



[www.trucker.de](http://www.trucker.de)

# MEDIADATEN 2011

Das Magazin für Fernfahrer

Weitere Mediainformationen erhalten Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)





### Wer sind die Leser von TRUCKER?

LKW-Fahrer im Fern- und Verteilerverkehr, Inhaber, Geschäftsführer, selbstfahrende Unternehmer. Darüber hinaus Truck-Interessierte und LKW-Fans. Allen gemein ist eine hohe Identifikation mit TRUCKER.

### Was kennzeichnet die Leser von TRUCKER?

Die Leser sind maßgeblich am Entscheidungsprozess für wichtige Investitionen beteiligt. Sie fungieren als wertvolle Berater, wenn es um Neuanschaffungen bei LKW, Anhängern und Aufbauten, Fahrzeugzubehör oder anderen Produkten rund um die Ausstattung geht.

*Johannes Reichel*

Johannes Reichel  
Chefredakteur TRUCKER



### Was unterscheidet TRUCKER von anderen Fahrer-Titeln?

Nach dem Motto „TRUCKER – näher dran“ arbeitet die Redaktion mit vielen im Fahrberuf erfahrenen Mitarbeitern. Das schafft Authentizität. Die permanente Präsenz bei Festivals, auf Autohöfen, Stammtischen und vor allem im Alltag der Transportunternehmen bringt dem TRUCKER eine enge Vernetzung mit der Branche. Dadurch entsteht besondere Lesernähe.

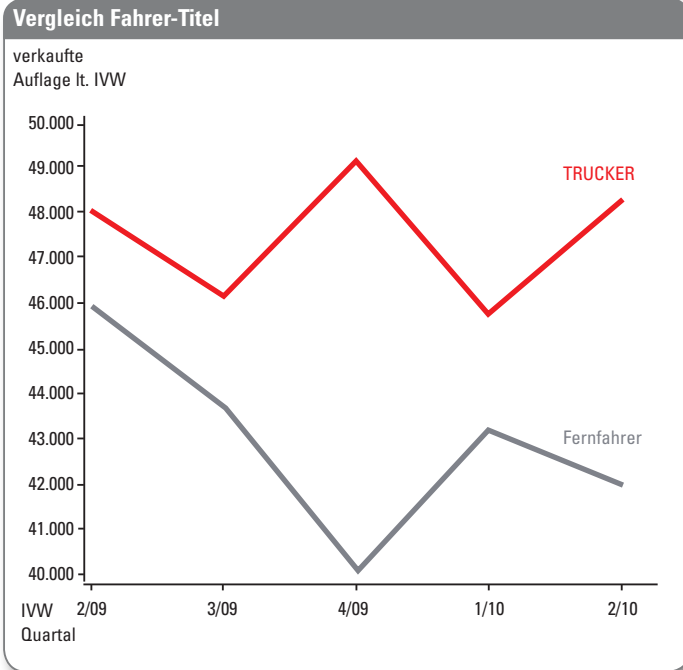
### Was bietet TRUCKER seinen Lesern noch?

Die Website [www.trucker.de](http://www.trucker.de) als die meistgenutzte Fahrerplattform in Europa bietet den permanenten, ortsunabhängigen Austausch innerhalb der Zielgruppe.

Der **TRUCKER-Club** verschafft den Lesern an vielen Raststätten, Restaurants und anderen Einrichtungen Vorteile.

