

monatlich

MEDIA

Informationen 2006



VOGEL 

VERLAG HEINRICH VOGEL



Die einzige bundesweite Fachzeitschrift für Fahrschulen – konkurrenzlos, wenn es um Entscheider geht!

FAHRSCHULE ist eine unverzichtbare Informationsquelle für die Fahrschulbranche mit intensiver Heftnutzung. Sie richtet sich an die Entscheider in Fahrschulen.



Hier informieren sich die Fahrschulinhaber:

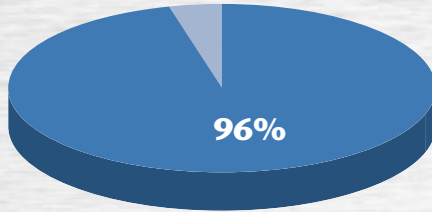
17.828* Abonnenten

durchschnittlich **2,3 Leser** pro Ausgabe**

80% der Erstempfänger schlagen alle/fast alle Seiten jeder Ausgabe auf**

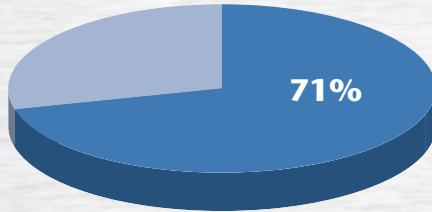
* IWW Jahresdurchschnitt 7/04-6/05

** Empfängerstrukturanalyse Juni 2000/TNS EMNID, Bielefeld (tvA)



der Empfänger sind **Entscheider**
und **Berater**

96%



der Empfänger nutzen **Anzeigen** zur
Entscheidungsvorbereitung

71%

Außergewöhnliche **Multiplikatorwirkung** bei Fahrschülern.

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

2 Erscheinungsweise: monatlich

3 Jahrgang: 59. Jahrgang 2006

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 GmbH Fachverlag
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Hausanschrift: Neumarkter Straße 18, 81673 München
Telefon: 089/43 72-0
Telefax: 089/43 72-23 98
Internet: www.verlag-heinrich-vogel.de
E-mail: anzeigen-vhv@springer.com

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

10 Anzeigen: Gesamtanzeigenleiter: Stefan Waldeisen
Anzeigenleiter: Christian M. Rosner
christian.rosner@springer.com

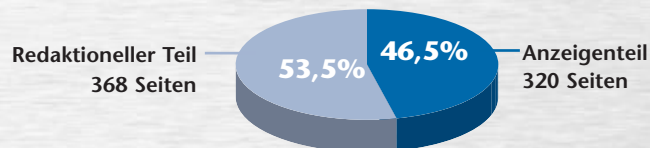
11 Vertrieb: Jutta Rethmann
Telefon: 01 80/5 26 26 18 (0,12 €/min)
E-mail: vertriebsservice@springer.com

12 Bezugspreis:

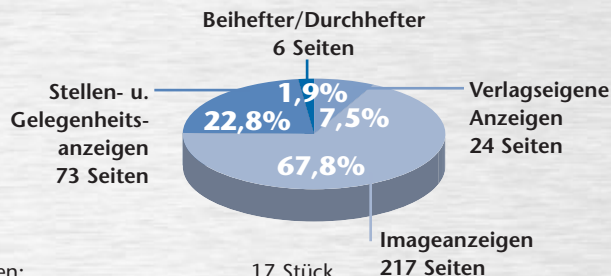
Jahresabo Inland: 79,90 € (inkl. MwSt.)
Jahresabo Ausland: 87,90 € (ohne MwSt.)
Einzelverkaufspreis: 6,90 € (inkl. Versandkosten u. MwSt.)

13 ISSN-Nr.: 0014-6838

14 Umfangs-Analyse: 2004 = 12 Ausgaben
Format: 210 mm (B), 280 mm (H)
Gesamtumfang: 688 Seiten=100,0%



Anzeigen:



Beilagen:

15 Inhalts-Analyse Redaktion: -

17 Stück

16 Auflagenkontrolle: IVW

17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2004 – 30. Juni 2005)

