Zeichen der Klima Biennale Wien. Das KunstHausWien zeigt im Rahmen des Festivals gleich zwei Ausstellungen: *Seeds. Reclaiming Roots, Sowing Futures* und *I Wish We Had More Time* des Kollektivs The Institute of Queer Ecology.
Seeds. Reclaiming Roots, Sowing Futures widmet sich den vielschichtigen Bedeutungen von Samen und Saatgut als Spiegel unseres Verhältnisses zur Erde und zueinander. Weit über ihre biologische Funktion hinaus, tragen Samen regionales Wissen und kulturelles Erbe in sich. Für die vierzehn Künstler*innen der Gruppenausstellung ist Saatgut der Ausgangspunkt für Arbeiten zu Migration und Kolonialismus, indigenem Wissen und Biodiversität, ebenso wie zu Widerstand, solidarischer Praxis und regenerativen Zukünften.
Im Projektraum Garage zeigt das Kollektiv The Institute of Queer Ecology die ortsspezifische Ausstellung I *Wish We Had More Time*. Beiträge aus Kunst, Musik, Literatur und Wissenschaft thematisieren die vielfältigen Bedeutungen von Verlust anhand dreier Erzählstränge: Gestörte Symbiosen in der Natur und der Wandel artenübergreifender Beziehungen infolge von Klimaveränderungen, Brüche queerer Geschichte und Erzähltraditionen, die durch gesellschaftliche Krisen wie die AIDS-Epidemie verursacht wurden, und zwischenmenschliche Verluste – verpasste Begegnungen und Liebeskummer.
I Wish We Had More Time ist bis 9. August im Projektraum Garage des KunstHausWien zu sehen.
Das KunstHausWien wird als Festivalzentrale für die diesjährige Klima Biennale Wien auch szenographisch gestaltet: Das Duo JASCHA&FRANZ (Hamburg/Berlin) entwickelt gemeinsam mit der österreichischen Schriftstellerin Andrea Grill eine räumliche Erzählung – ihre Texte bilden die inhaltliche und visuelle Grundlage der Inszenierung.

KunstHausWien, Untere Weißgerberstraße 13, 1030 Wien,
www.kunsthauswien.com
Öffnungszeiten: täglich von 10 bis 18 Uhr
Eintritt: € 16

Paul Bauer; Tue Greenfort/Courtesy the artist and König Galerie

Haus der Musik: Polyphon – Harmonia Mundi

Bis Sommer 2026

Interaktiv, spannend, abwechslungsreich: Das Haus der Musik ist mehr als ein klassisches Museum in Wien. Es ist ein Ort der lebendigen Auseinandersetzung mit viel Tradition, denn hier wurden 1842 die Wiener Philharmoniker gegründet. Das vielfältige Programm des Museums vereint Tradition mit Innovation. Hier können neue Klangwelten erfahren und der eigene Horizont erweitert werden. Auf vier Etagen wird die faszinierende Welt der Musik und Klänge sowie der Kosmos der großen Komponist*innen präsentiert. Zahlreiche Experimentierstationen laden ein, die Welt der Akustik und Geräusche zu erforschen und Klangphänomenen auf den Grund zu gehen. Ob im Sonotopia Universe & Lab oder bei interaktiven Klassikern wie dem Virtuellen Dirigenten oder dem Walzer-Würfel-Spiel – hier wird Musik lebendig!

Derzeit zeigt das Museum mit *Polyphon – Harmonia Mundi* auch eine einzigartige Sonderausstellung des Schallkünstlers Peter Androsch, die astrophysikalische Phänomene hörbar macht. Im Mittelpunkt der Ausstellung steht das Polyphon, ein großformatiges Klangobjekt, das als akustischer Apparat, kunstvolles Möbelstück und technisches Meisterwerk gleichermaßen fungiert. Es besteht aus 672 Schubladen, die jeweils einen individuellen Klang erzeugen. Beim Öffnen einer Schublade ist der einzigartige Klang eines Pulsars – eines pulsierenden Sterns – zu hören. So entsteht durch das Öffnen und Schließen der Laden eine ganz eigene, kosmische Klangharmonie.

Haus der Musik, Seilerstätte 30, 1010 Wien, www.hdm.at
Öffnungszeiten: täglich von 10 bis 22 Uhr
Eintritt: € 19



Das Haus der Musik als Museum zwischen Tradition und moderner Klangwelt.



Interaktive Installation im Haus der Musik zur spielerischen Erfahrung von Klang.

Paul Bauer

Tickets

Tickets für die Museen der Wien Holding sind an den jeweiligen Museumskassen sowie bei Wien Ticket, einem Unternehmen der Wien Holding, erhältlich: **www.wien-ticket.at**

Wien Holding GmbH
Universitätsstraße 11, 1010 Wien
www.wienholding.at

mehr wien zum leben.
wienholding

Bezahlte Anzeige



Wienliebe Festival

23. Mai bis 25. Mai
am Wiener Rathausplatz

Erlebe drei Tage unvergesslicher Momente – mit Musik, Genuss und Sport!
Für die perfekte Stimmung sorgen Live-Auftritte von Austropop-Star Wolfgang Ambros sowie der Stars der Vereinigten Bühnen Wien mit den größten Musicalhits.

Freu dich auf Sportangebote für Jung und Alt und probiere dich selbst bei Basketball, Tennis und weiteren Sportarten aus. Hol dir wertvolle Tipps von den Profis!

Komm vorbei, der Eintritt ist frei!

Stadt Wien

WKO WIEN
WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN

wienliebe.wien.gv.at

Köse Badkultur – Wiener Bäder mit Charakter

Seit 2004 realisiert Köse Badkultur individuelle Bäder in Wien.

Ein modernes Badezimmer ist längst nicht mehr nur ein funktionaler Raum. Es spiegelt Wohnstil, Lebensgefühl und Wertschätzung für Design und Qualität wider. In Wien bietet Köse Badkultur seit 2004 Lösungen für individuelle Badeinrichtungen, die Funktionalität und Ästhetik verbinden.

Das Familienunternehmen hat sich auf Komplettbäder, Sanierungen und maßgeschneiderte Planungen spezialisiert. Dabei steht nicht allein die Ausstattung im Vordergrund, sondern ein durchdachtes Konzept: vom Grundriss über die Materialauswahl bis zur Umsetzung. Die Kombination aus Erfahrung, technischem Know-how und Liebe zum Detail prägt die Projekte von Köse Badkultur.

Besonders die Showrooms in Wien vermitteln ein Gefühl für Raum, Material und Design. An drei Standorten – Bäckerstraße, Köllnerhofgasse und Gumpendorferstraße – können verschiedene Badstile erlebt werden. Fliesen, Armaturen, freistehende Wannen und Möbel werden dort in realistischen Rauminszenierungen gezeigt. Besucher erhalten so einen umfassenden Eindruck von aktuellen Trends, Gestaltungsmöglichkeiten und hochwertigen Materialien.

Die Zusammenarbeit mit namhaften europäischen Herstellern ermöglicht eine breite Auswahl an Produkten. Dabei reicht das Spektrum von funktionalen Elementen wie Armaturen, Duschsystemen, Heizungen, Klima- und Lüftungslösungen bis zu dekorativen Details und Möbeln, die den Charakter eines Badezimmers prägen. Auch Reparaturen im Sanitärbereich gehören zum Leistungsangebot.

