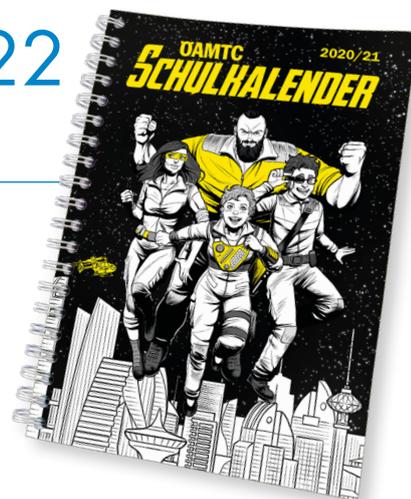


# DER SCHULKALENDER 2021/2022

für Österreichs Schülerinnen & Schüler

präsentiert vom ÖAMTC

Bereits zum sechzehnten Mal erscheint im Juli 2021 der Schulkalender für die Zielgruppe der 14- bis 19-Jährigen Schülerinnen und Schüler. Das praktische Schulalltags-Tool erscheint in Kooperation mit dem Distributionspartner 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.



Ihre Möglichkeit, diese klar definierte Zielgruppe ein ganzes Schuljahr lang, Tag für Tag zu erreichen:

Zielgruppe	14- bis 19-jährige SchülerInnen
Erscheinungsweise	Juli 2021 / 1 x p.a.
Auflage	100.000 Exemplare
Distribution österreichweit	alle ÖAMTC Stützpunkte
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	Umschlag GraphiArt Duo 405g + UV Lack Kern BD 115g matt Gutscheinblätter BD 170g matt
Verarbeitung	Wire-O-Bindung, spiralisiert
Druckunterlagenschluss	Juni 2021

## 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), Kontaktdaten, Eventplaner – eigene Einträge (Konzerte, Sport, etc.), Notizen, etc.

### THEMEN MIT VORGEFERTIGTEN INHALTEN

Mathematische Formelsammlung, Periodensystem, Landkarten, interessante Zusatzinfos (im Tageskalender & allgemein wie Buch-Tipps, Unnützes Wissen, Verkehrszeichen etc.), Eventplaner (Konzerte, Kino, Sport), Ausbildungs- & Weiterbildungs-Websites/Organisationen, 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
Sonderwerbformen 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](mailto: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](mailto:daniela.ruff@pph-media.at)

