



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

BUS AKTUELL und OMNIBUSREVUE sind eine unverzichtbare Informationsquelle für die Busbranche mit intensiver Hefennutzung. 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\*

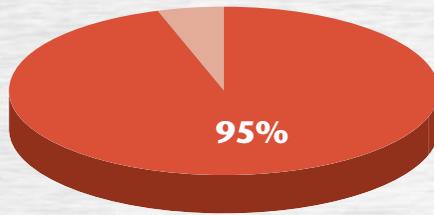
**BA 30 Minuten** pro Ausgabe im Durchschnitt\*

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

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

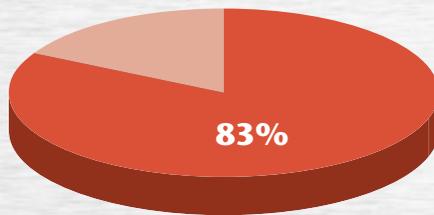
\* Empfängerstrukturanalyse Juli 2004/TNS EMNID, Bielefeld (tvA)





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 16 Jahren in 14-täglichen 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, Schweiz und in anderen europäischen Ländern für seine Entscheidung nutzt.

- 2 Erscheinungsweise:** monatlich (im 14 täglichen Wechsel)
- 3 Jahrgang:** 57. Jahrgang 2006 (OR) 17. Jahrgang 2006 (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:** Verlag Heinrich Vogel GmbH Fachverlag  
**Postanschrift:** Postfach 80 20 20, 81620 München  
**Hausanschrift:** Neumarkter Straße 18, 81664 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:** [anzeigen-vhv@springer.com](mailto:anzeigen-vhv@springer.com)

- 9 Redaktion:** Chefredakteurin: Birgit Bauer  
[birgit.bauer@springer.com](mailto:birgit.bauer@springer.com)
- 10 Anzeigen:** Gesamtanzeigenleiter: Stefan Waldeisen  
Anzeigenleiter: Christian M. Rosner  
[christian.rosner@springer.com](mailto:christian.rosner@springer.com)  
Jutta Rethmann  
Telefon: 01 80/5 26 26 18 (0,12 €/min)  
E-mail: [vertriebsservice@springer.com](mailto:vertriebsservice@springer.com)
- 11 Vertrieb:**
- 12 Bezugspreis:**  
 Jahresabo Inland: 72,80 € zzgl. 22,10 € Versand inkl. 7% MwSt.  
 Jahresabo Ausland: 72,80 € zzgl. 38,00 € Versand inkl. 7% MwSt.  
 Einzelverkaufspreis: 8,00 € zzgl. 1,90 € Versand inkl. 7% MwSt.
- 13 ISSN-Nr.:** 1436-9974 (OR) 0939-0839 (BA)
- 14 Umfangs-Analyse:**

	OMNIBUSREVUE	BUS AKTUELL
	2004 = 12 Ausgaben	2004 = 13 Ausgaben
Format:	210 mm (B), 280 mm (H)	300 mm (B), 420 mm (H)
Gesamtumfang:	992 Seiten = 100,0%	224 Seiten = 100,0%
Redaktioneller Teil:	563 Seiten = 56,8%	118 Seiten = 52,7%
Anzengenteil:	429 Seiten = 43,2%	106 Seiten = 47,3%
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:	102 Seiten = 23,8%	12 Seiten = 11,3%
Touristikanzeigen:	157 Seiten = 36,6%	39 Seiten = 36,8%
Einhefter/Durchhefter:	8 Seiten = 1,9%	0 Seiten = 0,0%
Verlagseigene Anzeigen:	31 Seiten = 7,2%	12 Seiten = 11,3%
Beilagen:	15 Stück	8 Stück

**15 Inhalts-Analyse Redaktion:** -



**16 Auflagenkontrolle: IVW**

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

(1. Juli 2004 – 30. Juni 2005)

	OMNIBUSREVUE	BUS AKTUELL
<b>Druckauflage:</b>	<b>7.042</b>	<b>7.042</b>
<b>Tatsächlich verbreitete</b>		
<b>Auflage: (TvA)</b>	<b>6.806</b>	<b>6.700</b>
davon Ausland:	484	538
<b>Verkaufte Auflage:</b>		
davon Ausland:	381	380
Abonnierte Exemplare:	3.496	3.478
davon Mitgliederstücke:	–	–
Einzelverkauf:	–	–
Sonstiger Verkauf:	217	222
<b>Freistücke:</b>	<b>3.093</b>	<b>3.000</b>
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>		
	<b>236</b>	<b>342</b>

