

**com  
muni  
cation  
un  
limited**



# editorial

**Relevanz** ist eine ganz wesentliche Voraussetzung für erfolgreiche Kommunikation. Im täglichen Überangebot an Information und Unterhaltung wird Werbung ohne **Relevanz** nicht mehr wahrgenommen. Nur Botschaften, die dem Empfänger einen möglichst konkreten Nutzen versprechen, kommen auch wirklich an. Die Menschen haben längst gelernt, sich in der Kommunikationsflut unserer Zeit zurechtzufinden. Bei der Orientierung nach relevanten Inhalten übernehmen, vielleicht überraschend, traditionelle Medienmarken immer mehr die Leuchtturmfunktion.

Vor diesem Hintergrund setzt die VGN auf ihre **starken Communities**. Communities, das sind Menschen, die zumindest ein herausragendes gemeinsames Merkmal haben. Rund um diese Communities baut die VGN ihre **Ecosysteme**. In den letzten Jahren sind wir dabei einen großen Schritt vorangekommen. Heute sind die Ecosysteme ein wesentlicher Teil unserer täglichen Arbeit und unseres Erfolges. Serving, owning and sharing Communities, das ist unsere Vision und Mission. Wir erschließen diese Communities, wir dienen ihnen analog und digital, und wir teilen sie mit unseren Werbepartnern, um ihren **Werbeerfolg** sicherzustellen.

Das mediale Ecosystem der VGN bietet auf vielen Plattformen aktivierende Anknüpfungspunkte. Damit können Sie Ihre **Kommunikationsplanung** maßgeschneidert und kosteneffizient gestalten.

Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen viele der Plattformen unserer **Medienmarken** wie auch eine Vielzahl von Werbeformen und Dienstleistungen unseres Medienhauses vor. Wir laden Sie herzlich ein: Lassen Sie sich von der Vielfalt der Möglichkeiten inspirieren ...

Horst Pirker, CEO



# inhalt

## VGN ecosystem

Communication unlimited.  
Viele Wege führen zu Ihrer Community.  
Gut kombiniert: Die VGN-Plattformen  
für Ihre Connected Campaign.

08

## VGN stories

CONTENT MARKETING

CORPORATE PRINT:  
Magazine, Broschüre, Folder

CORPORATE REPORTING:  
Jahresberichte  
Geschäftsberichte

CORPORATE BOOKS

CORPORATE SOLUTIONS:  
Crossmediale Kampagnen

42

## VGN print

VGN MAGAZINMARKEN

BRAND- & CROSSBRAND-SPECIALS

VGN REGIONALMAGAZINE

VGN MAGAZIN-WERBEFORMATE:  
Klassisch  
Native Advertising  
Kreative Ad-Specials  
Themensetting

12

## VGN koops

MARKETING-KOOPERATIONEN:  
Sponsoring  
Gewinnspiele  
Sampling

ABO-KOOPERATIONEN:  
Incentives  
Portfolio-Erweiterung  
Einzelangebote  
Jahresangebote

48

## VGN digital

VGN- & PARTNER-PORTALE

BRANDING:  
Displaywerbung, Mobile & Apps

CONTENT  
Userinteraktion  
Content Related Advertising

LIFESTYLE-CLUSTER

INTERAKTION:  
Newsletter, Social Media

30

## VGN event

Kooperationen  
Sponsoring  
Incentives  
Sampling

EVENTFORMEN  
Promotion, Produktpräsentation  
Road-Shows  
Messen  
Galadinner  
Abenteuer- & Sportevents

54

## VGN movies & podcast

### VIDEOS

Imagefilm  
Produktvideos  
Eventvideos  
Livestreams  
Reportage  
Tutorials  
Social Media-Formate  
Patronanz

### PODCAST

# 60

## VGN boost

COMMUNITY SHOPPING-EVENT  
WOMAN DAY & WOMAN DAY Online  
WOMAN Drive DAYS, WOMAN for women

WORD-OF-MOUTH  
WOMAN Markenjury  
TV-MEDIA Produkttest  
GUSTO Geschmackssache

COMMUNITY TESTS  
WOMAN Community Loves  
BLOG für WOMAN  
WOMAN Community Choice

# 66

## VGN new business

Media4Equity  
Bildung & Weiterbildung  
Bücher  
Branded Products  
Digitale Geschäftsmodelle  
Vertriebskooperationen & Messen  
Studien & Rankings

OUT OF HOME:  
Videowall  
Ambient Media

# 72

## VGN create

INHOUSE-AGENTUR „VGN CREATION“  
Ideenfindung, Konzeption & Strategie  
Digitale Innovation & Technologie  
Workshops & Beratung  
Kampagnen-Management  
Grafik & Design  
Content & Sales Boost

# 78

## VGN practise

CONNECTED-CAMPAIGNS  
Image-Kampagne  
Recruiting-Kampagne  
Jubiläums-Kampagne  
Testimonial-Kampagne  
Whitepaper-Kampagne  
Storytelling-Kampagne  
Produkt-Workshop

# 84

impressum

# 100



# print

Print ist intensiv – und wie! Kein Medium bietet so starkes Involvement und Werbevielfalt wie druckfrische Magazine. BeeinDRUCKen Sie Ihre Zielgruppe!

# print bringt's



**Einzigartiges Magazin-Portfolio – für jede Community das Richtige.** Die VGN ist der größte Magazinverlag des Landes: Mit unseren Magazinen bieten wir relevanten Content für Österreicherinnen und Österreicher.

**Relevanz macht sich bezahlt.** Denn: Menschen in unserem Land suchen wieder verstärkt nach Inhalten, die ihren Interessen, ihrem persönlichen Nutzen, ihrem Bedürfnis nach Orientierung und Information entgegenkommen. All das finden sie in verlässlichem, top-recherchiertem Content. Unsere Magazine stehen mitten im Leben. So wie deren Leserinnen und Leser - Ihre Zielgruppe.

**Geprüfte Qualität:** Unsere Magazine müssen dem regelmäßigen Mediadaten-Check – der Media-Analyse und der Österreichischen Auflagenkontrolle – standhalten. Das bedeutet für die VGN die ständige Herausforderung einer guten Performance. Für Sie heißt das: absolute Planungssicherheit.

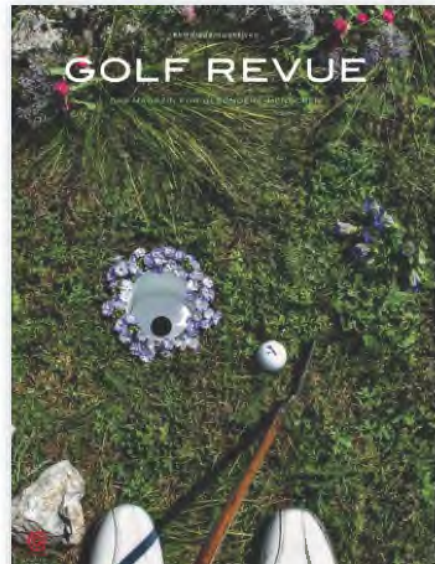
# PRIN





# shortcut

- Größter Magazinverlag Österreichs
- Hochwertige Magazinmarken
- Relevanter Content von Top-Journalisten
- Magazinkompetenz seit über 80 Jahren
- Geprüfte Qualität: MA, ÖAK





# crossbrand specials

auto revue BÜHNE e media GOLF REVUE GUSTO LEBEN News profil trend. tvmedia woman yacht revue

**Für Themen, die Österreich bewegen.** Die VGN denkt in Bedürfnissen und Interessen der Communities, nutzt die gesamte Kraft ihrer Marken und bündelt diese zu einem perfekten Kommunikationspaket. Relevante Themen und Pop-up-Topics werden dabei an die richtige Zielgruppe gebracht. Das sichert Ihnen großartige Reichweite zum besten Preis.



