

# TARGETED SAMPLING 2022/23

## Beliebt bei jungen Erwachsenen & Familien in ganz Österreich

Der **ÖAMTC-Schoolbag**, für wiffe Schulanfängerinnen, **Der ÖAMTC-Familienkalender**, für die wichtigsten gemeinsamen Termine der Familie; **Das ÖAMTC-Kinderbuch**, mit viel Wissenswertem zu den Themen Verkehr, Reisen, Sicherheit & Spaß, für Groß und Klein; **Der ÖAMTC-Reiskoffer**, mit Goodies und Spielen für Kinder in der Sommer-Urlaubszeit und **der ÖAMTC-Führerschein-Neulings-Bag**, für alle Neulinge hinter dem Steuer. Bestehende Kunden belohnen, zukünftige Kunden gewinnen und einen Mehrwert schaffen. Hochwertig produziert, genau durchdacht in Zielgruppe und Distribution mit starken Partnern sowohl im Vertrieb als auch betreffend die Beigabe von Produkten. Sampling – das gezielte Verteilen von Warenproben, Gutscheinen und gebrandeten Gimmicks an klar definierte Zielgruppen – behauptet seinen Platz im Marketing-Mix mehr denn je. In enger Kooperation mit namhaften Unternehmen gestalten wir für unterschiedliche Zielgruppen punktgenaue Samplingprodukte: Im Fokus stehen Familien, Kinder und junge Erwachsene.

### ÖAMTC SICHERHEITS-SCHOOLBAG 2022

<b>Zielgruppe:</b>	Kinder im Alter von 6 bis 10 Jahren. Punktgenaues Erreichen der Zielgruppe – nur für Mitglieder mit eingetragenen Kindern im passenden Alter
<b>Material:</b>	Rucksack aus öko-freundlicher & nachhaltiger Baumwolle
<b>Auflage:</b>	8.500 Stück
<b>Distribution:</b>	exklusiv alle 113 ÖAMTC Stützpunkte österreichweit
<b>Anlieferung der Items:</b>	bis spätestens 17. März 2022
<b>Erscheinungstermin:</b>	April 2022
<b>Start der Verteilung:</b>	19. April 2022

### WERBELEISTUNG ÖAMTC FÜR DAS PROJEKT SCHOOLBAG:

- Mailing „Sicherer Schulweg“ – Gutschein für Schoolbag – 30.000 Stk.
- E-Mailing an Mitglieder – Gutschein für Schoolbag – 30.000 Stk.
- Club-Newsletter – Gutschein für Schoolbag – 190.000 Stk.

### TARIFE-PRODUKTSAMPLE-BEIGABE: 8.500 STK.

Logoplatzierung in allen Werbemaßnahmen (siehe oben) für ein Bearbeitungspauschale in der Höhe von 2.500 EUR\*.

### ÖAMTC FAMILIENKALENDER 2023

<b>Zielgruppe:</b>	Familien mit Kindern im Volksschulalter, 6 bis 10 Jahre punktgenaues Erreichen der Zielgruppe – nur für Mitglieder mit eingetragenen Kindern im passenden Alter
<b>Auflage:</b>	14.000 Stück
<b>Format:</b>	210 x 450 mm abfallend (oben spiralisiert!)
<b>Umfang:</b>	1 Coverblatt, 12 Kalenderblätter, 1 Stundenplanblatt
<b>Qualität:</b>	135 g Luxo Art Samt, 4/4C
<b>Inhalte Vorderseiten:</b>	Kalender für Eltern & Kinder + ein Sonderblatt für den Stundenplan der Kinder
<b>Rückseiten:</b>	als Spiel & Bastelei für Kinder bzw. klassisches Werbesujet einsetzbar
<b>Distribution:</b>	exklusiv über alle 113 ÖAMTC-Stützpunkte österreichweit
<b>Erscheinungstermin:</b>	03. Oktober 2022
<b>Druckunterlagenschluss:</b>	12. August 2022

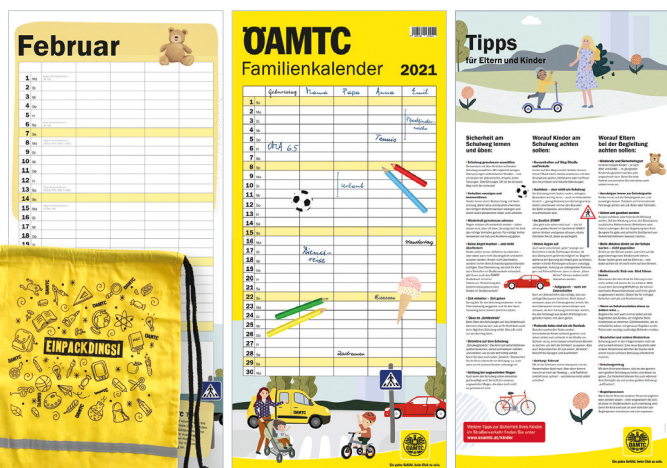
### WERBELEISTUNG ÖAMTC FÜR DAS PROJEKT FAMILIENKALENDER:

Es gelten die gleichen Leistungen wie beim ÖAMTC-Reisekoffer. Siehe links.