Von klassischen Komplettbädern über barrierefreie Lösungen bis zu hochwertigen Sanierungen stehen bei Köse Badkultur Planung und Qualität im Mittelpunkt. Das Unternehmen verbindet gestalterische Vielfalt mit fachlicher Kompetenz und begleitet Kunden über alle Phasen eines Projekts hinweg.



Die Showrooms in Wien vermitteln ein Gefühl für Raum, Material und Design.



Christian W. Mucha und Adem Köse



Funktionalität und Ästhetik für den Sanitärbereich.

STANDORTE & ÖFFNUNGSZEITEN

Bäckerstraße 3/6A, 1010 Wien
Mo–Fr: 07:30–16:30 Uhr

Köllnerhofgasse 13, 1010 Wien
Mo–Do: 09:00–18:00 Uhr
Fr: 10:00–18:00 Uhr
Sa: 11:00–17:00 Uhr
Telefon: +43 1 595 29 06-24

Gumpendorferstraße 65, 1060 Wien
Mo–Fr: 7:30–16:30 Uhr

Telefon: +43 1 595 29 06
E-Mail: office@koese-gmbh.at
Homepage: www.köse.at

Köse



Maximale Sicherheit für Ihre Audioübertragung

VA.TEC
sehen. fühlen. staunen.



Mit der **Shure Axient Digital** Serie erweitern wir unsere technisches Veranstaltungsservice um eines der weltweit zuverlässigsten Funkmikrofonsysteme.

- Keine Ausfälle
- Keine Überraschungen
- Volle Konzentration auf den Inhalt

Events als Gesamterlebnisse

Technisch präzise, visuell durchdacht und atmosphärisch stimmig.

Von Lichtdesign und Video über Bühnenbau bis zur Gestaltung des Ambientes greifen alle Gewerke nahtlos ineinander.
So entsteht eine Inszenierung, die funktioniert – für Publikum, Marke und Ablauf.

VATEC.AT
welcome@vatec.at
+43 2252 520086

Wissenschaft im Wandel

Neue Ausstellung im Technischen Museum Wien.

Naturwissenschaften stellen seit Jahrhunderten mit immer neuen Erkenntnissen das menschliche Verständnis der Welt auf den Kopf. Wie und warum sich Wissen und Methoden verändern, veranschaulicht die neue Dauerausstellung „Wissenschaft im Wandel“ seit 23. April 2026 – anschaulich, interaktiv und überraschend vielschichtig.

Auf rund 800 m² entfaltet sich eine eindrucksvolle Reise durch neun naturwissenschaftliche Disziplinen – von der Elektrizität über die Erdwissenschaften bis hin zur Quantenphysik und Gehirnforschung. Dabei wird schnell klar: Wissenschaft ist kein geradliniger Prozess, sondern ein dynamisches Zusammenspiel aus Neugier, Experimenten, Zufällen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen.

Historische Objekte aus vier Jahrhunderten treffen auf Einblicke in aktuelle Forschung. Interaktive Stationen machen komplexe Abläufe greifbar und zeigen, wie aus ersten Ideen fundierte Erkenntnisse werden. Besucher:innen erleben hautnah, wie Messen, Simulieren und Experimentieren den wissenschaftlichen Fortschritt prägen – und warum Zweifel und Kritik dabei unverzichtbar sind.

Faszinierend ist auch der Blick auf die Menschen hinter den Entdeckungen. Die Ausstellung erzählt von bekannten und weniger bekannten Forscher:innen. Sie macht deutlich, dass Wissen nicht nur in akademischen Institutionen entsteht, sondern auch durch handwerkliches Können, kreative Ansätze und gesellschaftliche Einflüsse geprägt wird.

Gleichzeitig scheut „Wissenschaft im Wandel“ nicht vor den ambivalenten Seiten wissenschaftlicher Entwicklungen zurück. Fortschritt kann Leben verbessern – etwa durch medizinische Innovationen – aber auch problematische Folgen haben, wie historische Beispiele aus der Kartografie oder der Nutzung von Radioaktivität zeigen. Diese kritische Perspektive regt dazu an, Wissenschaft nicht nur zu bestaunen, sondern auch zu hinterfragen.

Die Ausstellung richtet sich an Besucher:innen ab 12 Jahren und bietet einen ebenso informativen wie inspirierenden Zugang zur Welt der Forschung. Wer verstehen möchte, wie unser Wissen entsteht – und welche Wege, Umwege und Irrwege dorthin führen –, findet hier eine ebenso spannende wie erkenntnisreiche Erlebniswelt.



Die Dauerausstellung „Wissenschaft im Wandel“ öffnete am 23. April 2026.



Die Ausstellung beinhaltet historische Objekte aus vier Jahrhunderten.



Historische Objekte und Einblicke in aktuelle Forschung.

Technisches Museum Wien, tlw. KI-generiert

WKÖ-Exporttag im Zeichen globaler Umbrüche und Chancen auf internationalen Märkten

Wenn internationales Top-Know-how in Wien zusammenkommt, macht der Exporttag Entwicklungen greifbar und übersetzt sie in Strategien.







Mit rund 2.500 Teilnehmer:innen aus Wirtschaft, Politik und Medien bietet der Exporttag der WKÖ auch in diesem Jahr wieder die größte Bühne für Export, Internationalisierung und neue Märkte in Zentraleuropa.

Marek Knopp, Nadine Studeny

Globale Märkte verändern sich rasant. Geopolitische Spannungen nehmen zu, wirtschaftliche Rahmenbedingungen werden neu definiert. Für Unternehmen bedeutet das vor allem eines: Die Herausforderungen wachsen – aber ebenso die Chancen. Entscheidend ist, diese Veränderungen richtig einzuordnen und gezielt zu nutzen.

Hier setzt der Exporttag 2026 der WKÖ an. Am 28. Mai wird Wien erneut zum Treffpunkt für international orientierte Unternehmen. Mit mehr als 60 WKÖ-Wirtschaftsdelegierten aus aller Welt sowie zahlreichen internationalen Expert:innen bietet die Veranstaltung Orientierung zu globalen Entwicklungen und konkreten Marktpotenzialen.

Neue Geschäftsmöglichkeiten trotz Krisen

Unter dem Motto „Together. We Shape Tomorrow." geht es dabei nicht nur um Analyse, sondern darum, Entwicklungen verständlich zu machen und daraus nächste Schritte abzuleiten. Den Auftakt bilden hochkarätige Keynotes: Die Zukunftsforscherin Florence Gaub beleuchtet Europas Rolle in einer zunehmend komplexen Weltordnung, Alexandra de Hoop Scheffer zeigt zudem, wie sich globale Verschiebungen in unternehmerische Strategien übersetzen lassen.

Im weiteren Verlauf rücken Panels unterschiedliche Regionen und Branchen

in den Fokus. Sie zeigen, wo aktuell Geschäftsmöglichkeiten entstehen – von nachhaltiger Infrastruktur in Asien über industrielle Wertschöpfungsketten in Europa bis hin zu neuen Perspektiven im US-Gesundheitsmarkt oder zur digitalen Transformation in dynamischen Wachstumsmärkten.

Michael Otter, Leiter der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA, erklärt: „In einem herausfordernden Umfeld gilt es, neue Chancen aktiv zu nutzen. Diese eröffnen sich derzeit vor allem in Südostasien, Indien, Japan, Südamerika und im Westbalkan – bei weiterhin klarem Fokus auf unsere starken Kernmärkte in Europa und Nordamerika. Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA agiert dabei als Türöffnerin, Sparringspartnerin und Brückenbauerin."

