

ASSETS

€ 10

SPEZIAL: NACHHALTIGE IDEEN FÜR ANSPRUCHSVOLLE

MEDIA
DATEN

2025

2morrow

DAS UNTERNEHMEN ZUKUNFT * DIE SIEGER VON MORGEN *
MODERNSTE MEDIZINTECHNIK * DIE MUST-HAVES FÜR SPORT-
BEGEISTERTE * MOBILITÄT VON MORGEN * REISEHOTSPOTS

DIE ZUKUNFT GESTALTEN



Drei der vergangenen fünf Jahre zählen zu den wärmsten der Messgeschichte, die immerhin bis 1768 zurück reicht. Eine verheerende Entwicklung, die zu immer radikaleren Protesten führt. Junge Menschen kleben sich an Straßen fest und überschütten Kunstwerke mit Suppen und Breis. Ihre Forderung: Die Gesellschaft soll sich in Verzicht üben. Nur dann könne der endgültige Klimakollaps in letzter Minute verhindert werden. Aber: Die Geschichte der Menschheit zeigt, dass Verzicht noch nie funktioniert hat. Was es vielmehr braucht, sind neue Technologien. Und bewussten Konsum. Tatsächlich demonstrieren immer mehr Endverbraucher mit überlegten Einkaufsentscheidungen ihren Mut zum Aufbruch in eine nachhaltige Zukunft. Auch die Finanzwirtschaft hat längst reagiert: Milliarden an Investoren-Gelder fließen in grün zertifizierte Veranlagungen, gesetzliche Regelungen wie die EU-Taxonomie lenken Fondsvermögen gezielt in die Förderung nachhaltiger Technologien. Die Folge: Eine neue Zeit voller Chancen für Unternehmer. Wer neue Technologien nutzt, um Produkte für eine emissionsfreie Zukunft zu kreieren, erobert Börsen und Märkte.

2morrow ist das erste Wirtschafts-Magazin für anspruchsvolle Menschen, die ohne Komfortverzicht nachhaltiger leben wollen. Es richtet sich ausschließlich an Entscheidungsträger der Wirtschaft und erfolgreiche Freiberufler mit hohem Einkommen – sogenannte High Networth Individuals.

2morrow predigt keinen Konsumverzicht – sondern zeigt nachhaltige Alternativen auf, die den modernen Alltag mit Sinn, Witz und Innovation bereichern. Es ist das erste „grüne Lifestyle-Magazin“ für eine umweltbewusste Elite, die sich nachhaltige Produkte und Dienstleistungen auch leisten kann.

DIE REDAKTION

WAS IST 2morrow?



2morrow zeigt, welche Produkte, Dienstleistungen, Innovationen, Prozesse und Ideen das Zeug zum Bestseller in einer grünen Zukunft haben – und wer sie herstellt. Es ist damit das erste grüne Wirtschafts- und Lifestyle-Magazin“ für eine erwachsene und erfolgsorientierte Zielgruppe. Nur was in dieser sozialen Schicht überzeugt, gilt als sozial erstrebenswert – und wird zum heiß begehrten Bestseller. *

4 Editorial

8 Facts & Figures
Es gibt nicht zwei Hochzeiten. Eine muss aber mit dem Thema der grünen Zukunft sein. Über die die Lebenserwartung der Menschheit nach der Corona-Pandemie steigt. Bereitschaft haben viele die Arbeitsplatzsituation am liebsten "bleiben" und sich verändern.

12 "Zukunftsmacher inspirieren"
Technische Meister wie die Flugzeughersteller, die die Flugzeuge entwickeln und bauen. Die Piloten sind die "Zukunftsmacher".

18 Schiller-Wald
Der Schiller-Wald in Berlin ist ein Naturerlebnis. Die Naturerlebnisse sind ein Teil der Naturerlebnisse. Die Naturerlebnisse sind ein Teil der Naturerlebnisse.

