



Das Magazin für
Fahrschulinhaber und Fahrlehrer



MEDIADATEN**2008**

www.fahrschule-online.de



WIR SIND FÜR SIE DA: **TELEFON 0 89 / 43 72-**



MICHAEL HARMS

Anzeigenleiter PKW
michael.harms@springer.com

Fax: 0 89/43 72 - 23 98



ELISABETH HUBER

Anzeigenverkauf
elisabeth.huber@springer.com

Fax: 0 89/43 72 - 23 98



MATTHIAS PIORO

Kundenzeitschriften
Beratung Corporate Publishing
matthias.pioro@springer.com

Fax: 0 89/43 72 - 24 77



MARLIES GATZ

Anzeigenverwaltung
anzeigen.fahrschule@springer.com

Fax: 0 89/43 72 - 21 58

Springer Transport Media GmbH
Neumarkter Straße 18 • 81673 München
Telefon 089/43 72-11 92 • Fax 089/43 72-23 98
anzeigen-vhv@springer.com
www.fahrschule-online.de

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

Hier informieren sich die Fahrschulinhaber:

17.168* 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 7/06-6/07

** 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: 59. Jahrgang 2008

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: Michael Harms
Telefon: Tel: (0 89) 43 72-11 92
E-mail: michael.harms@springer.com

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: 69,70 € zzgl. 13,20 € Versand inkl. 7 MwSt.
Ausland: 69,70 € zzgl. 21,20 € Versand inkl. 7 MwSt.
Einzelverkaufspreis: 6,90 € zzgl. 1,90 € Versand inkl. 7 MwSt.

13 ISSN: 0014-6838

14 Umfangs-Analyse: 2006 = 12 Ausgaben
Format der Zeitschrift: 210 mm (B), 280 mm (H)
Gesamtumfang: 656 Seiten = 100,0%
Redaktioneller Teil: 364 Seiten = 55,5%
Anzeigenteil: 292 Seiten = 44,5%

davon
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 70 Seiten = 24,0%
Einhefter/Durchhefter: 0 Seiten = 0,0%
Verlagseigene Anzeigen: 79 Seiten = 27,2%
Beilagen: 19 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion:

16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagenanalyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
01.07.06 – 30.06.07

Druckauflage: 18.219

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA): 17.942 davon Ausland: 49

Verkaufte Auflage: 17.234 davon Ausland: 40
– Abonnierte Exemplare: 17.168 davon Mitgliederstücke: 14.681
– Einzelverkauf: –
– Sonstiger Verkauf: 66

Freistücke: 708

Rest-, Archiv-, Belegexemplare: 277

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,7	17.894
Ausland	0,3	49
tatsächl. verbr. Auflage	100,0	17.943



Nielsen-Region	tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage
1	4.289
2	3.764
3 a	2.320
3 b	1.795
4	2.498
5	543
6	1.426
7	1.259
tvA gesamt	17.894

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



1 Auflage:
Druckauflage: 18.219
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 17.942

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. 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 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					
2., 3., 4. Umschlagseite (nicht rabattierbar)					
2/1 Seite	8-spaltig	379 x 250	420 x 279	7.980,-	11.400,-
1/1 Seite	4-spaltig	185 x 250	210 x 279	3.920,-	5.620,-
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 250	102 x 279	2.130,-	3.050,-
	4-spaltig	185 x 125	210 x 140		
1/3 Seite	1-spaltig	60 x 250	72 x 279	1.430,-	2.110,-
	4-spaltig	185 x 85	210 x 98		
1/4 Seite	1-spaltig	43 x 250	57 x 279	1.150,-	1.690,-
	2-spaltig	90 x 125			
	4-spaltig	185 x 65	210 x 82		
1/8 Seite	1-spaltig	43 x 125		595,-	999,-
	2-spaltig	90 x 65			
	4-spaltig	185 x 33			
1/16 Seite	1-spaltig	44 x 65		335,-	545,-
	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 630 €

8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -
Anzeigen über Satzspiegel -
Angeschnittene Anzeigen -

9 Rubrikanzeigen:

gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	4,57 €
gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	6,27 €
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	3,85 €
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	5,30 €
Stellengesuche	pro mm (1-sp., 43 mm breit)	1,95 €
Chiffregebühr		10,00 €

10 Sonderwerbformen:

Fort-/Sonderdrucke auf Anfrage
Weitere Werbeformen auf Anfrage

11 Rabatte:

Malstaffel

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

Mengenstaffel

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

Alle Zuschläge werden rabattiert. Titelseiten sind nicht rabattfähig.

