

MEDIADATEN 2016

Familienmagazin **Tipi** Magazin für die Familie

FAMILY-PARKS
Frühling 2015

MOM-preneurs
Mama als Unternehmerin



Einzelkind
Mythen und Wahrheit

♥ Ist das normal? Diagnose AD(H)S ♥ Kristina Sprenger Geschichte einer Kindheit ♥ Abgeholt! Kindergarten für Erwachsene

FRÜHLING 2015
TIP: 14 • EUR 3,90

Familienmagazin **Tipi** Magazin für die Familie

FAMILY-PARKS
Frühling 2016

CLEAN EATING
Wie kann der Ernährungsbereich?



Gute Mischung
Wie die Liebe eine Brücke zwischen den Kulturen schlägt

♥ Kein Plastik Es geht auch ohne ... ♥ Georgij Makazaria Geschichte einer Kindheit ♥ Mama mit Stil Modische Mütter

FRÜHLING 2016
TIP: 18 • EUR 3,90

Familienmagazin **Tipi** Magazin für die Familie

ROH-KOST
Sommer 2015

BABY-SITTER
Die guten Gründe



Daheim
in der Fremde

♥ Alles fließt Jin Shin Jyutsu ♥ Otto Schenk Geschichte einer Kindheit ♥ Muh & Mäh Urlaub am Bauernhof

SOMMER 2015
TIP: 15 • EUR 3,90

Familienmagazin **Tipi** Magazin für die Familie

SCHNEE-TREIBEN
Winter 2015/16

Mama macht Mode. GEWUSST WIE



Jung und Mutter
Erfahrungen, Bedenken und Reaktionen. Wie es ist, jung Mami zu werden

♥ Therapeuten Wenn Tiere Wunden heilen ♥ Hilde Dalik Geschichte einer Kindheit ♥ Unsichtbar Imaginäre Freunde

WINTER 2015/16
TIP: 17 • EUR 3,90



WANN ERSCHEINT TIPI?

Erscheinungstermine

Ausgabe	Erscheinungstermin	Druckunterlagenschluss
Tipi Frühling 2016	14. März 2016	23. Februar 2016
Tipi Sommer 2016	06. Juni 2016	17. Mai 2016
Tipi Herbst 2016	22. August 2016	02. August 2016
Tipi Winter 2016	28. November 2016	08. November 2016

Daten und Fakten

Erscheinungsweise	4 x p.a	
Auflage	120.000 Stück	
Format	200 x 264 mm	abfallend
Papier	Umschlag	200 g Bilderdruck matt, U1 partiell UV-lackiert
	Kern	70 g Bilderdruck matt
Druck	4/4 färbig Skala	abfallend
Raster	70#	
Farbprofil	iso coated v2 eci	
Buchbindearbeit	bundgeleimt	

TIPI SCHWERPUNKTE



Tipi ET 14. März 2016

Ostern und Familie
Freizeitparks
Sommerurlaub planen
Gesundheit
Ernährung
Kinderwagen und Autositze



Tipi ET 06. Juni 2016

Sommer
Sonnenschutz
Gesundheit
Ernährung
Babytragen
Schlafen Baby/Kleinkind



Tipi ET 22. August 2016

Schule und Schulbeginn
Zahngesundheit
Winterurlaub
Gesundheit
Ernährung
Essen lernen
Kleinkind-Geschirr & Besteck



Tipi ET 28. November 2016

Weihnachten
Familienurlaub kommender Sommer
Gesund durch den Winter
Ernährung
Stillen



WER IST TIPI?

Lorin Polak > Geschäftsführer

Kim Sztrakati > Chefredaktion

Mediaberatung, Redaktion und Marketing

Marketing & Mediaberatung > Michael Martinek

Telefon > +43 1 235 13 66 - 820

Mobil > +43 699 1 260 35 10

Mail > michael.martinek@pph-media.at

Redaktion & Mediaberatung > Daniela Horvath

Telefon > +43 1 235 13 66 - 830

Mobil > +43 699 110 90 996

Mail > daniela.horvath@pph-media.at

Redaktion & Mediaberatung > Simone Schnak

Mobil > +43 664 135 21 96

Mail > simone.schnak@pph-media.at

Redaktion & Mediaberatung > Georg Peter

Telefon > +43 1 235 13 66 - 810

Mobil > +43 664 82 976 67

Mail > georg.peter@pph-media.at

Verlag und Medieninhaber

PPH Media Verlag GmbH

Otto Bauer-Gasse 6 > 1060 Wien

Telefon > +43 1 235 13 66 - 800

Web > www.pph-media.at

Erscheinungsweise > 4 x p.a.