**18 Geographische Verbreitungs-Analyse: OMNIBUSREVUE**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	92,9	6.322
Ausland	7,1	484
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)</b>		
	<b>100,0</b>	<b>6.806</b>

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

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	92,0	6.162
Ausland	8,0	538
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)</b>		
	<b>100,0</b>	<b>6.700</b>



Media-Informationen 2006

Nr.	ET	AS	DU	Themen Touristik	Messetermine
OR 1	29.12.05	25.11.05	09.12.05	Bergwerke, Höhlen + Grotten Bus + Blume Länderspiegel Skandinavien Städteportrait Berlin Regionenspecial Wolfsburg	<b>Internationale Nutzfahrzeug-Ausstellung, Brüssel</b> Januar 2006
BA 1	17.01.06	20.12.05	03.01.06		<b>CMT, Stuttgart,</b> 14.01.-22.01.2006
OR 2	26.01.06	19.12.05	09.01.06	Fährverbindungen Nord/Ostsee + Mittelmeer Freizeit- und Erlebnisparks I Regionenspecial Bayerischer Wald + Glasstraße Regionenspecial Wien	
BA 2	14.02.06	24.01.06	31.01.06		<b>CBR, München,</b> 18.02.-22.02.2006
OR 3	23.02.06	24.01.06	06.02.06	Fernreisen Eisenbahnen + Nostalgiezüge Flusskreuzfahrten Länderspiegel Baltikum	
BA 3	07.03.06	13.02.06	20.02.06		<b>ITB, Berlin</b> 08.03.-12.03.2006 <b>CeBIT, Hannover</b> 09.03.-15.03.2006
OR 4	30.03.06	24.02.06	13.03.06	Sportevents Binnenschifffahrt Bergbahnen Hochprozentiges Länderspiegel Kroatien	<b>TUR, Göteborg,</b> 23.03.-26.03.2006
BA 4	11.04.06	22.03.06	28.03.06		
OR 5	27.04.06	23.03.06	06.04.06	Freilichttheater + Historische Spektakel Werksverkauf + Outlet-Center Incentives - Wohin geht der Trend? Länderspiegel Schweiz Länderspiegel Slowenien	
BA 5	16.05.06	25.04.06	02.05.06		<b>Reifen, Essen</b> 23.05.-26.05.2006
OR 6	26.05.06	24.04.06	08.05.06	UNESCO-Weltkulturerbestätten Bier + Bus Länderspiegel Ungarn Regionenspecial Tirol Regionenspecial Dresden + Sächsische Schweiz	

<b>BA 6</b>	13.06.06	22.05.06	29.05.06	Jugendreisen, Glücksspiel Regionenspecial Leipzig Regionenspecial Kärnten Regionenspecial Salzburg + Salzburger Land	
<b>OR 7</b>	29.06.06	29.05.06	12.06.06		
<b>BA 7</b>	11.07.06	21.06.06	27.06.06	Vorschau RDA-Workshop Weihnachtsmärkte I Metropolen am Rhein <b>Supplement: BUS 2006</b>	
<b>OR 8</b>	27.07.06	27.06.06	10.07.06		
<b>BA 8</b>	08.08.06	19.07.06	24.07.06		<b>RDA, Köln, 08.08.-10.08.2006</b>
<b>OR 9</b>	31.08.06	31.07.06	11.08.06	Musicals + Varietés, Wein + Sekt Weihnachtsmärkte II Länderspiegel Tschechien Länderspiegel Südtirol	<b>automechanika, Frankfurt 12.09.-17.09.2006 IAA, Hannover 21.09.-28.09.2006 Tour + Travel, Warschau, September 2006</b>
<b>BA 9</b>	12.09.06	23.08.06	29.08.06	<b>BTB-Spezial</b>	
<b>OR 10</b>	28.09.06	29.08.06	11.09.06	Wintersport, Burgen + Schlösser Freizeit- und Erlebnisparks II Länderspiegel Frankreich Regionenspecial Steiermark	<b>BTB, Wien, Oktober 2006 MIT, Paris, Oktober 2006</b>
<b>BA 10</b>	10.10.06	19.09.06	25.09.06		
<b>OR 11</b>	26.10.06	23.09.06	09.10.06	Wellness: Bäder + Thermen Kunst, Kultur und Museen Bildungs- und Kulturreisen Anbieter von Reiseführern	<b>FIAA, Madrid 14.11.-17.11.2006 World Travel Market, London, 06.11.-09.11.2006</b>
<b>BA 11</b>	14.11.06	24.10.06	30.10.06	Messen, Tagungen + Kongresse Hochseekreuzfahrten Bus + Billigflieger Länderspiegel Russland + Ukraine	
<b>OR 12</b>	30.11.06	30.10.06	13.11.06		
<b>BA 12</b>	12.12.06	22.11.06	28.11.06	Länderspiegel Skandinavien Bergwerke, Höhlen + Grotten Bus + Blume	
<b>OR 1/05</b>	28.12.06	24.11.06	08.12.06		