20 Raus Holz wird Pflicht
Wie der Holzeinsatz in der Holzindustrie. Die Holzindustrie ist ein wichtiger Teil der Holzindustrie. Die Holzindustrie ist ein wichtiger Teil der Holzindustrie.

24 Klimaschutz-Energie
Die Energie ist ein wichtiger Teil der Energie. Die Energie ist ein wichtiger Teil der Energie. Die Energie ist ein wichtiger Teil der Energie.

26 Natürlich erleuchtet
Aber nicht nur die Natur. Die Natur ist ein wichtiger Teil der Natur. Die Natur ist ein wichtiger Teil der Natur. Die Natur ist ein wichtiger Teil der Natur.

28 Die Lebensmittel-Fabrik
Die Lebensmittel-Fabrik ist ein wichtiger Teil der Lebensmittel-Fabrik. Die Lebensmittel-Fabrik ist ein wichtiger Teil der Lebensmittel-Fabrik.

32 Die erfundene Stadt
Die erfundene Stadt ist ein wichtiger Teil der erfundenen Stadt. Die erfundene Stadt ist ein wichtiger Teil der erfundenen Stadt.

36 Das zweite Leben
Das zweite Leben ist ein wichtiger Teil des zweiten Lebens. Das zweite Leben ist ein wichtiger Teil des zweiten Lebens.

42 Goldenes Wissen
Das Goldene Wissen ist ein wichtiger Teil des goldenen Wissens. Das Goldene Wissen ist ein wichtiger Teil des goldenen Wissens.

44 Relative Eigentümer
Relative Eigentümer sind ein wichtiger Teil der relativen Eigentümer. Relative Eigentümer sind ein wichtiger Teil der relativen Eigentümer.

50 Luftschiff ohne
Luftschiff ohne... (Text partially obscured)

54 Wo man Zukunft lebt
Wo man Zukunft lebt... (Text partially obscured)

58 Die soziale Stadt
Die soziale Stadt... (Text partially obscured)

62 Wachstums-Philosophie
Wachstums-Philosophie... (Text partially obscured)

64 Die Super-Minis
Die Super-Minis... (Text partially obscured)

65 Wunder-Pilze
Wunder-Pilze... (Text partially obscured)

66 Innovation
Innovation... (Text partially obscured)

IMPRESSUM
Verantwortlich für den Inhalt: ... (Text partially obscured)

VERBAUTE ZUKUNFT
Was die Zentrenstädte im Land. Was an der Zentrenstädte im Land. Was an der Zentrenstädte im Land.

WÄRME-NETZ
Das Netzwerk von Wärme-Netzen. Das Netzwerk von Wärme-Netzen. Das Netzwerk von Wärme-Netzen.

WER BRAUCHT 2morrow?



2morrow zeigt erfolgsorientierten Lesern, wie ein Leben mit höchsten Ansprüchen gelingt, ohne Umwelt und Ressourcen zu belasten. Das Magazin ist Ideengeber – und Bühne für all jene, die selbst erzählen wollen, wie sie beruflichen Erfolg mit nachhaltigem Anspruch verbinden. Werbetreibenden Unternehmen bietet **2morrow** die Chance, das nachhaltige Produktversprechen einer interessierten, kaufkräftigen Community zu erklären. *

A-Fuels statt E-Fuels
MIT DER KRAFT DER SONNE
Das Vorarlberger Technologieunternehmen Obrist hat eine radikale Idee, um das Autofahren klimapositiv zu machen.

Energiewende
"WINDRÄDER SIND UNSERE FREIHEITSSYMBOL"
Stephan Sharma, CEO der Burgenland Energie AG, über grüne Technologie und Erwartungen seiner Kinder.

WAS BRINGT 2morrow?



