



[www.gefahrgut-online.de](http://www.gefahrgut-online.de)

# MEDIADATEN 2010

Das Magazin für die Gefahrgut-Praxis

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





Sehr geehrte Kunden, seit knapp 20 Jahren liefert Ihnen die Fachzeitschrift Gefahr/gut die richtigen und relevanten Informationen. Mit Praxiswissen und übersichtlichen Beiträgen über Gefahrgut-Recht, Logistik, Transport, Verpackung, Entsorgung, Ausbildung sowie Arbeitssicherheit schaffen wir die nötigen Grundlagen, damit Sie sicher arbeiten können.

Dabei unterstützen wir unsere Leser mit vielen Specials sowie Übersichtskarten, auch in englischer Sprache.

Geballtes Gefahrgut-Basiswissen beinhaltet unser zweisprachiges Who Is Who. Tagesaktuelle Informationen liefert der erst vor kurzer Zeit überarbeitete Internet-Auftritt unter [www.gefahrgut-online.de](http://www.gefahrgut-online.de) sowie der wöchentliche Gefahr/gut-Newsletter.

Wer sich noch intensiver mit der Materie beschäftigen möchte, den kann die Gefahr/gut-Datenbank in mehreren Sprachen tatkräftig bei seiner Arbeit unterstützen.

2010 erwarten Sie wieder viele spannende Berichte!

Birgit Bauer  
Chefredakteurin Gefahr/gut

## Gefahr/gut – das Magazin mit der höchsten verkauften Auflage im Markt der Gefahrgutzeitschriften. (Basis: IVW, II. Quartal 2009)

Gefahr/gut ist das informative und praxisbezogene Monatsmagazin für alle, die für den richtigen Umgang mit gefährlichen Gütern verantwortlich sind.

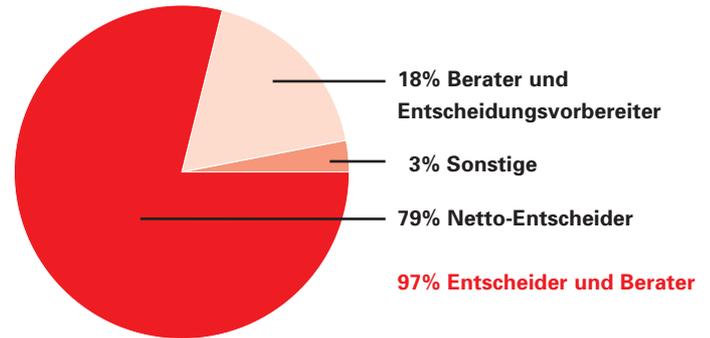
Zur Zielgruppe zählen Gefahrgutbeauftragte, beauftragte Personen und Unternehmer in Transportunternehmen des Güterverkehrs sowie Verantwortliche für Arbeitssicherheit.

**5.814 Exemplare\*** verbreitete Auflage  
**2.419 Exemplare\*** verkaufte Auflage  
**92 % Aboanteil** an der verkauften Auflage

**Damit ist Gefahr/gut der Marktführer bei den Gefahrgut-Zeitschriften**

\*IVW Jahresdurchschnitt 7/08-6/09

## Gefahr/gut – die Entscheiderzeitschrift:



## Investitionsplanung in den nächsten 2 Jahren:

	Geplante Investition
Aus- und Weiterbildung	76 %
Fachbücher/Literatur	74 %
Arbeitskleidung/Sicherheitsbekleidung	58 %
Fässer/IBC	39 %
Neufahrzeuge	36 %
Logistische Dienstleistungen	34 %
Brandschutzausrüstung	34 %
Lagerausrüstung	31 %
Anhänger und Aufbauten	30 %
Gabelstapler	24 %



## 1 Kurzcharakteristik:

Zur Zielgruppe von Gefahr/gut zählen Gefahrgutbeauftragte, Verantwortliche für Arbeitssicherheit sowie beauftragte Personen und Unternehmer in Transportunternehmen des Güterverkehrs, in Werkverkehrsunternehmen der chemisch-pharmazeutischen und Mineralölindustrie, des Chemiegroßhandels sowie des verarbeitenden Gewerbes. Die praxisbezogene Berichterstattung umfasst alle gefahrgutrelevanten Bereiche – von der Herstellung bis zur Entsorgung, insbesondere den Transport von gefährlichen Gütern. Anhand aktueller Beispiele hilft Gefahr/gut bei der Umsetzung von Gesetzestexten und Verordnungen im Betrieb.

- 2 Erscheinungsweise:** monatlich
- 3 Jahrgang:** 18. Jahrgang 2010
- 4 Web-Adresse (URL):** [www.gefahrgut-online.de](http://www.gefahrgut-online.de)
- 5 Mitgliedschaften:** –
- 6 Organ:** –
- 7 Herausgeber:** –
- 8 Verlag:** Verlag Heinrich Vogel  
Springer Transport Media 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.verlag-heinrich-vogel.de](http://www.verlag-heinrich-vogel.de)  
**E-Mail:** [anzeigen-vhv@springer.com](mailto:anzeigen-vhv@springer.com)

## 9 Redaktion:

**Chefredakteur:** Birgit Bauer  
[birgit.bauer@springer.com](mailto:birgit.bauer@springer.com)

## 10 Anzeigen:

**Gesamtanzeigenleiterin:** Jutta Rethmann

**Anzeigenleiter:** Matthias Pioro

## 11 Vertrieb:

Vertriebsservice, Verlag Heinrich Vogel  
(089)20 30 43-1100

## E-Mail:

[vertriebsservice@springer.com](mailto:vertriebsservice@springer.com)

## 12 Bezugspreis:

Jahresabonnement (Fachinformationspaket mit Gefahr-  
gutdatenbank und Online-Premium-Dienst) . . . . .  
€ 189,00 inkl. Versand und 7% MwSt.

