

# MEDIA

## Informationen 2007



**VOGEL**   
VERLAG HEINRICH VOGEL



# Die Busfachzeitschriften mit der höchsten verkauften Auflage im Markt – und das in 14-tägigem Rhythmus

BUS AKTUELL und OMNIBUSREVUE sind eine unverzichtbare Informationsquelle für die Busbranche mit intensiver Heftnutzung. OMNIBUSREVUE ist der älteste Titel im Markt der Busfachzeitschriften. Die erfolgreiche Abo-Kombination richtet sich an Busunternehmer in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



**Hier informieren sich Busunternehmer:**

## Lesedauer

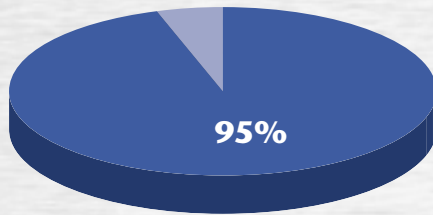
**OR 44 Minuten** pro Ausgabe im Durchschnitt\*

**BA 30 Minuten** pro Ausgabe im Durchschnitt\*

Höchste verkaufte Auflage aller Busfachzeitschriften. Mit OMNIBUSREVUE und BUS AKTUELL erreichen Sie die relevanten deutschsprachigen Busunternehmer.

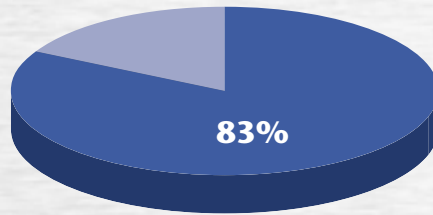
**82%** (BUS AKTUELL)/ **76%** (OMNIBUSREVUE)  
durchschnittliche Seitenkontaktchance\*

\* Empfängerstrukturanalyse Juli 2004/TNS EMNID, Bielefeld (tvA)



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

95%



der Empfänger nutzen die **Anzeigen** zur  
**Entscheidungsvorbereitung\***

83%

**3,6** Leser pro Ausgabe garantieren maximalen Werbeeffect\*/\*\*

\* Empfängerstrukturanalyse Juli 2004/TNS EMNID, Bielefeld (tvA)

\*\* geschätzter Anteil weiterer Leser: 2,6



**1 Kurzcharakteristik:** OMNIBUSREVUE und BUS AKTUELL - die erfolgreiche und einzigartige Abokombination unter den deutschen Busfachzeitschriften. OMNIBUSREVUE, die älteste Busfachzeitschrift Deutschlands, besticht seit Jahrzehnten mit der höchsten verkauften Auflage im Markt. Bester Beweis dafür, wie erfolgreich sie den Informationsbedarf der Busunternehmer erfüllt. BUS AKTUELL - der Marktplatz der Busbranche - berichtet seit 17 Jahren in 14-tägigem Wechsel mit OMNIBUSREVUE schnell und informativ über alle Themen rund um den Bus und die Bustouristik. Sorgfältig recherchierte Informationen und redaktionelle Unabhängigkeit gewährleisten fachliche Tiefe, die der Busunternehmer in Deutschland, Österreich, der Schweiz und in anderen europäischen Ländern für seine Entscheidung nutzt.

- 2 Erscheinungsweise:** monatlich (in 14-tägigem Wechsel)
- 3 Jahrgang:** 58. Jahrgang 2007 (OR), 18. Jahrgang 2007 (BA)
- 4 Web-Adresse (URL):** [www.omnibusrevue.de](http://www.omnibusrevue.de)  
[www.busaktuell.de](http://www.busaktuell.de)  
[www.busmarkt.com](http://www.busmarkt.com)
- 5 Mitgliedschaften:** -
- 6 Organ:** -
- 7 Herausgeber:** -

**8 Verlag:** Springer Transport Media GmbH  
**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](http://www.verlag-heinrich-vogel.de)  
**E-mail:** [infoanzeigen@springer.com](mailto:infoanzeigen@springer.com)

- 9 Redaktion:** Chefredakteurin: Birgit Bauer  
[Birgit.Bauer@springer.com](mailto:Birgit.Bauer@springer.com)
- 10 Anzeigen:** Gesamtanzeigenleiterin: Michaela Lenz  
Anzeigenleiterin: Vivica Schendel  
[vivica.schendel@springer.com](mailto:vivica.schendel@springer.com)  
Jutta Rethmann  
Telefon: 01 80/5 26 26 18 (0,14 €/min)  
E-mail: [vertriebscenter@springer.com](mailto:vertriebscenter@springer.com)
- 11 Vertrieb:**
- 12 Bezugspreis:** Jahresabo Inland: 71,90 € zzgl. 25,00 € Versand inkl. 7% MwSt.  
Jahresabo Ausland: 71,90 € zzgl. 40,90 € Versand inkl. 7% MwSt.  
Einzelverkaufspreis: 8,00 € zzgl. 1,90 € Versand inkl. 7% MwSt.
- 13 ISSN-Nr.:** 1436-9974 (OR) 0939-0839 (BA)

	OMNIBUSREVUE	BUS AKTUELL
	2005 = 12 Ausgaben	2005 = 12 Ausgaben
Format:	210 mm (B), 280 mm (H)	300 mm (B), 420 mm (H)
Gesamtumfang:	1004 Seiten = 100,0%	212 Seiten = 100,0%
Redaktioneller Teil:	591 Seiten = 58,9%	112 Seiten = 52,8%
Anzeigenteil:	413 Seiten = 41,1%	100 Seiten = 47,2%
Stellen- und		
Gelegenheitsanzeigen:	87 Seiten = 21,1%	8 Seiten = 8,0%
Touristikanzeigen:	149 Seiten = 36,1%	31 Seiten = 31,0%
Einhefter/Durchhefter:	8 Seiten = 1,9%	0 Seiten = 0,0%
Verlagseigene Anzeigen:	55 Seiten = 13,3%	18 Seiten = 18,0%
Beilagen:	25 Stück	10 Stück

**15 Inhalts-Analyse Redaktion:** -



**16 Auflagenkontrolle: IVW**

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

(1. Juli 2005 – 30. Juni 2006)

	OMNIBUSREVUE	BUS AKTUELL
<b>Druckauflage:</b>	<b>7.250</b>	<b>7.292</b>
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)</b>	<b>6.908</b>	<b>6.983</b>
davon Ausland:	722	533
<b>Verkaufte Auflage:</b>	<b>3.569</b>	<b>3.539</b>
davon Ausland:	383	369
Abonnierte Exemplare:	3.307	3.283
davon Mitgliederstücke:	–	–
Einzelverkauf:	–	–
Sonstiger Verkauf:	262	256
<b>Freistücke:</b>	<b>3.339</b>	<b>3.444</b>
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	<b>342</b>	<b>309</b>