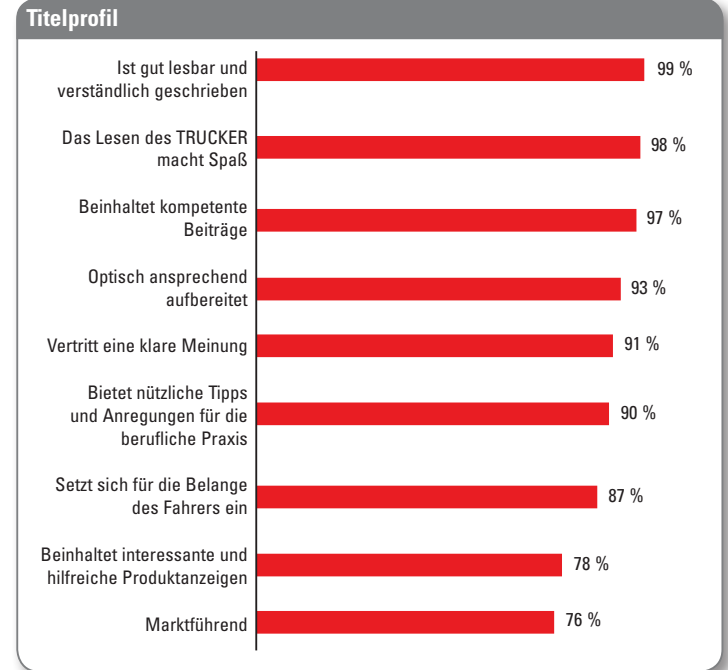
## Daten und Fakten

**TRUCKER wird geliebt** – mehr als 98 % aller Leser sind überzeugte Fans und haben Spaß am Lesen des Magazins\*\*. Dies spiegelt sich auch deutlich in der IVW-geprüften verkauften Auflage der letzten Jahre wider\*.



\* lt. IVW 2/2009 bis 2/2010

Die Leser identifizieren sich mit TRUCKER und schätzen die redaktionellen Tipps für ihre berufliche Praxis. Darüber hinaus nutzen knapp 80 % der Leser die Produktanzeigen für ihre Kaufentscheidungen\*\*.



\*\* Auszüge aus der Leserstrukturanalyse 2010/TNS Emnid, Bielefeld

## Daten und Fakten

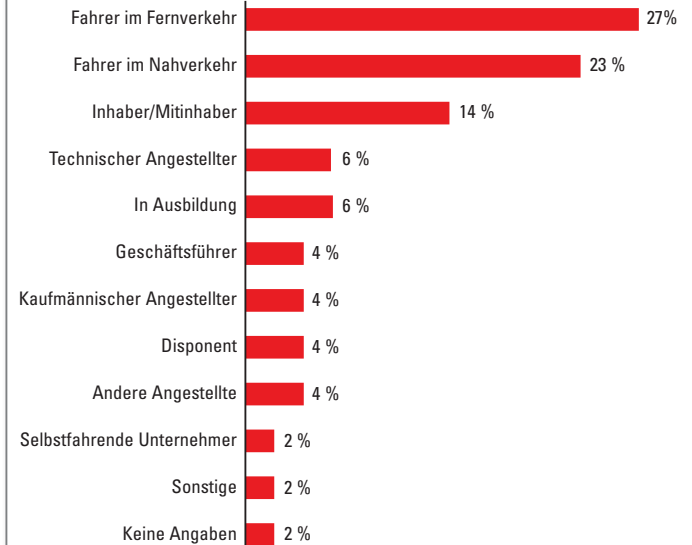
### Wie wird TRUCKER genutzt

Durchschnittliche Lesedauer: **62 Minuten**  
Geschätzte Anzahl weiterer Leser: **1,8 weitere Leser pro Ausgabe**  
Reichweite pro Ausgabe: **144.791 Leser\***  
Durchschnittliche Nutzung: **über 12 Jahre**

Die Zahlen beweisen: Interessante Artikel sowie die hohe Authentizität kommen bei den Lesern gut an. Das Magazin wird intensiv gelesen und es entsteht eine ausgeprägte Leser-Blatt-Bindung.

### Wer sind die Leser

#### Stellung im Betrieb



## Stimmen aus dem Markt

„Der TRUCKER ist einer der traditionsreichsten Titel für LKW-Fahrer im deutschsprachigen Raum. Die hohe redaktionelle Qualität, die anspruchsvollen Fahrzeug-Tests, die große Nähe zur Praxis und zu den Fahrern macht den TRUCKER zum idealen Medium für uns. Damit erreichen wir die relevanten Fahrer, aber auch Unternehmer effizient und erfolgreich.“

**Dr. Frank Albers, Leiter Marketing/Leiter Vertrieb National,  
Fahrzeugwerk Bernard Krone GmbH**

„Der TRUCKER ist für uns ein wichtiges Medium, weil Fahrer eine wichtige Zielgruppe für uns sind. Und wir sind sicher, dass der TRUCKER diese Zielgruppe auch erreicht.“

**Dr. Hans Geesmann, Director Marketing Region Central Europe,  
Volvo Trucks**

„Der TRUCKER ist für uns eine bedeutende Fachzeitschrift, da er den Lkw-Fahrer in den Mittelpunkt stellt. Auch Scania rückt den Lkw-Fahrer seit Jahrzehnten in den Fokus seiner Tätigkeit. Ob mit zahlreichen Innovationen für den Fahrer Arbeitsplatz, einem Fahrerhaus, das den hohen Anforderungen des Schweden-Crash-Tests entspricht, dem weltweiten Scania Fahrerwettbewerb oder der Scania Truck Gear Kollektion. Der Fahrer ist uns wichtig, genauso wie der Redaktion des TRUCKERs.“