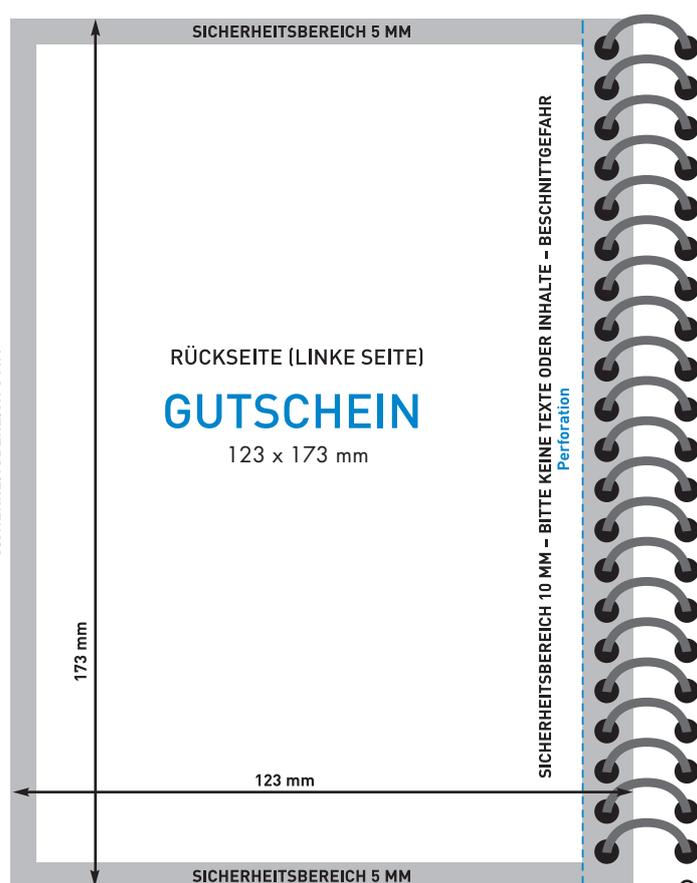
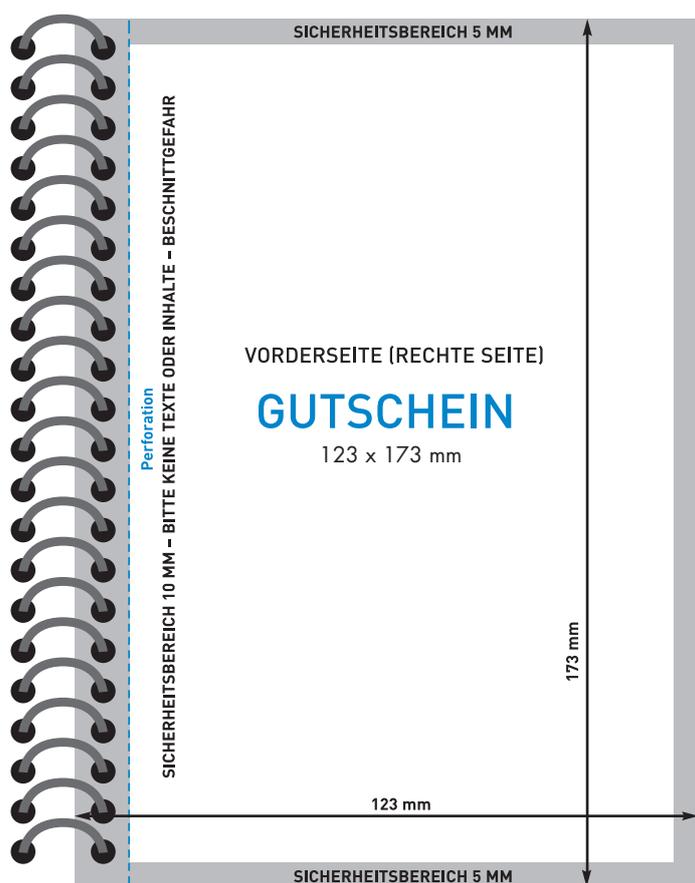
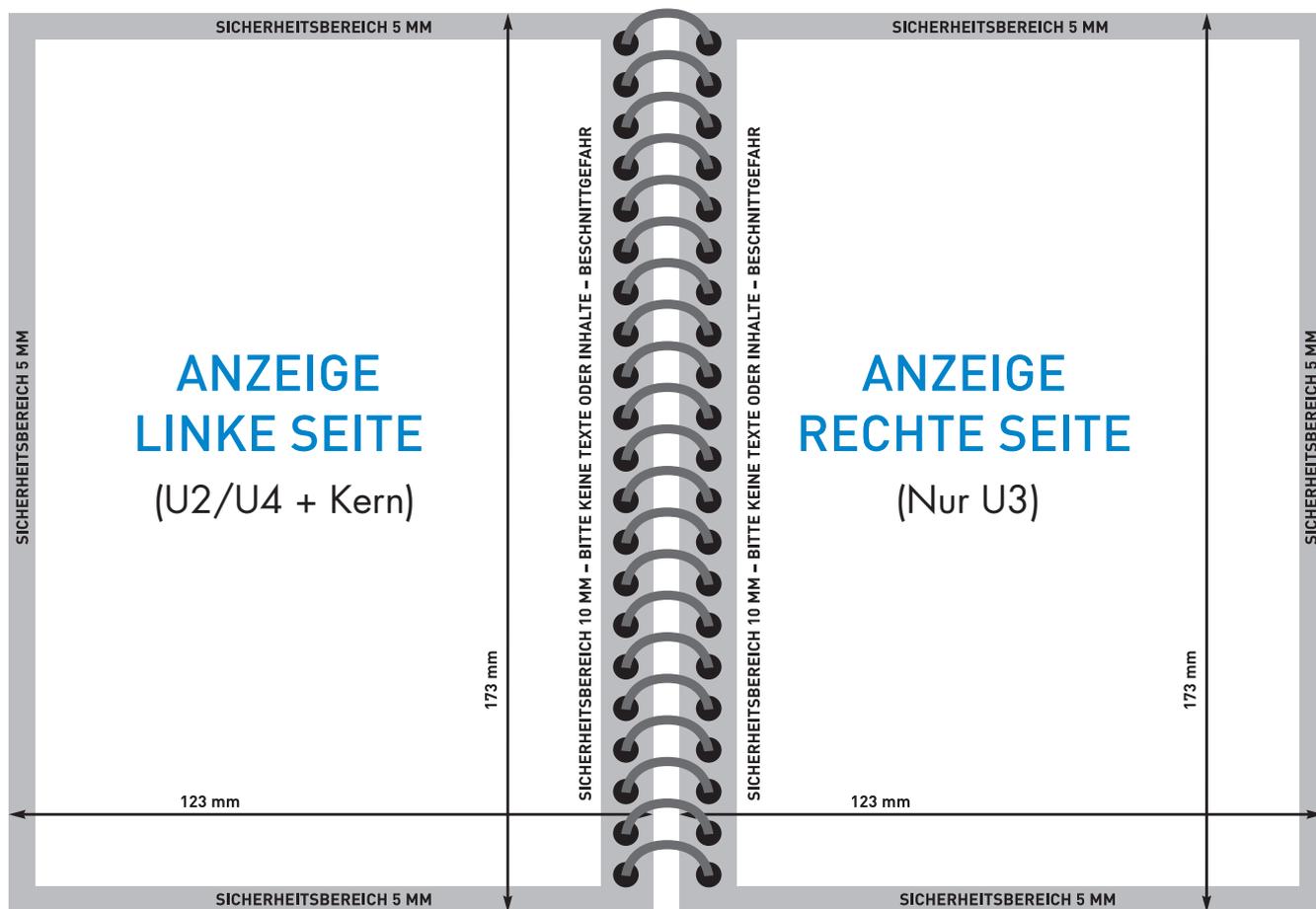
Georg Peter  
Verlagsleitung  
Tel.: +43 1 235 13 66 - 800  
[georg.peter@pph-media.at](mailto:georg.peter@pph-media.at)