**18 Geographische Verbreitungs-Analyse: OMNIBUSREVUE**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	89,5	6.186
Ausland	10,5	722
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>6.908</b>

**18 Geographische Verbreitungs-Analyse: BUS AKTUELL**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	92,4	6.450
Ausland	7,6	533
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>6.983</b>



Nr.	ET	AS	DU	Themen Technik	Messen
OR 1	28.12.06	24.11.06	08.12.06	Skikoffer und Fahrradanhänger Ausrüstung für Fahrgäste mit Handicap	
BA 1	16.01.07	19.12.06	03.01.07		CMT, Stuttgart 13.01.-21.01.2007
OR 2	25.01.07	18.12.06	08.01.07	Flottenmanagement, Fahrzeugortung	
BA 2	13.02.07	24.01.07	31.01.07		CBR, München 24.02.-28.02.2007
OR 3	22.02.07	22.01.07	02.02.07	Mini und Midis	
BA 3	13.03.07	21.02.07	28.02.07		ITB, Berlin 07.03.-11.03.2007 CeBIT, Hannover 15.03.-21.03.2007
OR 4	29.03.07	23.02.07	09.03.07	Klimaanlagen	TUR, Göteborg 22.03.-25.03.2007
BA 4	10.04.07	19.03.07	26.03.07		
OR 5	26.04.07	23.03.07	04.04.07	Waschanlagen Gebrauchtwagenspiegel Supplement: <b>Werkstatt-Spezial I</b>	
BA 5	15.05.07	24.04.07	02.05.07		
OR 6	31.05.07	26.04.07	10.05.07	Tankkarten	
BA 6	12.06.07	21.05.07	29.05.07		

<b>OR 7</b>	28.06.07	25.05.07	08.06.07	Sitzkomfort und -gestaltung	
<b>BA 7</b>	17.07.07	27.06.07	04.07.07		
<b>OR 8</b>	26.07.07	26.06.07	06.07.07	RDA-Messeausgabe Supplement: <b>BUS 2007</b>	
<b>BA 8</b>	07.08.07	18.07.07	25.07.07		<b>RDA, Köln</b> 07.08.-09.08.07
<b>OR 9</b>	31.08.07	30.07.07	10.08.07	Alternative Antriebe, Coach of the Year	
<b>BA 9</b>	11.09.07	22.08.07	29.08.07	BTB-Spezial	
<b>OR 10</b>	27.09.07	28.08.07	07.09.07	Vorschau zur Busworld in Kortrijk	<b>Tour + Travel, Warschau</b> 20.09.-22.09.07
<b>BA 10</b>	16.10.07	25.09.07	02.10.07		<b>BTB, Wien Oktober 2007</b> Busworld Kortrijk 19.10.-24.10.07
<b>OR 11</b>	25.10.07	24.09.07	05.10.07	Mini und Midis Supplement: <b>Werkstatt-Spezial II</b>	<b>MIT, Paris,</b> 10.10.-12.10.07 <b>TTW/BusContact, Montreux</b> Oktober 2007
<b>BA 11</b>	13.11.07	23.10.07	30.10.07	Nachbericht von der Busworld in Kortrijk	<b>Bus &amp; Mobility, Verona</b> November 2007
<b>OR 12</b>	29.11.07	29.10.07	09.11.07	Abgasbehandlung Nachbericht von der Busworld in Kortrijk Gebrauchtwagenspiegel	<b>World Travel Market, London</b> 12.11.-15.11.2007
<b>BA 12</b>	11.12.07	20.11.07	28.11.07		
<b>OR 1/08</b>	27.12.07	22.11.07	05.12.07	Wartung und Reparatur	

ET = Erscheinungstermin, AS = Anzeigenschluss, DU = Druckunterlagenchluss



<b>1 Auflage:</b>	OR	BA
Druckauflage:	7.250	7.292
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17):	6.908	6.983

**2 Zeitschriftenformat:**

**OMNIBUSREVUE**

<b>Format:</b>	210 mm breit, 280 mm hoch
<b>Satzspiegel:</b>	185 mm breit, 250 mm hoch
<b>Spaltenzahl:</b>	4 Spalten, Spaltenbreite: 43 mm 3 Spalten, Spaltenbreite: 60 mm

**BUS AKTUELL**

<b>Format:</b>	315 mm breit, 435 mm hoch
<b>Satzspiegel:</b>	293 mm breit, 374 mm hoch
<b>Spaltenzahl:</b>	6 Spalten, Spaltenbreite: 45 mm

**3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**

Offsetdruck, Klammerheftung OR: Bei der Anlieferung digitaler Daten beachten Sie bitte unser „Datenticket für die Übernahme digitaler Daten“. Positiv-Filme (seitenverkehrt) bis 54er (OR) bzw. 48er (BA) Raster werden redigitalisiert. Bei Lithos, Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt.

**4 Termine:**

**Erscheinungsweise:** monatlich, in 14-tägigem Wechsel  
**Erscheinungstermine, Anzeigen- und Druckunterlagenchluss:** siehe Themen- und Terminplan

**5 Verlag:**

Springer Transport Media GmbH  
Hausanschrift: Neumarkter Straße 18, 81673 München  
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München  
Anzeigenabteilung:  
Meike Swoboda  
Telefon: 089/43 72-27 75, 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 152942001

**Bankverbindungen:**

Postbank München (BLZ 700 100 80); Konto-Nr. 40 10-804  
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.

## 11 Rabatte:

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

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

Alle Zuschläge werden rabattiert.

## 12 Kombinationen: –

**13 Einhefter:** nur bei OMNIBUSREVUE möglich

zweiseitig	3.105,- €
vierseitig	6.210,- €
sechseitig	9.315,- €
achtseitig	12.420,- €

(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

max. Größe: 203 mm x 275 mm

Gewicht der Beilage: Beilagenpreis je 1.000 Stück  
bis 25 g 155,- €/Tsd.  
bis 50 g 215,- €/Tsd.  
über 50 g auf Anfrage  
Anzahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5.000 Exemplaren möglich.

## 15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten 82,- €/Tsd.  
Prospekte/Warenmuster auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters.  
Benötigte Liefermenge auf Anfrage. Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise siehe nächste Seiten).

Beilagen und aufgeklebte Werbemittel werden nicht rabattiert.

