



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

# MEDIADATEN 2010

Das Magazin für Fahrschulinhaber und Fahrlehrer

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





### Sehr geehrte Kunden,

Fahrschule ist das offizielle Organ der Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände. Die moderne Fachzeitschrift und ihr Internet-Auftritt [www.fahrschule-online.de](http://www.fahrschule-online.de) versorgen die Leser mit den Informationen, die ein Fahrschulunternehmen für einen erfolgreichen Marktauftritt braucht. Mit aktuellen und praxisnah aufbereiteten Themen aus

Betriebswirtschaft, Pädagogik, Technik und Recht hält Fahrschule ihre Leser fit.

Tagesaktuell informiert der Internet-Auftritt der Zeitschrift Fahrschule auf [www.fahrschule-online.de](http://www.fahrschule-online.de). Die User erhalten Tag für Tag relevante Nachrichten und Meldungen über Produktneuheiten und neue Dienstleistungen, die für den Berufsstand von Interesse sind. Eine inhaltliche Verknüpfung mit der Zeitschrift erfolgt über die Rubrik „Das Heft“. Dort findet der User in Form einer Vorschau Hinweise auf weiterführende Beiträge in den kommenden Heften.

Zahlreiche User nutzen den Service des kostenlosen, wöchentlichen Newsletters, der jeweils am Freitag verschickt wird und die Highlights der Woche zusammenfasst.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'D. Fund'.

Dietmar Fund  
Chefredakteur Fahrschule

## Die bundesweite Fachzeitschrift für Fahrschulen

Hier informieren sich die Fahrschulinhaber:

**16.425\*** Abonnenten

durchschnittlich **2,5 Leser** pro Ausgabe\*\*

**95%** der Empfänger lesen alle 12 Ausgaben und\*\*

**74%** der Empfänger schlagen alle/fast alle Seiten jeder Ausgabe auf\*\*

**92%** ist die Seitenkontaktchance\*\*

**95%** der Empfänger sind **Entscheider** und **Berater**\*\*

Außergewöhnliche **Multiplikatorwirkung** bei Fahrschülern

\* IVW Jahresdurchschnitt 7/08-6/09

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

**1 Kurzcharakteristik:**

Fahrschule ist das offizielle, übergreifende Organ der Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände. Im Mittelpunkt der redaktionellen Berichterstattung stehen Fragen der Pädagogik, der Verkehrssicherheit, des Verkehrsrechts und der Technik. Das Magazin stellt zeitgemäße Lehr- und Lernmittel vor, diskutiert betriebswirtschaftliche Fragen und bereitet Investitionsentscheidungen vor.

**2 Erscheinungsweise:** monatlich

**3 Jahrgang:** 61. Jahrgang 2010

**4 Web-Adresse (URL):** [www.fahrschule-online.de](http://www.fahrschule-online.de)

**5 Mitgliedschaften:** -

**6 Organ:** Offizielles Organ der Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände und der in ihr zusammengeschlossenen Landesverbände

**7 Herausgeber:** Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände

**8 Verlag:** Verlag Heinrich Vogel  
Springer Fachmedien München GmbH

**Postanschrift:** Postfach 80 20 20, 81549 München

**Hausanschrift:** Aschauer Str. 30, 81549 München

**Telefon:** (0 89)20 30 43-0

**Telefax:** (0 89)20 30 43-23 98

**Internet:** [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)

**E-Mail:** [anzeigen-vhv@springer.com](mailto:anzeigen-vhv@springer.com)

**9 Redaktion:**

**Chefredakteur:** Dietmar Fund  
[dietmar.fund@springer.com](mailto:dietmar.fund@springer.com)

**10 Anzeigen:**

**Gesamtleitung Sales:**

Jutta Rethmann

**Leitung Sales:**

Marisa d'Arbonneau

**11 Vertrieb:**

Vertriebsservice, Verlag Heinrich Vogel

**Telefon:**

(089)20 30 43 -1100

**E-Mail:**

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

**12 Bezugspreis:**

Jahresabonnement

Inland:

€ 87,90 inkl. Versand und 7 %MwSt.

Europäisches Ausland:

€ 99,90 inkl. Versand und 7 %MwSt.

