

media.tele.at

tele

DAS ÖSTERREICHISCHE FERNSEHMAGAZIN

Gültig ab 1.1.2025

WERBETELE

2025



FORMATE | TERMINE | TARIFE

SONDERWERBEFORMEN

RUBRIKEN | PRINT

ONLINE | MOBILE

TELE-KLIMAINITIATIVE

TELE DAS ÖSTERREICHISCHE FERNSEHMAGAZIN



Die Erfolgsstory von tele beginnt 1988 mit der Gründung des Unternehmens. Viele renommierte Verlage schließen sich zusammen, um ein wöchentliches Fernseh-Programmheft für ihre Zeitungen herauszugeben. Mit einer Auflage in Millionenhöhe sollte tele nicht nur ein attraktives redaktionelles Angebot für Leser:innen sein, sondern ebenso ein perfekter Werbeträger für Unternehmen.

Das erste Heft erscheint im März 1989. An seiner Attraktivität hat tele bis heute nichts eingebüßt. Im Gegenteil: in der schnelllebigen digitalen Welt ist die gedruckte Programmübersicht für eine ganze Woche weiterhin DAS Asset. Längst ergänzt durch zahlreiche Web- und App-Angebote bleibt tele ein wichtiger Bestandteil seiner Zeitungen – und zählt zu den TOP-4-Einzeltiteln der Mediaanalyse.



988.000*

LESER:INNEN

759.624**

GESAMTAUFLAGE



Die Presse

DERSTANDARD

DIE FURCHE

NÖN BVZ

Badener Zeitung

ÖÖNachrichten

ISCHLER WOCHE

KLEINE ZEITUNG

Salzburger Nachrichten

Tiroler Tageszeitung

VORARLBERGER NACHRICHTEN

NEUE VORARLBERGER Tageszeitung

ÖSTERREICHWEIT (SCHWERPUNKT WIEN)

- Die Presse
- Der Standard
- Die Furche

NIEDERÖSTERREICH

- NÖ Nachrichten
- Badener Zeitung

BURGENLAND

- BVZ Burgenländische Volkszeitung

OBERÖSTERREICH

- Oberösterreichische Nachrichten
- Ischler Woche

KÄRNTEN

- Kleine Zeitung

STEIERMARK

- Kleine Zeitung

SALZBURG

- Salzburger Nachrichten

TIROL

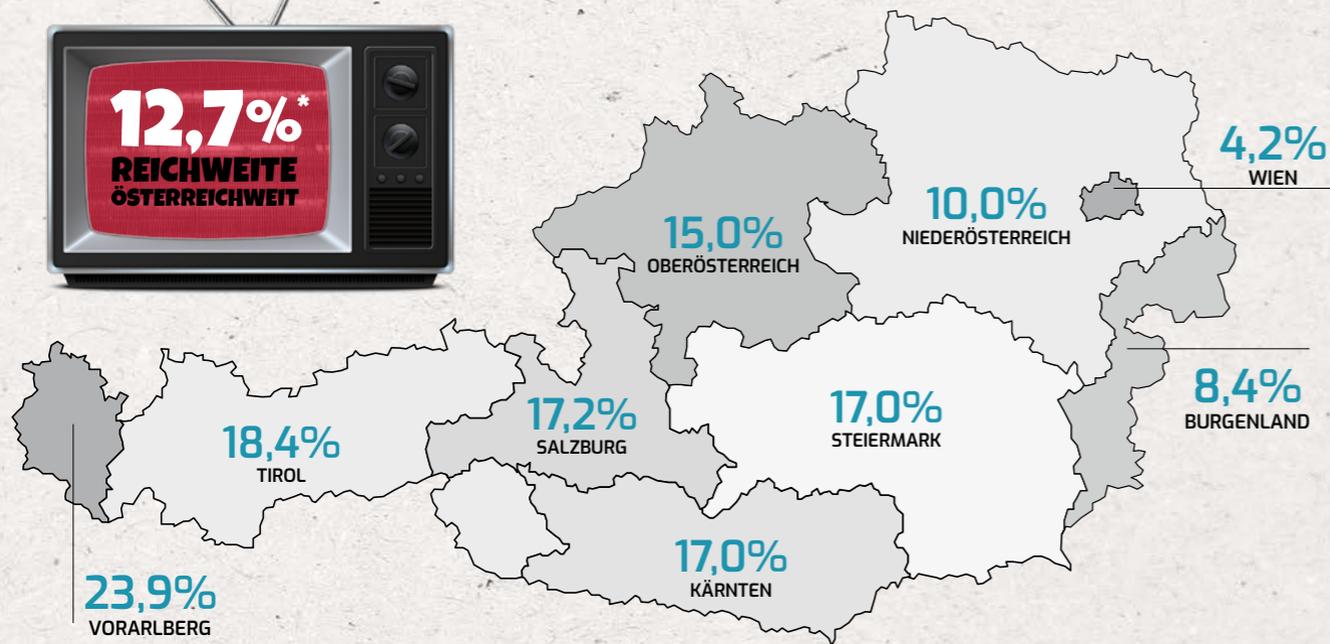
- Tiroler Tageszeitung

VORARLBERG

- Vorarlberger Nachrichten
- Neue Vorarlberger Tageszeitung

*Quelle: media-Analyse 2023/2024 media-analyse.at/signifikanz **Druckauflage lt. ÖAK rollierender Jahresschnitt 2024

ÖSTERREICHS BELIEBTESTES TV-MAGAZIN



DIE STÄRKEN DES MAGAZINS:

- ... tele erscheint in ganz Österreich.
- ... Trägerzeitungen finden sich **in allen 9 Bundesländern**.
- ... Der **Abonnenantenanteil**, der treue Leser:innen und höchste Aufmerksamkeit garantiert, **liegt bei fast 80%**.
- ... tele **ist seit 36 Jahren** das österreichische Fernsehmagazin.
- ... tele hat eine **Auflage von 759.624 Exemplaren**.**
- ... tele freut sich über **988.000 Leser:innen**.*
- ... tele hat eine **Österreichweite** von 12,7%.*
- ... tele hat einen **supergünstigen TKP von € 36,4**.
- ... tele liegt den **14 wichtigsten österreichischen Tages- & Wochenzeitungen** bei.
- ... tele **erscheint wöchentlich**.
- ... tele ist die **optimale Ergänzung zu ostlastigen Medien**.
- ... tele bietet innovative **Sonderwerbformen**.
- ... tele beinhaltet redaktionelle Specials wie **tele AKTIV & GESUND** und **tele ENTDECKEN & GENIESSEN**
- ... tele bietet zusätzliche redaktionelle Umfelder wie beispielsweise **tele ZUHAUSE**, **tele UNTERWEGS**, **tele REISE** und **tele IDEEN & GESCHENKE**.

