

# MEDIA

Informationen 2006



VOGEL 

VERLAG HEINRICH VOGEL



# **A, B oder C – für jede Zielgruppe das passende Umfeld!**

Die VerkehrsRundschau deckt mit ihren drei Versionen alle relevanten Zielgruppen aus der Transport- und Logistikbranche ab und bietet den Entscheidern und Beratern eine einzigartige Kompetenz- und Kommunikationsplattform.

## **Die VerkehrsRundschau-Versionen A, B und C unterscheiden sich in vier Bereichen:**

- 1) Redaktionelles Umfeld
- 2) Zielgruppe
- 3) Erscheinungsweise
- 4) Auflage und Tausender-Kontakt-Preis

## Redaktion

## Zielgruppe

## Erscheinungsweise



Aktuelle News aus Verkehrs-, Wirtschafts- und Sozialpolitik, Recht, IT, Management und Logistik sowie Technik, Fahrzeugtests für schwere LKW.

Transport-Profis

30 x im Jahr  
(nur mit Abo)



Aktuelle News aus Verkehrs-, Wirtschafts- und Sozialpolitik, Recht, IT, Management und Logistik sowie Technik, Fahrzeugtests für schwere LKW.



Aktuelle News aus den Bereichen Sicherheit, Kurierdienste, Taxibetriebe und Fahrzeugtests für leichte LKW.

Verkehrs-Profis

8 x im Jahr  
(VerkehrsRundschau-Abonnenten und Mitglieder der Berufsgenossenschaft für Fahrzeughaltung)



Aktuelle News aus Verkehrs-, Wirtschafts- und Sozialpolitik, Recht, IT, Management und Logistik sowie Technik, Fahrzeugtests für schwere LKW.



Aktuelle News für Nutzfahrzeug-, Fuhrparkmanagement, Werkstatt und Service und Werkverkehr.

Fuhrpark-Profis

12 x im Jahr  
(VerkehrsRundschau-Abonnenten, B.W.V.-Mitglieder und TÜV Kunden)

**1 Kurzcharakteristik:** Woche für Woche bietet die VerkehrsRundschau A im Abonnement die wichtigsten Brancheninformationen in Transport und Logistik. Das Magazin richtet sich an Entscheider – Transportunternehmen, Speditionen und Logistikdienstleister – sowie Handels- und Industrieunternehmen mit eigenem Fuhrpark.

Die VerkehrsRundschau B erscheint 8 x im Jahr als amtliches Mitteilungsblatt der Berufsgenossenschaft für Fahrzeughaltungen mit Informationen aus den Bereichen Sicherheit, Kurierdienste und unabhängige Fahrzeugtests für leichte Lkw.

Die VerkehrsRundschau C richtet sich 12 x im Jahr als Fachmagazin an Unternehmer und Führungskräfte in Transportunternehmen, Werkverkehrfuhrparks und Nutzfahrzeug-Werkstätten.

Redaktionell bieten alle Ausgaben aktuelle Nachrichten aus Verkehrs-, Wirtschafts- und Sozialpolitik, Recht, Management und Logistik sowie neueste Kommunikationslösungen.

**2 Erscheinungsweise:** VR A – 30 x jährlich  
VR B – 8 x jährlich  
VR C – 12 x jährlich

**3 Jahrgang:** 60. Jahrgang 2006

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

**5 Mitgliedschaften:** -

**6 Organ:** -

**7 Herausgeber:** -

**8 Verlag:** Verlag Heinrich Vogel GmbH Fachverlag  
**Postanschrift:** Postfach 80 20 20, 81620 München  
**Hausanschrift:** Neumarkter Straße 18, 81673 München  
**Telefon:** 089/43 72-0  
**Telefax:** 089/43 72-23 98  
**Internet:** [www.verlag-heinrich-vogel.de](http://www.verlag-heinrich-vogel.de)  
**E-mail:** [anzeigen-vhv@springer.com](mailto:anzeigen-vhv@springer.com)

**9 Redaktion:** Chefredakteurin: Anita Würmser  
[anita.wuermser@springer.com](mailto:anita.wuermser@springer.com)

**10 Anzeigen:** Gesamtanzeigenleiter: Stefan Waldeisen  
Anzeigenleiterin: Stephanie Rinsche  
[stephanie.rinsche@springer.com](mailto:stephanie.rinsche@springer.com)

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

**12 Bezugspreis:**  
Jahresabo VR-A Inland: 109,10 € zzgl. 46,80 € Versand inkl. 7% MwSt.  
Jahresabo VR-A Ausland: 109,10 € zzgl. 80,80 € Versand inkl. 7% MwSt.  
Einzelverkaufspreis: 3,70 € zzgl. 1,90 € Versand inkl. 7% MwSt.

**13 ISSN:** VR A + B 0341-2148  
VR C 1860-0409

**14 Umfangs-Analyse (VR A + B):** 2004 = 51 Ausgaben  
Format der Zeitschrift: 210 mm (B), 280 mm (H)  
Gesamtumfang: 3.847 Seiten = 100,0%  
Redaktioneller Teil: 2.233 Seiten = 58,0%  
Anzeigenteil: 1.614 Seiten = 42,0%

davon Stellen- und Gelegenheitsanzeigen 719 Seiten = 44,6%  
Einhefter/Durchhefter –  
Verlagseigene Anzeigen 183 Seiten = 11,3%

Beilagen: 15 Stück

**15 Inhalts-Analyse Redaktion:** –

## 16 Auflagenkontrolle: IVW

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

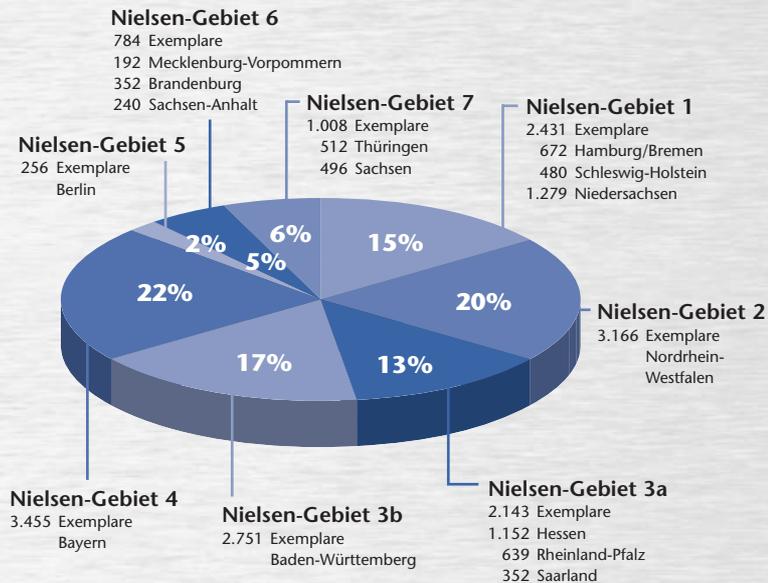
Druckauflage:	16.727
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)</b>	<b>16.282</b>
davon Ausland:	288
<b>Verkaufte Auflage:</b>	<b>12.286</b>
davon Ausland:	196
Abonnierte Exemplare:	12.157
davon Mitgliederstücke:	–
Einzelverkauf:	–
Sonstiger Verkauf:	130
<b>Freistücke:</b>	<b>3.996</b>
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	<b>445</b>