ET = Erscheinungstermin, AS = Anzeigenschluss, DU = Druckunterlagenschluss



**1 Auflage:**

	OR	BA
Druckauflage:	7.042	7.042
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17):	6.806	6.700

**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 Merkblatt „Richtlinien 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, im 14 täglichen Wechsel  
**Erscheinungstermine, Anzeigen- und Druckunterlagenchluss:** siehe Termin- und Themenplan

**5 Verlag:**

Verlag Heinrich Vogel GmbH Fachverlag  
Hausanschrift: Neumarkter Straße 18, 81673 München  
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München  
Anzeigenabteilung:  
Heike Zeiler  
Telefon: 089/43 72-28 96, 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.

### 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.

### 12 Kombinationen: –

### 13 Einhefter: nur bei OMNIBUSREVUE möglich

zweiseitig	1.925,- €
vierseitig	3.850,- €
sechsstufig	5.775,- €
achtseitig	7.700,- €

(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

OMNIBUSREVUE: max. Größe: 203 mm x 275 mm

BUS AKTUELL: max. Größe: 293 mm x 374 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:

auf Anfrage

(Liefervermerk: für OMNIBUSREVUE 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: 515,- €

**8.3 Formatzuschläge:**

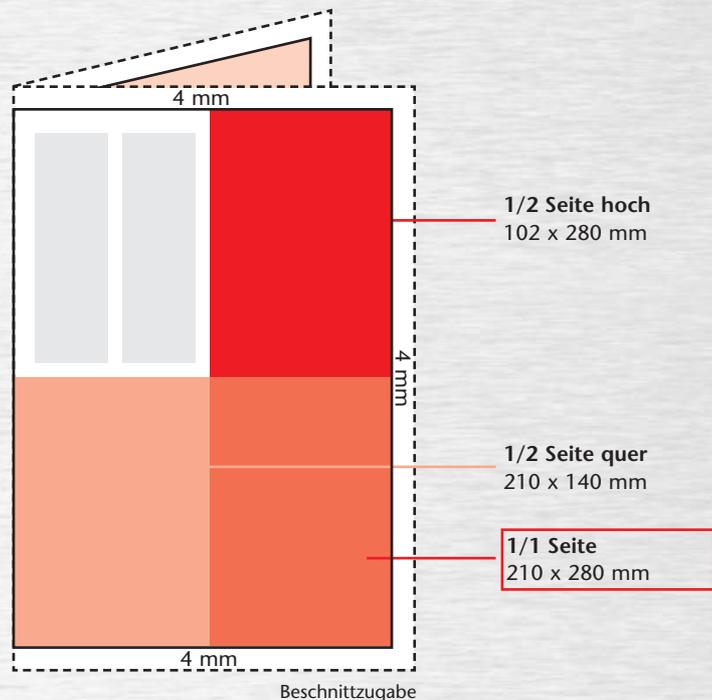
Anzeigen über Bund –  
 Anzeigen über Satzspiegel –  
 Druckunterlagenformate für angeschnittene Anzeigen: siehe rechte Grafik

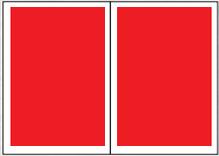
**9 Rubrikanzeigen:**

–

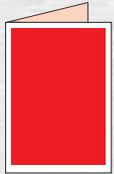
**10 Sonderwerbformen:**

siehe Preisblatt Sonderwerbformen

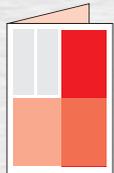




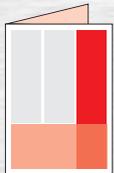
**2/1 Seite: B 397 x H 250**  
**2/1 Seite im Anschnitt:\* B 420 x H 280**  
Grundpreis s/w 3.850,- €  
farbig 5.485,- €



**1/1 Seite: B 185 x H 250**  
**1/1 Seite im Anschnitt:\* B 210 x H 280**  
Grundpreis s/w 1.925,- €  
farbig 2.745,- €



**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 1.150,- €  
farbig 1.610,- €



**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 740,- €  
farbig 1.150,- €



**1/4 Seite hoch: B 43 x H 250**  
**1/4 Seite im Anschnitt:\* B 57 x H 280**  
**1/4 Seite quer: B 185 x H 65**  
**1/4 Seite im Anschnitt:\* B 210 x H 82**  
**1/4 Seite 2spaltig: B 90 x H 125**  
Grundpreis s/w 580,- €  
farbig 820,- €



