

MEDIADATEN 2026

Familienmagazin **Tipi** Magazin für die Familie

FREIZEIT PARKS
Frühling 2025

AUF ZWEI RÄDERN
Die besten Bleeparks für Familien

Familienglück zu Land und zu Luft
Über den Wolken

♥ Hallo Beikost!
Abenteuer Esstisch

♥ Kinder in der Natur
Entdecken, Forschen, Spielen

♥ OSKA
Geschichte einer Kindheit

FRÜHLING 2025
TIPi 54 • EUR 4,50

Familienmagazin **Tipi** Magazin für die Familie

SONNEN-SCHUTZ
Sommer 2025

BABY-ZEICHEN
Kommunikation mit den Alterskindern

Outdoor im Hier & Jetzt
Lebe lieber ungewöhnlich

♥ Mama mit Söhnen
Allein unter Männern

♥ Anton Corbijn
Geschichte einer Kindheit

♥ Grenzenloser Spaß
50 Jahre Europa-Park

SOMMER 2025
TIPi 55 • EUR 4,50

Familienmagazin **Tipi** Magazin für die Familie

FAMILIEN-URLAUB
Herbst 2025

PATCH-WORK
Wenn Familien zusammenwachsen

Fernweh & Freiheit
Zu dritt rund um die Welt und wieder zurück

♥ WingTsun
Selbstbewusstsein verteidigen

♥ Mel Merio
Geschichte einer Kindheit

♥ Abenteuer Geburt
Gut vorbereitet

HERBST 2025
TIPi 56 • EUR 4,50

Familienmagazin **Tipi** Magazin für die Familie

LIEBLINGS-BÜCHER
Winter 2024/25

SO FEIERN WIR
Familien geben Einblicke in ihre Weihnachten

In den neuen vier Wänden
Der Weg zum Traumhaus

♥ Talent ohne Ende
Musikalische Kinder

♥ Paul Pizzera
Geschichte einer Kindheit

♥ Ran an die Stifte!
Kreativität im Familienalltag

WINTER 2024/25
TIPi 53 • EUR 4,50

Tipi

Magazin für die Familie

2026

Mediadaten

WANN ERSCHEINT TIPI?

Ausgabe	Erscheinungstermin	Druckunterlagenschluss
Tipi Frühling 2026	13. März 2026	02. März 2026
Tipi Sommer 2026	19. Juni 2026	08. Juni 2026
Tipi Herbst 2026	18. September 2026	07. September 2026
Tipi Winter 2026	04. Dezember 2026	23. November 2026



CAWI-PRINT 2025: 1 MILLION ÖSTERREICHERINNEN KENNEN TIPI.

ZIELGRUPPE FAMILIE BESTÄTIGT*

- > Reichweite 14–69 Jahre:
LPA (Leser pro Ausgabe): 169.000 LeserInnen
WLK (weitester Leserkreis): 309.000 LeserInnen
Lesefrequenz: 2,1
- > 50% der TIPI-LeserInnen sind weiblich
- > 80% der TIPI-LeserInnen sind 20–49 Jahre alt
- > 90% der TIPI-LeserInnen sind berufstätig
- > Über 80% der TIPI-LeserInnen leben in Haushalten mit 3 oder mehr Personen
- > In 30% der TIPI-Haushalte leben Kinder zwischen dem Alter 1-5 Jahre
- > In 75% der TIPI-Haushalte leben Kinder zwischen dem Alter 3-14 Jahre
- > **Alle weiteren Details der Ergebnisse der CAWI-Print 2025 auf Anfrage: office@pph-media.at**

* Alle Werte sinngemäß gerundet.

THEMENINTERESSEN IM ALLGEMEINEN*

- > 80% für „Kinder, Erziehung & Schulbildung“
- > 80% für „Regionalität von Produkten“
- > 80% für „Filme & Entertainment“
- > 75% für „Ausflüge & Reisen“
- > 75% für „Gesunde Ernährung“
- > 70% für „Nachhaltigkeit“
- > 70% für „Gesundheit & Medizin“
- > 70% für „Kochen, Backen & Rezepte“
- > 70% für „Natur- und Umweltschutz“
- > 70% für „Gesundheit, Sport & Medizin“
- > 70% für „Spiele & Gesellschaftsspiele“
- > 70% für „Impfen & Vorbeugen“
- > 60% für „Shopping, Mode & Accessoires“
- > 60% für „Finanzthemen“