## 18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,2	15.994
Ausland	1,8	288
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>16.282</b>

## 18.2 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:



Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage 15.994

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



**16 Auflagenkontrolle: IVW**

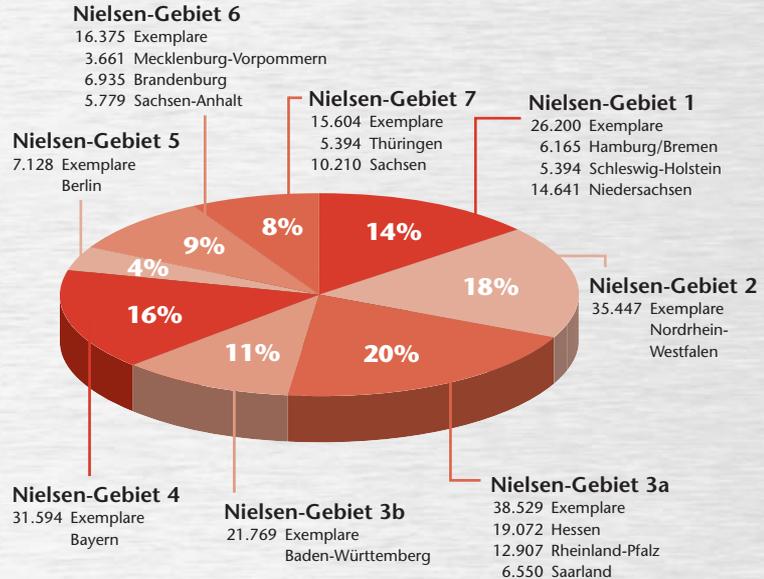
**17 Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2004 – 30. Juni 2005)

<b>Druckauflage:</b>	<b>194.559</b>
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)</b>	<b>192.646</b>
davon Ausland:	–
<b>Verkaufte Auflage:</b>	<b>185.889</b>
davon Ausland:	–
Abonnierte Exemplare:	185.745
davon Mitgliederstücke:	177.294
Einzelverkauf:	–
Sonstiger Verkauf:	145
<b>Freistücke:</b>	<b>6.757</b>
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	<b>1.913</b>

**18 Geographische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	100,0	192.646
Ausland	–	–
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>192.646</b>

**18.2 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:**  
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:



Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage 192.646

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

**16 Auflagenkontrolle: IVW**

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

(1. Januar 2005 – 30. Juni 2005)

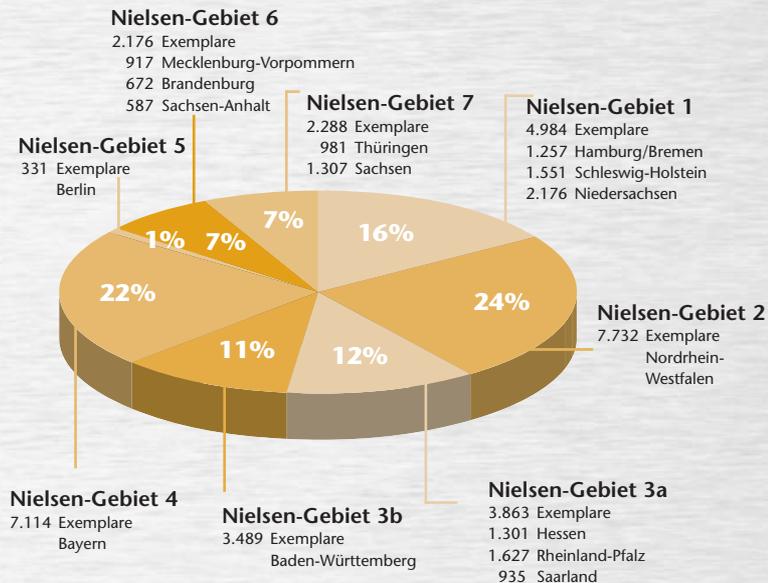
<b>Druckauflage:</b>	<b>33.420</b>
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)</b>	<b>32.291</b>
davon Ausland:	314
<b>Verkaufte Auflage:</b>	<b>28.851</b>
davon Ausland:	202
Abonnierte Exemplare:	11.891
davon Mitgliederstücke:	–
Einzelverkauf:	–
Sonstiger Verkauf:	16.960
<b>Freistücke:</b>	<b>3.440</b>
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	<b>1129</b>

**18 Geographische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,0	31.977
Ausland	1,0	314
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)</b>	<b>100,0</b>	<b>32.291</b>

**18.2 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:**

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:



Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage 31.977

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

Nr.	ET	AS DU	Unternehmen und Märkte	Test und Technik	Werkstatt und Service	Messen
A 1/2	13.01.06	22.12.05	Perspektiven 2006			
C 3	20.01.06	05.01.06		<b>Auto-Transporter</b>	Hebebühnen und -anlagen	
A 4	27.01.06	13.01.06	Lebensmittel-Logistik	Kühlfahrzeuge		<b>Fruit Logistica</b> , Berlin 02.02.-04.02.2006
A 5	03.02.06	20.01.06		Ladebordwände		
B 6	10.02.06	27.01.06	Banken, Finanzierung	Transporter (Pritsche/Kipper)		
C 7	17.02.06	03.02.06	Flottentelematik	Doppelstock-Innenlader	Waschanlagen, Reinigung und Pflege	
A 8	24.02.06	10.02.06	Ladungssicherung			<b>Int. Automobil-Salon</b> , Genf 02.03.-12.03.2006
A 9	03.03.06	15.02.06	Speditionssoftware, CeBIT-Messevorbericht	Gabelstapler, Flurförderzeuge		<b>SITL</b> , Paris 07.03.-10.03.2006 <b>CeBIT</b> , Hannover 09.03.-15.03.2006
A 10	10.03.06	22.02.06			Container-Chassis	
C 11	17.03.06	03.03.06	Tankkarten	Klimanlagen/Heizungen	Schmierstoffe, Öle	<b>IHM</b> , München 16.03.-22.03.2006
B 12	24.03.06	10.03.06	Vorbericht LogiMAT Lagerausstattung	Pkw, Kombi, KEP-City-Flitzer		<b>LogiMAT</b> , Stuttgart 28.03.-30.03.2006
A 13	31.03.06	17.03.06			Fahrerhausausstattung	<b>AMI Auto Mobil International</b> , Leipzig 01.04.-09.04.2006

