

MEDIADATEN 2021

Familienmagazin **Tipi** Magazin für die Familie

URLAUB IN AUSTRIA Sommer 2020



SÜSSE FREUDEN
Schlemmen ohne Rühr-Zuckerfreie Rezepte

Vor der neuen Haustür
Bewegte Zeiten für eine junge Familie

Freundschaften
Machen stark fürs Leben

Im Wald baden
Die positive Wirkung der Natur

Andreas Schmid
Geschichte einer Kindheit

SOMMER 2020
TIFI 35 • EUR 2,90

Familienmagazin **Tipi** Magazin für die Familie

FAMILY-PARKS Frühling 2021



MOM-
PRENEURS
Menschen
Liberals@redax.at

Einzelkind
Mythen und Wahrheit

Ist das normal?
Diagnose AD(H)S

Kristina Sprenger
Geschichte einer Kindheit

Abgeholt!
Kindergarten für Erwachsene

FRÜHLING 2021
TIFI 34 • EUR 2,90

Familienmagazin **Tipi** Magazin für die Familie

KEKSE BACKEN Winter 2019/20



DEINE FREUNDE
Die tolle
Gründungszeit über
40 Jahre

Drei Generationen
und ein Hund
Über das Zusammenleben mit den Eltern und den Kids

Manuel Rubey
Geschichte einer Kindheit

Konnichiwa, Japan!
Unterwegs mit dem Campervan

Was wäre wenn
Philosophieren mit Kids

WINTER 2019/20
TIFI 33 • EUR 2,90

Familienmagazin **Tipi** Magazin für die Familie

BABY-
TRAGEN Herbst 2020



MOSAIK-
SCHULE
Wie Schulgründung
gelungen kann - ein
Erfahrungsbereich

Forza Famiglia!
Eine Familie voller Tatendrang

Am Pferderücken
Zu Besuch im Reitkindergarten

Ready for Red?
Die erste Menstruation

Eva Rossmann
Geschichte einer Kindheit

HERBST 2020
TIFI 36 • EUR 2,90

Tipi

Magazin für die Familie

2021

Mediadaten

WANN ERSCHEINT TIPI?

Ausgabe	Erscheinungstermin	Druckunterlagenschluss
Tipi Frühling 2021	19. März 2021	01. März 2021
Tipi Sommer 2021	18. Juni 2021	31. Mai 2021
Tipi Herbst 2021	17. September 2021	30. August 2021
Tipi Winter 2021	26. November 2021	08. November 2021

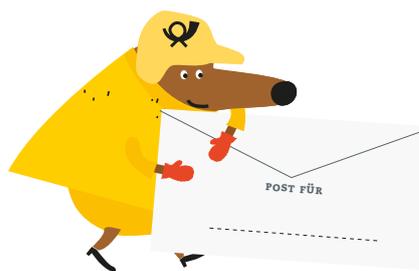


WAS MÖGEN UNSERE LESERINNEN SO GERN AN TIPI?*

- > Sie finden Tipi allen voran: jung, sympathisch, zeitgemäß, interessant, informativ & alltagstauglich.
- > 55% lesen mehr als die Hälfte und 25% über 3/4 aller Inhalte. 70% finden die Inhalte gut verständlich, modern, seriös, informativ mit guter Themenauswahl.
- > 60% finden den Umfang von Tipi genau richtig. 10% würden gerne noch mehr Tipi lesen.
- > Das Format von Tipi kommt bei 80% sehr gut an.
- > Die Covergestaltung, finden 70% gut oder sehr gut. Aber 94% sind mit den Covers auf jeden Fall zufrieden.
- > Der grafische Gesamteindruck kommt bei 71% gut oder sehr gut an.
- > Knapp 70% würden Tipi vermissen.

WIE SEHEN UNSERE TIPI FAMILIEN AUS?*

- > In 79% der Haushalte lebt ein Kind und bei 20% sind 2 Kinder zuhause.
- > Durchschnittsalter der Eltern beträgt 36 Jahre.
- > Jungs und Mädels halten einander mit 50/50 genau die Waage.
- > Unsere Familien kommen zu 60% aus ruralen und zu 40% aus urbanen Gebieten Österreichs.



* GfK, Qualitätsstudie, CAWI
** McDonald's Family-Club Auswertung

Daten und Fakten

Erscheinungsweise	4 x p.a	
Auflage	120.000 Stück	
Format	200 x 264 mm	abfallend
Papier	Umschlag Kern	200 g Bilderdruck matt, U1 partiell UV-lackiert 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 19. März 2021

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



© Ivanke80 / Adobe Stock

Tipi SOMMER

ET 18. Juni 2021

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 17. September 2021

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



© Jpohimec / Adobe Stock

Tipi WINTER

ET 26. November 2021

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

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 2021

Tipi

Magazin für die Familie



ZIELGRUPPE UND VERTRIEB



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 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.



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.



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

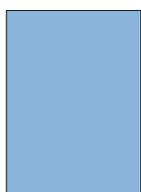
Mit insgesamt 8.000 verteilten Exemplaren pro Ausgabe ist **Tipi** auch gern gelesener Begleiter bei beliebten Familien-Events und exklusiven Kinopremieren: Reed Messe Wien, Stocksale Wien, Feschmarkt Wien/Graz, etc.

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.

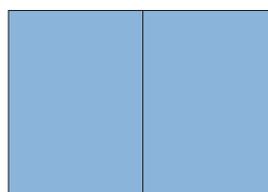
TARIFE

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.



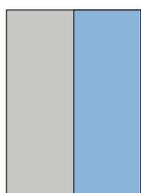
1/1 Seite Kern € 9.750,-
1/1 Seite U2/U3 € 10.900,-
1/1 Seite U4 € 11.900,-

Abfallend 200 x 264 mm



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

Abfallend 400 x 264 mm



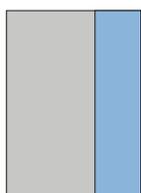
1/2 Seite hoch
€ 6.500,-

Abfallend 100 x 264 mm, Satzspiegel 85 x 230 mm



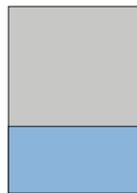
1/2 Seite quer
€ 6.500,-

Abfallend 200 x 132 mm, Satzspiegel 175 x 117 mm



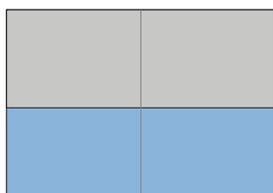
1/3 Seite hoch
€ 4.500,-

Abfallend 65 x 264 mm



1/3 Seite quer
€ 4.500,-

Abfallend 200 x 88 mm



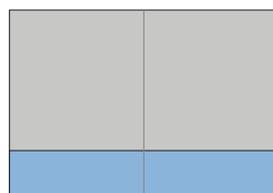
2/2 Seite
€ 9.500,-

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.



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. 100-120 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 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.