



www.autohaus.de

MEDIADATEN 2010

Das Magazin für erfolgreiches Management

Weitere Mediainformationen erhalten Sie unter www.mediacentrum.de

AUTOHAUS

WER UNS BUCHT, FÜHRT.

MEDIA-
INFORMATIONEN
2010

IHRE VORTEILE AUF EINEN BLICK

Attraktive Zielgruppe

- **AUTOHAUS** hat eine IVW-geprüfte verbreitete Auflage von 19.574 Exemplaren (IVW 01.07.2008 – 30.06.2009)
- **AUTOHAUS** erreicht eine gut ausgebildete Leserschaft, die leitend tätig ist, beruflich Verantwortung hat und über ein hohes Einkommen verfügt (Kommentierung TNS Emnid August 2008)
- Jedes Exemplar **AUTOHAUS** hat lt. aktueller Leser-Struktur-Analyse eine geschätzte Anzahl von mehr als 4 Lesern*
- 97% der **AUTOHAUS**-Leser sind Investitionsentscheider*
- **AUTOHAUS** erreicht das gesamte Spektrum der Kfz-Branche

Wirksames Werbemedium (print und online)

- Fachzeitschriften (93%) und Fachgespräche (85%) sind neben dem Internet (83%) die wichtigste Informationsquelle für die Zielgruppe der Autohäuser*
- Im Blick auf die Internetnutzung weist autohaus.de deutlich mehr Nutzer auf als konkurrierende Angebote (Kommentierung TNS Emnid August 2008)
- **Beeindruckend:** Ihre Anzeige in AUTOHAUS hat eine Seitenkontaktchance von über 76%*

Die Fachmagazine aus unserem Haus:



Weitere Informationen finden Sie
unter www.mediacentrum.de

*Quelle: TNS Emnid, Leser-Struktur-Analyse 2008
(siehe ergänzend Kurzfassung der Erhebungsmethode)

1 Kurzcharakteristik:

AUTOHAUS ist die Fachzeitschrift für Unternehmer und Führungskräfte moderner Automobilbetriebe. Fachrichtung: Die gesamte Automobilwirtschaft, Automobil-Handels- und Reparaturbetriebe (einschließlich Autoelektrik und Bremsendienste), Ersatzteil-, Zubehör- und Reifenhandel. **AUTOHAUS** wird von Betriebsinhabern, Betriebsleitern, aber auch Meistern und dem Personal im Zubehör- und Teileverkauf in den kaufkräftigen Groß- und Mittelbetrieben gelesen und geschätzt. Auf die Bedürfnisse dieses Kreises ist das Magazin thematisch abgestimmt. In insgesamt 21 Ausgaben behandelt es praxisnah die vielschichtigen Themen des Automobilgewerbes. In zahlreichen Sonderheften werden Spezialthemen, z. B. EDV, Bauen etc., ausführlich dargestellt (siehe Themenplan).

2 Erscheinungsweise: 2 x monatlich

3 Jahrgang: 54. Jahrgang 2010

4 Web-Adresse (URL): www.autohaus.de

5 Mitgliedschaften: –

6 Organ: –

7 Herausgeber: Prof. Hannes Brachat

Springer Automotive Media

Springer Fachmedien München GmbH

Aschauer Straße 30, 81549 München

Tel.: +49 89 203042-0

www.springer-automotive-media.de

9 Redaktion: Chefredaktion: Ralph M. Meunzel

Leiter Redaktionsprojekte: Dieter Radl

Tel.: +49 89 203042-1136, Fax: +49 89 203042-1205

E-Mail: redaktion.autohaus@springer.com

SchadenBusiness, Kfz- Assekuranz und Automobilbranche:

Chefredaktion: Walter K. Pfauntsch

Presse + PR Pfauntsch, Otto-Hahn-Straße 28 (Aufg. 4)

85521 Ottobrunn-Riemerling

Tel.: +49 89 6659070-0, Fax: +49 89 6659070-20

E-Mail: pfauntsch@pfauntsch-medien.de

10 Anzeigen:

Anzeigenleitung Springer Automotive Media: Michael Harms

Tel.: +49 89 203042-1192, Fax: +49 89 203042-1240

E-Mail: kontakt.anzeigen@springer.com

11 Vertrieb:

Tel. Abo-Service: +49 89 203043-1500

Fax Abo-Service: +49 89 203043-2100

12 Bezugspreis:

Inland: € 178,00 inkl. Versand und 7% MwSt.

Ausland: € 200,00 inkl. Versand und 7% MwSt.

Einzelverkaufspreis: € 11,20 inkl. Versand und 7% MwSt.

13 ISSN:

0171-9807

14 Umfangsanalyse: 2008 = 21 Ausgaben (plus 34 Supplements)

Format der Zeitschrift:		DIN A4
Gesamtumfang:	3.510 Seiten	= 100,0%
Redaktioneller Teil:	2.483 Seiten	= 70,7%
Anzeigenteil:	1.027 Seiten	= 29,3%
davon: Rubrikanzeigen	162 Seiten	= 15,8%
Beilagen	10 Stück	

15 Inhaltsanalyse Redaktion: 2008 = 2.483 Seiten

Autohandel, Autohaus-Management	770 Seiten	= 31,0%
Automobiltechnik und Servicepraxis	620 Seiten	= 25,0%
Automobilwirtschaft, aktuelle Marktentwicklungen und Praxistipps	720 Seiten	= 29,0%
Verkauf und Marketing	373 Seiten	= 15,0%
	2.483 Seiten	= 100,0%

Unternehmensorientierte, marktbezogene und betriebswirtschaftliche Themen 65%

Technische und Service-Themen 35%



1 Auflage:
Druckauflage: 20.011 Exemplare
Tatsächlich verbreitete Auflage im
Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 19.574 Exemplare

2 Zeitschriftenformat: 210 mm breit x 279 mm hoch

Satzspiegel: Redaktioneller Teil 175 mm breit x 240 mm hoch
Personal- und Marktanzeigen 189 mm breit x 250 mm hoch
Sonderhefte 175 mm breit x 240 mm hoch

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:
Offsetdruck, Klebebindung, digital auf CD-ROM oder per ftp-Server – siehe
Informationsblatt „Daten-Ticket“.