12 Kombinationen:

13 Einhefter:

2-seitig	€ 3.920,-
4-seitig	€ 7.825,-
6-seitig	€ 11.750,-
8-seitig	€ 15.650,-

(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 8 cm Breite versehen werden. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

14 Beilagen:

lose eingelegt, maximale Größe 203 x 275 mm.
Gewicht der Beilage Beilagenpreis je 1.000 Stück
bis 25 g € 160,-
bis 50 g € 220,-
über 50 g auf Anfrage
Anzahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5000 Exemplaren möglich.

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten	pro Tausend	€ 85,-
------------	-------------	--------

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

Beilagen und aufgeklebte Werbemittel werden nicht rabattiert.

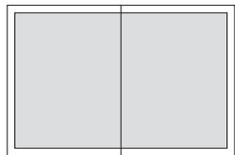
16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15

Auf Anfrage

Liefervermerk: Für „FAHRSCHULE“ Ausgabe (Nr.)
10 Muster vorab an die Anzeigenabteilung

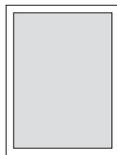
Unsere AGBs finden Sie unter www.mediacentrum.de

Formate im Satzspiegel



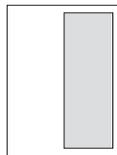
2/1 über Bund

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



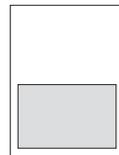
1/1

185 x 250



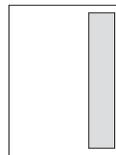
1/2 hoch

90 x 250



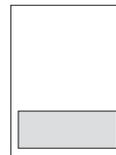
1/2 quer

185 x 125



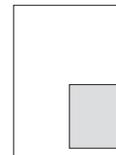
1/3 hoch

60 x 250



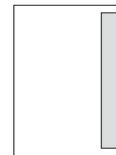
1/3 quer

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



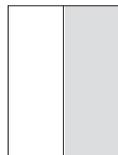
2/1 über Bund
angeschnitten

420 x 279 mm*



1/1 ang.

210 x 279*



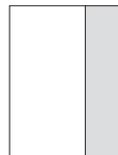
1/2 hoch

102 x 279*



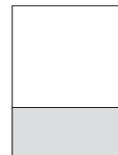
1/2 quer

210 x 140*



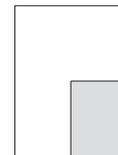
1/3 hoch

72 x 279*



1/3 quer

210 x 98*



1/4 2-sp.