## CROSSBRAND-EXTRA

LIVEDRIVE ist das Hochglanz-Magazin für Lifestyle & innovative Mobilität. In allen zwölf Titeln präsentiert LIFEDRIVE den modernen Lebensstil rund um neue Wege moderner Mobilität. Anders reisen, Car-Sharing, E-Mobility, aber auch neue Urbanität und Smart Living. LIFEDRIVE spricht Männer und Frauen an, die dynamischen Lebensstil und neue Mobilität verbinden wollen.

## shortcut

- Fix verankert im Heft mit eigenem Cover
- Themenaffin zu den Trägermedien
- Abgestimmt auf die Bedürfnisse des Marktes
- Erarbeitet mit Experten und Unternehmen aus der Branche
- Stark in der Reichweite & in Ihrer Zielgruppe



## ADVERTORIAL SECTIONS

Unsere Advertorial Sections sind Themenstrecken mit hochwertigem Content, abgestimmt auf die Bedürfnisse des Marktes und erarbeitet mit Experten und Unternehmen aus der jeweiligen Branche. Fix verankert im Heft – in mindestens zwei Magazinmarken der VGN.

- Architektur, Design & Interieur
- CSR & Nachhaltigkeit
- Digitalisierung
- e-trend
- Employer Branding
- Family – alle Generationen
- Finanzplatz Österreich
- Health Life
- Immobilienatlas
- Innovative Unternehmen
- It's a men's world
- Lebens(t)raum
- Lehre & Karriere
- Kulinarik
- Mein schönes Zuhause
- Mensch & Medizin
- Mir zuliebe
- Smart City
- Senioren
- Sicherheit
- Transport, Logistik, Nutzfahrzeug
- Travel
- Trends in Finance
- Trends in Fonds
- Solide Wertanlage
- Wirtschaftsstandort Österreich

## PREMIUM STORIES CROSSBRAND

PREMIUM Stories ist die Heftstrecke für Leser mit exquisitem Lebensstil und erscheint in den drei PREMIUM Special-Interest-Titeln der VGN: BÜHNE, GOLF REVUE und Yachtrevue.

- Luxury, Finanzen
- Stilvoll leben
- Beauty & Mind

# print klassisch

**Jede Werbung braucht ein Umfeld. Und jedes Umfeld erzeugt eine Wirkung.**

Die VGN-Marken bieten Journalismus von höchster Qualität - bestens recherchiert, fundiert und meinungsbildend. Professionell erstellter und relevanter Content für die Community gehört zu den Voraussetzungen für erfolgreiche Werbung.

**EDITOR'S CHOICE**  
DIES & DAS – VON DER CHEFREDAKTEURIN ENTDECKT & BEGUTACHTET

MARY KATRANTZOU

1 „Ava“ Sonnenbrille mit rosa Samtarmen von Skinnydip über topshop.com, € 42,-

2 Happy-Handy-Hülle mit Smiley-Face für Apple iPhone 6 über iphora.com, € 40,-

3 Gestreifter Badeanzug „Anne-Marie“ mit Glitter-Finish von solid & striped über zalando.at, um € 174,95

4 Prachtrobe aus zweifarbigen, drapiertem Seidentüll mit asymmetrischer Schulterpartie von Cushnie et Ochs über mytheresa.com, € 2.295,-

5 Supersleek Veloursleder-Pumps „Secret“ mit 10-cm-Absatz von Pierre Hardy über mytheresa.com, € 690,-

**SCHÖNSTE FARBKOMBI!**  
Was? Gelb und Rosa zusammen? Geht gar nicht! Stimmt gar nicht. Die Kombination dieser zarten Töne ist DER Farbmix für den Frühling. Am schönsten funktioniert's, wenn keine andere Farbe mehr dazu getragen wird. Wenn Sie also wo **rosa** oder **gelbe** Stretchstoff-Stiefel entdecken, zugreifen!

8 Blumenkranz in Zartrosa mit hellgelben Lederblüten. Von wearflowergirls.com Flowercrowns für € 119,-

CELINE

PHOTO: CATHERINE WERK

HERMÈS PARIS

the scent of the Hermès girls

Twilly d'Hermès



**Klassische Anzeigen sind pure Inspiration.**

Der Klassiker unter den Printauftritten kommt in einem hochwertigen redaktionellen und themenaffinen Umfeld am besten zur Geltung. Ihr Imagesujet gehört hier einfach dazu, inspiriert die LeserInnen und findet dadurch auch bei Ihrer Zielgruppe besondere Beachtung.

**Perfekt platziert.**

Ihre Anzeige ist Teil des Ganzen. Sie ist integriert ins redaktionelle Thema und wird von Ihrer Zielgruppe als Einheit betrachtet. Ihr Angebot fließt in den Kontext mit ein. Einzigartige Werbeauftritte mit hochwertigem Content – das können die Magazine der VGN!



**shortcut**

- Ihre Werbung ist Teil des Magazins
- Aufmerksamkeitsstarke Werbeformate
- Harmonisch ins Umfeld eingebettet
- Keine Unterbrechung des Leseflusses

# BUNNING

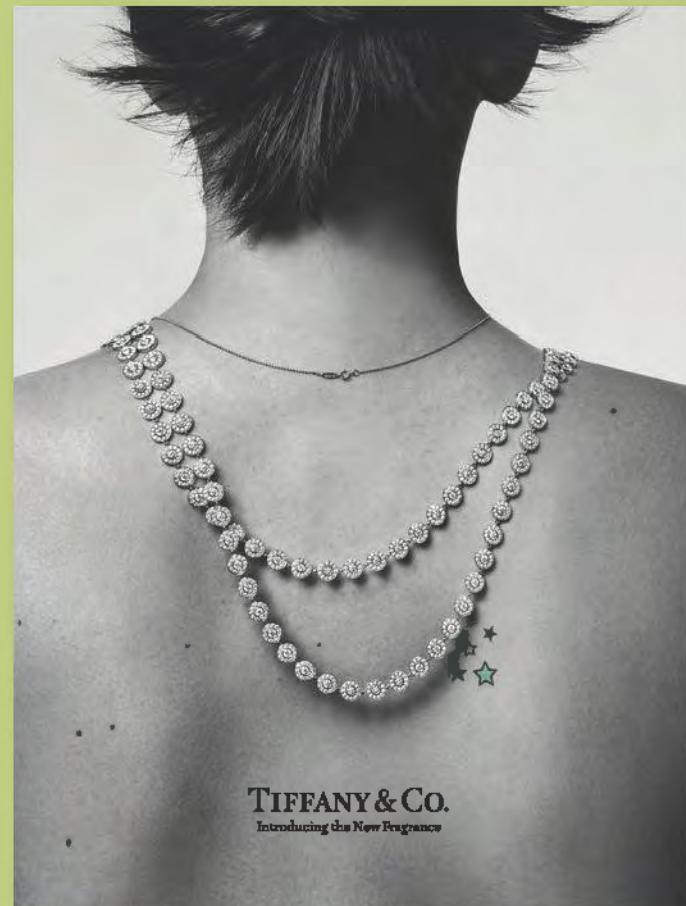
# print exklusiv

**Exklusive Magazinauftritte:** Werbeauftritte in Magazinen sind einzigartig. Lassen Sie Ihr Produkt von Konsumenten testen – mit dem Produktsachet auf Ihrem Printsujet. Oder erzählen Sie einzigartige Geschichten zu Ihrem Angebot bzw. Ihrer Marke. Magazine bieten die besten Voraussetzungen dafür. Sie sind ein Lean-Back-Medium und ermöglichen vollste Aufmerksamkeit ohne Nebenbeschäftigung. Werbung wird dabei für die LeserInnen zum integralen Bestandteil.