4 Termine:
Erscheinungsweise: 2 x im Monat, 21 Ausgaben
Erscheinungstermin/
Anzeigenschluss: siehe Termin- & Themenplan

5 Verlag: Springer Automotive Media
Springer Fachmedien München GmbH
Postanschrift: Aschauer Straße 30, 81549 München
Internet: www.autohaus.de
Anzeigenabteilung: Tel.: +49 89 203042-1192
Fax: +49 89 203042-1240

6 Zahlungsbedingungen:
Zahlung innerhalb von 10 Tagen mit 2% Skonto, innerhalb von 30 Tagen nach
Rechnungsdatum netto. UST-Ident-Nr. DE 152942001

Bankverbindungen:
HypoVereinsbank München (BLZ 700 202 70); Konto-Nr. 1 830 209 200

Geschäftsbedingungen:
Unsere AGB finden Sie unter www.mediacentrum.de

7.1 Anzeigenformate und Preise:

Format	Grundpreis s/w in €	4-farbig in €
Titelseite (nicht rabattierbar) 9.880,00		
2/1 Seite	11.430,00	15.488,00
1/1 Seite	5.715,00	7.744,00
1/2 Seite quer hoch	2.860,00	4.284,00
1/3 Seite quer hoch	1.903,00	3.155,00
1/4 Seite quer hoch block	1.430,00	2.505,00

7.2 Blick in den Markt: Preisgünstige kleinformatige Anzeigen mit einem hohen
Aufmerksamkeitswert im redaktionellen Teil.

Format	Breite x Höhe in mm	s/w in €	4-farbig in €
1/8 Seite quer	189 x 31		
	quer	93 x 62,5	
	hoch	45 x 125	599,00 885,00
3/32 Seite quer	45 x 96,5		
	hoch	93 x 48	450,00 683,00
1/16 Seite quer	45 x 62,5		
	hoch	93 x 31	299,00 442,00
1/32 Seite quer	45 x 31,5		
	hoch	93 x 15,5	150,00 223,00
pro mm 1-spaltig	45 mm breit		4,83

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Formate



Titel

210 x 148 mm**



2/1 Seiten über Bund

388 x 240 mm
420 x 279 mm*



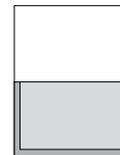
1/1 Seite

175 x 240 mm
210 x 279 mm*



1/2 Seite hoch

85 x 240 mm
101 x 279 mm*



1/2 Seite quer

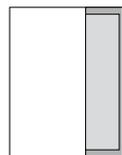
175 x 117 mm
210 x 137 mm*

Hauptheft

im Satzspiegel (Breite x Höhe)
im Anschnitt (Breite x Höhe)

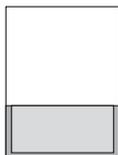
Sonderheft

im Satzspiegel (Breite x Höhe)
im Anschnitt (Breite x Höhe)



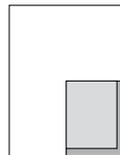
1/3 Seite hoch

55 x 240 mm
63 x 279 mm*



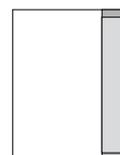
1/3 Seite quer

175 x 76 mm
210 x 86 mm*



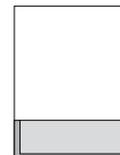
1/4 Seite block

85 x 117 mm
101 x 137 mm*



1/4 Seite hoch

40 x 240 mm
46 x 279 mm*



1/4 Seite quer

175 x 56 mm
210 x 63 mm*

Hauptheft

im Satzspiegel (Breite x Höhe)
im Anschnitt (Breite x Höhe)

Sonderheft

im Satzspiegel (Breite x Höhe)
im Anschnitt (Breite x Höhe)

55 x 240 mm
63 x 277 mm*

175 x 76 mm
203 x 86 mm*

85 x 117 mm
99 x 135 mm*

40 x 240 mm
46 x 277 mm*

175 x 56 mm
203 x 63 mm*

* + 3 mm Beschnitt/** + 4 mm Beschnitt an den Außenkanten



gültig ab 01.10.2009

8 Zuschläge:

Vorzugsplatzierungen

2. und 3. Umschlagsseite 10% vom 4c Preis
4. Umschlagsseite 20% vom 4c Preis

Farbe

Je Sonderfarbe 25% vom 4c Preis

Formate

Inselanzeige (allseitig von Text umgeben) 60% vom 4c Preis
Juniorpage im Anschnitt (Breite x Höhe) 131 x 198 mm 20% vom 4c Preis
im Satzspiegel (Breite x Höhe) 115 x 178 mm

9 Rubrikanzeigen:

Stellenangebote, Stellengesuche, An- & Verkäufe, siehe Preisliste Stellenmarkt
Geschäftsverbindungen, Immobilien, Verschiedenes

10 Specials Ads:

siehe Sonderwerbeformen

11 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel

3-maliges Erscheinen 3%
6-maliges Erscheinen 5%
12-maliges Erscheinen 10%

Mengenstaffel

2 Seiten 10%
3 Seiten 15%
5 Seiten 20%
7 Seiten 25%

Es gilt immer nur eine Rabattstaffel. Technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

12 Kombinationen:

auf Anfrage

13 Einhefter:

2-seitig € 7.140,00
4-seitig € 8.890,00
6-seitig € 10.650,00
8-seitig € 12.390,00

Rabatte für Einhefter: Gemäß Mengenstaffel für Anzeigen

1 Blatt = 1 Anzeigenseite
2 Blatt = 1,5 Anzeigenseiten
3 Blatt = 1,5 Anzeigenseiten

Zuschläge Papiergewicht für Einhefter: ab 140 g/m² - 180 g/m² 25% Zuschlag
über 180 g/m² 50% Zuschlag

14 Beilagen: (nicht rabattierbar)

lose eingelegt, ideale Größe: 200 x 269 mm
Preise bis 25 g Gesamtgewicht pro Tsd. € 285,00
Jede weiteren 5 g Gesamtgewicht pro Tsd. € 35,00

15 Aufgeklebte Werbemittel: (nicht rabattierbar) pro Tsd. € 125,00

inkl. Klebekosten (wenn maschinell geklebt) nur in Verbindung
mit einer 1/2-seitigen Anzeige und größer

16 Lieferanschrift für Pos. 13 bis 15

Stürtz AG, Warenannahme
Alfred-Nobel-Straße 33, 97080 Würzburg
Liefervermerk: für „AUTOHAUS“ Nr. ...