105 x 140*



1/4 hoch

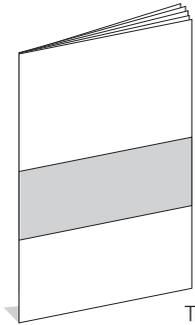
57 x 279*



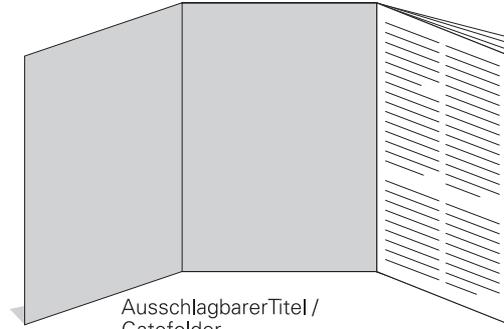
1/4 quer

210 x 82*

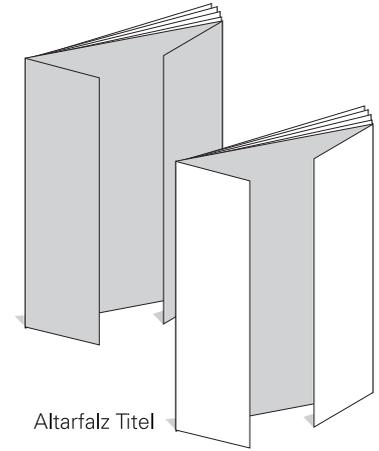
*+ 4 mm Beschnitt an den Außenkanten



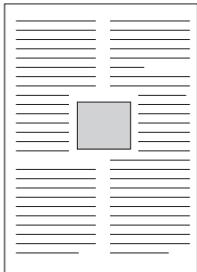
Titel-Banderole



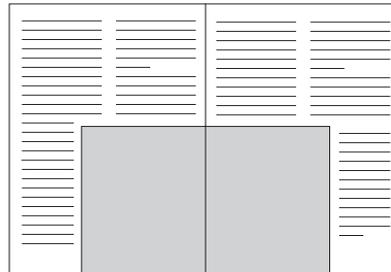
Ausschlagbarer Titel /
Gatefolder



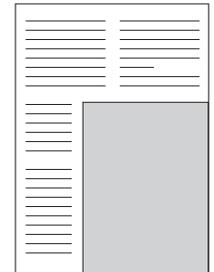
Altarfalz Titel



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 Kurztzteile für Fahrschulinhaber und angestellte Fahrlehrer.

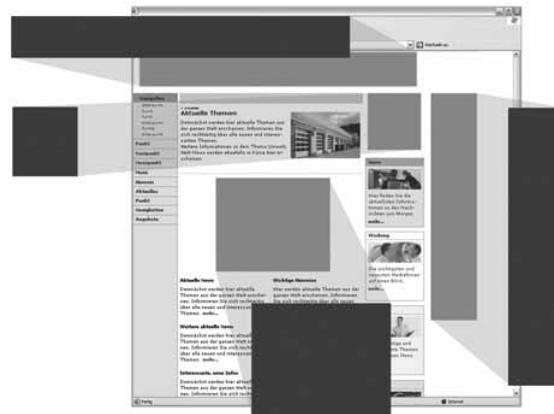
3 Zielgruppe: Fahrschulinhaber und Fahrlehrer

4 Verlag: Springer Transport Media GmbH
Neumarkter Str. 18
81673 München
E-Mail: kontakt.anzeigen@springer.com

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

Unsere AGBs finden Sie unter www.mediacentrum.de

6 Werbeformen und Preise Visits: 15.469 (Stand Juli 2007)
Page Impressions: 54.705 (Stand Juli 2007)



Werbeformen & Preise	Beschreibung & Format	TKP (Preis je 1.000 Einblendungen)
Superbanner	728 x 90 Pixel	42,00 € zzgl. MwSt.
Skyscraper	120 x 600 Pixel oder 200 x 400 Pixel	42,00 € zzgl. MwSt.
Rectangle	300 x 250 Pixel	62,00 € zzgl. MwSt.
Kombi-Paket (Tandem-Ad)	Gleichzeitige Einblendung von: <ul style="list-style-type: none"> • Superbanner • Skyscraper • Contentbanner (440 x 40 Pixel) 	62,00 € zzgl. MwSt.
Pop-Up / Pop-Under (Layer)	200 x 300 Pixel Sonderformate auf Anfrage	42,00 € zzgl. MwSt.
Werbeboxen (Flexbox)	Ihre Werbebox erscheint in einem ausgewählten Bereich mit Text und Logo/Bild	Preis auf Anfrage

Sonderwerbeformen auf Anfrage

* gültig ab 01.10.2007; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Newsletterwerbung

Newsletter-Abonnenten: 2.414 (Stand Juli 2007)

Laufzeit/Belegung: Dauer, Anzahl und Zeitpunkt der Banner- bzw. Werbeschaltung richten sich nach der Verfügbarkeit und Ihren Wünschen.