Deep Dives und Workshops vertiefen diese Themen praxisnah und übersetzen sie in konkrete Handlungsansätze. Ergänzend liefern Länder-, Branchen- und Innovationstalks gezielte Einblicke, die Unternehmen dabei unterstützen, Potenziale realistisch zu bewerten und fundierte Entscheidungen zu treffen.

Von der Analyse zur Umsetzung

Zentrale Stärke des Exporttags ist der direkte Austausch. In persönlichen Gesprächen mit den WKÖ-Wirtschaftsdelegierten sowie mit internationalen Expert:innen können individuelle Fragestellungen geklärt und konkrete nächste Schritte entwickelt werden.

Otter: „Wir wissen, dass internationale Märkte immer komplexer werden. Umso wichtiger ist es, dass sich unsere Betriebe weltweit auf ein starkes Netzwerk aus rund 100 Stützpunkten verlassen können."

Der Exporttag 2026 ist die zentrale Plattform für alle, die internationale Chancen aktiv nutzen wollen – kompakt, praxisnah und mit direktem Zugang zu globalem Know-how und internationalen Entscheidungsträger:innen.

Marek Knopp, Nadine Studeny



Der Exporttag ist eine Plattform, auf der durch persönliche Beratung, Keynotes & Paneldiskussionen, Workshops und Deep Dives neue Kontakte, Partnerschaften und Geschäftschancen entstehen.

Türöffnerin für Unternehmen

Die AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA ist mit rund 100 Büros in über 70 Ländern das internationale Netzwerk der WKÖ. Sie positioniert, berät und vernetzt in allen Belangen der Internationalisierung im In- und Ausland mit dem Ziel, die richtigen Partner für österreichische Unternehmen zu finden. Die AUSSENWIRTSCHAFT unterstützt dabei Unternehmen als Türöffnerin, Trendscout und Wegbegleiterin mit einem umfangreichen Serviceprogramm bei deren grenzenlosem Wachstum und bietet mit vielen Fördermöglichkeiten einen starken Rückhalt bei globalen Expansionsschritten. Mit jährlich über 52.000 Beratungen und mehr als 1.000 Veranstaltungen bietet sie praxisnahe Unterstützung für erfolgreiche Internationalisierung.

Exportland Österreich

Österreich genießt international den Ruf eines leistungsstarken Exportlands. Produkte und Dienstleistungen „Made in Austria" stehen weltweit für Qualität und Innovation. Mehr als ein Drittel der in Österreich hergestellten Waren und Dienstleistungen wird im Ausland verkauft. Über 1,2 Millionen Arbeitsplätze in Österreich hängen am Export. Besonders erfolgreich ist Österreich bei Investitionsgütern – etwa im Maschinen- und Fahrzeugbau sowie bei chemischen Erzeugnissen.

Größtes Internationalisierungs-Event Zentraleuropas

Der Exporttag der WKÖ ist das größte Internationalisierungs-Event Zentraleuropas und bringt einmal im Jahr mehr als 2.500 Entscheidungsträger:innen aus Wirtschaft, Politik und internationalen Netzwerken zusammen. Alle Informationen zum Programm finden Sie hier:
www.exporttag.at

YOU Vienna im Le Méridien: Terrasse mit Perspektive

Direkt am Opernring gelegen, ist das YOU Vienna ein Ort für alle, die gutes Essen, ausgewählte Drinks und urbanes Flair schätzen – vom Frühstück bis zum Sundowner.



Das YOU beim Le Méridien Vienna mit großzügigem Schanigarten.

Wer nahe der Staatsoper einen passenden Platz für Frühstück, Lunch oder Drinks sucht, wird im YOU Vienna fündig. Das Restaurant im Le Méridien Wien überzeugt mit moderner internationaler Küche, stilvoller Atmosphäre – und einer der bestgelegenen Terrassen der Stadt. Die Verbindung aus Lage, Design und gastronomischer Handschrift macht das YOU zu einem Fixpunkt für Genießer und Gastgeber mit Anspruch.

Der Schanigarten erstreckt sich über zwei Seiten des Hauses: einerseits direkt am Opernring, mit Blick auf den Robert-Stolz-Platz, andererseits Richtung Schillerplatz. Großzügig möbliert mit hochwertigen Loungemöbeln und gedeckten Tischen, bietet das YOU Raum für ruhige Einzelgespräche ebenso wie für Gruppen oder informelle Meetings. Serviert wird durchgehend – vom Frühstück über Lunch bis zu Dinner, Torte oder Eis. Die Karte kombiniert Klassiker mit modernen Elementen, begleitet von einer Bar-Auswahl, die auch Cocktailliebhaber überzeugt.

Ab 16:30 Uhr startet das abendliche Aperitivo-Angebot: „It's Aperol o'clock" – Antipasti und Aperol Spritz ohne Limit, täglich bis 18:00 Uhr, für 29 Euro pro Person. Ein Format, das auch After-Work-Gäste anspricht. Der Sonnenuntergang lässt sich dabei in direkter City-Lage erleben – mit stimmigem Soundtrack und gutem Glas. Das YOU ist bewusst offen konzipiert: für Hotelgäste ebenso wie für Locals, die ein urbanes Setting bei Tag oder am Abend suchen. Die Innenräume bieten zusätzliche Plätze – doch bei Schönwetter ist die Terrasse der beliebtere Schauplatz. Nicht nur für die Wiener Society.

Info

Restaurant YOU Vienna
c/o Le Méridien Wien

Opernring 13, 1010 Wien

Telefon: +43 1 58890 8890

Mail: info@lemeridienvienna.com

Le Méridien

Wenn die Welt Kopf steht Mensch. Psyche. Gesundheit.

Die NÖ Landesausstellung 2026 rückt im Landesklinikum Mauer bis 8. November ein Thema in den Mittelpunkt, das alle berührt: Die seelische Gesundheit.

Seit 65 Jahren prägt die Niederösterreichische Landesausstellung als bedeutendstes Regionalentwicklungsprojekt des Landes die kulturelle Identität Niederösterreichs. Mit der Ausstellung „Wenn die Welt Kopf steht – Mensch. Psyche. Gesundheit." beschreitet die Landesausstellung 2026 im Landesklinikum Mauer jedoch Neuland: Erstmals findet eine Landesausstellung in einer Klinik bei laufendem Betrieb statt.

Die Besucherinnen und Besucher werden im Pavillonbereich des Landesklinikums dazu eingeladen, sich dem Thema „seelische Gesundheit" aus unterschiedlichen Perspektiven zu nähern. Bis 8. November 2026 wird das traditionsreiche Gelände zu einem Ort der Auseinandersetzung und des Lernens. Rund 43 Millionen Euro investiert das Land Niederösterreich in Renovierung und Modernisierung.



Landesausstellung 2026: „Wenn die Welt Kopf steht".

Psychische Gesundheit als zentrales Thema

Die Ausstellung widmet sich einem der zentralen Themen unserer Zeit: der psychischen Gesundheit. Was bedeutet seelische Stabilität heute? Wie hat sich der gesellschaftliche Umgang mit psychischen Erkrankungen im Laufe der vergangenen 250 Jahre verändert? Und welche Verantwortung erwächst aus den dunklen Kapiteln der NS-Medizinverbrechen?