*Quelle: media-Analyse 2023/2024 media-analyse.at/signifikanz ** Druckauflage lt. ÖAK rollierender Jahresschnitt 2024

EINZIGARTIGE VORTEILE FÜR IHRE KAMPAGNENPLANUNG

INTENSIVE HEFTNUTZUNG UND TREUE LESER:INNEN

tele liefert mit jeder Ausgabe verlässlich **höchste Reichweiten und Mehrfachkontakte** in Ihrer Zielgruppe

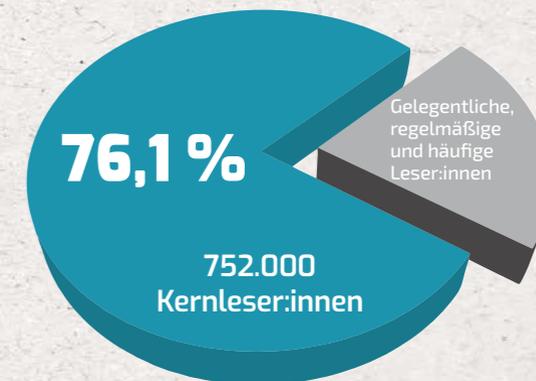
Ein wesentlicher Qualitätsfaktor von Printmedien als Werbeträger ist ja, dass jedes Exemplar eines Titels von derselben Person **mehrmals in die Hand** genommen werden kann. Naturgemäß ist der durchschnittliche Blattkontakt bei TV-Magazinen einer der höchsten.

Im Durchschnitt nimmt jeder unserer Leser:innen unser Heft **vier Mal pro Woche** zur Hand*, ein sehr großer Leser:innen-Anteil nutzt eine tele-Ausgabe sogar **sieben Mal und öfter!****



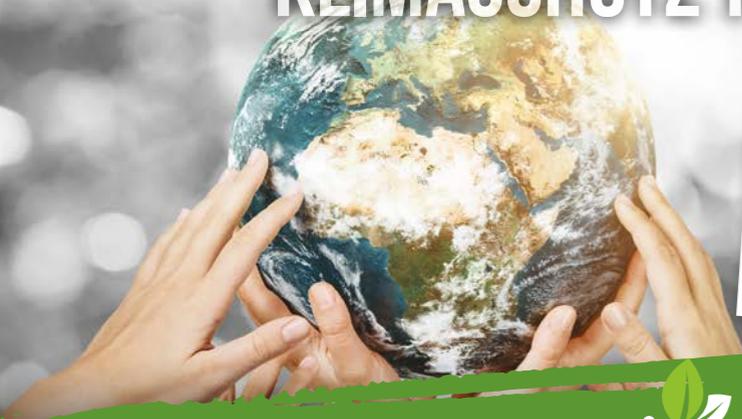
Über zwei Drittel unserer Leser:innen pro Ausgabe sind Kernleser:innen und nutzen mindestens 3/4 aller 52 tele-Hefte im Jahr.*

Der Anteil an Kernleser:innen zeigt, welcher Teil der Leserschaft regelmäßig jede Ausgabe liest, mit dem also Ihre Anzeige zuverlässig und in jeder Ausgabe in Kontakt kommt. Dieser Wert ist neben den Werten für LpA sehr wichtig v.a. bei Kampagnen mit kurzen Laufzeiten. Gerade dann ist es besonders notwendig, mit **nur einer Schaltung so viele Leser:innen wie möglich anzutreffen**. Und das gelingt nun mal am besten mit jenen Titeln wie tele, die einen besonders hohen Anteil an Kernleser:innen liefern.



Quelle: *Media-Analyse 2023/2024 Durchschnittskontakte; ** Anteil in % an LpA

KLIMASCHUTZ TUT ALLEN GUT.



tele klimainitiative

tele setzt mit der **tele-Klimainitiative** gemeinsam mit TV-Stars auch im Medienbereich ein wichtiges Zeichen für den Klimaschutz.

Der drohende globale Kollaps des Klimas betrifft uns alle. Mit der **tele-Klimainitiative** leisten wir seit 2019 einen Beitrag zur Sensibilisierung für das Thema Umweltschutz und den alarmierenden Zustand des Weltklimas. **Warum?** Weil der drohende Klimakollaps unser aller Lebensgrundlage unmittelbar und dramatisch bedroht! Weil es Zeit ist, ein Zeichen zu setzen – und zu handeln. **Und warum tele?** Weil sich letztlich alle Menschen und alle Unternehmen um dieses Thema kümmern sollten – auch eine TV-Programmezeitschrift ist da nicht ausgenommen. In wöchentlichen Klimakolumnen berichten TV- und Film-Stars sowie Expert:innen von ihren Anstrengungen für ein besseres Klima, gleichzeitig setzt die bereits bekannte Werbekampagne der Klimainitiative auf prominente Gesichter.

tele-klimainitiative.at



saintstephens | Fotos: Monika Saulich

UR SUPER!



MEHR URWALD FÜR ÖSTERREICH

Um 1 Euro können Sie – über den **Verein Klimainitiative** – unserem Waldpartner dem **Stift Altenburg** in Niederösterreich die **Nutzungsrechte für 1m² Wald für 100 Jahre** abkaufen. Dadurch darf der Wald alt werden, CO₂ binden und sich in einen Naturwald verwandeln.

www.urwälder.at



WERBECOVER



Keine Preiserhöhung!

1/1 Seite
192 x 250 mm
€ 68.000,-

COVER

PLATZIERUNGEN

COVERKASTEN



COVERLEISTE

192 x 50 mm
€ 18.125,-

COVERCORNER

78 x 78 mm
€ 7.250,- zzgl. 10% bei Formatsprengung

klein/doppelt

35 x 52 mm / 70 x 52 mm

€ 4.460,- / € 8.920,-

Keine Preiserhöhungen!

UNSERE BELIEBSTESTE SONDERWERBEFORM: MEGASEITEN



DRUCKSTRECKE

Keine Preiserhöhungen!

tele bringt exklusiv in Österreich die wohl attraktivste und kostengünstigste Werbeform für den Handel.

Unsere Megaseiten gibt es ab 12 Seiten. Sie werden mit dem tele Heft mitgedruckt und sind 15 mm höher, sodass Ihre Werbebotschaft auch am Cover und auf der U4 deutlich zu sehen ist.

Deutlich günstiger als die beliebten Megaseiten sind unsere Anzeigenstrecken. Statt überstehender Seiten gibt es einen kostenlosen Button am Cover. Die Seiten werden mit tele mitpaginiert.

Druckstrecke 192 x 250 mm

8 Seiten	nur € 67.000,-
12 Seiten	nur € 83.000,-
16 Seiten	nur € 99.000,-
20 Seiten	nur € 115.000,-
24 Seiten	nur € 131.000,-

+ Coverbutton gratis



Megaseiten 192 x 265 mm

12 Seiten	nur € 99.000,-
16 Seiten	nur € 117.000,-
20 Seiten	nur € 135.000,-
24 Seiten	nur € 153.000,-

+1/2 Seite gratis in der Ausgabe davor



REDAKTIONELLES

INTERVIEWS, STORIES, UVM.
EXTRA KULTURTIPPS
STREAMINGANGEBOTE
KLIMASPECIALS

Der Film der Woche, TV-Schwerpunkte, Streaming-Tipps, Live-Shows, Sport-Highlights und vieles mehr: tele hat alles auf dem Schirm, bevor es im TV läuft. Dazu gibt's aktuelle Interviews, Star-Porträts, Background-Stories und Setbesuche – ein Info-Menü, das es in sich hat!