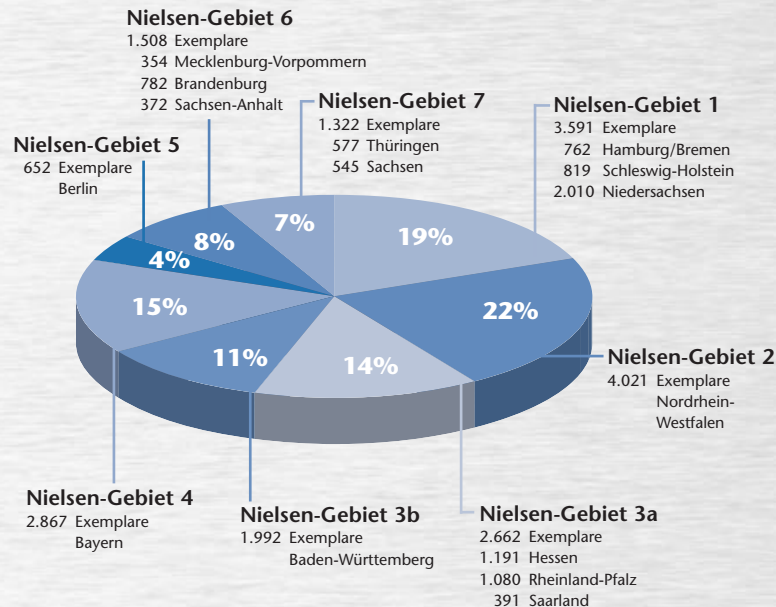
Druckauflage:	18.933
Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)	18.668
davon Ausland:	53
Verkaufte Auflage:	17.912
davon Ausland:	48
Abonnierte Exemplare:	17.828
davon Mitgliederstücke:	15.107
Einzelverkauf:	–
Sonstiger Verkauf:	84
Freistücke:	756
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	265

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,7	18.615
Ausland	0,3	53
Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)	100,0	18.668

18.2 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:



Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage 18.615

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



Nr.	ET	AS	DU	Themen	Messen
1	05.01.2006	30.11.2005	12.12.2005	Fahrschulkonzepte der Zweiradhersteller	
2	02.02.2006	04.01.2006	17.01.2006	Werbemittel für Fahrschulen	
3	02.03.2006	02.02.2006	20.02.2006	Vorschau auf die AMI Auto Mobil International	Int. Automobilsalon , Genf 02.03.-12.03.2006 CeBIT , Hannover 09.03.-15.03.2005
4	06.04.2006	09.03.2006	20.03.2006	Fahrerassistenzsysteme im Fahrschuleinsatz	AMI Auto Mobil International , Leipzig 01.04. -09.04.2006
5	04.05.2006	03.04.2006	13.04.2006	Bericht von der AMI Auto Mobil International	Reifen , Essen 23.05.-26.05.2006
6	01.06.2006	03.05.2006	12.05.2006	Handheld-Computer für den Fahrschuleinsatz	
7	06.07.2006	07.06.2006	19.06.2006	Moderne Präsentationstechnik für den Fahrschulunterricht	
8	03.08.2006	06.07.2006	17.07.2006	Telefonsysteme, Tarife und Rahmenverträge	

9	07.09.2006	09.08.2006	21.08.2006	Vorschau auf die IAA Nutzfahrzeuge Vorschau auf die Internot	IFMA , Köln 14.09. -17.09.2006 IAA Nutzfahrzeuge, Hannover 21.09. -28.09.2006
10	05.10.2006	06.09.2006	15.09.2006	Erdgas im Fahrschuleinsatz	Internot , Köln 11.10.-15.10.2006 REHACare , Düsseldorf 18.10.-21.10.2006
11	02.11.2006	04.10.2006	13.10.2006	Neue Motorräder und Leichtkrafträder für die Zweiradsaison 2007 Bericht von der IAA Nutzfahrzeuge	
12	07.12.2006	09.11.2006	20.11.2006	Fahrschulkonditionen der Pkw-Hersteller für 2007	

ET = Erscheinungstermin, AS = Anzeigenschluss, DU = Druckunterlagenchluss

Weitere Themen, die FAHRSCHULE regelmäßig aufgreift:

- Neue Fachliteratur und neue Medien für Fahrlehrerinnen und Fahrlehrer
- Die Angebote der Ausbildungsstätten
- Fortbildungs-Angebote für Fahrlehrerinnen und Fahrlehrer
- Neue Produkte und Dienstleistungen der Fahrzeughersteller und der Zulieferer
- Aktuelle Informationen von Fahrschulwagen-Vermietern