A 14	07.04.06	24.03.06	Miete/Leasing	Tank- und Silofahrzeuge		
A 15	15.04.06	31.03.06		Aerodynamik		
C 16	21.04.06	05.04.06	Spezial - 60 Jahre VerkehrsRundschau	Euro 4/5	Filtertechnik Werkstatt Spezial I	
A 17	28.04.06	12.04.06	Logistikzentrum, Güterverkehrszentren			
B 18	05.05.06	20.04.06	Hallenbau	Pick-up/Allradtransporter		
A 19	12.05.06	27.04.06		Baufahrzeuge/Ladekrane		
C 20	19.05.06	05.05.06	Flottenmanagement KEP I	Messevorbericht Reifen/Essen	Reifenservice	Reifen, Essen 23.05.-26.05.2006
A 21	26.05.06	11.05.06	Vorbericht Eurocargo			Eurocargo, Köln 30.05.-01.06.2006
A 22	02.06.06	18.05.06	Büroausstattung/EDV	Sattel- und Anhängerkupplung		
A 23	09.06.06	24.05.06		Megatrailer		
C 24	16.06.06	31.05.06		Absetz-/Abrollkipper	Diagnose, Leistungsprüfung Bremsprüfstände	
B 25	23.06.06	08.06.06	Frachtenbörse	Anhänger bis 3,5 t		
A 26	30.06.06	16.06.06	Kombinierter Verkehr	Marktübersicht mautfreie Lkw, 11,99-Tonner		
A 27	07.07.06	23.06.06	See-/Binnenhäfen	Motoren/Getriebe		Truck Grand Prix, Nürburgring 21.07-23.07.2006
A 28	14.07.06	30.06.06		Fahrgestelle für Wechselbehälter		



Nr.	ET	AS DU	Unternehmen und Märkte	Test und Technik	Werkstatt und Service	Messen
C 29	21.07.06	07.07.06	Digitaler Tachograph		Werkstattsysteme	
A 30	29.07.06	14.07.06		Sitze		
A 31	04.08.06	21.07.06	Banken/Finanzierung			
B 32	11.08.06	28.07.06	Miete/Leasing Marktübersicht	KEP-Ausbauten		
C 33	18.08.06	03.08.06	Navigation		Werkstattausrüstung <b>Werkstatt Spezial II</b>	
A 34	25.08.06	10.08.06	Pannendienste			
A 35	01.09.06	18.08.06	IAA	Achsen/Retarder		
A 36	08.09.06	25.08.06	IAA	Tiefelader, Schwertransport		<b>automechanika</b> , Frankfurt/Main 12.09.-17.09.2006
C 37	15.09.06	01.09.06	IAA-Vorbericht		Teilekataloge, Ersatzteilversorgung	<b>InnoTrans</b> , Berlin 19.09.-22.09.2006 <b>IAA Nutzfahrzeuge</b> , Hannover 21.09.-28.09.2006
B 38	22.09.06	08.09.06	Tourenplanung	Neue Transporter zur IAA		<b>Motek</b> , Sinsheim 27.09.-30.09.2006 <b>FachPack</b> , Nürnberg 26.09.-28.09.2006
A 39	29.09.06	15.09.06		IAA: Lkw/Transporter, Abgasnormen		<b>InterCool</b> , Düsseldorf 03.10.-06.10.2006

A 40	06.10.06	21.09.06	Truck/Van of the Year	IAA: Anhänger/Aufbauten		
A 41	13.10.06	28.09.06	Logistikdienstleistungen	IAA: Komponenten, Kühlaggregate		<b>Deutscher Logistik Kongress, Berlin</b> 18.10.-20.10.2006
C 42	20.10.06	06.10.06	Hallenbau, Tore, Rampen <b>KEP II</b>	Entsorgungsfahrzeuge Schubboden Messe Entsorga Kehrmaschinen	Fahrzeug-Lacke	<b>SYSTEMS, München</b> 23.10.-27.10.2006 <b>Entsorga, Köln</b> 24.10.-27.10.2006
A 43	27.10.06	13.10.06	Miete/Leasing	Winterausrüstung		
A 44	03.11.06	19.10.06		Mitnehmstapler		
A 45	10.11.06	26.10.06		Getränkefahrzeuge		<b>Brau, Nürnberg</b> 15.11.-17.11.2006
B 46	17.11.06	03.11.06	Tankkarten	Transporter bis 3,5 t		
C 47	24.11.06	10.11.06	Transportversicherungen		Schmierstoffe, Öle	
A 48	01.12.06	17.11.06	Telematik, Navigation	Antriebsstrang		
A 49	08.12.06	24.11.06		Ladungssicherung		
B 50	15.12.06	01.12.06	Fahrzeugeinkauf (gebraucht/neu)	Kofferaufbauten für Transporter		
C 51/52	22.12.06	08.12.06	Weihnachtsgrüße		Werkstattsysteme	
A 01/07	12.01.07	21.12.06				

ET = Erscheinungstermin, AS = Anzeigenschluss, DU = Druckunterlagenschluss



<b>1 Auflage:</b>	<b>VR A</b>	<b>VR B</b>	<b>VR C</b>
Druckauflage:	16.727	194.559	33.420
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17):	16.282	192.646	32.291

## 2 Zeitschriftenformat:

<b>Magazinformat:</b>	210 mm breit, 280 mm hoch beschnitten 217 mm breit, 288 mm hoch unbeschnitten (siehe auch Informationsblatt „Formate“)
<b>Satzspiegel:</b>	185 mm breit, 253 mm hoch
<b>Spaltenzahl:</b>	4 Spalten je 45 mm (Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)

## 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

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

## 4 Termine:

**Erscheinungsweise:** wöchentlich (im Wechsel)  
**Erscheinungstermine, Anzeigen- und Druckunterlagenchluss:**  
siehe Themen- und Terminplan

## 5 Verlag:

Verlag Heinrich Vogel GmbH Fachverlag  
Hausanschrift: Neumarkter Straße 18, 81673 München  
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München  
Anzeigenabteilung:  
Rainer Büns  
Telefon: 089/43 72-22 87, Telefax: 089/43 72-23 98  
E-Mail: anzeigen-vhv@springer.com

## 6 Zahlungsbedingungen:

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

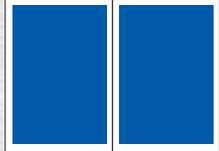
## Bankverbindungen:

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

# 7 Anzeigenformate und Preise

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.





**2/1 Seite: B 393 x H 253**

**2/1 Seite im Anschnitt:\* B 420 x H 280**

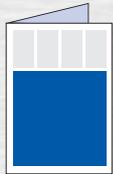
	VR A	VR B	VR C
Grundpreis s/w	6.640,- €	14.815,- €	8.300,- €
2farbig	8.075,- €	18.095,- €	10.070,- €
3farbig	9.510,- €	21.375,- €	11.840,- €
4farbig	10.945,- €	24.655,- €	13.610,- €



**1/1 Seite: B 185 x H 253**

**1/1 Seite im Anschnitt:\* B 210 x H 280**

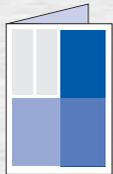
	VR A	VR B	VR C
Grundpreis s/w	3.235,- €	7.320,- €	4.390,- €
2farbig	3.955,- €	8.965,- €	5.330,- €
3farbig	4.675,- €	10.610,- €	6.270,- €
4farbig	5.395,- €	12.255,- €	7.210,- €



