



Das Magazin für  
Fahrschulinhaber und Fahrlehrer



MEDIADATEN**2008**

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



WIR SIND FÜR SIE DA: **TELEFON 0 89 / 43 72-**



**MICHAEL HARMS**

**Anzeigenleiter PKW**  
michael.harms@springer.com

Fax: 0 89/43 72 - 23 98



**ELISABETH HUBER**

**Anzeigenverkauf**  
elisabeth.huber@springer.com

Fax: 0 89/43 72 - 23 98



**MATTHIAS PIORO**

**Kundenzeitschriften**  
**Beratung Corporate Publishing**  
matthias.pioro@springer.com

Fax: 0 89/43 72 - 24 77



**MARLIES GATZ**

**Anzeigenverwaltung**  
anzeigen.fahrschule@springer.com

Fax: 0 89/43 72 - 21 58

Springer Transport Media GmbH  
Neumarkter Straße 18 • 81673 München  
Telefon 089/43 72-11 92 • Fax 089/43 72-23 98  
anzeigen-vhv@springer.com  
www.fahrschule-online.de

# Die bundesweite Fachzeitschrift für Fahrschulen – konkurrenzlos, wenn es um die verkaufte Auflage geht!

Hier informieren sich die Fahrschulinhaber:

**17.168\*** 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 7/06-6/07

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



### 1 Kurzcharakteristik:

Offizielles, überregionales Organ der Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände. Im Mittelpunkt der redaktionellen Leistung stehen Fragen der Verkehrssicherheit. Technische, wirtschaftliche und verkehrsrechtliche Probleme werden ausgiebig erörtert.

**2 Erscheinungsweise:** monatlich

**3 Jahrgang:** 59. Jahrgang 2008

**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:** Springer Transport Media GmbH  
**Postanschrift:** Postfach 80 20 20, 81620 München  
**Hausanschrift:** Neumarkter Str. 18, 81673 München  
**Telefon:** (0 89) 43 72-0  
**Telefax:** (0 89) 43 72-23 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:** Michaela Lenz  
**Anzeigenleiter:** Michael Harms  
**Telefon:** Tel: (0 89) 43 72-11 92  
**E-mail:** [michael.harms@springer.com](mailto:michael.harms@springer.com)

### 11 Vertrieb:

**Telefon:** Jutta Rethmann  
Abo-Service: 01 80 // 5 00 92 91 (0,14 €/min) aus dem dt. Festnetz / Mobilfunk abweichend  
**E-Mail:** [vertriebsservice@springer.com](mailto:vertriebsservice@springer.com)

**12 Bezugspreis:** Jahresabonnement Inland: 69,70 € zzgl. 13,20 € Versand inkl. 7 MwSt.  
Ausland: 69,70 € zzgl. 21,20 € Versand inkl. 7 MwSt.  
Einzelverkaufspreis: 6,90 € zzgl. 1,90 € Versand inkl. 7 MwSt.

**13 ISSN:** 0014-6838

### 14 Umfangs-Analyse:

2006 = 12 Ausgaben  
**Format der Zeitschrift:** 210 mm (B), 280 mm (H)  
**Gesamtumfang:** 656 Seiten = 100,0%  
**Redaktioneller Teil:** 364 Seiten = 55,5%  
**Anzeigenteil:** 292 Seiten = 44,5%

davon  
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 70 Seiten = 24,0%  
Einhefter/Durchhefter: 0 Seiten = 0,0%  
Verlagseigene Anzeigen: 79 Seiten = 27,2%  
Beilagen: 19 Stück

### 15 Inhalts-Analyse Redaktion:

**16 Auflagenkontrolle:**

**17 Auflagenanalyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
01.07.06 – 30.06.07

**Druckauflage:** 18.219

**Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):** 17.942 davon Ausland: 49

**Verkaufte Auflage:** 17.234 davon Ausland: 40  
– Abonnierte Exemplare: 17.168 davon Mitgliederstücke: 14.681  
– Einzelverkauf: –  
– Sonstiger Verkauf: 66