1 Auflage:

Druckauflage:	18.933
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17):	18.668

2 Zeitschriftenformat:

Magazinformat:	210 mm breit, 280 mm hoch beschnitten 213 mm breit, 286 mm hoch unbeschnitten (siehe auch Informationsblatt „Formate“)
Satzspiegel:	185 mm breit, 250 mm hoch
Spaltenzahl:	4 Spalten je 43 mm 3 Spalten je 60 mm (Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Offsetdruck, Klammerheftung: Bei der Anlieferung digitaler Daten beachten Sie bitte unser Merkblatt „Richtlinien für die Übernahme digitaler Daten“. Positiv-Filme (seitenverkehrt) bis 54er Raster werden redigitalisiert. Bei Lithos, Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt.

4 Termine:

Erscheinungsweise: monatlich
Erscheinungstermine, Anzeigen- und Druckunterlagenchluss: siehe Themen- und Terminplan

5 Verlag:

Verlag Heinrich Vogel GmbH Fachverlag
Hausanschrift: Neumarkter Straße 18, 81673 München
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Anzeigenabteilung:
Elisabeth Leibmann
Telefon: 089/43 72-23 52, Telefax: 089/43 72-23 98
E-Mail: anzeigen-vhv@springer.com

6 Zahlungsbedingungen:

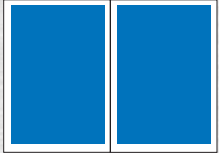
– per Bankeinzug	3% Skonto
– innerhalb von 10 Tagen	2% Skonto
– innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto	
USt-Ident-Nr.	DE 811148881

Bankverbindungen:

Postbank München (BLZ 700 100 80); Konto-Nr. 40 10-804
Commerzbank München (BLZ 700 400 41); Konto-Nr. 5 903 893

7 Anzeigenformate und Preise

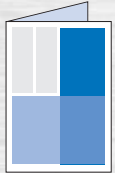
Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.



2/1 Seite: B 393 x H 250
2/1 Seite im Anschnitt:* B 420 x H 280
Grundpreis s/w 7.745,- €
farbig 11.060,- €



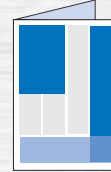
1/1 Seite: B 185 x H 250
1/1 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 280
Grundpreis s/w 3.800,- €
farbig 5.450,- €



1/2 Seite hoch: B 90 x H 250
1/2 Seite im Anschnitt:* B 102 x H 280
1/2 Seite quer: B 185 x H 125
1/2 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 140
Grundpreis s/w 2.060,- €
farbig 2.940,- €



1/3 Seite hoch: B 60 x H 250
1/3 Seite im Anschnitt:* B 72 x H 280
1/3 Seite quer: B 185 x H 85
1/3 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 98
Grundpreis s/w 1.380,- €
farbig 2.050,- €



1/4 Seite hoch 1spaltig: B 43 x H 250
1/4 Seite im Anschnitt:* B 57 x H 280
1/4 Seite 2spaltig: B 90 x H 125
1/4 Seite quer: B 185 x H 60
1/4 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 82
Grundpreis s/w 1.120,- €
farbig 1.635,- €



1/8 Seite 1spaltig: B 43 x H 125
1/8 Seite 2spaltig: B 90 x H 60
1/8 Seite quer: B 185 x H 30
Grundpreis s/w 580,- €
farbig 955,- €



1/16 Seite 1spaltig: B 43 x H 60
1/16 Seite 2spaltig: B 90 x H 30
1/16 Seite quer: B 185 x H 15
Grundpreis s/w 325,- €
farbig 525,- €

Titelseite
Grundpreis farbig 7.940,- €
Umschlagseite
Grundpreis farbig 6.355,- €

* + 4 mm Beschnitt an allen anzuschneidenden Seiten.

