

DER ORGANIZER 2025/2026

für Österreichs Schülerinnen & Schüler

präsentiert vom ÖAMTC

Bereits zum zwanzigsten Mal erscheint im Juli 2025 der aktualisierte Organizer für die Zielgruppe der 14- bis 19-Jährigen Schülerinnen und Schüler. Das praktische Schulalltags-Tool erscheint in Kooperation mit dem Distributionspartner ÖAMTC im PPH Media Verlag. Im handlichen Format, spiralisiert und mit Hardcover ist der Kalender für die Strapazen des Schuljahres bestens gerüstet. Ein täglicher Begleiter für 14- bis 19-jährige Schülerinnen und Schüler, der österreichweit, gratis und in hoher Qualität zur Verfügung gestellt wird.



Ihre Möglichkeit, diese klar definierte Zielgruppe ein ganzes Schuljahr lang, Tag für Tag zu erreichen:

Zielgruppe	14- bis 19-jährige SchülerInnen
Erscheinungsweise	August 2025 / 1 x p.a.
Auflage	100.000 Exemplare
Distribution österreichweit	alle ÖAMTC Stützpunkte
Format	123x173 mm + 5 mm Überfüller
Bitte platzieren Sie aufgrund der Spiralisierung alle anschnittgefährdeten Bilder und Texte links und rechts mindestens 10 mm vom Beschnitt entfernt!	
weitere Formate entnehmen Sie bitte ab Seite 2	
Druck	durchgehend 4/4 C
Umfang	160 – 180 Seiten Kern + 4 Seiten Cover
Papier	Umschlag Offset reinweiß natur 350 g Kern Offset reinweiß natur 80 g matt Gutscheinblätter BD 170g matt
Verarbeitung	Wire-O-Bindung, spiralisiert
Druckunterlagenschluss	Juni 2025

WOZU BRAUCHT MAN ORDNUNG UND PLANUNG?

Um in unserer dicht gedrängten und schnelllebigen Welt erfolgreich und glücklich navigieren zu können, muss man den Blick nach innen wenden. Durch klaren Fokus, Prioritäten und Hingabe zu weniger Dingen und Aufgaben ist man imstande, mehr zu vollbringen. Prioritäten setzen bedeutet, in dem jeweiligen Moment zwischen wichtig und unwichtig zu entscheiden und danach zu handeln. Wenn wir Gedanken und Gefühle mit Stift und Papier festhalten, lernen wir, Emotionen und Kognition gemeinsam zu benutzen. Diese Inhalte verankern wir auf einem viel höheren Niveau als bei digitaler Verarbeitung – und das ist der beste Einstieg für die erfolgreiche Umsetzung unserer täglichen, monatlichen und jährlichen Pläne.

THEMEN MIT VORGEFERTIGTEN INHALTEN

Mathematische Formelsammlung, Periodensystem, Landkarten, interessante Zusatzinfos (im Tageskalender & allgemein wie Buch-Tipps, Unnützes Wissen, Verkehrszeichen etc.), Eventplaner (Konzerte, Kino, Sport), Ausbildungs- & Weiterbildungs-Websites/Organisationen, Gewinnspiele, etc.

Tarife

1/1 Seite Kern	6.150,- EUR
U2 & U3	7.150,- EUR
U4	8.450,- EUR
1/1 Gutscheinseite* (Formate ab Seite 2)	8.150,- EUR
1/2 Gutscheinseite (Formate ab Seite 2)	4.950,- EUR
Sonderwerbformen nach Absprache.	

WIR STEHEN IHNEN GERNE ZUR VERFÜGUNG:

PPH Media Verlag GmbH
Kutschergasse 42/Top 13, A-1180 Wien
E-Mail: office@pph-media.at
Web: www.pph-media.at

Georg Peter
Verlagsleitung
Tel.: +43 1 235 13 66 - 810
georg.peter@pph-media.at

Michael Martinek
Senior Account Manager & Marketingleitung
Mobil: +43 699 126 03 510
Tel.: +43 1 235 13 66 820
michael.martinek@pph-media.at