WIR MACHT'S MÖGLICH.

Es ist nicht die Einzelne, die die Welt verändert. Es ist die Gemeinschaft, die stärker ist als alles andere. Das Wir, das füreinander sorgt und füreinander Verantwortung schafft. Aus der Region und für die Region und die Menschen, die dort leben. So ermöglichen wir die Verwirklichung großer Träume und gestalten eine nachhaltige Zukunft.

Keine Preiserhöhungen!

1/1 Seite
 192 x 250 mm
 € 36.000,-

1/4 Seite quer
 192 x 63 mm
 € 9.000,-

1/2 Seite
 Klima-PR-Beitrag
 Preis auf Anfrage

1/3 Seite hoch
 65 x 250 mm
 € 12.000,-

FILM DER WOCHE

QUEEN IN TON UND BILD: EIN THEMENABEND

Mit einem Spielfilm ist es bei „Queen“ nicht getan. ProSieben liefert Doku und Konzert im Anschluss. Fein.

Ein Spielfilm ist keine Doku, soviel steht fest. Da „Bohemian Rhapsody“ große Teile des Lebens von Queen-König Freddie Mercury und der Band-Biographie umschreibt, umso besser, dass im Anschluss die Doku „Queen – Days of Our Lives“ um 23.00 Uhr manches geradrickt. Die Doku zeigt die letzten Tage von Mercury, bevor er am 25. November 1991 im Krankenhaus starb. Die Doku zeigt die letzten Tage von Mercury, bevor er am 25. November 1991 im Krankenhaus starb. Die Doku zeigt die letzten Tage von Mercury, bevor er am 25. November 1991 im Krankenhaus starb.

HE WILL ROCK YOU!

Im „Queen“-Biopic „Bohemian Rhapsody“ spielt „Mr. Robot“-Star Rami Malek Rocklegende Freddie Mercury. Rockgeschichte mit mitreißendem Rhythmus und legendären Outfits.

Von Julia Pühringer | Redakteurin | julia.puehringer@tele.at

WIR MACHT'S MÖGLICH.

Es ist nicht die Einzelne, die die Welt verändert. Es ist die Gemeinschaft, die stärker ist als alles andere. Das Wir, das füreinander sorgt und füreinander Verantwortung schafft. Aus der Region und für die Region und die Menschen, die dort leben. So ermöglichen wir die Verwirklichung großer Träume und gestalten eine nachhaltige Zukunft.

HERBSTFREUNDE

It's Bootie-Temel! Diese und viele andere der neuesten Herbst- & Winter-Trends gibt es jetzt zum sensationellen Preis-Leistungs-Verhältnis bei Deichmann und im Online Shop unter www.deichmann.com

29,99

DEICHMANN

Wir will Schuhe lieben.

KLIMA-SPECIAL

Stars und Klimaschutz

Westun Fernsehstars, Schauspieler & Kabarettisten zeigen den Klimaschutz? tele hat bei einigen nachgefragt. Von Wolfgang Kroll

GRÜNE SEITE

Statt der üblichen „Greenwashing“-Kampagnen, die nur den Anschein von Nachhaltigkeit erwecken wollen, setzen sich einige Stars für den Klimaschutz ein. Wie sie das machen, zeigt ein Überblick über die Aktivitäten von Schauspielern, Sängern und Kabarettisten.

MODE MIT MEHRWERT

Nachhaltiger Handel ist für die Fashion-Industrie ein zentraler Punkt – und das schon seit vielen Jahren. So findet man bei Fashion-Labels wie Patagonia, Eileen Fisher und Veja immer wieder Produkte, die nicht nur gut aussehen, sondern auch gut für die Umwelt sind.

COMMANDEUR SPOCK

„Viele Klimamaßnahmen steigern die Lebensqualität. Wenn wir das besser machen, werden wir auch mehr Klimaschutz leisten.“

DER KLIMAWANDEL IST ...

... die größte Herausforderung unserer Zeit.

FÜR DEN KLIMASCHUTZ ...

... bin ich in den vergangenen 3 Jahren viermal geflogen und habe meinen Fleischkonsum um 50 Prozent reduziert. Das sind die größten Schritte, die Einzelpersonen haben.

ZU MEINEN AUFTRETEN ...

... reise ich immer selbst mit dem Auto an. Das Klimaticket hilft und motiviert dabei. Hoffentlich werden internationale Zugreisen werden internationale Zugreisen in Zukunft einsehbarer!

TV-HELD FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Commander Spock. Der beliebteste Charakter aus Star Trek hat sich für den Klimaschutz eingesetzt. In der Serie „Star Trek: Voyager“ wird er als Wissenschaftler dargestellt, der sich für den Klimaschutz einsetzt.

KLIMA-SPECIAL INTERVIEW

Schneider kocht

Modernsterin Silvia Schneider im Interview über ihre neue Ausflüge und regionale Produkte. Von Julia Pühringer

Die studierte Juristin modernisiert sich diese Rolle der Frau verkörpern will. Manches meinte, früher war alles besser, das ist totaler Blödsinn.

4 Blocks

Der Film zeigt die vier Blocks in Berlin, die die Stadtentwicklung prägt. Ein Blick auf die Geschichte und die Zukunft der Stadt.

BY WOLVES

„Star in der Show“ Promis stimmen als Pop-Legenden in der Show. Promis stimmen als Pop-Legenden in der Show.

Testen Sie jetzt kostenlos neueste Hörgeräte!

Hinsaton

1/2 Seite
 192 x 124 mm
 € 18.000,-

KLIMA-SPECIAL

Stars und Klimaschutz

Westun Fernsehstars, Schauspieler & Kabarettisten zeigen den Klimaschutz? tele hat bei einigen nachgefragt. Von Wolfgang Kroll

GRÜNE SEITE

Statt der üblichen „Greenwashing“-Kampagnen, die nur den Anschein von Nachhaltigkeit erwecken wollen, setzen sich einige Stars für den Klimaschutz ein. Wie sie das machen, zeigt ein Überblick über die Aktivitäten von Schauspielern, Sängern und Kabarettisten.

MODE MIT MEHRWERT

Nachhaltiger Handel ist für die Fashion-Industrie ein zentraler Punkt – und das schon seit vielen Jahren. So findet man bei Fashion-Labels wie Patagonia, Eileen Fisher und Veja immer wieder Produkte, die nicht nur gut aussehen, sondern auch gut für die Umwelt sind.

COMMANDEUR SPOCK

„Viele Klimamaßnahmen steigern die Lebensqualität. Wenn wir das besser machen, werden wir auch mehr Klimaschutz leisten.“

DER KLIMAWANDEL IST ...

... die größte Herausforderung unserer Zeit.

FÜR DEN KLIMASCHUTZ ...

