



www.fahrschule-online.de

MEDIADATEN 2009

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 wöchentlichen Newsletters, der jeweils am Freitag verschickt wird und die Highlights der Woche zusammenfasst.

Dietmar Fund
 Chefredakteur Fahrschule

Fahrlehrer lernen in Saalfelden viel dazu
SEITE 14

www.fahrlehrerverbaende.de

Fahrschule online

2. Deutscher Fahrlehrerkongress

Startseite | News | Newsletter | Kontakt | Hilfe

Wichtige Verkehrsinformationen

Die Unfallzahlen der deutschen Hersteller weisen auf einen Anstieg hin. Aber es selbst bei niedrigen Unfallzahlen sind die Unfallrisikofaktoren der Fahrer und der Hersteller zu berücksichtigen.

2009: Fahrlehrer-Kongress

Der 2. Deutscher Fahrlehrerkongress findet vom 27. bis 29. März 2009 in Saalfelden am Tenniseck statt.

2009: Die Fahrer der B16

Die Fahrer der B16 sind die Fahrer der B16. Die Fahrer der B16 sind die Fahrer der B16.

2009: Die Fahrer der B16

Die Fahrer der B16 sind die Fahrer der B16. Die Fahrer der B16 sind die Fahrer der B16.

Die bundesweite Fachzeitschrift für Fahrschulen – konkurrenzlos, wenn es um die verkaufte Auflage geht!

Hier informieren sich die Fahrschulinhaber:

16.873* 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 7/07-6/08

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



1 Kurzcharakteristik:

Offizielles, überregionales Organ der Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände. Im Mittelpunkt der redaktionellen Leistung stehen Fragen der Verkehrssicherheit. Technische, wirtschaftliche und verkehrsrechtliche Probleme werden ausgiebig erörtert.

2 **Erscheinungsweise:** monatlich

3 **Jahrgang:** 60. Jahrgang 2009

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:** Springer Transport Media GmbH
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Hausanschrift: Neumarkter Str. 18, 81673 München
Telefon: 0 89/43 72-0
Telefax: 0 89/43 72-23 98
Internet: www.mediacentrum.de
E-Mail: anzeigen-vhv@springer.com

9 **Redaktion:**
Chefredakteur: Dietmar Fund
dietmar.fund@springer.com

10 Anzeigen:

Gesamtanzeigenleiterin: Michaela Lenz
Anzeigenleiter: Matthias Pioro

11 Vertrieb:

Telefon: Jutta Rethmann
Abo-Service: 01 80/5 00 92 91 (€ 0,14/min. aus dem dt. Festnetz / Mobilfunk abweichend)
E-Mail: vertriebsservice@springer.com

12 Bezugspreis: Jahresabonnement

Inland: € 84,90 inkl. Versand und 7 % MwSt.
Europäisches Ausland: € 88,50 inkl. Versand und 7 % MwSt.
Einzelverkaufspreis: € 7,20 inkl. 7 % MwSt., zzgl. Versand € 1,20

13 **ISSN:** 0014-6838

14 **Umfangs-Analyse:** 2007 = 12 Ausgaben
Format der Zeitschrift: 210 mm (B), 279 mm (H)
Gesamtumfang: 668 Seiten = 100,0%
Redaktioneller Teil: 381 Seiten = 57,1%
Anzeigenteil: 287 Seiten = 42,9%

davon
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 65 Seiten = 22,6%
Einhefter/Durchhefter: 1 Seite = 0,0%
Verlagseigene Anzeigen: 85 Seiten = 29,7%