## 16 Lieferanschrift für die Positionen 13 bis 15:

f&w Mediacenter  
Holzhauser Feld 2  
83361 Kienberg

(Liefervermerk: für OMNIBUSREVUE oder BUS AKTUELL Nr. ...)  
10 Muster jeweils vorab an die Anzeigenabteilung.



**8 Zuschläge: (rabattierbar)**

**8.1 Farbzuschläge:**

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

**8.2 Platzierungen:**

bindende Platzierungsvorschriften: 645,- €

**8.3 Formatzuschläge:**

Anzeigen über Bund -  
Anzeigen über Satzspiegel -

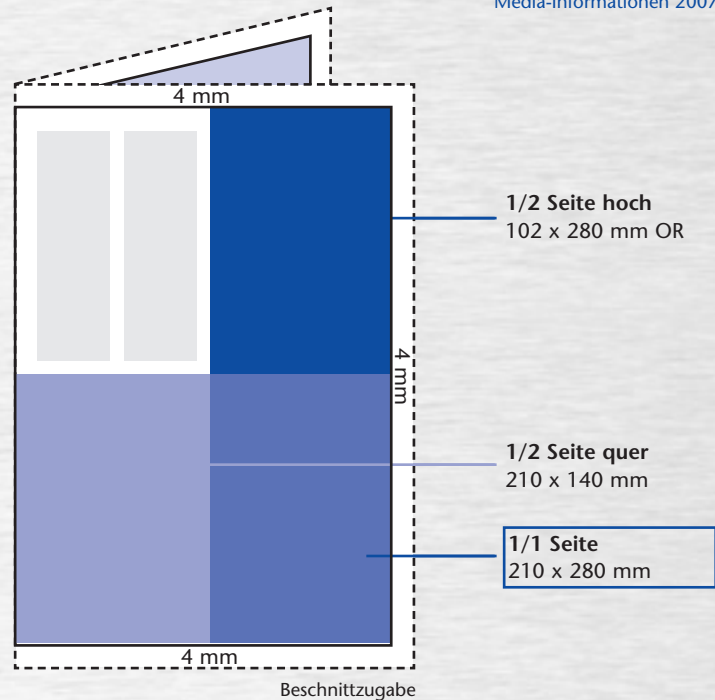
Druckunterlagenformate für angeschnittene Anzeigen: siehe rechte Grafik

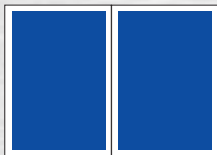
**9 Rubrikanzeigen:**

gewerbliche Anzeigen	pro mm (1 sp., 43 mm breit, sw)	3,35 €
gewerbliche Anzeigen	pro mm (1 sp., 43 mm breit, farbig)	4,60 €
private Anzeigen	pro mm (1 sp., 43 mm breit, sw)	2,85 €
private Anzeigen	pro mm (1 sp., 43 mm breit, farbig)	3,91 €
Stellengesuche	pro mm (1 sp., 43 mm breit)	1,81 €
Chiffregebühr		10,00 €

**10 Sonderwerbformen:**

siehe Preisblatt Sonderwerbformen





<b>2/1 Seite:</b>	<b>B 397 x H 250</b>
<b>2/1 Seite im Anschnitt:*</b>	<b>B 420 x H 280</b>
Grundpreis s/w	6.210,- €
farbig	8.950,- €



<b>1/1 Seite:</b>	<b>B 185 x H 250</b>
<b>1/1 Seite im Anschnitt:*</b>	<b>B 210 x H 280</b>
Grundpreis s/w	3.105,- €
farbig	4.475,- €



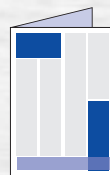
<b>1/2 Seite hoch:</b>	<b>B 90 x H 250</b>
<b>1/2 Seite im Anschnitt:*</b>	<b>B 102 x H 280</b>
<b>1/2 Seite quer:</b>	<b>B 185 x H 125</b>
<b>1/2 Seite im Anschnitt:*</b>	<b>B 210 x H 140</b>
Grundpreis s/w	1.665,- €
farbig	2.455,- €



<b>1/3 Seite hoch:</b>	<b>B 60 x H 250</b>
<b>1/3 Seite im Anschnitt:*</b>	<b>B 72 x H 280</b>
<b>1/3 Seite quer:</b>	<b>B 185 x H 85</b>
<b>1/3 Seite im Anschnitt:*</b>	<b>B 210 x H 98</b>
Grundpreis s/w	1.045,- €
farbig	1.570,- €



<b>1/4 Seite hoch:</b>	<b>B 43 x H 250</b>
<b>1/4 Seite im Anschnitt:*</b>	<b>B 57 x H 280</b>
<b>1/4 Seite quer:</b>	<b>B 185 x H 65</b>
<b>1/4 Seite im Anschnitt:*</b>	<b>B 210 x H 82</b>
<b>1/4 Seite 2spaltig:</b>	<b>B 90 x H 125</b>
Grundpreis s/w	850,- €
farbig	1.270,- €



<b>1/8 Seite 1spaltig:</b>	<b>B 43 x H 125</b>
<b>1/8 Seite 2spaltig:</b>	<b>B 90 x H 65</b>
<b>1/8 Seite 4spaltig:</b>	<b>B 185 x H 33</b>
Grundpreis s/w	465,- €
farbig	790,- €

Titelseite	5.565,- €
Umschlag	5.255,- €

\*+ 4 mm Beschnitt an allen anzuschneidenden Seiten

**8 Zuschläge: (rabattierbar)**

**8.1 Farbzuschläge:**

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

**8.2 Platzierungen:**

bindende Platzierungsvorschriften: 645,- €

**8.3 Formatzuschläge:**

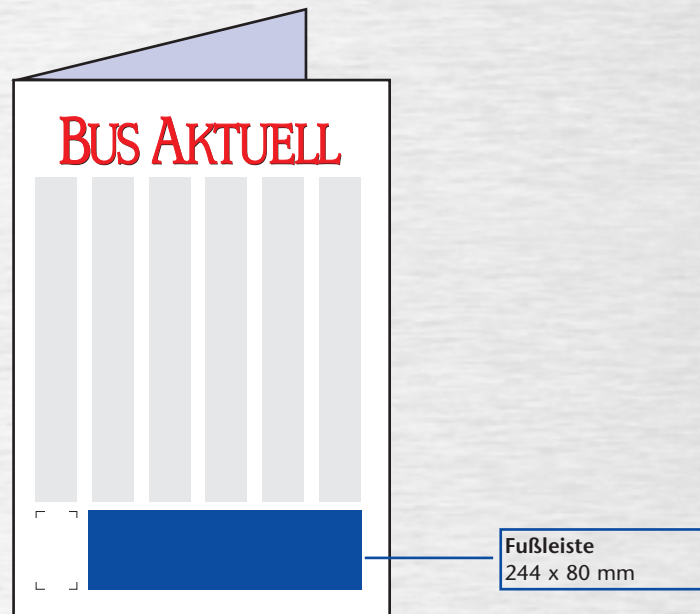
Anzeigen über Bund -  
Anzeigen über Satzspiegel -