**Multisensorisch  
werben mit Sachets:**

Ein Produktsampling der besonderen Art, das schaffen nur Magazine. Eröffnen Sie multisensorische Produkterlebnisse – riechen, schmecken und testen – ganz einfach auf Ihrem Printsujet. Ein einzigartiges Produkterlebnis mit großer Reichweite!

**Sachet-Anzeigen:  
Multisensorische  
Produkterlebnisse, die  
in Erinnerung bleiben**





**Vor 20 Jahren wurden Biologen, die den Sitz des Immunsystems im Darm vermuteten, ausgelacht. Heute weiß man es besser. Rechtsdrehende Milchsäurebakterien setzen sich aktiv für unsere Gesundheit ein.**

**Hurra, unser Joghurt ist lebendig!**

Probieren Sie es im Handel. Viele Milchsorten finden im Supermarkt den Weg zu Ihnen. Doch wenn Sie auf die Verpackung achten, kann das zutun, was die Qualität Ihres Joghurts. Denn alle Anforderungen erfüllt werden, müssen wir nicht Bakterienkulturen wählen. Bei der Käseherstellung verwenden wir ausgewählte traditionelle Joghurtkulturen. Die machen das typische Joghurtaroma, erklärt Franz Kallmannhuber, der sich seit 1991 speziell ausgebildeten Mitarbeitern um die innere Werte von Joghurt. Natürlicher und Antistaphylococcus kümmert. „Wir wissen, dass unsere Produkte nicht nur guttun, sondern auch besonders gut schmecken.“ Ingriden Käsehersteller die eine probiotische Wirkung bei der Käseherstellung. Faktoren wie die Art, Anzahl und Anzahl der Milchsäurebakterien sowie die Geschwindigkeit auch die Wirkung wesentlich beeinflussen.

Bei regelmäßigen Genuss ist diese Wirkung ebenfalls spürbar. Bei regelmäßigen Genuss ist diese Wirkung ebenfalls spürbar. Bei regelmäßigen Genuss ist diese Wirkung ebenfalls spürbar.

**Lebendige Joghurt für das Gute**

Milchsäurebakterien, auch Laktobazillen genannt, tragen der Verdauung, dem Immunsystem und der Darmflora bei. Sie helfen bei der Verdauung, bauen das Immunsystem auf, bekämpfen giftige Substanzen, helfen bei der Produktion von B-Vitaminen und schützen den Darm vor Bakterien.

**Mehr Geschichten und Videos zu diesem Thema auf [www.news.at/kaeerntermilch](http://www.news.at/kaeerntermilch)**



**BEIM ESSEN** kommen die Leute zusammen. Wenn sich die Richtigen treffen, entsteht was wirklich Gutes dabei. Wie in dieser Geschichte.

**WIE DIE ZITRONE IN DIE BUTTER KAM**

AM ANFANG ERHIEBEN sich in der Milchwelt zwei Welten: Käseherstellung und Veredelung. Käseherstellung auf dem Höhepunkt beim „Zwischenstadium“ vorbei. Nach einem köstlichen Zwischenstadium ist es ein Schritt in die Küche, wenn sich die Küche des Lebens persönlich bezieht. Nicht ein solches Tisch setzen. Gemeinsam Gesprächswort war es bald gefunden. Die eine Küche mit Naturprodukten, die Fertige regionale Zutaten und was man daraus alles machen kann – dafür begeistern sich beide. Und es handelt sich um einseitigen. Käsehersteller Christian Pinner auf eine Idee. Er bereitet eine Streichkäse und servierte Herrn Kallmannhuber bei seinem Besuch eine Kugel. Dieser war begeistert und nahm das Produkt in das Sortiment der Käseherstellung auf. Die langjährige Zusammenarbeit wurde mit einem Glas Käseherstellung gefeiert. (Da könnte auch ein anderes Naturprodukt mit langer Tradition gemeint sein.) Keine Zeit später folgten die Käseherstellung, Käsehersteller und Bauern Käseherstellung. Christian Pinner Projektleiter für die Käseherstellung und entwickelt einen köstlichen Käse und Rezepten rund um die Käseherstellung der Käseherstellung. Wer sollte auf den Geschmack kommen will, nicht am besten eine gute geschmackliche im Lebensmittelhandel.

**Alle in Butter**

Das Projekt ist ein Teil der Produktentwicklung an vorderer Front dabei. Außerdem schreiben sie ganz bewusst, die zeigen, was man mit den Produkten alles zaubern kann. Im „Zwischenstadium“ findet sich ein regionaler Produzent, wie zum Beispiel die Bio-Weinherstellung. Butter, weil sie für die Butterherstellung am besten liegt.“

**Mehr Geschichten und Videos zu diesem Thema auf [www.news.at/kaeerntermilch](http://www.news.at/kaeerntermilch)**

**Native Advertising:** Erzählen Sie Ihre Markenstory und lassen Sie ein Advertorial sprechen. Perfekt eingebettet im Lesefluss mit bedürfnisgerechtem und unaniem Content, ist das Advertorial die ideale Werbeform. Wichtig dabei ist die Relevanz: Inhalte, die ganz genau auf die Interessen der LeserInnen abgestimmt sind, redaktionelle Kompetenz und themenaffine Magazinauswahl.



Der Mut, immer wieder neue Wege zu gehen, und genug Pioniergeist für die nächsten Hundert Jahre. Das sind die Zutaten für die beste Rohmilch der Welt.

**Gestern sehen, was wir morgen ernten**

BIO IST FÜR die Käseherstellung viel mehr als eine Marke. Für uns ist es eine Lebenshaltung und die Lebensgrundlage unserer Milchweiser, von denen viele schon in dritter Generation Milchweiserfamilie betreiben“, erzählt Rudi Verbruggen, seit mehr als 20 Jahren Familienchef der Käseherstellung. Das Prinzip, auf die Natur zu achten, die den Menschen nützt, ist dort, wo die Produkte der Käseherstellung herkommen, tief verwurzelt. Dort hat noch jede Kuh einen Namen und jeder Hof Tradition.

Nur 25 Jahre hat die Käseherstellung die Milchweiserfamilie bedingt auf biologische Landwirtschaft gewechselt. Die vielen Kleinbetriebe und Mini-Strukturen wurden zu einem großen Ganzen zusammengefasst. Das Ziel war einen geschmacklichen, ökologischen und sozialen Mehrwert zu schaffen, in dem Natur, Menschen, die Region und auch die Qualität als Gewinner entstehen. Seitdem wird konsequent an der Qualität der Produkte weiter gearbeitet. Das schmeckt bei jeder Kuh der Bio-Weinherstellung. Sie wird aus der besten Rohmilch der Welt gemacht und ist voll von den Vorteilen der Natur und der Fähigkeit, richtig mit der umzugehen.

**Mehr Geschichten und Videos zu diesem Thema auf [www.news.at/kaeerntermilch](http://www.news.at/kaeerntermilch)**



In jedem Tropfen Milch steckt die Kraft der Wiese. Sie ist stark genug, um das Klima und viele Wildtiere zu schützen. Man muss sie nur lassen. So, wie unsere Bauern das tun.