8 Zuschläge: (rabattierbar)

8.1 Farbe:

Euroskala nach DIN 16539, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbangleichung aus technischen Gründen vorbehalten je Normalfarbe (Euroskala)

8.2 Platzierung:

Bindende Platzierungsvorschriften: 610,- €

8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -
Anzeigen über Satzspiegel -

Druckunterlagenformate für angeschnittene Anzeigen:
siehe rechte Grafik

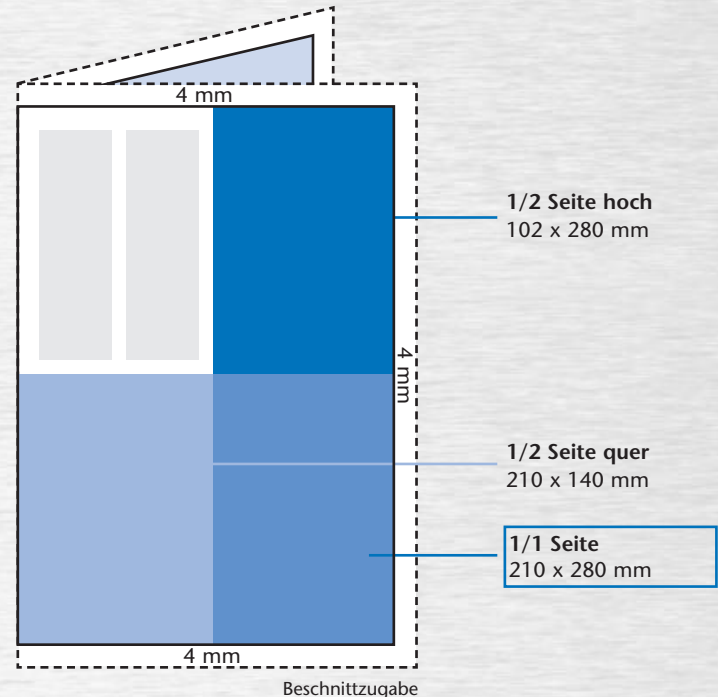
9 Rubrikanzeigen:

Preis pro mm (1spaltig, B 43 mm)

gewerbliche Anzeigen, sw	4,40 €
gewerbliche Anzeigen, farbig	6,05 €
private Anzeigen, sw	3,74 €
private Anzeigen, farbig	5,14 €
Stellengesuche	1,86 €
Chiffregebühr	10,00 €

10 Sonderwerbformen:

Fort-/Sonderdrucke	auf Anfrage
Weitere Werbformen	auf Anfrage



11 Rabatte:

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

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

Alle Zuschläge werden rabattiert.
Titelseiten sind nicht rabattfähig.

12 Kombinationen:

-

13 Einhefter:

zweiseitig	3.800,- €
vierseitig	7.600,- €
sechsstufig	11.400,- €
achtseitig	15.200,- €

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 213 mm Breite und 286 mm Höhe (gefalzt) anliefern. Zweiseitige Beihefter müssen mit einer bedruckten Lasche von 8 cm Breite versehen werden. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

14 Beilagen:

lose eingelegt, 203 mm x 275 mm

bis 25 g 155,00 €/Tsd.

bis 50 g 215,00 €/Tsd.

über 50 g auf Anfrage

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

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten 82,00 €/pro Tsd.

Prospekte/Warenmuster auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters.

Benötigte Liefermenge auf Anfrage. Nur in Verbindung mit 1/1 Seite

Basisanzeige (Preise s.o.).

Beilagen und aufgeklebte Werbemittel werden nicht rabattiert.

16 Lieferanschrift für die Positionen 13 bis 15:

auf Anfrage

(Liefervermerk: für FAHRSCHULE Nr. ...)

10 Muster jeweils vorab an die Anzeigenabteilung.



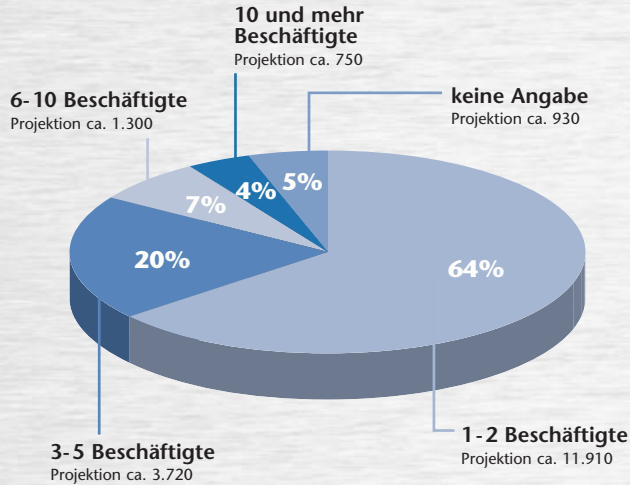
19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:

