



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

# MEDIADATEN 2011

Das Magazin für erfolgreiche Fahrlehrer

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





Dietmar Fund  
Chefredakteur Fahrschule

## Wer sind die Leser von Fahrschule?

Das Magazin richtet sich an Fahrschulunternehmer, an angestellte Fahrlehrer und an verantwortliche Leiter größerer Fahrschulen. Gern wird es auch von anderen Mitarbeitern in den Fahrschulen gelesen.

## Was kennzeichnet die Leser von Fahrschule?

Die Leser sind in der Regel die Entscheider im Fahrschulunternehmen. Angestellte Fahrlehrer haben dabei ein großes Mitspracherecht.

## Was zeichnet Fahrschule aus?

Als offizielles Organ der Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände informiert Fahrschule frühzeitig und praxisgerecht über alles, was für Fahrschüler wichtig ist. Und das seit 60 Jahren. Dazu zählen beispielsweise die vielen rechtlichen Änderungen, die Jahr für Jahr die Ausbildung der Fahrschüler verändern. Fahrschule berichtet regelmäßig über neue, wichtige Aufgabenbereiche für engagierte Fahrlehrer.



## Was bietet Fahrschule noch?

Über die Website [www.fahrschule-online.de](http://www.fahrschule-online.de), im wöchentlich erscheinenden Newsletter und über Twitter, verbreitet Fahrschule aktuelle Nachrichten sowie Meldungen zu Produkten und Dienstleistungen. Bei neu erscheinenden PKW-Modellen wird in einer Datenbank festgehalten, unter welchen Voraussetzungen sie auch als Prüfungsfahrzeuge eingesetzt werden dürfen.

## **Die bundesweite Fachzeitschrift für Fahrschulen**

Sie erreichen **15.991 Abonnenten\***

und 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\*\***

\* IVW Jahresdurchschnitt 7/09-6/10

\*\* Auszug aus der 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:** 62. Jahrgang 2011

**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:** 81664 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:

**Gesamtanzeigenleiterin:** Jutta Rethmann  
**Anzeigenleiterin:** Marisa d'Arbonneau

### 11 Vertrieb:

**Telefon:** Vertriebsservice, Verlag Heinrich Vogel  
(0 89) 20 30 43 -11 00

### E-Mail:

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

### 12 Bezugspreis:

Jahresabonnement

Inland:

€ 89,90 inkl. Versand und 7 % MwSt.

Europäisches Ausland:

€ 101,90 inkl. Versand und 7 % MwSt.

Einzelverkaufspreis:

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

### 13 ISSN:

0014-6838

### 14 Umfangs-Analyse:

2009 = 12 Ausgaben

**Format der Zeitschrift:**

210 mm (B), 279 mm (H)

**Gesamtumfang:**

656 Seiten = 100,0 %

**Redaktioneller Teil:**

363 Seiten = 55,3 %

**Anzeigenteil:**

293 Seiten = 44,7 %

davon

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 71 Seiten = 24,3 %

Einhefter/Durchhefter: – Seiten = 0,0 %

Verlagseigene Anzeigen: 46 Seiten = 15,7 %

Beilagen: 13 Stück

### 15 Inhalts-Analyse Redaktion:

–



### 16 Auflagenkontrolle:

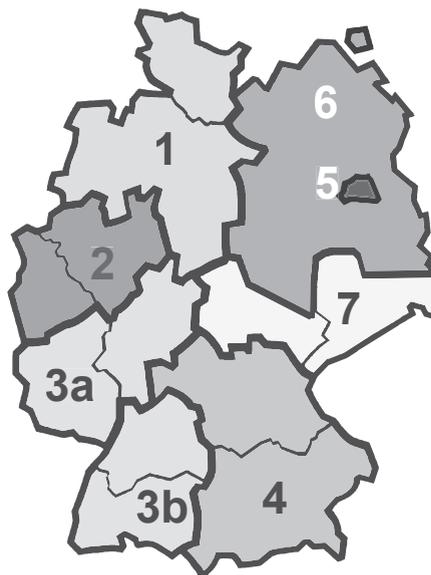
### 17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt

(01. Juli 2009 – 30. Juni 2010)

<b>Druckauflage:</b>	17.127		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	16.845	davon Ausland:	32
<b>Verkaufte Auflage:</b>	16.060	davon Ausland:	25
– Abonnierte Exemplare:	15.991	davon Mitgliederstücke:	13.848
– Einzelverkauf:	–		
– Sonstiger Verkauf:	69		
<b>Freistücke:</b>	785		
<b>Rest-, Archiv-, Belegexemplare:</b>	282		

### 18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,8	16.813
Ausland	0,2	32
<b>Tatsächl. verbr. Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>16.845</b>