## Inland:

Europäisches Ausland: € 201,00 inkl. Versand und 7% MwSt.

Einzelverkaufspreis: € 11,50 inkl. 7% MwSt., zzgl. Versand € 1,90

## 13 ISSN:

0944-6117

## 14 Umfangs-Analyse:

### 2008 = 12 Ausgaben

<b>Format der Zeitschrift:</b>	210 mm (B), 279 mm (H)
<b>Gesamtumfang:</b>	859 Seiten = 100,0 %
<b>Redaktioneller Teil:</b>	641 Seiten = 74,5 %
<b>Anzeigenteil:</b>	218 Seiten = 25,4 %
davon	
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:	14 Seiten = 6,4 %
Einhefter/Durchhefter:	- Seiten = 0,0 %
Verlagseigene Anzeigen:	45 Seiten = 20,6 %
Beilagen:	7 Stück

## 15 Inhalts-Analyse Redaktion:

-



### 16 Auflagenkontrolle:

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

(01. Juli 2008 – 30. Juni 2009)

**Druckauflage:** 6.204

#### tatsächlich verbreitete

**Auflage (tvA):** 5.814      davon Ausland: 228

#### Verkaufte Auflage:

2.419      davon Ausland: 108

- Abonnierte Exemplare      2.226      davon Mitgliederstücke      -  
- Einzelverkauf      -  
- Sonstiger Verkauf      194

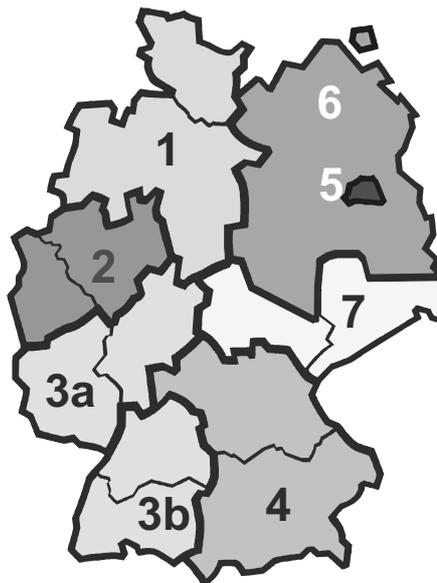
**Freistücke:** 3.395

#### Rest-, Archiv- und

**Belegexemplare:** 390

### 18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	96,1	5.586
Ausland	3,9	228
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>5.814</b>



Nielsen-Region	tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage
1	961
2	1.185
3 a	836
3 b	889
4	1.133
5	91
6	255
7	236
<b>tvA Inland</b>	<b>5.586</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



# TERMIN- UND THEMENPLAN 2010

## Das Magazin für die Gefahrgut-Praxis

	Heft-Nr. Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunter-lagenschluss	Verpackung	Logistik/Transport	Ausbildung & Arbeitssicherheit	Messen
Januar	1	28.12.09	24.11.09	04.12.09	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edelstahlverpackungen</li> <li>Fasshandling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Tankreinigung</b> (Europa) <b>Spezial:</b> Booklet + Tankreinigungskarte</li> <li>Binnenschifffahrt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gefahrgut im Internet</li> <li>Schulungen und Seminare für Arbeitssicherheit</li> </ul>	
Februar	2	29.01.10	17.12.09	07.01.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fässer</li> <li>Kombinationsverpackungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Speditionen: Best Behaviour</li> <li>Gefahrgut auf der Schiene</li> <li>Radioaktive Stoffe (Klasse 7)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"Train the Trainer"</li> <li>Kopfschutz</li> </ul>	<b>easyFairs Logistik und Service Austria</b> , Wels (Österreich), 03.02.-04.02.2010 <b>easyFairs Verpackung</b> , Wels (Österreich), 03.02.-04.02.2010 <b>easyFairs Verpackung</b> , Hamburg, 10.02.-11.02.2010
März	3	26.02.10	22.01.10	02.02.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>IBC</li> <li>Druckgasverpackungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Spezial: Ladungssicherung</b></li> <li>Luftfracht</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gefahrgut-Software im Vergleich zu Online-Lösungen</li> </ul>	<b>LogiMAT 2010</b> , Stuttgart, 02.03.-04.03.2010 <b>CeBIT</b> , Hannover 02.-06.03.2010 <b>IHM</b> , München, 03.03.-07.03.2010 <b>Energiesparmesse</b> , Wels (Österreich), 05.03.-07.03.2010 <b>Fachtagung Industrielle Reinigung</b> , München, 11.03.-12.03.2010
April	4	26.03.10	23.02.10	04.03.10	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Tankcontainer-Hersteller und -Vermieter</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>See-Hafen-Logistik</li> <li>Entsorgung</li> <li>Spediteure</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gefahrgut-Ausbildung und -Training</li> <li>Fußschutz</li> </ul>	<b>AERO</b> , Friedrichshafen, 08.04.-11.04.2010 <b>Hannover Messe</b> , Hannover, 19.04.-23.04.2010 <b>bauma</b> , München, 19.04.-25.04.2010 <b>See-Hafen-Kongress</b> , Hamburg, 29.04.-30.04.2010
Mai	5	30.04.10	26.03.10	08.04.10	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>FIBC</b></li> <li><b>RFID</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>KEP</li> <li>Multimodaler Verkehr</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sicherheitsschranke</li> <li>Handschutz</li> </ul>	<b>20. Münchner Gefahrguttage</b> , München, 10.05.-12.05.2010 <b>Rapid.Tech</b> , Erfurt, 18.05.-19.05.2010 <b>easyFairs Verpackung West</b> , Dortmund, 19.05.-20.05.2010

