



www.fahrschule-online.de

MEDIADATEN 2010

Das Magazin für Fahrschulinhaber und Fahrlehrer

Weitere Medieninformationen erhalten Sie unter www.mediacentrum.de





Sehr geehrte Kunden,

Fahrschule ist das offizielle Organ der Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände. Die moderne Fachzeitschrift und ihr Internet-Auftritt www.fahrschule-online.de versorgen die Leser mit den Informationen, die ein Fahrschulunternehmen für einen erfolgreichen Marktauftritt braucht. Mit aktuellen und praxisnah aufbereiteten Themen aus Betriebswirtschaft, Pädagogik, Technik und Recht hält Fahrschule ihre Leser fit.

Tagesaktuell informiert der Internet-Auftritt der Zeitschrift Fahrschule auf www.fahrschule-online.de. Die User erhalten Tag für Tag relevante Nachrichten und Meldungen über Produktneuheiten und neue Dienstleistungen, die für den Berufsstand von Interesse sind. Eine inhaltliche Verknüpfung mit der Zeitschrift erfolgt über die Rubrik „Das Heft“. Dort findet der User in Form einer Vorschau Hinweise auf weiterführende Beiträge in den kommenden Heften.

Zahlreiche User nutzen den Service des kostenlosen, wöchentlichen Newsletters, der jeweils am Freitag verschickt wird und die Highlights der Woche zusammenfasst.

Dietmar Fund
Chefredakteur Fahrschule

Die bundesweite Fachzeitschrift für Fahrschulen

Hier informieren sich die Fahrschulinhaber:

16.425* Abonnenten

durchschnittlich **2,5 Leser** pro Ausgabe**

95 % der Empfänger lesen alle 12 Ausgaben und**

74 % der Empfänger schlagen alle/fast alle Seiten jeder Ausgabe auf**

92 % ist die Seitenkontaktchance**

95 % der Empfänger sind **Entscheider** und **Berater****

Außergewöhnliche Multiplikatorwirkung bei Fahrschülern

* IVW Jahresdurchschnitt 7/08-6/09

** Empfängerstrukturanalyse Juli 2007/TNS EMNID, Bielefeld (tvA)

1 Kurzcharakteristik:

Fahrschule ist das offizielle, übergreifende Organ der Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände. Im Mittelpunkt der redaktionellen Berichterstattung stehen Fragen der Pädagogik, der Verkehrssicherheit, des Verkehrsrechts und der Technik. Das Magazin stellt zeitgemäße Lehr- und Lernmittel vor, diskutiert betriebswirtschaftliche Fragen und bereitet Investitionsentscheidungen vor.

2 Erscheinungsweise: monatlich

3 Jahrgang: 61. Jahrgang 2010

4 Web-Adresse (URL): www.fahrschule-online.de

5 Mitgliedschaften: -

6 Organ: Offizielles Organ der Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände und der in ihr zusammengeschlossenen Landesverbände

7 Herausgeber: Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände

8 Verlag: Verlag Heinrich Vogel
Springer Fachmedien München GmbH

Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81549 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

E-Mail: anzeigen-vhv@springer.com

9 Redaktion:

Chefredakteur: Dietmar Fund
dietmar.fund@springer.com

10 Anzeigen:

Gesamtleitung Sales:

Jutta Rethmann

Leitung Sales:

Marisa d'Arbonneau

11 Vertrieb:

Vertriebsservice, Verlag Heinrich Vogel

Telefon:

(089)20 30 43 -1100

E-Mail:

vertriebsservice@springer.com

12 Bezugspreis:

Jahresabonnement

Inland:

€ 87,90 inkl. Versand und 7 %MwSt.

Europäisches Ausland:

€ 99,90 inkl. Versand und 7 %MwSt.