**Die Wiese ist ein Wunderwerk**

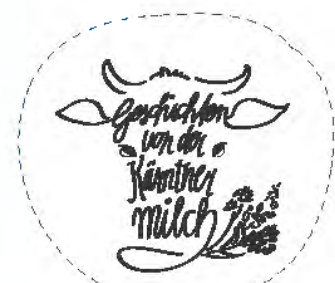
EINE KUHWEIDE ist nicht nur idyllisch. Sie ist eine aktive Klimaschutzkraft, die mit ihrem hohen Humusanteil jede Menge CO<sub>2</sub> speichert. Das Humus speichert in den Wurzeln, welche die Wiese mit Blumen und Wildkräutern für die Lebewesen, die Wiese und auch für uns. Die Tiere und die Wiese, welche die Wiese mit Blumen und Wildkräutern für die Lebewesen, die Wiese und auch für uns. Die Tiere und die Wiese, welche die Wiese mit Blumen und Wildkräutern für die Lebewesen, die Wiese und auch für uns.

**PUNKT FÜR PUNKT BESSER FÜR ALLE**

Die Käseherstellung-Betriebe arbeiten nach einem Produktionssystem, dessen Richtlinien die Wiesen von Bio-Weinherstellung deutlich überlegen. Das System fördert und befestigt Energieeffizienz, geringere Treibhausgasemissionen, ökologische Tierhaltung, Klima- und Artenschutz.

**Mehr Geschichten und Videos zu diesem Thema auf [www.news.at/kaeerntermilch](http://www.news.at/kaeerntermilch)**

**Geschichten von der Kärntner Milch: Brand- & Produktstories mit Logo-Kreation & Layoutentwicklung**



# shortcut

- **Vollste Aufmerksamkeit ohne Nebenbeschäftigung:** 42 % Magazin lesen, 29 % Internet surfen, 22 % TV, 3 % Radio hören <sup>(1)</sup>
- **Werbung wird gesehen – Werbewahrnehmungsranking:** Magazine, Radio, TV, Medien-Websites <sup>(2)</sup>
- **Werbung bleibt in Erinnerung:** Print 42 %, Plakat 40 %, Hörfunk 38%, TV 34 % <sup>(3)</sup>
- **Werbung stört am wenigsten:** Magazin 12 %, Radio 30 %, Internet 33 %, TV 51 % <sup>(4)</sup>

Quelle: (1) CCS 2014/2015, (2) Medienqualitäten 2015, (3) Focus Media Research 2015, (4) CCS 2014/2015,

# print kreativ

**Kreative Ad-Specials:** Ein Must-have für Ihre Printwerbung – nichts ist aufmerksamkeitsstärker. Wussten Sie, dass Ihre Zielgruppe sich mit Ihrer kreativen Sonderwerbeform im Durchschnitt zwölf Sekunden lang beschäftigt? Worauf warten Sie noch: Die VGN bietet über sechzig Möglichkeiten, Ihre Marke so richtig in Szene zu setzen.

## Intensive Werbekontakte garantiert!

So kreativ können Beihefter sein: Gönnen Sie Ihrem Produkt oder Ihrer Marke einen Teaser und eine große Bühne zur Inszenierung. Das schafft einzigartige optische, räumliche Effekte und intensive Markenerlebnisse.



## Cover-Stars

Cover-Ad-Specials bieten maximale Aufmerksamkeit – von Coverflappe bis Splitcover. Daran liest niemand vorbei!



**Eine starke Kreativkombi.**

Doppelt intensiv: Kombinieren Sie kreative Werbeformen mit impactstarken Advertorials und erzählen Sie so Ihre Markenstory ganz neu - exklusiv und einzigartig. Gleich mehrere intensive Touchpoints schaffen eine hohe Markenwahrnehmung und hohe Impactwerte.

# shortcut

- Über 60 kreative Ad-Specials-Möglichkeiten
- Erhöhte Werbebeachtung für Ihre Marke
- Intensive Auseinandersetzung mit Ihrem Produkt
- Aufmerksamkeitsstark am Cover oder im Heft
- Exklusive Run-over-Group Sonderwerbeformen



**Run-over-Group: Geballte Ladung Aufmerksamkeit und Reichweite.**

Die VGN bietet auffallend gute Möglichkeiten, Ihre Werbung über alle Marken perfekt in Szene zu setzen. Starke Reichweite und bester Imagetransfer sind garantiert.



# print intensiv

**Sie sind mitten im Thema.** Relevante Themen müssen im stimmigen Umfeld kommuniziert werden. Damit Ihr Thema bei der richtigen Community ankommt, setzen Sie am besten auf Medien mit Top-Journalismus und werberelevanten Communities. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen, Ihre Ziele oder Ihre Positionierung am Markt in einer hochwertigen Themenstrecke. Das schafft höchstes Involvement bei unseren LeserInnen - und schärft Ihre Glaubwürdigkeit bei der Zielgruppe.

**In den VGN-Themenstrecken** können Sie gezielt Ihre Inhalte in Form von Geschichten, detaillierten Facts, Interviews und auch mit einem Inserat oder Advertorial präsentieren. Und das Ganze im passenden redaktionellen Umfeld.

## Lust auf LEBEN



## shortcut

- Themensetting an relevante Communities
- Im themenaffinen Umfeld
- Hohes Involvement durch Themenrelevanz
- Geschrieben von Top-Journalisten
- In den stärksten Medienmarken Österreichs

### Gut eingebettet.

Ein Thema, das Menschen bewegt – professionell recherchiert, mit Experten-Tipps und Ihrem Produkt als themenaffine „Soforthilfe“ für Ihre Zielgruppe.

Privat, heimische Branchen-Insider verstehen ihre ganz persönlichen Lieblingsplätze im Segelrevue-Kraut.



Segelrevue-Kraut, das ist ein Segelrevue-Kraut, das ist ein Segelrevue-Kraut, das ist ein Segelrevue-Kraut...



yacht revue

Seitenweise Impulse. Holen Sie Ihre Zielgruppe bei ihrer Leidenschaft ab! Special-Interest Themenstrecken garantieren Involvement pur.

Urlaubsfreuden

Comerback Zurück zu den Wurzeln lautet das Motto des B. Kromel-Care, der sich immer mehr zu einer international besetzten Veranstaltung entwickelt. Auch deswegen ist Fairness beim Segeln wichtiger denn je. Text: Verena Diethelm, Fotos: Fritz Gotsch

Nachdem die Corona-Pandemie die Segelwelt in den vergangenen Jahren in den Schatten gestellt hat, sind die Segler wieder zurück auf das Wasser...



Die vier Segelrevue-Kraut sind in der Segelwelt bekannt und beliebt. Sie sind die Experten für alles, was mit dem Segeln zu tun hat...

Die vier Segelrevue-Kraut sind in der Segelwelt bekannt und beliebt. Sie sind die Experten für alles, was mit dem Segeln zu tun hat...

„Unsere Priorität liegt auf Nachhaltigkeit und Qualität“

Im Gespräch: Der kroatische Tourismus-Minister Gari Capelli über reichhaltiges Wachstum, zufriedene Gäste und die Gründe für die Erhöhung der Kurtaxe für Boote.

Die kroatische Tourismus-Minister Gari Capelli über reichhaltiges Wachstum, zufriedene Gäste und die Gründe für die Erhöhung der Kurtaxe für Boote...



IMMER SCHÖN STABIL BLEIBEN. Diesmal widmen wir uns ganz der Stabilität: vom Lendenwirbel bis zum Halswirbel – vom großen Gesäßmuskel über sämtliche Rückenmuskeln bis hinauf zu den Schultern.

BOSU-BALL & GUMMIBAND ... Drei Übungen für eine perfekte Körperspannung. Der Golfswing ist eine dynamische Hochgeschwindigkeitsbewegung. Wenn unsere Rumpfmuskulatur bis in die tiefsten Fasern aktiviert und regelmäßig trainiert wird, ist das Verletzungsrisiko gering und der Spaßfaktor garantiert.