6	28.05.10	23.04.10	04.05.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wellpappe</li> <li>Kombinationsverpackungen</li> <li>Auffangwannen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Spezial: Tankcontainer-Depots</b></li> <li>Gabelstapler</li> <li>REACH-Stacker</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ausbildungsmedien</li> </ul>	<b>Automatica</b> , München, 08.06.-11.06.2010 <b>SMT/Hybrid/Packaging</b> , Nürnberg, 08.06.-10.06.2010 <b>12. Gefahrguttag Schweiz</b> , Basel, 09.06.2010 <b>easyFairs Fertigung&amp;Instandhaltung</b> , Wels (Österreich), 23.06.-24.06.2010
7	25.06.10	Firmenporträts 04.05.10 14.05.10 Anzeigen 21.05.10 04.06.10		<b>Who is Who</b> Das internationale Branchenbuch für den Gefahrgutsektor zweisprachige Ausgabe (deutsch/englisch)			
8	30.07.10	29.06.10	09.07.10	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Reko-Karte + Übersicht</b></li> <li><b>Spezial: Verpackung</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Luftfracht</li> <li>Hafenlogistik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Umweltschutz</li> <li>Schutzanzüge</li> </ul>	
9	27.08.10	27.07.10	05.08.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>FIBC/Säcke</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>IAA-Vorbericht</b></li> <li>Entsorgung</li> <li>Binnenschifffahrt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ladungssicherung</li> </ul>	<b>IFAT</b> , München, 13.09.-17.09.2010 <b>easyFairs Logistik</b> , Bern (Schweiz), 16.09.-17.09.2010 <b>InnoTrans</b> , Berlin, 21.09.-24.09.2010 <b>IAA Nutzfahrzeuge 2010</b> , Hannover, 23.09.2010-30.09.2010 <b>FachPack/PrintPack/LogIntern</b> , Nürnberg, 28.09.-30.09.2010 <b>expo PetroTrans</b> , Kassel, 30.09.-02.10.2010
10	24.09.10	24.08.10	02.09.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>Feinstblechverpackungen</li> <li>Fässer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Gefahrgut-Spediteure</b></li> <li>Telematik</li> <li>Stückgutlogistik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Temperaturgeführte Transporte</li> </ul>	<b>Arbeitsschutz aktuell</b> , Leipzig, 19.10.-21.10.2010 <b>Deutscher Logistik-Kongress</b> , Berlin, 20.10.-22.10.2010 <b>EuroBlech</b> , Hannover, 26.10.-30.10.2010
11	29.10.10	28.09.10	07.10.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fasshandling</li> <li>Tankcontainer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Spezial: Lagerkarte</b></li> <li>Lager/Umschlag</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Brandsimulation</li> </ul>	<b>ArbeitsSicherheit Schweiz</b> , Basel, 10.11.-11.11.2010 <b>Swisstech</b> , Basel (Schweiz), 16.11.-19.11.2010 <b>26. Münchner-Gefahrstofftage</b> , 24.-26.11.2010 <b>(21. Internationale Binnenschifffahrts-Gefahrgut-Tage - Niederlande - vsl. Nov. 2010)</b>
12	26.11.09	25.10.10	04.11.10	<ul style="list-style-type: none"> <li>IBC</li> <li>Wellpappe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Spezial: Booklet Tankreinigung &amp; Karte (Europa)</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Software für Arbeitsschutz</li> </ul>	
1/11	27.12.10	23.11.10	03.12.10	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Eimer</b></li> <li><b>Dosen</b></li> <li><b>Großpackmittel</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>RFID</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gefahrgutausbildung/ -fortbildung</li> </ul>	



### 1 Auflage:

Druckauflage: 6.204  
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt  
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17) 5.814

### 2 Zeitschriftenformat:

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

### Satzspiegel:

185 mm breit, 250 mm hoch, Spaltenzahl: 4, Spaltenbreite: 43 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, Datenticket oder als Anlage zur Auftragsbestätigung). Die Erstellung von Druckunterlagen wird in Rechnung gestellt.

### 4 Termine:

**Erscheinungsweise:** monatlich

### Erscheinungstermine,

### Anzeigen- und

**Druckunterlagenabschluss:** siehe Termin- und Themenplan

### 5 Verlag:

Verlag Heinrich Vogel  
Springer Transport Media GmbH  
Aschauer Str. 30, 81549 München  
Postfach 80 20 20, 81549 München  
Melanie Heinrich  
Telefon: (0 89)20 30 43-21 23  
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

### Bankverbindung:

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		s/w €	4-farbig €
		im Satzspiegel	im Anschnitt		
2/1 Seite	8-spaltig	393 x 250	420 x 279	4.380,-	6.300,-
1/1 Seite	4-spaltig	185 x 250	210 x 279	2.190,-	3.150,-
2/3 Seite	4-spaltig	185 x 170	210 x 192	1.620,-	2.360,-
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 250	102 x 279	1.270,-	1.790,-
	4-spaltig	185 x 125	210 x 140		
1/3 Seite	1-spaltig	60 x 250	72 x 279	890,-	1.230,-
	4-spaltig	185 x 85	210 x 98		
1/4 Seite	1-spaltig	43 x 250	57 x 279	710,-	950,-
	2-spaltig	90 x 125	105 x 148		
	4-spaltig	185 x 65	210 x 82		
1/8 Seite	1-spaltig	43 x 125	-	440,-	660,-
	2-spaltig	90 x 65	-		
	4-spaltig	185 x 33	-		
Titelseite					5.000,-
2., 4. Umschlagseite			210 x 279		3.820,-