2morrow zeigt, wie zukunftsorientierte Unternehmen ihre Geschäftsmodelle nachhaltig umbauen, versteht sich als Forum für neue Ideen, Tipps und Anregungen für ein gesünderes, grüneres, anspruchsvolleres und insgesamt erfolgreicherer Leben. Vorgestellt werden grüne Innovationen ebenso wie nachhaltige Ideen längst etablierter Unternehmen. Dazu gibt es Tests und Berichte über umweltverträgliche Produkte und Dienstleistungen rund um Wohnen, Energie, Reisen, Geld und Finanzen, Schmuck, Mobilität, Ernährung, Sport, Mode, Freizeit und Technik. In ausführlichen Interviews kommen Top-Köche, Designer, Techniker etc. ebenso zu Wort, wie Manager und Unternehmer, die über ihren Weg zum nachhaltigen Geschäftsmodell erzählen. *

Zukunft schaffen
Aufstiegs-hilfe
Wie verschafft man Jugendlichen aus prekären Verhältnissen gute Zukunftsaussichten? Indem man ihnen einen Mentor zur Seite stellt, der sie durch die Ausbildungszeit, merkt das Sozialunternehmen Sindbad.

Thematisch veranlagen
Zukunft investierbar machen
An der Börse wird die Zukunft gehandelt. Wo besteht also Potenzial für strukturelle Verbindungen? Wer in Megatrends oder spezielle Zukunftsthemen investieren will, bedient sich dabei oft sogennanten Themen-ETFs. Ein Spezialist dafür ist Rize ETF.



AM ERFOLG NAGEN

Die drei größten Bäume der Welt sind die Bambusarten. Sie sind die einzigen Pflanzen, die sich durch vegetative Vermehrung fortpflanzen können. Das macht sie zu einer der erfolgreichsten Arten der Welt. Die Bambusarten sind die einzigen Pflanzen, die sich durch vegetative Vermehrung fortpflanzen können. Das macht sie zu einer der erfolgreichsten Arten der Welt.



JAHRESGEWINN

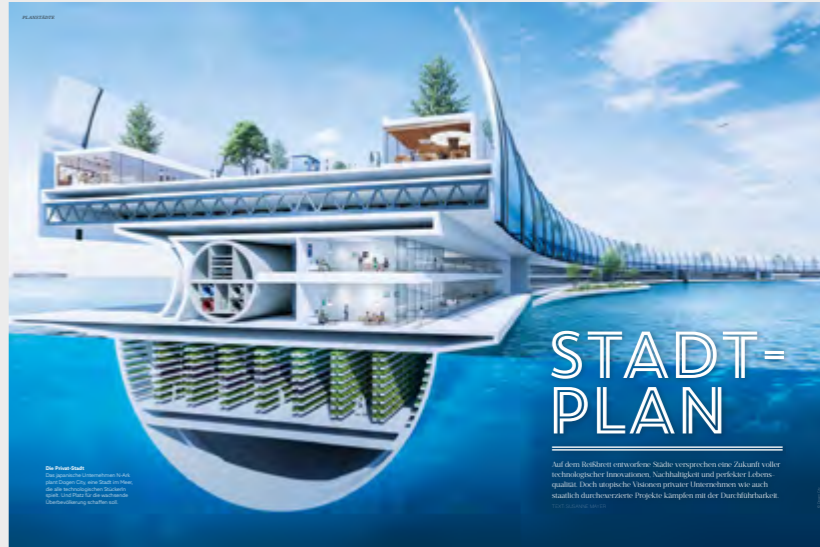
Durch Gewinn ist der weltweite Durchbruch der Bambusarten gelungen. Erstmals erreicht mit dem Bambus die Welt der Bambusarten. Durch Gewinn ist der weltweite Durchbruch der Bambusarten gelungen. Erstmals erreicht mit dem Bambus die Welt der Bambusarten.

Der Schilder-Wald

Ein kleines Könnert Unternehmen punktet mit einer großen Innovation: IFEK produziert 'Verleimtes aus Bambus' - und spart damit viele Tonnen CO₂ ein.




Bambus statt Aluminium
Die IFEK hat sich vorgenommen, ihren CO₂-Fußabdruck zu reduzieren. Durch die Verwendung von Bambus anstelle von Aluminium wird der CO₂-Ausstoß um bis zu 90% gespart.