Newsletterwerbung	Html-Format	Text-Format
Platzierungen	<u>Topsponsorring:</u> Erste Werbung vor dem und nach dem Nachrichtenüberblick <u>Zweitplatzierung:</u> Folgeplatzierungen zwischen den Meldungen	
Druckunterlagen Bitte schicken Sie immer Druckunterlagen für beide Newsletter-Formate!	Banner: statisches oder animiertes Gif, max. 30 KB, 650x 150 Pixel, ein Hyperlink	Text: max. 10 Zeilen á 72 Zeichen, inkl. URL und Email
TKP (Preis je 1.000 Newsletter)	<u>Topsponsorring:</u> 38,00 € je Schaltung (zzgl. MwSt.) <u>Zweitplatzierung:</u> 28,00 € je Schaltung (zzgl. MwSt.)	

* gültig ab 01.10.2007; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

** TKP: pro 1000 Abonnenten

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

Preis:

600,- €/Jahr (zzgl. MwSt.) incl. 5 Fahrzeug-/Produkteinträgen
800,- €/Jahr (zzgl. MwSt.) ab 6 Fahrzeug-/Produkteinträgen

Werbebox Fahrschul-Partner

Ihre Werbebox erscheint komplett auf www.fahrschule-online.de:

- Auf der rechten Seite
- Mit Ihrem Logo, einer Überschrift und einem kurzen Einleitungstext

Preis:

Platzierung: 300,- €/Monat (zzgl. MwSt.)

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	16.820
	- Fahrschulinhaber	83	14.850
	- angestellte Fahrlehrer	9	1.610
	- Fahrschulen von Bahn, Post, Feuerwehr, Bundeswehr und Polizei	2	360
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	360
-	Keine Angaben	1	180
	Abrundungsdifferenz		- 6
	Tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100	17.894
	Ausland (nicht erhoben)		49
	Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland		17.943

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Projektion (circa)
Alleininhaber	28	5.010
1 Beschäftigter	25	4.470
2 Beschäftigte	22	3.940
3 bis 10 Beschäftigte	20	3.580
11 und mehr Beschäftigte	2	360
keine Angaben	3	540
Abrundungsdifferenz		-6
tvA Inland	100	17.894
Ausland (nicht erhoben)		49

Tatsächl. verbr. Auflage **17.943**

21 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Projektion (circa)
Inhaber, Mitinhaber, verantwortl. Leiter	83	14.850
Angestellte Fahrlehrer	9	1.610
Aushilfsfahrlehrer	3	540
Sonstiges	5	900
Abrundungsdifferenz		-6
tvA Inland		17.894
Ausland (nicht erhoben)		49

Tatsächl. verbr. Auflage **17.943**

22 Bildung/ Ausbildung: Berufliche Ausbildung

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Projektion (circa)
Fahrlehrerausbildung	92	16.460
Technische Lehre	71	12.701
Ausbildungsmeister, Meisterprüfung	27	4.830
Kaufmännische Lehre	27	4.830
Dipl. Ingenieur	10	1.790
Bundeswehr-Fahrlehrerschein	35	6.260
Berufskraftfahrer	3	540
Sonstiges/Keine Angaben	9	1.610

* Mehrfachnennungen (100 % = 17.894 Empfänger)

22.1 Bildung/Ausbildung: Schulabschluss

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Hauptschule/Volksschule	18	3.320
Realschule/Handelsschule		
mehrfähr. Fachschule	41	7.340
Polytechnische Oberschule	9	1.610
Abitur	13	2.330
Fachhochschule	12	2.150
Hochschule/Universität	6	1.070
Keine Angaben	1	180
Abrundungsdifferenz		-6
<hr/>		
tvA Inland	100	17.894
Ausland (nicht erhoben)		49
<hr/>		
Tatsächl. verbr. Auflage		17.943

23 Alter

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
bis 29 Jahre	3	540
30 bis 39 Jahre	11	1.970
40 bis 49 Jahre	32	5.730
50 bis 59 Jahre	34	6.080
60 Jahre und älter	20	3.680
Abrundungsdifferenz		-6
<hr/>		
tvA Inland	100	17.894
Ausland (nicht erhoben)		49
<hr/>		
Tatsächl. verbr. Auflage		17.943

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

4. Auswertung und Darstellung der Ergebnisse:

Die Auswertung der Ergebnisse erfolgt in Form von Tabellen nach "Total" und relevanten Untergruppen.