**9 Rubrikanzeigen:**

gewerbliche Anzeigen	pro mm (1 sp., 43 mm breit, sw)	3,35 €
gewerbliche Anzeigen	pro mm (1 sp., 43 mm breit, farbig)	4,60 €
private Anzeigen	pro mm (1 sp., 43 mm breit, sw)	2,85 €
private Anzeigen	pro mm (1 sp., 43 mm breit, farbig)	3,91 €
Stellengesuche	pro mm (1 sp., 43 mm breit)	1,81 €
Chiffregebühr		10,00 €

**10 Sonderwerbformen:**

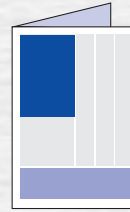
siehe Preisblatt Sonderwerbformen



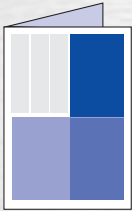


**1/1 Seite: (Zeitungsformat) B 293 x H 374**  
**1/1 Seite im Anschnitt:\* B 315 x H 435**  
Grundpreis s/w 4.290,- €  
farbig 5.320,- €

**1/1 Seite: (Magazinformate) B 185 x H 250**  
Grundpreis s/w 2.770,- €  
farbig 3.800,- €



**1/4 Seite hoch: B 144 x H 187**  
**1/4 Seite quer: B 293 x H 93**  
Grundpreis s/w 1.465,- €  
farbig 1.980,- €



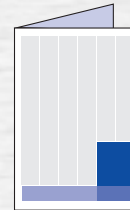
**1/2 Seite hoch: B 144 x H 374**  
**1/2 Seite quer: B 293 x H 187**  
Grundpreis s/w 2.770,- €  
farbig 3.800,- €



**1/6 Seite quer: B 293 x H 62**  
**1/6 Seite hoch: B 45 x H 374**  
Grundpreis s/w 1.155,- €  
farbig 1.525,- €



**1/3 Seite hoch: B 94 x H 374**  
**1/3 Seite quer: B 293 x H 124**  
Grundpreis s/w 2.225,- €  
farbig 2.915,- €



**1/8 Seite 2-spaltig: B 94 x H 140**  
**1/8 Seite quer: B 293 x H 46**  
Grundpreis s/w 790,- €  
farbig 1.090,- €

**Inselanzeige: 4c, 1-sp., 45 mm breit**  
je mm 21,- €

**Fußleiste: 5-sp. = 244 mm x max. 80 mm**  
3.100,- €

**PR-Anzeige: 1/1 4c 5.320 €**

\*+ 4 mm Beschnitt an allen anzuschneidenden Seiten

## 1 Web-Adresse (URL):

[www.omnibusrevue.de](http://www.omnibusrevue.de) – [www.busaktuell.de](http://www.busaktuell.de)

## 2 Kurzcharakteristik:

Umfangreiches Internet-Angebot für Entscheider in Busunternehmen. Täglich aktuelle Nachrichten und Hintergrundberichte, Recht, Datenbanken mit Suchfunktion für die Tourenplanung, Branchendaten, Gebrauchtbusbörse und vieles mehr. Meinungsführer, Berater und Entscheider des Linien- und Reisebusgewerbes.

## 3 Werbeformen und Preise:

Banner	Format (BxH) in Pixel	Preis* (TKP**)
Superbanner	728x90	42,- €
Skyscraper	120x600 oder 200x400	42,- €
Kombi-Paket	Gleichzeitige Einblendung von:	62,- €
	-Superbanner	
	-Skyscraper	
	-Contentbanner (440x40)	
Pop-Up/Under/Layer	Größe auf Anfrage	42,- €
Hockey Stick (Winkelbanner)		62,- €

\*Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

\*\*TKP: pro 1.000 Einblendungen

Weitere Formate auf Anfrage

## 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)
Kombi-Paket	Belegung beider Werbeplätze	50,- € (pro Werktag)

\*Alle Preise zzgl. gesetzl. MwSt.

\*\*TKP: pro 1.000 Abonnenten

Anzahl Newsletter-Abonnenten August 2006: 1.144

## Datenanlieferung:

Inserat im Textformat mit verlinktem Logo: 6–8 Zeilen à 72 Zeichen + Logo (ca. 150 x 150 px, max. Größe 20 KB) **oder** als Banner 650 x 150 Pixel GIF-Banner (statisch oder animiert, max. Größe 30 KB)



## 5 Online-Sonderwerbformen:

Infolines, Sponsoring, Kooperationen auf Anfrage

## 6. Datenanlieferung:

[online-inserate@springer.com](mailto:online-inserate@springer.com)

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

## Gatefolder (nur OMNIBUSREVUE)

Grundpreis und technische Daten auf Anfrage

## Aufgeklebte Tip-on-Karte\*

Preis je 1000 Stück, zzgl. Postgebühren 82,- €

## Inselanzeigen

mm-Preis, 4c, 1-sp., 45 mm breit 21,- €

## PR-Anzeigen (1/1 Seite 4c)\*

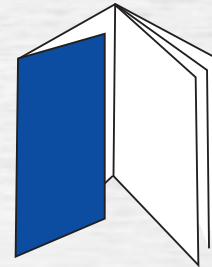
Grundpreis OMNIBUSREVUE 4.475,- €

Grundpreis BUS AKTUELL 5.320,- €

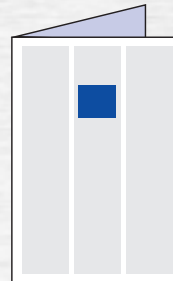
## Booklets

Grundpreis und technische Daten auf Anfrage

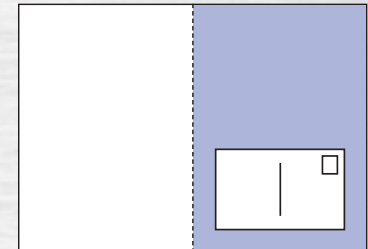
## Sonstige Sonderwerbformen auf Anfrage