STADT=PLAN

Auf dem Reißbrett entstehen Städte, die nicht nur ökologisch, sondern auch sozial und wirtschaftlich nachhaltig sind. Die Stadtplanung der Zukunft wird die Bedürfnisse der Bürger in den Mittelpunkt stellen.

MEINUNGSKLIMA

Die sozialen Medien haben die Welt verändert. Sie ermöglichen es, sich mit Millionen von Menschen zu verbinden. Die Meinungsbildung wird dadurch demokratischer und transparenter.



TIERISCH HEISS

Europa kauft die Vorliebe: 127 Millionen Katzen und 114 Millionen Hunde leben in europäischen Haushalten. Die Tierhaltung wird immer wichtiger für die Lebensqualität der Menschen.



Häuser-Wald

DIE NATUR DER NEUEN ARCHITEKTUR

Wie ein kleiner Zimmerbetrieb zu einem international gefragten Unternehmen wird, zeigt der Holzbauperte Wiehag vor.



Geldene Werte

Schmelzen statt Schürfen

Eisenmetalle sind heißer begehrt als je zuvor. Doch ihr Abbau schädigt oft Umwelt und Gesellschaft. Deshalb hat OGLISSI einen anderen Weg eingeschlagen und setzt auf Mining.




Künstliche Intelligenz

WAS NÜTZT UNS EIN STOCHASTISCHER PAPAGEI?

Zukunftsforscher Matthias Horx über das Neuverhalten der Zukunft in einer vernetzten Welt.

Wohnmaschine

DIE FABRIK FÜR LEBENSRAUM

Gropys erfindet den Wohnbau neu. Die Module für Mehrfamilienhäuser werden in einer Smart Factory von Roboterhand gefertigt.



Urlaub mit Mehrwert

Die Zukunft beginnt gestern

Der Tourismus von morgen setzt auf das nachhaltige Gesamterlebnis statt auf spektakuläre Superlativ. Der Stanglwirt macht das schon heute und zahlt damit zu den bestausgestatteten Häusern der Welt.



Neuer mit Kultur

Die Kultur ist ein wichtiger Bestandteil der Identität eines Landes. Durch innovative Projekte wird die Kultur lebendiger und attraktiver.



BEISPIELE FÜR EINZELSEITEN

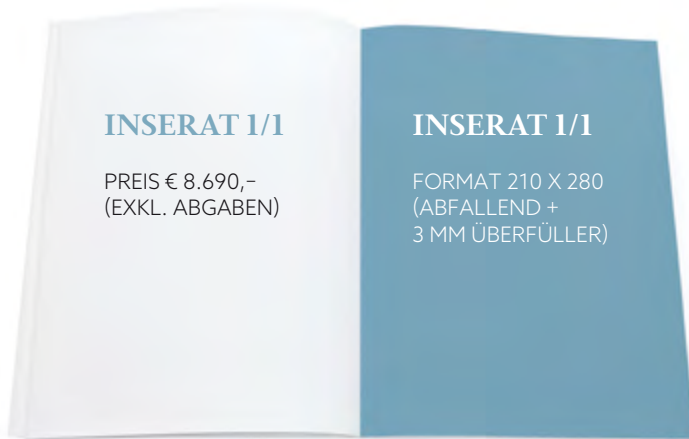
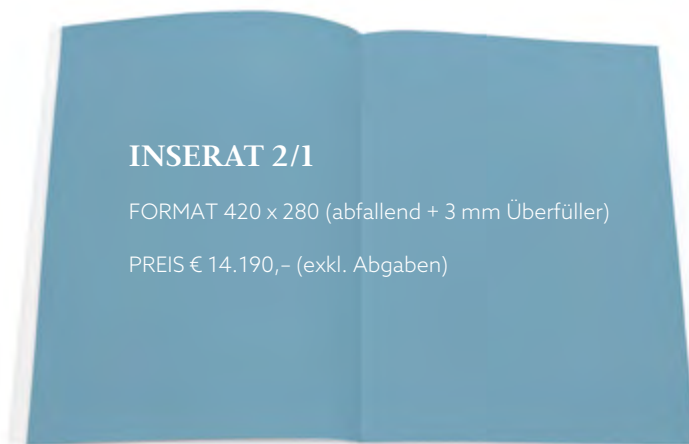