Beilagen: 5 Stück

15 **Inhalts-Analyse Redaktion:** -

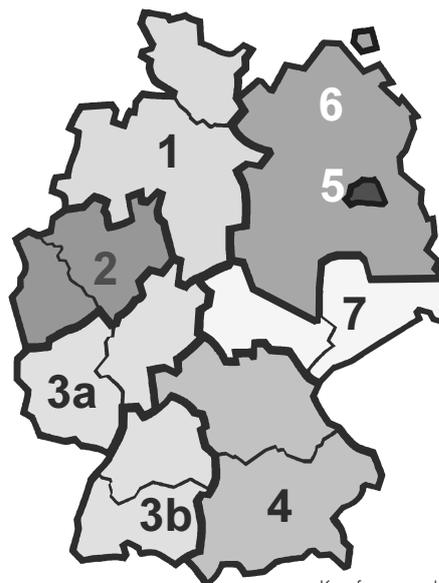
16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagenanalyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
01.07.2006 – 30.06.2007

Druckauflage:	17.821		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	17.558	davon Ausland:	36
Verkaufte Auflage:	16.933	davon Ausland:	26
– Abonnierte Exemplare:	16.873	davon Mitgliederstücke:	14.485
– Einzelverkauf:	–		
– Sonstiger Verkauf:	60		
Freistücke:	626		
Rest-, Archiv-, Belegexemplare:	263		

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,8	17.522
Ausland	0,2	36
tatsächl. verbr. Auflage	100,0	17.558



Nielsen-Region	tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage
1	3.417
2	3.645
3 a	2.583
3 b	1.858
4	2.914
5	538
6	1.352
7	1.215
tvA Inland	17.522

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



TERMIN- UND THEMENPLAN 2009

Das Magazin für Fahrschulinhaber und Fahrlehrer

	Heft-Nr. Ausgabe	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Erscheinungs- termin	Themen	Messen
Januar	1	28.11.08	09.12.08	02.01.09	Wie Fahrlehrer ihre Fahrschüler auf die PC-Prüfung vorbereiten können	
Februar	2	07.01.09	19.01.09	05.02.09	Wie die Zweiradhersteller junge Leute und Wiedereinsteiger gewinnen möchten	
März	3	02.02.09	12.02.09	05.03.09	Aktuelle Trends bei der Motorradkleidung	AMI Automobil International in Leipzig, 28.03.-05.04.2009
April	4	04.03.09	16.03.09	02.04.09	Mobile Navigationsgeräte für Fahrschulautos und Fahrschul-Motorräder	
Mai	5	03.04.09	17.04.09	07.05.09	Rollwiderstandsoptimierte Reifen und weitere Trends in der Reifentechnik	
Juni	6	04.05.09	14.05.09	04.06.09	Pflegetipps für die Innen- und Außenreinigung von Fahrschulfahrzeugen	

Januar	Dezember	November	Oktober	September	August	Juli
1/10	02.12.09	11.12.09	07.01.10	Neue Büromöbel und Fahrschuleinrichtungen		
	04.11.09	16.11.09	03.12.09	Flipcharts, Moderationskoffer und andere praktische Hilfsmittel für den theoretischen Unterricht		
	07.10.09	19.10.09	05.11.09	Marktübersicht: Neue Anhänger für die Schulung in den Anhängerklassen BE, C1E und CE gemäß der 3. EU-Führerscheinrichtlinie		
	02.09.09	14.09.09	01.10.09	Fahrerassistenzsysteme als Thema für die theoretische und die praktische Fahrausbildung		
	05.08.09	17.08.09	03.09.09	Marktübersicht: Die neuesten Winterreifen		
	08.07.09	20.07.09	06.08.09	Pfiffige Ideen für die Schaufenstergestaltung		
	02.06.09	15.06.09	02.07.09	Werbemittel, die in Fahrschulen Sinn machen		

IAA Pkw
in Frankfurt 17.09.-27.09.2009
IFMA Int. Fahrradmarkt
in Köln, Termin noch offen