**TARIFE:** Neben der klassischen Nutzung als Kalender dienen auch die **Kalenderrückseiten** der jeweiligen Monate als Bastelspaß für die Kinder – ein kreatives, spielerisches Element und ein Mehrwert für die gesamte Familie und den Werbepartner.

Der Werbepartner präsentiert einen Wunschmonat mit Logo und Werbebotschaft unten auf der **Vorderseite** des jeweiligen Kalenderblattes mit Verweis auf die spielerische Rückseite. Die **Kalenderrückseite** ist individuell gestaltbar (z.B. Ausmalbild, Bastelanleitung etc.) oder kann – wenn gewünscht – auch als Gutschein und/oder Gewinnspiel gestaltet werden. Zusätzliche Perforation gegen Aufpreis möglich. Einbindung in alle Werbeleistungen des ÖAMTC – wie oben gelistet – mit Brand und Logo.

Package Kalender (Vorder-/Rückseite)  
EUR 2.900,- netto (zzgl. WA + USt.)



\* Alle Tarife netto zzgl. 20% Ust. verrechnet als PKZ. Keine weiteren Abzüge möglich (wie zB. Skonto)

# TARGETED SAMPLING 2022/23

Beliebt bei jungen Erwachsenen & Familien in ganz Österreich

## ÖAMTC REISEKOFFER 2022

<b>Zielgruppe:</b>	Familien mit Kindern im Alter von 4 bis 10 Jahren punktgenaues Erreichen der Zielgruppe – nur für Mitglieder mit eingetragenen Kindern im passenden Alter
<b>Auflage:</b>	5.500 Stück
<b>Distribution:</b>	exklusiv über alle 113 ÖAMTC-Stützpunkte österreichweit
<b>Anlieferung der Items:</b>	bis spätestens 22. April 2022
<b>Erscheinungstermin:</b>	Juni 2022
<b>Start der Verteilung:</b>	06. Juni 2022

## WERBELEISTUNG ÖAMTC FÜR DAS PROJEKT REISEKOFFER

- ÖAMTC Social Media Posting – Facebook – Zielgruppenspezifisch
  - E-Mailing an ausgewählte Mitglieder mit eingetragenen Kind – KW23
  - Bewerbung in auto touring – Erscheinungstermin: Anfang Juni 2022
  - Nennung der Partner im Rahmen eines ganzseitigen Artikels „Reisen mit Kindern & Sicherheit“ in der Sommerausgabe des TIPI-Familienmagazins zur Vorstellung von Reisekoffer.
- GesamtMediawert der ganzen Seite: EUR 9.750,-

## TARIFE PRODUKTSAMPLE-BEIGABE:

Bei Beigabe 5.500 Stk.: Logoplatzierung in ausgesuchten Werbemaßnahmen (siehe oben) für eine Bearbeitungspauschale in Höhe von EUR 2.000,- netto. Abgerechnet als PKZ – zzgl. USt./ohne weitere Abzüge

## ÖAMTC KINDERBUCH 2022

<b>Zielgruppe:</b>	Familien mit Kindern im Volksschulalter, 6 bis 10 Jahre punktgenaues Erreichen der Zielgruppe – nur für Mitglieder mit eingetragenen Kindern im passenden Alter
<b>Auflage:</b>	17.000 Stück
<b>Format:</b>	140 x 200 mm abfallend
<b>Umfang:</b>	Service-Teil: 92 Seiten & Kindebuch: 48 Seiten
<b>Qualität:</b>	Cover: 300 g BD, Kern: 150 g BD, 4/4C, klebegebunden + Kinderteil auf umweltfreundlichem, beschreibbarem Offset-Papier 100 gr. ungestrichen reinweiß
<b>Inhalte:</b>	Verhaltensregeln im Straßenverkehr, Mit Kindern unterwegs, Reisen mit Kindern, Kinder im Straßenverkehr, ÖAMTC-Angebote für Familien & Kinder etc.
<b>Distribution:</b>	exklusiv über alle 113 ÖAMTC-Stützpunkte österreichweit
<b>Erscheinungstermin:</b>	05. August 2022
<b>Druckunterlagenschluss:</b>	20. Juni 2022