BEISPIELE FÜR EINE DOPPELSEITE



DAS BRANCHENBUCH FÜR ZUKUNFTS-DENKER

Manchmal braucht es auch trotz Bild noch tausend Worte. Denn: **2morrow** ist keine Plattform für oberflächliche Greenwashing – sondern das Nachschlagewerk für die Erfolgsgeneration von morgen. Deshalb bietet **2morrow** Unternehmen die Chance, die Vorteile und Vorzüge seiner nachhaltigen Produkte und Dienstleistungen ausführlicher zu erklären. Das Layout dafür steht schon bereit – damit unsere Leser ihr Unternehmen auch im Alltag schnell wieder finden. *



IHR ANSPRECHPARTNER

Markus Wagner, Geschäftsführung CPG
Lavaterstraße 1/RH3, 1220 Wien
Tel.: +43/664/14 15 878
E-Mail: m.wagner@cpg.at

VERTRIEB

40.000 Stück, persönlich adressiert an Familien-
unternehmen, Stiftungen, Privatärzte, Steuer-
berater, Anwälte, Architekten und Topmanager
der größten österreichischen Unternehmen

DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS

28. November 2025

ERSCHEINUNGSTERMINE

12. Dezember 2025

DRUCKDATENANLIEFERUNG

PDF (PDF/X-3:2002 oder höher)
Druckprofil: Iso coated v2 300% (ECI)
Druckverfahren: Offset Druck, CMYK



AUFTRAGSERTEILUNG

1. Maßgeblich für den Auftrag sind diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die jeweils gültige Anzeigenpreisliste sowie die Auftragsbestätigung. Andere Geschäftsbedingungen werden nicht akzeptiert, ihnen wird auch in jenem Ausmaß widersprochen, in dem sie den vorliegenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht widersprechen. Gegenüber Konsumenten im Sinne des § 1 KSchG gilt Folgendes: Widersprechen einzelne Bestimmungen in diesen Allgemeinen Geschäftsbedingungen zwingenden gesetzlichen Bestimmungen, die für Konsumenten gelten, so werden diese Bestimmungen durch die gesetzlichen ersetzt; die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen bleibt davon unberührt.
2. Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – auch einzelne Anzeigen im Rahmen eines Abschlusses – ohne Angabe von Gründen abzulehnen oder von angenommenen Aufträgen zurückzutreten.
3. Aufträge müssen schriftlich erteilt werden. Mündliche Vereinbarungen, die nicht schriftlich bestätigt werden, binden den Verlag nicht.
4. Nebenabreden als Auftragsbestandteil bedürfen der Schriftform.