REHACare
in Düsseldorf, 14.10.-17.10.2009

1 Auflage:
Druckauflage: 17.821
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 17.558

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, 54er Raster. Druckunterlagenanlieferung in digitaler Form. Bei der Anlieferung digitaler Druckunterlagen beachten Sie bitte die Informationen auf unserem Datenticket (siehe Reiter Datenticket 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: Springer Transport Media GmbH
Hausanschrift: Neumarkter Str. 18, 81673 München
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Anzeigenabteilung: Elisabeth Huber
Telefon: 0 89/43 72-23 52
Telefax: 0 89/43 72-23 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					8.280,-
2., 3., 4. Umschlagseite (nicht rabattierbar)					6.620,-
2/1 Seite	8-spaltig	379 x 250	420 x 279	8.050,-	11.500,-
1/1 Seite	4-spaltig	185 x 250	210 x 279	3.960,-	5.680,-
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 250	102 x 279	2.150,-	3.080,-
	4-spaltig	185 x 125	210 x 140		
1/3 Seite	1-spaltig	60 x 250	72 x 279	1.445,-	2.130,-
	4-spaltig	185 x 85	210 x 98		
1/4 Seite	1-spaltig	43 x 250	57 x 279	1.160,-	1.710,-
	2-spaltig	90 x 125			
	4-spaltig	185 x 65	210 x 82		
1/8 Seite	1-spaltig	43 x 125		600,-	1.010,-
	2-spaltig	90 x 65			
	4-spaltig	185 x 33			
1/16 Seite	1-spaltig	44 x 65		340,-	550,-
	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 € 635,-

8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -
Anzeigen über Satzspiegel -
Angeschnittene Anzeigen -

9 Rubrikanzeigen:

gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	€ 4,58
gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	€ 6,29
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	€ 3,89
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	€ 5,35
Stellengesuche	pro mm (1-sp., 43 mm breit)	€ 1,97
Chiffregebühr		€ 11,00

10 Sonderwerbformen:

Fort-/Sonderdrucke auf Anfrage
Weitere Werbeformen auf Anfrage

11 Rabatte:

Malstaffel	Mengenstaffel
3-maliges Erscheinen 3%	3 Seiten 5%
6-maliges Erscheinen 5%	6 Seiten 10%
9-maliges Erscheinen 10%	9 Seiten 15%
12-maliges Erscheinen 15%	12 Seiten 20%

Alle Zuschläge werden rabattiert. Titelseiten sind nicht rabattfähig.

12 Kombinationen:

13 Einhefter:

2-seitig	€ 3.960,-
4-seitig	€ 7.920,-
6-seitig	€ 11.880,-
8-seitig	€ 15.840,-

(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:

lose eingelegt, maximale Größe 203 mm x 275 mm.
Gewicht der Beilage Beilagenpreis je 1.000 Stück
bis 25 g € 170,-
bis 50 g € 230,-
über 50 g auf Anfrage
Anzahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5.000 Exemplaren möglich.

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten	pro Tausend	€ 90,-
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

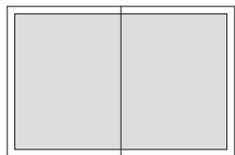
Stürzt AG, Warenannahme
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg

Liefervermerk: Für „FAHRSCHULE“ Ausgabe (Nr.)

10 Muster vorab an die Anzeigenabteilung

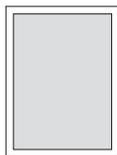
Unsere AGBs finden Sie unter www.mediacentrum.de

Formate im Satzspiegel



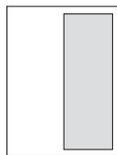
2/1 über Bund

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



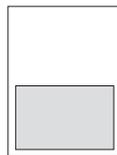
1/1

185 x 250



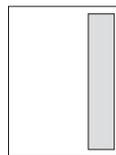
1/2 hoch

90 x 250



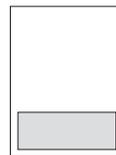
1/2 quer

185 x 125



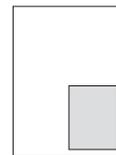
1/3 hoch

60 x 250



1/3 quer

185 x 85



1/4 2-sp.