### 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 € 610,-

#### 8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -  
Anzeigen über Satzspiegel -

### 9 Rubrikanzeigen:

Rubrikanzeigen, sw	pro mm (1-sp., 43 mm breit)	€ 2,27
Stellengesuche	pro mm (1-sp., 43 mm breit)	€ 1,65
Chiffregebühr		€ 11,00

Bezugsquellenverzeichnis je Ausgabe einspaltig je Druckzeile € 11,00  
mit Foto (43 mm x 30 mm) zzgl. € 52,00  
mit Einklinker (43 mm x 9 mm) zzgl. € 26,00  
Ab 6 Ausgaben möglich. Bei Abnahme von 12 Ausgaben 10 % Rabatt.

### 10 Sonderwerbformen:

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 %  
9-maliges Erscheinen 10 %  
12-maliges Erscheinen 15 %

#### Mengenstaffel:

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

### 12 Kombinationen:

-

### 13 Einhefter:

2-seitig	€ 2.190,-
4-seitig	€ 4.380,-
6-seitig	€ 6.570,-
8-seitig	€ 8.760,-

(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.  
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:

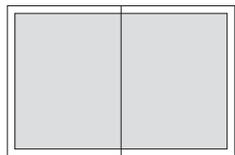
Stürtz GmbH, Warenannahme  
Alfred-Nobel-Straße 33  
97080 Würzburg

**Liefervermerk:** Für „Gefahr/gut“ Ausgabe (Nr.),

10 Muster jeweils vorab an die Anzeigenabteilung

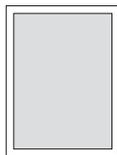
**Unsere AGBs finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)**

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



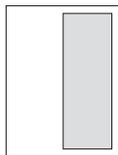
2/1 über Bund

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



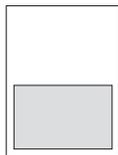
1/1

185 x 250



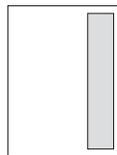
1/2 hoch

90 x 250



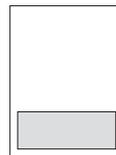
1/2 quer

185 x 125



1/3 hoch

60 x 250



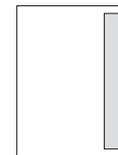
1/3 quer

185 x 85



1/4 2-sp.

90 x 125



1/4 hoch

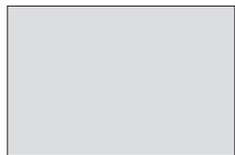
43 x 250



1/4 quer

185 x 65

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



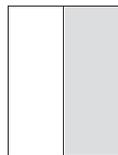
2/1 über Bund  
angeschnitten

420 x 279 \*



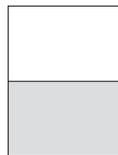
1/1

210 x 279\*



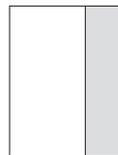
1/2 hoch

102 x 279\*



1/2 quer

210 x 140\*



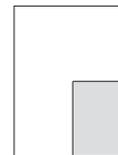
1/3 hoch

72 x 279\*



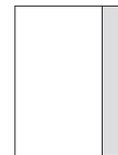
1/3 quer

210 x 98\*



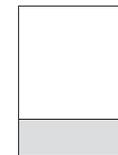
1/4 2-sp.