... bin ich in den vergangenen 3 Jahren viermal geflogen und habe meinen Fleischkonsum um 50 Prozent reduziert. Das sind die größten Schritte, die Einzelpersonen haben.

ZU MEINEN AUFTRETEN ...

... reise ich immer selbst mit dem Auto an. Das Klimaticket hilft und motiviert dabei. Hoffentlich werden internationale Zugreisen werden internationale Zugreisen in Zukunft einsehbarer!

TV-HELD FÜR DEN KLIMASCHUTZ

Commander Spock. Der beliebteste Charakter aus Star Trek hat sich für den Klimaschutz eingesetzt. In der Serie „Star Trek: Voyager“ wird er als Wissenschaftler dargestellt, der sich für den Klimaschutz einsetzt.

RUBRIKEN

AKTIV & GESUND

ENTDECKEN & GENIESSEN

entdecken
GENIESSEN



In jedem Heft bringt **tele** eine Top Story zum Thema der wichtigsten Fernsehsendungen. Gut recherchiert, von Fachleuten betreut, wird das Thema der Woche präsentiert. Die Themenbereiche reichen von Gesundheit über Ernährungs- und Wellnessstipps bis zu Mobilität.

Mit den besten kulinarischen und touristischen **tele** TV-Tipps verstärkt **tele** Heft für Heft die Aufmerksamkeit für Ihre Werbebotschaft als klassische Anzeige, PR-Beitrag, Advertorial oder Gewinnspiel mit punktgenauen Themen und aktuellen Highlights des Fernsehprogramms.

SENDUNGEN ZUM THEMA

- **DIET WEGEN DOCS** (Mittwoch / Hörfunk) MO | SWR | 21.00
- **ISS DICH FIT!** (Die Gesundheitswoche) MI | SWR | 21.00
- **WISSEN VOR ACHT - MENSCH** (Wissenschaft / Hörfunk) DO | ARD | 19.45
- **HAUPTSACHE GESUND** (Gesundheit / Hörfunk) DO | MDR | 21.00
- **GOYSSO** (Alkohol - nächsten Samstag) DO | SWR | 22.00

Gesundes Haar

Sie sind mehr als nur ein Schönheitsmerkmal: Gesunde Haare und Nägel. Sie erfüllen auch wichtige Aufgaben wie UV-Schutz oder Schutz vor Kälte.

AKTIV UND GESUND

NAGELPFLEGE

SCHÖNE HÄNDE sind ein Hingucker. Wenn im Nagelstudio allerdings nicht sauber gearbeitet wird, drohen Infektionen und werden verschoben will, sollte zumindest Pausen eingelegt werden. Um richtigen Nagelwachstum zu fördern, sollte auf eine ausreichende Versorgung mit Nährstoffen geachtet werden. Wichtig sind Vitamin C, Biotin, Eisen, Kalzium und Vitamin E. Gegen trockene Nägel und Abplatzen hilft es, regelmäßig Öl oder eine Creme einzumassieren.

WEIGL Lifesysteme

Mein barrierefreies Zuhause

Freiheit auf allen Ebenen

VITMAX® HOMELIFT

Neu, gebraucht oder zu mieten

Gesunder Tipp

TRICOVEL® Haargenau so mag ich mich!

TRICOVEL® versorgt das Haar mit wichtigen Vitaminen, Mineral- und Nährstoffen für mehr Widerstandskraft der Haarwurzel und eine verbesserte Haarstruktur.

AKTIV UND GESUND

Gereizte Augen

Zu den häufigsten Beschwerden am Auge zählen Trockenheit, Rötungen und Entzündungen. Die Ursachen dafür sind vielfältig.

AKTIV UND GESUND

Den Körper entgiften

tele im Gespräch mit Dr. med. univ. Andreas Stock zum Thema Detox-Kur für einen gestärkten Körper.

AKTIV UND GESUND

reingliedert

Die absolute Beste: Einmalig und für immer. Die absolute Beste: Einmalig und für immer.

Gesunder Tipp

Produktinformation
kurzer Text & Packshot
ab € 1.500,-
1/12 Seite

AKTIV UND GESUND

Jetzt auch als Doppel-Packung!

Bepanthen Augentropfen

tele WINN SPIEL

Es ist das No. 1 Produkt für Herren- und Damenrasierer für den täglichen Gebrauch.

AKTIV UND GESUND

KITCHEN IMPOSSIBLE

Heute trifft Tim Mälzer auf Anton Schmaus. Tim darf sich nicht nur bei Anton Schmaus, sondern auch bei den anderen Köchinnen und Köchen zeigen, dass er ein echter Profi ist.

Genusstipp/
Weintipp
Produktinformation
Beschreibung & Packshot
ab € 1.500,-
1/12 Seite

ENTDECKEN UND GENIESSEN

WEINTIPP

GRÜNER VELTLINER SYRPHONIE

12% vol. trocken NO 0,75l € 5,99

ENTDECKEN UND GENIESSEN

REZEPT DER WOCHE

Schmorbraten mit Gemüse

ZUTATEN FÜR CA. 4 PORTIONEN:

ENTDECKEN UND GENIESSEN

REZEPT DER WOCHE

Auflauf nach marokkanischer Art

ZUTATEN FÜR 4 PERSONEN:

ENTDECKEN UND GENIESSEN

Rapsol

100% Rapsöl

ENTDECKEN UND GENIESSEN

„Kochen ist wie die Schweiz“

SENDUNGEN ZUM THEMA GENUSS

ENTDECKEN UND GENIESSEN

„Zeig mir, wie du kochst, und ich sage dir, wer du bist.“

Silvia Schneider

ENTDECKEN UND GENIESSEN

RESCH FRISCH

MEIN GEBÄCK FÜR ZUHAUSE

ENTDECKEN UND GENIESSEN

„Zeig mir, wie du kochst, und ich sage dir, wer du bist.“

Silvia Schneider

Keine Preiserhöhungen!

ONLINE MOBILE

342.833
UNIQUE CLIENTS*

2,3 Mio. VISITS*

10,7 Mio. PAGE IMPRESSIONS*

Keine
Preiserhöhungen!

tele präsentiert: Das volle Programm!

Über 100 TV-Sender und das Programm der größten Video OnDemand-Anbieter auf tele.at oder in den tele-Apps für iOS und Android.

Übersichtlich und schnell.
Kompakt und aktuell.

Mobile Content Ad

Ihre Werbung on Top als Content-Ad auf allen Smart Phones und Tablets.

TKP € 50,-

Universal Ad Package

Die UAP-Standard-Werbeformen Superbanner, Skyscraper und Content Ad zum unschlagbaren Preis.

TKP € 30,-

Zeitleisten

Werbung zum richtigen Zeitpunkt und mitten im Programm!

Werben Sie mitten im Content statt an den gewohnten Werbeplätzen: Ihre Anzeige zur Primetime quer über die Programmlisten oder direkt unter von Ihnen handverlesenen Sendungen.

auf Anfrage

Genre-Targeting

Ihre Werbung bei Ihrer Zielgruppe:

Platzieren Sie Ihre Werbemittel speziell bei Sendungen aus passenden Genres (Krimi, Action, Kinder, Sport, etc.) In Kombination mit TV-Special möglich.