10 Muster jeweils vorab an die Anzeigenabteilung.

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Der größte Personal- und Marktanteil aller vergleichbaren Kfz-Fachzeitschriften!

9 Rubrikanzeigen:

Personal- und Marktanzeigen werden in separaten Rubriken veröffentlicht.
3-spaltige Formate und weitere Anzeigengrößen auf Anfrage. Abrechnung erfolgt nach effektiver Höhe.

Format	Breite x Höhe in mm	Grundpreis s/w in €	
		Stellenangebote und Marktanzeigen	Stellengesuche
1/1 Seite	189 x 250	3.050,00	2.050,00
1/2 Seite	hoch 93 x 250	1.525,00	1.025,00
	quer 189 x 125		
1/4 Seite	hoch 93 x 125	762,50	512,50
1/8 Seite	hoch 45 x 125	381,25	256,25
	quer 93 x 62,5		
3/32 Seite	quer 93 x 48	286,00	192,20
1/16 Seite	hoch 45 x 62,5	190,65	128,10
	quer 93 x 31		

Stellen- und Marktanzeigen:

Stellenangebote	pro mm (1-sp., 45 mm breit, s/w)	€ 3,05
Stellengesuche	pro mm (1-sp., 45 mm breit, s/w)	€ 2,05
An-/Verkäufe	pro mm (1-sp., 45 mm breit, s/w)	€ 3,05
Chiffregebühr	Inland	€ 12,00
	Ausland	€ 16,00

Platzierung: auf Anfrage (Wünsche können nur bedingt berücksichtigt werden.)

Farbzuschlag:

Je Normalfarbe (EuroSkala), pro mm und Spalte	€ 0,75
Je Sonderfarbe: 1/1 Seite	€ 1.760,00
1/2 Seite und kleiner	€ 1.050,00

Rabatt:

Bei zweimaligem unverändertem Erscheinen	5%
Bei mehrmaligem Erscheinen	10%
Rabatte werden auf den s/w-Preis gewährt	

Es gelten außer den Wiederholungsnachlässen keine weiteren Rabatte.

Ansprechpartner:

Doris Kester
Stellen-/Marktanzeigen
Tel.: +49 89 203042-1133
Fax: +49 89 203042-1240
E-Mail: doris.kester@springer.com

Allen Preisen ist der jeweils gültige Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.



16 Auflagenkontrolle:



17 Auflagenanalyse:

Exemplare pro Ausgabe im
Jahresdurchschnitt (01.07.08 - 30.06.09)

Druckauflage: 20.011

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA): 19.574 davon Ausland: 535

Verkaufte Auflage: 11.681 davon Ausland: 476

- Abonnierte Exemplare: 9.470 davon Mitgliederstücke: –
- Einzelverkauf: –
- Sonstiger Verkauf: 2.211

Freistücke: 7.893

**Rest-, Archiv- und
Belegexemplare:** 437

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Exemplare
Inland	97,3	19.039
Ausland	2,7	535

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 100,0 19.574

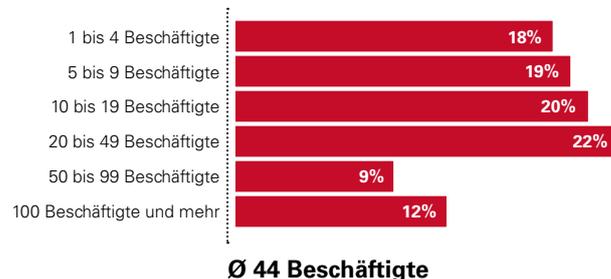
Verbreitung nach PLZ-Regionen:

Immer aktuell auf Anfrage

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

Abteilung/ Gruppe/ Klasse	Empfängergruppen lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige	Anteil der ermittelten Leser in % Protektion	
50.10.1	Handelsvermittlung von neuen und gebrauchten Kfz	3	570
50.10.2	Großhandel mit neuen Kfz	4	880
	Großhandel mit gebrauchten Kfz	1	230
50.10.3	Einzelhandel mit neuen Kfz	30	5.840
	Einzelhandel mit gebrauchten Kfz	12	2.310
50.20	Instandhaltung und Reparatur von Kfz; Lackierung von Kfz; Karosseriereparatur	32	6.300
50.30	Handel mit Teilen und Zubehör	3	630
50.50	Tankstelle	1	80
71.10	Fahrzeugvermietung, Leasing	1	80
	Sonstige	13	2.620
	Rundungsdifferenz		-2
Tatsächlich verbreitete Auflage		100	19.538

20 Größe der Wirtschaftseinheit



Quelle: TNS EMNID, Leser-Struktur-Analyse 2008
(siehe ergänzend Kurzerfassung der Erhebungsmethode)

21 Stellung im Betrieb

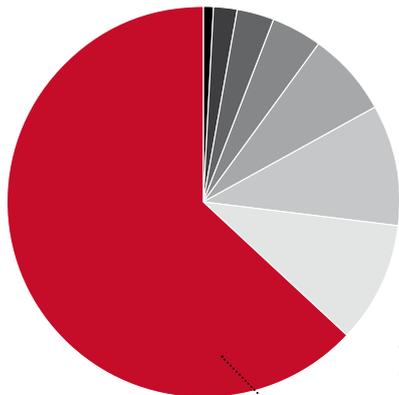
Service-Berater	1%
Werkstattleiter	2%
Sonstiges	3%
Betriebs- / Standortleiter	4%
Sonst. Kfm. Angestellte	7%
Verkaufs- / Vertriebsleiter	10%
Kaufm. Leiter	10%
Inhaber, Geschäftsführung, Mitinhaber	63%
	100%