AUFTRAGSABWICKLUNG

5. Die Auftragsaufträge sind innerhalb eines Jahres abzuwickeln.
6. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Kalenderjahres erscheinenden Anzeigen gewährt.
7. Der Auftraggeber hat nur dann Anspruch auf einen Nachlass, wenn er von vornherein einen Auftrag abgeschlossen hat, der zu einem Nachlass berechtigt. Wird ein Auftrag aus Gründen, die der Verlag nicht zu vertreten hat, nicht erfüllt, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag rückzuvorgüten. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass erlischt, wenn er nicht innerhalb eines Monats nach Ablauf der Jahresfrist geltend gemacht worden ist. Bei Zwangsausgleich oder Konkurs entfällt jeglicher Nachlass.
8. Platzierungswünsche und Erscheinungstermine binden den Verlag nicht.
9. Der Ausschluss von Mitbewerbern wird seitens des Verlages grundsätzlich nicht garantiert. Ein Ausschluss kann nur für zwei gegenüberliegende Seiten schriftlich vereinbart werden.
10. Textanzeigen und solche, die aufgrund ihrer Gestaltung nicht sofort als Anzeigen erkennbar sind, werden vom Verlag gemäß § 26 MedienG gekennzeichnet.
11. Bei fermündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fermündlich veranlassten Veränderungen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Richtigkeit der Wiedergabe. Der Verlag behält sich vor, schriftliche Anzeigenbestellungen zu verlangen. Dies gilt auch für Anzeigen, die auf elektronischem Weg auf Datenträgern oder über Datenleitungen übermittelt werden.
12. Der Verlag behält sich vor, Druckunterlagen nur in digitaler Form anzunehmen.
13. Dem Auftraggeber obliegt die rechtzeitige Beistellung von geeigneten Druckunterlagen. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe der Anzeige nur, wenn einwandfreie Druckunterlagen beigelegt werden, wofür ausschließlich der Auftraggeber verantwortlich ist. Eine Warnpflicht des Verlages besteht in diesem Zusammenhang nicht.
14. Druckfehler, die den Sinn eines Inserates nicht wesentlich beeinträchtigen, begründen keine Ersatzansprüche dem Verlag gegenüber. Fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber. Der Verlag lehnt jede Haftung

- für eventuelle Schäden, die durch das Nichterscheinen eines Auftrages an einem bestimmten Tag bzw. durch Druckfehler usw. entstehen, ab. Der Verlag haftet nur für grobe Fahrlässigkeit und Vorsatz. Jedenfalls ist die Haftung der Höhe nach mit dem Entgelt für den betreffenden Auftrag begrenzt. Im Gewährleistungsfall hat der Verlag das Recht, sich von der Minderung oder Rückzahlung des Entgeltes dadurch zu befreien, dass die Anzeige oder Beilage zu einem späteren Erscheinungstermin, der mit dem Auftraggeber abzustimmen ist, mängelfrei nachgeholt wird.
15. Für Satzfehler und andere Mängel in vom Auftraggeber beigelegten Unterlagen haftet ausschließlich der Auftraggeber.
 16. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck ebenfalls keine Ansprüche.
 17. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Abzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug bis zum Anzeigenschluss oder bis zu einem anderen, seitens des Verlages genannten Termin nicht zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck erteilt. Kosten für erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen und für die Lieferung vom Verlag anzufertigender Copies, Filme oder grafischer Arbeiten hat der Auftraggeber zu tragen.
 18. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 3 Monate nach Erscheinen der letzten Anzeige.
 19. Beanstandungen aller Art sind bei sonstigem Abschluss der Gewährleistung innerhalb von 8 Tagen nach Erscheinen der Anzeige schriftlich zu melden.
 20. Der Auftraggeber garantiert, dass das Inserat gegen keinerlei gesetzliche Bestimmungen verstößt und Rechte Dritter nicht verletzt. Der Auftraggeber verpflichtet sich, den Verlag sowie dessen Mitarbeiter hinsichtlich aller Ansprüche, die auf das erscheinende Inserat gegründet werden (so zum Beispiel auch, wenn sie von Mitbewerbern des Verlages geltend gemacht werden, sowie Einschaltkosten von gerichtlich angeordneten Gegendarstellungen), schad- und klaglos zu halten sowie für die ihnen selbst entstandenen Nachteile volle Genugtuung zu leisten. Der Verlag und seine Mitarbeiter sind zu einer entsprechenden Prüfung des Inserates oder eines dagegen vorgebrachten Veröffentlichungsbegehrens nicht verpflichtet, jedoch berechtigt, rechtlich notwendige Adaptionen einer Einschaltung auch ohne vorherige Rücksprache mit dem Auftraggeber vorzunehmen.
 21. Der Verlag haftet nur für Schäden, die von ihm oder einem seiner Erfüllungsgehilfen grob fahrlässig oder vorsätzlich verursacht werden. Für Folgeschäden und entgangenen Gewinn, insbesondere aufgrund einer positiven Vertragsverletzung, besteht keine Haftung. Der Verlag haftet nicht für beschädigte oder verloren gegangene Daten oder Dateien.
 22. Fälle höherer Gewalt (Verkehrs- und Betriebsstörungen u. a.) sind vom Verlag nicht zu vertreten. Der Verlag behält den Anspruch auf das volle Entgelt, wenn die zu veröffentlichende Werbung in angemessener Zeit nach Beseitigung der Störung veröffentlicht wird.