+10%

Sitebar & Understitial Kombi

Ein großformatiges Werbemittel für die optimale Platzausnutzung von Desktops bis Phones

TKP € 45,-



ÜBER
100 TV-SENDER

DIE GRÖSSTEN
STREAMING-ANBIETER
IM ÜBERBLICK

ÜBER 1 MIO
APP-DOWNLOADS

Weitere
Werbeformen
finden Sie im hinteren
Tarif-Teil und
auf media.tele.at

TERMINE 2025

Die Druckfreigabe letzter Korrekturen bei gebuchten Inseraten ist bis 8 Tage (Werktage) vor Erscheinungstermin möglich!

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunter-lagenschluss
01/2025	02.01.25	09.12.24	16.12.24
02/2025	09.01.25	13.12.24	19.12.24
03/2025	16.01.25	20.12.24	07.01.25
04/2025	23.01.25	03.01.25	13.01.25
05/2025	30.01.25	10.01.25	20.01.25
06/2025	06.02.25	17.01.25	27.01.25
07/2025	13.02.25	24.01.25	03.02.25
08/2025	20.02.25	31.01.25	10.02.25
09/2025	27.02.25	07.02.25	17.02.25
10/2025	06.03.25	14.02.25	24.02.25
11/2025	13.03.25	21.02.25	03.03.25
12/2025	20.03.25	28.02.25	10.03.25
13/2025	27.03.25	07.03.25	17.03.25
14/2025	03.04.25	14.03.25	24.03.25
15/2025	10.04.25	21.03.25	31.03.25
16/2025	17.04.25	28.03.25	07.04.25
17/2025	24.04.25	02.04.25	11.04.25
18/2025	30.04.25	08.04.25	18.04.25
19/2025	08.05.25	15.04.25	28.04.25
20/2025	15.05.25	25.04.25	05.05.25
21/2025	22.05.25	02.05.25	12.05.25
22/2025	28.05.25	08.05.25	19.05.25
23/2025	05.06.25	15.05.25	26.05.25
24/2025	12.06.25	21.05.25	02.06.25
25/2025	18.06.25	27.05.25	06.06.25
26/2025	26.06.25	05.06.25	16.06.25

Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunter-lagenschluss
27/2025	03.07.25	12.06.25	23.06.25
28/2025	10.07.25	20.06.25	30.06.25
29/2025	17.07.25	27.06.25	07.07.25
30/2025	24.07.25	04.07.25	14.07.25
31/2025	31.07.25	11.07.25	21.07.25
32/2025	07.08.25	18.07.25	28.07.25
33/2025	14.08.25	25.07.25	04.08.25
34/2025	21.08.25	31.07.25	11.08.25
35/2025	28.08.25	07.08.25	18.08.25
36/2025	04.09.25	14.08.25	25.08.25
37/2025	11.09.25	22.08.25	01.09.25
38/2025	18.09.25	29.08.25	08.09.25
39/2025	25.09.25	05.09.25	15.09.25
40/2025	02.10.25	12.09.25	22.09.25
41/2025	09.10.25	18.09.25	29.09.25
42/2025	16.10.25	25.09.25	06.10.25
43/2025	23.10.25	02.10.25	13.10.25
44/2025	30.10.25	10.10.25	20.10.25
45/2025	06.11.25	17.10.25	27.10.25
46/2025	13.11.25	24.10.25	03.11.25
47/2025	20.11.25	31.10.25	10.11.25
48/2025	27.11.25	07.11.25	17.11.25
49/2025	04.12.25	14.11.25	24.11.25
50/2025	11.12.25	20.11.25	01.12.25
51/2025	18.12.25	27.11.25	09.12.25
52/2025	24.12.25	02.12.25	12.12.25

FORMATE/TARIFE 2025

Keine Preiserhöhungen!

Format	Platzierung	Abfallend (BxH in mm) Maße ohne Anschnitt	Satzspiegel (BxH in mm)	Preis €
1/1 Seite		192x250	182x240	36.000,-
1/2 Seite hoch 1/2 Seite quer	red. Seiten	94x250 192x124	89x240 182x119	18.000,-
1/3 Seite hoch 1/3 Seite quer	red. Seiten	65x250 192x83	60x240 182x78	12.000,-
2/3 Seite hoch	red. Seiten	123x250	118x240	24.000,-
3/4 Seite hoch 3/4 Seite quer	red. Seiten	142x250 192x189	137x240 -	27.000,-
1/4 Seite Kasten 1/4 Seite quer	red. Seiten	- 192x63	89x119 182x58	9.000,-
1/6 Seite Kasten	red. Seiten		89x80	6.000,-
1/6 Seite hoch Sonderformat bei TV-Tipps			45 x 157	5.660,- +20% PZ +10% SFZ
1/6 Seite quer	red. Seiten	192x42	182x37	5.660,-
Tipp-Leiste		384 x 34		9.790,-*
1/8 Seite Kasten	red. Seiten		89x58	4.500,-
1/12 Seite	red. Seiten			3.000,-
1/16 Seite	red. Seiten		55x49	2.250,-
Rätsel			60x50	3.750,-
U1-Cover Corner	Cover Dreieck rechts unten	78x78		7.250,-
U1-Cover Kästchen	Cover links unten		35x52	4.460,-
U1-Cover Leiste	Cover unten	192x50		18.125,-
U1-Werbecover		192x250		68.000,-

* +20% Platzierungszuschlag

SONDERWERBEFORMEN

MEGASEITEN:

Mitgedruckt auf tele-Papier – Überstand oben 15 mm	
12 Seiten	nur € 99.000,-
16 Seiten	nur € 117.000,-
20 Seiten	nur € 135.000,-
24 Seiten	nur € 153.000,-

DRUCKSTRECKE

Mitgedruckt auf tele-Papier inkl. Coverbutton	
8 Seiten	nur € 67.000,-
12 Seiten	nur € 83.000,-
16 Seiten	nur € 99.000,-
20 Seiten	nur € 115.000,-
24 Seiten	nur € 131.000,-

BEIHEFTER:

bis 20 g	€ 56,- / 1.000 Stk.
bis 40 g	€ 67,- / 1.000 Stk.
über 40 g	auf Anfrage.

Teilbelegung (10% Zuschlag) erst ab 500.000-Exemplaren möglich. Bei allen angelieferten Drucksorten müssen 1,5 % Zuschuss dazu gerechnet werden.

UMSCHLAG 4-SEITIG (AUF TELE-PAPIER):

384 x 250 mm (offen)	€ 87.000,-
----------------------	------------

TIPP-ON-CARD (mit 1/1, 1/2 oder ohne Trägerinserat):

AG, 148 x 105 mm.
Weitere Formate auf Anfrage.

Postkarte mit Trägerinserat (zzgl. Inserat)	€ 43,- / 1.000 Stk.
Postkarte ohne Trägerinserat	€ 52,- / 1.000 Stk.