**1/8 Seite 1spaltig: B 43 x H 125**  
**1/8 Seite 2spaltig: B 90 x H 65**  
**1/8 Seite 4spaltig: B 185 x H 33**  
Grundpreis s/w 295,- €  
farbig 415,- €

Titelseite 5.455,- €  
Umschlag 3.375,- €

\*+ 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: 515,- €

**8.3 Formatzuschläge:**

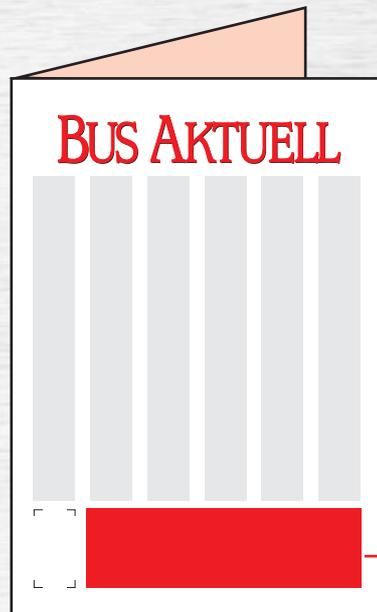
Anzeigen über Bund -  
Anzeigen über Satzspiegel -

**9 Rubrikanzeigen:**

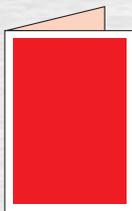
-

**10 Sonderwerbformen:**

siehe Preisblatt Sonderwerbformen



**Fußleiste**  
244 x 80 mm



**1/1 Seite: B 293 x H 374 (Zeitungsformat)**

**1/1 Seite im Anschnitt:\* B 315 x H 435**

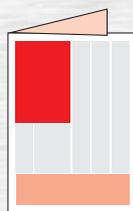
Grundpreis s/w 3.670,- €

farbig 4.590,- €

**1/1 Seite: B 185 x H 250 (Magazinformate)**

Grundpreis s/w 1.845,- €

farbig 2.740,- €

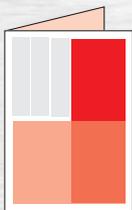


**1/4 Seite hoch: B 144 x H 187**

**1/4 Seite quer: B 293 x H 93**

Grundpreis s/w 940,- €

farbig 1.400,- €



**1/2 Seite hoch: B 144 x H 374**

**1/2 Seite quer: B 293 x H 187**

Grundpreis s/w 1.845,- €

farbig 2.740,- €

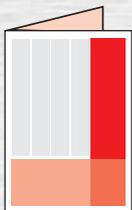


**1/6 Seite quer: B 293 x H 62**

**1/6 Seite hoch: B 45 x H 374**

Grundpreis s/w 665,- €

farbig 1.010,- €

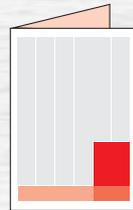


**1/3 Seite hoch: B 94 x H 374**

**1/3 Seite quer: B 293 x H 124**

Grundpreis s/w 1.240,- €

farbig 1.860,- €



**1/8 Seite 2-spaltig: B 94 x H 140**

**1/8 Seite quer: B 293 x H 46**

Grundpreis s/w 500,- €

farbig 725,- €

**Fußleiste: B 244 x H 80 2.330,- €**

## 1 Web-Adresse (URL):

www.omnibusrevue.de – www.busaktuell.de – www.busmarkt.com

## 2 Kurzcharakteristik:

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

## 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) <sup>1)</sup>
Kombi-Paket <sup>2)</sup>	778x90+200x400+400x40	60,- €

<sup>1)</sup> nur in Verbindung mit Kombi-Paket möglich

<sup>2)</sup> 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	36,- € (pro Werktag)	26,- € (pro Werktag)

Mindestbuchung: 5 Inserate

Anzahl Newsletter-Abonnenten August 2005: 1.076

## 5 Online-Sonderwerbformen:

Infolines, Sponsoring, Kooperationen auf Anfrage.

