TARGETED SAMPLING 2020/21

Beliebt bei jungen Erwachsenen & Familien in ganz Österreich

Der ÖAMTC-Schoolbag, für wiffe Schulanfängerinnen, **Der ÖAMTC-Familienkalender**, für die wichtigsten gemeinsamen Termine der Familie; **Der SAE-Festivalbag**, für Teens & Twens und die wichtigste Zeit des Jahres: die Festivalsaison; **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 2020

Zielgruppe:	Kinder im Alter von 6 bis 7 Jahren. Punktgenaues Erreichen der Zielgruppe – nur für Mitglieder mit eingetragenen Kindern im passenden Alter
Auflage:	15.000 Stück
Distribution:	exklusiv alle 113 ÖAMTC Stützpunkte österreichweit
Erscheinungstermin:	September 2020 – zum Schulanfang
Start der Verteilung:	01. September 2020

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.
- Nennung der Partner auf einer Doppelseite in der Herbst-Ausgabe des TIPI-Familienmagazins zur Vorstellung von Schoolbag & Familienkalender (ET 21.09.2018) Mediawert der Doppelseite: 17.900 EUR

TARIFE-PRODUKTSAMPLE-BEIGABE: 15.000 STK.
Logoplatzierung in allen Werbemaßnahmen (siehe oben) für ein Bearbeitungspauschale in der Höhe von 2.500 EUR*.

ÖAMTC FAMILIENKALENDER 2021

Zielgruppe:	Familien mit Kindern im Volksschulalter, 6 bis 10 Jahre punktgenaues Erreichen der Zielgruppe – nur für Mitglieder mit eingetragenen Kindern im passenden Alter
Auflage:	14.000 Stück
Format:	210 x 450 mm abfallend (oben spiralisiert!)
Umfang:	1 Coverblatt, 12 Kalenderblätter, 1 Stundenplanblatt
Qualität:	135 g Luxo Art Samt, 4/4C
Inhalte Vorderseiten:	Kalender für Eltern & Kinder + ein Sonderblatt für den Stundenplan der Kinder
Rückseiten:	als Spiel & Bastelei für Kinder bzw. klassisches Werbesujet einsetzbar
Distribution:	exklusiv über alle 113 ÖAMTC-Stützpunkte österreichweit
Erscheinungstermin:	04. Oktober 2021
Druckunterlagenschluss:	13. August 2021

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)

www.pph-media.at

Ein gemeinsames Projekt von

TARGETED SAMPLING 2020/21

Beliebt bei jungen Erwachsenen & Familien in ganz Österreich

ÖAMTC REISEKOFFER 2020

Zielgruppe:	Familien mit Kindern im Alter von 4 bis 10 Jahren punktgenaues Erreichen der Zielgruppe – nur für Mitglieder mit eingetragenen Kindern im passenden Alter
Auflage:	5.500 Stück
Distribution:	exklusiv über alle 113 ÖAMTC-Stützpunkte österreichweit
Anlieferung der Items:	bis spätestens 04. Mai 2020
Erscheinungstermin:	Juni 2020
Start der Verteilung:	05. Juni 2020

WERBELEISTUNG ÖAMTC FÜR DAS PROJEKT REISEKOFFER

- ÖAMTC Social Media Posting – Facebook – Zielgruppenspezifisch
- E-Mailing an ausgewählte Mitglieder mit eingetragenem Kind – KW23
- Bewerbung in auto touring – Erscheinungstermin: Anfang Juni 2020
- Nennung der Partner im Rahmen eines ganzseitigen Artikels „Reisen mit Kindern & Sicherheit" in der Sommerausgabe des TIPI-Familienmagazins zur Vorstellung von Reisekoffer & Familienkalender

Gesamt-Mediawert 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 2021

Zielgruppe:	Familien mit Kindern im Volksschulalter, 6 bis 10 Jahre punktgenaues Erreichen der Zielgruppe – nur für Mitglieder mit eingetragenen Kindern im passenden Alter
Auflage:	17.000 Stück
Format:	140 x 200 mm abfallend
Umfang:	Service-Teil: 92 Seiten & Kindebuch: 48 Seiten
Qualität:	Cover: 300 g BD, Kern: 150 g BD, 4/4C, klebegebunden + Kinderteil auf umweltfreundlichem, beschreibbarem Offset-Papier 100 gr. ungestrichen reinweiß
Inhalte:	Verhaltensregeln im Straßenverkehr, Mit Kindern unterwegs, Reisen mit Kindern, Kinder im Straßenverkehr, ÖAMTC-Angebote für Familien & Kinder etc.
Distribution:	exklusiv über alle 113 ÖAMTC-Stützpunkte österreichweit
Erscheinungstermin:	02. August 2021
Druckunterlagenschluss:	21. Juni 2021