Abteilung/ Klasse	Empfängergruppen Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Projektion (circa)
80.41	Fahrschulen	91	16.940
	- Fahrschulinhaber	71	13.220
	- angestellte Fahrlehrer	16	2.980
	- Fahrschulen von Bahn, Post, Feuerwehr, Bundeswehr und Polizei	4	750
74.84	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen	1	190
34	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen	1	190
66	Versicherungsgewerbe	1	190
91.1	Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände, Berufsorganisationen	1	190
75.1	Öffentliche Verwaltung (Ministerien, Landratsämter, TÜV)	1	190
-	Sonstige	3	560
-	Keine Angaben	1	190
	Abrundungsdifferenz		-25
	Tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100	18.615
	Ausland (nicht erhoben)		53
	Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland		18.668

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

20 Größe der Wirtschaftseinheit:

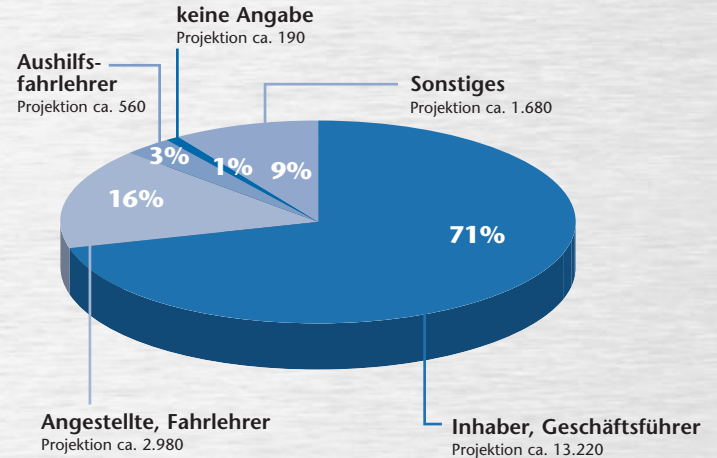
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:
(Abrundungsdifferenz Projektion ca. 5)



tvA Inland	18.615
Ausland (nicht erhoben)	53
Tatsächlich verbreitete Auflage	18.668

21 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:
(Abrundungsdifferenz Projektion ca. -15)



tvA Inland	18.615
Ausland (nicht erhoben)	53
Tatsächlich verbreitete Auflage	18.668

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



22 Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung

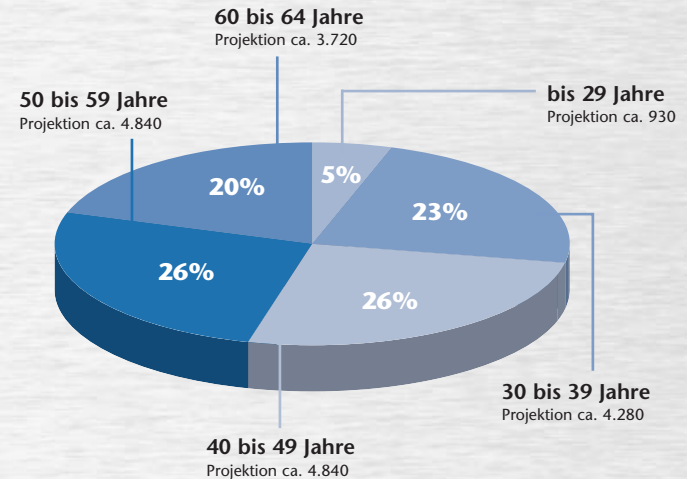
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	%	Projektion (circa)
Fahrlehrer	92	17.130
Technische Lehre	66	12.290
Kaufmännische Lehre	24	4.470
Dipl. Ingenieur	4	750
Bundeswehr-Fahrlehrerschein	3	560
Grad. Ingenieur	3	560
Sonstiges/Keine Angaben	4	750
Mehrfachnennungen (100% = 18.615 Empfänger)		

22.1 Bildung/Ausbildung: Schulabschluss

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	%	Projektion (circa)
Hauptschule/Volksschule	24	4.470
Realschule/Handelsschule		
mehnjähr. Fachschule	41	7.630
Polytechnische Oberschule	6	1.120
Abitur	11	2.050
Fachhochschule	10	1.860
Hochschule/Universität	6	1.120
Keine Angaben	2	370
Abrundungsdifferenz		-5
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100	18.615
Ausland (nicht erhoben)		53
Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland		18.668