Einzelverkaufspreis:

€ 7,50 inkl. 7 % MwSt., zzgl. Versand € 1,90

13 ISSN:

0014-6838

14 Umfangs-Analyse:

2008 = 12 Ausgaben

Format der Zeitschrift:

210 mm (B), 279 mm (H)

Gesamtumfang:

672 Seiten = 100,0%

Redaktioneller Teil:

366 Seiten = 54,5%

Anzeigenteil:

306 Seiten = 45,5%

davon

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 68 Seiten = 22,2%

Einhefter/Durchhefter: - Seite = 0,0%

Verlagseigene Anzeigen: 44 Seiten = 14,4%

Beilagen: 11 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion:

-



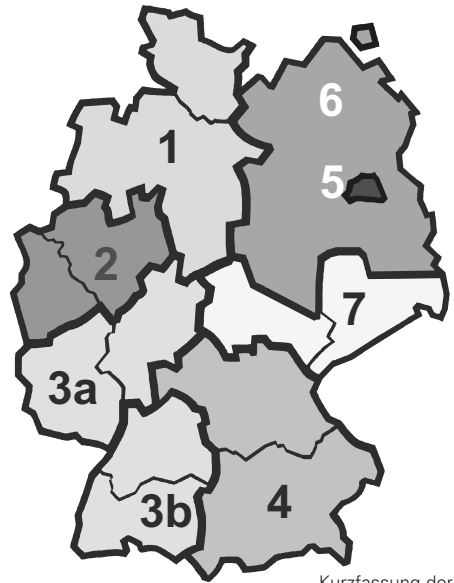
16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagenanalyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
01.07.2008 – 30.06.2009

Druckauflage:	17.659		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	17.286	davon Ausland:	37
Verkaufte Auflage:	16.498	davon Ausland:	29
– Abonnierte Exemplare:	16.425	davon Mitgliederstücke:	14.158
– Einzelverkauf:	–		
– Sonstiger Verkauf:	73		
Freistücke:	788		
Rest-, Archiv-, Belegexemplare:	373		

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,8	17.249
Ausland	0,2	37
tatsächl. verbr. Auflage	100,0	17.286



Nielsen-Region	tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage
1	3.342
2	3.715
3 a	2.521
3 b	1.899
4	2.791
5	571
6	1.278
7	1.132
tvA Inland	17.249

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



TERMIN- UND THEMENPLAN 2010

Das Magazin für Fahrschulinhaber und Fahrlehrer

	Heft-Nr. Ausgabe	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Erscheinungs- termin	Themen	Messen
Januar	1	02.12.09	14.12.09	07.01.10	Marktübersicht: Zweiradhersteller Neue Büromöbel und Fahrschuleinrichtungen	
Februar	2	05.01.10	18.01.10	04.02.10	Marktübersicht: Pkw-Hersteller	
März	3	01.02.10	12.02.10	04.03.10	Vorschau AMI Leipzig	
April	4	03.03.10	15.03.10	01.04.10	Gesundes Sitzen	AMI Automobil International in Leipzig, 10.04.–18.04.2010
Mai	5	07.04.10	19.04.10	06.05.10	Bericht von der AMI Leipzig	Reifen in Essen, 01.06.–04.06.2010
Juni	6	03.05.10	14.05.10	04.06.10	Programm vom 3. Deutschen Fahrlehrerkongress	

	Heft-Nr. Ausgabe	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Erscheinungs- termin	Themen	Messen
Jul	7	01.06.10	14.06.10	01.07.10	Marktübersicht: Neue Pkw-Anhänger	
August	8	07.07.10	19.07.10	05.08.10	Fahrerassistenzsysteme für Fahrschulfahrzeuge	
September	9	04.08.10	16.08.10	02.09.10	Fahrschulsoftware	IAA Nutzfahrzeuge in Hannover 23.09.–30.09.2010 REHACare in Düsseldorf, 06.10.–09.10.2010
Oktober	10	08.09.10	20.09.10	07.10.10	Vorschau auf den 3. Deutschen Fahrlehrerkongress	Intermot in Köln, 06.10.–10.10.2010
November	11	05.10.10	15.10.10	04.11.10	Bericht von der Nutzfahrzeug IAA Rehatechnik für behinderte Fahrschüler	3. Deutscher Fahrlehrerkongress in Berlin, 26.11.–27.11.2010
Dezember	12	03.11.10	15.11.10	02.12.10	Bericht von der Intermot	
Januar	1/11	02.12.10	14.12.10	07.01.11	Rückblick vom 3. Deutschen Fahrlehrerkongress	

1 Auflage:

Druckauflage: 17.659
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 17.286

2 Zeitschriftenformat:

210 mm x 279 mm beschnitten
213 mm x 285 mm unbeschnitten
(siehe auch Informationsblatt „Formate“)

Satzspiegel:

185 mm breit, 250 mm hoch,
Spaltenzahl: 4 Spalten, Spaltenbreite 43 mm
Spaltenzahl: 3 Spalten, Spaltenbreite 60 mm
(Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)

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 oder als Anlage zur Auftragsbestätigung). Die Erstellung von Druckunterlagen wird in Rechnung gestellt.