Nielsen-Region	Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage
1	3.174
2	3.668
3 a	2.533
3 b	1.865
4	2.737
5	489
6	1.196
7	1.151
<b>tvA Inland</b>	<b>16.813</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



	Heft-Nr. Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Themen	Messen
Januar	1	07.01.2011	02.12.2010	14.12.2010	Motorrad-Schutzkleidung/Motorradhelme	
Februar	2	03.02.2011	04.01.2011	17.01.2011	3. EG-Führerscheinrichtlinie	
März	3	03.03.2011	02.02.2011	14.02.2011	Die 3. EG-Führerscheinrichtlinie bringt neue Ausbildungsfahrzeuge für Zweirad- und Anhängerklassen	
April	4	07.04.2011	09.03.2011	21.03.2011	Motorradreisen	
Mai	5	05.05.2011	04.04.2011	14.04.2011	Navigationsgeräte für Motorräder	
Juni	6	03.06.2011	04.05.2011	16.05.2011	Gesundes Sitzen im Fahrschulauto	

	Heft-Nr. Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Themen	Messen
Jul	7	07.07.2011	06.06.2011	17.06.2011	Marktübersicht: Fahrschulwagen-Aufkäufer	
August	8	04.08.2011	06.07.2011	18.07.2011	Marktübersicht: Flipcharts und Hilfsmittel für den theoretischen Unterricht	
September	9	01.09.2011	02.08.2011	12.08.2011	Leasing-Angebote für Fahrschulen Vorschau auf die IAA PKW Vorschau auf die REHACARE International	<b>IAA PKW</b> in Frankfurt/Main (15.09.-25.09.2011) <b>REHACARE International</b> in Düsseldorf (21.09.-24.09.2011)
Oktober	10	06.10.2011	06.09.2011	16.09.2011	Schaufenstergestaltung: Dekoration/Beleuchtung	
November	11	03.11.2011	04.10.2011	14.10.2011	Bericht von der IAA PKW Fahrzeugumbauten für Handicap-Ausbilder	
Dezember	12	01.12.2011	02.11.2011	14.11.2011	Zweirad-Neuheiten für die Schulungssaison 2012	
Januar	1/12	05.01.2012	02.12.2011	14.12.2011	Marktübersicht: Fahrschulwagen-Vermieter	



## 1 Auflage:

Druckauflage: 17.127  
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt  
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 16.845

## 2 Zeitschriftenformat:

210 mm x 279 mm beschnitten (B x H)

## Satzspiegel:

185 mm breit, 250 mm hoch  
Spaltenzahl: 4, Spaltenbreite: 43 mm  
Spaltenzahl: 3, Spaltenbreite: 60 mm

## 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  
81664 München  
**Hausanschrift:**  
**Postanschrift:**  
**Anzeigenabteilung:** Elisabeth Huber  
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\*:

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm		Grundpreis s/w €	Grundpreis farbig €
		im Satzspiegel	im Anschnitt*		
1/1 Seite	4-spaltig	185 x 250	210 x 279	4.200,-	6.025,-
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 250	102 x 279	2.290,-	3.265,-
	4-spaltig	185 x 125	210 x 140		
1/3 Seite	1-spaltig	60 x 250	72 x 279	1.535,-	2.255,-
	4-spaltig	185 x 85	210 x 98		
1/4 Seite	1-spaltig	43 x 250	56 x 279	1.225,-	1.845,-
	2-spaltig	90 x 125			
	4-spaltig	185 x 65	210 x 82		
1/8 Seite	1-spaltig	43 x 125		640,-	1.070,-
	2-spaltig	90 x 65			
	4-spaltig	185 x 33			
1/16 Seite	1-spaltig	43 x 65		360,-	585,-
	2-spaltig	90 x 30			
	4-spaltig	185 x 15			
Titelseite					auf Anfrage
2., 3., 4. Umschlagseite (nicht rabattierbar)					7.055,-

\* + 3 mm Beschnitt an den Außenseiten

### 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 € 670,-

#### 8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -  
Anzeigen über Satzspiegel -  
Angeschnittene Anzeigen -

### 9 Rubrikanzeigen:

gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit) sw	€ 4,85
gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit) farbig	€ 6,67
private Anzeigen	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit) sw	€ 4,12
private Anzeigen	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit) farbig	€ 5,67
Stellengesuche	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit)	€ 2,06
Chiffregebühr		€ 11,00

### 10 Sonderwerbformen:

Fort-/Sonderdrucke auf Anfrage  
Weitere Werbeformen auf Anfrage

### 11 Rabatte:

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

Alle Zuschläge sind rabattfähig. Titelseiten sind nicht rabattfähig.

### 12 Kombinationen:

-

### 13 Einhefter:

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite) auf Anfrage  
Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 214 mm Breite und 287 mm Höhe (gefalzt) anliefern. Beschnitt im Bund: keinen, Beschnitt außen: 4 mm, Beschnitt am Kopf: 4 mm, Beschnitt am Fuß: 4 mm. Platzierung in Hefmitte.

