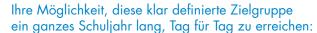
DER SCHULKALENDER 2019/2020

für Österreichs Schülerinnen & Schüler

präsentiert von ÖAMTC, CINEPLEXX und McDONALD'S

Bereits zum vierzehnten Mal erscheint im *Juli 2019* der Schulkalender für die *Zielgruppe der 14- bis 19-Jährigen* Schülerinnen und Schüler. Das praktische Schulalltags-Tool erscheint in Kooperation mit den Distributionspartnern *Cineplexx, McDonald's & ÖAMTC* im PPH Media Verlag. Im handlichen Format, spiralisiert und mit Hochglanz-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.



Zielgruppe	14- bis 19-jährige SchülerInnen
Erscheinungsweise	Juli 2019 / 1 x p.a.
Auflage	100.000 Exemplare
Distribution österreichweit	alle Cineplexx Kinos / 30*
	alle McDonald's Restaurants / 185
	alle ÖAMTC Stützpunkte / 120
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 Umsch	nlag GraphiArt Duo 405g + UV Lack
	Kern BD 115g matt
	Gutscheinblätter BD 170g matt
Verarbeitung	Wire-O-Bindung, spiralisiert
Druckunterlagenschluss	Juni 2019

Aufbau und Inhalt des Schulkalenders

THEMEN ZUM "SELBSTAUSFÜLLEN"

Grunddaten des Kalender-Besitzers, Jahresplaner, Quartalsplaner, Tagesplaner (1 Woche auf einer Doppelseite), Stundenpläne (Semester 1+2), Ferien- und Urlaubsplaner, Schularbeitenplaner (Semester 1+2), Lehrer-Liste mit Kontaktdaten, Übersicht mit Geburtstagen, TO-DO Liste (schulisch & privat), Eventplaner – eigene Einträge (Konzerte, Sport, etc.), Notizen, etc.

THEMEN MIT VORGEFERTIGTEN INHALTEN

Mathematische Formelsammlung, Periodensystem, Landkarten, interessante Zusatzinfos (im Tageskalender & allgemein wie Liebeshoroskop, etc.), Eventplaner (Konzerte, Kino, Sport), Ausbildungs- & Weiterbildungs-Websites/Organisationen, Gutscheine (Mode, Kosmetik, Unterhaltung, Bücher, Ausbildung, Führerschein, etc.), 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	
Sonderwerbeformen nach Absprache.		

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 Horvath

Senior Account Manager & Redaktion

Mobil: +43 699 110 90 996 Tel.: +43 1 235 13 66 830 daniela.horvath@pph-media.at

Wir freuen uns auf ein erfolgreiches Schuljahr 2019/2020!





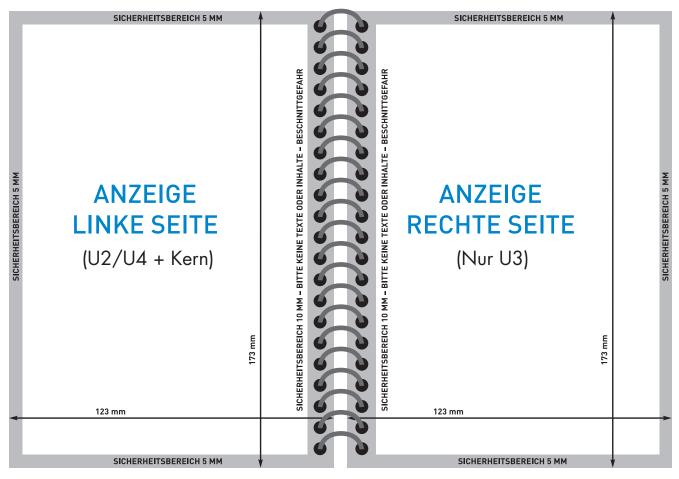


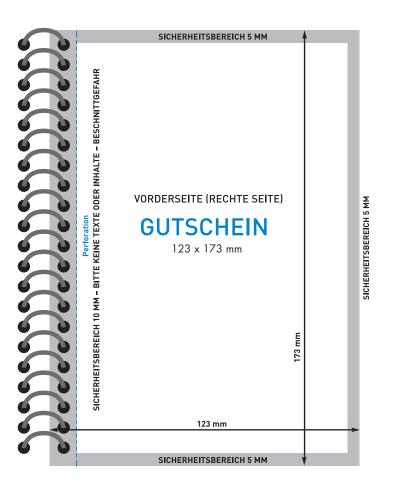
^{*} Ca. 40% Kinobesucher-Marktanteil in Österreich

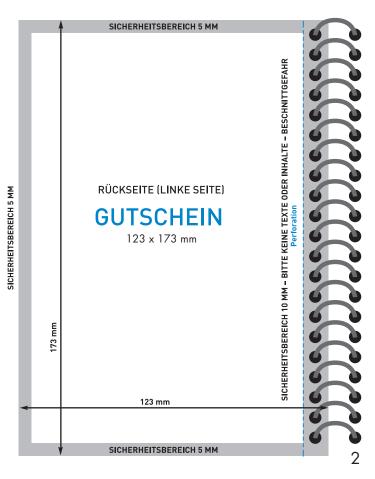
^{** 1-4} Gutscheine, perforiert möglich