Wir freuen uns auf ein erfolgreiches Schuljahr 2021/2022!

\* 1-4 Gutscheine, perforiert möglich

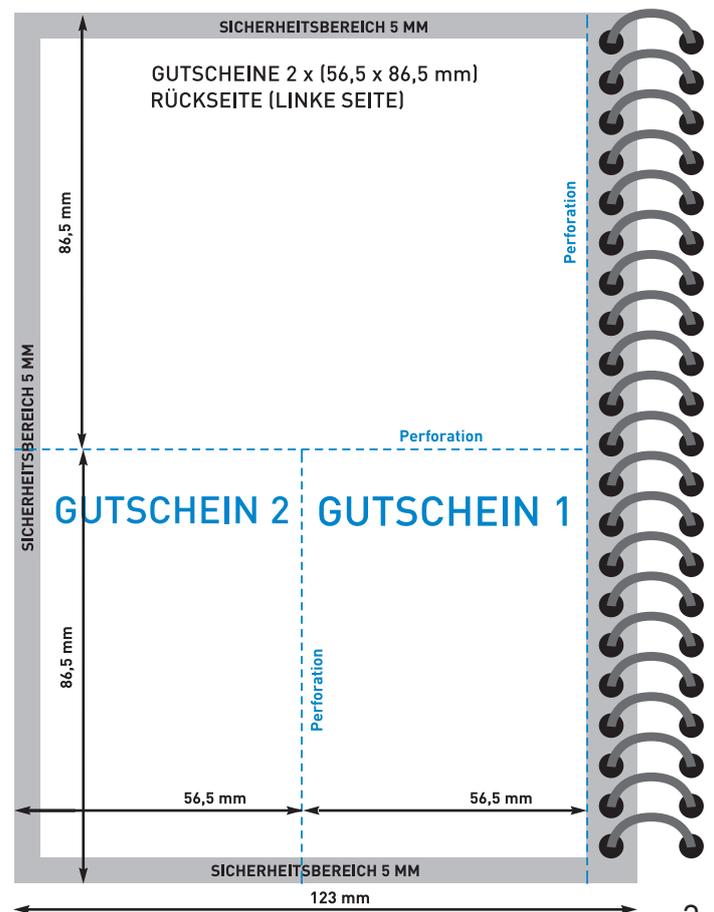