Teilbelegung (10% Zuschlag) erst ab 500.000 Exemplaren möglich. Bei allen angelieferten Drucksorten müssen 1,5 % Zuschuss dazu gerechnet werden.

POSTKARTEN-DURCHHEFTER:

Formate und Preise auf Anfrage
Das ideale Promotion-Tool für Ihren Bestell-Direktversand in einer Auflage von 759.624 Stück (Teilaufgabe ab 500.000 Stk. möglich)! Zwei Blätter durch Mittelaufschlag geheftet oder vagabundierend, gerne übernehmen wir auch die Produktion Ihrer Postkarten (Preis auf Anfrage).

Bei allen angelieferten Drucksorten müssen 1,5 % Zuschuss dazu gerechnet werden.

Diese Preisliste 2025 ersetzt alle vorherigen und gilt ab der Ausgabe 1/2025. Alle Angaben und Preise vorbehaltlich Druck- und Satzfehlern.



RABATTSTAFFEL

Frequenz	Rabatt
2 Schaltungen	5%
4 Schaltungen	10%
5 Schaltungen	20%
10 Schaltungen	25%
15 Schaltungen	27%
20 Schaltungen	30%

Gilt für alle Formate (auch verschiedene) für alle Buchungen, ausgenommen: Platzierungen am Cover und auf der U4, sowie Sonderwerbformen wie Register, Beihefter, Promotions, Tipp-On-Cards, Druckstrecke, Megaseiten, Kupons, Postkarten und Coversticker. Rabatte gültig für Erscheinungstermine im Kalenderjahr 2025.

Zuschläge: Platzierungszuschläge für U4, 1/12 und 1/6 bei TV-Tipps sowie für ausgewählte Sonderplatzierungen im Heftinneren: + 20%. U2, Sonderformate/Formatsprengung +10%.

Farbanzeigen: Keine Preisunterschiede für SW- und Farbanzeigen.

Storno: Bestätigte Buchungen für U1-U4-Platzierungen sind nicht stornierbar, ebenso alle Sonderwerbformen. Bei einem Storno wird die Buchung fakturiert und fällig.

Erscheinungsweise: tele erscheint wöchentlich.

Zahlungsbedingungen: Alle Preise zzgl. 5% Werbeabgabe und 20% MwSt. 14 Tage ab Rechnungsdatum 2% Skonto, 30 Tage netto.



DRUCKUNTERLAGEN

E-Mail: anzeigen@tele.at
Tel: +43/1/605 90-19

FTP-Server:
Server: public.ftp.tele.at
Benutzer: ftp-tele
Passwort: Up-Load

Digitale Unterlagen: Tiefdruck
Eine Einstellungsdatei kann für die PDF-Erstellung mit InDesign und Illustrator vom FTP-Server heruntergeladen werden.

Druckunterlagen in PDF/X-4, PDF 1.4. Alle verwendeten Schriften müssen im Dokument eingebettet sein, Bilder und Grafiken in CMYK als TIFF, EPS oder AI mit einer Auflösung von 305 dpi (120 l/cm). Dem Dokument muss ein Tiefdruck-Proof beigelegt werden, um optimale Druckqualität gewährleisten zu können.

Alle genauen technischen Informationen finden Sie auf media.tele.at > Buchung und Technik
Farbprofil: PSR_SC_STD_V2_PT.icc (Download auf media.tele.at oder am FTP Server)

Beschnittzugabe: 3 mm. Anschnittgefährdete Elemente müssen 5 mm von allen Beschnittändern weg platziert werden.

Mindestschriftgröße: 5 Punkt, 6 Punkt bei Negativschriften
Doppelseiten: Schrift über Bund 2 mm rechts und links auseinanderverschieben. Doppelseiten Sujets und über Bund gehende Sujets müssen als Einzelseiten angeliefert werden.

ONLINE

Online schon probiert?

Neben den Standardformaten bieten wir Ihnen maßgeschneiderte Sonderplatzierungen:

	Format Format (BxH): Angabe in Pixel	Preis €
	Super Banner Skyscraper Contend Ad 728 x 90 160 x 600 300 x 250	TKP RoS 30,-
	Sitebar Halfpage dynamisch 1:2 300 x 600	TKP RoS 45,-
	Inpage Video-Ad auf Anfrage	auf Anfrage
	Billboard 970 x 250	TKP RoS 45,-
	Sitebranding auf Anfrage	TKP 110,-
	Zeitleisten klein 140 x 40 groß 770 x 100	TKP* RoS 15,- TKP* RoS 35,-

SONDERPLATZIERUNGEN

	Advertorial auf Anfrage	TKP 50,-
	Advertorial mit Gewinnspiel (Inserent stellt Preise zur Verfügung) auf Anfrage	300,-
	Genretargeting auf Sendungsdetailseiten auf Anfrage HTML5	auf Anfrage

Exklusivplatzierung auf der Startseite: +10%
Weitere Sonderplatzierungen auf media.tele.at

Alle Werbemittel sind möglich als .gif, .jpg oder HTML5. Genaue technische Spezifikationen finden Sie auf media.tele.at. Wir halten uns dabei an die IAB-Standards. tele.at ist Mitglied der ÖWA und der ÖWA-Plus.

MOBILE

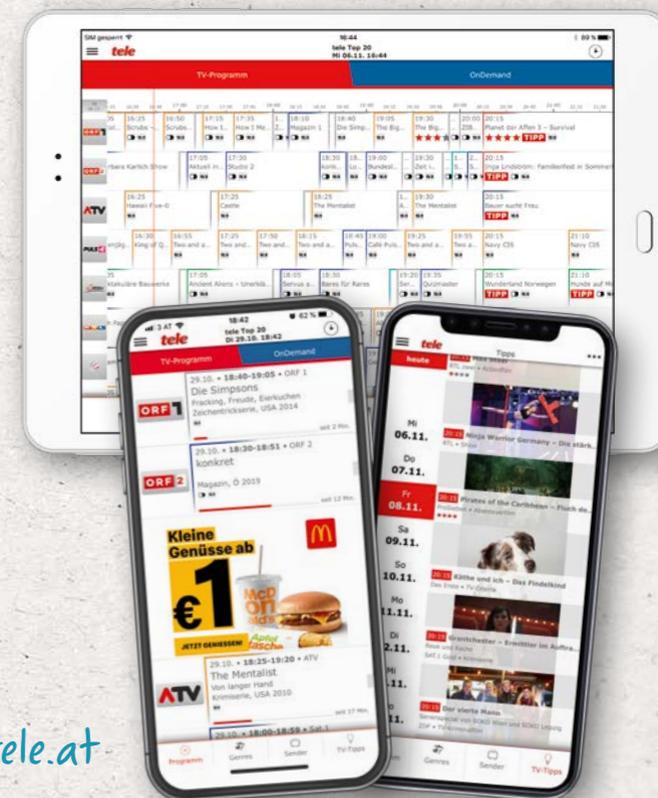
tele auch für unterwegs: Wir bieten **native Apps** für iPad, iPhone und Android sowie **tele.at** optimiert für alle internetfähigen Devices.