DER SCHULKALENDER 2019/2020 für Österreichs Schülerinnen & Schüler

präsentiert von ÖAMTC, CINEPLEXX und McDONALD'S



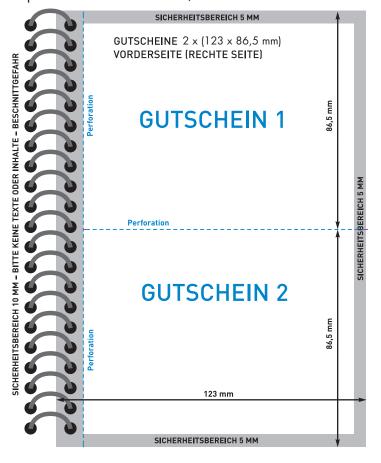


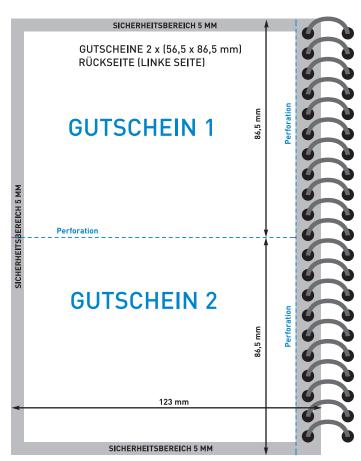


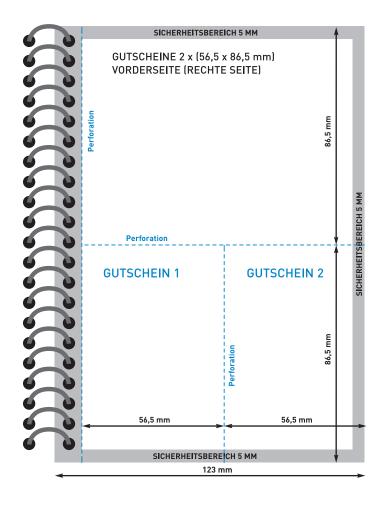
DER SCHULKALENDER 2019/2020

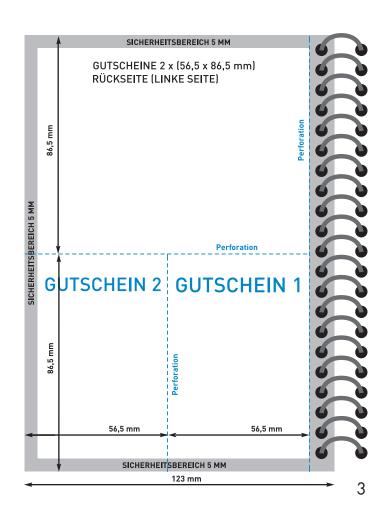
für Österreichs Schülerinnen & Schüler

präsentiert von ÖAMTC, CINEPLEXX und McDONALD'S



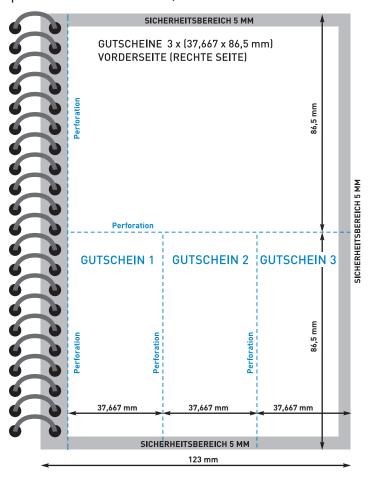


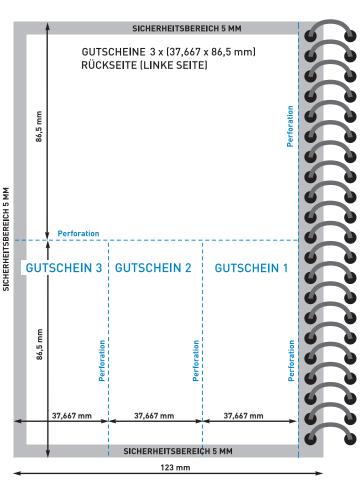


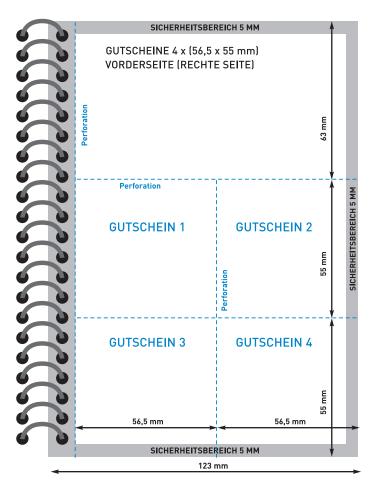


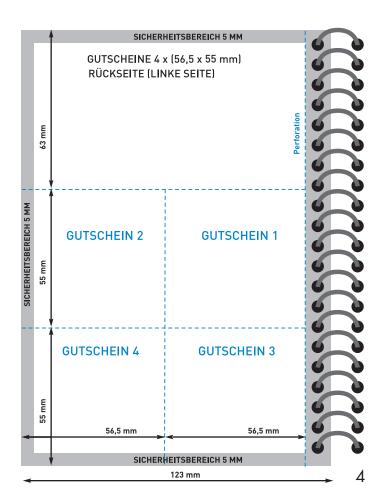
DER SCHULKALENDER 2019/2020 für Österreichs Schülerinnen & Schüler

präsentiert von ÖAMTC, CINEPLEXX und McDONALD'S









DER SCHULKALENDER 2019/2020

für Österreichs Schülerinnen & Schüler

präsentiert von ÖAMTC, CINEPLEXX und McDONALD'S

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 Ausfalls-
- 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 ten 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
- 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 Probe-abzug 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 vorbehal-
- 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).

- 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.

- 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 bezah-
- 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 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 Anzeigenwesen subsidiär. 32. Satz- und Druckfehler vorbehalten.