**2/3 Seite quer: B 185 x H 170**

**2/3 Seite im Anschnitt:\* B 210 x H 192**

	VR A	VR B	VR C
Grundpreis s/w	2.160,- €	4.885,- €	2.930,- €
2farbig	2.640,- €	5.940,- €	3.560,- €
3farbig	3.120,- €	6.995,- €	4.190,- €
4farbig	3.600,- €	8.050,- €	4.820,- €



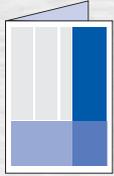
**1/2 Seite hoch: B 90 x H 253**

**1/2 Seite im Anschnitt:\* B 102 x H 280**

**1/2 Seite quer: B 185 x H 125**

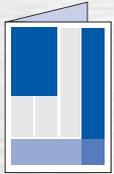
**1/2 Seite im Anschnitt:\* B 210 x H 140**

	VR A	VR B	VR C
Grundpreis s/w	1.620,- €	3.660,- €	2.195,- €
2farbig	2.040,- €	4.570,- €	2.665,- €
3farbig	2.460,- €	5.480,- €	3.135,- €
4farbig	2.880,- €	6.390,- €	3.605,- €

**VR A****VR B****VR C**

1/3 Seite hoch: B 60 x H 253  
1/3 Seite im Anschnitt:\* B 72 x H 280  
1/3 Seite quer: B 185 x H 85  
1/3 Seite im Anschnitt:\* B 210 x H 98

Grundpreis s/w	1.090,- €	2.390,- €	1.485,- €
2farbig	1.475,- €	3.275,- €	1.915,- €
3farbig	1.860,- €	4.160,- €	2.345,- €
4farbig	2.245,- €	5.045,- €	2.775,- €



1/4 Seite hoch 1spaltig: B 45 x H 253  
1/4 Seite im Anschnitt:\* B 57 x H 280  
1/4 Seite 2spaltig: B 90 x H 125  
1/4 Seite quer: B 185 x H 65  
1/4 Seite im Anschnitt:\* B 210 x H 82

Grundpreis s/w	940,- €	2.025,- €	1.205,- €
2farbig	1.285,- €	2.905,- €	1.595,- €
3farbig	1.630,- €	3.785,- €	1.985,- €
4farbig	1.975,- €	4.665,- €	2.375,- €



1/8 Seite hoch 1spaltig: B 45 x H 125  
1/8 Seite 2spaltig: B 90 x H 65  
1/8 Seite quer: B 185 x H 33

Grundpreis s/w	515,- €	1.045,- €	645,- €
----------------	---------	-----------	---------

**Titelseite**

Grundpreis 4farbig	7.870,- €	16.440,- €	8.950,- €
--------------------	-----------	------------	-----------

**Umschlagseite**

Grundpreis 4farbig	6.295,- €	13.600,- €	7.965,- €
--------------------	-----------	------------	-----------

\* Anschnittzuschlag = 315,- € 735,- € 470,- €  
+ 4 mm Beschnitt an allen anzuschneidenden Seiten.

## 10 Sonderwerbformen:

siehe Preisblatt „Sonderwerbformen“

## 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%
12maliges Erscheinen	10%	9 Seiten	12%
18maliges Erscheinen	12%	12 Seiten	15%
24maliges Erscheinen	15%	24 Seiten	20%
50maliges Erscheinen	20%		

Alle Zuschläge werden rabattiert. Anzeigen in der A-, B- und C-Ausgabe werden zusammen rabattiert. Titelseiten sind nicht rabattfähig.

## 12 Kombinationen:

-

## 13 Einhefter:

	VR A	VR B	VR C
zweiseitig	3.235,- €	7.320,- €	4.390,- €
vierseitig	6.470,- €	14.640,- €	8.780,- €
sechsstufig	9.705,- €	21.960,- €	13.170,- €
achtseitig	12.940,- €	29.280,- €	17.560,- €

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 217 mm Breite und 288 mm Höhe (gefaltet) anliefern. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

## 14 Beilagen:

**lose eingelegt, max. Größe: 203 mm x 275 mm**

bis 25 g 155,00 €/Tsd.

bis 50 g 215,00 €/Tsd.

über 50 g auf Anfrage

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

## 15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten 82,00 €/pro Tsd.

Prospekte/Warenmuster auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters.

Benötigte Liefermenge auf Anfrage. Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise s.o.).

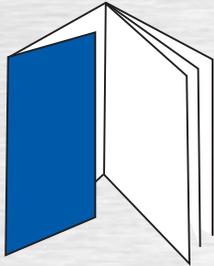
Beilagen und aufgeklebte Werbemittel werden nicht rabattiert.

## 16 Lieferanschrift für die Positionen 13 bis 15:

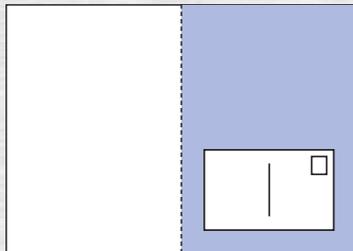
auf Anfrage

(Liefervermerk: für VerkehrsRundschau Nr. ...)

10 Muster jeweils vorab an die Anzeigenabteilung.



Gatefolder



aufgeklebte Postkarte

### Gatefolder

Grundpreis und technische Daten auf Anfrage

### Altarfalz

Grundpreis und technische Daten auf Anfrage

### Aufgeklebte Tip-on-Karte\*

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

### Inselanzeigen

mm-Preis, 4c, 1-sp., 43 mm breit	VR A	25,- €
	VR B	52,- €
	VR C	38,- €

### PR-Anzeigen\*

Grundpreis 1/1 Seite 4c	VR A	5.395,- €
	VR B	12.255,- €
	VR C	7.210,- €

### Booklets

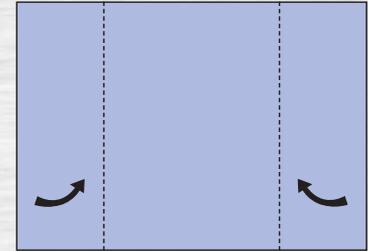
Grundpreis und technische Daten auf Anfrage

### Sponsoring\*

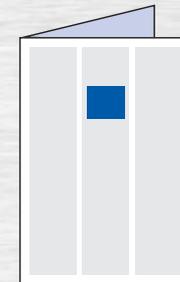
z. B. Veranstaltungen, Seminare auf Anfrage

Spezielle Crossmedia-Angebote zur IAA Nutzfahrzeuge auf Anfrage.