BERECHNUNG & BEZAHLUNG

23. Die Rechnung ist 30 Tage netto fällig.
24. Rechnungsreklamationen sind binnen 2 Wochen ab Ausstellung schriftlich geltend zu machen.
25. Der Verlag ist unter wichtigen Umständen berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne

Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen, ohne dass hieraus dem Auftraggeber irgendwelche Ansprüche gegen den Verlag erwachsen.

26. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden gesetzliche Verzugszinsen laut § 1333 Abs. 2 ABGB verrechnet. Der Verlag behält sich vor, nicht eingehobene Werbeabgaben nachzuverrechnen, wenn die Steuerbehörde eine derartige Abgabe einfordert. Kosten, die durch außergerichtliche oder gerichtliche Betreuung entstehen, gehen zu Lasten des Schuldners. Der Verlag hat das Recht, die Ausführung des Auftrages bis zur Bezahlung zurückzustellen.
27. Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
28. Kosten für Lithographien bzw. für die Übertragung digitaler Daten per ISDN hat der Auftraggeber zu zahlen.
29. Der eventuelle Verzicht auf die Grundfarbe Schwarz bei der Anlage von Anzeigen ist ohne Einfluss auf die Berechnung. Bestehen Vorlagen von Mehrfarbanzeigen aus mehr als drei Farbteilen, werden die zusätzlichen Herstellungskosten für jedes weitere Farbbild gesondert berechnet.
30. Kosten für die Herstellung von Reinzeichnungen oder anderen Druckvorlagen hat der Auftraggeber zu zahlen.
31. Bei verspäteter Anlieferung der Druckunterlagen (3 Wochen vor dem Erscheinungstermin) werden die dadurch entstehenden Mehrkosten dem Auftraggeber in Rechnung gestellt.
32. Angefallene Produktionskosten (Lithos, Fotos, Satz etc.) werden zu Selbstkosten in Rechnung gestellt.

STORNOS

33. Stornos müssen grundsätzlich mit eingeschriebenem Brief erfolgen, der den Verlag 30 Tage vor dem jeweiligen Anzeigenschluss erreichen muss, in welchem Fall eine Zahlungsverpflichtung des Auftraggebers (Stornogebühr) nicht besteht. Bei nach dem genannten Zeitpunkt einlangenden Stornierungen besteht die volle Zahlungsverpflichtung im Ausmaß des erteilten Auftrages, und zwar auch dann, wenn die ursprüngliche Buchung selbst erst innerhalb der letzten 30 Tage vor Anzeigenschluss erfolgte.

ALLGEMEINES

34. Erfüllungsort und Gerichtsstand ist Wien.
35. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 75 % der Druckauflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausenderpreis gemäß der Kalkulation zu bezahlen.
36. Zustimmungserklärung zu Werbeeinblendungen: Der Auftraggeber stimmt ausdrücklich der Speicherung und Verarbeitung der von ihm bekannt gegebenen Daten sowie der Übermittlung von Werbematerial auch in Form von Massensendungen (via E-Mail, Telefon, Fax, SMS/MMS) durch die PG – The Corporate Publishing Group GmbH über ihre Produkte und Aktionen sowie geplante Magazine, Newsletter oder andere Medienprodukte zu. Diese Zustimmung kann jederzeit widerrufen werden.
37. Auf das Auftragsverhältnis und allfällige Streitigkeiten daraus ist ausschließlich österreichisches Recht unter Ausschluss der Verweisungsnormen des IPR und des UN-Kaufrechtsübereinkommens anzuwenden.