TRAUMSTUDIO. JOHN HARRIS FITNESS IST EINER DER FÜHRENDEN PREMIUMS IN PRIVATE FITNESS- UND WELLNESS IN EUROPA.

Willkommene Abwechslung

Landprogramm. Festival – ein gut zahlreiches attraktives Programm anstatten in Kroatien, die sich wunderbar in den Sommerbauzeiten lassen.

Die kroatische Tourismus-Minister Gari Capelli über reichhaltiges Wachstum, zufriedene Gäste und die Gründe für die Erhöhung der Kurtaxe für Boote...

Die kroatische Tourismus-Minister Gari Capelli über reichhaltiges Wachstum, zufriedene Gäste und die Gründe für die Erhöhung der Kurtaxe für Boote...

TRAUMSTUDIO. JOHN HARRIS FITNESS IST EINER DER FÜHRENDEN PREMIUMS IN PRIVATE FITNESS- UND WELLNESS IN EUROPA.



# digital

Kampagnen, die klicken – auf den Qualitätsportalen der VGN erreichen Sie Ihre Zielgruppe zur richtigen Zeit mit den genau passenden Inhalten im Marken-umfeld der VGN. Für mehr Engagement, Kundenkontakte & Leads – und letztlich mehr Umsatz.  
#gehtdoch!

# digital ist genial

## Qualitätsportale mit einmaligem Themenspektrum:

Mit der Gründung der VGN Digital und dem Auf- und Ausbau digitaler Marken gehörte die VGN bereits 1998 zu den Vorreitern in der Medienbranche Österreichs. Damals wie heute: Das umfassende digitale Angebot von elf VGN-Portalen, Mobile, Apps und Bewegtbild verbindet die VGN mit ihren hohen inhaltlichen Ansprüchen. Die Philosophie des Printbereichs wird konsequent fortgesetzt: Im Fokus stehen die Interessen und Bedürfnisse der UserInnen.



**Das Netzwerk von VGN Digital.** VGN Digital vermarktet neben eigenen Portalen auch den Österreichtraffic der starken Marke SPIEGEL ONLINE und bietet damit noch mehr Reichweite in qualitativen Umfeldern.

**Für die Werbekunden der VGN bedeutet das:** Hervorragende Reichweiten in relevanten Zielgruppen. Um Reichweiten und Markenkraft optimal zu kombinieren, entwickeln wir gerne mit Ihnen gemeinsam individuelle Lösungen für Ihren maximalen Kampagnenerfolg!



# DIGITAL



## shortcut

- Multimedialer Publisher mit Fokus auf Content, Interaktion und Branding
- 12 starke Portale
- Relevante Inhalte für relevante Communities
- Mobile, Apps & Bewegtbild
- Geprüfte Qualität: ÖWA, ÖWA+; Google Analytics

# branding

**Alle Zeichen stehen auf Digital.** Eine Studie von Integral bescheinigt klassischen Medienmarken hohes Vertrauen durch österreichische UserInnen. Menschen suchen immer öfter nach Informationen im Web. Auf ihren virtuellen Rundgängen sind sie offen für Inspirationen, die zu ihren Bedürfnissen passen. Offen für Ihre Botschaft im vertrauensvollen Umfeld!

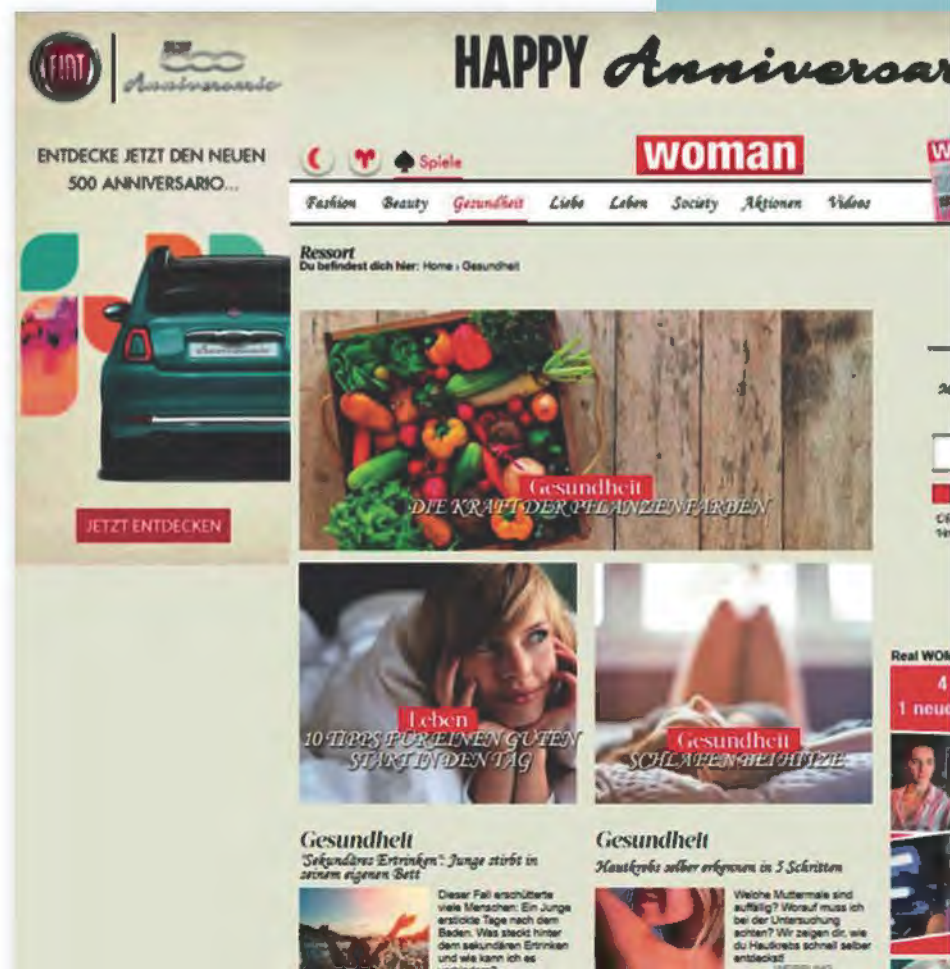
**Das digitale Angebot der VGN:** Das Medienhaus bietet Vielfalt auf drei Säulen. Über ihre digitalen Kanäle eröffnet Ihnen die VGN eine Vielzahl an Chancen auf eine virtuelle Punktlandung in Ihrer Zielgruppe – mit analogen Erfolgen: Steigerung der Markenbekanntheit, Verbesserung des Image und Umsatzwachstum. Der Imagetransfer der starken VGN-Marken und die kreativen Ideen unserer Digital-Experten wirken Wunder!