**Mikael Lundqvist, Direktor Strategie/ Kommunikation und Marketing, Scania  
Deutschland Österreich**

„Der TRUCKER ist für uns ein wichtiges Medium, weil er nach unserer Erfahrung sowohl bei den Fahrern wie auch bei Unternehmern eine kompetente Informationsquelle und Entscheidungshilfe ist.“

**Fabian Obinger, Teamleiter Marketingkommunikation,  
MAN Truck & Bus Deutschland GmbH**

## 1 Kurzcharakteristik:

TRUCKER – das Magazin für Fernfahrer. Seit über 30 Jahren ist TRUCKER der Special-Interest-Titel für den LKW-Fahrer. Monat für Monat werden neue Trucks und neue Technologien vorgestellt und verglichen. Fahrberichte, Servicethemen und spannende Reportagen aus dem Alltag runden das Magazin ab. Zu den Lesern zählen hauptsächlich Berufskraftfahrer, die überwiegend im Fernverkehr tätig sind, sowie selbstfahrende Transportunternehmer und LKW-Fans.

**2 Erscheinungsweise:** monatlich

**3 Jahrgang:** 32. Jahrgang 2011

**4 Web-Adresse (URL):** [www.trucker.de](http://www.trucker.de)

**5 Mitgliedschaften:** –

**6 Organ:** –

**7 Herausgeber:** –

**8 Verlag:** Verlag Heinrich Vogel  
Springer Fachmedien München GmbH

**Postanschrift:** 81664 München

**Hausanschrift:** Aschauer Str. 30, 81549 München

**Telefon:** (0 89) 20 30 43-0

**Telefax:** (0 89) 20 30 43-23 98

**Internet:** [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)

**E-Mail:** [anzeigen-vhv@springer.com](mailto:anzeigen-vhv@springer.com)

**9 Chefredakteur:** Johannes Reichel  
[trucker@springer.com](mailto:trucker@springer.com)

## 10 Anzeigen:

**Gesamtanzeigenleiterin:** Jutta Rethmann

**Anzeigenleiter:** Matthias Pioro

## 11 Vertrieb:

**Telefon:** Vertriebsservice, Verlag Heinrich Vogel  
(0 89) 20 30 43-11 00

**E-Mail:** [vertriebsservice@springer.com](mailto:vertriebsservice@springer.com)

## 12 Bezugspreis:

Jahresabonnement

Inland: € 38,90 inkl. Versand und 7 % MwSt.

Europäisches Ausland: € 44,40 inkl. Versand und 7 % MwSt.

Einzelverkaufspreis: € 3,70 inkl. 7 % MwSt., zzgl. € 1,90 Versand

## 13 ISSN:

0946-3216

## 14 Umfangs-Analyse:

**2009 = 12 Ausgaben**

**Format der Zeitschrift:**

230 mm (B), 300 mm (H)

**Gesamtumfang:**

1.392 Seiten = 100,0 %

**Redaktioneller Teil:**

1.088 Seiten = 78,2 %

**Anzeigenteil:**

304 Seiten = 21,8 %

davon

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:

111 Seiten = 36,5 %

Einhefter/Durchhefter:

– Seiten = – %

Verlagseigene Anzeigen:

85 Seiten = 28,0 %

**Beilagen:**

**5 Stück**

## 15 Inhalts-Analyse Redaktion:

–

**16 Auflagenkontrolle:** 

**17 Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt

01. Juli 2009 – 30. Juni 2010

**Druckauflage:** 90.833

**Tatsächlich  
 verbreitete**

**Auflage: (tvA)** 50.216 davon Ausland: 5.887

**Verkaufte Auflage:** 47.492 davon Ausland: 5.688

- Abonnierte Exemplare 11.741 davon Mitgliederstücke: –
- Einzelverkauf 32.171
- Sonstiger Verkauf 3.580

**18 Geographische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	88,3	44.329
Ausland	11,7	5.887
<b>Tatsächl. verbr. Auflage</b>	<b>100,00</b>	<b>50.216</b>