23 Alter:

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:
(Abrundungsdifferenz Projektion ca. 5)

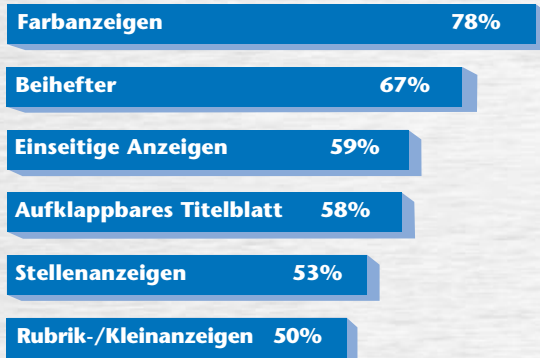


tvA Inland	18.615
Ausland nicht erhoben	53
Tatsächlich verbreitete Auflage	18.668

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

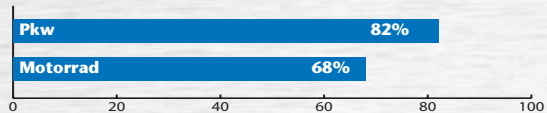
4.1 Media-Profil:

Auf den Typ kommt es an:



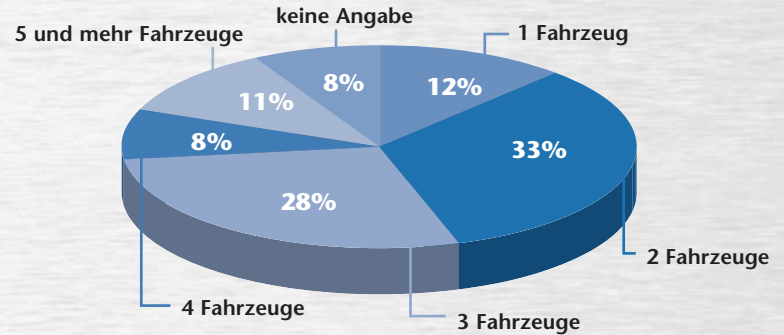
Farbanzeigen und Beihefter erreichen höchste Aufmerksamkeit und Akzeptanz.

Geplante Fuhrparkinvestitionen:



Die Beanspruchung ist hoch und der Schüler erwartet stets aktuelle Fahrzeugmodelle – Absatzpotenzial pur!

Absatzpotenziale für Pkw:



Die durchschnittliche Fahrschule hat 2 bis 3 Pkw.

Empfängerstrukturanalyse Juni 2000/TNS EMNID, Bielefeld (tvA)

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 Wechselsend)

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: 19.970

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 0

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

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage	19.271
davon: Mitglieds-Abonnenten	19.231
Normal-Abonnenten	-
sonstiger Verkauf	40
Freistücke	739
davon: ständige Freistücke	739
wechselnde Freistücke	-
Werbeexemplare	-
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	20.010
davon Inland	19.927
davon Ausland	83

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	20.010	=	100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	862	=	4,3%
Empfänger Ausland	83		
Ständige Freistücke	739		
Werbeexemplare	-		
Sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Einzelverkauf etc.)	40		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):	19.148	=	95,7%

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 21. September 2000

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger (409 Adressen).

Ausgangs-Stichprobe	409 Fälle	= 100,0%
Stichprobenneutrale Ausfälle:		
Unternehmen existiert nicht mehr	-	-
Außerhalb der Zielgruppe	18 Fälle	4,4%
Kein Empfänger ermittelbar	4 Fälle	= 1,0%
Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	39 Fälle	= 9,5%
Zeitschrift unbekannt	-	-
Ausfälle gesamt:	61 Fälle	= 14,9%
Brutto-Stichprobe:	348 Fälle	= 100,0%
Stichprobenrelevante Ausfälle:		
Zielperson nicht erreicht	33 Fälle	= 9,5%
Zielperson verweist/krank	-	-
Abbruch im Interview	1 Fälle	= 0,3%
Kein Termin möglich	25 Fälle	= 7,2%
Beantwortung der Fragen verweigert	39 Fälle	= 11,2%
	98 Fälle	= 28,2%
Netto (auswertbare Fälle):	250 Fälle	= 71,8%

3.4 Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit werden die Fachzeitschriften an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der Empfänger der 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 25. September bis zum 30. Oktober 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.