Gatefolder



Inselanzeige



aufgeklebte Postkarte

\*nicht rabattfähig



**19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:**

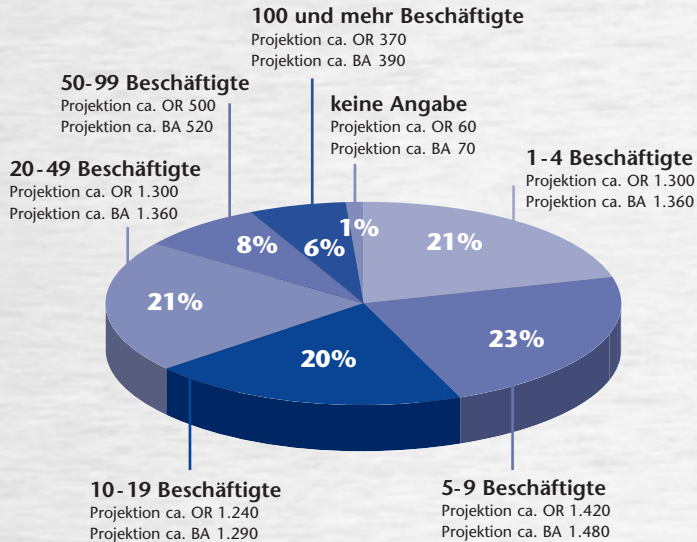
Abteilung/ Klasse	Empfängergruppen Bezeichnung lt. „Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes“	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Projektion (circa)	
			OR	BA
60.21.1	Personenbeförderung im Omnibus-Gelegenheitsverkehr	44	2.720	2.840
60.21/60.23	Personenbeförderung im Linienverkehr zu Land, sonstige Personenbeförderung im Landverkehr	27	1.670	1.740
63.3	Reisebüros und Reiseveranstalter	12	740	770
55	Gastgewerbe	6	370	390
34/50	Herstellung, Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen	4	250	260
-	Sonstige	5	310	320
-	keine Angabe	2	120	130
-	Abrundungsdifferenz		6	-
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage Inland</b>	<b>100</b>	<b>6.186</b>	<b>6.450</b>
	<b>Ausland (nicht erhoben)</b>		<b>722</b>	<b>533</b>
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland</b>		<b>6.908</b>	<b>6.983</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



## 20 Größe der Wirtschaftseinheit:

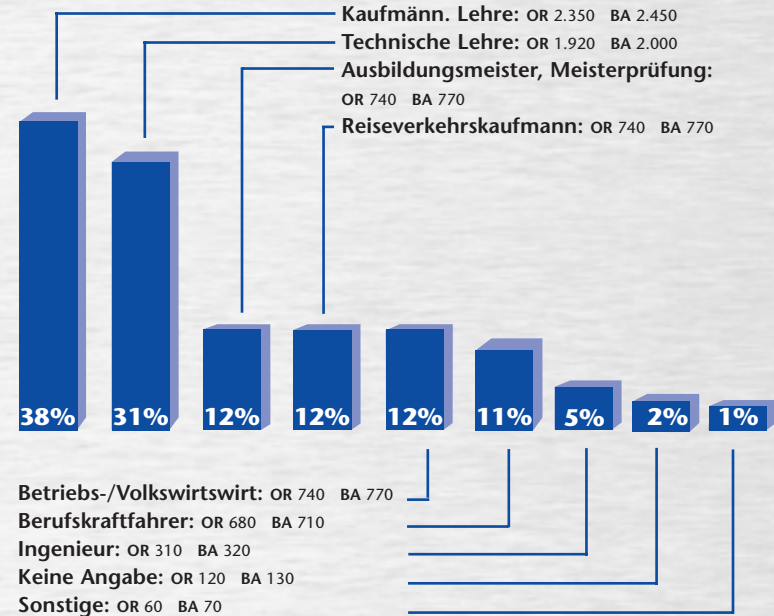
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:  
(Abrundungsdifferenz Projektion circa -4 (OR), -20 (BA))



	OR	BA
tvA Inland	6.186	6.450
Ausland (nicht erhoben)	722	533
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>6.908</b>	<b>6.983</b>

## 22.2 Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in Projektion:



Mehrfachnennungen (100% = 6.186 (OR), 6.450 (BA) Empfänger)

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

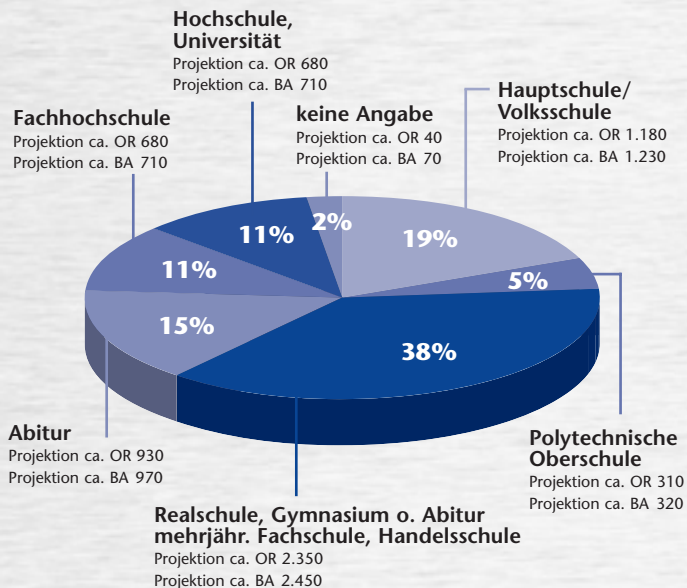
Empfänger-Struktur-Analyse



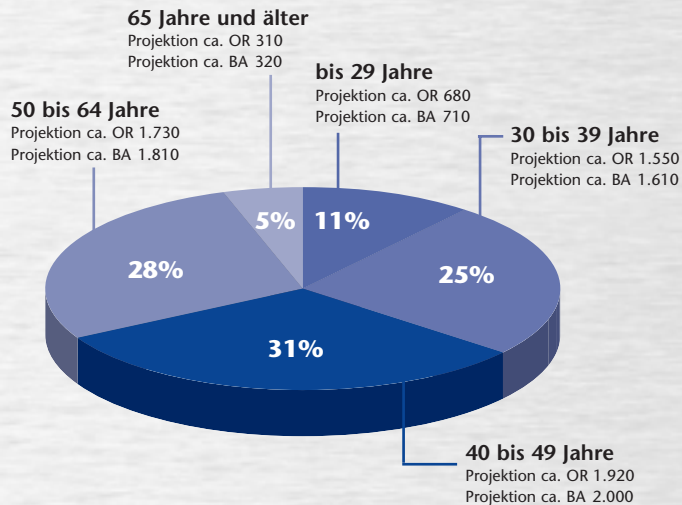
**22.1 Bildung/Ausbildung/Schulabschluss:**

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:

(Abrundungsdifferenz Projektion ca. -4 (OR), -10 (BA))