### 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)**

**Alle Preise gelten zuzüglich der gesetzlich gültigen MwSt.**

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



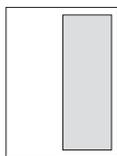
2/1 über Bund

396 x 250



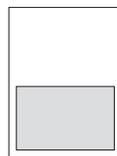
1/1

185 x 250



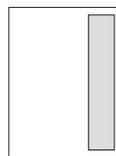
1/2 hoch

90 x 250



1/2 quer

185 x 125



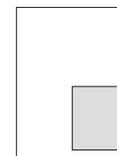
1/3 hoch

60 x 250



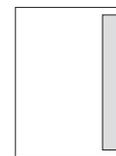
1/3 quer

185 x 85



1/4 2-spaltig

90 x 125



1/4 hoch

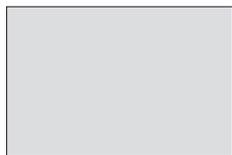
43 x 250



1/4 quer

185 x 65

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



2/1 über Bund  
angeschnitten

420 x 279\*



1/1

210 x 279\*



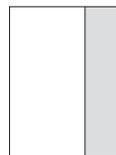
1/2 hoch

102 x 279\*



1/2 quer

210 x 140\*



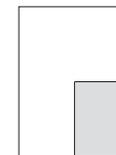
1/3 hoch

72 x 279\*



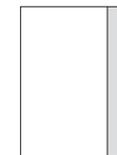
1/3 quer

210 x 98\*



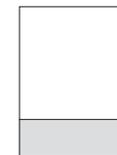
1/4 2-spaltig

105 x 140\*



1/4 hoch

57 x 279\*

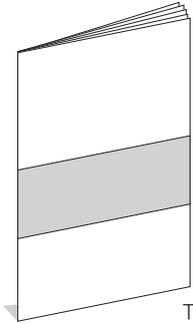


1/4 quer

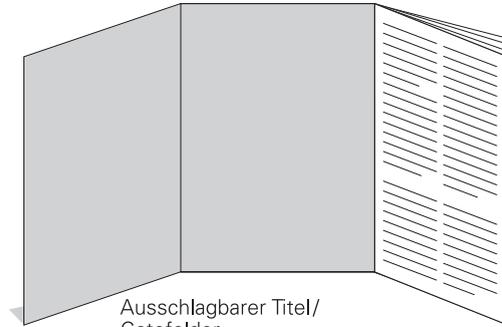
210 x 82\*

\* + 3 mm Beschnitt an den Außenseiten

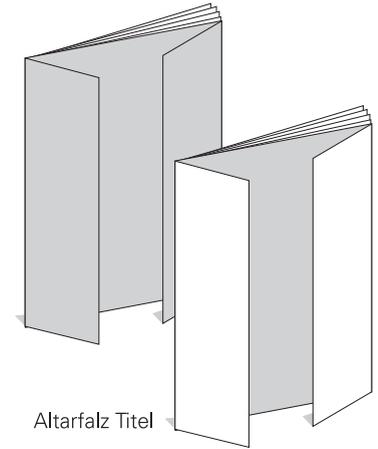
zusätzlich 3 mm Anschnitt im Bund (linke und rechte Seite) bei Doppelseiten



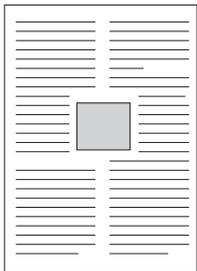
Titel-Banderole



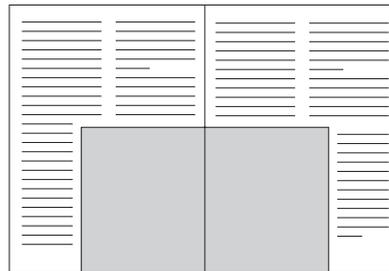
Ausschlagbarer Titel/  
Gatefolder



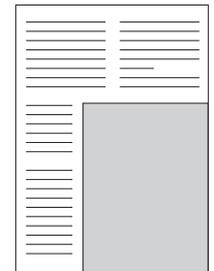
Altarfalz Titel



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. Die Informationen werden optimiert aufbereitet für die stationäre und mobile Internetnutzung in Form von Artikeln, Datenbanken, Downloads und Bildergalerien.
- 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: 12.269 (Stand: August 2010)  
Page Impressions: 35.971 (Stand: August 2010)