Auf rund 1.000 Quadratmetern entfaltet sich in Haus 21 eine vielschichtige Hauptausstellung mit knapp 370 Objekten aus Geschichte und Gegenwart. Dabei wird keine einfache Fortschrittserzählung präsentiert, sondern ein differenziertes Bild mit Brüchen, Widersprüchen und neuen Perspektiven. Ziel ist es, Wissen zu vermitteln, Ängste abzubauen und Mut zu machen, offen über psychische Gesundheit zu sprechen. Besondere Bedeutung kommt dem Lernort Haus 18 zu. Auf Basis neuester Forschungsergebnisse werden hier die NS-Medizinverbrechen am Standort aufgearbeitet. Ergänzend entsteht beim Friedhof des Klinikums ein Gedenkort.

„Den Gefühlen auf der Spur"

Auch Familien finden einen eigenen Zugang: Unter dem Motto „Den Gefühlen auf der Spur" begeben sich Kinder und Erwachsene gemeinsam auf eine spielerische Entdeckungsreise durch die Welt der Emotionen.

Darüber hinaus wirkt die Landesausstellung weit über ihren Standort. 31 Gemeinden der LEADER-Region Moststraße tragen das Projekt mit. Sieben Begleitprojekte unterstreichen die Strahlkraft der Ausstellung – von der Schau „Am Fluss: Die Ybbs – Lebensader und Kraftquelle" in Schloss Ulmerfeld-Hausmening über den Relaunch der Mostelleria in Oed-Öhling bis zur neuen Birnenerlebniswelt im Tierpark Haag.

„Wenn die Welt Kopf steht"

Bis 8. November 2026,
täglich von 9 bis 18 Uhr.

www.noe.gv.at

Karin Golicza

is Wöd.

Entgeltliche Einschaltung des Landes Niederösterreich



Verlagsbüro in
1010 Wien
Burgring 1

Helmut Graf



DER TRAUM - EIN LEBENSWERK

AUF FAST ZEHN METERN LÄNGE (!) HABEN WIR ALLE HEFTE, DIE IN DEN LETZTEN 5 JAHRZEHNTEN ERSCHIENEN SIND, ZU BÜCHERN BINDEN LASSEN. HIER UNSER BLICK ZURÜCK.



Ausgabe 1-2/79: Das allererste Heft unter dem neuen Namen FM Fremdenverkehr – abgekauft vom A3-Verlag.



Ausgabe 11-12/79: Ein freundlicher Niki Lauda streut uns bei unserem ersten Airliner-Interview Blumen.



Ausgabe 3/83: FM verrät die schmutzigen und teils brutalen Tricks der Profi-Einkäufer.



Ausgabe 4/83: Große Köche, maledierte Sous-Chefs: FM zeigt die Stellvertreter.



Ausgabe 8/83: Keiner kümmert sich damals um die Umwelt. Einzig FM wettert gegen den Ausbau des Wurtenkees-Gletschers.



Ausgabe 1/1984: Der ultimative Luxus „Kreuzfahrten" boomt wie nie zuvor.



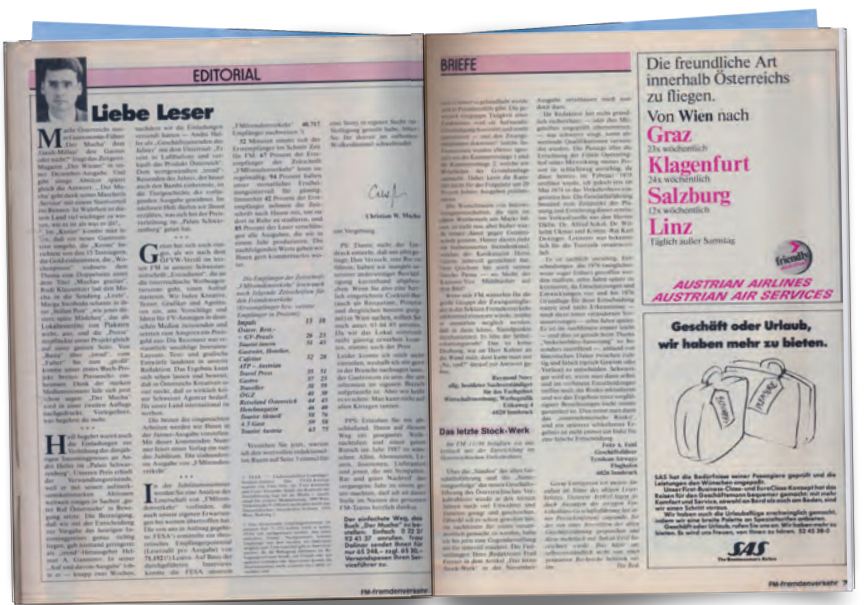
1984: Bei der ÖHV-Tagung am Arlberg legt FM täglich ein Heft auf. Produziert im Keller.



Ausgabe 12/1986: Der FM-Incomingpreis geht an André Heller. Der attackiert die Touristiker und löst damit einen Mega-Skandal aus.

WELTGESCHEHEN 1976-1986

Das Fernsehen entwickelt sich zum Leitmedium *** der **ORF dominiert** den österreichischen TV-Markt *** TV-Werbung etabliert sich *** erste professionelle **Werbeagenturen** *** **erster McDonald's** eröffnet 1977 in Wien *** Österreich entwickelt sich zu einer der führenden Skidestinationen Europas *** **erste Wellness-Ansätze** in der Hotellerie *** Beginn des **PC**-Zeitalters *** weltweite **politische Spannungen** (Kalter Krieg, Afghanistan, Iran Revolution) *** **Ölkrisen**-Folgen prägen den weltweiten Konsum *** Nuklearkatastrophe von **Tschernobyl** und **Challenger-Unglück 1986**



Christian W. Mucha kündigt in FM 12/1986 den Gastronomie-Guide Der Mucha an. Der wurde zum Bestseller und verkaufte sich 46.000 Mal.

MG MedienGruppe



Ausgabe 1982: ExtraDienst startet in Schwarz-Weiß und mit nur wenigen Seiten.



Ausgabe 1/1984: ED erscheint erstmals in neuem – bunten – Kleid.



Ausgabe 3/1984: Regelmäßig berichtet ED über das monopolistische TV-Biotop des ORF.



Ausgabe 17-18/1984: ED beschäftigt sich mit Werbern, die nichts mit dem CAA zu tun haben wollen.



Ausgabe 1/1985: In verstärktem Maße präsentieren Unternehmer ihre Werbebotschaft „höchstpersönlich".