4 Termine:

Erscheinungsweise: monatlich
Erscheinungstermine, Anzeigen- und Druckunterlagenschluss: siehe Termin- und Themenplan

5 Verlag:

Verlag Heinrich Vogel
Springer Fachmedien München GmbH
Aschauer Str. 30, 81549 München
Hausanschrift:
Postfach 80 20 20, 81549 München
Postanschrift:
Elisabeth Huber
Telefon: (0 89)20 30 43-23 52
Telefax: (0 89)20 30 43-23 98
E-Mail: anzeigen-vhv@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

Bankverbindungen:

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

7 Anzeigenformate und Preise*:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm		Grundpreis s/w €	Grundpreis farbig €
		im Satzspiegel	im Anschnitt		
Titelseite					8.550,-
2., 3., 4. Umschlagseite (nicht rabattierbar)					6.850,-
2/1 Seite	8-spaltig	379 x 250	420 x 279	8.290,-	11.850,-
1/1 Seite	4-spaltig	185 x 250	210 x 279	4.080,-	5.850,-
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 250	102 x 279	2.220,-	3.170,-
	4-spaltig	185 x 125	210 x 140		
1/3 Seite	1-spaltig	60 x 250	72 x 279	1.490,-	2.190,-
	4-spaltig	185 x 85	210 x 98		
1/4 Seite	1-spaltig	43 x 250	57 x 279	1.190,-	1.790,-
	2-spaltig	90 x 125			
	4-spaltig	185 x 65	210 x 82		
1/8 Seite	1-spaltig	43 x 125		620,-	1.040,-
	2-spaltig	90 x 65			
	4-spaltig	185 x 33			
1/16 Seite	1-spaltig	44 x 65		350,-	570,-
	2-spaltig	92 x 30			
	4-spaltig	188 x 15			

* + 4mm Beschnitt an den anzuschneidenden Seiten

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 € 650,-

8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -
Anzeigen über Satzspiegel -
Angeschnittene Anzeigen -

9 Rubrikanzeigen:

gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	€ 4,72
gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	€ 6,48
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	€ 4,00
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	€ 5,50
Stellengesuche	pro mm (1-sp., 43 mm breit)	€ 2,00
Chiffregebühr		€ 11,00

10 Sonderwerbformen:

Fort-/Sonderdrucke auf Anfrage
Weitere Werbeformen auf Anfrage

11 Rabatte:

Malstaffel:

3-maliges Erscheinen	3%
6-maliges Erscheinen	5%
9-maliges Erscheinen	10%
12-maliges Erscheinen	15%

Mengenstaffel:

3 Seiten	5%
6 Seiten	10%
9 Seiten	15%
12 Seiten	20%

Alle Zuschläge sind rabattfähig. Titelseiten sind nicht rabattfähig.

12 Kombinationen:

-

13 Einhefter:

2-seitig	€ 4.080,-
4-seitig	€ 8.160,-
6-seitig	€ 12.240,-
8-seitig	€ 16.320,-

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 213 mm Breite und 285 mm Höhe (gefalzt) anliefern. Zweiseitige Beihefter müssen mit einer bedruckten Lasche von 11 cm Breite versehen werden. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

14 Beilagen: (nicht rabattfähig).

lose eingelegt, maximale Größe 203 mm x 275 mm.

Gewicht der Beilage	Beilagenpreis je 1.000 Stück
bis 25 g	€ 285,-
bis 50 g	€ 460,-
je weitere 5 g	€ 35,-

Anzahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5.000 Exemplaren möglich.

15 Aufgeklebte Werbemittel: (nicht rabattfähig).

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

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15

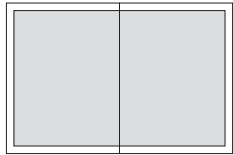
Stürtz GmbH, Warenannahme
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg

Liefervermerk: Für „FAHRSCHULE“ Ausgabe (Nr.)

