



© Christoph Niemöller privat



© Bernhard Achner

Christoph Niemöller verlässt MediaPrint, Maximilian Hafele wechselt von den Wimmer Medien zur *Krone* bzw. MediaPrint.

In Bewegung

MediaPrint-Geschäftsführer Christoph Niemöller geht von Bord; Maximilian Hafele heuert bei *Krone*/MediaPrint an.

WIEN. Im Hause MediaPrint kam diese Woche einiges in Bewegung. Neben dem seit Jahren zwischen der Familie Dichand und der Funke-Gruppe laufenden Rechtsstreit etwa um garantierte Gewinnausschüttungen an die Familie Dichand gab es zwei wichtige Personalentscheidungen:

Auf der einen Seite soll, wie *Der Standard* berichtet, ein zugunsten der Familie Dichand in der Frage der Gewinnausschüttung ergangenes Urteil erfolgt sein und die Funke-Gruppe nun zurückgehaltene garantierte Gewinnausschüttungen an die Dichands auszahlen müssen,

und zum anderen wurde Mitte der Woche bekannt, dass Christoph Niemöller seinen Posten bei der MediaPrint mit Ende Jänner 2024 räumen werde.

Niemöller war seit 2018 einer von drei MediaPrint-Geschäftsführer sowie Co-Geschäftsführer

Facts

MediaPrint

Die MediaPrint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag Ges.m.b.H. & Co KG – 1988 als Zusammenschluss der Verlage *Kronen Zeitung* und *Kurier* gegründet – ist Österreichs größtes Printmedienhaus. Es nimmt die zeitungswirtschaftlichen Belange in den Bereichen Anzeigen, Druck und Vertrieb wahr.

rer der *Kronen Zeitung*. Neben ihm sind aktuell auch Thomas Kralinger sowie Gerhard Valeskini in der MediaPrint-Geschäftsführung tätig.

Hafele geht zur „Krone“

Ebenfalls dieser Tage bekannt wurde, dass Maximilian Hafele die „Bereichsleitung Werbetafelmarkt *Krone*“ bei der MediaPrint übernimmt. Zuletzt war er als Key Account Manager bei Wimmer Medien GmbH tätig und betreute medienübergreifende Projekte. Von 2005 bis 2020 war Hafele Gesamtanzeigenleiter bei der *Tiroler Tageszeitung*. (APA/red)



| Psssst – hier sind wir unter uns!

Öffentliche Hand warb '22 um 201 Mio. Euro

Die Werbeausgaben an internationale Plattformen stiegen weiter stark an.

WIEN. Die öffentliche Hand hat im Vorjahr um rund 201 Mio. € in Medien geworben. Damit war es das drittwerbekräftigste Jahr seit Ausweisung der Medientransparenzdaten im Jahr 2012. Das 4. Quartal 2022 war mit ca. 71,4 Mio. € traditionell besonders werbeintensiv.

Die Ausgaben der Bundesregierung gingen auf ca. 28,9 Mio. € zurück. Auch hier lag der dritt-

höchste Wert seit 2012 vor. Abermals waren nur 2020 (47,3 Mio. €) und 2021 (45,4 Mio. €) stärker.

Die Stadt Wien blieb mit ca. 25,3 Mio. € hinter der Bundesregierung kräftigste Inserentin und steigerte ihre Ausgaben gegenüber 2021 um rund 1,1 Mio. €. Mitsamt der Beteiligungen der Stadt Wien erhöhte sich der Betrag auf ca. 35,3 Mio. €. In den drei größten Boulevardmedien

des Landes samt deren Onlineportale und Beilagen flossen rund 40 Mio. € und damit ein Fünftel der meldepflichtigen Werbeausgaben der öffentlichen Hand. Und auch die Werbeausgaben an internationale Plattformen stiegen wie in den vergangenen Jahren stark an. Google (inkl. YouTube) erhielt rund 12,6 Mio. € und damit fast zwei Mio. € mehr als 2021. (APA)



© APA/AFP/Vincenzo Pinio

2022 war in puncto Werbeausgaben das drittwerbekräftigste Jahr.