Einzelverkaufspreis:

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

**13 ISSN:**

0014-6838

**14 Umfangs-Analyse:**

2008 = 12 Ausgaben

**Format der Zeitschrift:**

210 mm (B), 279 mm (H)

**Gesamtumfang:**

672 Seiten = 100,0%

**Redaktioneller Teil:**

366 Seiten = 54,5%

**Anzeigenteil:**

306 Seiten = 45,5%

davon

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 68 Seiten = 22,2%

Einhefter/Durchhefter: - Seite = 0,0%

Verlagseigene Anzeigen: 44 Seiten = 14,4%

Beilagen: 11 Stück

**15 Inhalts-Analyse Redaktion:**

-



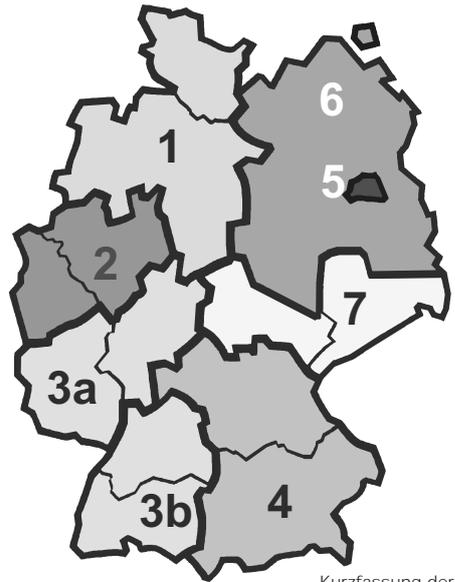
**16 Auflagenkontrolle:**

**17 Auflagenanalyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
01.07.2008 – 30.06.2009

<b>Druckauflage:</b>	17.659		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	17.286	davon Ausland:	37
<b>Verkaufte Auflage:</b>	16.498	davon Ausland:	29
– Abonnierte Exemplare:	16.425	davon Mitgliederstücke:	14.158
– Einzelverkauf:	–		
– Sonstiger Verkauf:	73		
<b>Freistücke:</b>	788		
<b>Rest-, Archiv-, Belegexemplare:</b>	373		

**18 Geographische Verbreitungsanalyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,8	17.249
Ausland	0,2	37
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>17.286</b>



Nielsen-Region	tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage
1	3.342
2	3.715
3 a	2.521
3 b	1.899
4	2.791
5	571
6	1.278
7	1.132
<b>tvA Inland</b>	<b>17.249</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



# TERMIN- UND THEMENPLAN 2010

Das Magazin für Fahrschulinhaber und Fahrlehrer

	Heft-Nr. Ausgabe	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Erscheinungs- termin	Themen	Messen
Januar	1	02.12.09	14.12.09	07.01.10	Marktübersicht: Zweiradhersteller Neue Büromöbel und Fahrschuleinrichtungen	
Februar	2	05.01.10	18.01.10	04.02.10	Marktübersicht: Pkw-Hersteller	
März	3	01.02.10	12.02.10	04.03.10	Vorschau AMI Leipzig	
April	4	03.03.10	15.03.10	01.04.10	Gesundes Sitzen	<b>AMI Automobil International</b> in Leipzig, 10.04.–18.04.2010
Mai	5	07.04.10	19.04.10	06.05.10	Bericht von der AMI Leipzig	<b>Reifen</b> in Essen, 01.06.–04.06.2010
Juni	6	03.05.10	14.05.10	04.06.10	Programm vom 3. Deutschen Fahrlehrerkongress	

	Heft-Nr. Ausgabe	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Erscheinungs- termin	Themen	Messen
Jul	7	01.06.10	14.06.10	01.07.10	Marktübersicht: Neue Pkw-Anhänger	
August	8	07.07.10	19.07.10	05.08.10	Fahrerassistenzsysteme für Fahrschulfahrzeuge	
September	9	04.08.10	16.08.10	02.09.10	Fahrschulsoftware	<b>IAA Nutzfahrzeuge</b> in Hannover 23.09. – 30.09.2010 <b>REHACare</b> in Düsseldorf, 06.10. – 09.10.2010
Oktober	10	08.09.10	20.09.10	07.10.10	Vorschau auf den 3. Deutschen Fahrlehrerkongress	<b>Intermot</b> in Köln, 06.10. – 10.10.2010
November	11	05.10.10	15.10.10	04.11.10	Bericht von der Nutzfahrzeug IAA Rehatechnik für behinderte Fahrschüler	<b>3. Deutscher Fahrlehrerkongress</b> in Berlin, 26.11. – 27.11.2010
Dezember	12	03.11.10	15.11.10	02.12.10	Bericht von der Intermot	
Januar	1/11	02.12.10	14.12.10	07.01.11	Rückblick vom 3. Deutschen Fahrlehrerkongress	

## 1 Auflage:

Druckauflage: 17.659  
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt  
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 17.286

## 2 Zeitschriftenformat:

210 mm x 279 mm beschnitten  
213 mm x 285 mm unbeschnitten  
(siehe auch Informationsblatt , Formate“)

### Satzspiegel:

185 mm breit, 250 mm hoch,  
Spaltenzahl: 4 Spalten, Spaltenbreite 43 mm  
Spaltenzahl: 3 Spalten, Spaltenbreite 60 mm  
(Seitenaufbau siehe Informationsblatt , Formate“)

## 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Offsetdruck, Klammerheftung, 70er Raster. Druckunterlagenanlieferung in digitaler Form.  
Bei der Anlieferung digitaler Druckunterlagen beachten Sie bitte die Informationen auf unserem Datenticket (siehe [www.mediacentrum.de/Service](http://www.mediacentrum.de/Service) oder als Anlage zur Auftragsbestätigung). Die Erstellung von Druckunterlagen wird in Rechnung gestellt.