10 Muster vorab an die Anzeigenabteilung

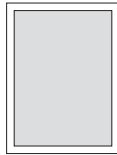
Unsere AGBs und die Vorgaben zur Übernahme von digitalen Daten (Daten-Ticket) finden Sie unter www.mediacentrum.de

Satzspiegelformate (in mm/Breite x Höhe)



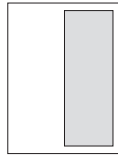
2/1 über Bund

397 x 250
(inkl. je 3 mm Beschnitt im Bund)



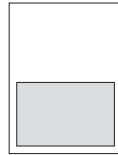
1/1

185 x 250



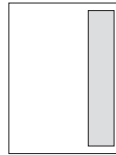
1/2 hoch

90 x 250



1/2 quer

185 x 125



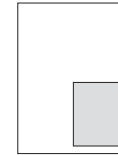
1/3 hoch

60 x 250



1/3 quer

185 x 85



1/4 2-sp.

90 x 125



1/4 hoch

43 x 250



1/4 quer

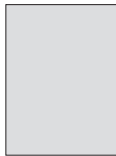
185 x 65

Anschnittformate (in mm/Breite x Höhe)



2/1 über Bund
angeschnitten

420 x 279*



1/1 ang.

210 x 279*



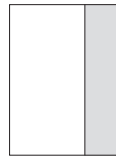
1/2 hoch

102 x 279*



1/2 quer

210 x 140*



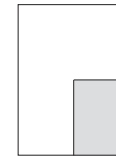
1/3 hoch

72 x 279*



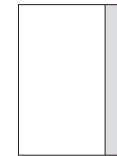
1/3 quer

210 x 98*



1/4 2-sp.

105 x 140*



1/4 hoch

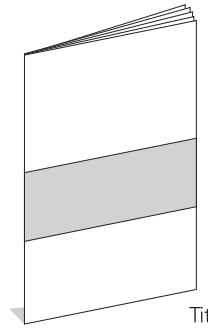
57 x 279*



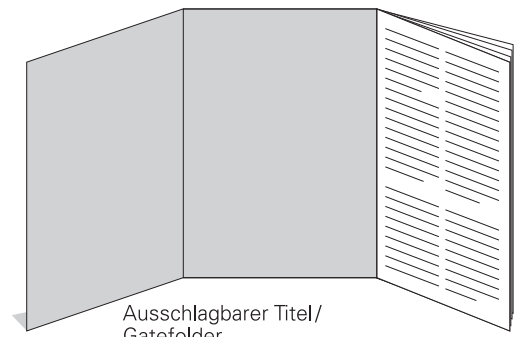
1/4 quer

210 x 82*

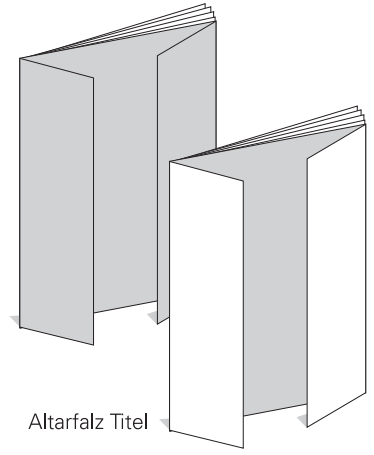
*+ 4 mm Beschnitt an den Außenkanten



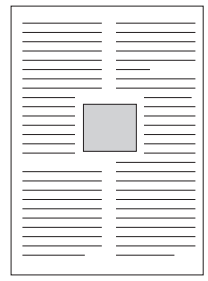
Titel-Banderole



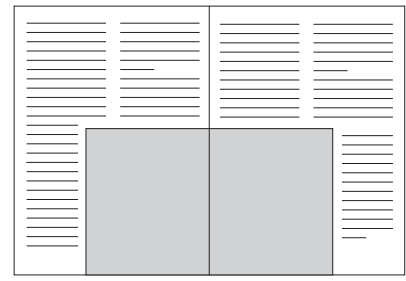
Ausschlagbarer Titel/
Gatefolder



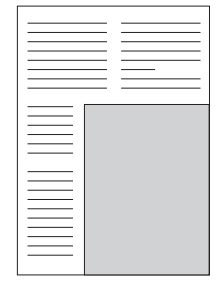
Altarfalz Titel



Inselanzeige



Tunnelanzeige



Juniorpage

Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage

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

- 2 **Kurzcharakteristik:**
Umfangreiches Internet-Angebot für Fahrschulinhaber und Fahrlehrer. Täglich aktuelle Nachrichten, Produktinformationen und Kurztzteile für Fahrschulinhaber und angestellte Fahrlehrer.