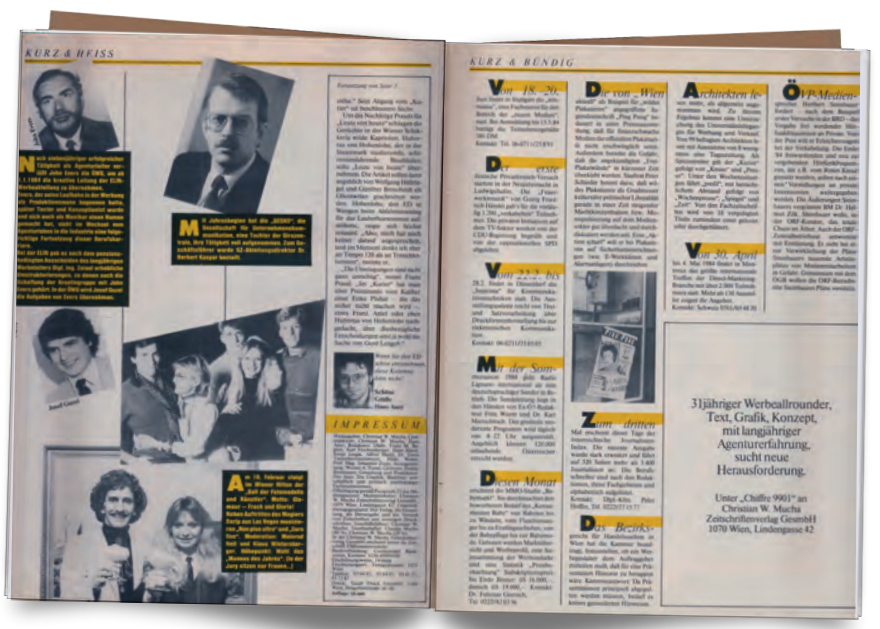
Ausgabe 5/1985: ED zeigt die Geburt des Art Directors Clubs auf.



Ausgabe 1/1986: ED fragt nach, wie verspielt Österreichs Werber sind.



Ausgabe 18/1986: ED beschäftigt sich mit extremer Werbung.



Inspiriert vom Design des italienischen Mode-Magazins Modain mit Kapitälchen und Farbbalken kommen die ersten Seiten von ExtraDienst daher.

VERLAGSGESCHICHTE 1976-1986

Die Touristik-Zeitschrift A3 Fremdenverkehr kommt 1976 auf den Markt *** das Magazin floppt – Mucha und Partner übernehmen **1978** und benennen die Zeitschrift 1979 in **FM Fremdenverkehr** um *** Mucha zahlt 1979 alle Mitgesellschafter aus *** der erste **„FM-Incoming-Preis"** geht 1980 an „Radio Holiday" (Ö3) *** Mucha übernimmt von Hans Auer den **ExtraDienst 1982** *** schon bald bringt das schmalspurige Schwarz-Weiß-Blatt bei 14-tägiger Erscheinung bis zu 60 Seiten auf den Markt

MG MedienGruppe



1987 erscheint mit Der Mucha der erste Service-Guide Europas. Und avanciert vom Start weg zum Bestseller.



Wer hat's erfunden? Auch Die Mucha wird in unserem Verlagshaus erstmals konzipiert, produziert und vertrieben.



1990 wird das Projekt fortgesetzt. Der legendäre Slogan lautet: „Der/die Mucha war da".



Ausgabe 1/95: Rabattitis – die übelste Krankheit im Tourismus. FaktuM startet mit einer Aufdeckstory.



Ausgabe 2/1989: Nun geht's auch mit dem Testen im Tourismus los. Anonyme Anrufer testen 22 Reisebüros.



Ausgabe 4/1993: FM bringt immer wieder Branchen-Malversationen auf's Tapet.



Ausgabe 7-8/1990: Beim Lokalmatador nominieren 27 Gourmetkritiker 81 Spitzenkräfte.



Ausgabe 5-6/95: FM veranstaltet einen Ideen-Contest mit Visionen für den Tourismus.

WELTGESCHEHEN

1987-1996

Erste private Angebote im heimischen Rundfunk *** Österreich etabliert sich als **Ganzjahresdestination** *** der **Städtetourismus** boomt *** erste Design- & Boutiquehotels entstehen *** der PC wird zum Standard im Arbeitsalltag *** Fall der **Berliner Mauer** 1989 *** das Ende der **Sowjetunion** 1991 *** der Jugoslawienkrieg bricht aus *** **EU-Beitritt** Österreichs 1995 *** Gründung der WTO 1995 *** das **Internet** startet seinen Siegeszug ab Mitte der 1990er *** erste E-Mail- und Online-Kommunikation



Werbeagentur Barci & Scholdan überredete den schockierten Verleger, sich nach einer Szene von Louis de Funès' Film „Brust oder Keule" mit Spitzenhütchen als Frau zu verkleiden. Das Sujet schlug ein und schnitt beim Plakat-Recall bei Männern und Frauen gleichermaßen sensationell ein.

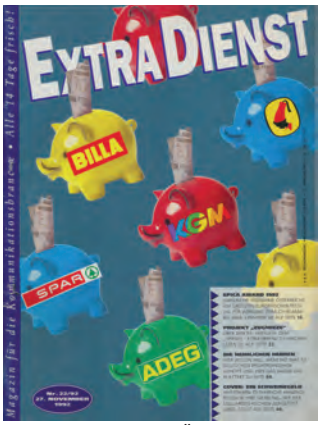
MG MedienGruppe



Ausgabe 20/1989: Der legendäre Filmhändler Leo Kirch ist zu Gast im ED.



Ausgabe 3/91: Was halten die einflussreichsten Agenturchefs Österreichs voneinander?



Ausgabe 22/1992: Österreichs Handelsriesen investieren ein Schweinegeld in ihre Werbung.



Ausgabe 1-2/1993 (EDward am Cover): Der Kreativpreis EDward startet durch.



Ausgabe 17-18/94: ED blattelt Hans Schmid und sein Firmengeflecht unbarmherzig auf.



Ausgabe 9/1995: Immer mehr Promis sollen für die Agenturen die Kohle aus dem Feuer holen.



Ausgabe 15-16/95: Erfolgsdruck gehört zum beinharten Alltag der TV-Macher.



15 Jahre ED: Ein vorausschauender Blick in das Jahr 2016.



ED 3/91: Zwanzig Creative-Capos der heimischen Branche bewerten ihre Mitbewerber.

VERLAGSGESCHICHTE 1987-1996

Der Mucha 1987 *** **Die Mucha 1988** *** 1989 führt FM erstmals einen anonymen Blitztest vom 22 Reisebüros durch *** Einführung des FM-Leserpreises **„Lokalmatador"** mit 11.000 Einsendungen *** Probelaunch von Elite als Luxus- und Lifestylemagazin 1991 *** Einführung des **„EDward"**-Kreativpreises 1993 *** Start des Tourismus- und Fachmediums **FaktuM 1995** *** früher Einstieg in digitale Kommunikation mit **mucha.at** 1995 *** der „FM-Ideen-Contest" sorgt 1995 für kreativen Input

MG MedienGruppe



Ausgabe 5/1997: Dr. Leo Wallner (†) wird Präsident des Österreichischen Olympischen Komitees.



Ausgabe 1 –2/1999: FM klickt sich in den Internet-Boom ein.



Ausgabe Herbst 2001: FM fühlt sich der Branche in jeder Geschäftslage verpflichtet.



Ausgabe Frühling 2003: Die Fast Food-Größen sind vermehrt auf Diätkurs.



Ausagbe 9/1997: Anonyme Tester holen in Business Class-Hotels fette Ermäßigungen heraus.



Ausgabe 22-24/1998: Branchenkenner bewerten die österreichischen Top-Touristiker.



Ausgabe 8/2003: FaktuM ortet einen abturnenden Preiswettlauf in der Branche.



Ausgabe 9/2005: FaktuM zeigt auf, wie die Branche Beschwerden besser bewältigen kann.