## 4 Termine:

**Erscheinungsweise:** monatlich  
**Erscheinungstermine, Anzeigen- und Druckunterlagenschluss:** siehe Termin- und Themenplan

## 5 Verlag:

Verlag Heinrich Vogel  
Springer Fachmedien München GmbH  
Aschauer Str. 30, 81549 München  
**Hausanschrift:**  
Postfach 80 20 20, 81549 München  
**Postanschrift:**  
Elisabeth Huber  
**Anzeigenabteilung:**  
Telefon: (0 89)20 30 43-23 52  
Telefax: (0 89)20 30 43-23 98  
E-Mail: [anzeigen-vhv@springer.com](mailto:anzeigen-vhv@springer.com)

## 6 Zahlungsbedingungen:

- per Bankeinzug 3% Skonto  
- innerhalb von 10 Tagen 2% Skonto  
- innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto  
USt-Ident-Nr.: DE152942001

### Bankverbindungen:

HypoVereinsbank München (BLZ 700 202 70), Konto-Nr. 1 830 209 200

## 7 Anzeigenformate und Preise\*:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm		Grundpreis s/w €	Grundpreis farbig €
		im Satzspiegel	im Anschnitt		
Titelseite					8.550,-
2., 3., 4. Umschlagseite (nicht rabattierbar)					6.850,-
2/1 Seite	8-spaltig	379 x 250	420 x 279	8.290,-	11.850,-
1/1 Seite	4-spaltig	185 x 250	210 x 279	4.080,-	5.850,-
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 250	102 x 279	2.220,-	3.170,-
	4-spaltig	185 x 125	210 x 140		
1/3 Seite	1-spaltig	60 x 250	72 x 279	1.490,-	2.190,-
	4-spaltig	185 x 85	210 x 98		
1/4 Seite	1-spaltig	43 x 250	57 x 279	1.190,-	1.790,-
	2-spaltig	90 x 125			
	4-spaltig	185 x 65	210 x 82		
1/8 Seite	1-spaltig	43 x 125		620,-	1.040,-
	2-spaltig	90 x 65			
	4-spaltig	185 x 33			
1/16 Seite	1-spaltig	44 x 65		350,-	570,-
	2-spaltig	92 x 30			
	4-spaltig	188 x 15			

\* + 4mm Beschnitt an den anzuschneidenden Seiten

## 8 Zuschläge (rabattierbar):

### 8.1 Farbe:

Euro-Skala nach DIN 16539, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbangleichung aus technischen Gründen vorbehalten  
je Normalfarbe (Euro-Skala) -

### 8.2 Platzierung:

Bindende Platzierungsvorschriften € 650,-

### 8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -  
Anzeigen über Satzspiegel -  
Angeschnittene Anzeigen -

## 9 Rubrikanzeigen:

gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	€ 4,72
gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	€ 6,48
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	€ 4,00
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	€ 5,50
Stellengesuche	pro mm (1-sp., 43 mm breit)	€ 2,00
Chiffregebühr		€ 11,00

## 10 Sonderwerbeformen:

Fort-/Sonderdrucke auf Anfrage  
Weitere Werbeformen auf Anfrage

## 11 Rabatte:

### Malstaffel:

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

### Mengenstaffel:

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

Alle Zuschläge sind rabattfähig. Titelseiten sind nicht rabattfähig.

## 12 Kombinationen:

-

## 13 Einhefter:

2-seitig	€ 4.080,-
4-seitig	€ 8.160,-
6-seitig	€ 12.240,-
8-seitig	€ 16.320,-

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 213 mm Breite und 285 mm Höhe (gefalzt) anliefern. Zweiseitige Beihefter müssen mit einer bedruckten Lasche von 11 cm Breite versehen werden. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

## 14 Beilagen: (nicht rabattfähig).

lose eingelegt, maximale Größe 203 mm x 275 mm.  
Gewicht der Beilage Beilagenpreis je 1.000 Stück

bis 25 g	€ 285,-
bis 50 g	€ 460,-
je weitere 5 g	€ 35,-

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

## 15 Aufgeklebte Werbemittel: (nicht rabattfähig).

Postkarten	pro Tausend	€ 93,-
Prospekte/Warenmuster	auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters.	
Benötigte Liefermenge	auf Anfrage, in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise siehe oben).	