**Freistücke:** 708

**Rest-, Archiv-, Belegexemplare:** 277

**18 Geographische Verbreitungsanalyse:**

| Wirtschaftsraum                 | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage |               |
|---------------------------------|--|---------------|
|                                 | %  | Exemplare     |
| Inland                          | 99,7                                       | 17.894        |
| Ausland                         | 0,3  | 49            |
| <b>tatsächl. verbr. Auflage</b> | <b>100,0</b>                               | <b>17.943</b> |



| Nielsen-Region    | tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage |
|-------------------|---|
| 1                 | 4.289                                   |
| 2                 | 3.764                                   |
| 3 a               | 2.320                                   |
| 3 b               | 1.795                                   |
| 4                 | 2.498                                   |
| 5                 | 543                                     |
| 6                 | 1.426                                   |
| 7                 | 1.259                                   |
| <b>tvA gesamt</b> | <b>17.894</b>                           |

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



**1 Auflage:**  
Druckauflage: 18.219  
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt  
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 17.942

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

**5 Verlag:** Springer Transport Media GmbH  
**Hausanschrift:** Neumarkter Str. 18 · 81673 München  
**Postanschrift:** Postfach 80 20 20, 81620 München  
**Anzeigenabteilung:** Elisabeth Huber  
Telefon: 0 89/43 72-23 52  
Telefax: 0 89/43 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.: 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<br>s/w<br>€ | Grundpreis<br>farbig<br>€ |
|---|-------------|------------------|--------------|------------------------|---------------------------|
|   |             | im Satzspiegel   | im Anschnitt |                        |                           |
| Titelseite                                    |             |                  |              |                        |                           |
| 2., 3., 4. Umschlagseite (nicht rabattierbar) |             |                  |              |                        |                           |
| 2/1 Seite                                     | 8-spaltig   | 379 x 250        | 420 x 279    | <b>7.980,-</b>         | <b>11.400,-</b>           |
| 1/1 Seite                                     | 4-spaltig   | 185 x 250        | 210 x 279    | <b>3.920,-</b>         | <b>5.620,-</b>            |
| 1/2 Seite                                     | 2-spaltig   | 90 x 250         | 102 x 279    | <b>2.130,-</b>         | <b>3.050,-</b>            |
|   | 4-spaltig   | 185 x 125        | 210 x 140    |                        |                           |
| 1/3 Seite                                     | 1-spaltig   | 60 x 250         | 72 x 279     | <b>1.430,-</b>         | <b>2.110,-</b>            |
|   | 4-spaltig   | 185 x 85         | 210 x 98     |                        |                           |
| 1/4 Seite                                     | 1-spaltig   | 43 x 250         | 57 x 279     | <b>1.150,-</b>         | <b>1.690,-</b>            |
|   | 2-spaltig   | 90 x 125         |              |                        |                           |
|   | 4-spaltig   | 185 x 65         | 210 x 82     |                        |                           |
| 1/8 Seite                                     | 1-spaltig   | 43 x 125         |              | <b>595,-</b>           | <b>999,-</b>              |
|   | 2-spaltig   | 90 x 65          |              |                        |                           |
|   | 4-spaltig   | 185 x 33         |              |                        |                           |
| 1/16 Seite                                    | 1-spaltig   | 44 x 65          |              | <b>335,-</b>           | <b>545,-</b>              |
|   | 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 630 €

### 8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -

Anzeigen über Satzspiegel -

Angeschnittene Anzeigen -

## 9 Rubrikanzeigen:

|                      |                                    |         |
|----------------------|------------------------------------|---------|
| gewerbliche Anzeigen | pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw     | 4,57 €  |
| gewerbliche Anzeigen | pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig | 6,27 €  |
| private Anzeigen     | pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw     | 3,85 €  |
| private Anzeigen     | pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig | 5,30 €  |
| Stellengesuche       | pro mm (1-sp., 43 mm breit)        | 1,95 €  |
| Chiffregebühr        |                                    | 10,00 € |

## 10 Sonderwerbformen:

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 werden rabattiert. Titelseiten sind nicht rabattfähig.

## 12 Kombinationen:

### 13 Einhefter:

|          |            |
|----------|------------|
| 2-seitig | € 3.920,-  |
| 4-seitig | € 7.825,-  |
| 6-seitig | € 11.750,- |
| 8-seitig | € 15.650,- |

(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 8 cm Breite versehen werden. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

### 14 Beilagen:

lose eingelegt, maximale Größe 203 x 275 mm.

|                     |                              |
|---------------------|------------------------------|
| Gewicht der Beilage | Beilagenpreis je 1.000 Stück |
| bis 25 g            | € 160,-                      |
| bis 50 g            | € 220,-                      |
| über 50 g           | auf Anfrage                  |

Anzahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5000 Exemplaren möglich.