## Print-Online-Kombi Bustouristik

**Print:** 2 Zeilen einspaltig in 12 Ausgaben von BUS AKTUELL unter „Touristikpartner im www“

**Online:** Premiueintrag mit Adresdaten, Logo, E-Mail- und Internetadresse, jeweils verlinkt, für 12 Monate unter „Touristikplaner“

**Preis:** 199,- €

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

## 6 Ansprechpartner:

Christian Plagge

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

Christian.Plagge@springer.com

## 7. Datenanlieferung:

online-inserate@springer.com



### 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 14,- €

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

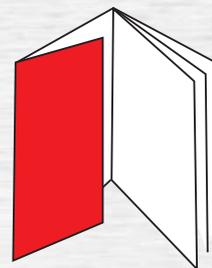
Grundpreis OMNIBUSREVUE 2.745,- €

Grundpreis BUS AKTUELL 4.590,- €

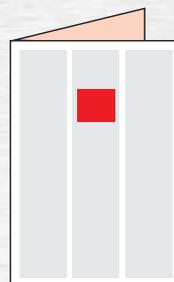
### Booklets

Grundpreis und technische Daten auf Anfrage

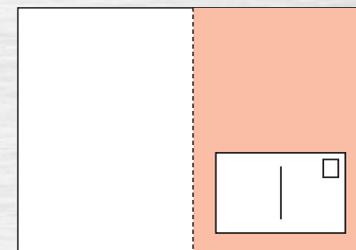
### Sonstige Sonderwerbformen auf Anfrage



Gatefolder



Inselanzeige



aufgeklebte Postkarte

\*nicht rabattfähig



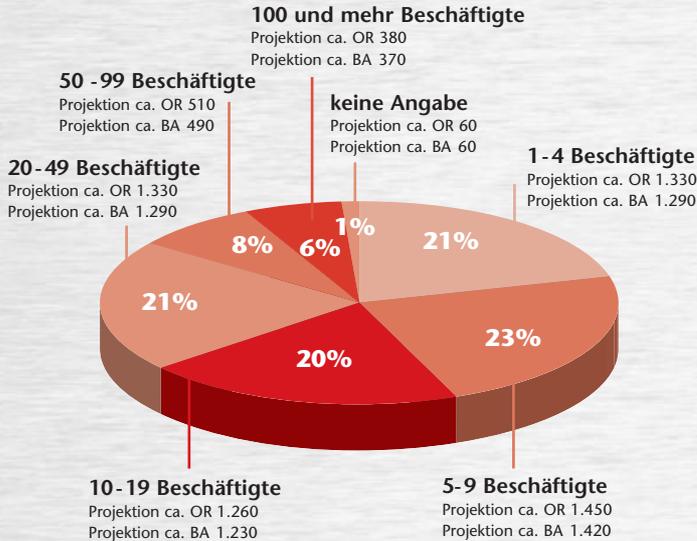
**19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:**

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	2.780	2.710
60.21/60.23	Personenbeförderung im Linienverkehr zu Land, sonstige Personenbeförderung im Landverkehr	27	1.710	1.660
63.3	Reisebüros und Reiseveranstalter	12	760	740
55	Gastgewerbe	6	380	370
34/50	Herstellung, Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen	4	250	250
-	Sonstige	5	320	310
-	keine Angabe	2	130	120
-	Abrundungsdifferenz		-8	2
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage Inland</b>		<b>100</b>	<b>6.322</b>	<b>6.162</b>
<b>Ausland (nicht erhoben)</b>			<b>484</b>	<b>538</b>
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland</b>			<b>6.806</b>	<b>6.700</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

## 20 Größe der Wirtschaftseinheit:

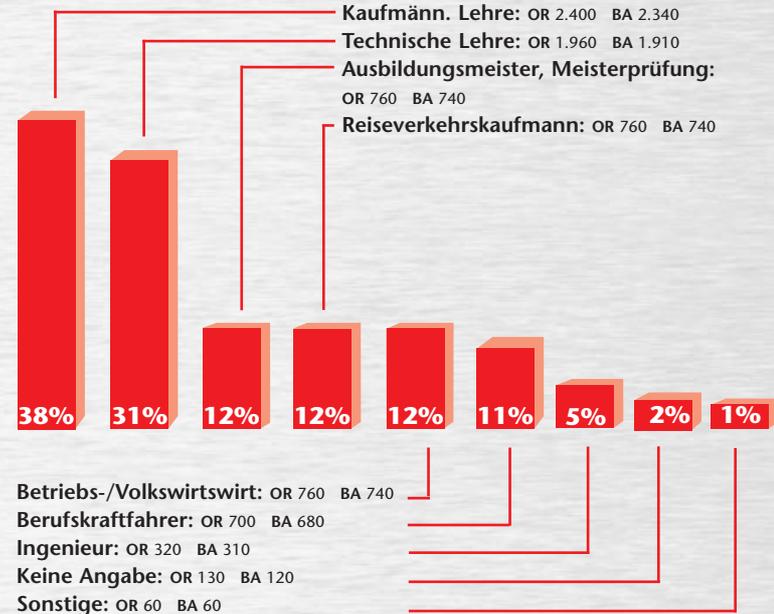
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:  
(Abrundungsdifferenz Projektion circa 2 (OR), 12(BA))