Daten und Fakten

Erscheinungsweise	4 x p.a.	
Auflage	120.000 Stück	
Format	200 x 264 mm	abfallend
Papier	Umschlag	250 g Offset ungestrichen
	Kern	Holmen TRND 70 g 2.0: EU Ecolabel, FSC® und PEFC™
Druck	4/4-färbig Skala	abfallend; Raster70#
Farbprofil Kern	Uncoated Fogra47L VIGC 260	
Farbprofil Umschlag	PSO Uncoated v3 Fogra52	
Buchbindearbeit	PUR Klebebindung	



post für

Die Studie CAWI-Print ist ein jährlich durchgeführtes Reichweiteninstrument für spezifische Magazine, Zeitschriften und Printprodukte. Kernleser, Frequenz, Lesemenge u.v.m. werden mit 4.250 Online-Interviews ermittelt.





Die Studie CAWI-Print ist ein jährlich durchgeführtes Reichweiteninstrument für spezifische Magazine, Zeitschriften und Printprodukte. Kernleser, Frequenz, Lesemenge u.v.m. werden mit 4.250 Online-Interviews – repräsentativ für alle ÖsterreicherInnen im Alter zwischen 14 und 79 Jahren – mittels bevölkerungsnaher Gewichtung ermittelt.

CAWI-PRINT 2025
Die Reichweitenstudie der spezifischen Zeitschriften

TIPI IM ÜBERBLICK

Tipi LEBEN UND WIR

- > Kinder und ihre Lieblings... & Familienplauderei
- > Kunterbunte Produktneuheiten & spannende Gewinnspiele
- > Die Tipi-Coverfamilie ganz privat
- > Geschichte einer Kindheit: prominente Kindheitserinnerungen
- > Leben, lernen & spielen im Familienalltag
- > Unterhaltsame Kolumnen: Urpeinlich, Papa!, Kinderfeder & Wie sag ich's meinem Kind
- > Und viele interessante & ungewöhnliche Familiengeschichten

Tipi MAMA & BABY

- > Nützliche Tipps & Tools rund um die Schwangerschaft, die Geburt sowie den Alltag mit Baby
- > Elternrollen alt, neu, ungewöhnlich und bewährt
- > Baby-Erstausrüstung & -Zubehör
- > Und viele Geschichten rund ums Elternwerden & Elternsein

Tipi MODE & PFLEGE

- > Nützliche Tipps & Tools im modischen Familienalltag
- > Nachhaltige Mode- und Pflegetrends für die Großen und die Kleinen
- > Saisonale Kindermode: vom Schuh bis zur Mütze
- > Die besten Pflegeprodukte für jede Jahreszeit
- > Und viele Geschichten rund ums „Schönsein“

Tipi ESSEN & GESUNDHEIT

- > Nützliche Tipps & Tools im gesunden Familienalltag
- > Gesundheits- und Bewegungs-Tipps für die Großen und die Kleinen
- > Köstliche und einfache Rezepte zum Nachkochen für die ganze Familie
- > Saisonale & regionale Produktneuheiten
- > Und viele Geschichten rund um Ernährung und Gesundheit

Tipi FREIE ZEIT

- > Schauen, Spielen, Lesen, Hören
- > Alle großen Film-Highlights & spielerische Basteltipps
- > Ausflugstipps und Freizeitideen für Groß und Klein
- > Mini-Tipi: Die Kinder-Besonder-Seite zum Heraustrennen
- > Und viele Tipps für Familienspaß bei jedem Wetter

Tipi WIR SIND WEG

- > Nützliche Tipps für einen gelungenen Familienurlaub
- > Reise mit Kind: Auszeit mit der ganzen Familie
- > Reise ohne Kind: Zeit zu zweit für die Eltern
- > Der schönste Urlaub zu jeder Jahreszeit: Österreich entdecken
- > Abenteuerland: Freizeitaktivitäten in jedem Bundesland



WER IST TIPI?

Lorin Polak > Geschäftsführer
Georg Peter > Verlagsleitung
Kim Sztrakati > Chefredaktion

Mediaberatung, Redaktion und Marketing

Verlagsleitung > Georg Peter
Telefon > +43 1 235 13 66-810
Mobil > +43 664 829 76 67
Mail > georg.peter@pph-media.at

Senior Account Manager & Marketingleitung > Michael Martinek
Telefon > +43 1 235 13 66-820
Mobil > +43 699 1 260 35 10
Mail > michael.martinek@pph-media.at

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

Verlag und Medieninhaber

PPH Media Verlag GmbH
Kutschkergasse 42/Top 13, A-1180 Wien
Telefon > +43 1 235 13 66-800
E-Mail > office@pph-media.at
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 2026

ZIELGRUPPE UND VERTRIEB I.