### 15 Aufgeklebte Werbemittel:

|            |             |        |
|------------|-------------|--------|
| Postkarten | pro Tausend | € 85,- |
|------------|-------------|--------|

Prospekte/Warenmuster auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters.  
Benötigte Liefermenge auf Anfrage.  
Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise siehe oben).

Beilagen und aufgeklebte Werbemittel werden nicht rabattiert.

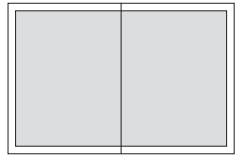
### 16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15

Auf Anfrage

**Liefervermerk:** Für „FAHRSCHULE“ Ausgabe (Nr.)  
10 Muster vorab an die Anzeigenabteilung

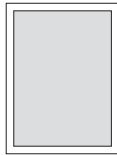
Unsere AGBs finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)

### Formate im Satzspiegel



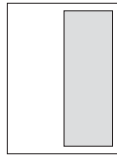
2/1 über Bund

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



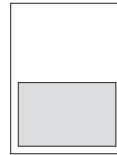
1/1

185 x 250



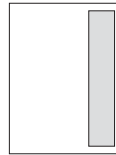
1/2 hoch

90 x 250



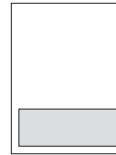
1/2 quer

185 x 125



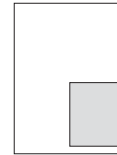
1/3 hoch

60 x 250



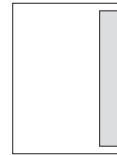
1/3 quer

185 x 85



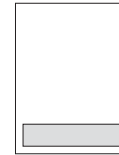
1/4 2-sp.

90 x 125



1/4 hoch

43 x 250



1/4 quer

185 x 65

### Formate über Satzspiegel



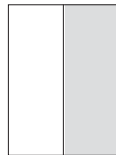
2/1 über Bund  
angeschnitten

420 x 279 mm\*



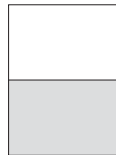
1/1 ang.

210 x 279\*



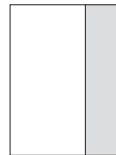
1/2 hoch

102 x 279\*



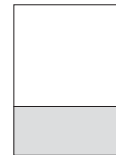
1/2 quer

210 x 140\*



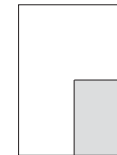
1/3 hoch

72 x 279\*



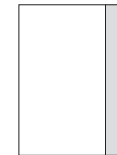
1/3 quer

210 x 98\*



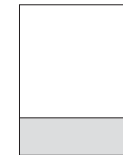
1/4 2-sp.