# TERMIN- UND THEMENPLAN 2011

## Das Magazin für Fernfahrer

	Heft-Nr. Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Themen	Messen
Januar	2	11.01.2011	06.12.2010	07.12.2010	Aerodynamische Anbauteile Dachschlafkabinen	<b>Rallye Dakar</b> , 01.01-16.01.2011
Februar	3	08.02.2011	11.01.2011	12.01.2011	Übersicht Neuheiten 2011 CB-Funk Aus- und Weiterbildung	<b>Spielwaremesse</b> , Nürnberg, 03.02.-08.02.2011
März	4	08.03.2011	08.02.2011	09.02.2011	Ladungssicherung Rallye Dakar Gesundheit und Ernährung	
April	5	12.04.2011	15.03.2011	16.03.2011	Euro-Truck-Test Start „TRUCKER wählt den Supertruck“ Modellbau, Spielwaren	<b>NUFAM</b> , Karlsruhe, 14.04.-17.04.2011
Mai	6	10.05.2011	08.04.2011	11.04.2011	Euro-Truck-Test LKW-Waschanlagen Telekommunikation und Navigationssysteme Reifen	<b>Transpotec Logitec</b> , Mailand, Mai 2011
Juni	7	07.06.2011	09.05.2011	10.05.2011	Trailer-Test Fahrerhauskomfort	



	Heft-Nr. Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Themen	Messen
Juli	8	05.07.2011	03.06.2011	07.06.2011	Vorschau Nürburgring LKW-Waschanlagen	<b>Truck Grand Prix,</b> Nürburgring, 08.07.-10.07.2011
August	9	09.08.2011	12.07.2011	13.07.2011	Nürburgring Special „Richtig sitzen im LKW“	
September	10	13.09.2011	16.08.2011	17.08.2011	Reifen und Felgen Tankkreditkarten	
Oktober	11	11.10.2011	12.09.2011	13.09.2011	Winterzubehör: Ketten, Standheizungen, Traktionshilfen	
November	12	08.11.2011	10.10.2011	11.10.2011	Euro-Truck-Test	
Dezember	1/12	13.12.2011	15.11.2011	16.11.2011	LKW-Zubehör und –Ausstattung	
Januar	2/12	10.01.2012	06.12.2011	07.12.2011	Neuheiten 2012 LKW-Pannendienste	



**1 Auflage:**  
 Druckauflage: 90.833  
 Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt  
 (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17) 50.216

**2 Zeitschriftenformat:**  
 230 mm x 300 mm beschnitten (BxH)

**Satzspiegel:**  
 199 mm breit, 268 mm hoch  
 Spaltenzahl: 4, Spaltenbreite: 43 mm  
 Spaltenzahl: 3, Spaltenbreite: 63 mm

**3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**  
 Offsetdruck, Klammerheftung, 70er-Raster. Druckunterlagenanlieferung in digitaler Form. Bei der Anlieferung digitaler Druckunterlagen beachten Sie bitte die Informationen auf unserem Datenticket (siehe [www.mediacentrum.de/Service](http://www.mediacentrum.de/Service) oder als Anlage zur Auftragsbestätigung). Die Erstellung von Druckunterlagen wird in Rechnung gestellt.

**4 Termine:**  
**Erscheinungsweise:** monatlich  
**Erscheinungstermine, Anzeigen- und Druckunterlagenschluss:** siehe Themen- und Terminplan

**5 Verlag:** Verlag Heinrich Vogel  
 Springer Fachmedien München GmbH  
 Aschauer Str. 30, 81549 München  
**Hausanschrift:** 81664 München  
**Postanschrift:** Jürgen Kathke  
**Anzeigen:** Telefon: (0 89) 20 30 43-29 27  
 Telefax: (0 89) 20 30 43-23 98  
 E-Mail: [juergen.kathke@springer.com](mailto:juergen.kathke@springer.com)

**6 Zahlungsbedingungen:**  
 per Bankeinzug 3 % Skonto  
 innerhalb von 10 Tagen 2 % Skonto  
 innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto  
 USt-Ident-Nr.: DE152942001

**Bankverbindung:**  
 HypoVereinsbank München (BLZ 700 202 70), Konto-Nr. 1 830 209 200

**7 Anzeigenformate und Preise:**

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm		4-farbig €
		im Satzspiegel	im Anschnitt*	
2/1 Seite	8-spaltig	428 x 268	460 x 300	<b>18.560,-</b>
1/1 Seite	4-spaltig	199 x 268	230 x 300	<b>9.260,-</b>
1/2 Seite	2-spaltig	97 x 268	113 x 300	<b>4.665,-</b>
	4-spaltig	199 x 134	230 x 150	
1/3 Seite	1-spaltig	63 x 268	79 x 300	<b>3.110,-</b>
	4-spaltig	199 x 90	230 x 100	
1/4 Seite	1-spaltig	46 x 268	62 x 300	<b>2.330,-</b>
	2-spaltig	97 x 134	113 x 150	
	4-spaltig	199 x 67	230 x 87	
1/8 Seite	1-spaltig	46 x 134	62 x 150	<b>1.175,-</b>
	2-spaltig	97 x 67	113 x 87	
	4-spaltig	199 x 33	230 x 52	
2., 3., 4. Umschlagseite		-	230 x 300	<b>9.940,-</b>