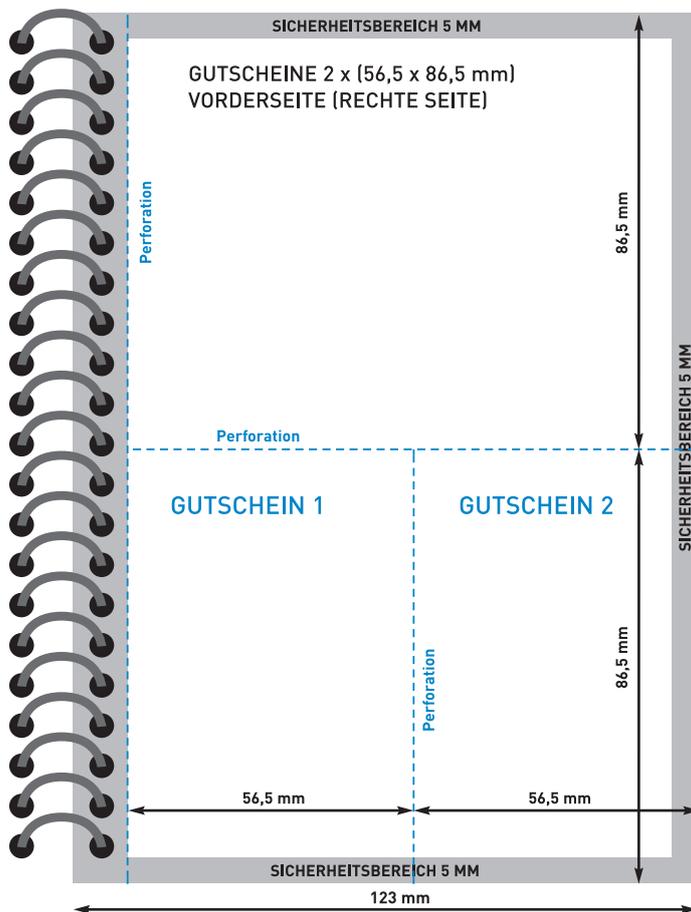
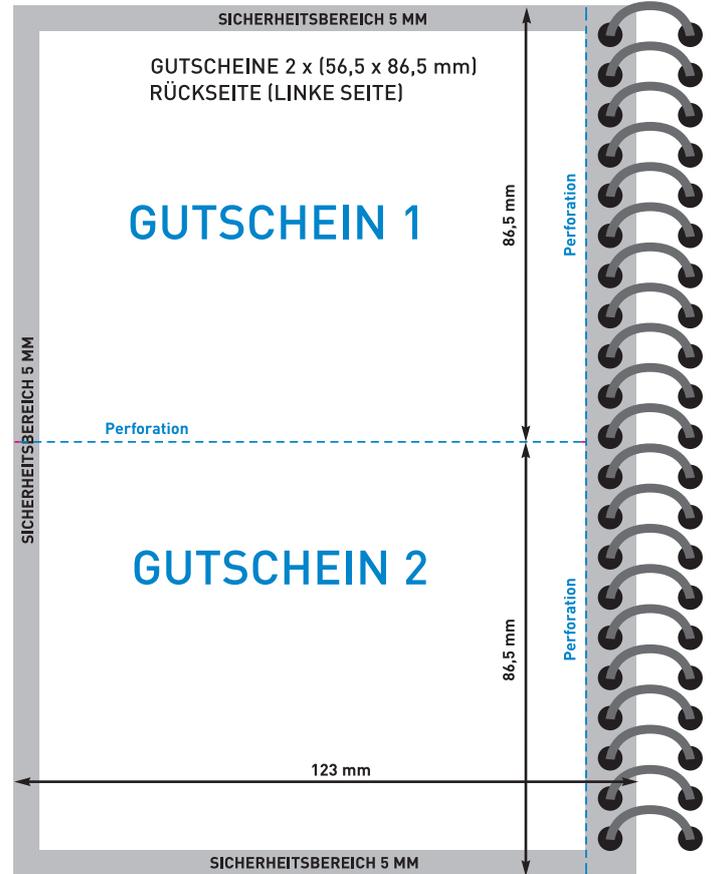
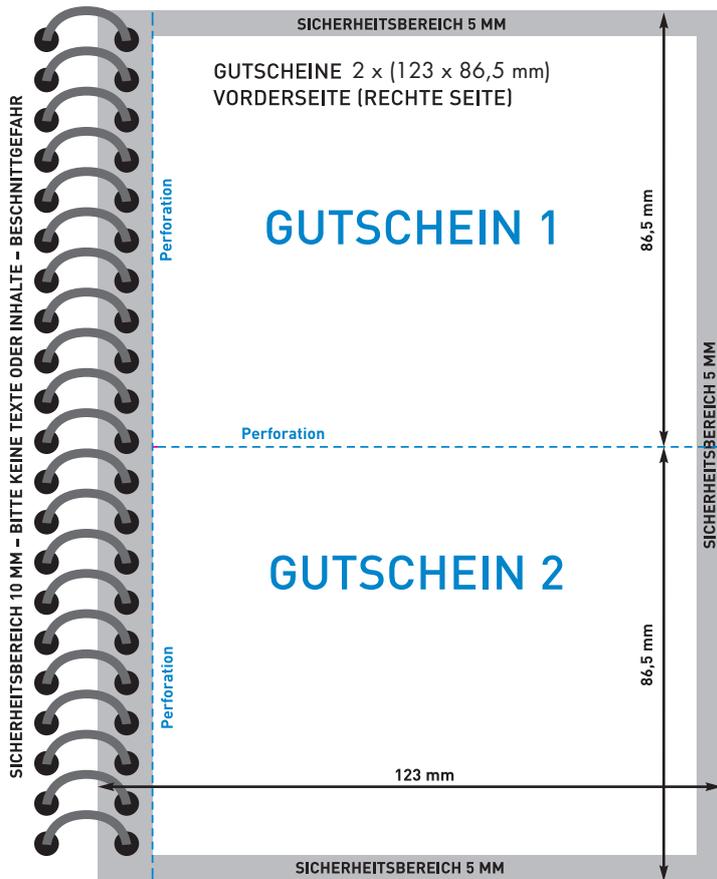
# DER SCHULKALENDER 2021/2022