105 x 140\*



1/4 hoch

57 x 279\*

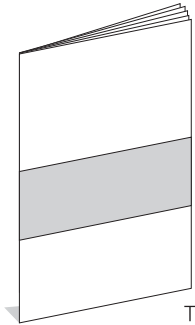


1/4 quer

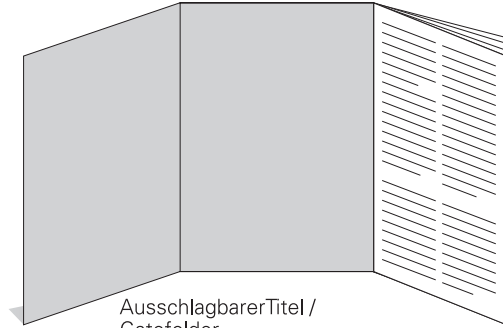
210 x 82\*

\*+ 4 mm Beschnitt an den Außenkanten

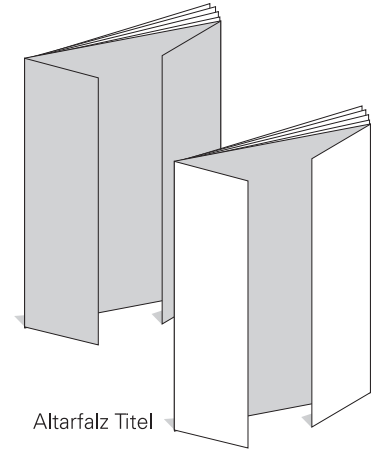




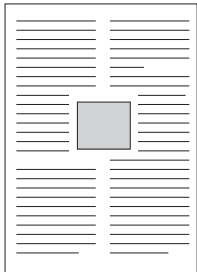
Titel-Banderole



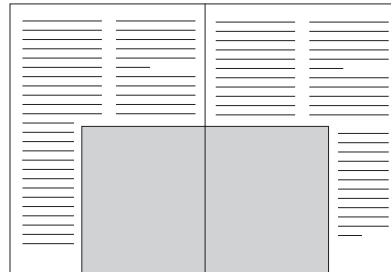
Ausschlagbarer Titel /  
Gatefolder



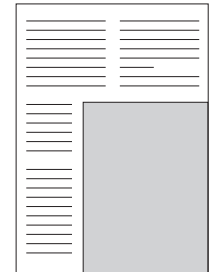
Altarfalz Titel



Inselanzeige



Tunnelanzeige



Juniorpage

**1 Web-Adresse (URL):** www.fahrschule-online.de

**2 Kurzcharakteristik:**

Umfangreiches Internet-Angebot für Fahrschulinhaber und Fahrlehrer.  
Täglich aktuelle Nachrichten, Produktinformationen und Kurztzteile für Fahrschulinhaber und angestellte Fahrlehrer.

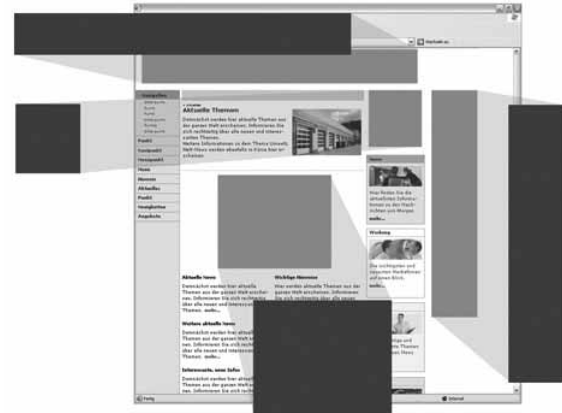
**3 Zielgruppe:** Fahrschulinhaber und Fahrlehrer

**4 Verlag:** Springer Transport Media GmbH  
Neumarkter Str. 18  
81673 München  
E-Mail: kontakt.anzeigen@springer.com

**5 Ansprechpartner:** Elisabeth Huber  
Telefon: 0 89 / 43 72-23 52  
Telefax: 0 89 / 43 72-23 98  
elisabeth.huber@springer.com

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

**6 Werbeformen und Preise** Visits: 15.469 (Stand Juli 2007)  
Page Impressions: 54.705 (Stand Juli 2007)



| Werbeformen & Preise       | Beschreibung & Format  | TKP (Preis je 1.000 Einblendungen) |
|----------------------------|--|------------------------------------|
| Superbanner                | 728 x 90 Pixel   | 42,00 € zzgl. MwSt.                |
| Skyscraper                 | 120 x 600 Pixel oder 200 x 400 Pixel   | 42,00 € zzgl. MwSt.                |
| Rectangle                  | 300 x 250 Pixel  | 62,00 € zzgl. MwSt.                |
| Kombi-Paket (Tandem-Ad)    | Gleichzeitige Einblendung von: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Superbanner</li> <li>• Skyscraper</li> <li>• Contentbanner (440 x 40 Pixel)</li> </ul> | 62,00 € zzgl. MwSt.                |
| Pop-Up / Pop-Under (Layer) | 200 x 300 Pixel<br>Sonderformate auf Anfrage   | 42,00 € zzgl. MwSt.                |
| Werbeboxen (Flexbox)       | Ihre Werbebox erscheint in einem ausgewählten Bereich mit Text und Logo/Bild   | Preis auf Anfrage                  |

Sonderwerbeformen auf Anfrage

\* gültig ab 01.10.2007; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

## Newsletterwerbung

**Newsletter-Abonnenten:** 2.414 (Stand Juli 2007)

**Laufzeit/Belegung:** Dauer, Anzahl und Zeitpunkt der Banner- bzw. Werbeschaltung richten sich nach der Verfügbarkeit und Ihren Wünschen.