102 x 140\*



1/4 hoch

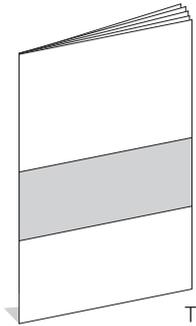
57 x 279\*



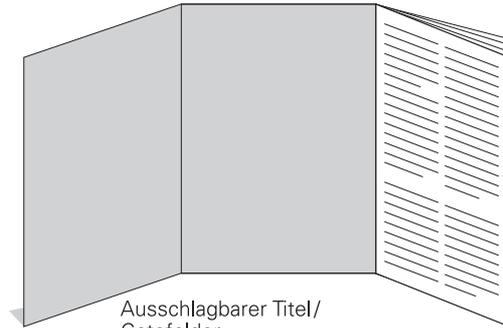
1/4 quer

210 x 82\*

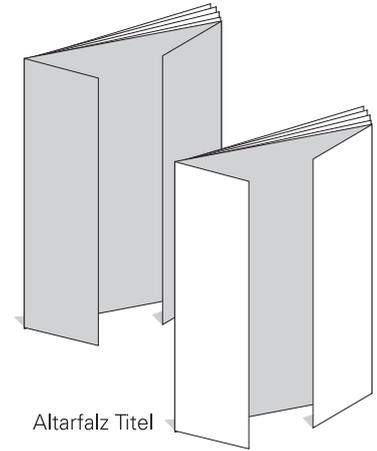
\* + 4 mm Beschnitt an den Außenkanten



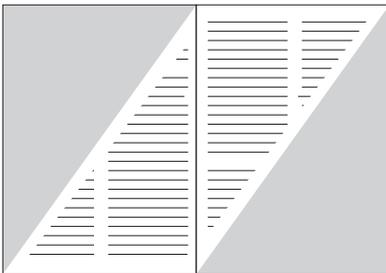
Titel-Banderole



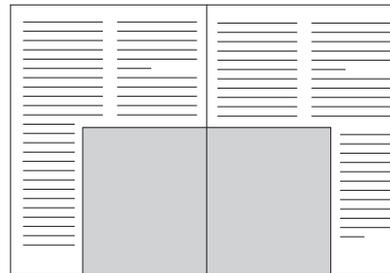
Ausschlagbarer Titel/  
Gatefolder



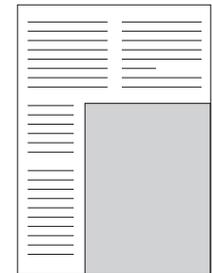
Altarfalz Titel



Diagonalanzeige



Tunnelanzeige



Juniorpage

**Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage**

### Gatefolder

Grundpreis und technische Daten: auf Anfrage

### Altarfalz

Grundpreis und technische Daten: auf Anfrage

### Lagerkarte (nicht rabattfähig)

Fußleiste groß, 125 mm x 185 mm, 4c € 2.020,-

Fußleiste klein, 62 mm x 185 mm, 4c € 1.060,-

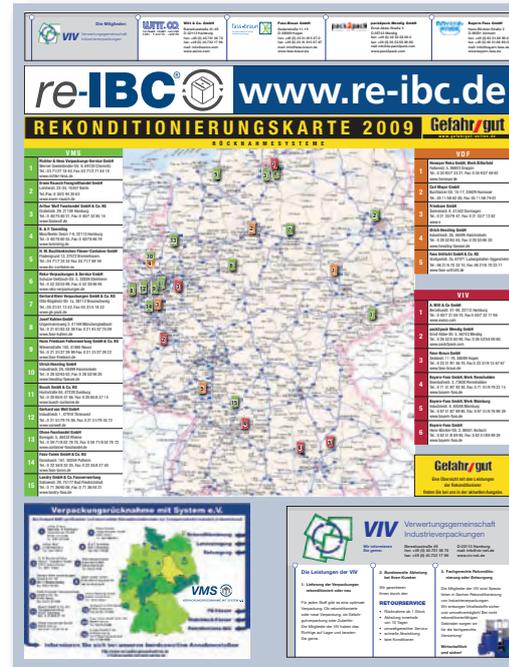
Kopfleiste inkl. Logo im Internet, 40 mm x 400 mm, 4c € 1.970,-



### Rekonditionierungskarte (nicht rabattfähig)

Banner, 125 mm x 185 mm, unten € 2.020,-

Banner, 40 mm x 400 mm, oben € 1.970,-



### Tankreinigungskarte (nicht rabattfähig)

- Banner klein € 1.440,-
- Banner mittel € 2.450,-
- Banner groß € 3.080,-



### Jahreskalender

- Banner oben oder unten € 3.180,-



Das Who Is Who stellt einen Überblick der **gesamten internationalen Gefahrgut-Branche** dar, um somit wichtige Impulse für anstehende Kaufentscheidungen zu liefern. Unternehmen haben die Möglichkeit, sich den internationalen Lesern **zweisprachig (deutsch/englisch)** zu präsentieren. Das Themenspektrum umfasst die Bereiche von Ausbildung bis Transport, von Lagereinrichtung bis hin zur Verpackung.

Ihr Firmenporträt erscheint sowohl im Branchenguide als auch auf dem Online-Portal [www.gefahrgut-online.de](http://www.gefahrgut-online.de).

### Preise und Formate

#### Anzeigenpreise

Titelseite 4c	€ 4.120,-
Umschlagseite	€ 3.575,-
Anzeige 1/1 4c	€ 3.230,-
Firmenporträt 1 Seite deutsch/englisch	€ 875,-
Firmenporträt 2 Seiten deutsch/englisch	€ 1.540,-

Firmenporträts sind nicht rabattfähig.

#### Zeitschriftenformat

210 mm breit, 279 mm hoch

Das Who Is Who der Gefahrgutbranche gehört zu den bekanntesten Produkten der Gefahr/gut-Familie.

**Vorteil für Sie: erhöhte Kontaktchance für Ihre Anzeigen.**

**Termine:**

**Erscheinungstermin:** 25. Juni 2010

**Anzeigenschluss:**

- Firmenporträts: 04. Mai 2010
- Formatanzeigen: 21. Mai 2010

**Druckunterlagenchluss:**

- Firmenporträts: 14. Mai 2010
- Formatanzeigen: 04. Juni 2010

**Auflage:**

10.000 Exemplare

**Druckunterlagen:**

- Firmenporträts: Fotos: Breite 8 cm x Höhe 6 cm, als tif oder eps, Auflösung 300 dpi, Farbmodus CMYK. Nutzen Sie die komfortable Möglichkeit, browsergestützt Ihre Porträts selbst zu erstellen. Fragen Sie nach dem dafür notwendigen Zugangscode. Ein kurzer Leitfaden zeigt Ihnen, worauf Sie achten müssen. Ansonsten senden Sie uns Ihre Informationen zu den Firmenporträts per E-Mail an [who-is-who@springer.com](mailto:who-is-who@springer.com).

- Formatanzeigen: 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.