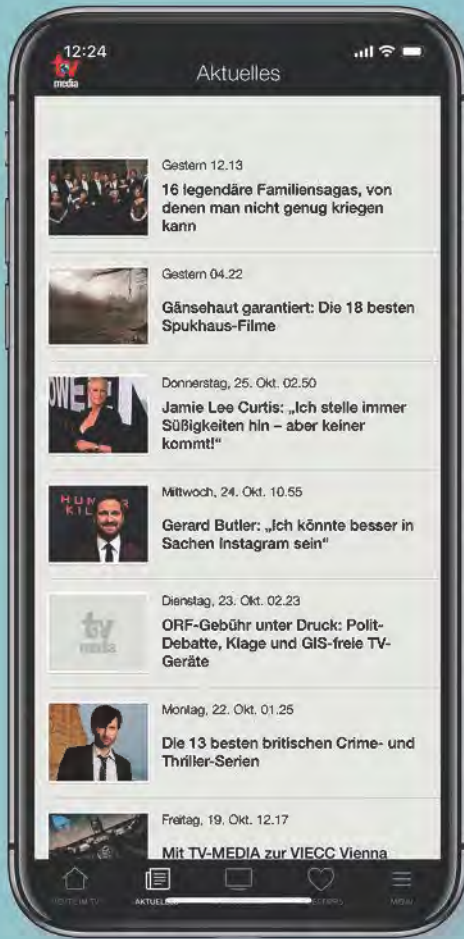
## DISPLAYWERBEFORMEN

### Maximale Aufmerksamkeit wirkt.

Sie möchten mit Ihrem Produkt, Ihrem Angebot oder Ihrer Marke maximale Aufmerksamkeit erzielen? Und das punktgenau in Ihrer definierten Zielgruppe?

Die VGN bietet sowohl Displaywerbung wie Banner, Sitebars und Billboards als auch digitale Sonderwerbformen, zum Beispiel Videowall, Homepage Takeover und Sitebranding an.





## MOBILE WERBUNG

### Immer nah an den UserInnen.

Über 80% der ÖsterreicherInnen nutzen ein Smartphone – über die Websites und Apps der VGN Digital haben Sie einen direkten Zugang zu einer Vielzahl dieser Personen. Ob bildschirmfüllend, spielerisch oder umfeldbasierend, die Möglichkeiten von mobiler Werbung sind beeindruckend vielfältig. Um Ihre Kunden immer und überall zu erreichen, nutzen Sie unsere mobilen Werbeformen – wie zum Beispiel Understitial Ad, Mobile Content Ad und Fullscreen Video Ad.



## VGN APPS

### TV-MEDIA und WOMAN interaktiv.

Mit TV-MEDIA und WOMAN hat die VGN zwei native Apps, die von ihren Communities sehr gut aufgenommen wurden. Sie bieten zusätzlich zum bestehenden digitalen Portfolio einen weiteren Mehrwert für UserInnen. Auch Werbekunden eröffnen die interaktiven Tools eine Vielzahl an Optionen, um mit den VGN-Communities zu kommunizieren. Sei es mittels mobiler Kampagnen in verschiedensten Formaten (z.B. 360°-Ansichten, Bewegtbild etc.) oder auch im Rahmen von Loyalty Programmen und Marktforschungen.





# content

**Der Mehrwert zählt.** Im Hinblick auf die Bedeutung von Content-Strategien, die Zielgruppen einen Mehrwert an Informationen anbieten, eröffnet die VGN mit ihrer digitalen Vielfalt unendlich viele Möglichkeiten für Werbekunden und UserInnen. Durch die Kombination von positiver Markenaufladung und relevanten Inhalten profitieren beide Seiten. Ob Userinteraktionen wie Gewinnspiele, Foto-Contests, Adventkalender, die Ihre Werbeinhalte der VGN-Community spielerisch näher bringen, oder Content Related Advertsing – der Blick über den Tellerrand lohnt sich in jedem Fall.

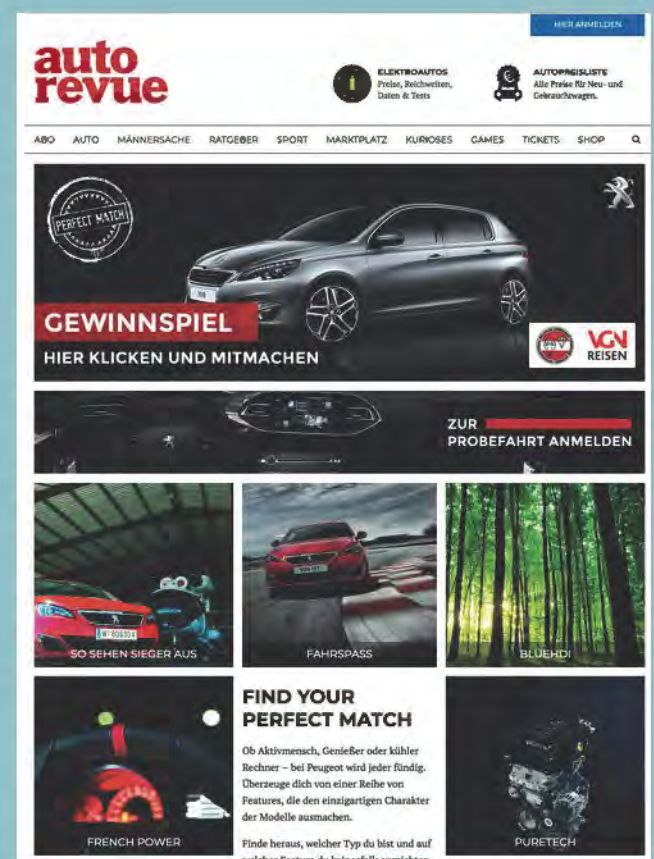


## USERINTERAKTIONEN

### Direkte Ansprache kommt an.

Sie suchen den direkten Kontakt zu Ihrer Zielgruppe und wollen gleichzeitig Ihre Marke spielerisch in Szene setzen?

Profitieren Sie vom positiven Image-transfer und nutzen Sie die unzähligen Möglichkeiten der VGN Digital: Gewinnspiele, Markenjurys, Community Loves, Social Media – wir verhelfen Ihnen mit den verschiedensten Tools zu Ihrem Ziel.



**woman**  REGISTRIEREN LOGIN

Fashion Beauty Gesundheit Liebe Leben Society Aktionen Videos **Albo**

**Shopping-Ausflug? Können wir! Gewinne ein Shoppingpackage von McArthurGlen für dich und deine beste Freundin!**

Freu' dich auf ein € 200 Shoppingpackage inkl. Mittagessen für das Designer Outlet in Parndorf oder Salzburg.

am 30.01.2019, 12:33





© O.Blobel

Was gibt es Schöneres, als mit der besten Freundin eine Shoppingtour durch ein Shoppingparadies zu unternehmen, tolle Designerlabels bis zu 70% günstiger zu shoppen und einen richtigen Wohlfühl-Tag gemeinsam zu erleben?

**Shoppingparadies Parndorf**

## CONTENT RELATED ADVERTISING

### Storytelling bewegt.

Sie planen mit Storytelling Emotionen zu wecken und Ihre Zielgruppe mit Ihrer Marke vertraut zu machen?

Die VGN kommuniziert Ihre Markengeschichte zielgruppengerecht in ihren Communities. Ob mit Advertorials oder einem Themenspecial – wir ziehen Ihre Zielgruppe in den Bann und steigern den Brandvalue durch Branchenexklusivität. Zusätzlich aktivieren wir Ihre Angebote über die jeweiligen Community-Touchpoints.

**trend.**

WIRTSCHAFT GELD BRANCHEN STANDPUNKTE STARTUPS STIL SERVICE SHOP

trend.at | Themen

## Die ING in Österreich





© belesass

Die ING (International Nederland Group) ist eine weltweit tätige Bankengruppe, die in mehr als 40 Ländern aktiv ist. In Österreich ist die ING mit 250 Mitarbeitern vertreten und lässt mit Innovationen im Bankbereich aufhorchen. Unter anderem pocht sie auf transparente Bankangebote, lebt Kundennähe, unterstützt das Finanzwissen der Österreicher und hat im Frühjahr 2018 als erste Bank in Österreich auf agiles Arbeiten umgestellt. In Kooperation mit der ING.