22 Bildung: Berufliche Ausbildung

Lehre	73%
Fachschule	43%
Fachhochschule	26%
Hochschule, Universität	4%
techn./naturwissenschaftliche Hochschule, Universität	17%
Kfm. Meister	9%
Sonstiges	5%
keine Angaben	1%
Mehrfachnennungen	

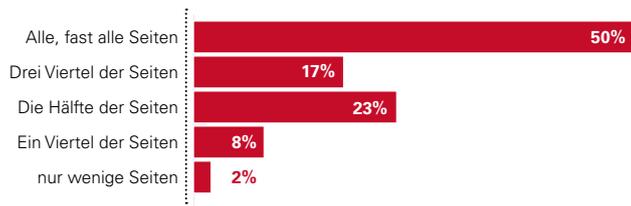
23 Alter

bis 29 Jahre	5%
30 bis 39 Jahre	23%
40 bis 49 Jahre	30%
50 bis 59 Jahre	30%
60 bis 64 Jahre	6%
65 Jahr und älter	4%
keine Angaben	2%
	100%



**63% Inhaber,
Geschäftsführung,
Mitinhaber**

24.1 Seitenkontaktchance



Die Seitenkontaktchance beträgt bei AUTOHAUS durchschnittlich 76%!

24.2 Lesezeit

Bis unter 30 Minuten	25%
30 Minuten bis unter 45 Minuten	29%
45 Minuten bis unter 1 Stunde	21%
1 Stunde bis unter 1,5 Stunden	14%
1,5 Stunden bis unter 2 Stunden	4%
2 Stunden und länger	6%
keine Angaben	1%
Ø 48 Minuten pro Ausgabe	100%

24.3 Weitere Leser

6 und mehr weitere Leser	12%
4 bis 5 weitere Leser	21%
3 weitere Leser	20%
2 weitere Leser	22%
1 weiterer Leser	8%
niemand außer mir, gebe das Heft nicht weiter	16%
keine Angaben	2%

Ø 3,3 weitere Leser bieten zusätzliche attraktive Werbemittelkontakte!

24.4 Stellung im Betrieb der weiteren Leser

Inhaber, Teilhaber	34%
Geschäftsführer	38%
Betriebsleiter	34%
Kundendienstleiter	44%
Werkstattleiter	39%
Verkaufsleiter	38%
Leiter Teileverkauf	24%
Verkäufer	27%
Service-Techniker	23%
Service-Berater	22%
Auszubildende	16%
sonstige Mitarbeiter	26%
kein weiterer Leser vorhanden	16%
Mehrfachnennungen	

Quelle: TNS EMNID, Leser-Struktur-Analyse 2008
(siehe ergänzend Kurzerfassung der Erhebungsmethode)

	HEFT	ANZEIGEN- SCHLUSS	DRUCKUNTER- LAGENSCHLUSS	ERSCHEINUNGS- TERMIN	HANDEL	SERVICE	FACHMESSEN
JANUAR	1/2	14.12.09	21.12.09	18.01.10	Planen-Bauen-Einrichten	Berufskleidung Prüfdienste	Vienna Auto-Show, Wien, 14.01. - 17.01.10
FEBRUAR	3	06.01.10	12.01.10	01.02.10	Consulting Teilevermarktung Reifen	Teilehandel & Werkstattsysteme	
	4	26.01.10	01.02.10	22.02.10	Gebrauchtwagen: – Börsen – Garantien	Messeneuheiten IHM GW-Aufbereitung Reinigung & Pflege	
MÄRZ	5	08.02.10	16.02.10	08.03.10	Schmierstoff-Vermarktung Dealer Management Systeme (DMS) ••• Sonderheft SchadenBusiness •••	Klimatisierung	IHM Int. Handwerksmesse, München, 03.03. - 07.03.10
	6	24.02.10	02.03.10	22.03.10	Banken & Finanzierung ••• Sonderheft Räder & Reifen •••	Alternative Antriebe	Int. Automobil Salon, Genf, 04.03. - 14.03.10
APRIL	7	09.03.10	15.03.10	06.04.10	Messeneuheiten AMI/AMITEC Training & Coaching Planen-Bauen-Einrichten	Bordnetze, Motorsteuerung Elektrik/Elektronik	AMI Auto Mobil International, Leipzig, 10.04. - 18.04.10
	8	22.03.10	29.03.10	19.04.10	Navigation, Car HiFi, Telematik, Mobilfunk	Verschleiß- & Ersatzteile	AMITEC, Leipzig, 10.04. - 14.04.10
MAI	9	07.04.10	13.04.10	03.05.10	Fuhrpark- und Flottenmanagement ••• Sonderheft Service 2010 •••	Bremsen	
	10	20.04.10	26.04.10	17.05.10	Schmierstoff-Vermarktung Auktionen Reifenmarketing ••• Sonderheft SchadenBusiness •••	Stoßdämpfer, Fahrwerke Reifenservice	