90 x 125



1/4 hoch

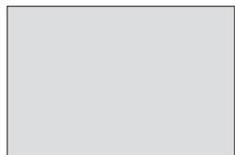
43 x 250



1/4 quer

185 x 65

Formate über Satzspiegel



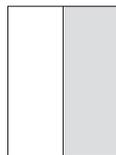
2/1 über Bund
angeschnitten

420 x 279 mm*



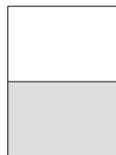
1/1 ang.

210 x 279*



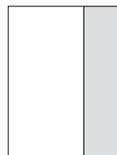
1/2 hoch

102 x 279*



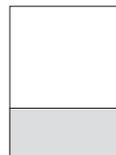
1/2 quer

210 x 140*



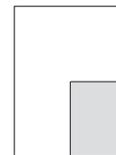
1/3 hoch

72 x 279*



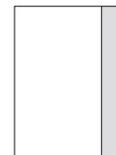
1/3 quer

210 x 98*



1/4 2-sp.

105 x 140*



1/4 hoch

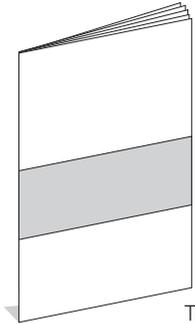
57 x 279*



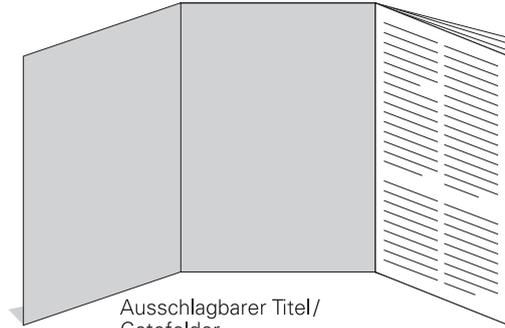
1/4 quer

210 x 82*

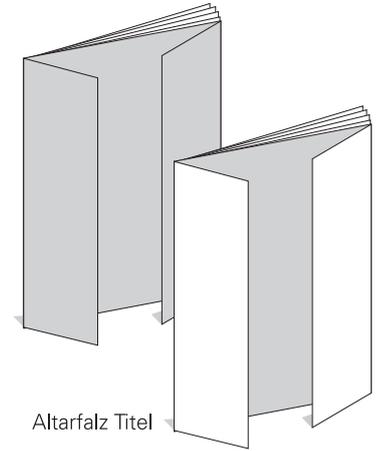
*+ 4 mm Beschnitt an den Außenkanten



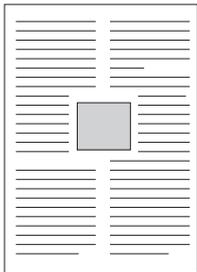
Titel-Banderole



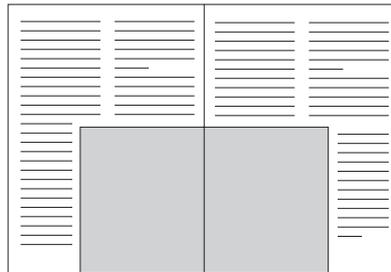
Ausschlagbarer Titel/
Gatefolder



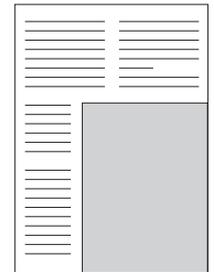
Altarfalz Titel



Inselanzeige



Tunnelanzeige



Juniorpage

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

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

- 3 Zielgruppe:** Fahrschulinhaber und Fahrlehrer

- 4 Verlag:** Springer Transport Media GmbH
Neumarkter Str. 18
81673 München
E-Mail: online-inserate-hvogel@springer.com

- 5 Ansprechpartner:** Elisabeth Huber
Telefon: 0 89/43 72-23 52
Telefax: 0 89/43 72-23 98
E-Mail: elisabeth.huber@springer.com

- 6 Zugriffskontrolle:** -

- 7 Zugriffe:** Visits: 14.366 (Stand Juli 2008)
Page Impressions: 66.719 (Stand Juli 2008)