**23 Alter**



(Abrundungsdifferenz Projektion ca. -4 (OR), - (BA))

	OR	BA
tvA Inland	6.186	6.450
Ausland (nicht erhoben)	722	533
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>6.908</b>	<b>6.983</b>

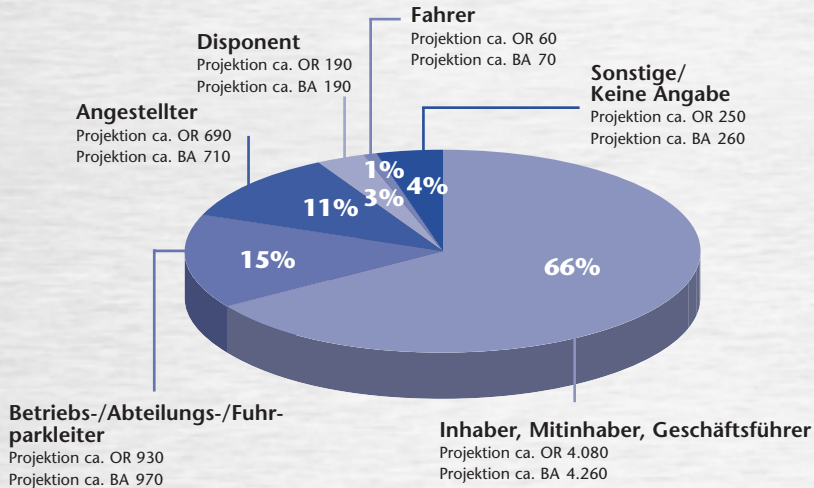
	OR	BA
tvA Inland	6.186	6.450
Ausland (nicht erhoben)	722	533
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>6.908</b>	<b>6.983</b>

## 21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:

(Abrundungsdifferenz Projektion circa -14 (OR), -10 (BA))

	OR	BA
tvA Inland	6.186	6.450
Ausland (nicht erhoben)	722	533
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>6.908</b>	<b>6.983</b>

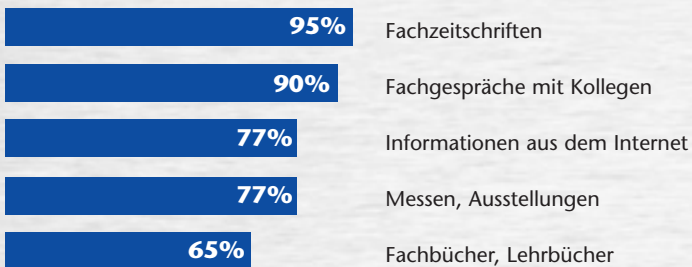


Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

4.1 Media-Profil:

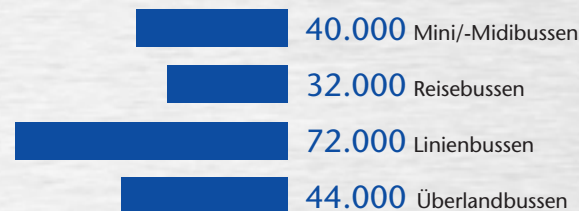
Die wichtigsten Informationsquellen:

Fachzeitschriften sind die wichtigste Informationsquelle für Omnibusunternehmer.



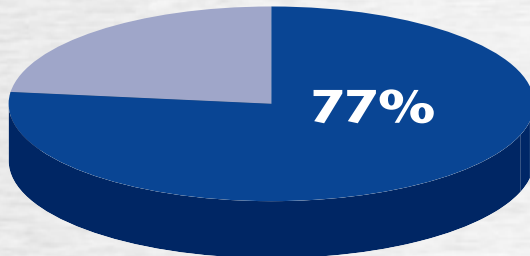
Für die nächsten **2 Jahre** ist die Anschaffung von Fahrzeugen und Kommunikationsausstattung fest eingeplant.

Mit OMNIBUSREVUE und BUS AKTUELL erreichen Sie eine Zielgruppe mit einem Fuhrpark von über:



**Absatzpotenzial pur!**

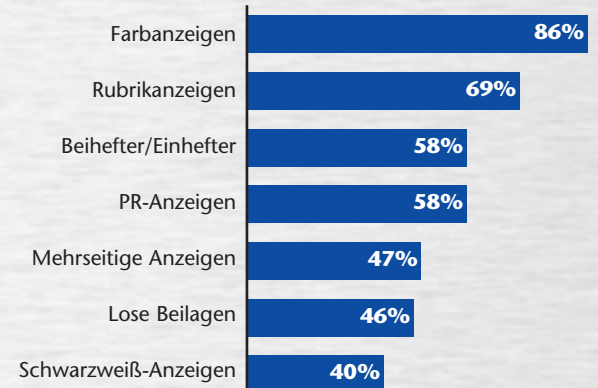
Internet:



der Empfänger von OR/BA nutzen das Internet als Informationsquelle

Auf den Typ kommt es an:

Farbanzeigen finden die höchste Beachtung



Empfängerstrukturanalyse Juli 2004/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 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:** 6.788

#### 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>3.659</b>
davon: Mitglieds-Abonnenten	-	
Normal-Abonnenten	3.659	
sonstiger Verkauf	47	
<b>Freistücke</b>	-	<b>3.082</b>
davon: ständige Freistücke	3.082	
wechselnde Freistücke	-	
Werbeexemplare	-	
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>		<b>6.788</b>
davon Bundesrepublik Deutschland	6.364	
davon Ausland	424	

### 3 Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

<b>Grundgesamtheit (tvA)</b>	<b>6.788</b>	<b>= 100,0%</b>
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	471	= 6,9%
Empfänger Ausland	-	
Ständige Freistücke	-	
Werbeexemplare	-	
Sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Einzelverkauf etc.)	47	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):	6.317	= 93,1%

### 3.2 Tag der Datei-Auswertung: 06. März 2004

### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger (530 Adressen – Abonnetten und Wechselversand).

<b>Ausgangs-Stichprobe</b>	<b>530 Fälle = 100,0%</b>
Stichprobenneutrale Ausfälle	
Außerhalb der Zielgruppe	23 Fälle = 4,3%
Kein Empfänger ermittelbar	26 Fälle = 4,3%
Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	18 Fälle = 3,4%
<b>Ausfälle gesamt:</b>	<b>67 Fälle = 12,6%</b>
<b>Brutto-Stichprobe:</b>	<b>463 Fälle = 100,0%</b>
Stichprobenrelevante Ausfälle	
Zielperson nicht erreicht	47 Fälle = 10,2%
Zielperson verweist/krank	18 Fälle = 3,9%
Beantwortung der Fragen verweigert	53 Fälle = 11,4%
Kein Termin möglich	15 Fälle = 3,2%
	133 Fälle = 28,7%
<b>Netto (auswertbare Fälle):</b>	<b>330 Fälle = 71,3%</b>

### 3.4 Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit werden die Fachzeitschriften an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der Empfänger von **OMNIBUSREVUE/BUS AKTUELL** im 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 13. März bis zum 13. Juli 2004.