ÖAMTC FÜHRERSCHEIN-NEULINGS-BAG 2021

Zielgruppe:	Junge Erwachsene im Zielgruppen-Alter von 17 bis 25 Jahren. Punktgenaues Erreichen der Zielgruppe – nur für Mitglieder mit neu eingetragenem Führerschein.
Auflage:	10.000 Stück
Distribution:	exklusiv alle 113 ÖAMTC Stützpunkte österreichweit
Erscheinungstermin:	August 2021 – zum Schulanfang
Start der Verteilung:	02. September 2021

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

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

NATASCHA HOLBA
Junior Account Manager & Marketing
Tel.: +43 1 235 13 66 - 800
natascha.holba@pph-media.at

Wir freuen uns auf ein erfolgreiches und sicheres Familienjahr!

www.pph-media.at

Ein gemeinsames Projekt von

TARGETED SAMPLING 2020/21

Beliebt bei jungen Erwachsenen & Familien in ganz Österreich

PPH MEDIA, der SAE Flagship Mediencampus Wien und BAWAG PSK präsentieren 2020 zum zweiten Mal den coolen SAE-Festivalbag für die Zielgruppe der 14- bis 25-Jährigen. Motiviert durch erfolgreiche Projekte im Bereich **Targeted Sampling** – darunter der ÖAMTC-Starthilfe-Bag, -Schoolbag, -Reisekoffer, -Familienkalender und der seit 14 Jahren erscheinende Schulkalender – hat der PPH Media Verlag gemeinsam mit dem renommierten österreichischen **SAE Flagship Mediencampus Wien** (*www.sae.edu*) einen idealen Partner gefunden, um dieses Jahr tausende junge **Musikfestival-Fans** in Österreich direkt anzusprechen. Der **SAE Festivalbag**, zielgruppenaffin verteilt ist durch den auf die Zielgruppe abgestimmten Inhalt und die hochwertige Produktion aus umweltschonender Baumwolle ein besonderer Mehrwert und begehrtes Goodie. Um eine sinnvolle und attraktive Befüllung des Rucksacks zu gewährleisten, bieten wir Ihnen als Kooperationspartner die exklusive Möglichkeit an, die Zielgruppe der jungen Erwachsenen punktgenau zu erreichen.

SAE-FESTIVALBAG 2020

Zielgruppe: Junge Erwachsene von 14 bis 25 Jahre.
Kein Streuverlust, punktgenaues Erreichen der Zielgruppe als Willkommensgeschenk in den Outlets eines zielgruppenaffinen Vertriebspartners (TBA).

Auflage: 5.000 Stück

Format: 350 x 410 mm

Material: Rucksack aus öko-freundlicher und nachhaltiger Baumwolle

Distribution: 4.500 Stück, exklusiv über ausgesuchte BAWAG PSK-Filialen österreichweit + 500 Stück über den SAE-Mediencampus.

Anlieferung der Samples: bis spätestens 13. April 2020

Erscheinungstermin: 8. Mai 2020

Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung:

PPH Media Verlag GmbH
Otto Bauer Gasse 6, 1060 Wien

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

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

Wir freuen uns auf eine coole Festivalsaison.

WERBELEISTUNGEN:

Bewerbung seitens SAE-Mediencampus sowie der BAWAG PSK (Social Media, Screens, POS-Aktionen in den BAWAG PSK-Filialen) + 1/1 Seite Vorstellung der Bag in DOT.magazine ET Mai 2020 inkl. Einbindung der Partnerlogos.

TARIFE-PRODUKTSAMPLE-BEIGABE:

Beigabe von 5.100* Stück Samples – EUR 1.900,–**

Ein gemeinsames Projekt von

* 100 Stück Zusatzauflage aufgrund möglicher Beschädigung einzelner Items.
** Alle Tarife netto zzgl. 20% Ust. verrechnet als PKZ. Keine weiteren Abzüge möglich (wie zB. Skonto)

www.pph-media.at

TARGETED SAMPLING 2020/21

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 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 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 Entgegnungsverfahren 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 Werbe- und Anzeigenwesen subsidiär.
32. Satz- und Druckfehler vorbehalten.