### 8 Werbeformen und Preise:

#### 8.1 Banner-Werbung:



Werbeformen	Pixel-Format	TKP €*
1 <b>Textanzeige + Logo</b> (GIF)	300 x 115	55,-
2 <b>Rectangle/Video Rectangle</b>	300 x 250	75,-
3 <b>Expandable Rectangle</b> (nach links)	630 x 250	100,-
4 <b>Expandable Rectangle</b> (nach links unten)	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	auf Anfrage
8 <b>Road Block (zwei Rectangles)</b>	300 x 250 (2x)	150,-
9 <b>Wallpaper</b>	auf Anfrage	150,-
10 <b>Cornor Ad Large</b>	auf Anfrage	auf Anfrage

\* gültig ab 01.10.2010; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

### 8.2 Newsletter-Werbung:

**Newsletter-Abonnenten:** 3.619 (Stand: August 2010)



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

\*gültig ab 01.10.2010; 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>15.800</b>
	- Fahrschulinhaber	83	13.960
	- angestellte Fahrlehrer	9	1.510
	- Fahrschulen von Bahn, Post, Feuerwehr, Bundeswehr und Polizei	2	340
<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>340</b>
-	<b>Keine Angaben</b>	<b>1</b>	<b>170</b>
	<b>Abrundungsdifferenz</b>		<b>- 7</b>
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage Inland</b>	<b>100</b>	<b>16.813</b>
	<b>Ausland</b> (nicht erhoben)		<b>32</b>
	<b>Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland</b>		<b>16.845</b>

### 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>17.860</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 %
Ausfälle gesamt	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** im Betrieb, im 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. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

**2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:** 16.555

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** –

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

<b>Verkaufte Auflage:</b>	<b>15.865</b>
Abonnements	15.797
Einzelverkauf	–
sonstiger Verkauf	68
<b>Freistücke:</b>	<b>690</b>
ständige Freistücke	690
wechselnde Freistücke	–
Werbeexemplare	–
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	<b>16.555</b>
Inland	16.526
Ausland	29

### 3 Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	–
sonstiger Verkauf	68
Werbeexemplare	–
davon in der Untersuchung nicht erfasst:	68 = 0,4 %
die Untersuchung repräsentiert	
von der Grundgesamtheit (tvA)	16.487 = 99,6 %

**3.2 Tag der Datei-Auswertung:** 30. Juli 2010

#### 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

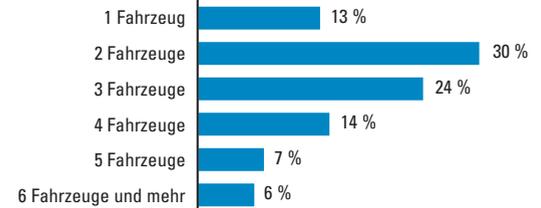
**3.6 Zeitraum der Untersuchung:** 01. März bis 30. Juni 2010

**3.7 Durchführung der Untersuchung:** Springer Fachmedien München GmbH

### Auffällige Anzeigenformen



### PKW-Absatzpotentiale



# 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 über 75 Jahren für professionelle und journalistisch hochwertige Fachinformationen, auch im Bereich der Lehr- und Lernmittel 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 Fachmedien München GmbH.

Für die Entscheider in den Unternehmen unserer Branchen bieten wir nutzwertige und praxisorientierte Informationen. Durch regelmäßige Marktanalysen stellen wir uns auf die Bedürfnisse unserer Leser und Kunden ein und entwickeln unsere Produkte stets mit hohem journalistischen Anspruch weiter.

Unser Service: 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 stehen Ihnen für Ihre Media-planung zur Verfügung. Überzeugen Sie sich selbst von den starken Nutzwerten unserer Fachmedien und Portale sowie von unserer erfolgreichen Produktpalette:

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Fachportale
- Handelsplattformen (Verkehr, Touristik)
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare und Konferenzen
- Direktmarketing
- Sponsoring
- Marktforschung (Copytest)
- Sonderwerbeformen Print und Online



# WIR BERATEN SIE GERNE



**MARISA d'ARBONNEAU**

Leitung Sales  
**OMNIBUSREVUE, BUSFÄHRER,  
TAXI, Fahrschule**

marisa.darbonneau@springer.com

**Tel. (0 89) 20 30 43 - 22 27**

Fax: (0 89) 20 30 43 - 23 98



**ELISABETH HUBER**

Mediaberaterin

elisabeth.huber@springer.com

**Tel. (0 89) 20 30 43 - 23 52**

Fax: (0 89) 20 30 43 - 23 98



**ANDREA VOLZ**

Key Account Managerin Online

andrea.volz@springer.com

**Tel. (0 89) 20 30 43 - 21 24**

Fax: (0 89) 20 30 43 - 23 98



**VERONIKA EISELE**

Anzeigendisponentin Online

anzeigen.fahrschule@springer.com

**Tel. (0 89) 20 30 43 - 23 12**

Fax: (0 89) 20 30 43 - 21 00