\*nicht rabattfähig



Altarfalz



Inselanzeige



## 19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen:

Abteilung/ Klasse	Empfängergruppen Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Projektion (circa)
60.24	Güterbeförderung im Straßenverkehr: davon:	62	9.920
	- Straßengüternahverkehr, ohne Umzugsverkehr	23	3.680
	- Straßengüterfernverkehr, ohne Umzugsverkehr	37	5.920
	- Umzugsverkehr mit Kraftfahrzeugen	2	320
63.40, 63.12 C/D/E/F/G	Spedition/Verkehrsvermittlung/Lagerei/Logistik Werkverkehr mit betriebseigenen Fahrzeugen, Verloader aus Industrie und Handel	13	2.080
50.1, 50.2, 50.5	Kraftfahrzeughandel, Instandsetzung und Reparatur von Kraftfahrzeugen, Tankstellen	10	1.600
64.12	Private Paketdienste/Expresstransporte/Kurierdienste	6	960
75.1, 91.1	Wirtschaftsverbände, Arbeitgeberverbände, Berufsorganisationen	2	320
	Sonstige	5	800
	Abrundungsdifferenz		-6
	Tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100	15.994
	Ausland (nicht erhoben)		288
	Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland		16.282

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

## 19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:

Abteilung/ Klasse	Empfängergruppen Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Projektion (circa)
60.24.1/90	Erlaubnispflichtiger Straßengüternahverkehr, Abwasser- und Abfallbeseitigung und sonstige Entsorgung	22	42.380
60.22.0	Betrieb von Taxis und Mietwagen mit Fahrer	17	32.750
60.24.2	Genehmigungspflichtiger Straßengüterfernverkehr	13	25.040
60.24.3/ 60.24.4	Umzugsverkehr mit Kraftfahrzeugen, Güterbeförderung im Straßenverkehr	13	25.040
63.40	Speditionen, sonstige Verkehrsvermittlung	10	19.270
64.1	Private Paketdienste	9	17.340
C/D/E	Werknah- und -fernverkehr	6	11.560
60.21.1/ 60.21.2/60.23.1	Personenbeförderung im Omnibus-Orts- und Nachbarortlinienverkehr, im Omnibus-Überlandlinienverkehr und im Omnibus-Gelegenheitsverkehr	4	7.710
80.41	Fahrschulen	1	1.930
-	Sonstige	5	9.630
-	Abrundungsdifferenz		-4
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage Inland</b>	<b>100</b>	<b>192.646</b>
	<b>Ausland (nicht erhoben)</b>		<b>-</b>
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland</b>		<b>192.646</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

## 19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:

Abteilung/ Klasse	Empfängergruppen Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Projektion (circa)
60.24	Güterbeförderung im Straßenverkehr davon: - Straßengüternahverkehr, ohne Umzugsverkehr - Straßengüterfernverkehr, ohne Umzugsverkehr - Umzugsverkehr mit Kraftfahrzeugen	28	8.950
63.12, 63.40	Speditionen/Verkehrsvermittlung/Lagerei/Logistik	19	6.080
64.12	private Paketdienste/Expresstransporte/Kurierdienste		
C/D/E/F/G	Werkverkehr mit betriebseigenen Fahrzeugen, Verloader aus Industrie und Handel	18	5.760
34, 50.1, 50.2, 50.5	Kraftfahrzeughandel, Instandsetzung und Reparatur von Kraftfahr- zeugen, Tankstellen	12	3.840
75.1, 90.00.3, 91.1	Wirtschaftsverbände, Arbeitgeberverbände, Berufsorganisationen, öffentliche Verwaltung (TÜV, kommunale Fuhrparks, Abfallbeseitigung und Entsorgung)	15	4.800
	Sonstiges	7	2.240
	Keine Angaben	1	320
	Abrundungsdifferenz		-13
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage Inland</b>	<b>100</b>	<b>31.977</b>
	<b>Ausland (nicht erhoben)</b>		<b>314</b>
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland</b>		<b>32.291</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

## 20 Größe der Wirtschaftseinheit

	VR A		VR B		VR C	
	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Projektion (circa)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Projektion (circa)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Projektion (circa)
1 - 4 Beschäftigte	35	5.600	66	127.150	17	5.440
5 - 19 Beschäftigte	36	5.760	20	38.530	35	11.190
20 und mehr Beschäftigte	27	4.320	11	21.190	46	14.710
Keine Angabe	2	320	3	5.780	2	640
<b>Abrundungsdifferenz</b>		+6		-4		-3
tvA Inland	100	15.994	100	192.646	100	31.977
Ausland (nicht erhoben)		288		-		314
<b>Tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>16.282</b>		<b>192.646</b>		<b>32.291</b>

## 21 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

Inhaber, Mitinhaber, Geschäftsführer	79	12.640	89	171.460	53	16.950
Kaufmännische Leitung	11	1.760	4	7.710	5	1.600
Sonstiger kaufmänn. oder technischer Angestellter, Disponenten	6	960	4	7.710	4	1.280
Sonstige Betriebs- u. Abteilungsleiter					14	4.480
Logistikleiter	2	320			3	960
Fuhrpark- und Werkstattleiter					7	2.240
Fahrer			1	1.930	1	320
Sonstige /Keine Angabe	2	320	2	3.850	13	4.160
<b>Abrundungsdifferenz</b>		-6		- 14		-13
tvA Inland	100	15.994	100	192.646	100	31.977
Ausland (nicht erhoben)		288		-		314
<b>Tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>16.282</b>		<b>192.646</b>		<b>32.291</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

## 22 Bildung/Ausbildung/Schulabschluss/Berufliche Ausbildung:

### VR A

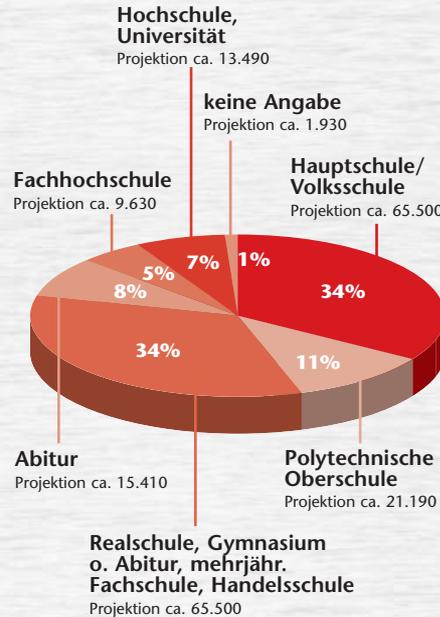
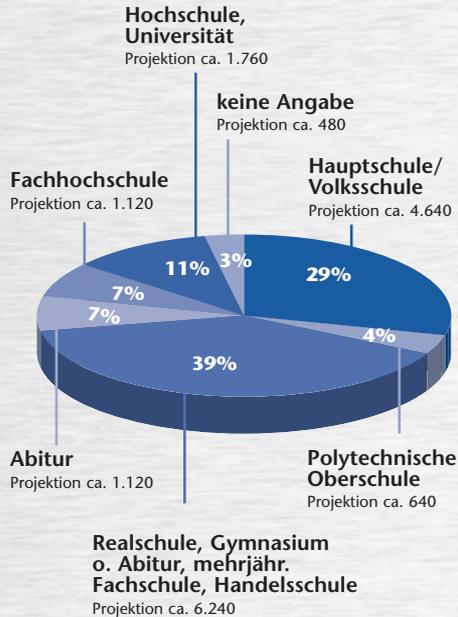
Abrundungsdifferenz Projektion ca. -6

### VR B

Abrundungsdifferenz Projektion ca. -4

### VR C

Mehrfachnennungen (100% = 31.977 Empfänger)