\* + 3 mm Beschnitt an den Außenseiten



## 8 Zuschläge (rabattierbar):

### 8.1 Farbe:

Euro-Skala nach DIN 16539, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbangleichung aus technischen Gründen vorbehalten – je Normalfarbe (Euro-Skala) –

### 8.2 Platzierung:

bindende Platzierungsvorschriften –

### 8.3 Formate:

Anzeigen über Bund –  
Anzeigen über Satzspiegel –

## 9 Rubrikanzeigen:

Rubrikanzeigen, sw	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit)	€ 2,94
Rubrikanzeigen, farbig	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit)	€ 5,99
Stellengesuche	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit)	€ 1,08
Chiffregebühr		€ 11,00

## 10 Sonderwerbformen:

zum Beispiel Poster, Booklets, Gatefolder auf Anfrage

**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:

3 Seiten	3 %
6 Seiten	5 %
9 Seiten	10 %
12 Seiten	12 %
15 Seiten	15 %

Alle Zuschläge werden rabattiert

## 12 Kombinationen:

–

## 13 Einhefter:

auf Anfrage

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 235 mm Breite und 310 mm Höhe (gefalzt) anliefern. Bitte beachten: Kopfbeschnitt 4 mm.

## 14 Beilagen (nicht rabattfähig):

lose eingelegt, maximale Größe 210 mm x 280 mm  
Gewicht der Beilage Beilagenpreis je 1.000 Stück

bis 25 g	€ 285,-
bis 50 g	€ 460,-
bis 75 g	€ 635,-
bis 100 g	€ 810,-
je weitere 5 g	€ 35,-

Anzahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5.000 Exemplaren möglich.  
Anzeigen Dritter innerhalb der Beilage nicht zulässig.

## 15 Aufgeklebte Werbemittel (nicht rabattfähig):

Postkarten	pro Tausend	€ 93,-
Prospekte/Warenmuster	auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters	
Benötigte Liefermenge	auf Anfrage. Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise siehe oben).	

## 16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

Oberndorfer Druckerei GmbH  
Mittergöming 12  
A-5110 Oberndorf

### Liefervermerk Für „TRUCKER“ Ausgabe (Nr).

Vorab 10 Muster an die Anzeigenabteilung

Unsere AGB finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)

Alle Preise gelten zuzüglich der gesetzlich gültigen MwSt.

## Nürburgring, 08. bis 10. Juli 2011

<b>Veranstalter:</b>	ADAC Mittelrhein e. V.
<b>Auflage:</b>	15.000 Exemplare
<b>Druck:</b>	Offset, Druckvorlagen 70er Raster
<b>Erscheinungstag:</b>	7. Juli 2011
<b>Anzeigenschluss:</b>	6. Juni 2011
<b>Druckunterlagenschluss:</b>	10. Juni 2011

Das ADAC Programmheft TRUCK-GRAND-PRIX berichtet umfassend und aktuell zum jährlichen Saisonhöhepunkt der Truck-Race-Meisterschaft auf dem Nürburgring. Auf circa 92 Seiten findet der Rennbesucher Kurzporträts aller Rennteams, die kompletten Starterlisten und kompetent verfasste Reportagen rund um den faszinierenden Sport mit den schnellen LKW.

Darüber hinaus wird mit Berichten über das umfassende Rahmenprogramm sowie in Insider-Stories über das legendäre Musikfestival am „Ring“ berichtet. Mit dem ADAC TRUCK-GRAND-PRIX Programmheft erreicht man direkt und ohne Streuverluste alle Truck-Race-Fans auf dem Mega-Event am Nürburgring vom LKW-Fahrer bis hin zum sportbegeisterten Firmeninhaber.

Im ADAC TRUCK-GRAND-PRIX Programmheft können sich Werbepartner optimal im entspannten und positiven Umfeld der größten Branchen-Party des Jahres präsentieren.