## 16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15

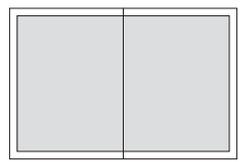
Stürtz GmbH, Warenannahme  
Alfred-Nobel-Straße 33  
97080 Würzburg

**Liefervermerk:** Für „FAHRSCHULE“ Ausgabe (Nr.)

10 Muster vorab an die Anzeigenabteilung

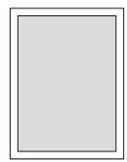
**Unsere AGBs und die Vorgaben zur Übernahme von digitalen Daten (Daten-Ticket) finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)**

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



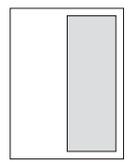
2/1 über Bund

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



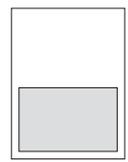
1/1

185 x 250



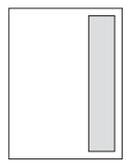
1/2 hoch

90 x 250



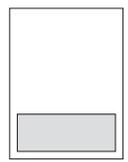
1/2 quer

185 x 125



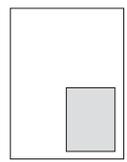
1/3 hoch

60 x 250



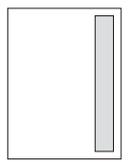
1/3 quer

185 x 85



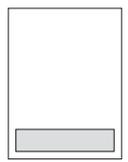
1/4 2-sp.

90 x 125



1/4 hoch

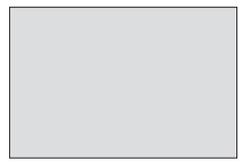
43 x 250



1/4 quer

185 x 65

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



2/1 über Bund  
angeschnitten

420 x 279\*



1/1 ang.

210 x 279\*



1/2 hoch

102 x 279\*



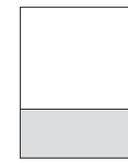
1/2 quer

210 x 140\*



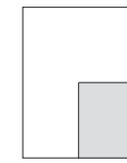
1/3 hoch

72 x 279\*



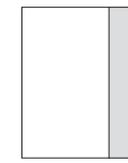
1/3 quer

210 x 98\*



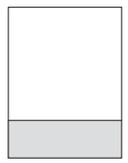
1/4 2-sp.

105 x 140\*



1/4 hoch

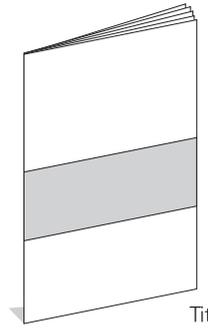
57 x 279\*



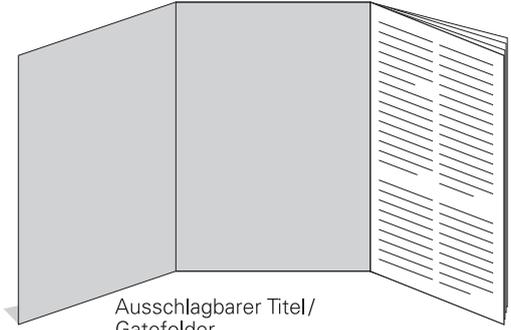
1/4 quer

210 x 82\*

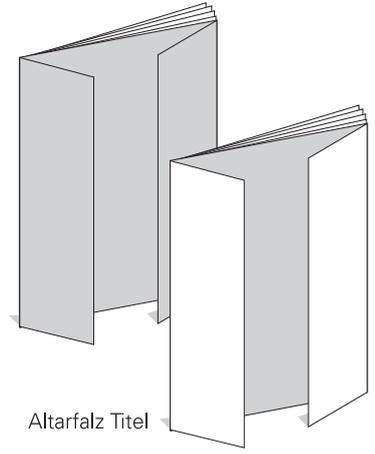
\*+ 4 mm Beschnitt an den Außenkanten



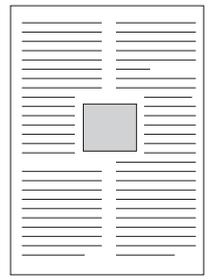
Titel-Bannerole



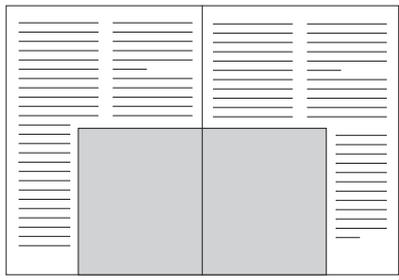
Ausschlagbarer Titel/  
Gatefolder



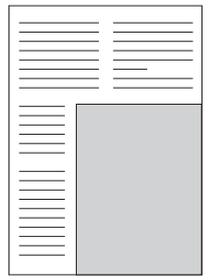
Altarfalz Titel



Inselanzeige



Tunnelanzeige



Juniorpage

**Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage**

- 1 **Web-Adresse (URL):** [www.fahrschule-online.de](http://www.fahrschule-online.de)
  
- 2 **Kurzcharakteristik:**  
Umfangreiches Internet-Angebot für Fahrschulinhaber und Fahrlehrer. Täglich aktuelle Nachrichten, Produktinformationen und Kurzturteile für Fahrschulinhaber und angestellte Fahrlehrer.
  