Pures Lesevergnügen bequem aus dem eigenen Postkasten holen.

Tipi wird österreichweit an **62.000 Familien** direkt nach Hause geschickt und holt damit die Zielgruppe der jungen, modernen Familien genau dort ab, wo sie ist – im bunten Familienalltag. Ohne Umwege.



Tipi auf Reisen. Damit man auch im wohlverdienten Urlaub auf Qualität und Unterhaltung nicht verzichten muss, findet man **Tipi** österreichweit in **35 ausgewählten Standorten** der Kinderhotels.



Tipi kann man auch bei McDonald's einfach und gratis mitnehmen: Viele tausend Tipi-Exemplare werden pro Ausgabe österreichweit an alle **198 McDonald's-Restaurants** geliefert und liegen dort zur freien Entnahme auf.



Ronald McDonald Kinderhilfe-Häuser. Ein „Zuhause auf Zeit“ in Kliniknähe für Familien mit schwer kranken Kindern. In Österreich beherbergen die derzeit **5 Ronald McDonald Kinderhilfe-Häuser** rund 1.100 Familien pro Jahr.



Mehr als **10.000 Tiere auf 5.000 m²** im Haus des Meeres: Der Aqua Terra Zoo begeistert als ganzjährig beliebtes Ausflugsziel die gesamte Familie. Neben Haien, Krokodilen, Äffchen und Vögeln sorgt **Tipi** für zusätzliche Unterhaltung.



Tipi verkürzt die Wartezeit am **CAT-Terminal von täglich 4.500 Reisenden**: serviceorientiert, stressfrei, mit emissionsfreiem Bahnstrom. Wiens schnellste Nonstop-Verbindung zwischen dem Flughafen und der Innenstadt.



Die ökologisch nachhaltigen Bausteine des österreichischen Spielzeugherstellers **Bioblo** erfreuen sich als pädagogisch wertvolles Konstruktionsspielzeug bei Kindern und Eltern gleichermaßen großer Beliebtheit. **Tipi** liegt allen Bestellungen im **Bioblo-Webshop** bei und sorgt damit für weitere informative und kreative Highlights.

ZIELGRUPPE UND VERTRIEB II.



Gesund und munter mit **Tipi** in allen **19 Reformhaus Prokopp Filialen**. Gegründet 1898, ist die Reformhauskette Prokopp heute ein nach wie vor familiengeführtes Unternehmen mit einem vorwiegend regionalen und nachhaltigen Sortiment aus hochwertigen Nahrungsergänzungen, Nahrungsmitteln und Naturkosmetik.



Tipi versorgt alle Eltern in über **100 Wiener Kindergärten** mit wertvollen Informationen und guter Unterhaltung für die ganze Familie: Wir beliefern Wiener Kindergärten mit 6.000 Exemplaren pro Ausgabe – beste Qualität zur freien Entnahme.

**Arztpraxen
in ganz
Österreich**

Die neue Lieblingslektüre für Mama, Papa und Kinder im Wartezimmer. **Tipi** sorgt in knapp **5.000 Arztpraxen in Wien** und bei weiteren **500 Frauen- und Kinderärzten und -Ärztinnen in ganz Österreich** für eine kurzweilige und unterhaltsame Wartezeit.

**Wiener
Kaffeehäuser**

Beste Familien-Information und -Unterhaltung in gemütlicher Atmosphäre bei Kaffee und Kuchen. **Tipi** sorgt in über **700 Wiener Kaffeehäusern** für entspannte Lesezeit.

Trafik-Vertrieb

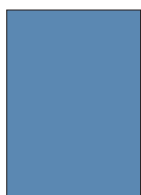
Damit man auf keine Ausgabe verzichten muss, kann man **Tipi** auch bequem am Kiosk und in der Trafik kaufen. Lesespaß für die gesamte Familie gibt es in **200 Trafiken in Wien und Umgebung**.

**Familien-Events
& Eltern at Work**

Mit insgesamt 8.000 verteilten Exemplaren ist **Tipi** gern gelesener Begleiter bei Familien-Events und Kinopremieren. Auch Manager-Mamas und -Papas freuen sich auf **Tipi**: Österreichweit werden 5.000 Exemplare gezielt an diese B2B-Zielgruppe verschickt.

TARIFE

Heftformat > 200 x 264 mm, abfallend > Alle abfallenden Formate zzgl. 3 mm Überfüller.