Für die Nutzung des Tabellenteils einige Anmerkungen:

- '0' bedeutet, dass eine Nennung erfolgt ist, jedoch insgesamt unterhalb von 0,5 % der Stichprobe.
- '-' bedeutet, dass keine Nennung erfolgt ist.
- Anhand der 'Summe' ist erkennbar, ob es sich um eine Frage mit Mehrfachnennungen handelt. Ist die Summe größer '100', so waren Mehrfachnennungen zugelassen.
- Alle Tabellen sind spaltenweise prozentuiert, d.h. auf die jeweils oben stehende Basiszahl.
- Ist die Frage nicht an die Gesamtstichprobe gestellt worden, so ist im oberen Teil der Tabelle unter 'Selektion' ausgewiesen, an welche Teilgruppe die Frage gestellt wurde. Die Größe der Teilgruppe ist dann aus der Basiszahl erkennbar.
- Neben dem 'Total' ist nach weiteren Untergruppen ausgewertet worden. In der Regel ergibt sich die Bedeutung der Untergruppen unmittelbar aus den Überschriften. Ergänzend ist zu erwähnen:
- Bei der Interpretation der Teilgruppen ist auf die jeweilige Basis zu achten. In Auswertungen sollte auf Untergruppen mit weniger als 80 Fällen nicht gesondert Bezug genommen werden. Der Ergebnisse sind aufgrund der hohen Fehlertoleranz nicht immer aussagekräftig.

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: **17.860**

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

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage: **17.174**

Abonnements	17.113
Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	61

Freistücke: **686**

ständige Freistücke	686
wechselnde Freistücke	-
Werbeexemplare	-

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) **17.860**

Inland	17.813
Ausland	47

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	61
Werbeexemplare	-

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	61	=	1,1 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	17.799	=	98,9 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 30. Juli 2007

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.

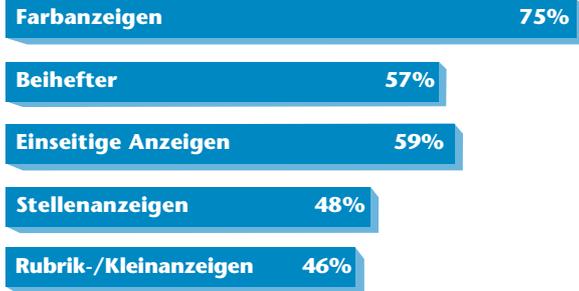
3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

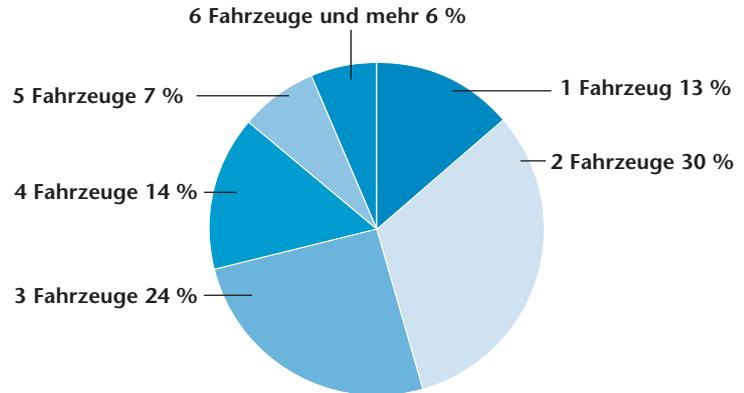
3.6 Zeitraum der Untersuchung: 01. März bis 30. Juni 2007

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.