WELTGESCHEHEN 1997-2006

Das Internet wird zum eigenständigen Leitmedium *** **Online-Portale** und **E-Mail** setzen sich durch *** **Google** wird zur dominanten Suchmaschine *** Reality-TV & Casting-Shows *** Beginn der Online-Werbung (Banner, Suchmaschinenmarketing) *** Kampagnen werden kanalübergreifend gedacht *** SixDegrees, MySpace und **Facebook** markieren die Anfänge sozialer Netzwerke *** Erlebnisgastronomie und Themenrestaurants entwickeln sich zu Trends *** neue Reisemotive wie Kurztrips und Eventtourismus *** der **11. September 2001** verändert die globale Politik *** der **Euro** wird 2002 in Österreich eingeführt *** die **EU-Osterweiterung 2004** verändert Tourismus- und Arbeitsmärkte *** YouTube startet 2005 *** Mobiltelefone und erste Smartphones verändern unser Leben



Ausgabe 11/2004: FaktuM begibt sich hinter die Kulissen des Vienna Airport und mischt sich in die Schar der Mitarbeiter. 13 Millionen Passagiere gelten damals als Sensation. Heute bewegen sich 43,4 Millionen auf dem Vienna Airport.

MG MedienGruppe



Ausgabe 11-13/97: Die Skandal-Story Nummer 1: ED verfolgt Werber beim Rasen.



Ausgabe 22/1998: Das neue Reality-TV kennt keine Grenzen.



Ausgabe 3–4/1999: Kupfern ist definitiv das Lieblingsthema im ExtraDienst.



Ausgabe 13-14/2000: ED rankt die fünfzig besten Journalistinnen des Landes.



Ausgabe 6/2003: Das ED Cover gibt es diesmal zum Aufrubbeln.



Ausgabe 1/2005: ED bewertet, welche Agenturen hervorragend arbeiten.



Ausgabe 3/2005: Eine Weltpremiere: Der erste Cover zum Abschlecken. Mit Vanillegeschmack.



Ausgabe 12/2006: ED kürt die Top-Kommunikatoren des Jahres.



Der ED-Topdienst bietet die wichtigsten Branchenmeldungen auf einen Blick.

VERLAGSGESCHICHTE 1997-2006

1997 deckt FaktuM einen Nachlass von bis zu 40 Prozent gegebener Rabatte in diversen Unterkünften auf *** Skalierung von ExtraDienst auf über 250 Seiten *** Entwicklung von ExtraDienst zum **dominanten Branchenmedium** *** mit „Quoteskes Fernsehen“ wird TV-Zirkus rund um Reality-TV kritisch betrachtet (ED Ausgabe 22/1998) *** ExtraDienst entlarvt die Abkupferer in der Branche gnadenlos (ED 3-4/1999) *** institutionelle Absicherung durch Gründung der **Mucha Privatstiftung 2000** *** monatliche Publikationslogik und höhere redaktionelle Frequenz *** Provokations- und Aufmerksamkeitsstrategien im Printdesign (**„Lecken Sie uns am Cover“** (ED 3/2005) *** frühe Digitalisierung der Fachmedieninhalte

MG MedienGruppe



Als väterlicher Lehrmeister lernte Verleger Mucha vom Vater der Motivforschung viel. Dies ist sein Dank.



Ausgabe Frühjahr 2007: FM zeigt, welche Wirkung das Wetter als Reise-Unsicherheitsfaktor hat.



Ausgabe 3/2015: FM deckt auf, wie hoch der Druck in vielen Küchen ist.



Ausgabe 2/2016: Nörgler und obergescheite Gäste bringe Profi-Nerven zum Vibrieren.



Ausgabe 4/2008: Faktum deckt auf, dass Touristiker bei der Pressearbeit häufig total am Sand sind.



Ausgabe 4/2011: Feuer, Gift, Atommüll – Verunsicherung macht sich allerorts breit. FaktuM fragt nach Ursachen.



Ausgabe 3/2013: Machtverschiebung online: Meta-Portale haben bereits mehr Einfluss, als manche Touristiker ahnen.



20-Jahr-Jubiläum: FaktuM bringt weltweit als ersten Medium einen 1,5 mm dünnen Flatscreen auf dem Cover. Mit 45 Minuten TV.

WELTGESCHEHEN 2007-2016

Einführung des **iPhone 2007** *** **Social Media** wird zum Massenphänomen *** die Finanzkrise 2008 prägt die Wirtschaft *** Echtzeitkommunikation dominiert *** datengetriebene Werbung und Social-Media-Marketing etablieren sich *** **Netflix** treibt die Streaming-Revolution voran *** Online-Bewertungen und Buchungsplattformen beeinflussen Tourismus und Gastronomie *** **Airbnb** verändert den Beherbergungsmarkt *** mehr kurzfristige Reisen und urbane Kurzurlaube aufgrund günstiger Flugverbindungen *** die **Fukushima-Katastrophe 2011** beeinflusst die Energie- und Reisepolitik *** die **Flüchtlingskrise 2015** verändert die europäische Politik *** das **Paris-Klimaschutzabkommen 2015** setzt globale Nachhaltigkeitsziele



Die Mächtigsten in der Medienbranche machten erstmals in der Geschichte gemeinsam ein Heft: den ExtraDienst.

MG MedienGruppe



Ausgabe 1/2011: Elite verbreitet Luxus und Lebenslust. Auf dem Cover erstmals Ekaterina Mucha.



Ausgabe 2/2013: Globale Stars lassen neben ihrem Körper auch ihr Lächeln versichern.



Ausgabe 2/2015: Elite launcht das große Personal-Special.



Ausgabe 2/2016: Küchen aller Preisklassen zwischen Krempel und Tempel.



Ausgabe Winter 2008/2009: Das PokerMagazin beweist, dass Frauen schöne und gefährliche Gegner sind.



Ausgabe 4/2010: Eine klassische Fehleinschätzung gehört dazu: Online-Werbung floppte anfangs.



Ausgabe 6/2012: Die Spezialität von ED: Agenturen beim Rauben und Kupfern aufblatteln.



Ausgabe 10/2015: Christian W. Mucha initiiert die Kampagne „Grenzenlose Menschlichkeit“.



Nachdem 2013 auf der Gala des Zeitungsherausgeberverbands die Maschecks Mucha vor 600 Gästen auf's Korn nahmen und gnadenlos verarschten, gab's 2016 beim ADGAR des VÖZ dann Bronze für unsere Kampagne „Heimat bist du großer Flüchtlinge“.

VERLAGSGESCHICHTE 2007-2016

Einführung datenbasierter Branchenrankings mit 1.000 Marketingentscheidern 2008 *** Gründung des **Poker-Magazin** 2008 *** Verkauf des PokerMagazin 2011 *** Re-Launch von **Elite** unter redaktioneller Führung von Ekaterina Mucha *** FaktuM setzt sich mit dem Einfluss von Online-Portalen auf den Tourismus auseinander (3/2013) *** **XL-Redaktionskonferenz** der einflussreichsten Kommunikationsmanager des Landes anlässlich des 30-Jahr-Jubiläums von ExtraDienst 2013 *** **ultra-dünnes Video-Cover** (1,5 mm Screen) für FaktuMs Jubiläumsausgabe *** „heimat bist du großer flüchtlinge“ beschäftigt sich mit der von Christian Mucha initiierten Kampagne **„Grenzenlose Menschlichkeit“** (ED 10/2015) *** strategische Diskussion über Restrukturierung und Zukunft des Verlags 2016

MG MedienGruppe



Ausgabe 4/2018: Air-Marshals und Cobra-Agenten erzählen über ihren oft filmreifen Alltag.