11	07.05.10	14.05.10	07.06.10	Gebrauchtwagenbörsen GW-Bewertung	Reinigung & Pflege GW-Aufbereitung	Reifenmesse, Essen, 01.06. - 04.06.10
				••• Sonderheft EDV 2010 •••		
12	25.05.10	01.06.10	21.06.10	Planen-Bauen-Einrichten	Sonderteil: Werkstattausrüstung	
13	09.06.10	15.06.10	05.07.10	Banken & Finanzierung	Motoren & Getriebe	
14/15	30.06.10	06.07.10	26.07.10	Marketing & Call Center	Lager & Zubehör	
				••• Sonderheft Automobilbranche 2010 •••		
16	21.07.10	27.07.10	16.08.10	GW-Garantien Versicherungen	Vorschau Automechanika Berufskleidung	
				••• Sonderheft Freier Teilemarkt 2010 •••		
17	11.08.10	17.08.10	06.09.10	Messeneuheiten Automechanika		Automechanika, Frankfurt/M., 14.09. - 19.09.10
				Planen-Bauen-Einrichten		
18	25.08.10	31.08.10	20.09.10	IAA Nfz-Neuheiten Dealer Management Systeme (DMS)	GW-Aufbereitung Reinigung & Pflege	IAA Nutzfahrzeuge, Hannover, 23.09. - 30.09.10
				••• Sonderheft SchadenBusiness •••		
19	08.09.10	14.09.10	04.10.10	Banken & Finanzierung	Nachlese Automechanika Verschleiß- und Ersatzteile	
20	29.09.10	05.10.10	25.10.10	Schmierstoff-Vermarktung Auktionen	Lichttechnik, Lichtzubehör	
				••• Sonderheft Kfz-Assekuranz 2010 ••• ••• Sonderheft Räder & Reifen •••		
21	12.10.10	18.10.10	08.11.10	Logistik	Werkstattsysteme	Essen Motor Show, Essen, 27.11. - 05.12.10
				••• Sonderheft Bauen 2010 •••		
22	26.10.10	02.11.10	22.11.10	EDV-Systeme Gebrauchtwagen	Sonderteil: Werkstattausrüstung	
				••• Sonderheft Tuning 2010 •••		
23/24	17.11.10	23.11.10	13.12.10	Banken & Finanzierung Reifenmarketing	Abgasanlagen Autoglas	
				••• Sonderheft SchadenBusiness •••		
1/2	13.12.10	22.12.10	17.01.11	Planen-Bauen-Einrichten	Berufskleidung Prüfdienste	



1 Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung – Stichproben-Erhebung.

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: 46.459

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger (Wechsel nach jeder 4. Ausgabe): 33.000

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage		12.070
davon:	Abonnements	10.150
	sonstiger Verkauf	1.920
Freistücke		7.468
davon:	ständige Freistücke	1.389
	wechselnde Freistücke	6.079
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		19.538
davon:	Inland	19.007
	Ausland	531

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	19.538 = 100,0%
davon in der Untersuchung nicht erfasst:	2.383 = 12,2%
ständige Freistücke	1.389 = 7,1%
nicht-deutschsprachiges Ausland	312 = 1,6%
ausgelegte Exemplare, Werbeexemplare	682 = 3,5%

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA): 17.155 = 87,8%

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung:

9. Juni 2008

3.3 Beschreibung der Stichprobe: Random-Auswahl per Schrittziffer aus den Dateien der Abonnenten/Empfänger von Freistücken

Ausgangs-Stichprobe:

413 Fälle = 100,0%

Stichprobenneutrale Ausfälle:

Leser nicht zu ermitteln

26 Fälle = 6,3%

Adresse/Telefonnummer falsch/ nicht ermittelbar

35 Fälle = 8,5%

Ausfälle gesamt:

61 Fälle = 14,8%

Brutto-Stichprobe:

352 Fälle = 100,0%

Ausfälle:

Zielperson nicht erreicht

43 Fälle = 12,2%

Zielperson verreist, krank

3 Fälle = 0,9%

Beantwortung der Befragung verweigert

56 Fälle = 15,9%

Ausfälle gesamt:

102 Fälle = 29,0%

Netto (auswertbare Fälle):

250 Fälle = 71,0%

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Befragt wurde der hauptsächliche Leser.

3.5 Definition des Lesers:

Hauptsächlicher Leser (Leser im WLK)

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 12. Juni bis 18. Juli 2008.

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld

Gewichtung:

Proportionalgewichtung der Stichprobenanlage

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

Übernahme digitaler Daten

Wenn Sie Ihre Anzeige per E-Mail, auf den ftp-Server oder auf Datenträger schicken (an nebensichende Verbindungen, inkl. Daten-Ticket), benötigen wir unbedingt folgende Angaben:

.....
Absender/Firma:

.....
Ansprechpartner:

.....
Telefon:

.....
Fax:

Anzeigen-Informationen für folgende Publikation:

.....
Zeitschrift/Ausgabe:

.....
Rubrik:

.....
Anzeigenformat:

.....
Farbigkeit:

.....
Dateiname:

.....
Programm:

.....
Version:

.....
Anmerkung:

Betriebssystem:

Apple MacIntosh

Windows PC

Datenübertragung per

ftp

E-Mail

Datenträger per Post

Proof (ggf. ankreuzen)

farbverbindlich

inhaltsverbindlich

folgt per Post

Daten-Erstellung

- Bitte liefern Sie druckfähige PDF X3-Dateien in der Größe des Anzeigenformats (ohne weiße Ränder).
- Anzeigen, die im Beschnitt stehen (randabfallend), müssen mit 3 mm Beschnitt an den betreffenden Seiten angelegt sein.
- Erstellen Sie farbige Abbildungen im CMYK-Modus oder wandeln Sie diese in CMYK um. Sonderfarben müssen als HKS- oder Pantone-Werte definiert werden.
- Der maximale Farbauftrag soll 320% nicht überschreiten.

Daten-Übertragung

- Bitte benutzen Sie Winzip (.ZIP) oder Stuffit (.SIT) zum Komprimieren der Daten.
- Benennen Sie die zip-Datei mit dem Zeitschriftennamen beginnend, gefolgt von Ausgabe und Kunde (Zeitschrift_Ausgabe_Kunde.zip).

Support

PDF X3-Erstellung, Distiller-Joboptions, Pitstop Settings usw. erhalten Sie unter www.stuertz.de/data/suw/pdf/PDF-Datenanlieferung_Allgemein.pdf oder bei Bedarf über die unten angegebenen Kontaktdaten.