**Anzeigenberatung:**

Melanie Heinrich

**Anzeigenabwicklung:**

Telefon: (0 89)20 30 43-21 23  
 Telefax: (0 89)20 30 43-23 98  
 E-Mail: [anzeigen-vhw@springer.com](mailto:anzeigen-vhw@springer.com)  
 Marlies Gatz  
 Telefon: (0 89)20 30 43-22 82  
 Telefax: (0 89)20 30 43-21 58  
 E-Mail: [who-is-who@springer.com](mailto:who-is-who@springer.com)





- 1 **Web-Adresse (URL):** [www.gefährtgut-online.de](http://www.gefährtgut-online.de)
- 2 **Kurzcharakteristik:**  
Umfangreiches Internet-Angebot für alle, die für den richtigen Umgang mit gefährlichen Gütern verantwortlich sind. Hier erreichen Sie alle, die mit Gefahrgut zu tun haben und Praxis- und Branchenwissen für ihre täglichen Entscheidungen benötigen. Aktuelle Rechtsthemen und kommentierte Urteile, Nachrichten und Hintergrundberichte, Seminar- und Messekalender, Branchenverzeichnis sowie Stoffdatenbank.
- 3 **Zielgruppe:** Gefahrgutbeauftragte sowie beauftragte Personen und Unternehmer in Transportunternehmen des Güterverkehrs.
- 4 **Verlag:** Verlag Heinrich Vogel  
Springer Transport Media GmbH  
Aschauer Str. 30  
81549 München  
E-Mail: [online-inserate-hvogel@springer.com](mailto: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](mailto:andrea.volz@springer.com)
- 6 **Zugriffskontrolle:**  geprüfter Onlinedienst seit 8/2007
- 7 **Zugriffe:** Visits: 15.331 (Stand: November 2009)  
Page Impressions: 40.623 (Stand: November 2009)

## 8 Werbeformen und Preise:

### 8.1 Banner-Werbung:



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

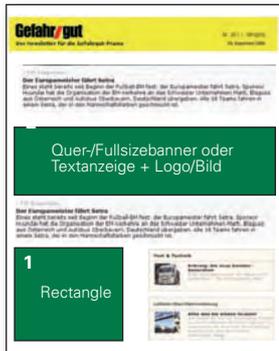
\* gültig ab 01.10.2009; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.



### 8.2 Newsletter-Werbung:

**Kurzcharakteristik:** Gefahr/gut online informiert jeden Mittwoch die Entscheider und Führungskräfte mit einem aktuellen und informativen Newsletter.

**Newsletter-Abonnenten:** 2.720 (Stand: November 2009)



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

\* 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 Leerzeilen und Absätze)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 2 Werktage vor Erscheinen

**Textanzeige groß:** Überschrift: max. 60 Zeichen

**Fließtext:** max. 500 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze

**Logo/Bild:** 130 x 80 px oder 60 x 80 px

### Technische Spezifikationen: Bannerschaltung

- Dateiformate: swf, gif, jpg, 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 Seminareinträge:

Schulungseintrag mit Logo, Seminarbeschreibung, Zielgruppe, Themenbereich, Ansprechpartner, Gebühren, Dozenten, direkte Verlinkung zum Buchungsformular u.v.m.

Preismodell: 1 – 10 Einträge je € 59,-  
11 – 20 Einträge je € 54,-  
> 20 Einträge je € 49,-

### 10 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

### 11 Stellenmarkt:

Stellenanzeige

Preismodell 1:	Preismodell 2:	Preismodell 3:
Anzeige auf dem Firmenportal	Anzeige auf dem Firmenportal und „JobWare“	Print-Stellenanzeige → Onlineeinbindung auf unser Firmenportal bei einer Zuzahlung von € 200,-
€ 495,- Laufzeit: 4 Wochen	€ 995,- Laufzeit: 4 Wochen	

### 12 Branchenguide:

Das Gefahr/gut-Portal bietet ein vielfältiges Portfolio an Branchenübersichten und Produktkatalogen.

- Virtuelle Visitenkarten mit Logo, Verlinkung und Firmen-USP
- Erweiterte Firmenporträts mit Lifestylebildern und Videoeinbindung
- Abbildung und Verlinkung der gesamten Vertriebskette innerhalb der einzelnen Branchen- und Produktindizes (Industrie, Vertriebspartner, Produkte)
- Alle Produkte als Print- und Onlinekombination buchbar

Mindesteintrag: Visitenkarte für nur € 29,- pro Monat, weitere Optionen zubuchbar.

Mehr Informationen finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://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)
<b>60.1, 60.24.5, 63.1, 63.4, 62, 64.12</b>	Eisenbahnverkehr, genehmigungspflichtiger Straßen-Güterfernverkehr (ohne Umzugstransporte), Frachumschlag und Lagerei, Spedition, sonstige Verkehrsvermittlung, Luftfracht, Private Post- und Kurierdienste	<b>37</b>	<b>2.070</b>
<b>24, 24.4</b>	Herstellung von chemischen Erzeugnissen, Herstellung von pharmazeutischen Erzeugnissen	<b>14</b>	<b>780</b>
<b>37, 90</b>	Recycling, Abwasser- und Abfallbeseitigung und sonstige Entsorgung	<b>9</b>	<b>500</b>
<b>74.14.1, 74.3, 80.4, 80.41</b>	Unternehmensberatung, technische, physikalische und chemische Untersuchung, Erwachsenenbildung und sonstiger Unterricht, Fahrschulen	<b>7</b>	<b>390</b>
<b>75.1, 91.1</b>	Öffentliche Verwaltung, Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände, Berufsorganisationen	<b>6</b>	<b>340</b>
<b>60.24.5,</b>	Erlaubnispflichtiger Straßen-Güternahverkehr (ohne Umzugsverkehr)	<b>5</b>	<b>280</b>
<b>51.12.1, 23.20.0</b>	Handelsvermittlung von festen Brennstoffen und Mineralölprodukten, Mineralölverarbeitung	<b>4</b>	<b>220</b>
<b>29, DM</b>	Maschinenbau, Fahrzeugbau	<b>3</b>	<b>170</b>
<b>51.12.3, 51.3</b>	Handelsvermittlung von technischen Chemikalien, Rohdrogen, Kautschuk, Kunststoffen und Düngemitteln, Großhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren	<b>2</b>	<b>110</b>
<b>74.87.2</b>	Sachverständige	<b>2</b>	<b>110</b>
<b>21.21.0, 25.22.0, 74.82</b>	Herstellung von Wellpapier und -pappe sowie von Verpackungsmitteln aus Papier, Karton und Pappe, Herstellung von Verpackungsmitteln aus Kunststoffen, Abfüll- und Verpackungsgewerbe	<b>2</b>	<b>110</b>
	Sonstiges	<b>9</b>	<b>500</b>
	Abrundungsdifferenz		<b>+ 6</b>
	<b>tatsächlich verbreitete Auflage Inland</b>	<b>100</b>	<b>5.586</b>
	<b>Ausland</b>		<b>228</b>
	<b>tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland</b>		<b>5.814</b>