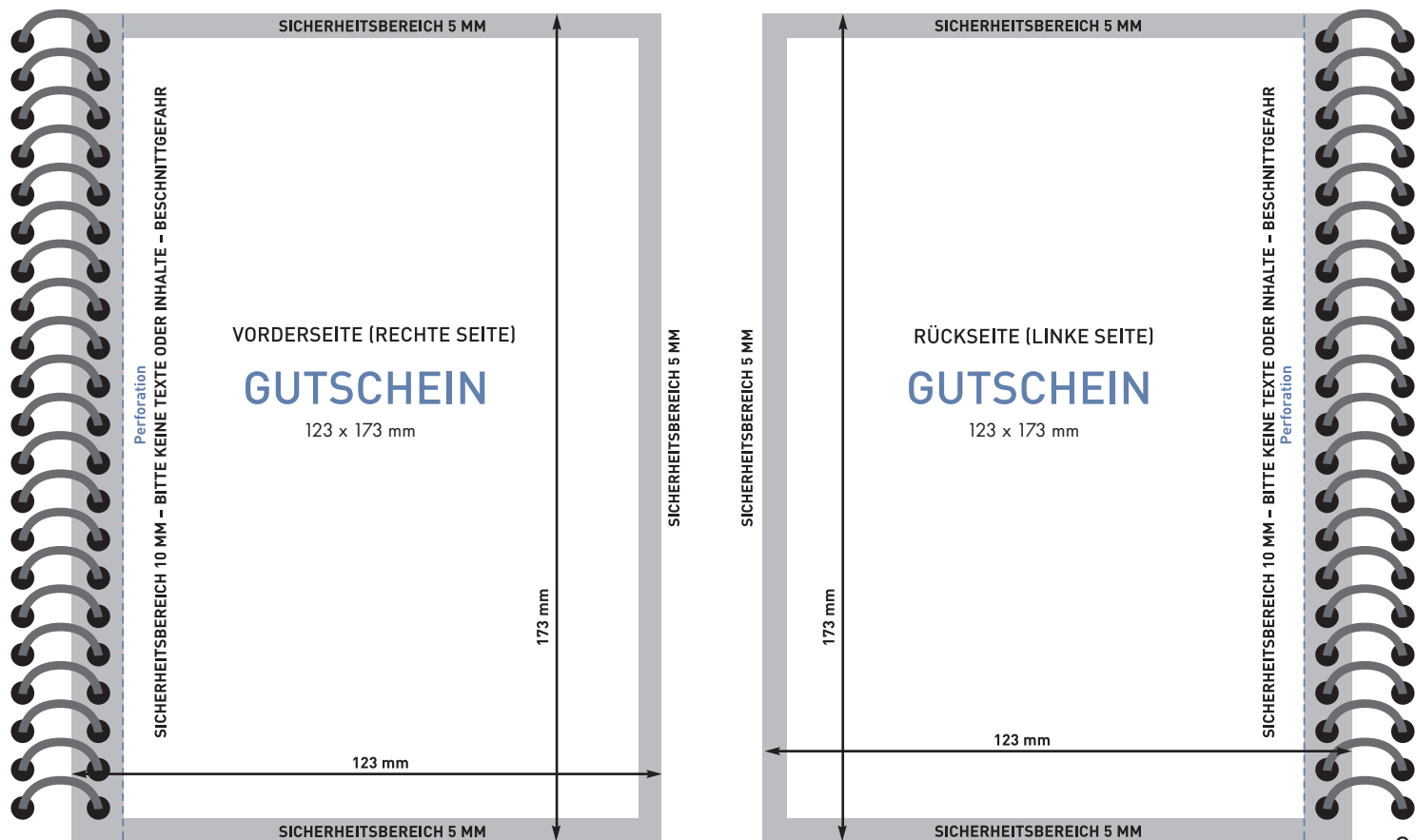
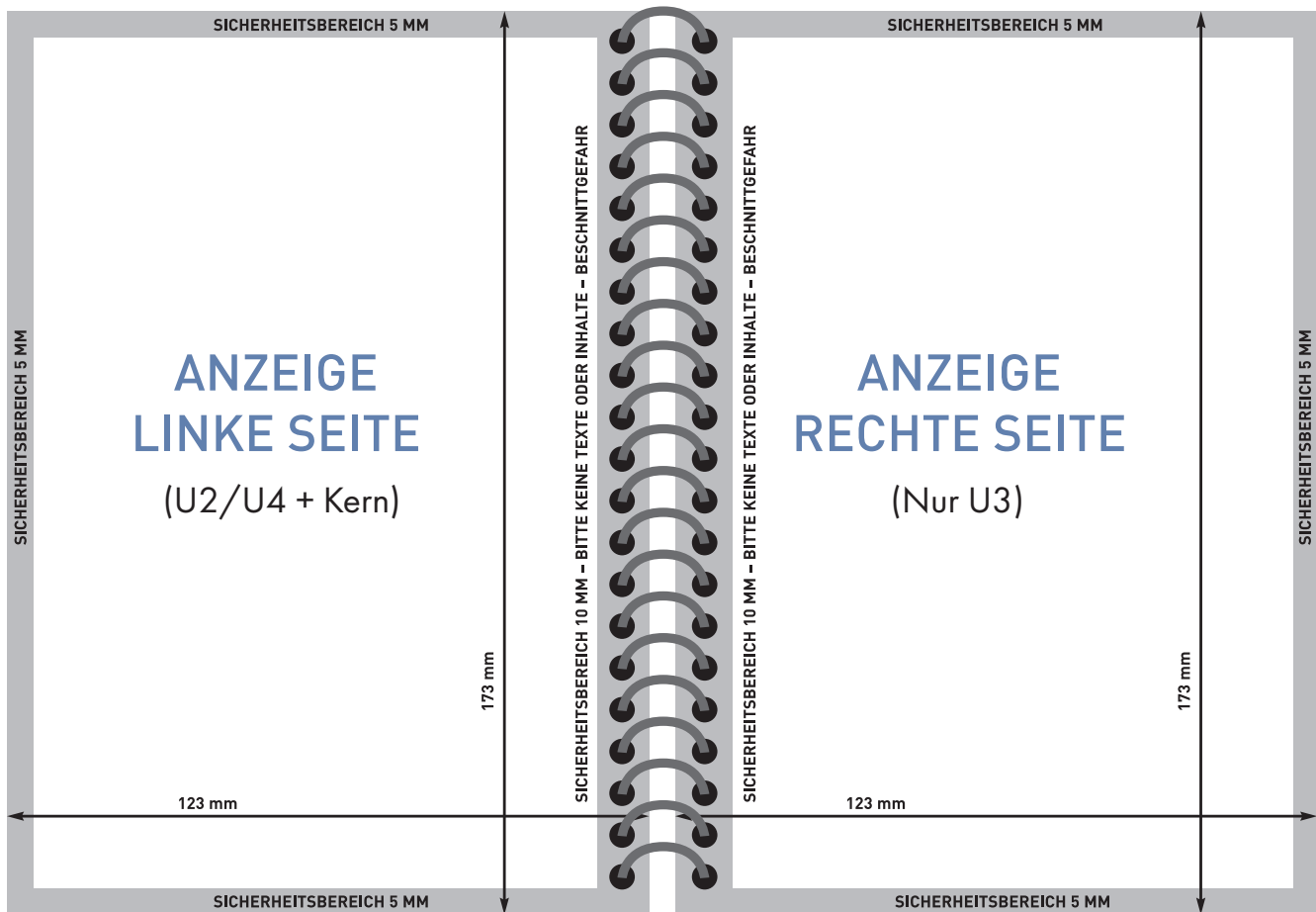
Daniela Ruff
Senior Account Manager & Redaktion
Mobil: +43 699 110 90 996
Tel.: +43 1 235 13 66 830
daniela.ruff@pph-media.at