für Österreichs Schülerinnen & Schüler



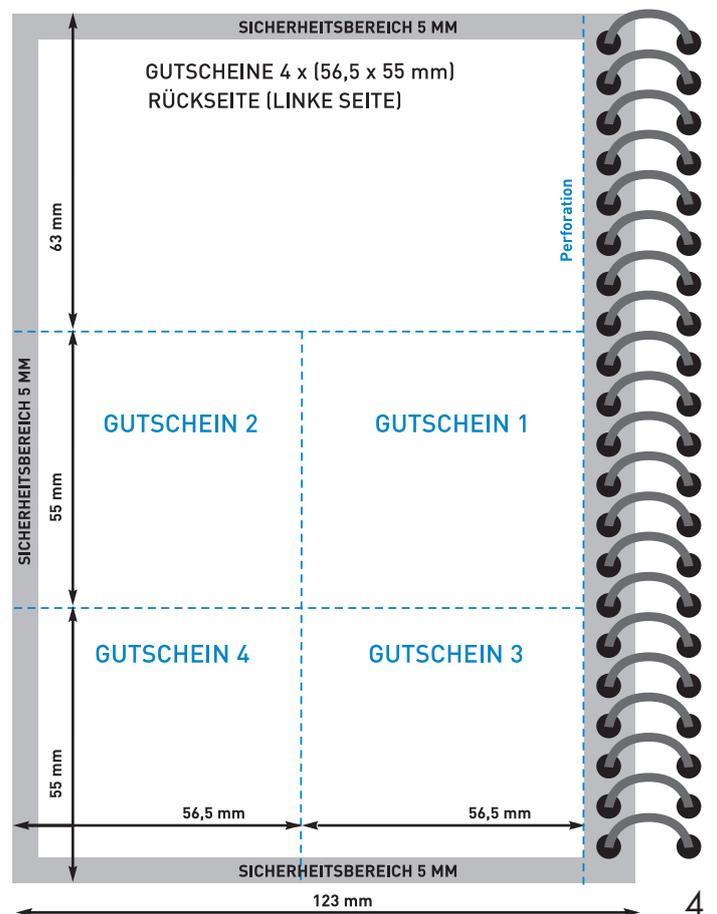
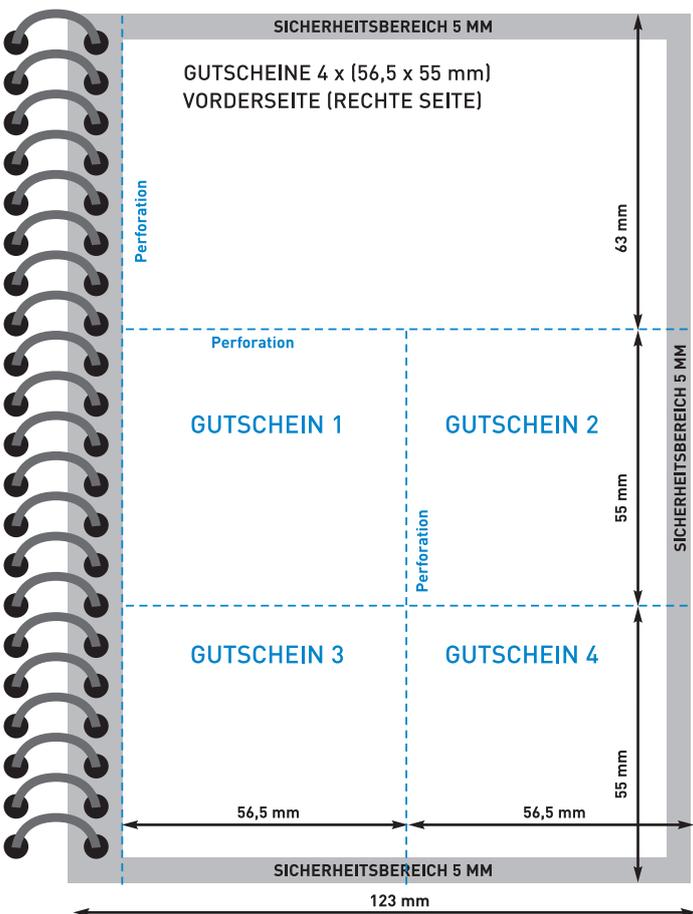
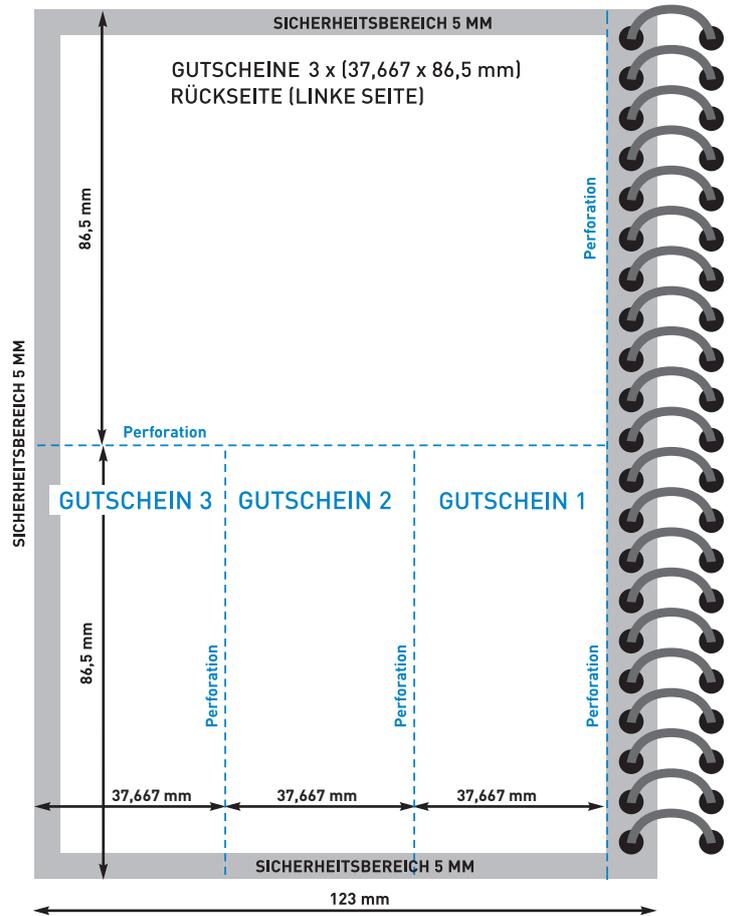
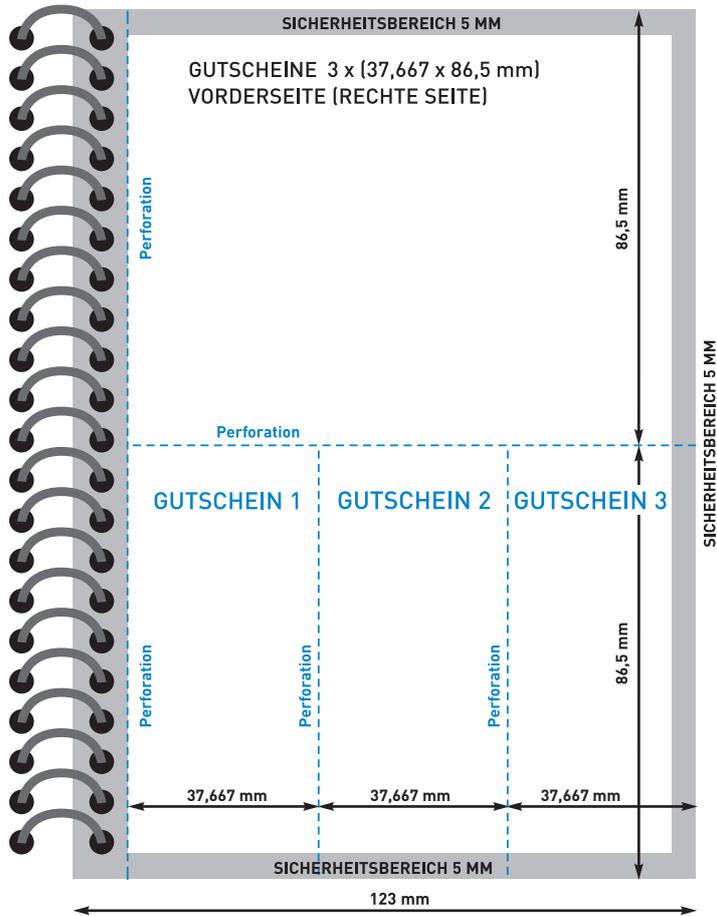
# DER SCHULKALENDER 2021/2022

für Österreichs Schülerinnen & Schüler



# DER SCHULKALENDER 2021/2022

für Österreichs Schülerinnen & Schüler



# DER SCHULKALENDER 2021/2022

für Österreichs Schülerinnen & Schüler

## 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 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 rückzuvorgüten.

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 15 Kalendertagen netto zahlbar. Bei der Verrechnung von Produktionskostzuschüssen (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.