## ÖAMTC FÜHRERSCHEIN-NEULINGS-BAG 2022

<b>Zielgruppe:</b>	Junge Erwachsene im Zielgruppenalter von 17 bis 25 Jahren. Punktgenaues Erreichen der Zielgruppe – nur für Mitglieder mit neu eingetragenen Führerschein.
<b>Auflage:</b>	10.000 Stück
<b>Distribution:</b>	exklusiv alle 113 ÖAMTC Stützpunkte österreichweit
<b>Erscheinungstermin:</b>	September 2022 – zum Schulanfang
<b>Start der Verteilung:</b>	05. September 2022

## WERBELEISTUNG ÖAMTC FÜR DAS PROJEKT:

- Mailing „Neuer Führerschein“ – Gutschein für den Bag – 30.000 Stk.
- E-Mailing an Mitglieder – Gutschein für den Bag – 30.000 Stk.
- Club-Newsletter – Gutschein für den Bag – 190.000 Stk.

## TARIFE-PRODUKTSAMPLE-BEIGABE: 10.000 STK.

Logoplatzierung in allen Werbemaßnahmen (siehe oben) für ein Bearbeitungspauschale in der Höhe von 2.100 EUR\*.

Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

PPH Media Verlag GmbH  
Otto Bauer Gasse 6, 1060 Wien

MICHAEL MARTINEK  
Senior Account Manager & Marketingleitung  
Mobil: +43 699 126 03 510  
Tel.: +43 1 235 13 66 820  
[michael.martinek@pph-media.at](mailto:michael.martinek@pph-media.at)

DANIELA RUFF  
Senior Account Manager & Redaktion  
Mobil: +43 699 110 90 996  
Tel.: +43 1 235 13 66 830  
[daniela.ruff@pph-media.at](mailto:daniela.ruff@pph-media.at)

GEORG PETER  
Verlagsleitung  
Tel.: +43 1 235 13 66 - 800  
[georg.peter@pph-media.at](mailto:georg.peter@pph-media.at)

Wir freuen uns auf ein erfolgreiches und sicheres Familienjahr!



[www.pph-media.at](http://www.pph-media.at)

Ein gemeinsames Projekt von



# TARGETED SAMPLING 2022/23

Beliebt bei jungen Erwachsenen & Familien in ganz Österreich

## Allgemeine Geschäftsbedingungen

Für eine gute Geschäftsbeziehung

### 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, Aufträge – 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. Aufträge sind innerhalb der vereinbarten Termine abzuwickeln.
4. Die in der Tarifliste bezeichneten oder verhandelten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres (12 Monate) platzierten Aufträge gewährt. Ausgenommen Paketpreise.
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 Produkten, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen veröffentlicht oder beigelegt werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Unterlagenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist.
7. Der Ausschluss von Mitbewerbern bedarf immer gesonderter Absprache. 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 oder Beilagen 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 oder beigelegten Produkten nicht sofort erkennbar, sondern werden sie erst beim Produktionsvorgang deutlich, so hat der Werbetreibende bei ungenügendem Abdruck oder Beilage keinerlei Ansprüche.
11. Bei fernmündlich aufgegebenen Aufträgen bzw. bei fernmündlich 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 und Mustern endet 2 Monate nach Erscheinen der letzten Anzeige.
14. Beanstandungen sind innerhalb von 10 Kalendertagen nach Erscheinen der Anzeige oder Produktes zu melden.
15. Nebenabreden als Auftragsteil bedürfen der Schriftform.

### BERECHNUNG UND BEZAHLUNG

16. Die Rechnungen sind binnen 30 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 oder sonstigen Auftrages das Erscheinen weiterer Anzeigen oder die Ausführung weiterer Aufträge 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 Tarife treten die neuen Bedingungen auch bei laufenden Aufträgen sofort in Kraft, sofern nicht ausdrücklich eine andere Vereinbarung getroffen wurde.
23. Der Kunde erhält nach Erscheinen der Anzeige oder Abschluss des Auftrages kostenlos die gewünschte Anzahl an Belegexemplaren (bis zu 10 Stück).

### STORNI

24. Storni müssen in jedem Fall schriftlich eintreffen und sind bis zwei Wochen vor dem jeweiligen Unterlagenschluss ohne Berechnung möglich.
25. Angefallene Produktionskosten (außer Lithos) werden zu Selbstkosten mit beigelegter Originalrechnung in Rechnung gestellt.
26. Bei kurzfristigen Storni – weniger als 14 Tage vor Unterlagenschluss – 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 oder die Platzierung von Beilagen entstehen könnten. Er ist verpflichtet dem Verlag insbesondere die Kosten und allfälligen Strafen in einem gerichtlichen Entgeltungsverfahren zu ersetzen und allfällige Entgeltungen 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 Werbe- und Anzeigenwesen subsidiär.
32. Satz- und Druckfehler vorbehalten.