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

Hier informieren sich die Fahrschulinhaber:

17.168* 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 7/06-6/07

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



Fahrschule

Licht & Informationstechnik
2008 T

Termin- und Themenplan 2008



	Heft-Nr. Ausgabe	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Erscheinungstermin	Themen	Messen
Januar	1	30.11.07	12.12.07	03.01.08	Die Einrichtung von PC-Übungsplätzen zur Vorbereitung auf die PC-Prüfung	
Februar	2	08.01.08	18.01.08	07.02.08	Neuwagen-, Anschluss- und Mobilitätsgarantien für Fahrschulfahrzeuge	
März	3	06.02.08	18.02.08	06.03.08	Aktuelle Trends bei der Motorradkleidung	
April	4	03.03.08	13.03.08	03.04.08	Pflegemittel für die Innen- und Außenreinigung von Fahrschulfahrzeugen	AMI Automobil International, Leipzig 05.04.-13.04.2008
Mai	5	02.04.08	14.04.08	02.05.08	Trends in der Reifentechnik	Reifen in Essen 20.05.-23.5.2008
Juni	6	05.05.08	19.05.08	05.06.08	Marktübersicht: Neue Anhänger für die Schulung in den Anhängerklassen BE, C1E und CE gemäß der 3. EU-Führerscheinrichtlinie	

Monat	7	04.06.08	16.06.08	03.07.08	Große Vorschau über das Programm und die Aussteller des 2. Deutschen Fahrlehrerkongresses	
Juli	8	09.07.08	21.07.08	07.08.08	Werbemittel, die in Fahrschulen Sinn machen	
August	9	05.08.08	18.08.08	04.09.08	Neue Nutzfahrzeuge und Schulungsunterlagen für die Aus- und Weiterbildung von Berufskraftfahrern	IAA, Nutzfahrzeuge in Hannover 25.09.-02.10.2008
September	10	03.09.08	15.09.08	02.10.08	Neue Büromöbel und Fahrschuleinrichtungen	Orgatec in Köln 21.10.-25.10.2008 Intermot in Köln 08.10.-12.10.2008
Oktober	11	08.10.08	20.10.08	06.11.08	Bericht über die Intermot: Leichtkrafträder und Motorräder für die Schulungssaison 2009	2. Deutscher Fahrlehrerkongress in Berlin 14.11.-15.11.2008
November	12	05.11.08	17.11.08	04.12.08	Bericht vom 2. Deutschen Fahrlehrerkongress Pffiffige Ideen für die Schaufenstergestaltung	
Dezember	1/09	28.11.08	10.12.08	02.01.09	Fahrerassistenzsysteme als Thema für die theoretische und die praktische Fahrausbildung	
Januar						

Daten-Ticket

Stand: August 2007

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 HKS- 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

Ansprechpartner

Stürtz GmbH
Science / Anzeigenteam
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg
Tel.: +49 931/385-332



Richtig schalten mit Springer Transport Media

Die Springer TransportMedia GmbH ist ein modernes Medienhaus und steht für zwei starke erfahrene Verlegermarken im B2B-Bereich – den Verlag Heinrich Vogel und den Auto Business Verlag am Standort München.

Unsere Aufgabe ist es, berufsrelevante Informationen punktgenau für unsere Zielgruppen in der Automobil-, Verkehrs-, Logistik-, Transport-, Bus-, Touristik-, Werkstatt- und Tankstellen-Branche sowie im

Gebrauchtwagenhandel zu publizieren. Unser Anspruch ist immer die höchste Idealnähe.

Dabei bieten wir Ihnen als Werbepartner vielseitige Werbemöglichkeiten. Sie erreichen erfolgreich und ohne Streuverluste Ihre Zielgruppe mit unserem umfangreichen Medien-Programm.

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Online-Auftritte und Newsletter
- Web-TV
- ePaper
- Audio-CDs
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare/Konferenzen
- Directmarketing

Weitere Informationen finden Sie unter www.mediacentrum.de