Verbindungen

- ftp: [ftp.stuertz.de](ftp://ftp.stuertz.de) (Login: User: gecont, Passwort: dE41yG)
- E-Mail: gecont@stuertz.de
- Fax: +49 931 385-11332

Ansprechpartner

Stürtz GmbH Science, Journals & Magazines
Anzeigenteam
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg
Tel.: +49 931 385-332
Fax: +49 931 385-11332



Banderole



Besonderheit:

- aufmerksamkeitsstarke Werbeform
- hervorragender Erinnerungswert in Verbindung mit einer Anzeige/Titelseite

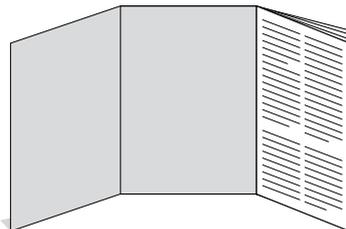
Format:

- 10,0 cm Breite x 64,0 cm Länge

Preis:

- ab € 5.000,00 + Anzeige

Ausklappbare Titelseite



Besonderheit:

- großflächige, aufmerksamkeitsstarke Werbeform
- ausführliche Darstellung der eigenen Werbebotschaft möglich
- hervorragende Platzierung

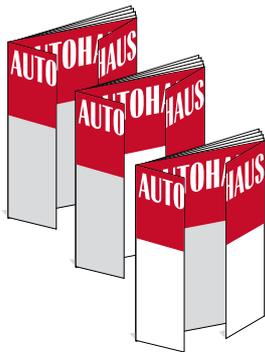
Format:

- Titelseite + 3 x 1/1 Seite 4c

Preis:

- € 30.000,00

Altarfalz



Besonderheit:

- aufmerksamkeitsstarke, großflächige Werbeform

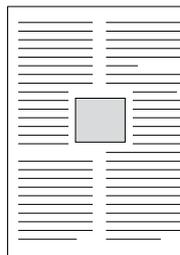
Format:

- Titelseite zzgl. 1/1 Seite + 2 x 1/2 Seite hoch

Preis:

- € 24.000,00

Inselanzeige



Besonderheit:

- aufmerksamkeitsstark, da inmitten eines redaktionellen Umfelds

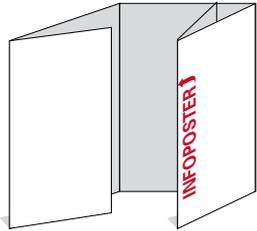
Format:

- maximal 1/8 Seite

Preis:

- je nach Format + 60% Zuschlag auf 4c

Infoposter



Besonderheit:

- Sponsoring von redaktionellen Inhalten (Umfragen, Sonderthemen, Veranstaltungen)
- großflächige Werbeform
- hervorragende Platzierung, direkt nach der Titelseite

Format:

- 8-seitiger Leporello, davon eine Startseite, 4 redaktionelle Seiten und 3 Anzeigenseiten

Preis:

- ab € 20.000,00

Lesezeichen



Besonderheit:

- kreative, ungewöhnliche Werbeform
- nur in Kombination mit einer 1/1 Seite Anzeige möglich

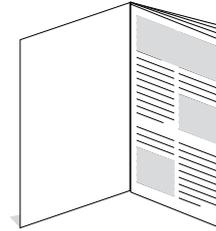
Format:

- 55 mm x 165 mm
- auf Anfrage auch weitere Formate realisierbar

Preis:

- ab € 10.000,00 + Anzeige

Advertorial



Besonderheit:

- redaktionell gestaltete Anzeige
- verständliche Darstellung von komplexen Produkten/Leistungen

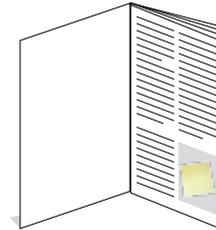
Format:

- 1/1 Seite 4c bis 2/1 Seite 4c
- 2 Bilder, Logo und Textfelder

Preis:

- Anzeige + 15% Zuschlag auf 4c

Post-it



Besonderheit:

- auffällige Werbeform
- Steuerung der Leser auf eine bestimmte Stelle im Heft
- nur in Kombination mit einer Anzeige möglich

Format:

- Post-it in unterschiedlichen Formaten möglich

Preis:

- ab € 7.000,00 + Anzeige

**Weitere Sonderwerbformen
kalkulieren wir Ihnen gerne auf Anfrage!**

Allen Preisen ist der jeweils gültige Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Kommunikationsziele unserer Werbeformate

Eine gelungene Außendarstellung spielt sich auf immer mehr Wegen und mit verschiedenen Werbeformaten ab. Eine optimale Kombination von Print und Online schafft maximalen Erfolg für die gewünschte Marketing-Aussage.

Die im Anschluss aufgeführten Tabellen dienen zur Orientierung für die unterschiedlichen Formate und zeigen deren Anwendungsschwerpunkte. Dies hilft Ihnen bei der Gestaltung eines optimalen Marketing-Mix.

Print-Werbeformate

	Hohe Aufmerksamkeit	Produkt-darstellung	Imagebildung	Hohe Reichweite	Interaktivität	Messbarkeit	Individuelle Zielgruppen-Ansprache
Klassische Print-Anzeige	■	■	■	■			
Titelseite	■	■	■	■			
Rubrik Blick in den Markt		■		■			
Stellenanzeige	■			■			
Marktanzeige		■		■			
Einhefter	■	■	■	■			■
Beilage	■	■	■	■	■	■	■
Sonderwerbeform	■	■	■	■	■	■	■
Infoposter	■	■	■	■			■
Advertorial	■	■		■			■

Online-Werbeformate

	Hohe Aufmerksamkeit	Produkt-darstellung	Imagebildung	Hohe Reichweite	Interaktivität	Messbarkeit	Individuelle Zielgruppen-Ansprache
Rectangle	■		■	■	■	■	
Newsletter	■		■	■	■	■	■
WebTV	■	■	■	■	■	■	
Marktplatzeintrag		■		■	■	■	
Stellenmarkt				■	■	■	
Microsite	■	■	■	■	■	■	■
Advertorial	■	■	■	■	■	■	■
e-Poster	■	■		■	■	■	
Infoline	■		■	■	■	■	■
Webcast	■	■	■	■	■	■	



1 Web-Adresse (URL): www.autohaus.de

2 Kurzcharakteristik:

AUTOHAUS Online ist das reichweitenstärkste deutschsprachige Internet-Portal für Autohandel und -industrie. Das Angebot umfasst tagesaktuell recherchierte Nachrichten, Berichte, Interviews und Kommentare zu folgenden Themen: Automobilwirtschaft, Neu- und Gebrauchtwagenhandel, Politik, Verbände, Termine & Veranstaltungen, EDV & Internet, Recht & Steuern, Bauen, Unternehmensführung sowie After Sales. Überdies stehen verschiedene Premium-Dienste, Datensammlungen, ein Nachrichten-Archiv sowie aktuelle Studien zum Abruf zur Verfügung. Ein Anbieterverzeichnis sowie ein großer, auf die Kfz-Branche zugeschnittener Anzeigen- und Stellenmarkt runden das Angebot ab.