## 20 Größe der Wirtschaftseinheit:

Anteil an tatsächlich  
verbreiteter Auflage  
% Projektion (circa)

1 bis 4 Beschäftigte	14	780
5 bis 9 Beschäftigte	10	560
10 bis 19 Beschäftigte	8	450
20 bis 49 Beschäftigte	19	1.060
50 bis 99 Beschäftigte	13	730
100 und mehr Beschäftigte	34	1.900
Keine Angabe	2	110
Abrundungsdifferenz		- 4
tvA Inland	100	5.586
Ausland		228
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>5.814</b>

## 21 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb:

Anteil an tatsächlich  
verbreiteter Auflage  
% Projektion (circa)

Gefahrgut- und Umweltbeauftragter	37	2.070
Inhaber, Mitinhaber, Geschäftsführer	28	1.560
Sonstige kaufmännische Angestellte	9	500
Technische Leitung	21	1.170
Kaufmänn. Leitung	8	450
Gefahrgut Fahrer	6	340
Disponent	6	340

**Mehrfachnennungen (100 % = 5.586 Empfänger)**

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

## 22 Bildung/ Ausbildung: Berufliche Ausbildung:

Anteil an tatsächlich  
verbreiteter Auflage  
% Projektion (circa)

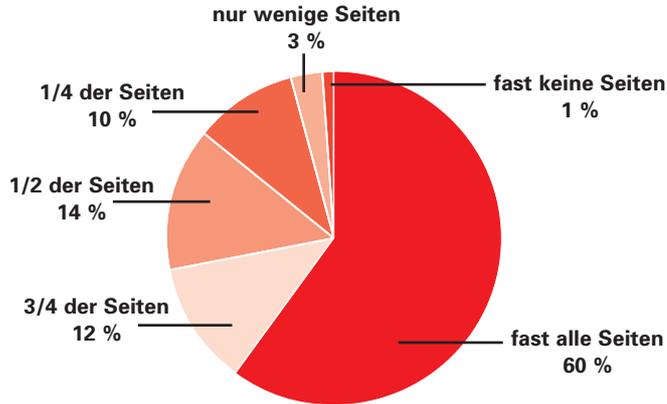
Kaufmännische Lehre	27	1.510
Technisches Studium	25	1.400
Technische, gewerbliche Lehre	22	1.230
Meisterprüfung	11	610
Kaufmännisches Studium	11	610
Sonstiges	2	110
Keine Angabe	2	110
Abrundungsdifferenz		+ 6
tvA Inland	100	5.586
Ausland		228
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>5.814</b>

## 23 Alter:

Anteil an tatsächlich  
verbreiteter Auflage  
% Projektion (circa)

bis 29 Jahre	4	220
30 bis 39 Jahre	24	1.340
40 bis 49 Jahre	36	2.010
50 bis 59 Jahre	29	1.620
60 Jahre und älter	6	340
Keine Angabe	1	60
Abrundungsdifferenz		- 4
tvA Inland	100	5.586
Ausland		228
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>5.814</b>

### Wie intensiv wird Gefahr/gut gelesen?



**Gefahr/gut ist ein intensiv genutzter Fachtitel. Daraus ergibt sich eine Seitenkontaktchance von knapp 80 %. Ein Spitzenwert!**

### Durchschnittliche Lesedauer in Minuten:

**74,4 % der Empfänger lesen Gefahr/gut länger als 30 Minuten. Lesedauer pro Ausgabe im Durchschnitt: 60 Minuten.**

### Geschätzte Anzahl weiterer Leser:

**3,2 weitere Leser pro Ausgabe.**

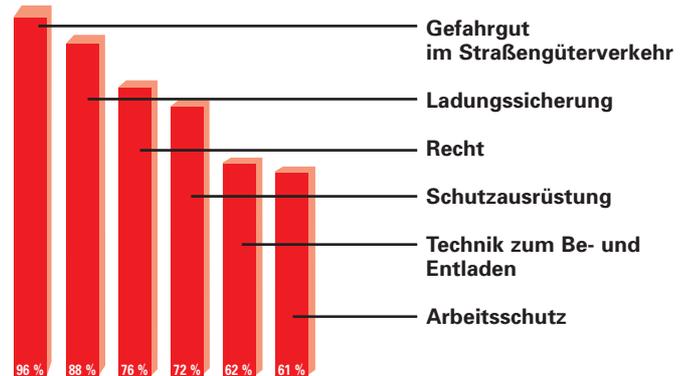
**Reichweite: 18.170 Leser\*.**

\*geschätzte Anzahl Leser x IWW II. Quartal 2009 (tva)