| Newsletterwerbung  | Html-Format  | Text-Format  |
|--|--|--|
| <b>Platzierungen</b>   | <u>Topsponsorin</u> : Erste Werbung vor dem und nach dem Nachrichtenüberblick<br><u>Zweitplatzierung</u> : Folgeplatzierungen zwischen den Meldungen |  |
| <b>Druckunterlagen</b><br>Bitte schicken Sie immer Druckunterlagen für beide Newsletter-Formate! | Banner: statisches oder animiertes Gif, max. 30 KB, 650x 150 Pixel, ein Hyperlink  | Text: max. 10 Zeilen á 72 Zeichen, inkl. URL und Email |
| <b>TKP</b><br>(Preis je 1.000 Newsletter)  | <u>Topsponsorin</u> : <b>38,00 €</b> je Schaltung (zzgl. MwSt.)<br><u>Zweitplatzierung</u> : <b>28,00 €</b> je Schaltung (zzgl. MwSt.)               |  |

\* gültig ab 01.10.2007; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

\*\* TKP: pro 1000 Abonnenten

## 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

#### Preis:

**600,- €/Jahr (zzgl. MwSt.) incl. 5 Fahrzeug-/Produkteinträgen**  
**800,- €/Jahr (zzgl. MwSt.) ab 6 Fahrzeug-/Produkteinträgen**

### Werbebox Fahrschul-Partner

Ihre Werbebox erscheint komplett auf [www.fahrschule-online.de](http://www.fahrschule-online.de):

- Auf der rechten Seite
- Mit Ihrem Logo, einer Überschrift und einem kurzen Einleitungstext

#### Preis:

**Platzierung: 300,- €/Monat (zzgl. MwSt.)**

## 19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

| Abteilung/<br>Klasse | Empfängergruppe<br>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>16.820</b>      |
|                      | - Fahrschulinhaber   | 83   | 14.850             |
|                      | - angestellte Fahrlehrer   | 9  | 1.610              |
|                      | - Fahrschulen von Bahn, Post, Feuerwehr, Bundeswehr und Polizei                                    | 2  | 360                |
| <b>74.84/66</b>      | <b>Erbringung von sonstigen Dienstleistungen, Versicherungsgewerbe</b>                             | <b>1</b>                                   | <b>180</b>         |
| <b>91.1</b>          | <b>Wirtschafts- und Arbeitgeberverbände, Berufsorganisationen</b>                                  | <b>1</b>                                   | <b>180</b>         |
| <b>75.1</b>          | <b>Öffentliche Verwaltung (Ministerien, Landratsämter, TÜV)</b>                                    | <b>1</b>                                   | <b>180</b>         |
| -                    | <b>Sonstige</b>  | <b>2</b>                                   | <b>360</b>         |
| -                    | <b>Keine Angaben</b>   | <b>1</b>                                   | <b>180</b>         |
|                      | <b>Abrundungsdifferenz</b>   |  | <b>- 6</b>         |
|                      | <b>Tatsächlich verbreitete Auflage Inland</b>  | <b>100</b>                                 | <b>17.894</b>      |
|                      | <b>Ausland</b> (nicht erhoben)   |  | <b>49</b>          |
|                      | <b>Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland</b>   |  | <b>17.943</b>      |

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

## 20 Größe der Wirtschaftseinheit

|                          | Anteil an tatsächlich<br>verbreiteter Auflage |                    |
|--------------------------|---|--------------------|
|                          | %   | Projektion (circa) |
| Alleininhaber            | 28  | 5.010              |
| 1 Beschäftigter          | 25  | 4.470              |
| 2 Beschäftigte           | 22  | 3.940              |
| 3 bis 10 Beschäftigte    | 20  | 3.580              |
| 11 und mehr Beschäftigte | 2   | 360                |
| keine Angaben            | 3   | 540                |
| Abrundungsdifferenz      |   | -6                 |
| tvA Inland               | 100   | 17.894             |
| Ausland (nicht erhoben)  |   | 49                 |

**Tatsächl. verbr. Auflage** **17.943**

## 21 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

|  | Anteil an tatsächlich<br>verbreiteter Auflage |                    |
|--|---|--------------------|
|  | %   | Projektion (circa) |
| Inhaber, Mitinhaber, verantwortl. Leiter | 83  | 14.850             |
| Angestellte Fahrlehrer                   | 9   | 1.610              |
| Aushilfsfahrlehrer                       | 3   | 540                |
| Sonstiges                                | 5   | 900                |
| Abrundungsdifferenz                      |   | -6                 |
| tvA Inland                               |   | 17.894             |
| Ausland (nicht erhoben)                  |   | 49                 |