### 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.

# Daten-Ticket

Stand: Februar 2006

## 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:

OMNIBUSREVUE **BUS AKTUELL**

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](http://www.stuertz.de) unter „Sie & Wir“.
- Bitte liefern Sie nur druckfähige PDF-Dateien in der Größe des Anzeigenformats (ohne weiße Ränder).
- 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](ftp://ftp.stuertz.de) (Benutzername und Passwort bitte per E-Mail anfordern)  
ISDN (Leonardo): 0931/385-415  
E-Mail: [gecont@stuertz.de](mailto:gecont@stuertz.de)  
Fax: 0931/385-383

---

### Ansprechpartner

Stürtz GmbH  
Science / Anja Eichelbrönner  
Alfred-Nobel-Str. 33  
97080 Würzburg  
Tel.: 09 31/3 85-2 30



**für Anzeigen und Beilagen und Online-Werbeformen Juli 2006**

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten für alle Anzeigenaufträge, die der Springer Transport Media GmbH (Verlag) in Auftrag gegeben werden.

- 1. Anzeigenauftrag** im Sinne dieser Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über Schaltung einer oder mehrerer Anzeigen, Fremdbeilagen oder sonstiger Werbemittel (inkl. Online-Werbeformen) unter Beachtung der von dem Verlag angebotenen Rabattstaffeln, wobei die rechtsverbindlichen Anzeigenaufträge jeweils erst durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande kommen. Aufträge für Gelegenheitsanzeigen können aus zeitlichen Gründen nicht bestätigt werden.
- 2. Abruf** ist die Aufforderung des Auftraggebers an den Verlag, auf Grundlage des Anzeigenauftrags eine konkrete Anzeige, Fremdbeilage oder sonstiges Werbemittel (inkl. Online-Werbeformen) zu veröffentlichen. Der Auftraggeber sendet dazu die für die Produktion erforderlichen Texte und Vorlagen rechtzeitig vor Anzeigenschluss an den Verlag.
- 3. Aufträge** für Anzeigen können persönlich, telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per Internet aufgegeben werden. Bei telefonisch aufgegebenen Aufträgen oder Änderungen von Anzeigenaufträgen haftet der Verlag nicht für Übermittlungsfehler.
- 4. Beilagenaufträge:** Diese Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beilagen (Beikleber, Beihefter, Warenmuster, etc.) oder technische Sonderausführungen. Beilagenaufträge werden grundsätzlich vom Verlag erst nach Vorlage eines Musters angenommen.
- 5. Abruf eines Auftrags:** Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind Anzeigen innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist vertraglich 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. Der Auftraggeber ist berechtigt innerhalb der vereinbarten bzw. der in Satz 1 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigemenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen abzurufen. Wurden keine gesonderten Konditionen vereinbart, gilt die Preisliste.
- 6. Ablehnung von Aufträgen:** Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Sinngemäß gilt dies auch auf Online-Werbeformen.
- 7. Rücktritt vom Vertrag:** Soweit der Verlag im Rahmen eines Geschäftsbesorgungsverhältnisses für Dritte tätig wird (z. B. der Akquisition von Anzeigenkunden für Dritte) behält sich der Verlag das Recht zum Rücktritt vom Vertrag vor, falls der Dritte ein sachlich begründetes Veto gegen den Anzeigenauftrag einlegt. Bereits gezahltes Entgelt wird erstattet. Für einen darüber hinaus gehenden Schaden wird nicht gehaftet.
- 8. Anzeigenschluss:** Die in den Preislisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend, anzupassen.
- 9. Kündigung von Aufträgen/Höhere Gewalt:** Anzeigenaufträge können nur schriftlich, auch per Telefax und E-Mail gekündigt werden. Ist die Anzeige bereits in Druck gegeben, hat der Auftraggeber die Anzeige zu bezahlen. Andernfalls kann der Verlag die Erstattung der bis zur Kündigung angefallenen Kosten nach den gesetzlichen Vorschriften verlangen. Der Verlag wird im Falle höherer Gewalt und bei vom Verlag unverschuldeten Arbeitskämpfen von der Verpflichtung zur Auftragsbefreiung freigegeben.

**22. Abweichende Preise:** Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven, sowie für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden, kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.

**23. Rabattzusammenschlüsse:** Für die Gewährung eines Rabattzusammenschlusses für konzernangehörige Firmen ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 75% erforderlich.

**24. Auflagenminderung:** Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn sie bei einer Auflage („Garantieauflage“) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v.H. und bei einer Auflage („Garantieauflage“) von über 500.000 Exemplaren 5 v.H. überschreitet. Die der Garantie zugrunde gelegte Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IVW. Sie errechnet sich aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale für das Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als selbstständige Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde. Voraussetzung für einen Anspruch auf Preisminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengenstaffel und für mindestens drei Ausgaben. Ein Rückvergütungsanspruch besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.500 EUR beträgt. Darüber hinaus sind Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Verlag zurücktreten konnte.

**25. Anzeigenrechnungen** sind, falls keine Vorauszahlung vereinbart ist, innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen, vom Empfang der Rechnung an laufende Frist zu bezahlen. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages sowie die Mahn- und Inkassokosten 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 offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Anzeigenrechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.

**26. Gewährleistung:** Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach dem Erscheinen der Anzeige reklamieren. Die Übersendung von mehr als zwei 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 behält sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vor.

Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, verweigert er die Nacherfüllung, ist dem Verlag die Nacherfüllung nicht zumutbar oder schlägt sie fehl, so hat der Auftraggeber das Recht vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Eventuell entstehende Mehrkosten, z.B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für den Maschinenstillstand, werden berechnet. Gewährleistungsansprüche verjähren mit Ablauf des 31. Dezember des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Jahres.

Schadensersatzansprüche aus diesem Grund bestehen nicht. Sind jedoch bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme) die Aufträge mit 80% der garantierten verkauften Auflage erfüllt, so hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.

**10. Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder Internet-Seite veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.

**11. Druckunterlagen:** Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlages zu entnehmen. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen 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 Druckunterlage gegebenen Möglichkeiten. Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige.

**12. Abdruckhöhe von Anzeigen:** Sind keine besonderen Größenvorschriften vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelegierten Druckunterlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigehöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.