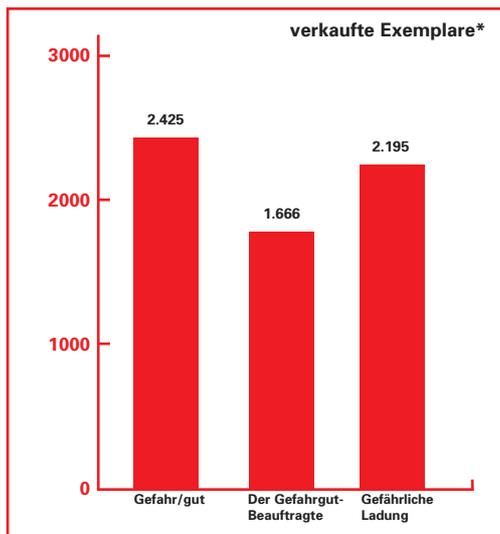
### Anzeigennutzung:

**74 % aller Leser nutzen die Anzeigen zur Entscheidungsvorbereitung.**

### Themen mit dem höchsten Interesse:



### Auflagen und Preis pro Tausend:



### Wettbewerbsvergleich Tausenderkontaktpreis für 1/1-Seite 4c 2009\*\*:

Gefahr/gut	€ 1.261,86
Der Gefahrgut-Beauftragte	€ 1.440,58
Gefährliche Ladung	€ 1.412,30

Im Bereich der Gefahrgut Zeitschriften besticht Gefahr/gut mit der **höchsten verkauften Auflage** und einem ausgezeichneten Tausenderkontaktpreis. Gefahr/gut positioniert sich damit als Basistitel mit hoher Wirtschaftlichkeit.

\* IWW II. Quartal 2009, \*\* Verlagsangabe (Basis verkaufte Auflage)

### 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: 5.398**

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 2.000**  
(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

#### 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

**Verkaufte Auflage: 2.425**

Abonnements	2.227
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	198

**Freistücke: 2.973**

ständige Freistücke	2.196
wechselnde Freistücke	777
Werbeexemplare	0

**tatsächlich verbreitete Auflage (tvA): 5.398**

Inland	5.280
Ausland	118

### 3. Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	198
Werbeexemplare	0

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	198	=	3,7 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	5.441	=	96,3%

**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

### 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.

#### 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:** **6.420**

**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:

<b>Verkaufte Auflage:</b>	<b>3.249</b>
davon	
Mitglieds-Abonnenten	–
Normal Abonnenten	3.085
sonstiger Verkauf	164
<b>Freistücke:</b>	<b>3.171</b>
davon:	
ständige Freistücke	3.171
wechselnde Freistücke	–
Werbeexemplare	–
<b>tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	<b>6.420</b>
davon Inland	6.420
davon Ausland	–

### 3. Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

<b>Grundgesamtheit (tvA):</b>	<b>6.420</b>	<b>= 100,0 %</b>
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	310	= 4,8 %
Empfänger Ausland	146	
Ständige Freistücke	–	
Werbeexemplare	–	
Sonstige (Messen, Veranstaltungsstücke, Einzelverkauf etc.)	164	
<b>Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):</b>	<b>6.110</b>	<b>= 95,2 %</b>

### 3.2 Tag der Datei-Auswertung:

2. Juni 2000

### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger (402 Adressen).

<b>Ausgangs-Stichprobe:</b>	<b>402 Fälle</b>	<b>= 100,0 %</b>
Stichprobenneutrale Ausfälle:		
Unternehmen existiert nicht mehr	33 Fälle	8,2 %
Außerhalb der Zielgruppe	–	–
Kein Empfänger ermittelbar	13 Fälle	3,2 %
Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	14 Fälle	3,5 %
Zeitschrift unbekannt	–	–
<b>Ausfälle gesamt:</b>	<b>60 Fälle</b>	<b>= 14,9 %</b>
<b>Brutto-Stichprobe:</b>	<b>342 Fälle</b>	<b>= 100,0 %</b>
Stichprobenrelevante Ausfälle:		
Zielperson nicht erreicht	16 Fälle	5,0 %
Zielperson verweist/krank	–	–
Abbruch im Interview	3 Fälle	0,9 %
Kein Termin möglich	16 Fälle	4,8 %
Beantwortung der Fragen verweigert	56 Fälle	11,5 %
	105 Fälle	16,4 %
<b>Netto (auswertbare Fälle):</b>	<b>250 Fälle</b>	<b>= 73,1 %</b>

### 3.4 Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit werden die Fachzeitschriften an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der Empfänger von **Gefahr/gut** 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 7. Juni bis zum 7. Juli 2000.

### 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, 8. Auflage**



**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 Transport Media GmbH  
Corporate Publishing  
Matthias Pioro  
Aschauer Straße 30  
81549 München

**Tel.** (089)20 30 43-11 22  
**Fax** (089)20 30 43-23 98  
**Mail** [matthias.pioro@springer.com](mailto:matthias.pioro@springer.com)  
**Web** [www.springer-transport-media.de](http://www.springer-transport-media.de)



# 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 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: 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 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



**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



**MELANIE HEINRICH**

Mediaberaterin  
melanie.heinrich@springer.com

**Tel: (0 89)20 30 43 - 21 23**

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



**ANDREA VOLZ**

Key Account Manager Online  
andrea.volz@springer.com

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

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



**MARLIES GATZ**

Anzeigenverwaltung  
marlies.gatz@springer.com

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

Fax: (0 89)20 30 43 - 21 58

Verlag Heinrich Vogel • Springer Transport Media GmbH •  
Aschauer Straße 30 • 81549 München  
anzeigen-vhv@springer.com • www.gefahrgut-online.de

**VOGEL**  
VERLAG HEINRICH VOGEL