- 3 **Zielgruppe:** Fahrschulinhaber und Fahrlehrer

- 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 Onlinedienst seit 5/2009

- 7 **Zugriffe:**
Visits: 15.142 (Stand November 2009)
Page Impressions: 48.220 (Stand November 2009)

8. Werbeformen und Preise:

8.1 Banner-Werbung:

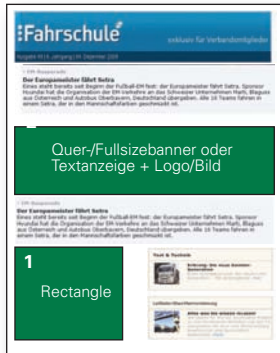


Werbeformen	Pixel-Format	TKP €*
1 Textanzeige + Logo (GIF)	300 x 115	55,-
2 Rectangle/Video Rectangle	300 x 250	75,-
3 Expandable Rectangle (nach links)	630 x 250	100,-
4 Expandable Rectangle (nach links unten)	630 x 350	125,-
5 Layer Ad + Rectangle Reminder	400 x 400	150,-
6 Half Page	300 x 600	150,-
7 Expandable Half Page	630 x 600	Rücksprache
8 Road Block (zwei Rectangles)	300 x 250 (2x)	150,-
9 Corner Ad Large	Rücksprache	

*gültig ab 01.10.2009; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

8.2 Newsletter-Werbung:

Newsletter-Abonnenten: 3.314 (Stand November 2009)



Werbeformen	Pixel-Format	Festpreis €*
1 Rectangle	300 x 250	249,-
2 Quer-/Fullsizebanner oder Textanzeige + Logo/Bild	650 x 150	249,-

*gültig ab 01.10.2009; 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 Leerzeichen und Absätze)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 2 Werktage vor Erscheinen

Textanzeige: Überschrift: max. 60 Zeichen
 Fließtext: max. 500 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze
 Logo/Bild: 130x80 px oder 60x80 px

Technische Spezifikationen: Bannerschaltung

- Dateiformate: swf, gif, jpg, html, tag-code (Redirect)
- Bei Flash zusätzlich ein alternatives 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

9 Grundeintrag Fahrschul-Partner:

Fahrzeuge – Ausstatter/Zubehör – Dienstleister

- Kontaktadresse und Ansprechpartner – **kostenlos**
- Firmenlogo
- weiterführende Informationen
- prüfungstaugliche Fahrzeuge/Produkte mit den Konditionen
- Link zur eigenen Homepage/Fahrschulportal
- Link zu den Schwerpunkthändlern

→ Preise auf Anfrage

Mehr Informationen finden Sie unter www.mediacentrum.de

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:

Abteilung/ Klasse	Empfängergruppe Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Projektion (circa)
80.41	Fahrschulen	94	16.210
	- Fahrschulinhaber	83	14.320
	- angestellte Fahrlehrer	9	1.550
	- Fahrschulen von Bahn, Post, Feuerwehr, Bundeswehr und Polizei	2	350
74.84/66	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen, Versicherungsgewerbe	1	170
91.1	Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände, Berufsorganisationen	1	170
75.1	Öffentliche Verwaltung (Ministerien, Landratsämter, TÜV)	1	170
-	Sonstige	2	350
-	Keine Angaben	1	170
	Abrundungsdifferenz		+ 9
	tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100	17.249
	Ausland (nicht erhoben)		37
	tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland		17.286

20 Größe der Wirtschaftseinheit:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Alleininhaber	28	4.830
1 Beschäftigter	25	4.310
2 Beschäftigte	22	3.800
3 bis 10 Beschäftigte	20	3.450
11 und mehr Beschäftigte	2	350
keine Angaben	3	520
Abrundungsdifferenz		- 11
tvA Inland	100	17.249
Ausland (nicht erhoben)		37
tatsächl. verbr. Auflage		17.286