- 3 **Zielgruppe:** Fahrschulinhaber und Fahrlehrer
  
- 4 **Verlag:**  
Verlag Heinrich Vogel  
Springer Fachmedien München GmbH  
Aschauer Str. 30  
81549 München  
E-Mail: [online-inserate-hvogel@springer.com](mailto:online-inserate-hvogel@springer.com)
  
- 5 **Ansprechpartner:**  
Andrea Volz  
Telefon: (0 89)20 30 43-21 24  
Telefax: (0 89)20 30 43-23 98  
E-Mail: [andrea.volz@springer.com](mailto:andrea.volz@springer.com)
  
- 6 **Zugriffskontrolle:**  geprüfter Onlinedienst seit 5/2009
  
- 7 **Zugriffe:**  
Visits: 15.142 (Stand November 2009)  
Page Impressions: 48.220 (Stand November 2009)

### 8. Werbeformen und Preise:

#### 8.1 Banner-Werbung:



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

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

## 8.2 Newsletter-Werbung:

**Newsletter-Abonnenten:** 3.314 (Stand November 2009)



Werbeformen	Pixel-Format	Festpreis €*
1 <b>Rectangle</b>	300 x 250	249,-
2 <b>Quer-/Fullsizebanner oder Textanzeige + Logo/Bild</b>	650 x 150	249,-

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

### Technische Spezifikationen: Newsletter

- Dateiformate: statische gif/jpg-Datei
- Dateigröße: bis 30 kb

- alternativer Text, für alle nicht html-User  
(max. 700 Zeichen inkl. aller Leerzeichen und Absätze)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 2 Werktage vor Erscheinen

Textanzeige:      Überschrift: max. 60 Zeichen  
                          Fließtext: max. 500 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze  
                          Logo/Bild: 130x80 px oder 60x80 px

### Technische Spezifikationen: Bannerschaltung

- Dateiformate: swf, gif, jpg, html, tag-code (Redirect)
- Bei Flash zusätzlich ein alternatives gif, jpg
- Dateigröße: bis 80 kb
- Einbau des clickTag
- Audiodateien (durch den User aktivierbar und deaktivierbar)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 5 Werktage vor Beginn der Kampagne

## 9 Grundeintrag Fahrschul-Partner:

### Fahrzeuge – Ausstatter/Zubehör – Dienstleister

- Kontaktadresse und Ansprechpartner – **kostenlos**
- Firmenlogo
- weiterführende Informationen
- prüfungstaugliche Fahrzeuge/Produkte mit den Konditionen
- Link zur eigenen Homepage/Fahrschulportal
- Link zu den Schwerpunkthändlern

→ Preise auf Anfrage

Mehr Informationen finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:

Abteilung/ Klasse	Empfängergruppe Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Projektion (circa)
<b>80.41</b>	<b>Fahrschulen</b>	<b>94</b>	<b>16.210</b>
	- Fahrschulinhaber	83	14.320
	- angestellte Fahrlehrer	9	1.550
	- Fahrschulen von Bahn, Post, Feuerwehr, Bundeswehr und Polizei	2	350
<b>74.84/66</b>	<b>Erbringung von sonstigen Dienstleistungen, Versicherungsgewerbe</b>	<b>1</b>	<b>170</b>
<b>91.1</b>	<b>Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände, Berufsorganisationen</b>	<b>1</b>	<b>170</b>
<b>75.1</b>	<b>Öffentliche Verwaltung (Ministerien, Landratsämter, TÜV)</b>	<b>1</b>	<b>170</b>
-	<b>Sonstige</b>	<b>2</b>	<b>350</b>
-	<b>Keine Angaben</b>	<b>1</b>	<b>170</b>
	<b>Abrundungsdifferenz</b>		<b>+ 9</b>
	<b>tatsächlich verbreitete Auflage Inland</b>	<b>100</b>	<b>17.249</b>
	<b>Ausland</b> (nicht erhoben)		<b>37</b>
	<b>tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland</b>		<b>17.286</b>

### 20 Größe der Wirtschaftseinheit:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Alleininhaber	28	4.830
1 Beschäftigter	25	4.310
2 Beschäftigte	22	3.800
3 bis 10 Beschäftigte	20	3.450
11 und mehr Beschäftigte	2	350
keine Angaben	3	520
Abrundungsdifferenz		- 11
tvA Inland	100	17.249
Ausland (nicht erhoben)		37
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>17.286</b>