	OR	BA
tvA Inland	6.322	6.162
Ausland (nicht erhoben)	484	538
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>6.806</b>	<b>6.700</b>

## 22.2 Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in Projektion:



Mehrfachnennungen (100% = 6.322 (OR), 6.162 (BA) Empfänger)

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

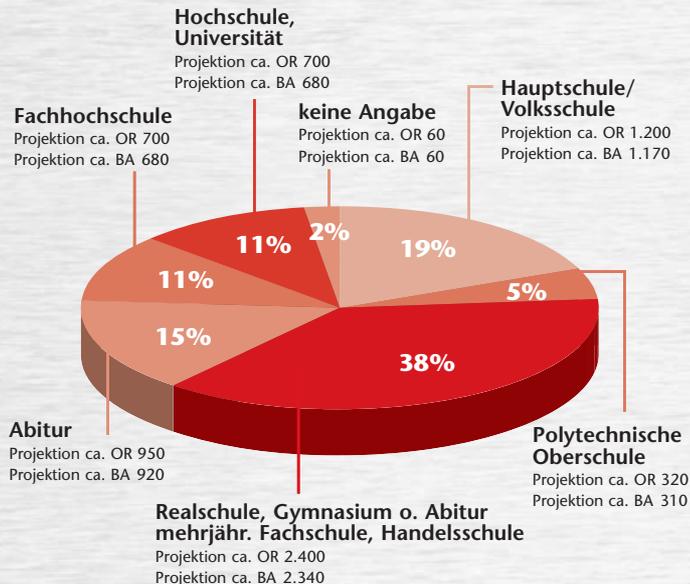
Empfänger-Struktur-Analyse



**22.1 Bildung/Ausbildung: Schulabschluss**

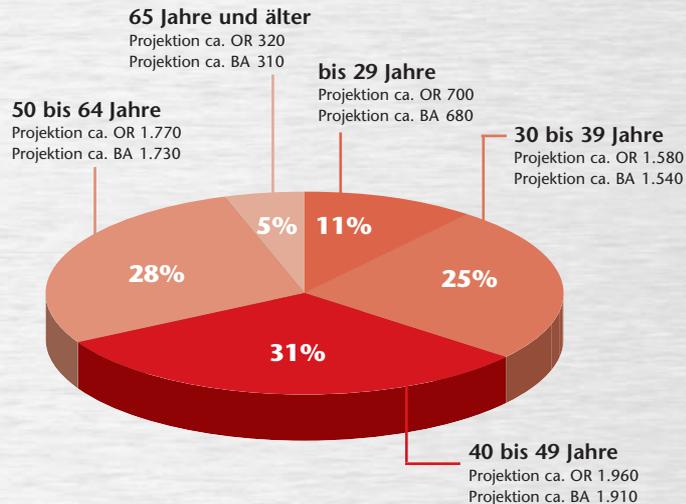
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:

(Abrundungsdifferenz Projektion ca. -8 (OR), 2 (BA))



	OR	BA
tvA Inland	6.322	6.162
Ausland (nicht erhoben)	484	538
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>6.806</b>	<b>6.700</b>

**23 Alter**



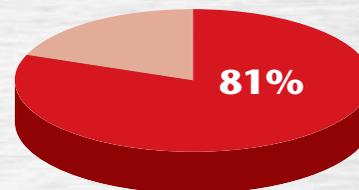
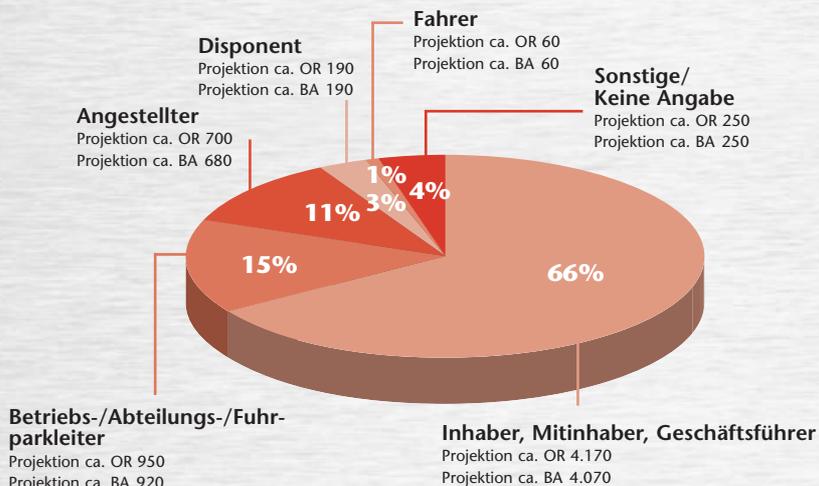
(Abrundungsdifferenz Projektion ca. -8 (OR), -8 (BA))