	Format Format (BxH): Angabe in Pixel	Preis €
Bannerwerbung	MMA-Banner Medium Rectangle	TKP RoS 30,- TKP RoS 50,-
Understitial	dynamisch 1:2	TKP RoS 45,-

BANNER & SONDERFORMATE

Ihre Werbung on Top:

Ihre Werbung auf allen Smartphones und Tablets. Sie haben Sonderwünsche und innovative Ideen? Wir setzen sie um. Kontaktieren Sie uns.



KONTAKT

ÖSTERREICH:



Mag. Hans Metzger
Geschäftsführung
+43/1/605 90-11
hans.metzger@tele.at



Edith Truntschnig
Key Account Management
AKTIV & GESUND, TIERE, GENUSS
+43/664/383 06 29
edith.truntschnig@tele.at



Mag. Michael Neureitter
Key Account Management
ZUHAUSE, AUTO
+43/676/740 36 10
michael.neureitter@tele.at



Andrea Lehner
Key Account Management
AKTIV & GESUND, MODE, REISE, GENUSS
+43/676/54 54 179
andrea.lehner@tele.at



Silvia Ernst
Sales Support
+43/1/605 90-18
silvia.ernst@tele.at



Ingrid Hofmeister
Anzeigenverwaltung
+43/1/605 90-19
ingrid.hofmeister@tele.at

DEUTSCHLAND:

Martina Nadolny
Handels- und Medienvertretung
nadolny@mn-medien.de
+49/4123/93 69 367
Nielsen 1, 3a, 3b, 4, 5, 6, 7

Andreas Paßmann
Paßmann MedienPartner GmbH
andreas.passmann@medienpartner.net
+49/211/54 21 81-12
Nielsen 2, Niederlande

ONLINE | MOBILE:



Martin Haiden-Klee
ONLINE/MOBILE
+43/1/605 90-16
martin.haiden-klee@tele.at

Vermarkter Mobile:

YOC Central Eastern Europe GmbH
Neubaugasse 10/217, 1070 Wien
T: +43/1/522 5006 -0
kampagnen@yoc.at
www.yoc.com

Vermarkter Desktop:

COPE Content Performance Group GmbH
Hainburger Straße 33, 1030 Wien
T: +43 1 601 17-0
hello@copegroup.com
www.copegroup.com

ALLE INFOS
FINDEN SIE AUF
MEDIA.TELE.AT

tele Zeitschriftenverlags GmbH & Co KG
Lothringerstraße 14 · A-1030 Wien
Tel. +43/1/605 90-0 · office@tele.at
www.tele.at · media.tele.at

Druckerei:

Burda Druck Nürnberg GmbH & Co. KG
Mainstraße 20, 90451 Nürnberg
Tel. +49 911 5396-0
info@burda-druck.de
www.burda-druck.de



Alle tele-Logos © tele Zeitschriftenverlags GmbH & Co KG; Bilder: freepik.com, Gettyimages.de



ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

- Zum Verkauf von Anzeigen, Sonderwerbformen und elektronischen Werbeformen** für tele und tele.at sind ausschließlich die tele-Zeitschriftenverlagsges.m.b.H. & Co. KG und die tele Multimedia GmbH berechtigt.
- Maßgeblich für den Auftrag** sind die allgemeinen Geschäftsbedingungen, die jeweils gültige Anzeigenpreisliste und die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlags.
- Der Verlag** behält sich vor, Aufträge nach freiem Ermessen abzulehnen. Dies gilt auch für einzelne Anzeigen, die Gegenstand eines einheitlichen Auftrages sind. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
- Zusatzvereinbarungen** zu unseren Geschäftsbedingungen sind nur dann verbindlich, wenn sie schriftlich getroffen wurden.
- Die in der Anzeigenpreisliste** bezeichneten Rabatte werden nur für die innerhalb eines Kalenderjahres tatsächlich erscheinenden Anzeigen gewährt.
- Der Anspruch auf Rabatt** besteht nur dann, wenn eine schriftliche Schlussmeldung für den Jahresumsatz spätestens mit der ersten Einschaltung vorliegt. Rückwirkende Schlussmeldungen können nicht anerkannt werden. Rabattjahr ist das Kalenderjahr. Ein Anspruch auf Rabatt entfällt jedoch, wenn der Auftraggeber in Zahlungsverzug kommt – und zwar auch dann, wenn dieser Verzug einen anderen Auftrag betrifft – oder wenn über ihn das Insolvenzverfahren eröffnet oder dessen Einleitung beantragt wird.
- Die Rabatte** können auf Wunsch und mit Einwilligung des Verlages sofort bei Rechnungslegung berücksichtigt oder nach Ablauf des Rabattjahres gutgeschrieben werden. Eine Änderung dieser Verrechnungsart behält sich der Verlag jederzeit vor.
- Rabatt-Endabrechnungen** sind schriftlich spätestens drei Monate nach Ablauf des Rabattjahres zu legen.
- Bei zu hoher Rabattgewährung** erfolgt nach Ablauf des Rabattjahres eine Nachfakturierung innerhalb von 60 Tagen, wobei für den fehlenden Betrag Zinsen in der Höhe der gesetzlichen Verzugszinsen verrechnet werden.
- Die Aufnahme von Anzeigen** in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen kann nicht gewährleistet werden. Überhaupt bleibt es dem Verlag vorbehalten, von der Durchführung auch bereits angenommener Aufträge aus technischen oder anderen Gründen ohne jede Ersatzansprüche des Auftraggebers zurückzutreten.
- Storno von schriftlichen Aufträgen** für Anzeigen auf der vierten Umschlagseite und von Covercornern, sowie von Sonderwerbformen sind nicht möglich. Die Stornierung von sonstigen Anzeigenaufträgen nur unter folgenden Bedingungen:
 - Auftragsstornierungen müssen schriftlich und 4 Wochen vor Erscheinungstermin erfolgen ansonsten wird dem Auftraggeber der volle Anzeigenpreis in Rechnung gestellt. Tele übernimmt keine Haftung für die Durchführung der begehrten Stornierung. Die Schad- und Klaglos-haltungsverpflichtung des Auftraggebers gem. Punkt 29 der allgemeinen Geschäftsbedingungen bleibt auch für stornierte Anzeigenaufträge aufrecht.
- Dem Auftraggeber** obliegt die rechtzeitige Beistellung der Druckunterlagen. Die Verwendung der Druckunterlagen erfolgt ohne Gewähr unter Beachtung der üblichen Sorgfalt. Die Druckunterlagen sind zu den entsprechenden Terminen frei Haus zu liefern. Bei verspäteter Anlieferung der Druckunterlagen werden die dem Verlag dadurch entstehenden Mehrkosten dem Auftraggeber verrechnet. Wenn bis zum Zeitpunkt der Druckfreigabe keine Mitteilung vom Kunden erfolgt gelten die Druckunterlagen als freigegeben.
- Die Pflicht zur Aufbewahrung** von Druckunterlagen erlischt drei Monate nach Erscheinen der Anzeige.
- Sind etwaige Mängel** bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.
- Bei nicht schriftlich veranlassten Änderungen** und Abbestellungen trägt der Auftraggeber das Risiko eines eventuellen – wodurch auch immer verursachten – Missverständnisses. Er hat daher keine Ersatzansprüche, wenn ein so erteilter Auftrag nicht ordnungsgemäß ausgeführt wird.
- Eine Haftung für Schäden**, die durch Nichterscheinen eines Inserates in einer bestimmten Ausgabe oder durch Druck- bzw. Satzfehler entstehen, ist ausgeschlossen.
- Geringe Farbabweichungen** sind drucktechnisch bedingt und unvermeidbar. Liegt die Druckqualität der beauftragten Anzeigen außerhalb der Toleranzgrenze, so kann der Verlag Ersatzanzeigen in jenem Medium schalten, das die mangelnde Druckqualität zu vertreten hat. Für Druckunterlagen (Filme, digitale Daten), die nicht vom Verlag produziert werden, besteht keine Reklamationsmöglichkeit. Nachträgliche Änderungen an Film oder an Vorlagen werden gesondert in Rechnung gestellt.
- Probearbeiten** werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Sendet der Auftraggeber den ihm übermittelten Probeabzug nicht rechtzeitig zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
- Beanstandungen** sind innerhalb von acht Tagen nach Erscheinen der Anzeige schriftlich zu melden.
- Der Verlag** behält sich vor, Vorauszahlungen zu verlangen.
- Falls der Auftraggeber** nicht Vorauszahlung leistet, ist die Rechnung innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen.
- Der Verlag** ist berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses, das Erscheinen weiterer Anzeigen von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
- Im Falle des Zahlungsverzuges** werden Verzugszinsen in Höhe von 8% plus dem jeweiligen Basiszinssatz der Österreichischen Nationalbank gem. § 1333 Abs. 2 ABGB verrechnet. Weiters werden aus dem Titel des Zahlungsverzuges die Satz- und Inkassospesen gem. § 1333 Abs. 3 ABGB geltend gemacht. Der Verlag kann die Ausführung des Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen. Der Verlag ist auch nicht verpflichtet, bereits angenommene Aufträge auszuführen, wenn der Auftraggeber mit der Bezahlung eines anderen Auftrages in Zahlungsverzug ist.
- Bei Änderung** der Anzeigenpreisliste gelten die Bedingungen (Preise, Rabatte, Zahlungsbedingungen, Anzeigenschlusstermine etc.) der neuen Preisliste auch für bereits angenommene Aufträge.
- Rechnungsreklamationen** werden nur innerhalb von 14 Tagen ab Ausstellungsdatum der Rechnung anerkannt. Die Reklamation muss schriftlich erfolgen.
- Kann infolge einer Betriebsstörung** oder sonst durch Fälle höherer Gewalt nicht die gesamte (Kalkulations-) Auflage hergestellt werden, so gebührt dem Verlag der volle Anzeigenpreis, wenn mehr als 75% der Auflage gedruckt und beigelegt worden sind. Bei einem geringeren Prozentsatz gebührt dem Verlag ein diesem Prozentsatz entsprechender Teil des Anzeigenpreises.
- Der eventuelle Verzicht** auf die Grundfarbe Schwarz bei der Anlage von Anzeigen ist ohne Einfluss auf die Berechnung.
- Für Schäden**, die dem Auftraggeber durch fehlerhafte Datenübertragung, zwischen wem auch immer, entstanden sind, haftet der Verlag nur, wenn er diesen Fehler grob schuldhaft verursacht hat. Schadenersatzansprüche jeder Art gelten betragsmäßig insgesamt jedenfalls mit der Höhe des Rechnungsbetrages als beschränkt.
- Der Auftraggeber** ist alleine für den Inhalt und die Gestaltung der Anzeige verantwortlich. Er haftet dem Verlag dafür, dass die Anzeige allen gesetzlichen Bestimmungen entspricht, insbesondere auch den Bestimmungen des Ehrenschutz-, Medienstraf-, Urheber- und Wettbewerbsrechtes. Der Auftraggeber erklärt, sich auch in Kenntnis der für Printmedien geltenden Sonderbestimmungen des § 9a UWG zu befinden. Er verpflichtet sich, den Verlag für den Fall, dass dieser aufgrund der Veröffentlichung der Anzeige von wem auch immer und aus welchem Rechtsgrund auch immer, in Anspruch genommen wird, vollinhaltlich klag- und schadlos zu halten. Diese Klag- und Schadloshaltung beinhaltet auch die Verpflichtung zum Ersatz von Kosten anwaltlicher Vertretung bei der Verteidigung gegen geltend gemachte Ansprüche und die Verpflichtung zur Begleichung der Kosten für Urteilsveröffentlichungen, Widerrufe, Gegendarstellungen, nachträgliche Mitteilungen udgl. nach dem jeweils gültigen Anzeigentarif.
- Sollte der Auftraggeber** des Inserats im Falle des Anbots gewerblicher Dienstleistungen der gesetzlichen Verpflichtung zur Kennzeichnung seines Unternehmens im Inserat selbst nicht nachkommen, behält sich der Verlag vor, bei begründetem Verdacht eines Gesetzesverstoßes den Namen und die Anschrift des Auftraggebers auf Anfrage dem Schutzverband gegen unlauteren Wettbewerb sowie den klagebefugten Einrichtungen mitzuteilen.
- Der Auftraggeber garantiert**, dass er sich mit allen für die von ihm beauftragte Veröffentlichung relevanten Rechtsvorschriften vertraut gemacht hat und die beauftragte Veröffentlichung keine dieser Bestimmungen verletzt, insbesondere garantiert der Auftraggeber, dass er sowohl über die für Printausgabenveröffentlichung als auch über die für dauerhafte (unbefristete) digitale Zugänglichmachung (einschließlich ePaper- und digitalen Archiven) erforderlichen Rechte verfügt. Der Auftraggeber verpflichtet sich, den Verlag sowie dessen Leute hinsichtlich aller Ansprüche, die aus einer von ihm beauftragten Veröffentlichung resultieren, und hinsichtlich jeglicher diesbezüglicher zivil-, straf- oder verwaltungsstrafrechtlicher Inanspruchnahme des Verlags oder seiner Leute vollständig schad- und klaglos zu halten sowie für die entstandenen Nachteile volle Genugtuung zu leisten.
- Erfüllungsort** und ausschließlicher Gerichtsstand ist Wien.
- Die Unwirksamkeit** einzelner Bestimmungen dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen beeinträchtigt die Wirksamkeit und Verbindlichkeit der übrigen Bestimmungen nicht. Die unwirksame Bestimmung ist durch eine wirksame zu ersetzen, die ihr dem Sinn und Zweck nach am nächsten kommt.
- Im Übrigen** gelten die allg. Geschäftsbedingungen für das Anzeigenwesen subsidiär.

Geschäftsbedingungen Online, Mobile auf <https://media.tele.at/agb>



Diese Broschüre wurde – dem Klima zuliebe – aus 100 % Altpapier hergestellt.