**UNSER ZUM THEMA**

- ING - Bank. Aber besser.
- Girokonto-Produkte
- Direkt-Sparen
- Kreditrechner
- Fonds

**ARTIKEL ZUM THEMA:**



**DIE ING IN ÖSTERREICH**  
Die gläserne Bank



**DIE ING IN ÖSTERREICH**  
Wie denkt Österreich über



**DIE ING IN ÖSTERREICH**  
Arbeitswelt 4.0

## shortcut

- Persönlichkeitstest & Quiz
- Discount Coupons
- Umfragen
- Video-Contest & Foto-Contest
- u.v.m.

# vielfalt

**Mehr Reichweite und direkte Punktlandung in Ihrer Zielgruppe.** Die starken Qualitäts-Portale der VGN bieten werberelevante Communities mit gleichen Interessen und Bedürfnissen. Die Bündelung dieser Portale eröffnet Ihnen ein maßgeschneidertes Zielgruppencluster. Das bedeutet starke Reichweite in Ihrer Zielgruppe zu attraktiven Paketangeboten.

**Was auch immer Ihnen vorschwebt:** Business-EntscheiderInnen auf Ihr Produkt aufmerksam zu machen oder Österreichs Frauen mit ihrem Service zu beeindrucken – gewinnen Sie zuerst einen Eindruck, dann neue Kunden! Und das sind nur zwei einer Vielzahl an Möglichkeiten, die Ihnen maßgeschneiderte Zielgruppencluster der VGN-Portale bieten, um bei Ihrer Community zu landen. Sowohl mit klassischen Display- als auch mit mobilen Kampagnen.



## MÄNNER

Das passende Umfeld für Themen, die Österreichs Männer beschäftigen, eröffnet sich z.B. auf autorevue.at und profil.at.



## FRAUEN

Zu den Portalen, die wie ein Magnet die heimische Frauenwelt anziehen, gehören z.B. woman.at und lustaufsleben.at



## ENTERTAINMENT

Wenn UserInnen Unterhaltung suchen, dann klicken sie auf Portale wie z.B. tv-media.at und e-media.at



## LIFESTYLE

Menschen mit Gespür für Trends und den modernen Lebensstil sind in diesem Cluster zu erreichen – z.B. mit news.at und woman.at.



## BUSINESS

Die EntscheiderInnen des Landes besuchen Portale wie z.B. trend.at und SPIEGEL ONLINE



## GESUNDHEIT

Ganzheitliches Wohlbefinden steht bei diesen UserInnen im Vordergrund, z.B. auf news.at und lustaufsleben.at

## TARGETING-MÖGLICHKEITEN

Optimieren Sie Ihre Kampagne durch zielgerichtete Aussteuerung der Werbemittel!

- **Standort-Targeting:** Geo
- **Außenkriterien:** Wetter, Zeit
- **Content:** Keyword
- **Technik:** Betriebssystem, Browsersystem, Bildschirm- auflösung



### SPORT

Ob aktiv oder passiv – Sport-interessierte finden sich z.B. auf [golfrevue.at](http://golfrevue.at) und [yachtrevue.at](http://yachtrevue.at).

### REISE

Wenn einen das Fernweh packt, holt man sich Inspiration z.B. auf [woman.at](http://woman.at) und [yachtrevue.at](http://yachtrevue.at).

### GENUSS

Genussmenschen kommen auf diesen Portalen voll auf ihre Kosten z.B. auf [gusto.at](http://gusto.at) und [profil.at](http://profil.at).

## shortcut

- 12 Qualitätsportale
- Mehr Reichweite durch Bündelung
- Punktgenaue Zielgruppenansprache
- Maßgeschneiderte Clusterbildung

# interaktion

**Mehr Engagement durch Community Power.** Wir kennen unsere Communities und wissen, welche Inhalte und Formate die größte organische Reichweite in unseren Zielgruppen erreichen. Und wie Ihre Werbebotschaft mit Sicherheit genau richtig ankommt.

## NEWSLETTER

### Das macht Klick bei Empfängern.

Eine Werbebotschaft kann noch so spannend und kreativ sein: Wer den Absender nicht kennt, wird die Message womöglich gar nicht erst lesen. Mit den VGN-Marken als Absender verbindet sich Ihre Message mit dem Vertrauen in die Marken der VGN. Nutzen Sie die positiven Assoziationen im wertgeschätzten Markenumfeld für Ihre Werbung!

Mit Newslettern bringen wir Sie direkt zu Ihren – potenziellen – Kunden. Je nach Themenumfeld arrangieren wir den passenden Empfängerkreis für Ihre Botschaft. Die erfolgreichen Öffnungsraten bestätigen das Interesse der UserInnen an den Aussendungen der VGN.

**News letter online!**

Alle Neuigkeiten auf einen Blick - Immer bestens informiert mit News.at

**Mordfall im idyllischen Zell am See gibt Rätsel auf**  
Eine Bluttat schockiert das ganze Land: Eine 20-jährige Pinzgauerin wurde von einem bislang unbekanntem Täter angeschossen und blutend zurückgelassen. Sie schrie mit letzter Kraft um Hilfe – doch dafür war es bereits zu spät. [weiterlesen >](#)

**Ein Protestsong für Sigi Maurer**  
Die Künstlerin Mascha singt für das verurteilte Diskriminierungsopfer: "Hoffe, dass Männer es als A\*tritt sehen" [weiterlesen >](#)

**Streitfall Hitler-Glocke: Sie darf weiter läuten**  
Muss eine Glocke mit Hakenkreuz und Hitler-Aufschrift aus einem Kirchturm entfernt werden? Nein, urteilt ein Verwaltungsgericht. [weiterlesen >](#)

**Mit NEWS und Raiffeisen zu Andreas Gabalier**  
Gewinne 3 x 2 Tickets für das fast ausverkaufte Konzert in der Wiener Stadthalle am 15. Dezember 2018! [weiterlesen >](#)

**Ist der "Winterblues" jetzt noch schlimmer?**  
Trägt der lange Sommer zu einer besonders stark ausgeprägten Herbstdepression bei? Das sagen die Experten. [weiterlesen >](#)

**Frenetischer Jubel für Harry und Meghan**  
Das royale Paar ist auf Fidschi gelandet - die schwangere Herzogin konnte sich zuvor vom Trübel erholen. [weiterlesen >](#)

**Secret Escapes**  
Der Kälte entfliehen: bis zu 70% auf Luxus-Trips in die Sonne

LIGATUS

**Lust auf LEBEN** Ihr Magazin für gesunden Lifestyle

**Yoga heilt!**  
Gesund werden und bleiben mit Yoga: Magenbeschwerden, Stress-Symptome, Rückenprobleme oder Frauenleiden? Yogalehrerin Selma Kornmüller erklärt, wie. [>> weiterlesen](#)

**Yoga bedeutet Freiheit**  
Chefredakteurin Kristin Pezl-Scheruga akzeptiert im Sport kein MUSS. [>> weiterlesen](#)

**Morgen muss ich fit sein!**  
Yoga und Kräuter können bei Schlafstörungen helfen. [>> weiterlesen](#)

**Kürbissuppe mit Miso**  
Dieses Gericht ist das ideale Yogafood: Es ist gesund, schmeckt und macht glücklich. [>> weiterlesen](#)

Wir sind jetzt auch auf Instagram! [#lustaufleben](#)

autorevue  
28. Mai 2017 · 🌐

Den Maserati Ghibli kann man hier probefahren: <http://bit.ly/2rjCYKy>  
[In Zusammenarbeit mit Maserati]

**WER VON EUCH HAT  
399€  
IM MONAT ÜBRIG?**



autorevue

## SOCIAL MEDIA

### Die Kraft der Marken-Communities in sozialen Netzwerken.

Digitale Werbung via Social Media wächst. Laut einer Studie der Plattform eMarketer ist Social Media bis auf Weiteres ein Wachstumsfeld in der digitalen Werbung. Bis 2020 werden fast ein Drittel aller digitalen Werbeformen auf Facebook, Instagram, Twitter & Co zum Einsatz kommen. An Social Media als Teil des Marketing Mix führt also kein Weg vorbei!