### 21 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Inhaber, Mitinhaber, verantwortl. Leiter	83	14.320
Angestellte Fahrlehrer	9	1.550
Aushilfsfahrlehrer	3	520
Sonstiges	5	860
Abrundungsdifferenz		- 1
tvA Inland		17.249
Ausland (nicht erhoben)		37
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>17.286</b>

### 22 Bildung/ Ausbildung: Berufliche Ausbildung:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Fahrlehrerausbildung	92	15.870
Technische Lehre	71	12.250
Ausbildungsmeister, Meisterprüfung	27	4.660
Kaufmännische Lehre	27	4.660
Dipl. Ingenieur	10	1.730
Bundeswehr-Fahrlehrerschein	35	6.040
Berufskraftfahrer	3	520
Sonstiges/Keine Angaben	9	1.550

\* Mehrfachnennungen (100 % = 17.249 Empfänger)

## 22.1 Bildung/Ausbildung: Schulabschluss:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Hauptschule/Volksschule	18	3.110
Realschule/Handelsschule		
mehrfähr. Fachschule	41	7.070
Polytechnische Oberschule	9	1.550
Abitur	13	2.240
Fachhochschule	12	2.070
Hochschule/Universität	6	1.040
Keine Angaben	1	170
Abrundungsdifferenz		- 1
tvA Inland	100	17.249
Ausland (nicht erhoben)		37
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>17.286</b>

## 23 Alter:

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
bis 29 Jahre	3	520
30 bis 39 Jahre	11	1.900
40 bis 49 Jahre	32	5.520
50 bis 59 Jahre	34	5.870
60 Jahre und älter	20	3.450
Abrundungsdifferenz		- 11
tvA Inland	100	17.249
Ausland (nicht erhoben)		37
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>17.286</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Rückseite

## Kurzfassung der Erhebungsmethode

Zur Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18 und AMF-Schema 3-E, Ziffer 19 bis 23)

### 1. Untersuchungsmethode:

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

### Schwankungsbreite:

Die Ergebnisse einer auf Random-Auswahl basierenden Untersuchung unterliegen statistischen Schwankungsbreiten. Die maximale gemäß ZAW anzugebende Schwankungsbreite beim Mittelwert von 50% (höchster theoretischer Wert) bei einer 90 %igen Sicherheit und bei 250 ausgewerteten Nettofällen beträgt +/- 5,2 %.

### 2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

#### 2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen sortiert werden.

**2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:** 17.799

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** 0

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

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

<b>Verkaufte Auflage:</b>		<b>17.174</b>
davon	Versandabos	14.634
	Normal Abonnenten	2.479
	sonstiger Verkauf	61
<b>Freistücke:</b>		<b>686</b>
davon:	ständige Freistücke	686
	wechselnde Freistücke	-
	Werbeexemplare	-
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>		<b>17.860</b>
davon	Inland	17.813
davon	Ausland	47

### 3. Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

<b>Grundgesamtheit (tvA):</b>	<b>17.960</b>	<b>= 100,0 %</b>
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	933	= 5,2 %
Empfänger Ausland	47	
Ständige Freistücke	686	
Werbeexemplare	-	
Sonstige Verkäufe	61	
Bibliotheken, Universitäten	139	
<b>Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):</b>	<b>16.927</b>	<b>= 94,8 %</b>

#### 3.2 Tag der Stichproben-Ziehung:

10. Juli 2007

### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger. (416 Adressen)

<b>Ausgangs-Stichprobe:</b>	<b>416 Fälle</b>	<b>= 100,0 %</b>
Stichprobenneutrale Ausfälle		
Unternehmen existiert nicht mehr	-	
Außerhalb der Zielgruppe	5 Fälle	= 1,2 %
Kein Empfänger ermittelbar	20 Fälle	= 4,8 %
Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	35 Fälle	= 8,4 %
Zeitschrift unbekannt	-	
<b>Ausfälle gesamt:</b>	<b>60 Fälle</b>	<b>= 14,4 %</b>
<b>Brutto-Stichprobe:</b>	<b>356 Fälle</b>	<b>= 100,0 %</b>
Stichprobenrelevante Ausfälle:		
Zielperson nicht erreicht	22 Fälle	= 6,2 %
Zielperson im Urlaub	36 Fälle	= 10,1 %
Abbruch im Interview	-	= 0 %
Kein Termin möglich	18 Fälle	= 5,1 %
Beantwortung der Fragen verweigert	29 Fälle	= 8,1 %
	105 Fälle	= 29,5 %
<b>Netto (auswertbare Fälle):</b>	<b>251 Fälle</b>	<b>= 70,5 %</b>

### 3.4 Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit werden die Fachzeitschriften an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der Empfänger von **FAHRSCHULE** in dem Betrieb, dem Unternehmen /in der Dienststelle.