1 Web-Adresse (URL):

www.fahrschule-online.de

2 Kurzcharakteristik:

Umfangreiches Internet-Angebot für Fahrschulinhaber und Fahrlehrer. Täglich aktuelle Nachrichten und Hintergrundberichte, Produkt-Datenbanken, Verbandsgeschehen, Recht und vieles mehr. Meinungsführer, Berater und Entscheider in Fahrschulen.

3 Werbeformen und Preise:

Banner	Format (BxH) in Pixel	Preis (TKP)
Fullsize/Superbanner	486x60 oder 728x90	40,- €
Skyscraper	120x600 oder 200x400	40,- €
Pop-Up/Under	200x300	40,- €
Contentbanner	440x40	1) ¹⁾
Kombi-Paket ²⁾	778x90+200x400+400x40	60,- €

¹⁾ nur in Verbindung mit Kombi-Paket möglich

²⁾ bis zu 10-fach höhere Werbewirkung u. Klickrate! (Superbanner u. Skyscraper u. Contentbanner)

4 Newsletter:

Werbetext inkl. URL, E-Mail und Bild/Logo. Textformatierung möglich

	Top-Sponsoring	Zweitplatzierung
Platzierung	direkt vor dem Themenüberblick	zwischen den Meldungen
Preise (TKP)	36,- € (pro Werktag)	26,- € (pro Werktag)

* Mindestbuchung: 5 Inserate

Alle Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt. Gültig ab 01.10.2005.

Anzahl Newsletter-Abonenten August 2005: 2.590

5. Online Sonderwerbeformen:

Infolines, Sponsoring, Kooperationen auf Anfrage.

6. Ansprechpartner:

Christian Plagge

Tel. + 49 (0) 89 43 72-21 49

Christian.Plagge@springer.com

7. Datenanlieferung:

online-inserate@springer.com



Kurzfassung der Erhebungsmethode

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

1 Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerbereitschaft 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 Empfänger in der Datei **18.295**

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

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage:	17.618
Abonnements	17.539
Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	79
Freistücke:	677
ständige Freistücke	644
wechselnde Freistücke	33
Werbeexemplare	-

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	18.295
Inland	18.240
Ausland	55

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	79
Werbeexemplare	-

Davon in der Untersuchung nicht erfasst: 79 = 0,4%
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) 18.216 = 99,6%

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 8. August 2005

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 2005
3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag Heinrich Vogel GmbH

Daten-Ticket

Stand: Oktober 2005

Übernahme digitaler Daten

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

Fahrschule

Absender/Firma:

Ansprechpartner:

Telefon:

Fax:

ISDN:

Anzeigen-Informationen

Ausgabe:

Rubrik:

Anzeigenformat:

Farbigkeit:

Dateiname:

Programm:

Version:

Betriebssystem:

Apple MacIntosh

Windows PC

Datenübertragung per

FTP

ISDN

E-Mail

Datenträger per Post

Proof

farbverbindlich (ISO)

inhaltsverbindlich

folgt per Post (bitte evtl. ankreuzen)

Daten-Erstellung

- Erstellen Sie die Daten mit gängigen DTP-Programmen oder einem anderen Programm, das Postscript-Dateien erstellen kann. Zu den Einstellungen beachten Sie bitte die Hinweise auf unserer Homepage www.stuertz.de unter „Sie & Wir“.
- Bitte liefern Sie nur druckfähige PDF-Dateien in der Größe des Anzeigenformats (ohne weiße Ränder) mit 3 mm Beschnitt an allen Seiten.
- Erstellen Sie farbige Abbildungen im CMYK-Modus oder wandeln Sie diese in CMYK um.
- Bitte legen Sie Anzeigen, die schwarzweiß erscheinen sollen, nicht farbig an.
- Sonderfarben müssen als HKS- oder Pantone-Werte definiert werden.

Daten-Übertragung

- Legen Sie alle zu übertragenden Dateien und Ordner in einen übergeordneten Ordner.
- Benennen Sie den Ordner beginnend mit dem Zeitschriftennamen.
- Benutzen Sie Winzip (.ZIP) oder Stuffit (.SIT), um die Datengröße für die Übertragung zu verringern.