So wird ein Klick zur Aktion und Interessenten werden zu Kunden: Die VGN nutzt nicht nur die Targeting Tools von Facebook, sondern reichert die Zielgruppenauswahl mit eigenen Daten (Abonnenten, Webseitenbesucher etc.) an.

Das Ergebnis: eine hohe Conversion Rate – und ein eindeutig messbarer Erfolg für Ihre Social Media Kampagne.

Pull & Push ist die Top-Strategie für conversion-orientierte Kampagnen, denn: Reine Social Media Kampagnen generieren lediglich Push-Zugriffe, die den Kunden meist in der Awareness-Phase der Customer Journey erreichen. Für Image-Kampagnen ist das ausreichend – nicht aber, wenn Konsumenten in einer fortgeschrittenen Phase im Sales Funnel aufmerksam werden sollen.

Für hohe Conversion Rates sorgen Pull-Zugriffe auf zielgruppenrelevante, über Suchmaschinen generierte Inhalte. Damit erreichen wir die Soll-Zielgruppe mit passendem Content direkt auf der Webseite. Diese wertvollen Daten lässt die VGN in Retargeting-Kampagnen einfließen und holt damit Ihren potenziellen Kunden bei seiner Kaufentscheidung ab. Bingo!

woman WOMAN – Österreichs größtes Frauenmagazin mit SENSAI Cosmetics. [?] · 38 Min · Bezahlt · 🌐

👉 Auf zum Beauty Workshop! Macht mit bei den WOMAN & SENSAI Days of Beauty vom 4. bis 15. Juni 2018 und holt euch Geschenke im Wert von € 299,-!

Jetzt anmelden: [www.woman.at/a/daysofbeauty](http://www.woman.at/a/daysofbeauty) 📌

[In Zusammenarbeit mit SENSAI Cosmetics]



**WOMAN & SENSAI Days of Beauty - Jetzt Plätze sichern!**

Auf zum Workshop! Vom 4. bis 15. Juni 2018 teilen die Beauty-Profis von SENSAI ihr Wissen. Plus: Geschenke im Wert von € 299,- garantiert!

WOMAN.AT

## shortcut

- Zielgruppen-Community für die Marken aufbauen
- Leads sammeln (Abo, Newsletter, Verkäufe, Daten etc.)
- Conversions auf den Webseiten steigern
- Angebote für Produkte bewerben



# stories

Zeigen Sie ruhig, was Ihre Kunden an Ihnen haben! Mit relevanten und wertvollen Inhalten. Die VGN kreiert Content mit journalistischem Storytelling – für Ihre eigenen und andere Kanäle.



# content begeistert

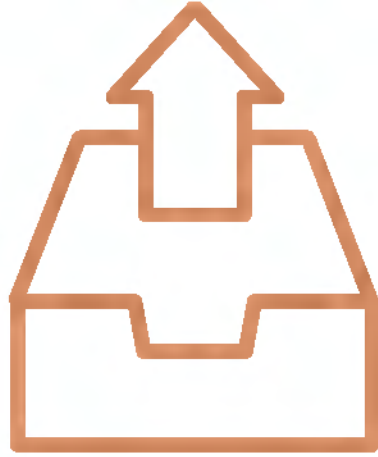
**Jedes Unternehmen ist (auch) ein Medienunternehmen.** Indem Sie Ihrer Zielgruppe informative und serviceorientierte Inhalte bieten, demonstrieren Sie Ihre Kompetenz, Ihr Know-how und Ihre Kundenorientierung. Denn behaupten kann man viel, die eigene Unternehmensphilosophie zu leben, ist eine andere Geschichte.

**Professionelles Content Marketing erzählt, wer Sie sind.** Damit bieten Sie Ihren Zielgruppen einen Mehrwert, der die Vertrauensgrundlage für Kaufentscheidungen schafft. Daraus entsteht ein konkreter Nutzen, der punktgenau Ihre Bedürfnisse trifft. Nicht einmalig, sondern nachhaltig.

**Journalistische Inhalte – in Ihrem Auftrag, für Ihre Zielgruppen.** Der wichtigste Baustein für Ihr Content Marketing sind wertvolle Inhalte, die passgenau für Ihre Zielgruppe geschrieben sind. Für Corporate Print, Corporate Reporting, Corporate Books und Corporate Solutions. Ihre Story soll informieren, aufklären und unterhalten.

**Menschen lieben Geschichten.** Das Schreiben solcher Geschichten ist unser Handwerk. Journalismus können wir. Ob für Ihre eigenen Medien oder für crossmediale Mediensysteme – wir bieten Ihnen maßgeschneiderte Lösungen für Ihr Content Marketing. Dabei denken wir nicht in Kanälen, sondern interdisziplinär und in Customer Journeys. Wir helfen Ihnen, die richtigen Stories zum richtigen Zeitpunkt an das richtige Publikum zu bringen – in unterschiedlichen Medienkanälen, gedruckt und digital.

# STORI



**Diese Vielfalt kann sich sehen lassen – in Owned, Earned und Paid Media.**

- Magazine
- Bücher
- Broschüren
- Folder
- Geschäftsberichte
- Websites
- Social Media
- Blogs
- Whitepapers
- Newsletter
- Bewegtbild
- Advertorials
- Infografiken
- Videos

## shortcut

- Redaktionelle Inhalte für unterschiedliche Kanäle
- Passgenau für Ihre Zielgruppe
- Für eigene Medien oder Crossmedia
- Content Marketing mit Full Service oder punktueller Expertise
- Mit dem Know-how und der Infrastruktur eines führenden Medienunternehmens

# ES

## **Impressum**

Herausgeber und Medieninhaber:  
VGN Medien Holding GmbH  
Taborstraße 1-3, 1020 Wien

Konzept & Projektleitung:  
Antje Lehnert-Jaich

Graphisches Konzept & Gestaltung:  
joh Berner

Text:  
Mag. Manuela Wagner-Ottawa

An diesem Buch haben  
inhaltlich mitgewirkt:  
Mag. (FH) Lina Bindoni  
Mag. Sabine Fanfule, MBA  
MMag. Roman Gaisböck  
Mag. (FH) Manuel Grgeta  
Mag. Beatrix Hammerschmied  
Andreas Musill  
Maria Oppitz  
Annemarie Radl, MBA

Lektorat:  
Mag. Pia Praska

Produktion:  
Robert Edelmayer

Herstellung & Herstellungsort:  
F&W Druck- und Mediacenter GmbH  
Holzhauser Feld 2, 83361 Kienberg

© Copyright:  
Reproduktionen aller Art,  
auch auszugsweise, nur nach  
vorheriger schriftlicher  
Zustimmung des Herausgebers.  
1. Auflage: Wien, Februar 2019

VGN Medien Holding  
Geschäftsführung:  
DDr. Horst Pirker (CEO & Vorsitz)  
Mag. Claudia Gradwohl (CHRO)  
Mag. Helmut Schoba (CSO/COO)  
Susanne Herczeg (CFO & Prok.)  
Michael Drexler (CSO Digital)

Generalbevollmächtigte:  
Gabriele Kindl  
Dietmar Zikulnig

Verwaltung:  
Taborstraße 1-3, 1020 Wien  
Tel.: +43/1/213 12-0