

MEDIADATEN 2020





WANN ERSCHEINT TIPI?

Erscheinungstermine

Ausgabe	Erscheinungstermin	Druckunterlagenschluss
Tipi Frühling 2020	13. März 2020	24. Februar 2020
Tipi Sommer 2020	19. Juni 2020	02. Juni 2020
Tipi Herbst 2020	18. September 2020	31. August 2020
Tipi Winter 2020	27. November 2020	09. November 2020

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



© BillionPhotos.com / Adobe Stock

Tipi FRÜHJAHR

ET 13. März 2020

Wohnen und Familie

- > das erste eigene Haus mit Garten
- > Wohnraum klug versichern und finanzieren
- > kreative Einrichtungsmöglichkeiten, Wohnraum gestalten
- > die passenden Energie-Anbieter wählen
- > Kaufen vs. Mieten
- > Ökologisches Wohnen
- > Service: Wohnberatungsstellen, Förderungen, Beihilfen, sozialer Wohnbau, Bauträger
- > Wohnen mit behinderten Kindern
- > smarte Wohnlösungen (Stadt/Land)

Weitere Themen: Ostern und Familie, Freizeitparks, Sommerurlaub planen, Kinderwagen und Autositze



© Ivankos80 / Adobe Stock

Tipi SOMMER

ET 19. Juni 2020

Grüne Mode für die Familie

- > grüne Bekleidungs- und Schuhhersteller
- > Up- & Recycling-Mode, Accessoires
- > Publikumsmessen und Fashion-Events
- > Service: Förderungsstellen
- > Informationsstellen und Konsumentenschutz

Weitere Themen: Sonnenschutz im Urlaub, Babytragen, Schlafen Baby/Kleinkind

TIPI SCHWERPUNKTE



© Miramiska / Adobe Stock

Tipi HERBST

ET 18. September 2020

Pflege für die Familie

- > Kosmetika für die Kleinen und Großen
- > Naturkosmetik und Bio-Produkte
- > Zahngesundheit
- > Pflege vom Babyalter bis zur Pubertät
- > Heimtextilien
- > Pflege von Innen: angepasste Ernährung
- > Sanfte Reinigungs- und Haushaltsmittel

Weitere Themen: Schule, Zahngesundheit, Winterurlaub, Essen lernen, Kleinkind-Geschirr & Besteck



© Jpulture / Adobe Stock

Tipi WINTER

ET 27. November 2020

Gesund und fit durch den Winter

- > Nahrungsergänzungsmittel zur Prophylaxe und Behandlung
- > Pflegeprodukte, Erkältungsbäder, Hausmittel & Co.
- > Wintersportregionen, Winterwandern, Bewegung in der Natur
- > Familien-Sport-Angebote für die kalte Jahreszeit
- > Messen und Events
- > Service: Beratungsstellen
- > der richtige Umgang mit Raumtemperatur, Raumfeuchtigkeit, Lüften
- > die gesunde Einkaufsliste, ausgewogene Ernährung

Weitere Themen: Weihnachten, Familienurlaub, kommender Sommer, Stillen



WER IST TIPI?

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

Mediaberatung, Redaktion und Marketing

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

Junior Account Manager & Marketing > Natascha Holba
Telefon > +43 1 235 13 66 - 800
Mail > natascha.holba@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 2020

Tipi

Magazin für die Familie

2020

Mediadaten

ZIELGRUPPE UND VERTRIEB

FAMILIEN
ZUHAUSE
ERREICHEN

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.

KINDER
GARTEN
VERTRIEB

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.

Kinder- und
Frauenärzte

Die neue Lieblingslektüre für Mama, Papa und Kinder im Wartezimmer.

Tipi sorgt bei 785 Frauen- und Kinderärzten in Wien, Niederösterreich, Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Burgenland und in der Steiermark für eine kurzweilige Wartezeit.

THE ORIGINAL
Kinderhotels[®]
EUROPA
www.kinderhotels.com

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.