Ausgabe 2/2022: Nach zwei Jahren Corona-Belastung ortet die Branche leichten Aufwind.



Ausgabe 1/2023: Corona, Krieg, Inflation, Energiepreise: Trotz aller Krisen geht es bergauf in Reise-Österreich.



Ausgabe 5/2024: Die Handelsgastro hat sich fast unbemerkt als Food-Riese etabliert.



Ausgabe 3/20: Erstmals wurde die heimische Society von Adabei-Journalisten beurteilt.



Ausgabe 1/23: FM startet einen Wettbewerb als Antwort auf das entsetzliche Mikado-Logo des ÖSV.



Ausgabe 2023: Bereit für den Blackout. Was man für den Fall des Falles unbedingt im Haus haben sollte.



Ausgabe 2024: Der Supermarkt-Check. Sind die Lebensmittelhändler gerüstet, wenn das Licht ausgeht?

WELTGESCHEHEN 2017-2026

Eine Handvoll globaler Tech-Plattformen beherrscht nun den Markt *** **Algorithmen** bestimmen den Informationsfluss *** **TikTok** prägt eine neue Kurzvideo-Ökonomie *** der Durchbruch generativer KI **(ChatGPT** 2022/23) verändert Arbeit, Medien und Kreativität *** Tourismus wird stark digitalisiert (Online-Buchungen und -Registrierungen) *** massive Einschnitte im Tourismus und in der Gastronomie durch die **COVID-19-Pandemie 2020** *** **Brexit 2020** verändert die europäische Mobilität und Märkte *** der russische Angriff auf die **Ukraine 2022** und eskalierende Konflikte im **Nahen Osten** seit 2023 prägen die globale Politik *** Klimawandel wird als strukturelle Dauerkrise sichtbar







2024 und 2025 wird Verleger Christian W. Mucha gleich mit drei Auszeichnungen bedacht: Dem Goldenen Verdienstzeichen für Wien (unten) und Niederösterreich (rechts oben) und dem Ehrenzeichen für Kärnten (links oben).

MG MedienGruppe



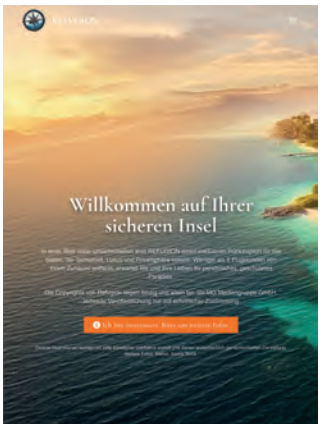
Ausgabe 4/2018: ED öffnet die Türe zum verborgenen Ort des Cyberspace und schleicht durch das finstere Darknet.



Ausgabe 5–6/2023: ED setzt sich kritisch mit Künstlicher Intelligenz auseinander.



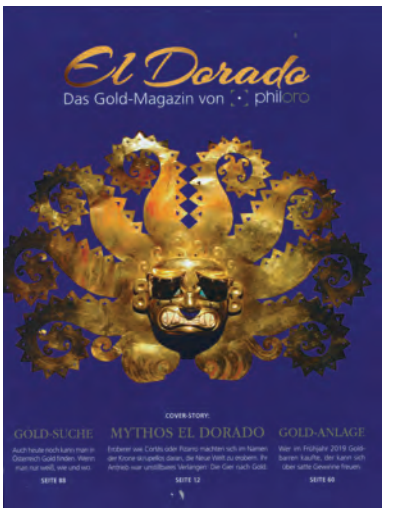
„Kunst spricht" erweist sich als Retter für Musiker, die durch die Corona-Krise ihre Existenz schlagartig verlieren.



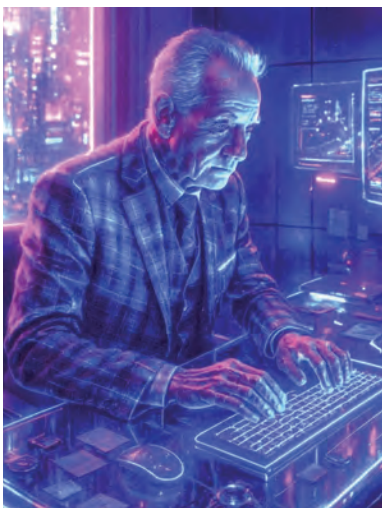
Start 2025: Refugion.at – Wohin im Fall der Apokalypse?



Ausgabe 1/2018: Mit Check präsentiert die Simacek-Gruppe ein eigenes Firmen-Magazin.



Ausgabe 1/19: Mit El Dorado geht philoro journalistisch an das Thema „Gold" heran.



Allwöchentlich fasst der Newsletter der MG MedienGruppe seit 2023 die neuesten Branchenmeldungen zusammen.



Seit 2025 ist Screenfleet im Out-of-Home-Bereich tätig.

MG MedienGruppe

VERLAGSGESCHICHTE 2017-2026

Gründung der **MG Mediengruppe** als strukturelle Neuausrichtung 2017 *** formaler Rückzug Christian Muchas aus der operativen Leitung *** Reaktivierung vom „FM-Incoming-Preis" 2018 *** Ausbau von Special-Interest- und Nischenpublikationen (**Check, El Dorado**) *** 2019 spricht FaktuM ökologischen Klartext *** ExtraDienst hilft bei der Aufklärung im Corona-Special (ED 4-5/2020) *** Christian Mucha übernimmt ab 2020 erneut die Funktionen als Herausgeber, Geschäftsführer und publizistische Leitfigur *** **„Kunst spricht"** unterstützt brotlose Musiker während der Corona-Krise *** 2023 erscheint mit **Check-List** ein auf Nachhaltigkeit, Survival und Blackout fokussiertes Magazin *** FM startet einen Wettbewerb zum **Ski Austria Logo** als Kontra gegen das schreckliche Mikado-Logo des ÖSV *** der **Elite-Newsletter** kommt erstmals im März 2023 heraus *** neuer digitaler Auftritt aller Online-Pages 2024 *** **Newsletter der MG MedienGruppe** seit November 2024 *** **Refugion.at** geht 2025 online *** Einstellung all unserer Printprodukte und Transformation des Verlages als rein digitales Medienhaus



Das Grüne Herz

11 Erlebnisregionen
Lebensgefühle



61,4%
Waldanteil

1.685
Almen

7
Naturparke

9
Thermen

über 300
Museen

140
Radwege

102
Campingplätze

8.000
Wanderrouten

führen zu 11 unverwechselbaren
Seiten der Steiermark.

Entdecken Sie die Regionen.

Papiertaschen als strategisches Verpackungstool

Verpackung erfüllt im Unternehmensalltag längst mehr als nur einen praktischen Zweck. Sie beeinflusst die Wahrnehmung einer Marke, unterstützt Verkaufsprozesse und trägt zur gesamten Kundenerfahrung bei. Entsprechend steigen die Anforderungen.



Unterschiedliche Formate, Papierqualitäten und Veredelungen eröffnen Spielraum für individuelle Gestaltung.

Lösungen müssen wirtschaftlich sein, flexibel verfügbar und gleichzeitig den Markenauftritt konsequent widerspiegeln. Papiertaschen-shop.at setzt genau hier an und bietet Unternehmen durchdachte Verpackungslösungen, die Funktionalität und Markenwirkung verbinden.