	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in %	Projektion ca.
Kaufmännische Lehre	47	15.030
Technische Lehre	45	14.390
Meisterprüfung	23	7.360
Technisches Studium	13	4.160
Betriebswirt. Studium	8	2.560
Sonst. (Fach-)Hochschulstudium	5	1.600
Handwerkliche/techn. Lehre	4	1.280
Sonstige	10	3.200
Keine Angaben	2	640

tvA Inland	15.994
Ausland (nicht erhoben)	288
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>16.282</b>

tvA Inland	192.646
Ausland (nicht erhoben)	-
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>192.646</b>

tvA Inland	31.977
Ausland (nicht erhoben)	314
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	<b>32.291</b>

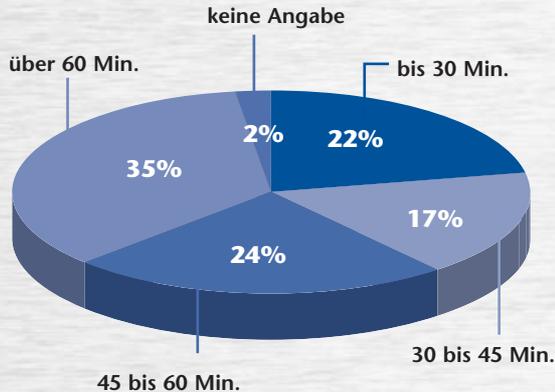
## 23 Alter

	VR A		VR B		VR C	
	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Projektion (circa)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Projektion (circa)	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Projektion (circa)
- bis 29 Jahre	4	640	3	5.780	4	1.280
30 bis 39 Jahre	20	3.200	29	55.870	21	6.720
40 bis 49 Jahre	33	5.280	36	69.350	27	8.630
50 bis 59 Jahre	28	4.480	27	52.010	33	10.550
60 Jahre und älter	14	2.240	5	9.630	13	4.160
keine Angabe	1	160		-	2	640
<b>Abrundungsdifferenz</b>		<b>-6</b>		<b>+6</b>		<b>- 3</b>
tvA Inland	100	15.994	100	192.646	100	31.977
Ausland (nicht erhoben)		288		-		314
<b>Tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>16.282</b>		<b>192.646</b>		<b>32.291</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

4.1 Media-Profil:

Lesedauer in Minuten: durchschnittlich 64 Min.



Von den Befragten lesen:

Fast alle Seiten	58,4%
3/4 der Seiten	18,0%
1/2 der Seiten	15,2%
1/4 der Seiten	6,4%

Daraus ergibt sich eine hohe **Seitenkontaktchance** von **81,6%**.

Geschätzte Anzahl

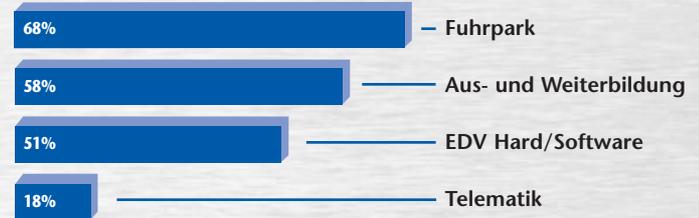
**weiterer Leser:** durchschnittl. 3,2 weitere Leser pro Ausgabe

**Reichweite:** 52.102 Leser\*

**Anzeigennutzung:** 87% aller Leser nutzen die Anzeigen zur **Entscheidungsvorbereitung.**

\*geschätzte Anzahl Leser x IVW II. Quartal 2005 (tvA)

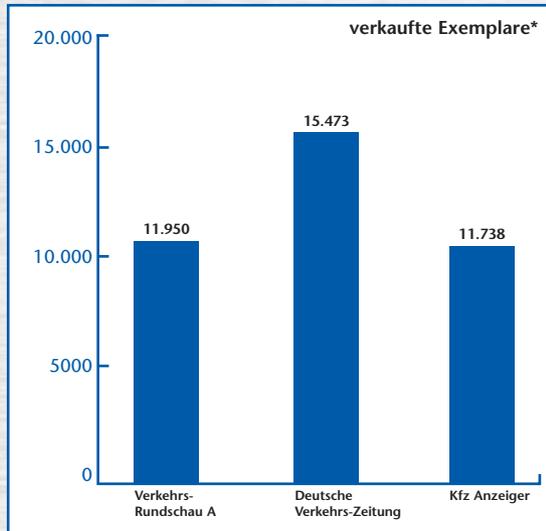
Geplante Investitionen in den nächsten 2 Jahren:



Weiterempfehlung:

97,6% der Leser würden die VerkehrsRundschau A an Kollegen und Geschäftsfreunde weiterempfehlen. Dieser Wert dokumentiert den zugesprochenen **hohen Nutzwert** der VerkehrsRundschau.

**Auflagen und Preis pro Tausend:**



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

**Wettbewerbsvergleich:**

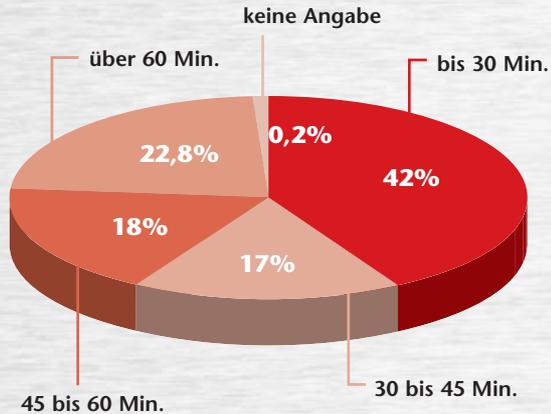
VerkehrsRundschau A	451,46 €
Deutsche Verkehrs-Zeitung	520,26 €
Kfz Anzeiger	586,30 €

Der Vergleich zeigt: Mit einer hohen Reichweite und dem günstigen Preis pro Tausend Empfänger von 451,46 € qualifiziert sich die VerkehrsRundschau A als Basismedium für die erfolgreiche Kommunikation mit dem Entscheider aus Transport und Logistik.

\* IVW II. Quartal 2005

4.1 Media-Profil:

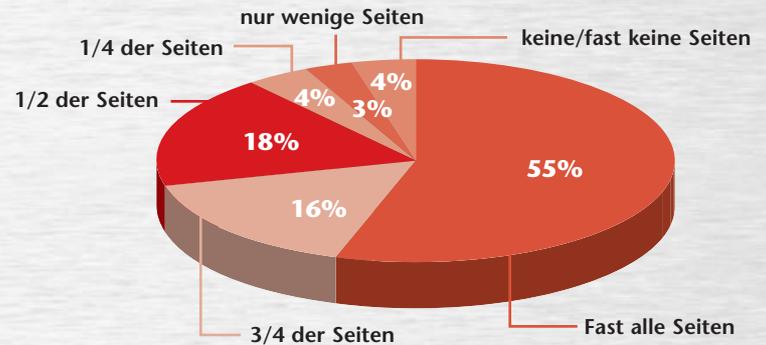
Lesedauer in Minuten: durchschnittlich 46,3 Min.



**Anzeigennutzung:**

77,6% aller Leser nutzen die Anzeigen zur Entscheidungs-  
vorbereitung.