3 Zielgruppe:

Geschäftsführer und Führungskräfte im Automobilhandel, bei Herstellern/Importeuren, Zulieferern und Dienstleistern

4 Verlag:

Springer Automotive Media
Springer Fachmedien München GmbH
Aschauer Straße 30, 81549 München
Tel.: +49 89 203042-0
www.springer-automotive-media.de

5 Ansprechpartner:

Anzeigenleitung Springer Automotive Media: Michael Harms
Tel.: +49 89 203042-1192, Fax: +49 89 203042-1240
E-Mail: kontakt.anzeigen@springer.com

6 Zugriffskontrolle:

IVW-geprüft seit Dezember 2000



7 Zugriffe:

Visits: 684.741 (3-Monats-Durchschnitt, März bis Mai 2009)
Page Impressions: 2.414.108 (3-Monats-Durchschnitt, März bis Mai 2009)
aktuell auf Anfrage oder über www.ivw.de, Rubrik Online-Nutzungsdaten

8 Datenanlieferung: kontakt.anzeigen@springer.com

Technische Spezifikationen: Standardwerbeformen

- Dateiformate: swf, gif, jpg, html, Tag-code (Redirekt)
- Alternative gif, jpg
- Dateigröße: bis 80 KB
- Einbau des clickTag
- Audiodateien (durch den User aktivierbar und deaktivierbar)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 5 Werktage vor Beginn der Kampagne

Technische Spezifikationen: Newsletter

- Dateiformate: statische gif/jpg-datei
- Dateigröße: bis 30 KB
- Alternativer Text, für alle Nicht-html-User (max. 700 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 2 Werktage vor Erscheinen

Textanzeige klein:

Überschrift max. 30 Zeichen
Fließtext max. 240 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze
Logo/Bild: 80 x 20 px oder 40 x 40 px

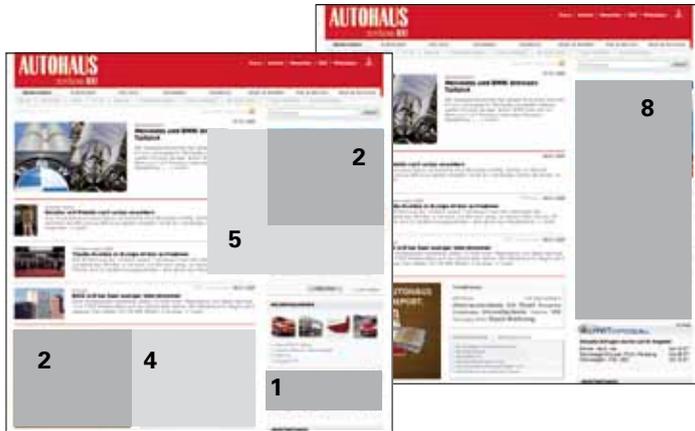
Textanzeige groß:

Überschrift max. 60 Zeichen
Fließtext max. 700 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze
Logo/Bild: 130 x 80 px oder 60 x 80 px

9 Externer AdServer-Einsatz: möglich

10 Werbeformen und Preise:

10.1 Standardwerbeformen:



Werbeformate für Web	Pixel-Format	TKP in €	Größe
1 Textanzeige + Logo (gif)	300 x 115	55,00	10 KB
2 Rectangle	300 x 250	75,00	30 KB
3 Video Rectangle (polite streaming)	300 x 250	75,00	30 KB
4 Expandable Rectangle Small	630 x 250	100,00	50 KB
5 Expandable Rectangle Large	630 x 350	125,00	50 KB
6 Corner Ad (links unten)	auf Anfrage	auf Anfrage	30 KB
7 Layer Ad + Rectangle Reminder (Tandem Ad)	auf Anfrage	150,00	50 KB
8 Half page	300 x 600	150,00	50 KB
9 Expandable Half page	630 x 600	auf Anfrage	50 KB

10.2 Stellenanzeigen & Marktanzeigen Online:

Die Anzeige erscheint online 1 Woche vor Veröffentlichung des Magazins auf unserer Homepage www.autohaus.de/karriere und kann nur in Kombination mit einer Print-Anzeige gebucht werden.

Page Impressions: 116.266 (3-Monats-Durchschnitt, März bis Mai 2009)

Werbeform	Platzierung	Zeitraum	Preis in €*
BASIS A:			
Stellenangebot online	unter „Karriere“	4 Wochen	250,00
A + Karrierebox	unter „Karriere“	4 Wochen	750,00
A + Top 1-Platzierung	unter „Karriere“	4 Wochen	350,00
A + Top 2-Platzierung	unter „Karriere“	4 Wochen	300,00
BASIS B:			
Marktanzeige online	unter „Anzeigenmarkt“	4 Wochen	75,00
B + Top 1-Platzierung	unter „Anzeigenmarkt“	4 Wochen	175,00
B + Top 2-Platzierung	unter „Anzeigenmarkt“	4 Wochen	125,00

* Preis pro Position

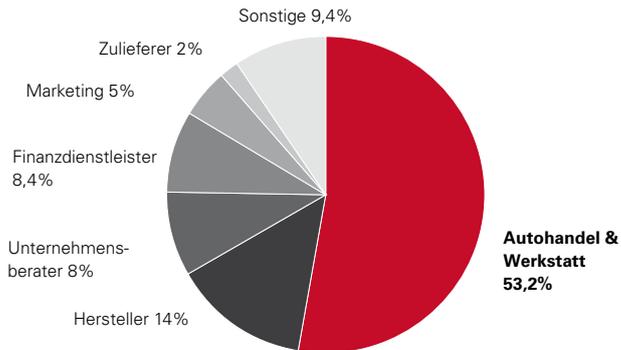
Allen Preisen ist der jeweils gültige Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

10.3 Newsletter – der direkte Draht zum Kunden:

Kurzcharakteristik: Der Newsletter liefert 5 x wöchentlich, von Montag bis Freitag, aktuelle Nachrichten aus der Branche.