21 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Inhaber, Mitinhaber, verantwortl. Leiter	83	14.320
Angestellte Fahrlehrer	9	1.550
Aushilfsfahrlehrer	3	520
Sonstiges	5	860
Abrundungsdifferenz		- 1
tvA Inland		17.249
Ausland (nicht erhoben)		37
tatsächl. verbr. Auflage		17.286

22 Bildung/ Ausbildung: Berufliche Ausbildung:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Fahrlehrerausbildung	92	15.870
Technische Lehre	71	12.250
Ausbildungsmeister, Meisterprüfung	27	4.660
Kaufmännische Lehre	27	4.660
Dipl. Ingenieur	10	1.730
Bundeswehr-Fahrlehrerschein	35	6.040
Berufskraftfahrer	3	520
Sonstiges/Keine Angaben	9	1.550

* Mehrfachnennungen (100 % = 17.249 Empfänger)

22.1 Bildung/Ausbildung: Schulabschluss:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Hauptschule/Volksschule	18	3.110
Realschule/Handelsschule		
mehrfähr. Fachschule	41	7.070
Polytechnische Oberschule	9	1.550
Abitur	13	2.240
Fachhochschule	12	2.070
Hochschule/Universität	6	1.040
Keine Angaben	1	170
Abrundungsdifferenz		- 1
tvA Inland	100	17.249
Ausland (nicht erhoben)		37
tatsächl. verbr. Auflage		17.286

23 Alter:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
bis 29 Jahre	3	520
30 bis 39 Jahre	11	1.900
40 bis 49 Jahre	32	5.520
50 bis 59 Jahre	34	5.870
60 Jahre und älter	20	3.450
Abrundungsdifferenz		- 11
tvA Inland	100	17.249
Ausland (nicht erhoben)		37
tatsächl. verbr. Auflage		17.286

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Rückseite

Kurzfassung der Erhebungsmethode

Zur **Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18 und AMF-Schema 3-E, Ziffer 19 bis 23)**

1. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung
- Stichproben-Erhebung (kein Wechselversand)

Schwankungsbreite:

Die Ergebnisse einer auf Random-Auswahl basierenden Untersuchung unterliegen statistischen Schwankungsbreiten. Die maximale gemäß ZAW anzugebende Schwankungsbreite beim Mittelwert von 50% (höchster theoretischer Wert) bei einer 90 %igen Sicherheit und bei 250 ausgewerteten Nettofällen beträgt +/- 5,2 %.

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 sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: **17.799**

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: **0**

Empfänger-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung
Stichproben-Erhebung (kein Wechselversand)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage:		17.174
davon	Versandabos	14.634
	Normal Abonnenten	2.479
	sonstiger Verkauf	61
Freistücke:		686
davon:	ständige Freistücke	686
	wechselnde Freistücke	-
	Werbeexemplare	-
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):		17.860
davon	Inland	17.813
davon	Ausland	47

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA):	17.960	= 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	933	= 5,2 %
Empfänger Ausland	47	
Ständige Freistücke	686	
Werbeexemplare	-	
Sonstige Verkäufe	61	
Bibliotheken, Universitäten	139	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):	16.927	= 94,8 %

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung:

10. Juli 2007

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger. (416 Adressen)

Ausgangs-Stichprobe: **416 Fälle = 100,0 %**

Stichprobenneutrale Ausfälle		
Unternehmen existiert nicht mehr	-	
Außerhalb der Zielgruppe	5 Fälle	= 1,2 %
Kein Empfänger ermittelbar	20 Fälle	= 4,8 %
Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	35 Fälle	= 8,4 %
Zeitschrift unbekannt	-	

Ausfälle gesamt: **60 Fälle = 14,4 %**

Brutto-Stichprobe: **356 Fälle = 100,0 %**

Stichprobenrelevante Ausfälle:		
Zielperson nicht erreicht	22 Fälle	= 6,2 %
Zielperson im Urlaub	36 Fälle	= 10,1 %
Abbruch im Interview	-	= 0 %
Kein Termin möglich	18 Fälle	= 5,1 %
Beantwortung der Fragen verweigert	29 Fälle	= 8,1 %
	105 Fälle	= 29,5 %

Netto (auswertbare Fälle): **251 Fälle = 70,5 %**

3.4 Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit werden die Fachzeitschriften an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der Empfänger von **FAHRSCHULE** in dem Betrieb, dem Unternehmen /in der Dienststelle.