Von den Befragten lesen:

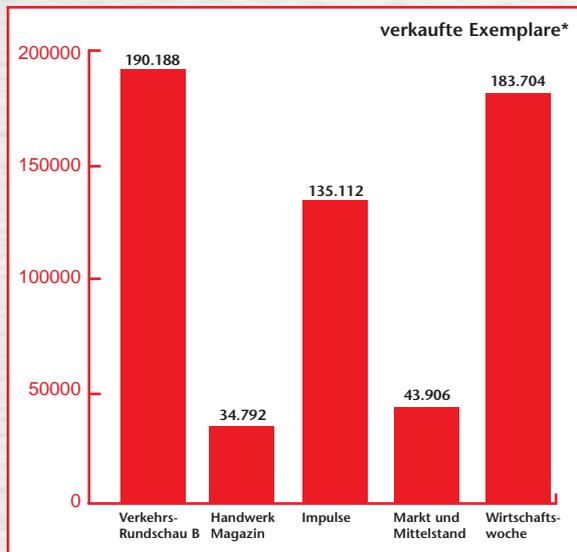


Daraus ergibt sich eine hohe Seitenkontaktchance von 77,3%.

**Geplante Investitionen in den nächsten 2 Jahren:**

Software, Hardware	35%
Transporter	34%
Pkw	32%
Lkw	32%
Kommunikations- und Telematiksysteme	26%
Werkstattausrüstung	17%

## Auflagen und Vergleich Preis pro Tausend



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

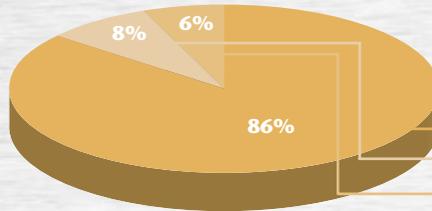
### Wettbewerbsvergleich:

VerkehrsRundschau B	62,99 €
Handwerk Magazin	347,78 €
Impulse	114,79 €
Markt und Mittelstand	234,36 €
Wirtschaftswoche	115,84 €

Mit einer unschlagbaren Reichweite und einem Preis pro Tausend Empfänger von 62,99 € qualifiziert sich die VerkehrsRundschau B als hoch wirtschaftliches Medium, wenn es darum geht, Entscheider aus mittelständischen Unternehmen effizient anzusprechen.

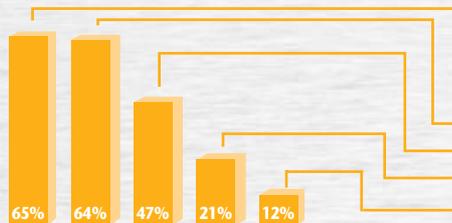
Die VerkehrsRundschau B – ein Basismedium für die erfolgreiche Kommunikation mit den Entscheidern aus Transport und Logistik.

\* IWW II. Quartal 2005



### VerkehrsRundschau C das Entscheidermagazin für Transport, Fuhrparkmanagement und Werkstatt:

86% Netto-Entscheider  
8% Berater und Entscheider  
6% Sonstige/keine Angaben  
96% der Empfänger sind Entscheider und Berater



### Investitionen in den nächsten 2 Jahren:

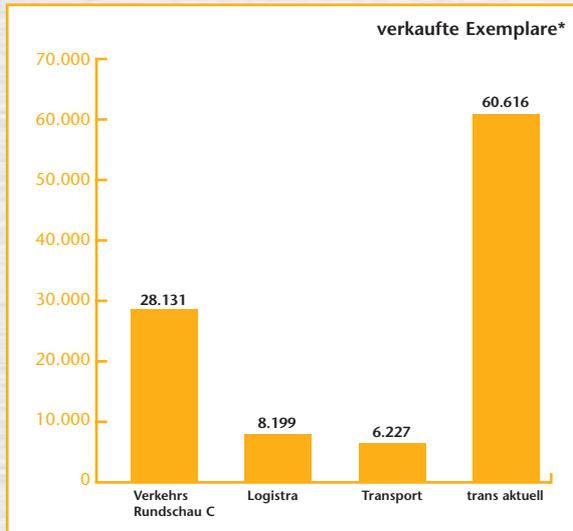
65% Fuhrpark  
64% Aus- und Weiterbildung  
47% EDV & Software  
21% Werkstattausrüstung  
12% Telematik

### Zusammensetzung Fuhrpark:

Anhänger + Aufbauten:	8,8 Fahrzeuge
Pkw/Kombi:	8,7
Lkw bis 40 t/Sattelzug:	7,3
Transporter bis 3,5 t:	3,0
Solo bis 24 t:	2,3
Sonderfahrzeuge:	1,6
Leichte Lkw bis 7,5 t:	1,1

Durchschnittliche Anzahl  
der Fahrzeuge pro Fuhrpark: 34 Fahrzeuge

**Auflagen und Preis pro Tausend:**



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

VerkehrsRundschau C:	241,55 €
Logistra:	614,71 €
trans aktuell:	156,89 €
Transport:	915,37 €

**Geschätzte Anzahl weiterer Leser:**  
durchschnittlich **3,5 weitere Leser** pro Ausgabe\*

**Reichweite:** ca. **98.459 Leser\*\***  
\*\*geschätzte Anzahl Leser x IVW II. Quartal 2005 (tva)

**Finanzierungswege im Bereich Fuhrpark:\***

Barzahlung	42,4%
Kreditfinanzierung	37,6%
Miete/Leasing	47,6%

Mehrfachnennungen möglich

\*Empfängerstrukturanalyse Juni 2005/TNS EMNID, Bielefeld

**1 Web-Adresse (URL):**

www.verkehrsrundschau.de

**2 Kurzcharakteristik:**

Zielgruppenspezifisches Internet-Angebot für Entscheider der Transport- und Logistikbranche. Täglich aktuelle Nachrichten und Hintergrundberichte mit Produkt-Datenbanken, Stellenbörse, Branchenverzeichnis, und weiteren Infos rund um die Branche.

**3 Werbeformen und Preise:**

Banner	Format (BxH) in Pixel	Preis (TKP)
Fullsize/Superbanner	468x60 oder 728x90	40,- €
Skyscraper	120x600 oder 200x400	40,- €
Pop-Up/Under	200x300	40,- €
Contentbanner	440x40	1)
Kombi-Paket <sup>2)</sup>	778x90 + 200x400 + 440x40	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 (TKP)	36,- € (pro Werktag)	26,- € (pro Werktag)

<sup>1)</sup>42,- € TKP bei Selektionen und Tagesbuchungen

Anzahl Newsletter-Abonnenten August 2005: 6.159

**5. Online Sonderwerbeformen:**

Infolines, Sponsoring, Kooperationen auf Anfrage.