Druckunterlagen > laut Erscheinungsplan auf Seite 2

Steuern > Alle Tarife verstehen sich zuzüglich 5 % Werbeabgabe und 20 % USt

Druckauflage > 120.000 Exemplare

Tarife gültig ab Jänner 2016

Tipi

Magazin für die Familie



ZIELGRUPPE UND VERTRIEB



Tipi kommt direkt nach Hause: Das Magazin wird österreichweit an 80.000 Familien (Stand Frühling 2015) – alle Mitglieder des McDonald's Family Club – direkt verschickt. Das bedeutet eine absolute Zielgruppenspezifität mit einem Streuverlust gleich null. **Tipi** holt seine Leser dort ab, wo sie sind – im Familienalltag.



Tipi kann man bei McDonald's einfach gratis mitnehmen: 30.000 Exemplare werden an alle 195 McDonald's-Restaurants geliefert und liegen dort zur freien Entnahme auf.

name it

Tipi kann man auch in allen 15 Shops der coolen skandinavischen Kinder-Mode-Kette NAME IT gratis mitnehmen.

Trafik-Vertrieb

Tipi kann man in 800 Trafiken in ganz Österreich kaufen.



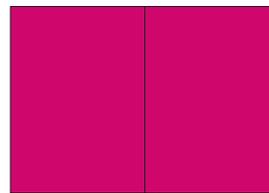
TARIFE

Heftformat > 200 x 264 mm, abfallend > Alle abfallenden Formate zzgl. 3 mm Überfüller. Bitte platzieren Sie anschnittgefährdete Bilder oder Texte bei abfallenden Formaten 10 mm vom Beschnitt entfernt.



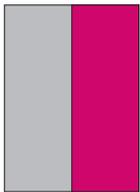
1/1 Seite Kern € 9.750,-
1/1 Seite U2/U3 € 10.900,-
1/1 Seite U4 € 11.900,-

Abfallend 200 x 264 mm



2/1 Seite Kern € 17.900,-
U2 & Seite 3 € 18.900,-

Abfallend 400 x 264 mm



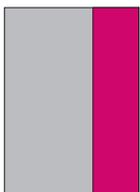
1/2 Seite hoch € 6.500,-

Abfallend 100 x 264 mm, Satzspiegel 85 x 230 mm



1/2 Seite quer € 6.500,-

Abfallend 200 x 132 mm, Satzspiegel 175 x 117 mm



1/3 Seite hoch € 4.500,-

Abfallend 65 x 264 mm



1/3 Seite quer € 4.500,-

Abfallend 200 x 88 mm



2/2 Seite € 9.500,-

Abfallend 400 x 132 mm



1/4 Seite quer € 3.250,-

Abfallend 200 x 66 mm



2/4 Seite € 6.900,-

Abfallend 400 x 66 mm

Liefern Sie nur PDF-, InDesign CS3- und Photoshop 7.0-Dateien an.

SONDERWERBEFORMEN

Beilagen

bis 20 g	€ 95,- / Tausend
bis 30 g	€ 110,- / Tausend
bis 40 g	€ 130,- / Tausend

Mindestformat 105 x 80 mm, Maximalformat 200 x 264 mm,
Mindestbelegung 30.000 Stk.

Beihefter

bis 20 g	€ 115,- / Tausend
bis 30 g	€ 130,- / Tausend
bis 40 g	€ 145,- / Tausend

Mindestformat 70 x 165 mm, Maximalformat 200 x 264 mm,
Mindestbelegung 50.000 Stk. Genaue technische Infos und Details
(Nachfalz, maximale Grammat, Verdrängung, Probedruck etc.) auf Anfrage.