8. Werbeformen und Preise

8.1 Banner-Werbung



Werbeformen	Pixel Format	TKP* €
1 Advertorial + Logo (GIF)	300x115	55,-
2 Rectangle	300x250	75,-
3 Video Rectangle (polite streaming)	300x250	75,-
4 Expandable Rectangle (nach links)	630x250	100,-
5 Expandable Rectangle (nach links-unten)	630x350	125,-
6 Layer Ad + Rectangle Reminder	Rücksprache	150,-
7 Half Page	300x600	150,-
8 Expandable Half Page	630x600	Rücksprache
9 Road Block (zwei Rectangles)	300x250 (2x)	150,-
10 Corner Ad Large	Rücksprache	

*gültig ab 01.10.2008; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

8.2 Newsletter-Werbung:

Newsletter-Abonnenten: 2.460 (Stand Juli 2008)



Werbeformen	Pixel-Format	TKP €*
1 Rectangle	300 x 250	75,-
2 Quer-/Fullsizebanner	650 x 150	75,-
3 Textanzeige groß + Logo/Bild	650 x 150	75,-
4 Textanzeige klein + Logo/Bild	300 x 115	55,-

*gültig ab 01.10.2008; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Technische Spezifikationen: Newsletter

- Dateiformate: animierte oder 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 klein: Überschrift: max. 30 Zeichen

Fließtext: max. 700 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze

Logo/Bild: 80x20 px oder 40x40 px

Textanzeige groß: Überschrift: max. 60 Zeichen

Fließtext: max. 700 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze

Logo/Bild: 130x80 px oder 60x80 px

Technische Spezifikationen: Bannerschaltung

- Dateiformate: swf, gif, jpg, html, tag-code (Redirect)
- 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	16.470
	- Fahrschulinhaber	83	14.540
	- angestellte Fahrlehrer	9	1.560
	- Fahrschulen von Bahn, Post, Feuerwehr, Bundeswehr und Polizei	2	350
74.84/66	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen, Versicherungsgewerbe	1	180
91.1	Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände, Berufsorganisationen	1	180
75.1	Öffentliche Verwaltung (Ministerien, Landratsämter, TÜV)	1	180
-	Sonstige	2	350
-	Keine Angaben	1	180
	Abrundungsdifferenz		- 18
	tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100	17.522
	Ausland (nicht erhoben)		36
	tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland		17.558

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Projektion (circa)
Alleininhaber	28	4.910
1 Beschäftigter	25	4.380
2 Beschäftigte	22	3.860
3 bis 10 Beschäftigte	20	3.500
11 und mehr Beschäftigte	2	350
keine Angaben	3	530
Abrundungsdifferenz		- 8
tvA Inland	100	17.522
Ausland (nicht erhoben)		36

tatsächl. verbr. Auflage **17.558**

21 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Projektion (circa)
Inhaber, Mitinhaber, verantwortl. Leiter	83	14.540
Angestellte Fahrlehrer	9	1.580
Aushilfsfahrlehrer	3	530
Sonstiges	5	880
Abrundungsdifferenz		- 8
tvA Inland		17.522
Ausland (nicht erhoben)		36

tatsächl. verbr. Auflage **17.558**

22 Bildung/ Ausbildung: Berufliche Ausbildung

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Projektion (circa)
Fahrlehrausbildung	92	16.120
Technische Lehre	71	12.440
Ausbildungsmeister, Meisterprüfung	27	4.730
Kaufmännische Lehre	27	4.730
Dipl. Ingenieur	10	1.750
Bundeswehr-Fahrlehrerschein	35	6.130
Berufskraftfahrer	3	530
Sonstiges/Keine Angaben	9	1.580

* Mehrfachnennungen (100 % = 17.522 Empfänger)