## Anzeigenpreise und -formate:

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe (mm)		4-farbig €
		im Satzspiegel	im Anschnitt*	
2/1 Seite	8-spaltig	396 x 250	420 x 279	7.390,-
1/1 Seite	4-spaltig	185 x 250	210 x 279	3.710,-
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 250	102 x 279	1.900,-
	4-spaltig	185 x 125	210 x 140	
1/4 Seite	1-spaltig	45 x 250	57 x 279	960,-
	2-spaltig	90 x 125	102 x 140	
	4-spaltig	185 x 65	210 x 82	
2., 3. und 4. Umschlagseite		–	210 x 279	4.290,-

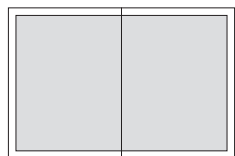
Platzierungszuschlag: € 270,-

\* + 3 mm Beschnitt an den Außenseiten

**Es gelten die AGB der Springer Fachmedien München GmbH (siehe [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de))**

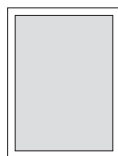
**Alle Preise gelten zuzüglich der gesetzlich gültigen MwSt.**

**Satzspiegelformate (in mm/Breite x Höhe)**



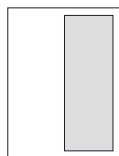
2/1 über Bund

428 x 268



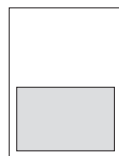
1/1

199 x 268



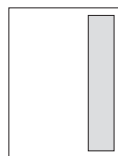
1/2 hoch

97 x 268



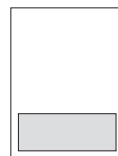
1/2 quer

199 x 134



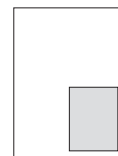
1/3 hoch

63 x 268



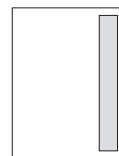
1/3 quer

199 x 90



1/4 2-spaltig

97 x 134



1/4 hoch

46 x 268



1/4 quer

199 x 67

**Anschnittformate (in mm/Breite x Höhe)**



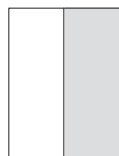
2/1 über Bund  
 angeschnitten

460 x 300\*



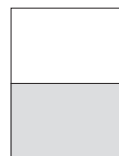
1/1

230 x 300\*



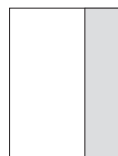
1/2 hoch

113 x 300\*



1/2 quer

230 x 150\*



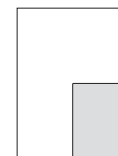
1/3 hoch

79 x 300\*



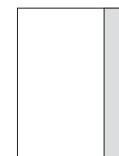
1/3 quer

230 x 100\*



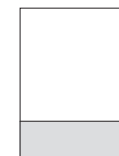
1/4 2-spaltig

113 x 150\*



1/4 hoch

62 x 300\*



1/4 quer

230 x 87\*

\* + 3 mm Beschnitt an den Außenkanten



**1 Web-Adresse (URL):** www.trucker.de

**2 Kurzcharakteristik:**

trucker.de ist eines der reichweitenstärksten Community- und Nachrichtenportale für Berufskraftfahrer im Nah- und Fernverkehr sowie für LKW-Fans im deutschsprachigen Raum. Das Portal bietet umfangreiche Testberichte aller LKW- und Transportermarken, tagesaktuelle Nachrichten, Aus- und Weiterbildungsseiten, Bewertungsportale für Speditionen und Truckstopps. Die TRUCKER-Community bietet registrierten Mitgliedern die Möglichkeit zum Austausch mit Gleichgesinnten und Interessierten rund um das Thema LKW. Weiterhin gibt es Angebote für TRUCKER-Club-Mitglieder, einen Unterhaltungsbe- reich zum Thema Liebe & Erotik und einen Shop für Eigen- und Fremdprodukte. Die Informationen werden optimiert aufbereitet für die stationäre und mobile Internetnutzung in Form von Artikeln, Datenbanken, Downloads und Bildergalerien.

**3 Zielgruppe:** Berufskraftfahrer im Fern- und Nahverkehr, LKW-Fans

**4 Verlag:** Verlag Heinrich Vogel  
 Springer Fachmedien München GmbH  
 Aschauer Str. 30  
 81549 München  
 E-Mail: online-inserate-hvogel@springer.com

**5 Ansprechpartner:** Andrea Volz  
 Telefon: (0 89) 20 30 43-21 24  
 Telefax: (0 89) 20 30 43-23 98  
 E-Mail: andrea.volz@springer.com