**13. Redaktionell gestaltete Anzeigen/Textteil-Anzeigen:** Die Aufmachung und Kennzeichnung redaktionell gestalteter Anzeigen ist rechtzeitig vor Erscheinen mit dem Verlag abzustimmen. Der Verlag ist berechtigt, Anzeigen deutlich mit dem Wort „Anzeige“ zu versehen, die nicht als solche zu erkennen sind.

**14. Probeabzüge** werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.

**15. Haftung für die Inhalt der Anzeige:** Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Anzeige zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Anzeigenaufträge daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Auftraggeber, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegenanstellung zu tragen, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifes.

**16. Anzeigenbeleg:** Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. 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 Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige. Originalbelege werden nur gegen Berechnung geliefert.

**17. Chiffreanzeigen:** Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um Einschreibesendungen und Eilbriefe handelt. 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. Der Auftraggeber kann den Verlag berechneten, Zuschriften auf Ziffernanzeigen zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

**18. Errechnung Abnahmehöhe:** Bei der Errechnung der Abnahmehöhe werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

**9. Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, die zusätzliche Satz-, Litho- und Filmkosten verursachen.

**20. Nachlässe:** 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.

**21. Preisänderungen:** Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungsdatum des neuen Tarifs in Kraft.

**27. Haftung:** Der Verlag haftet für Schäden, gleich aus welchem Rechtsgrund, einschließlich unerlaubter Handlung nur, soweit sie.

**27.1.** durch schuldhaftes Verletzung vertragswesentlicher Pflichten (sog. Kardinalpflichten) durch den Verlag in einer das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder

**27.2.** auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz seitens des Verlages zurückzuführen sind.  
Haftet der Verlag gemäß Ziff. 27.1. für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die Haftung des Verlages auf den vertragstypischen Schaden beschränkt, mit dessen Entstehen der Verlag bei Auftragserteilung aufgrund der ihm zu diesem Zeitpunkt bekannten Umstände rechnen musste. Haftet der Verlag gem. Ziff. 27.1. oder Ziff. 27.2. für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Geschäftsführer oder leitende Angestellte des Verlages sind, ist die Haftung des Verlages ebenfalls auf den vorgenannten Höchstbetrag begrenzt. Für mittelbare Schäden, Mangelgeschäden, entgangenen Gewinn oder den Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit von Geschäftsführern oder leitenden Angestellten des Verlages zurückzuführen sind. Der vorstehende Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gilt auch für Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlages. Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.

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

**29. Speicherung von Kundendaten:** Der Verlag speichert im Rahmen der Geschäftsbeziehungen die Kundendaten mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung nach den Bestimmungen des Bundesdatenschutzgesetzes.

**30. Erfüllungsort** ist der Sitz des Verlages, derzeit München.

**31. Gerichtsstand** für Klagen im Geschäftsverkehr mit Kaufleuten, juristischen Personen des öffentlichen Rechts oder öffentlich-rechtlichem Sondervermögen ist der Sitz des Verlages, derzeit München. 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 deutschen Gesetzgebers verlegt, ist als Gerichtsstand ebenfalls der Sitz des Verlages vereinbart.

**32. Anwendbares Recht:** Es gilt deutsches Recht.

**Zusätzliche Geschäftsbedingungen für die digitale Übermittlung von Anzeigen-Druckvorlagen und Online-Werbeformen Juli 2006**

Werden Druckvorlagen oder Online-Werbeformen digital, also durch Datenträger (z.B. Diskette, CD-ROM, Cartridges) oder durch Fernübertragung (z.B. ISDN, eMail) papierlos an den Verlag übermittelt, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:

- 1. Dateiformat:** Anzeigenvorlagen sollen nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien (z.B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) ablehnen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt werden.
- 2. Creatives für die angebotenen Online-Werbeformen** müssen vom Auftraggeber nach Absprache in geeigneten Dateiformaten angefertigt werden. Größenbeschränkungen der einzelnen Online-Werbeformen sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angelegte Dateien.
- 3. Zusammengehörende Dateien** sind vom Kunden in einem gemeinsamen Verzeichnis (Ordner) zu senden bzw. zu speichern.
- 4. Farbanzeigen:** Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mit Fogra Medienkeil auf Zeitungspapier mitzuliefern. Anderenfalls bestehen keine Ersatzansprüche des Auftraggebers wegen etwaiger Farbabweichungen beim Anzeigendruck.
- 5. Computerviren:** Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entständen. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche gegen den Auftraggeber vor, falls die Computerviren beim Verlag weiteren Schaden verursachen.
- 6. Ansprüche wegen fehlerhafter Veröffentlichung:** Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und Online-Werbeformen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
- 7. Datenträger:** An den Verlag übermittelte Disketten oder CD-ROM mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Versandgebühr von 5,00 EUR an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurück gesendet.



**Vivica Schendel**  
Anzeigenleiterin  
Tel. 0 89/43 72-22 21  
vivica.schendel@springer.com



**Elisabeth Huber**  
Mediaberaterin  
Technikanzeigen  
Tel. 0 89/43 72-23 52  
Fax 0 89/43 72-23 98  
elisabeth.huber@springer.com



**Meike Swoboda**  
Mediaberaterin  
Technikanzeigen  
Tel. 0 89/43 72-27 75  
Fax 0 89/43 72-23 98  
meike.swoboda@springer.com



**Annika Gradelewski**  
Anzeigenverwaltung  
Tel. 0 89/43 72-22 72  
Fax 0 89/43 72-21 58  
annika.gradelewski@springer.com

**OMNIBUSREVUE und BUS AKTUELL bieten mehr:**

- Kostenloser Mediaservice
- Repräsentative Empfängerstrukturanalysen
  - Auflagenstruktur-Poster
  - 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](http://www.mediacentrum.de)**

**Springer Transport Media GmbH** • Neumarkter Straße 18 • 81673 München

Telefon 089/43 72-22 24 • Fax 089/43 72-23 98 • [anzeigen-vhv@springer.com](mailto:anzeigen-vhv@springer.com) • [www.omnibusrevue.de](http://www.omnibusrevue.de) • [www.busaktuell.de](http://www.busaktuell.de) • [www.busmarkt.de](http://www.busmarkt.de)

OMNIBUSREVUE

BUS AKTUELL

verkehrs-**UN**  
RUNDschau

LOGISTIK

Gefahr/gut

Trucker

BUSFahrer

Fahrschule

TAXI

Nutzfahrzeug  
KATALOG

TruckMarket

KEP

Werkstatt

AUTOHAUS

AUTO  
SERVICE  
PRAXIS

Autoflotte

GW-trends