Beikleber, Tip-on-Cards, Sachets

bis 20 g	€ 115,- / Tausend
bis 30 g	€ 130,- / Tausend
bis 40 g	€ 145,- / Tausend

Mindestformat 80 x 50 mm, Maximalformat 200 x 264 mm,
Mindestbelegung 50.000 Stk. Genaue technische Infos und Details (Nachfalz,
maximale Grammat, Verdrängung, Probedruck, etc.) auf Anfrage.

Kreativhonorar

Für die Gestaltung (Text, Layout) von Advertorials und Promotionauftritten:

2/1 Seite	€ 945,-
1/1 Seite	€ 525,-
1/2 Seite	€ 315,-





WAS IST TIPI?

Tipi ist ein modernes Familienmagazin mit einem neuartigen Konzept. In einer Welt, in der Magazine für Familien bisher oftmals wertkonservativ auftraten, ist **Tipi** eine kleine Revolution. Nicht Kinder stehen im Mittelpunkt wie in klassischen Eltern-Magazinen, sondern auch Mama, Papa - Frau und Mann. **Tipi** sieht sich als zeitgemäßes Lifestylmagazin für die gesamte Familie.

Tipi ist ein hochwertiges Gratismagazin mit zielgenauer Distribution am österreichischen Markt. So werden jeweils 4 x pro Jahr und jeweils 120.000 **Tipi**-Exemplaren postalische an alle 80.000 McDonald's Family Club-Mitglieder verschickt. 80 bis 100 Seiten pures Lesevergnügen.

Tipi-Leser sind Eltern, die im Durchschnitt 35 Jahre alt sind.

Für **Tipi** sind Familien nicht nur klassische Mutter-Vater-Kind-Szenarien, sondern viel mehr als das. So beleuchtet die Redaktion auch verschiedenste Themen rund um Patchworkkonstrukte, AlleinerzieherInnen, Pflegefamilien und viele mehr. **Tipi** steht mitten im Leben.

Tipi ist auch ein Kinderspielplatz. Ausgabe für Ausgabe ist für die Kleinsten ein liebevoll gestalteter, unterhaltungsorientierter Teilbereich zum Heraustrennen im Mittelteil des Magazins bestimmt.

Tipi macht auch vor kritischen Inhalten nicht halt und spricht Themen an, die moderne Familien bewegen.

Alle LeserInnen sind **Tipi** und werden kreativ in den Gestaltungsprozess eingebunden. Interaktive Rubriken, hochwertige Gewinnspiele und Aufforderungen zum Mitmachen sorgen für ein gemeinsames **Tipi**-Lebensgefühl.

Tipi-Themen sind zeitgemäß und sympathisch.

Tipi ist für Mama, Papa und Kinder da.

Tipi lesen macht Lust auf mehr Familie.

Tipi entspannt und begeistert.

Tipi lesen ist Inspiration und Information.

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Auftragserteilung

1. Maßgeblich für einen Auftrag sind die allgemeinen Geschäftsbedingungen, die jeweils gültige Tarifliste und die schriftliche Auftragsbestätigung des Verlages.
2. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe (Klassik, Advertorial & Co.) im Rahmen eines Abschlusses – und sonstige Werbeformen wegen des Inhalts, der Herkunft oder technischen Form, nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