### 3.5 Definition des Lesers:

entfällt

### 3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 11. Juli bis zum 10. August 2007

### 3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS EMNID Institut für Markt- und Meinungsforschung, Bielefeld

**Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung**

## Kurzfassung der Erhebungsmethode

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

### 1. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

### 2. Beschreibung der Empfängerschaft zum

**Zeitpunkt der Datenerhebung:**

### 2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst.  
Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen, bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

**2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:** **16.890**

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** **0**

(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

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

<b>Verkaufte Auflage:</b>	<b>16.246</b>
Abonnements	16.170
Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	74
<b>Freistücke:</b>	<b>644</b>
ständige Freistücke	644
wechselnde Freistücke	-
Werbeexemplare	-
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	<b>16.890</b>
Inland	16.848
Ausland	42

### 3. Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	74
Werbeexemplare	-

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	74	=	0,4 %
Die Untersuchung repräsentiert			
von der Grundgesamtheit (tvA)	16.816	=	99,6 %

**3.2 Tag der Datei-Auswertung:** 30. Juli 2009

#### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

**3.4 Zielperson der Untersuchung:** entfällt

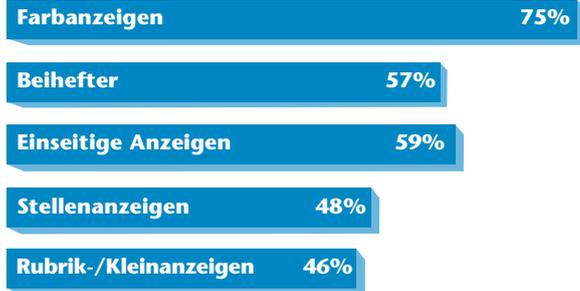
**3.5 Definition des Lesers:** entfällt

**3.6 Zeitraum der Untersuchung:** 01. März bis 30. Juni 2009

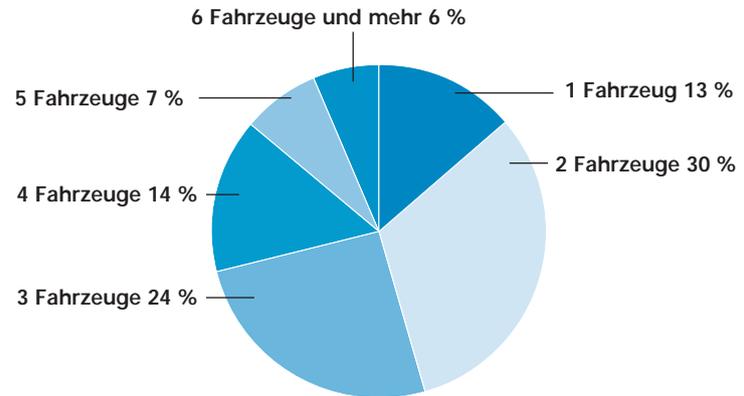
**3.7 Durchführung der Untersuchung:** Springer Transport Media GmbH

Auf den Typ kommt es an

(Frage: Welche Anzeigentypen fallen Ihnen besonders auf?):



Absatzpotenziale für Pkw:



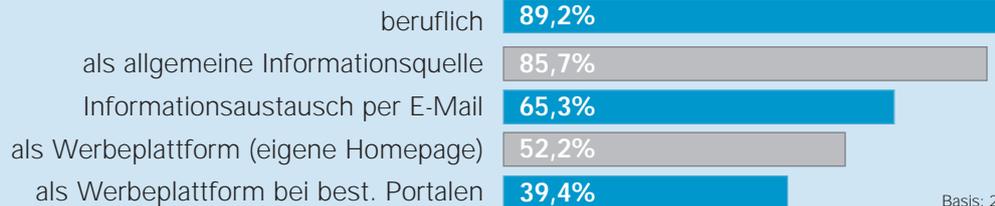
Eine Fahrschule hat durchschnittlich 2,8 Pkw.