Ein entscheidender Vorteil ist der Standort in Wien. Die Möglichkeit zur persönlichen Abstimmung vor Ort schafft Vertrauen und Effizienz zugleich. Materialien können direkt geprüft, Details rasch geklärt und Entscheidungen schneller getroffen werden. Gerade bei individuellen Produktionen oder größeren Bestellmengen sorgt dieser direkte Zugang für mehr Sicherheit im gesamten Projektablauf.

Darüber hinaus spielt Verfügbarkeit eine zentrale Rolle. Mit einem umfangreichen Lagerprogramm stellt Papiertaschen-shop.at sicher, dass Unternehmen auch bei kurzfristigem Bedarf handlungsfähig bleiben. Ob saisonale Spitzen oder spontane Aktionen – sofort verfügbare Produkte reduzieren Ausfallrisiken und schaffen Flexibilität im Tagesgeschäft.

Auch in der Produktion wird auf Effizienz geachtet. Für größere Auflagen bietet der Flexodruck eine wirtschaftlich attraktive Lösung. Niedrige Stückkosten treffen hier auf eine klare, funktionale Markenabbildung – ideal für den Handel, Veranstaltungen oder die Gastronomie. Gleichzeitig stehen Verfahren zur Verfügung, die auch kleinere Auflagen sinnvoll umsetzbar machen. Das ermöglicht projektbezogene Produktionen ohne hohe Mindestmengen und reduziert unnötige Lagerkosten.

Das Sortiment selbst ist breit gefächert: von robusten Kraftpapiertaschen für den täglichen Einsatz bis hin zu hochwertigen Kordeltaschen für anspruchsvolle Anwendungen. Unterschiedliche Formate, Papierqualitäten und Veredelungen eröffnen Spielraum für individuelle Gestaltung – von schlicht und funktional bis hin zu aufmerksamkeitsstarken Premiumlösungen.

Wie vielseitig Papiertaschen eingesetzt werden können, zeigen zahlreiche Praxisbeispiele aus unterschiedlichen Bereichen. Ob im sozialen Sektor, bei Events, in Institutionen oder im Handel – sie fungieren nicht nur als Transportmittel, sondern auch als sichtbarer Teil der Markenkommunikation. Besonders im Premiumsegment wird deutlich, wie stark hochwertige Materialien und präzise Verarbeitung zur Gesamtinszenierung beitragen können.

Nicht zuletzt gewinnt das Thema Nachhaltigkeit weiter an Bedeutung. Papiertaschen bieten hier klare Vorteile: Sie bestehen aus nachwachsenden Rohstoffen, sind recyclingfähig und werden von Kundinnen und Kunden positiv wahrgenommen. Unternehmen können so ökologische Verantwortung mit einem zeitgemäßen Markenauftritt verbinden. Papiertaschen-shop.at kombiniert persönliche Beratung, verlässliche Prozesse und flexible Produktionsmöglichkeiten zu einem Gesamtangebot, das sich an den realen Anforderungen von Unternehmen orientiert. Das Ergebnis sind Verpackungslösungen, die nicht nur funktionieren, sondern auch wirken. ■

Papiertaschen-Shop.at

Papiertaschen-Shop.at


GRÜLL
Rogenabhängig seit 1993.
Caviar-Kunst auf höchstem Niveau.
Aus Österreichs erster Störzucht.
Grüll Fischhandel GmbH
Neue-Heimat-Straße 13 · 5082 Grödig bei Salzburg · +43 6246 754 92
www.gruell-salzburg.at


SCREENFLEET
OUT OF HOME BEWEGT
JETZT NEU AM MARKT



Hier beginnt die Zukunft der mobilen, digitalen Premium-Displays.

Wir bringen Ihre Werbebotschaft auf Messen, Kongresse, Konzerte oder Outdoor-Events. Die hochauflösenden Top-Bildschirme ziehen die Aufmerksamkeit der Besucher auf sich und präsentieren Ihre Inhalte in Screenfleet-Qualität.

Mit den beweglichen Screenfleet-Panels verwandeln Sie jede Veranstaltung in Ihre persönliche Werbefläche. Modernes Design trifft auf leistungsstarke Technologie – perfekt für Marken und Dienstleister, die auffallen wollen.

SCREENFLEET

OUT OF HOME BEWEGT

Burgring 1/7, 1010 Wien | +43 (1) 522 14 14 | office@screenfleet.at | www.screenfleet.at

Ihre Eventlocation

Kommen Sie mit Ihrer Familie, mit Freunden, Mitarbeitern oder Kunden an einen der schönsten Orte Wiens.



Das Naturhistorische Museum Wien bietet einen Ort für einzigartige Events.





Feiern Sie unvergessliche Veranstaltungen in außergewöhnlichen Räumlichkeiten.

Das Naturhistorische Museum Wien ist nicht nur ein weltberühmtes Museum mit 30 Millionen Objekten in Sammlungen, die auf eine Geschichte von mehr als 250 Jahren zurückblicken, und mit 40 großen Ausstellungssälen voll von außergewöhnlichen Schaustücken aus allen Bereichen der Naturwissenschaften, sondern auch ein einzigartiger, eleganter, repräsentativer und unvergesslicher Veranstaltungsort. Die Untere Kuppelhalle dient als wunderbarer Empfangsbereich; von dort führt eine grandiose Freitreppe in den ersten Stock, in die Obere Kuppelhalle, die zweifellos zu den schönsten Veranstaltungsorten Wiens zählt.

Exklusive Empfänge und Veranstaltungen aller Art, mit oder ohne Getränke und Snacks, vom Begrüßungscocktail bis hin zum festlichen Abendessen bei Kerzenlicht, sind je nach Umfang und Wunsch für 2 bis 500 Personen möglich. Für besondere Veranstaltungen bieten sich auch einer oder mehrere der Schausäle an – mit oder ohne Führung. Es locken glitzernde Mineralien und Edelsteine, Milliarden Jahre alte Meteorite aus den Fernen unseres Planetensystems, Dinosaurier und andere Fossilien, eine Fülle bekannter, seltener und ausgestorbener Tierarten und vieles mehr.

Auch ein unvergleichlicher Blick vom Dach auf die historische Wiener Innenstadt, z.B. mit Sektempfang, kann Teil Ihrer Veranstaltung sein. Vorträge, Produktvorstellungen, Kunden treffen, Familienfeste, Hochzeiten... Die Liste der Möglichkeiten ist nur durch Ihre Vorstellungskraft begrenzt. Das Naturhistorische Museum lädt ein: Kommen Sie mit Ihrer Familie, mit Freunden, Mitarbeitern oder Kunden an einen der schönsten Orte Wiens und verbringen Sie hier einen unvergesslichen Tag oder Abend!

naturhistorisches museum wien nhm

Für weitere Informationen und Reservierungen wenden Sie sich bitte an:

Abteilung Marketing & Sales,
Eventmanagement
Naturhistorisches Museum Wien
Burgring 7, 1010 Wien

Tel.: +43 1 52177-512 oder -276
E-Mail: vermietung@nhm.at

Naturhistorisches Museum Wien



Mächtig einfach.

Filme, Serien und der gesamte Live-Sport mit Sky Stream.

sky

© sky.at/bildnachweis





Office: Bäckerstr. 3/6A, 1010 Wien
Showroom: Köllnerhofgasse 2, 1010 Wien
Gumpendorferstraße 124+137, 1060 Wien

www.köse.at
Ihr Installateur und Komplettanbieter für Exklusivbäder

01 - 595 29 06