Trafik-Vertrieb

Damit man auf keine Ausgabe verzichten muss, kann man **Tipi** auch bequem beim Trafikanten des Vertrauens kaufen. Lesespaß für die gesamte Familie gibt es flächendeckend in 300 Trafiken in Wien und Umgebung.



Tipi kann man auch bei McDonald's einfach und gratis mitnehmen: 28.000 Tipi-Exemplare werden pro Ausgabe österreichweit an alle 195 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 fünf Ronald McDonald Kinderhilfe-Häuser rund 1.100 Familien pro Jahr.

CAT
CITY AIRPORT TRAIN

Tipi verkürzt die Wartezeit am CAT-Terminal täglich von 4.500 Reisenden: Serviceorientiert, stressfrei, mit emissionsfreiem Bahnstrom. Wiens non-stop Verbindung zwischen dem Flughafen und der Innenstadt. www.cityairporttrain.com

Familien-Events

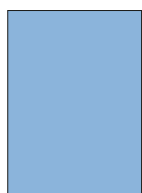
Mit insgesamt 8.000 verteilten Exemplaren pro Ausgabe ist **Tipi** auch gern gelesener Begleiter bei beliebten Familien-Events und exklusiven Kinopremieren: Reed Messe Wien, Stocksale Wien, Feschmarkt Wien/Graz, etc.

Eltern at Work

Auch Manager-Mamas und -Papas freuen sich auf die Zeit mit ihren Liebsten daheim. **Tipi** unterstützt sie dabei und verschickt jede Ausgabe 5.000 Exemplare österreichweit gezielt an diese B2B-Zielgruppe.

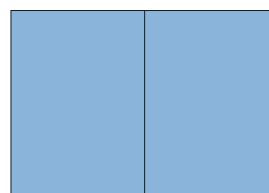
TARIFE

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.



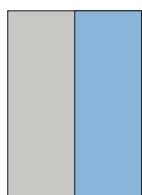
1/1 Seite Kern € 9.750,-
1/1 Seite U2/U3 € 10.900,-
1/1 Seite U4 € 11.900,-

Abfallend 200 x 264 mm



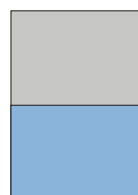
2/1 Seite Kern
€ 17.900,-
U2 & Seite 3
€ 18.900,-

Abfallend 400 x 264 mm



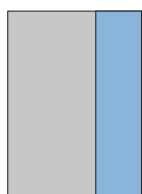
1/2 Seite hoch
€ 6.500,-

Abfallend 100 x 264 mm, Satzspiegel 85 x 230 mm



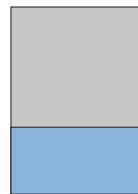
1/2 Seite quer
€ 6.500,-

Abfallend 200 x 132 mm, Satzspiegel 175 x 117 mm



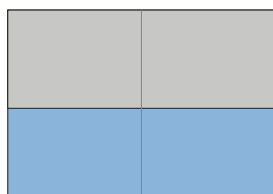
1/3 Seite hoch
€ 4.500,-

Abfallend 65 x 264 mm



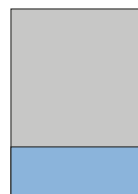
1/3 Seite quer
€ 4.500,-

Abfallend 200 x 88 mm



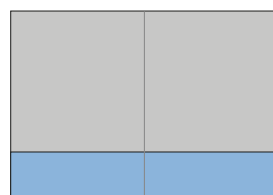
2/2 Seite
€ 9.500,-

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.

SONDERWERBEBEFORMEN

Beilagen

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

Mindestformat 105 x 80 mm, Maximalformat 175 x 245 mm,
Mindestbelegung 30.000 Stk.

Beihefter / Beileimer

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 Grammatur, Verdrängung, Probedruck etc.) auf Anfrage.

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

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

Mindestformat 80 x 50 mm, Maximalformat 175 x 245 mm,
Mindestbelegung 50.000 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 105 x 148 mm (DIN A6)

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 4 Mal pro Jahr jeweils 62.000 **Tipi**-Exemplare postalisch an Familien in ganz Österreich verschickt. 120 Seiten pures Lesevergnügen für die gesamte Familie.

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 Tariffliste 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 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 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.