Auftragsabwicklung

3. Anzeigenaufträge sind innerhalb der vereinbarten Termine abzuwickeln.
4. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres (12 Monate) erscheinenden Anzeigen gewährt. Ausgenommen Paketpreise. Sollten innerhalb von 12 Monaten eine oder mehrere Ausgaben nicht erscheinen, so verlängert sich die Frist um die Ausfallszeit.
5. Der Werbetreibende hat nur dann Anspruch auf einen Nachlass, wenn er von vornherein einen Auftrag abgeschlossen hat, der zu einem entsprechenden Nachlass berechtigt. Wird ein Auftrag aus Gründen höherer Gewalt oder aus Umständen, 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 rückzuvergüten.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
7. Der Ausschluss von Mitbewerbern kann grundsätzlich nur ab einer Anzeigengröße von einer Drittel Seite, für zwei gegenüberliegende Seiten verlangt werden. Außer es existieren schriftliche Vereinbarungen über eine andere Regelung.
8. Textanzeigen, Promotionartikel und solche, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht sofort als Anzeige zu erkennen sind, werden vom Verlag mit dem Hinweis „Anzeige“ oder „Promotion“ deutlich gekennzeichnet.
9. Ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen werden dem Auftraggeber zurückgesandt. Der Auftraggeber hat bei unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. In Zweifelsfällen unterwirft sich der Verlag den Empfehlungen des Gutachterausschusses der Druckreklamationen.
10. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbetreibende bei ungenügendem Abdruck keinerlei Ansprüche.
11. Bei fermündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fermündlich veranlassenden Veränderungen übernimmt der Verlag keine Haftung.
12. Probeabzüge, Proofs, etc. werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht bis zum Anzeigenschluss zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt.
13. Die Pflicht zur Aufbewahrung von Druckunterlagen endet 2 Monate nach Erscheinen der letzten Anzeige.
14. Beanstandungen sind innerhalb von 10 Kalendertagen nach Erscheinen der Anzeige zu melden.
15. Nebenabreden als Auftragsteil bedürfen der Schriftform.

Berechnung und Bezahlung

16. Die Rechnungen sind binnen 10 Kalendertagen mit 2% Skonto oder 21 Kalendertagen netto zahlbar. Bei der Verrechnung von Produktionskostenzuschüssen (PKZ), Selbstkosten, Kosten Dritter wird kein Skonto gewährt.
17. Eine Provision wird in Abhängigkeit von den erbrachten Vorleistungen nur an gewerberechtlich befugte Werbemittler vergütet. Voraussetzung ist, dass der Auftrag direkt vom Werbemittler erteilt wird. Änderungen vorbehalten.
18. Der Verlag ist berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
19. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden branchenübliche Verzugszinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann die Ausführung des Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen.
20. In Konkursfällen oder bei Ausgleichsverfahren entfällt jeder Tarifnachlass und es werden die zum Zeitpunkt des Abschlusses geltenden Listenpreise in voller Höhe in Rechnung gestellt.
21. Kosten für eventuell notwendige Lithos übernimmt der Verlag. Kosten für farbverbindliche Proofs, die explizit auf Kundenwunsch erstellt worden sind, werden in Rechnung gestellt.
22. Bei Änderungen der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
23. Der Inserent erhält nach Erscheinen der Anzeige kostenlos die gewünschte Anzahl an Belegexemplaren (bis zu 10 Stück).

Storni

24. Storni müssen in jedem Fall schriftlich eintreffen und sind bis eine Woche vor dem jeweiligen Anzeigenschluss ohne Berechnung möglich.
25. Angefallene Produktionskosten (außer Lithos) werden zu Selbstkosten mit beigelegter Originalrechnung in Rechnung gestellt.
26. Bei kurzfristigen Storni – weniger als 10 Tage vor Erscheinen – werden vom Verlag 50 % der Auftragssumme in Rechnung gestellt.

Allgemeines

27. Erfüllungsort ist Wien, Gerichtsstand ebenso.
28. Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80 % der zugesicherten Druckauflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausenderpreis, gemäß der Kalkulation zu bezahlen.
29. Der Werbetreibende wird den Verlag von allen Nachteilen freihalten, die dem Verlag durch die Werbeeinschaltungen entstehen könnten. Er ist verpflichtet dem Verlag insbesondere die Kosten und allfälligen Strafen in einem gerichtlichen Entgegungsverfahren zu ersetzen und allfällige Entgegungen nach dem aktuellen Anzeigentarif zu bezahlen. Der Werbetreibende ist weiters verpflichtet, den Verlag auch hinsichtlich aller wettbewerbsrechtlichen Schritte, die den Verlag aufgrund der Einschaltung treffen könnten, schad- und klaglos zu halten.
30. Die Unwirksamkeit einzelner Bestimmungen dieser allgemeinen Geschäftsbedingungen beeinträchtigt die Wirksamkeit und Verbindlichkeit der übrigen Bestimmungen nicht. An die Stelle der unwirksamen Bestimmung tritt eine wirksame, die ihrem Sinn und Zweck nach der Unwirksamen am nächsten kommt.
31. Im Übrigen gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für das Anzeigenwesen subsidiär.
32. Satz- und Druckfehler vorbehalten.