Wir freuen uns auf ein erfolgreiches Schuljahr 2025/2026!

* 1-4 Gutscheine, perforiert möglich

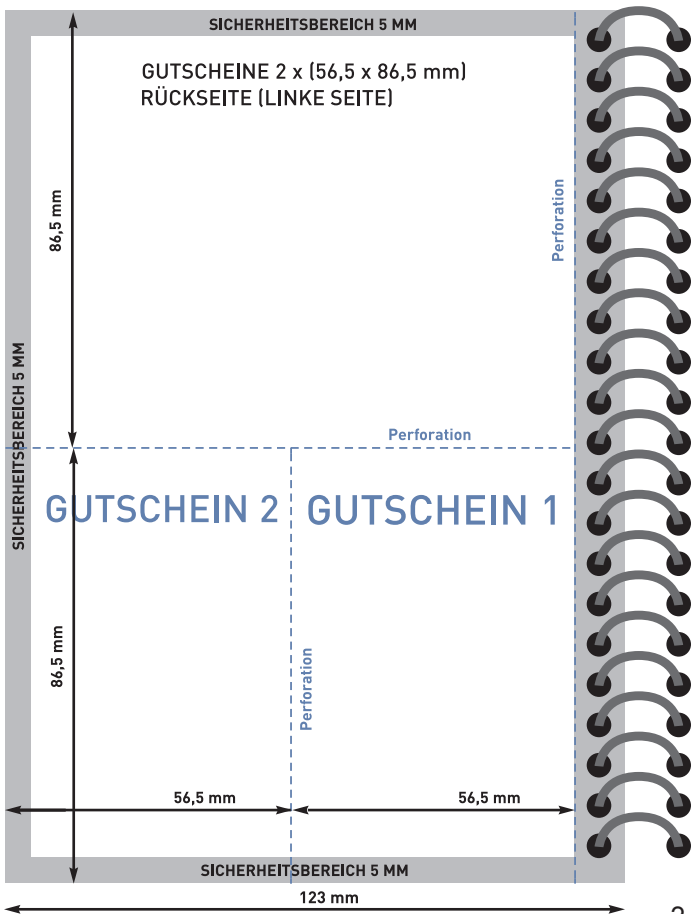