	OR	BA
tvA Inland	6.322	6.162
Ausland (nicht erhoben)	484	538
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>6.806</b>	<b>6.700</b>

## 21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:

(Abrundungsdifferenz Projektion circa 2(OR), -8 (BA))



81 % der Empfänger von OMNIBUSREVUE lesen die Rubrik „TourTipp“ regelmäßig - die Plattform zur Kommunikation Ihres Angebotes



77 % der Empfänger von OR/BA nutzen das **Internet** als Informationsquelle

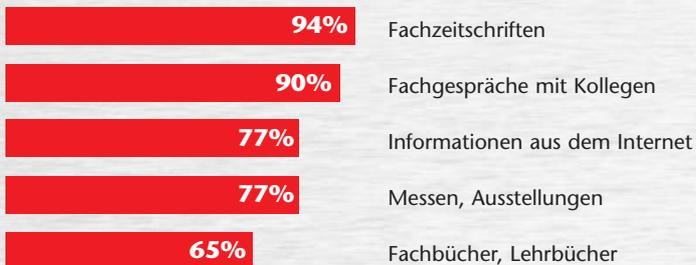
	OR	BA
tvA Inland	6.322	6.162
Ausland (nicht erhoben)	484	538
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>6.806</b>	<b>6.700</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang Empfängerstrukturanalyse Juli 2004/TNS EMNID, Bielefeld (tvA)

**4.1 Media-Profil:**

**Die wichtigsten Informationsquellen:**

Fachzeitschriften sind die wichtigste Informationsquelle für Omnibusunternehmer

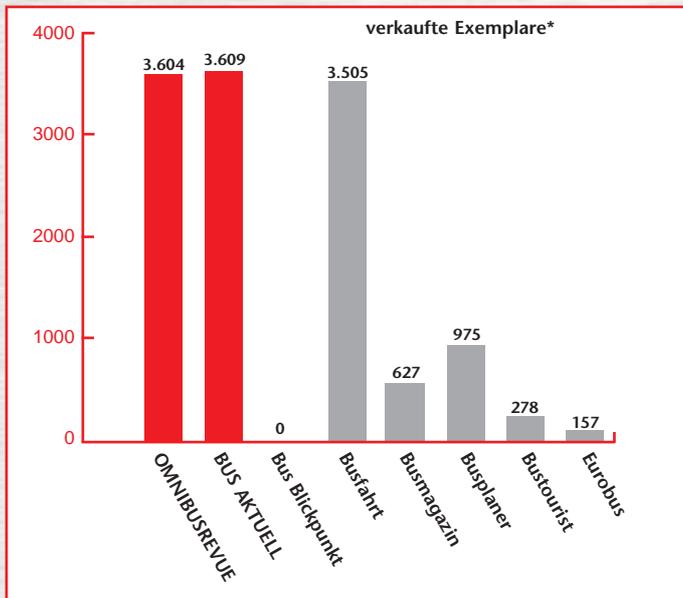


**Auf den Typ kommt es an:**

Farbanzeigen finden die höchste Beachtung



## Auflagen und Vergleich Preis pro Tausend



Vergleich Preis pro Tausend: 1/1 Seite 4c Magazinformat 2005/  
verkaufte Auflage\*

### Wettbewerbsvergleich:

OMNIBUSREVUE	753,33 €
BUS AKTUELL	752,29 €
Bus Blickpunkt	Berechnung nicht möglich
Busfahrt	987,73 €
Busmagazin	5.582,14 €
Busplaner	3.466,67 €
Bustourist	11.133,09 €
Eurobus	23.439,49 €

\* IWW II. Quartal 2005

## 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 – Abonnenten 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** 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 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: 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:

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) 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](mailto: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 gewählten und dem 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-Millimetern 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 Modells der Beilage und deren Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdzweigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.

9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreie Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen 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 Auftraggeber ein 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 unvollständiger 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 zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen, in den üblichen Fällen ist gegenüber Käufern die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis zur Höhe des betreffenden Anzeigentgelts 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 beliebig. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgegebenen 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 Empfänger 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 Zahlungsvorgang oder Stundung werden Zinsen sowie die Einzelstückkosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsvorgang 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 Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenauschnitte, 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.