Verbindungen

FTP: <ftp.stuertz.de> (Benutzername und Passwort bitte per E-Mail anfordern)
ISDN (Leonardo): 0931/385-415
E-Mail: gecont@stuertz.de
Fax: 0931/385-383

Ansprechpartner

Stürtz GmbH
Science / Martha Spanheimer
Beethovenstraße 5
97080 Würzburg
Tel.: 09 31/3 85-2 30



für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. Anzeigenauftrag im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.

2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluß abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.

3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.

4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlaß dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

5. Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, daß dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluß mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne daß dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.

7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

8. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Musters der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

che Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluß über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder – wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie

bei einer Auflage bis zu	50 000 Exemplaren	20 v. H.,
bei einer Auflage bis zu	100 000 Exemplaren	15 v. H.,
bei einer Auflage bis zu	500 000 Exemplaren	10 v. H.,
bei einer Auflage über	500 000 Exemplaren	5 v. H.,

beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, daß dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.

18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Mißbrauch des Zifferndienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

20. Erfüllungsort ist der Sitz des Verlages. Im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder bei öffentlich-rechtlichen Sondervermögen ist bei Klagen Gerichtsstand der Sitz des Verlages. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. Ist der Wohnsitz oder gewöhnliche Aufenthalt des Auftraggebers, auch bei Nicht-Kaufleuten, im Zeitpunkt der Klageerhebung unbekannt oder hat der Auftraggeber nach Vertragsabschluß seinen Wohnsitz oder gewöhnlichen Aufenthalt aus dem Geltungsbereich des Gesetzes verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreie Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeigen Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Läßt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadensersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluß und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadensersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zusicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlungen leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.

14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Aufträge für Gelegenheitsanzeigen können aus zeitlichen Gründen nicht bestätigt werden.

c) Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anderslautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungsdatum des neuen Tarifs in Kraft.

d) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

e) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 75% erforderlich.

f) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

g) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80% der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.

h) Soweit wir im Rahmen eines Geschäftsbesorgungsverhältnisses für Dritte tätig werden (z.B. der Akquisition von Anzeigenkunden für Dritte) behalten wir uns das Recht zum Rücktritt vom Vertrag vor, falls der Dritte ein Veto gegen den Vertragsschluss einlegt. Bereits gezahltes Entgelt wird erstattet. Für einen darüber hinaus gehenden Schaden wird nicht gehaftet.

i) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorgaben, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muß sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.

j) Bei fernerdmündlich aufgegebenen Anzeigen oder fernerdmündlich erteilten Korrekturen sind Ansprüche gegen den Verlag wegen unrichtiger Wiedergabe ausgeschlossen.

FAHRSCHULE bietet mehr:

- Kostenloser Mediaservice
- Repräsentative Empfängerstrukturanalysen
- Wettbewerbsbeobachtungen
- Statistiken des Kraftfahrtbundesamtes, der Verkehrsverbände und des Statistischen Bundesamtes

Weitere Dienstleistungen auf Anfrage

Die aktuellen Media-Informationen für alle unsere Fachtitel finden Sie auch unter: www.mediacentrum.de

Ihre Ansprechpartner:

- Gesamtanzeigenleiter: **Stefan Waldeisen**
Tel. 089/43 72-11 05
- Anzeigenleiter Personenverkehr: **Christian M. Rosner**
Tel. 089/43 72-22 21
- Anzeigenverkauf: **Elisabeth Leibmann**
Tel. 089/43 72-23 52
Fax 089/43 72-23 98
elisabeth.leibmann@springer.com
- Anzeigenverwaltung: **Marlies Gatz**
Tel. 089/43 72-22 22
Fax 089/43 72-22 03
anzeigen.fahrschule@springer.com

Verlag Heinrich Vogel GmbH Fachverlag

Neumarkter Straße 18 • 81664 München
Telefon 089/43 72-22 24 • Fax 089/43 72-23 98
anzeigen-vhv@springer.com
www.fahrschule-online.de

Fahrschule

Verkehrs
Rundschau

LOGISTIK
Zeitschrift

Gefahr/gut

Ferdinand
Magasin
Trucker

OMNIBUSREVUE

BUS AKTUELL

BUS
Fahrer

TAXI

Nutzfahrzeug
Katalog

Werkstatt
Spezial

KEP
Spezial