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



## 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 Wechserversand)

#### 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: VR A 15.769  
VR B 182.347  
VR C 33.071

#### 2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 0

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

## Kurzfassung der Erhebungsmethode

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

	VR A	VR B	Taxi	Gesamt	VR C
<b>Verkaufte Auflage</b>	<b>12.024</b>	<b>140.455</b>	<b>35.693</b>	<b>176.148</b>	<b>29.570</b>
davon: Mitglieds-Abonnenten	-	131.983	35.602	167.585	-
Normal-Abonnenten	12.024	8.429	91	8.520	12.238
sonstiger Verkauf	92	43		43	17.332
<b>Freistücke</b>	<b>4.066</b>	<b>5.647</b>	<b>552</b>	<b>6.199</b>	<b>3.501</b>
davon: ständige Freistücke	3.653	5.647	522	6.199	-
wechselnde Freistücke	-	-	-	-	-
Werbeexemplare	-	-	-	-	-
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>15.769</b>	<b>146.102</b>	<b>36.245</b>	<b>182.347</b>	<b>33.071</b>
davon Inland	15.509	146.102	36.245	182.347	32.748
davon Ausland	261	-	-	-	323

### 3 Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	15.769=100,0%	146.102=100,0%	36.245=100,0%	182.347=100,0%	33.071=100%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	493=3,1%	5.690=3,9%	552=0,4%	6.242=3,4%	323=1%
Empfänger Ausland	261	-	-	-	-
Bibliotheken	5	-	-	-	-
Ständige Freistücke	-	5.647	552	6.199	-
Werbeexemplare	135	-	-	-	-
Sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Einzelverkauf etc.)	92	43	-	43	-
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	15.276=96,9%	140.412=96.1%	35.693=98,5%	176.105=96,6%	32.748=99%

## Kurzfassung der Erhebungsmethode

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 10. Mai 2004 (VR A) / 19. März 2003 (VR B) / 21. Mai 2005 (VR C)

### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger (410 Adressen VR A / 419 Adressen VR B / 418 Adressen VR C).

	VR A	VR B	VR C
<b>Ausgangs-Stichprobe</b>	<b>410 Fälle = 100,0%</b>	<b>419 Fälle = 100,0%</b>	<b>418 Fälle = 100,0%</b>
Stichprobenneutrale Ausfälle:			
Unternehmen existiert nicht mehr	–	–	–
Außerhalb der Zielgruppe	28 Fälle = 6,8%	39 Fälle = 9,3%	5 Fälle = 1,2%
Kein Empfänger ermittelbar	17 Fälle = 4,1%	23 Fälle = 5,5%	47 Fälle = 11,2%
Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	16 Fälle = 3,9%	–	10 Fälle = 2,4%
Zeitschrift unbekannt	–	–	–
<b>Ausfälle gesamt:</b>	<b>61 Fälle = 14,9%</b>	<b>62 Fälle = 14,8%</b>	<b>62 Fälle = 14,8%</b>
<b>Brutto-Stichprobe:</b>	<b>349 Fälle = 100,0%</b>	<b>357 Fälle = 100,0%</b>	<b>356 Fälle = 100,0%</b>
Stichprobenrelevante Ausfälle:			
Zielperson nicht erreicht	24 Fälle = 6,9%	31 Fälle = 8,7%	29 Fälle = 8,1%
Zielperson verweist/krank	11 Fälle = 3,2%	1 Fall = 0,3%	22 Fälle = 6,2%
Kein Termin möglich	26 Fälle = 7,4%	16 Fälle = 4,5%	27 Fälle = 7,6%
Beantwortung der Fragen verweigert	38 Fälle = 10,9%	44 Fälle = 12,3%	28 Fälle = 7,9%
Abbruch im Interview	–	15 Fälle = 4,2%	–
	99 Fälle = 28,4%	105 Fälle = 29,6%	106 Fälle = 29,8%
<b>Netto (auswertbare Fälle):</b>	<b>250 Fälle = 71,6%</b>	<b>250 Fälle = 70,4%</b>	<b>250 Fälle = 70,2%</b>

### 3.4 Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit werden die Fachzeitschriften an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der Empfänger der **VerkehrsRundschau** 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 18. Mai bis 9. Juli 2004 (VR A) / 21. März bis 28. April 2003 (VR B)  
24. Mai bis 29 Juni 2005 (VR C)

### 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, 9. Auflage (VR A, VR C) / 8 Auflage (VR B)

## Kurzfassung der Erhebungsmethode

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

#### 1 Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

#### 2 Beschreibung der Empfängerbereitschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

##### 2.1 Beschaffenheit der Datei:

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

	VR A	VR B	VR C
2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei	15.038	196.653	31.510
2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger	2.000	0	2.000

## Kurzfassung der Erhebungsmethode

(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

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

	VR A	VR B	VR C
<b>Verkaufte Auflage:</b>	<b>11.950</b>	<b>190.188</b>	<b>28.131</b>
Abonnements	11.611	189.792	11.544
Einzelverkauf	0	0	0
sonstiger Verkauf	339	396	16.587
<b>Freistücke:</b>	<b>3.088</b>	<b>6.465</b>	<b>3.379</b>
ständige Freistücke	2.675	6.465	2.729
wechselnde Freistücke	413	6.465	650
Werbeexemplare	0	0	0
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)</b>	<b>15.038</b>	<b>196.653</b>	<b>31.510</b>
Inland	14.737	196.653	31.205
Ausland	301	0	305

### 3 Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	0	0	0
sonstiger Verkauf	399	396	16.587
Werbeexemplare	0	0	0
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	339 = 2,3%	396 = 0,2%	16.587 = 52,6%
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	14.699 = 97,7%	196.357 = 99,8%	14.923 = 47,4%

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 8. August 2005

#### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

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

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: 01. März bis 30. Juni 2005

3.7 Durchführung der Untersuchung: Verlag Heinrich Vogel GmbH

# Daten-Ticket

Stand: Oktober 2005

## Übernahme digitaler Daten

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



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](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 gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlaß dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

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

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

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

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

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

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

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

bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v. H.,

bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v. H.,

bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v. H.,

bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v. H.,

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## VerkehrsRundschau bietet mehr:

- Kostenloser Mediaservice
- Repräsentative Empfängerstrukturanalysen
- Auflagenstruktur-Poster
- Wettbewerbsbeobachtungen
- Güterverkehrsstudie Teil 1 + 2
- 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
- Anzeigenleiterin: **Stephanie Rinsche**  
Tel. 089/43 72-21 36  
[stephanie.rinsche@springer.com](mailto:stephanie.rinsche@springer.com)
- Anzeigenverkauf: **Rainer Büns**  
Tel. 089/43 72-22 87  
[rainer.buens@springer.com](mailto:rainer.buens@springer.com)  
**Martina Konrad**  
Tel. 089/43 72-23 11  
[martina.konrad@springer.com](mailto:martina.konrad@springer.com)  
Fax 089/43 72-23 98
- Anzeigenverwaltung Format: **Eva Loibl**  
Tel. 089/43 72-23 75  
Fax 089/43 72-21 58

### 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.verkehrsrundschau.de](http://www.verkehrsrundschau.de)

Verkehrs  
Rundschau

LOGISTIK  
Magazin

Gefahr/gut

Fernfahrzeuge Magazine  
Trucker

Nutzfahrzeug  
Katalog

OMNIBUSREVUE

BUS AKTUELL

BUS Fahrer

Fahrschule

TAXI

Werkstatt  
Spezial

KEP  
Spezial