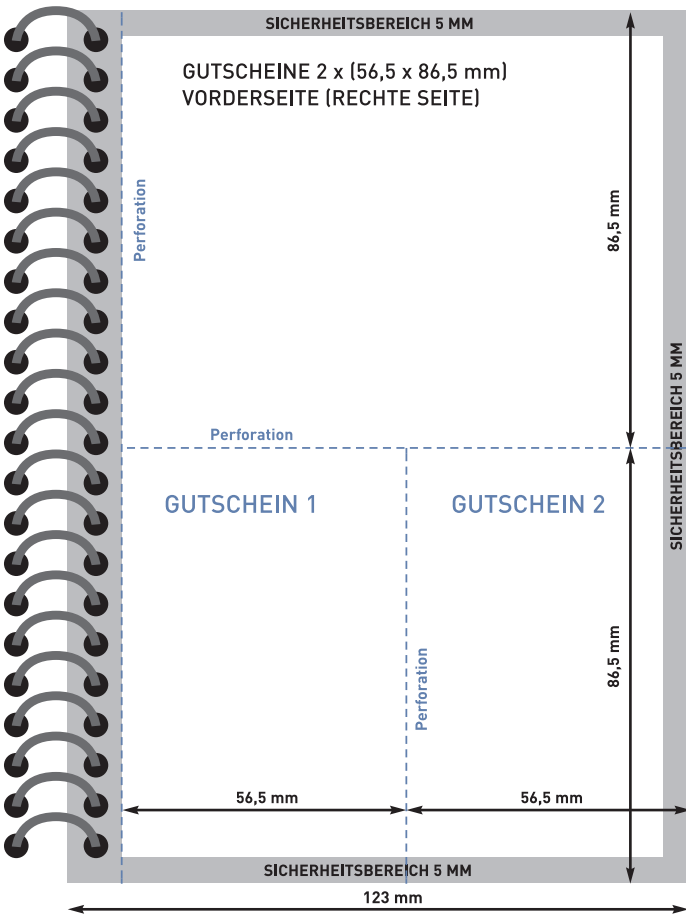
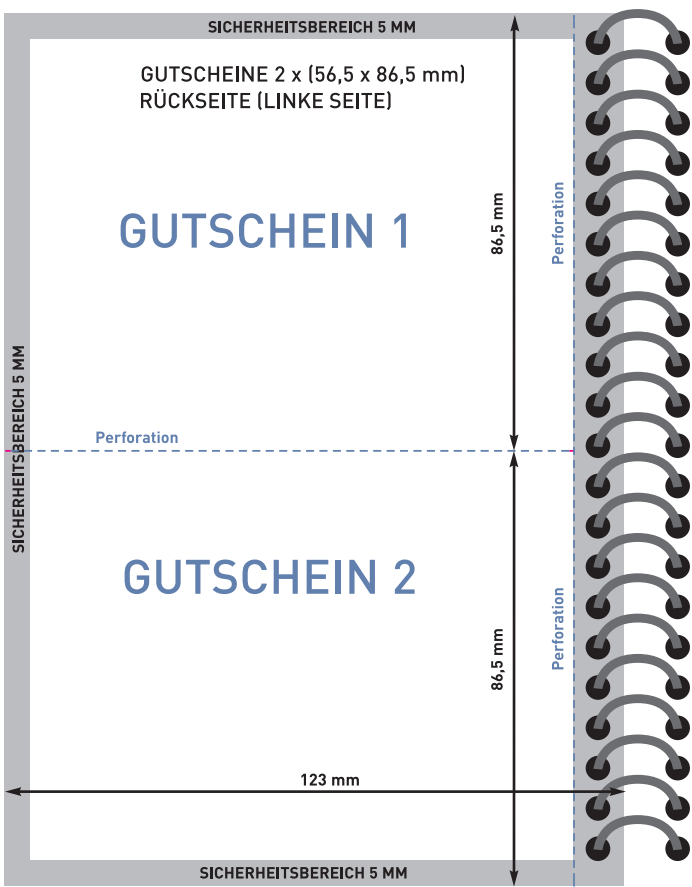
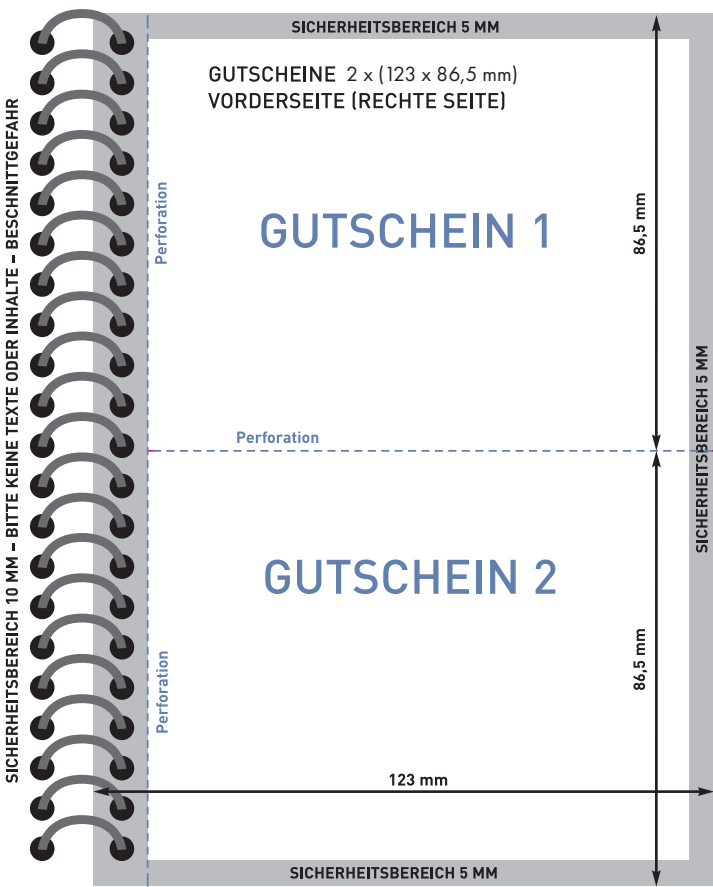
DER ORGANIZER 2025/2026