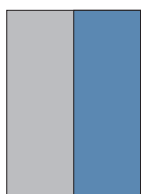


1/1 Seite Kern € 9.750,-
1/1 Seite U2/U3 € 10.900,-
1/1 Seite U4 € 11.900,-

Abfallend 200 x 264 mm

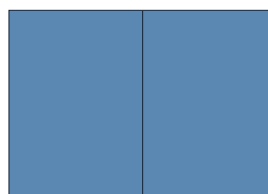
Bitte platzieren Sie anschnittgefährdete
Bilder oder Texte bei abfallenden Formaten
17 mm vom Beschnitt entfernt.

Liefern Sie bitte nur PDF-Dateien an.



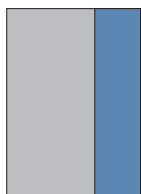
1/2 Seite hoch
€ 6.500,-

Abfallend 100 x 264 mm, Satzspiegel 82 x 230 mm



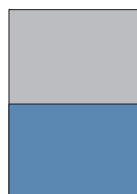
2/1 Seite Kern
€ 17.900,-
U2 & Seite 3
€ 18.900,-

Abfallend 400 x 264 mm



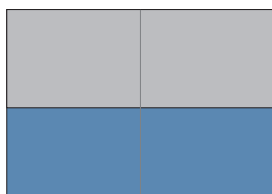
1/3 Seite hoch
€ 4.500,-

Abfallend 65 x 264 mm



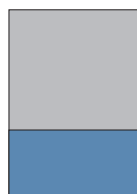
1/2 Seite quer
€ 6.500,-

Abfallend 200 x 132 mm, Satzspiegel 165 x 117 mm



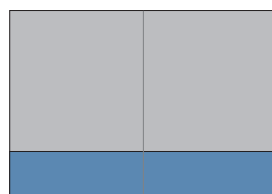
2/2 Seite
€ 9.500,-

Abfallend 400 x 132 mm



1/3 Seite quer
€ 4.500,-

Abfallend 200 x 88 mm, Satzspiegel 165 x 88 mm



2/4 Seite
€ 6.900,-

Abfallend 400 x 66 mm



1/4 Seite quer
€ 3.250,-

Abfallend 200 x 66 mm, Satzspiegel 165 x 66 mm

SONDERWERBEBEFORMEN

Beilagen

bis 20 g	€ 125,- / Tausend
bis 30 g	€ 145,- / Tausend
bis 40 g	€ 170,- / Tausend

Mindestformat 105 x 80 mm, Maximalformat 175 x 245 mm,
Mindestbelegung 40.000 Stk.

Beileimer

bis 20 g	€ 150,- / Tausend
bis 30 g	€ 170,- / Tausend
bis 40 g	€ 190,- / Tausend

Mindestformat 70 x 165 mm, Maximalformat 200 x 264 mm,
Mindestbelegung 40.000 Stk. Genaue technische Infos und Details
(Nachfalz, maximale Grammatur, Verdrängung, Probedruck etc.) auf Anfrage.

Beikleber, Tip-on-Cards, Sachets (Kernplatzierung)

bis 20 g	€ 150,- / Tausend
bis 30 g	€ 170,- / Tausend
bis 40 g	€ 190,- / Tausend

Mindestformat 80 x 50 mm, Maximalformat 175 x 245 mm,
Mindestbelegung 40.000 Stk. Genaue technische Infos und Details
(Nachfalz, maximale Grammatur, Verdrängung, Probedruck, etc.) auf Anfrage.