3.5 Definition des Lesers:

entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 11. Juli bis zum 10. August 2007

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS EMNID Institut für Markt- und Meinungsforschung, Bielefeld

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

Kurzfassung der Erhebungsmethode

zur Auflagen- und Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)

1. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2. Beschreibung der Empfängerschaft zum

Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

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

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: **16.890**

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: **0**

(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage: **16.246**

Abonnements 16.170

Einzelverkauf –

sonstiger Verkauf 74

Freistücke: **644**

ständige Freistücke 644

wechselnde Freistücke –

Werbeexemplare –

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA): **16.890**

Inland 16.848

Ausland 42

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	–
sonstiger Verkauf	74
Werbeexemplare	–

Davon in der Untersuchung nicht erfasst: 74 = 0,4 %

Die Untersuchung repräsentiert
von der Grundgesamtheit (tvA) 16.816 = 99,6 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 30. Juli 2009

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

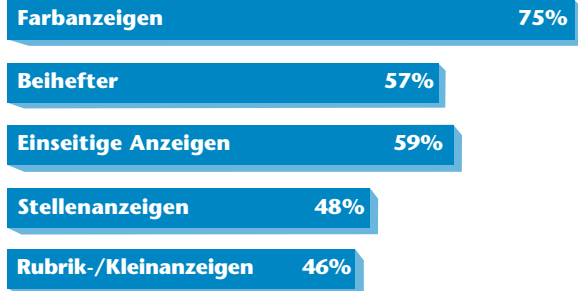
3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: 01. März bis 30. Juni 2009

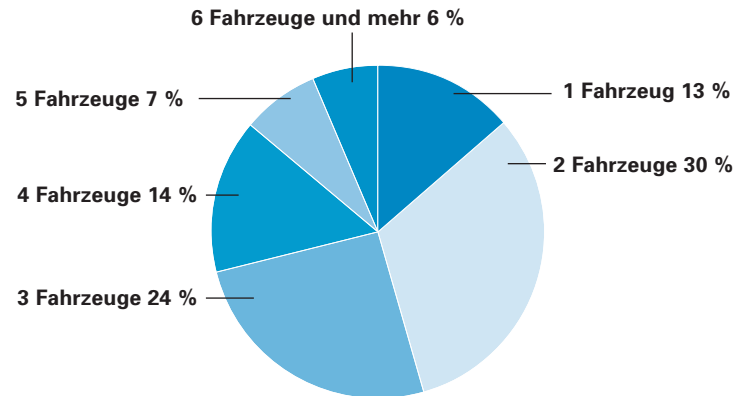
3.7 Durchführung der Untersuchung: Springer Transport Media GmbH

Auf den Typ kommt es an

(Frage: Welche Anzeigentypen fallen Ihnen besonders auf?):



Absatzpotenziale für Pkw:



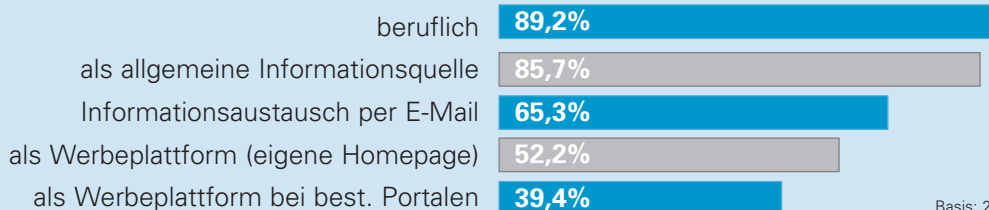
Eine Fahrschule hat durchschnittlich 2,8 Pkw.