16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen 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 Preiserminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Inserationsjahres 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 betreffenden Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung berechtigter Mangel, wenn sie

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 Preiserminderungsansprüche 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 bedarf der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Ellbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege 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 zu Prüfzwecken zu öffnen. Zur Weiterleitung von geschäftlichen Anpreisungen und Vermittlungsangeboten ist der Verlag nicht verpflichtet.

19. Druckerunterlagen sind vor besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückzugeben. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

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

**Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages**

a) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit dem Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mitteilungsvergütung 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 Beiliefer, Beihilfer 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 Druckerunterlagen 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 Auflage 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. Zinsen gezahltes Entgelt wird erstattet. Für einen darüber hinaus gegebenen Schaden wird nicht gehalten.

i) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorgaben, die nicht termingerechte Lieferung der Druckerunterlagen 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 fermündlich aufgegebenen Anzeigen oder fermündlich erteilten Korrekturen sind Ansprüche gegen den Verlag wegen unrichtiger Wiedergabe ausgeschlossen.

## Anzeigenabwicklung:

**Annika Gradelewski**  
Tel. 0 89/43 72-22 72  
busmarkt@springer.com

## Kroatien, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ungarn

Veronika Kizsel  
Postfach 209  
H-2601 Vác  
Tel. und Fax 00 36(0)27/30 31 55  
Mobil 00 36 (0)3 09/62 10 43  
omnibusz@vnet.hu

## Gebietsvertretungen Ausland

### Italien

euromedia s.r.l.  
Alessandro Fussi  
V. le Dante, 5  
I-48016 Milano Marittima  
Tel. 00 39 05 44/97 73 34  
Fax 00 39 05 44/91 32 87  
Mobil 00 39 (0)33 56/35 64 77  
alessandro@euromediaweb.info

### Schweiz

Semadeni Tourismus Marketing  
Vreni und Toni Semadeni  
Säntisstraße 19  
CH-8134 Adliswil  
Tel. 00 41 (0)1/7 10 20 02  
Fax 00 41 (0)1/7 10 24 03  
vreni.semadeni@swisspartner.ch

### Südtirol

Kurtze KEG  
Tourismus-Medien-Marketing  
Promotion-Agentur  
Rauchenberg 155  
A-5090 Lofer  
Hans Kurtze  
Tel. 00 43 (0)65 88/70 49  
Fax 00 43 (0)65 88/2 00 99  
Mobil 00 43 (0)6 64/3 25 40 53  
office@kurtzemedien.at

### Skandinavien

Scanconcepts Stockholm HB  
Jan Liljeren  
Floragatan 11/III  
S-11431 Stockholm  
Tel. 00 46 (0)8/20 11 46  
Fax 00 46 (0)8/20 54 11  
Mobil 00 64 (0)70/8 26 45 93  
scanconcepts@swipnet.se

## OMNIBUSREVUE und BUS AKTUELL bieten mehr:

- Kostenloser Mediaservice
- Repräsentative Empfängerstrukturanalysen
- Auflagenstruktur-Übersicht
- 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)**

## Ihre Ansprechpartner:

- Gesamtanzeigenleiter: **Stefan Waldeisen**  
Tel. 089/43 72-11 05
- Anzeigenleiter Personenverkehr: **Christian M. Rosner**  
Tel. 089/43 72-22 21  
[christian.rosner@springer.com](mailto:christian.rosner@springer.com)

- Anzeigenverkauf:

D PLZ 01000 - 29999, 40000 - 49999  
A PLZ 1000 - 5799, 8000 - 8999

**Ursula Winterer**  
Tel. 089/43 72-22 08  
[ursula.winterer@springer.com](mailto:ursula.winterer@springer.com)

D PLZ 30000 - 39999, 50000 - 99999  
A PLZ 6000 - 7599, 9000 - 9800

**Heike Zeiler**  
Tel. 089/43 72-28 96  
[heike.zeiler@springer.com](mailto:heike.zeiler@springer.com)

Fax 089/43 72-23 98

### 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](mailto:anzeigen-vhv@springer.com)  
[www.omnibusrevue.de](http://www.omnibusrevue.de) • [www.busaktuell.de](http://www.busaktuell.de) • [www.busmarkt.com](http://www.busmarkt.com)

OMNIBUSREVUE

BUS AKTUELL

Verkehrs  
Rundschau

LOGISTIK  
Spezial

Gefahr/gut

Ferndrucker • Magazin  
Trucker

BUSFahrer

Fahrschule

TAXI

Nutzfahrzeug  
Katalog

Werkstatt  
Spezial

KEP  
Spezial