für Österreichs Schülerinnen & Schüler



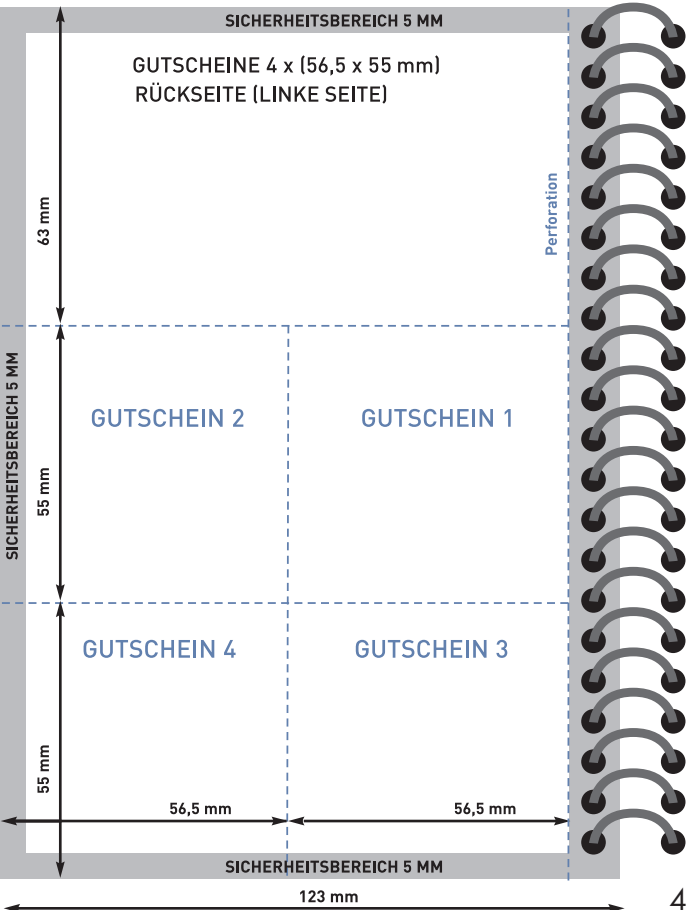
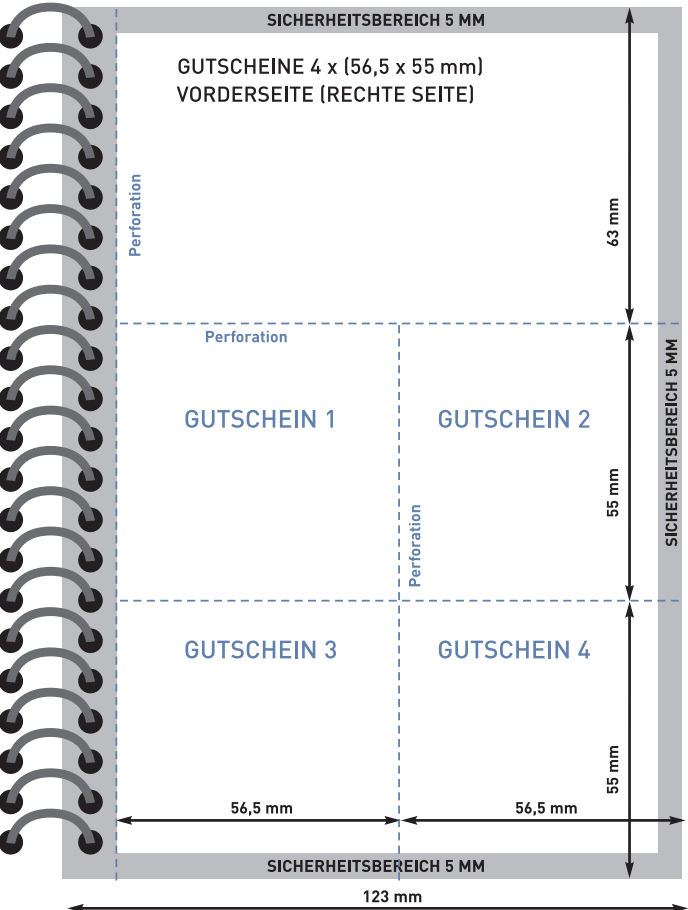
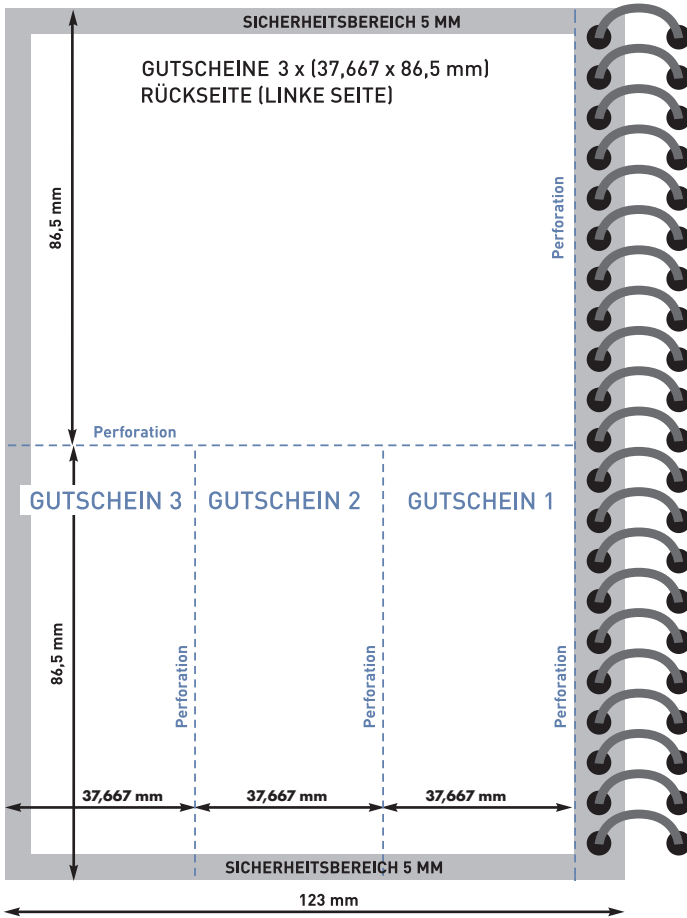
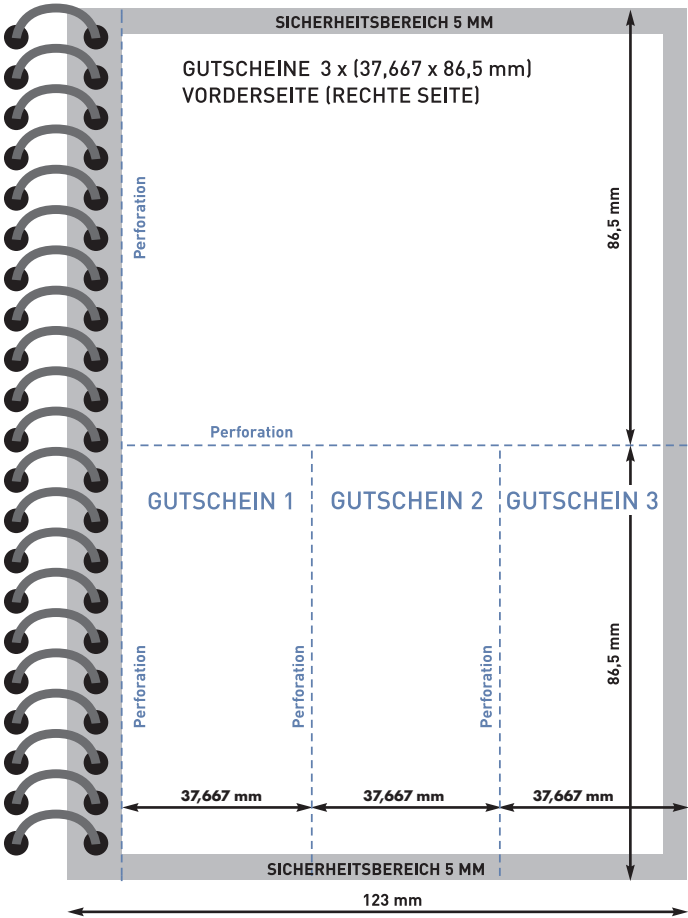
DER ORGANIZER 2025/2026

für Österreichs Schülerinnen & Schüler



DER ORGANIZER 2025/2026

für Österreichs Schülerinnen & Schüler



DER ORGANIZER 2025/2026

für Österreichs Schülerinnen & Schüler

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, 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 fernmündlich aufgegebenen Anzeigen bzw. bei fernmündlich veranlassten 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 15 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 Entgegenungsverfahren zu ersetzen und allfällige Entgegnungen 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.