**6 Zugriffskontrolle:**  geprüfter Online-Dienst seit 8/2007

**7 Zugriffe:** Visits: 125.686 (Stand: August 2010)  
 Page Impressions: 1.445.343 (Stand: August 2010)

**8 Werbeformen und Preise:**

**8.1 Banner-Werbung:**



Werbeformen	Pixel-Format	TKP €*
1 <b>Textanzeige + Logo</b> (GIF)	300 x 115	35,-
2 <b>Rectangle/Video Rectangle</b>	300 x 250	50,-
3 <b>Expandable Rectangle</b> (nach links)	630 x 250	75,-
4 <b>Expandable Rectangle</b> (nach links unten)	630 x 350	100,-
5 <b>Layer Ad + Rectangle Reminder</b>	400 x 400	125,-
6 <b>Half Page</b>	300 x 600	125,-
7 <b>Expandable Half Page</b>	630 x 600	auf Anfrage
8 <b>Road Block (zwei Rectangles)</b>	300 x 250 (2x)	125,-
9 <b>Wallpaper</b>	auf Anfrage	125,-
10 <b>Cornor Ad Large</b>	auf Anfrage	auf Anfrage

\* gültig ab 01.10.2010; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

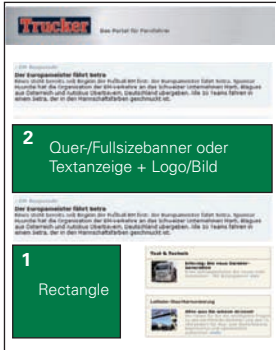


**Technische Spezifikationen: Bannerschaltung**

- Dateiformate: swf, gif, jpg, tag-Code (Redirect)
- Bei Flash zusätzlich ein alternatives gif, jpeg
- Dateigröße: bis 80 KB
- Einbau des clickTag
- Audiodateien (durch den User aktivierbar und deaktivierbar)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 5 Werkstage vor Beginn der Kampagne

**8.2 Newsletter-Werbung:** TRUCKER online informiert einmal wöchentlich mit einem aktuellen und informativen Newsletter.

**Newsletter-Abonnenten:** 6.332 (Stand: August 2010)



Werbeformen	Pixel-Format	Festpreis €*
1 Rectangle	300 x 250	199,-
2 Quer-/Fullsizebanner oder Textanzeige + Logo/Bild	650 x 150	199,-

\*gültig ab 01.10.2010; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

**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 Werkstage vor Erscheinen

Textanzeige: Überschrift: max. 60 Zeichen  
 Fließtext: max. 500 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze  
 Logo/Bild: 130 x 80 px oder 60 x 80 px

**9 Marktplatz (eShop):**

Produktwerbung mit Link; Werbebox 300 x 115 px

Preismodell: € 199,- pro Monat  
 - bei einer Buchung von 12 Monaten: 15 % Rabatt  
 - bei einer Buchung von mehr als 4 Boxen: 10 % Rabatt

Mehr Informationen finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)



## Übernahme digitaler Daten

Wenn Sie Ihre Anzeige per E-Mail, auf den FTP-Server oder auf Datenträger schicken, benötigen wir unbedingt folgende Angaben:

Absender/Firma:

Ansprechpartner:

Telefon: Fax: ISDN:

## Anzeigen-Informationen für folgende Publikation:

BFA  FS  GG  OR  TAXI  TR  VR

Sonstige:

Ausgabe: Rubrik:

Anzeigenformat: Farbigkeit:

Dateiname: Programm: Version:

Betriebssystem:  Apple Macintosh  Windows PC

Datenübertragung per  FTP  E-Mail  Datenträger per Post

Proof  farbverbindlich (ISO)  inhaltsverbindlich folgt per Post (bitte evtl. ankreuzen)

## 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.
- 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\_Motiv.zip).

## Support zu

- PDF X3-Erstellung
- Distiller-Joboptions
- Pitstop Settings usw.
- erhalten Sie bei Bedarf unter [gecont@stuertz.de](mailto:gecont@stuertz.de).