Newsletter-Abonnenten: 35.124 (Juni 2009)

Laufzeit/Belegung: Dauer, Anzahl und Zeitpunkt der Werbeschaltung richten sich nach der Verfügbarkeit und Ihren Wünschen. Selektion nach PLZ-Gebieten und Branchen sind möglich.



Werbeformate für Newsletter	Pixel-Format	TKP in €	Größe
1 Textanzeige + Bild oder Logo groß (gif) oder Quer-/Fullsizebanner	650 x 150 (650 Zeichen)	75,00	30 KB
2 Rectangle	300 x 250	75,00	30 KB
3 Textanzeige + Logo klein (gif)	300 x 115 (300 Zeichen)	55,00	10 KB

Allen Preisen ist der jeweils gültige Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Quelle: TNS Emnid Empfänger-Struktur-Analyse 2005
n = 28.093, Juli 2005

10.4 Web TV:

WebTV ist das neue multimediale Informationskonzept. Wir erstellen für Sie professionell produzierte TV-Beiträge zu aktuellen Messen und zu speziellen Unternehmen.

Für den Dreh auf einer Fachmesse:

Format ¹⁾²⁾	Umfang	Preis in €
1 Aussteller-Portrait (3-5 Min.)	Darstellung Ihrer Firma und Produktpalette auf Ihrem Messestand	4.490,00
2 Produktvorführung	Darstellung Ihres Messe-Highlights in seiner ganzen Funktionalität mit bewegten Bildern	2.990,00
3 Interview (2-3 Min.)	Ihre Möglichkeit, interessante Sachverhalte im Gespräch darzustellen	3.490,00

Für den Dreh am Firmensitz:

Format ¹⁾	Umfang	Preis in €
1 Firmen-Portrait (ca. 5 Min.)	Darstellung Ihrer Firma und Produktpalette an Ihrem Standort	8.990,00
2 Produktvorführung (ca. 5 Min.)	Darstellung Ihres Produkt-Highlights in seiner Funktionalität mit bewegten Bildern	8.990,00
3 Interview (ca. 5 Min.)	Ihre Möglichkeit, interessante Sachverhalte im Gespräch darzustellen	8.590,00

¹⁾ Ein Jahr online abrufbar

²⁾ Produktion auf der Messe

10.5 Marktplatz:

Das Angebot für eine dauerhaft auffindbare Webpräsenz in dem führenden Onlinedienst der Branche. Einfache und klare Strukturen bieten dem Suchenden einen schnellen und effizienten Überblick der vorhandenen Unternehmen im Markt.

Möglichkeiten der Darstellung mit je drei Bildern:

- „Unternehmen“ Erscheint direkt unter der Firmenanschrift, auf der ersten Seite.
- „Personalien“ Die drei wichtigsten Ansprechpartner eines Unternehmens mit Tätigkeitsbeschreibung und direkten Kontaktdaten.
- „Produkte/Leistungen“
- „Referenzen“

Preis pro Jahr:

€ 1.380,00

11 Rabatte:

Bei Print-Titeln vereinbarte Konditionen werden nicht auf Online-Werbeträger übertragen.

auf Anfrage

12 Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 10 Tagen mit 2% Skonto, innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungserhalt netto. USt-Ident-Nr.: DE 1529422001

Bankverbindungen:

HypoVereinsbank München, Kto.-Nr. 1 830 209 200, BLZ 700 202 70

Geschäftsbedingungen:

Unsere AGB finden Sie unter www.mediacentrum.de

Allen Preisen ist der jeweils gültige Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

.....Wir beraten Sie gerne: **Telefon +49 89 203043-0**.....



-1242

MICHAEL HARMS
Anzeigenleiter
Springer Automotive Media
michael.harms@springer.com



-1224

SANJA LIMBACHER
Key Account Managerin
Werkstatt- & Automobiltechnik
Teile & Zubehör, Räder & Reifen,
Werkstattsysteme, Navigation, Messen,
Telekommunikation, Klimaanlage
sanja.limbacher@springer.com



-1142

PETRA WILLMEROOTH
Key Account Managerin
Automobilwirtschaft & Dienstleistung
Fahrzeughersteller & -handel,
Prüfdienste, Datenanbieter, Verbände
petra.willmeroth@springer.com



-1220

DORIS ASCHENBRENNER
Mediaberaterin
Finanzdienstleister, GW-Auktionen, EDV,
GW-Börsen, Banken, Leasing, Berater
Versicherungen, Garantianbieter
doris.aschenbrenner@springer.com



-1104

THOMAS DENGL
Mediaberater
Planen-Bauen-Einrichten,
Reinigung & Pflege, Schmierstoffe,
Lagertechnik, Sicherheitssysteme
thomas.dengl@springer.com



-1191

BIRGIT ZIPFEL
Mediaberaterin
Werkstatt-Technik, Logistik, Verlage,
Abschleppwagen, Lacke, Gasumrüstung
birgit.zipfel@springer.com



-1133

DORIS KESTER
Mediaberaterin
Stellen-/Marktanzeigen
doris.kester@springer.com



-1134

INGRID SCHEFFEL
Anzeigenverwaltung
anzeigen.autohaus@springer.com



-1192

SUSANNE KLIPPEL
Projektmanagerin Presales
Springer Automotive Media
susanne.klippel@springer.com