# Online-Informationsverhalten der Leser

Über **90%** der Befragten nutzen

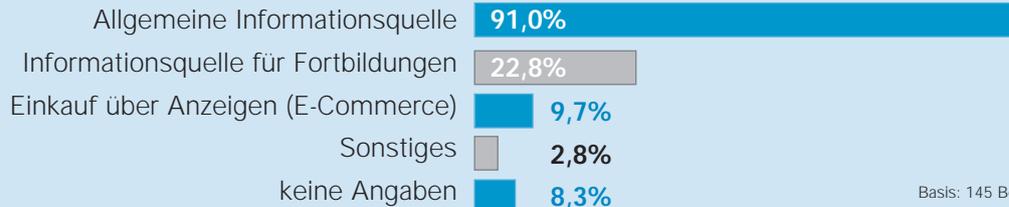
**www.fahrschule-online.de** als Informationsquelle

## Internetnutzung (Top 5)



Basis: 251 Befragte, Mehrfachnennungen möglich

## Nutzung des Portals [www.fahrschule-online.de](http://www.fahrschule-online.de)



Basis: 145 Befragte, Mehrfachnennungen möglich

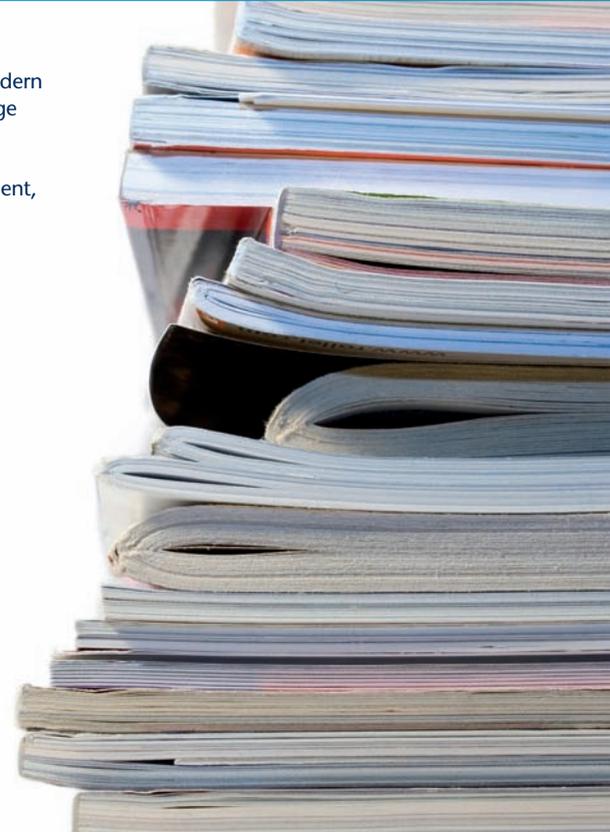
**89,2%** der befragten Empfänger nutzen das Internet beruflich



**Leistungen** Journalistisch hochwertige Kundenmedien informieren und unterhalten nicht nur, sondern verbessern vor allem nachweislich das Image des Herausgebers. Wir helfen Ihnen gerne dabei, Ihre Zielgruppe zu erreichen – sei es mit einem individuellen Magazin, Supplement, Newsletter, einer Zeitung oder mit Event-Sponsoring und Öffentlichkeitsarbeit. Lassen Sie uns darüber reden!

**Kontakt** Verlag Heinrich Vogel  
Springer Fachmedien München GmbH  
Corporate Publishing  
Matthias Piro  
Aschauer Straße 30  
81549 München

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



# Das erfolgreiche Fachmedien-Programm

Weitere Informationen finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)

Der traditionsreiche Verlag Heinrich Vogel in München steht seit 75 Jahren für professionelle und journalistisch hochwertige Fachinformationen, auch im Bereich der Fachausbildung im Verkehrswesen. Publiziert werden verschiedenste Medien für die Verkehrs-, Logistik-, Transport-, Bus-, Touristik- und Werkstatt-Branche sowie für den Gebrauchtwagenhandel. Der Verlag ist eingebunden in die Springer Transport Media GmbH.

Für die Entscheider in den Unternehmen unserer Branchen vermitteln wir klaren und hochwertigen Nutzen. Durch regelmäßige Marktanalysen stellen wir uns auf die Bedürfnisse unserer Leser und Kunden ein und entwickeln unsere Fachmedien stets mit hohem journalistischen Anspruch weiter. Unser Service ist ein vorteilhaftes Fachmedien-

Programm, basierend auf unseren qualitativen Marktforschungen. Wir bieten Ihnen repräsentative Empfänger-Struktur-Analysen, Copytests, Markt- und Wettbewerbs-Beobachtungen, Mediadaten nach AMF-Schema sowie Portal-Nutzungs-Analysen.

Eine zielgruppengenaue Marktdurchdringung und eine hohe Qualität der Leserschaft ohne Streuverluste steht Ihnen für Ihre Media-planung zur Verfügung. Überzeugen Sie sich selbst von den starken Nutzwerten unserer Fachmedien und Portale sowie von unserem erfolgreichen Fachmedien-Programm:

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Fachportale
- Handelsplattformen (Verkehr, Touristik)
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare und Konferenzen
- Direktmarketing
- Sponsoring
- Marktforschung (Copytest)
- Sonderwerbformen (ODA, Web-TV, E-Magazine, Audio-CDs, Newsletter)