Coverplatzierung: + 20% Aufschlag

Mindestformat 74 x 105 mm (DIN A7), Maximalformat auf Anfrage

Kreativhonorar

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

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

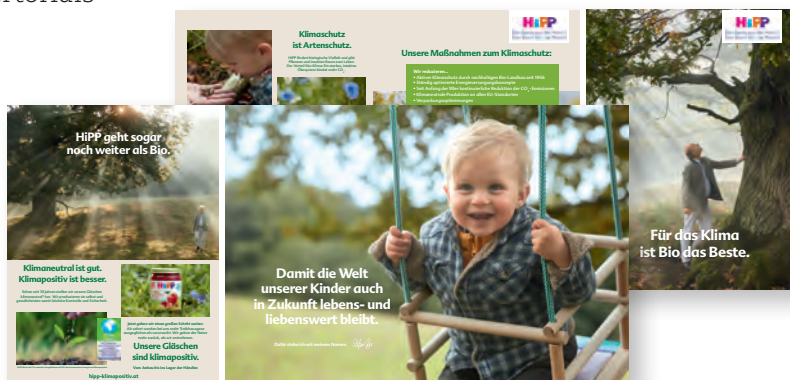
Wickelfalz-Beileimer
in Tipi 39



Malwettbewerb mit
Extra-Malblatt
Tipi 47/48



Cover-Tip-on-Cards in
Tipi 2020/2021



Tipi

Magazin für die Familie

2026

Mediadaten

INSTAGRAM

Die Zielgruppe von TIPI ist auch gerne auf Instagram aktiv. Die TIPI Redaktion begeistert Leserinnen und Leser auch auf dieser Plattform regelmäßig mit authentischen Geschichten, nützlichen Alltagstipps im Bereich Familienleben, exklusiven Gewinnspielen und inspirierenden Bastelideen.

15.500 FOLLOWER**

1.7 Mio. IMPRESSIONEN*

500.000 REICHWEITE*



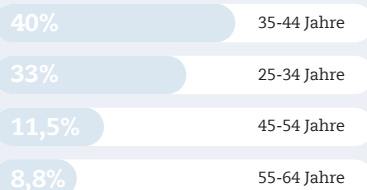
ZIELGRUPPE*



82%
Frauen



18%
Männer



Altersgruppen

54%
aus
Österreich

40%
aus
Deutschland

* Daten von Meta, Zeitraum: 2025 ** Stand Oktober 2025

REEL
AD

POST
AD

STORY
AD

FORMATE

Specials, Tarife
und Kooperationen
auf Anfrage



ALLE POSTINGS MIT GARANTierter REICHWEITE.

TIPI bietet einen großen Mehrwert und garantiert die Reichweite. Alle Postings, Stories und Reels werden durch gezielte Werbeinvestitionen unterstützt, um präzise die gewünschte Zielgruppe zu erreichen. Die punktgenaue Steuerung der Werbemaßnahmen erfolgt durch die Agentur fabinger (www.fabinger.at) – die Ergebnisse einer Kampagne werden umfassend dokumentiert und in einem detaillierten Reporting präsentiert.

REDAKTION

Auch auf Instagram spiegelt sich die hohe redaktionelle Qualität von TIPI wider. Anhand Ihrer Kampagnenschwerpunkte schlagen wir gerne redaktionelle Themen vor und bereiten Beiträge, Reels und Stories in enger Abstimmung mit dem Redaktionsteam auf.

TiPi

Magazin für die Familie

2026

Mediadaten

PAKETE

Individuelle Instagram-Einbindungen und medienübergreifende Kooperationen für TIPI Print + TIPI Instagram bieten wir gerne auf Anfrage an!



POSTING: GEWINNSPIEL

Gewinnspiele bringen viele Interaktionen mit der Marke.

- + Posting (Static)
- + Story (Repost)
- + inkl. Buyout
- + inkl. Werbepartnerschaft
- + Reporting

GARANTIERTE LEISTUNG

50.000 IMPRESSIONEN

AB € 1.750,-



CAROUSEL: REDAKTIONELL

Das Produkt eingebunden in ein redaktionelles Umfeld.

- + Carousel (Static)
- + inkl. Produktplatzierung
- + Story (Repost)
- + inkl. Buyout
- + inkl. Werbepartnerschaft
- + Reporting

GARANTIERTE LEISTUNG

50.000 IMPRESSIONEN

AB € 2.250,-



REEL: REDAKTIONELL

Redaktionelles Umfeld in einem Videoformat umgesetzt.

- + Reel
- + inkl. Produktplatzierung
- + Story (Repost)
- + inkl. Buyout
- + inkl. Werbepartnerschaft
- + Reporting

GARANTIERTE LEISTUNG

50.000 IMPRESSIONEN

AB € 2.950,-



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 Lifestylemagazin für die gesamte Familie.

Tipi ist ein hochwertiges Gratismagazin mit zielgenauer Distribution am österreichischen Markt, das mit einer Gesamtauflage von 120.000 Exemplaren pro Ausgabe punktgenau die Zielgruppe erreicht. Davon werden 4 Mal pro Jahr sogar jeweils 62.000 **Tipi**-Exemplare postalisch an Familien in ganz Österreich verschickt. 130–150 Seiten pures Lesevergnügen für die gesamte Familie.

Tipi-Leserinnen und 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 und Alleinerzieher, Pflegefamilien und vieles 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 und Leser 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 fernmündlich aufgegebenen Anzeigen 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 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 zurücksstellen.
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 farbeindeutliche 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 Entgegennungsverfahren 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.