22.1 Bildung/Ausbildung: Schulabschluss

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Hauptschule/Volksschule	18	3.150
Realschule/Handelsschule		
mehrfähr. Fachschule	41	7.180
Polytechnische Oberschule	9	1.580
Abitur	13	2.280
Fachhochschule	12	2.100
Hochschule/Universität	6	1.050
Keine Angaben	1	180
Abrundungsdifferenz		+ 2
tvA Inland	100	17.552
Ausland (nicht erhoben)		36
tatsächl. verbr. Auflage		17.558

23 Alter

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
bis 29 Jahre	3	530
30 bis 39 Jahre	11	1.930
40 bis 49 Jahre	32	5.610
50 bis 59 Jahre	34	5.960
60 Jahre und älter	20	3.500
Abrundungsdifferenz		- 8
tvA Inland	100	17.552
Ausland (nicht erhoben)		36
tatsächl. verbr. Auflage		17.558

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: 17.405

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 0
(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage: 16.735

Abonnements	16.673
Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	62

Freistücke: 670

ständige Freistücke	670
wechselnde Freistücke	-
Werbeexemplare	-

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 17.405

Inland	17.367
Ausland	38

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	62
Werbeexemplare	-

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	62	=	0,4 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	17.343	=	99,6 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 30. Juli 2008

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.

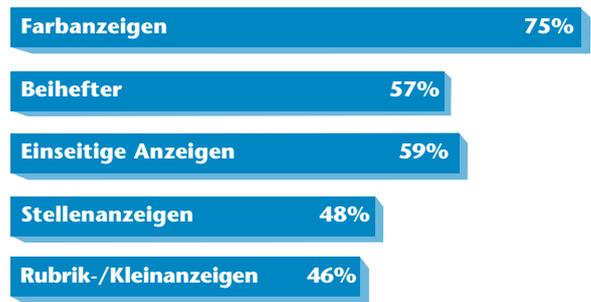
3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

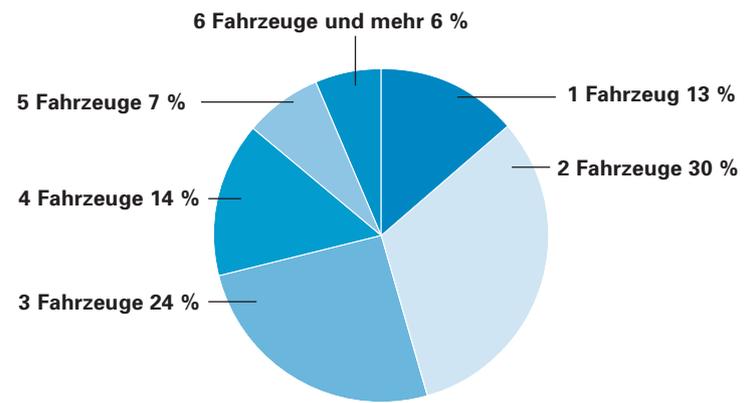
3.6 Zeitraum der Untersuchung: 01. März bis 30. Juni 2008

3.7 Durchführung der Untersuchung: Springer Transport Media GmbH

Auf den Typ kommt es an:



Absatzpotenziale für Pkw:



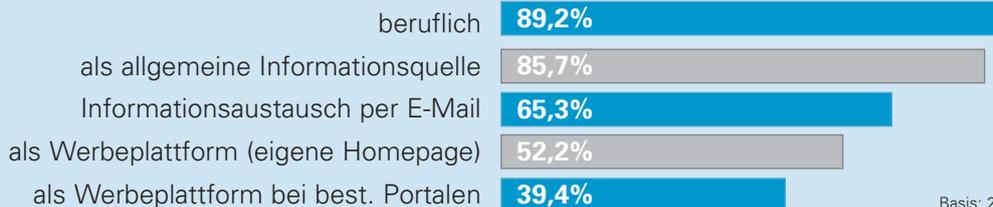
Die durchschnittliche Fahrschule hat 2,8 Pkw.