Online-Informationsverhalten der Leser

Über **90%** der Befragten nutzen

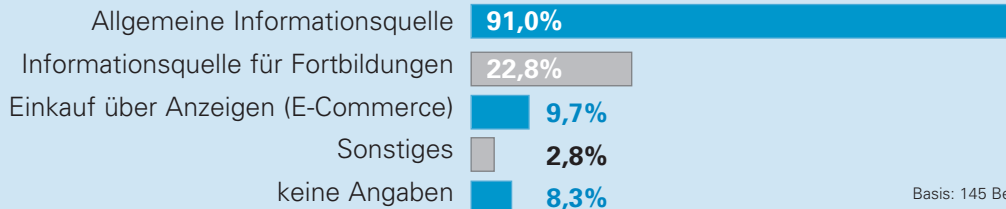
www.fahrschule-online.de als Informationsquelle

Internetnutzung (Top 5)



Basis: 251 Befragte, Mehrfachnennungen möglich

Nutzung des Portals www.fahrschule-online.de



Basis: 145 Befragte, Mehrfachnennungen möglich

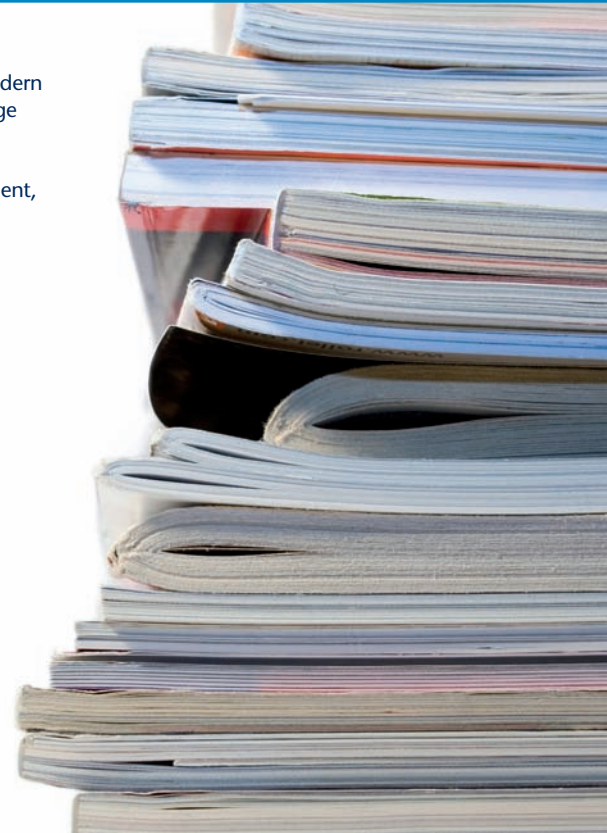
89,2% der befragten Empfänger nutzen das Internet beruflich



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. (089)20 30 43-11 22
Fax (089)20 30 43-23 98
Mail matthias.piro@springer.com
Web www.springer-transport-media.de



Das erfolgreiche Fachmedien-Programm

Weitere Informationen finden Sie unter www.mediacentrum.de

Der traditionsreiche Verlag Heinrich Vogel in München steht seit 75 Jahren für professionelle und journalistisch hochwertige Fachinformationen, auch im Bereich der Fachausbildung 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 Transport Media GmbH.

Für die Entscheider in den Unternehmen unserer Branchen vermitteln wir klaren und hochwertigen Nutzen. Durch regelmäßige Marktanalysen stellen wir uns auf die Bedürfnisse unserer Leser und Kunden ein und entwickeln unsere Fachmedien stets mit hohem journalistischen Anspruch weiter. Unser Service ist 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 steht Ihnen für Ihre Media-planung zur Verfügung. Überzeugen Sie sich selbst von den starken Nutzwerten unserer Fachmedien und Portale sowie von unserem erfolgreichen Fachmedien-Programm:

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Fachportale
- Handelsplattformen (Verkehr, Touristik)
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare und Konferenzen
- Direktmarketing
- Sponsoring
- Marktforschung (Copytest)
- Sonderwerbformen (ODA, Web-TV, E-Magazine, Audio-CDs, Newsletter)



WIR BERATEN SIE GERNE



MARISA d'ARBONNEAU

Leitung Sales
**ONIBUSREVUE, BUSFahrer,
TAXI, Fahrschule**

marisa.darbonneau@springer.com

Tel: (0 89)20 30 43 - 22 27

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



ELISABETH HUBER

Mediaberaterin

elisabeth.huber@springer.com

Tel: (0 89)20 30 43 - 23 52

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



ANDREA VOLZ

Mediaberaterin

andrea.volz@springer.com

Tel: (0 89)20 30 43 - 21 24

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



VERONIKA EISELE

Anzeigendisponentin Online

Veronika.Eisele@springer.com

Tel: (0 89)20 30 43 - 23 12

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