## Verbindungen

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



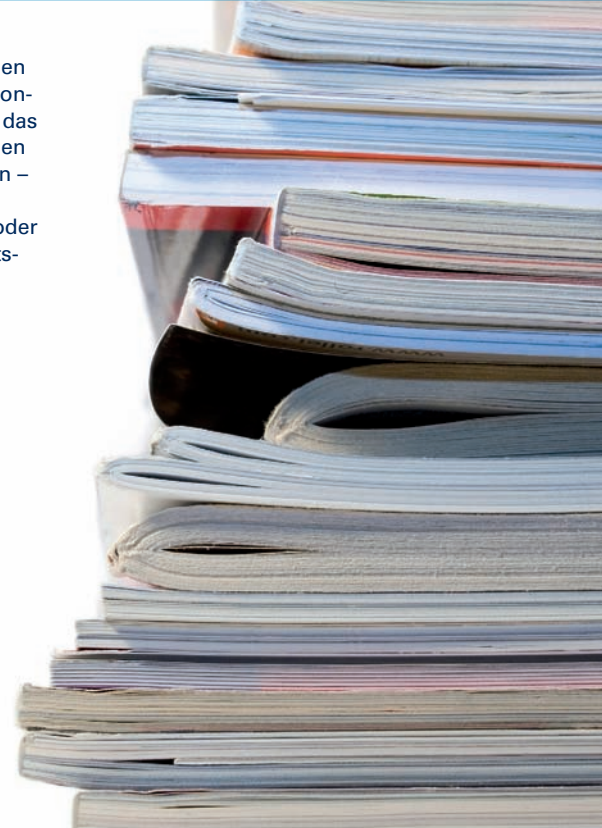
**Leistungen** Journalistisch hochwertige Kundenmedien informieren und unterhalten nicht nur, sondern verbessern vor allem nachweislich das Image des Herausgebers. Wir helfen Ihnen gerne dabei, Ihre Zielgruppe zu erreichen – sei es mit einem individuellen Magazin, Supplement, Newsletter, einer Zeitung oder mit Event-Sponsoring und Öffentlichkeitsarbeit. Lassen Sie uns darüber reden!

**Kontakt** Verlag Heinrich Vogel  
Springer Fachmedien München GmbH  
Corporate Publishing  
Matthias Piro  
Aschauer Straße 30  
81549 München

**Tel.** (0 89) 20 30 43-11 22

**Fax** (0 89) 20 30 43-23 98

**Mail** [matthias.piro@springer.com](mailto:matthias.piro@springer.com)



# Das erfolgreiche Fachmedien-Programm

Weitere Informationen finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)

Der traditionsreiche Verlag Heinrich Vogel in München steht seit über 75 Jahren für professionelle und journalistisch hochwertige Fachinformationen, auch im Bereich der Lehr- und Lernmittel im Verkehrswesen. Publiziert werden verschiedenste Medien für die Verkehrs-, Logistik-, Transport-, Bus-, Touristik- und Werkstatt-Branche sowie für den Gebrauchtwagenhandel. Der Verlag ist eingebunden in die Springer Fachmedien München GmbH.

Für die Entscheider in den Unternehmen unserer Branchen bieten wir nutzwertige und praxisorientierte Informationen. Durch regelmäßige Marktanalysen stellen wir uns auf die Bedürfnisse unserer Leser und Kunden ein und entwickeln unsere Produkte stets mit hohem journalistischen Anspruch weiter.

Unser Service: ein vorteilhaftes Fachmedien-Programm, basierend auf unseren qualitativen Marktforschungen. Wir bieten Ihnen repräsentative Empfänger-Struktur-Analysen, Copytests, Markt- und Wettbewerbs-Beobachtungen, Mediadaten nach AMF-Schema sowie Portal-Nutzungs-Analysen.

Eine zielgruppengenaue Marktdurchdringung und eine hohe Qualität der Leserschaft ohne Streuverluste stehen Ihnen für Ihre Media-planung zur Verfügung. Überzeugen Sie sich selbst von den starken Nutzwerten unserer Fachmedien und Portale sowie von unserer erfolgreichen Produktpalette:

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Fachportale
- Handelsplattformen (Verkehr, Touristik)
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare und Konferenzen
- Direktmarketing
- Sponsoring
- Marktforschung (Copytest)
- Sonderwerbformen Print und Online



# WIR BERATEN SIE GERNE



**MATTHIAS PIORO**

Leitung Sales

Güterverkehr/Sondergeschäfte

matthias.pioro@springer.com

**Tel. (0 89) 20 30 43 - 11 22**

Fax: (0 89) 20 30 43 - 23 98



**JÜRGEN KATHKE**

Mediaberater

juergen.kathke@springer.com

**Tel. (0 89) 20 30 43 - 29 27**

Fax: (0 89) 20 30 43 - 23 98



**ANDREA VOLZ**

Key Account Managerin Online

andrea.volz@springer.com

**Tel. (0 89) 20 30 43 - 21 24**

Fax: (0 89) 20 30 43 - 23 98



**PETRA WENNINGER**

Anzeigenverwaltung

anzeigen.trucker@springer.com

**Tel. (0 89) 20 30 43 - 21 19**

Fax: (0 89) 20 30 43 - 21 00

Verlag Heinrich Vogel • Springer Fachmedien München GmbH •  
Aschauer Straße 30 • 81549 München  
anzeigen-vhv@springer.com • www.trucker.de