Online-Informationsverhalten der Leser

Über **90%** der Befragten nutzen

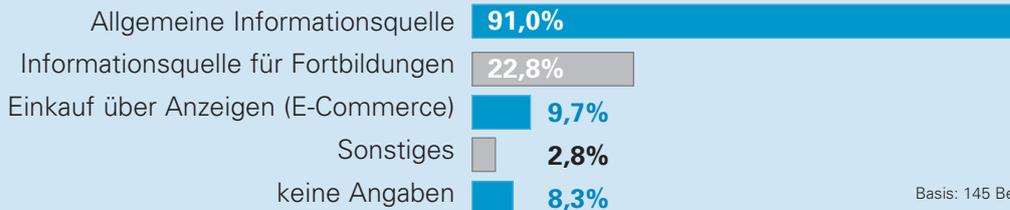
www.fahrschule-online.de als Informationsquelle

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

Übernahme digitaler Daten

Wenn Sie Ihre Anzeige per E-Mail, auf den FTP-Server, per ISDN oder auf Datenträger schicken (an unten stehende 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: _____

Betriebssystem: Apple MacIntosh Windows PC

Datenübertragung per FTP ISDN E-Mail Datenträger per Post

Anmerkung: _____

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.
- Sonderfarben müssen als HK5- oder Pantone-Werte definiert werden.
- Der maximale Farbauftrag soll 320% nicht überschreiten.

Proofs

Da wir nach Prozessstandard Offset (PSO) drucken, benötigen wir grundsätzlich keinen Proof.

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 zu

- PDF X3-Erstellung
 - Distiller-Joboptions
 - Pitstop Settings usw.
- erhalten Sie unter www.springer-business-media.de/anzeigendaten oder bei Bedarf über die unten angegebenen Kontaktdaten.

Verbindungen

FTP: ftp.stuertz.de (Login: gecont, Passwort: dE41yG)
ISDN (Leonardo): auf Anfrage
E-Mail: gecont@stuertz.de
Fax: +49 931/385-11332

Das erfolgreiche Fachmedien-Programm

Weitere Informationen finden Sie unter www.mediacentrum.de

Der traditionsreiche Verlag Heinrich Vogel, München, steht seit mehr als 70 Jahren für professionelle und erfolgreiche Fachinformation und Fachausbildung im Verkehrswesen. Wir publizieren 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.

Unser Anspruch ist es, hohe berufliche Nutzwerte für die Entscheider in den Unternehmen und in unseren Branchen zu schaffen. Wir analysieren die Märkte, richten uns auf die Bedürfnisse unserer Leser und Kunden aus und entwickeln unser Marken-Portfolio publizistisch auf hohem Niveau regelmäßig weiter.

Unser Service ist ein hochwertiges Fachmedien-Programm, basierend auf unserer qualitativen Marktforschung. Wir bieten repräsentative Empfänger-Struktur-Analysen, Copytest, Markt- und Wettbewerbs-Beobachtungen, Mediadaten nach AMF-Schema sowie Portal-Nutzungs-Analysen.

Wir bieten Ihnen für Ihre Mediaplanung eine zielgruppengenaue Marktdurchdringung und eine hohe Qualität der Leserschaft ohne Streuverluste. Überzeugen Sie sich selbst von den starken Nutzwerten unserer Zeitschriften 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)

VOGEL
VERLAG HEINRICH VOGEL



WIR BERATEN SIE GERNE



MATTHIAS PIORO

Anzeigenleiter Pkw Sonderfahrzeuge
Kundenzeitschriften
Beratung Corporate Publishing
matthias.pioro@springer.com

0 89/43 72 - 11 22

Fax: 0 89/43 72 - 24 77



ELISABETH HUBER

Mediaberaterin
elisabeth.huber@springer.com

0 89/43 72 - 23 52

Fax: 0 89/43 72 - 23 98



MARLIES GATZ

Anzeigenverwaltung
anzeigen.fahrschule@springer.com

0 89/43 72 - 22 22

Fax: 0 89/43 72 - 21 58