**Tatsächl. verbr. Auflage** **17.943**

## 22 Bildung/ Ausbildung: Berufliche Ausbildung

|                                    | Anteil an tatsächlich<br>verbreiteter Auflage |                    |
|------------------------------------|---|--------------------|
|                                    | %   | Projektion (circa) |
| Fahrlehrerausbildung               | 92  | 16.460             |
| Technische Lehre                   | 71  | 12.701             |
| Ausbildungsmeister, Meisterprüfung | 27  | 4.830              |
| Kaufmännische Lehre                | 27  | 4.830              |
| Dipl. Ingenieur                    | 10  | 1.790              |
| Bundeswehr-Fahrlehrerschein        | 35  | 6.260              |
| Berufskraftfahrer                  | 3   | 540                |
| Sonstiges/Keine Angaben            | 9   | 1.610              |

\* Mehrfachnennungen (100 % = 17.894 Empfänger)

## 22.1 Bildung/Ausbildung: Schulabschluss

|                                 | Anteil an tatsächlich<br>verbreiteter Auflage<br>% Projektion (circa) |               |
|---------------------------------|---|---------------|
| Hauptschule/Volksschule         | 18  | 3.320         |
| Realschule/Handelsschule        |   |               |
| mehrfähr. Fachschule            | 41  | 7.340         |
| Polytechnische Oberschule       | 9   | 1.610         |
| Abitur                          | 13  | 2.330         |
| Fachhochschule                  | 12  | 2.150         |
| Hochschule/Universität          | 6   | 1.070         |
| Keine Angaben                   | 1   | 180           |
| Abrundungsdifferenz             |   | -6            |
| <hr/>                           |   |               |
| tvA Inland                      | 100   | 17.894        |
| Ausland (nicht erhoben)         |   | 49            |
| <hr/>                           |   |               |
| <b>Tatsächl. verbr. Auflage</b> |   | <b>17.943</b> |

## 23 Alter

|                                 | Anteil an tatsächlich<br>verbreiteter Auflage<br>% Projektion (circa) |               |
|---------------------------------|---|---------------|
| bis 29 Jahre                    | 3   | 540           |
| 30 bis 39 Jahre                 | 11  | 1.970         |
| 40 bis 49 Jahre                 | 32  | 5.730         |
| 50 bis 59 Jahre                 | 34  | 6.080         |
| 60 Jahre und älter              | 20  | 3.680         |
| Abrundungsdifferenz             |   | -6            |
| <hr/>                           |   |               |
| tvA Inland                      | 100   | 17.894        |
| Ausland (nicht erhoben)         |   | 49            |
| <hr/>                           |   |               |
| <b>Tatsächl. verbr. Auflage</b> |   | <b>17.943</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**

### 4. Auswertung und Darstellung der Ergebnisse:

Die Auswertung der Ergebnisse erfolgt in Form von Tabellen nach "Total" und relevanten Untergruppen.

Für die Nutzung des Tabellenteils einige Anmerkungen:

- '0' bedeutet, dass eine Nennung erfolgt ist, jedoch insgesamt unterhalb von 0,5 % der Stichprobe.
- '-' bedeutet, dass keine Nennung erfolgt ist.
- Anhand der 'Summe' ist erkennbar, ob es sich um eine Frage mit Mehrfachnennungen handelt. Ist die Summe größer '100', so waren Mehrfachnennungen zugelassen.
- Alle Tabellen sind spaltenweise prozentuiert, d.h. auf die jeweils oben stehende Basiszahl.
- Ist die Frage nicht an die Gesamtstichprobe gestellt worden, so ist im oberen Teil der Tabelle unter 'Selektion' ausgewiesen, an welche Teilgruppe die Frage gestellt wurde. Die Größe der Teilgruppe ist dann aus der Basiszahl erkennbar.
- Neben dem 'Total' ist nach weiteren Untergruppen ausgewertet worden. In der Regel ergibt sich die Bedeutung der Untergruppen unmittelbar aus den Überschriften. Ergänzend ist zu erwähnen:
- Bei der Interpretation der Teilgruppen ist auf die jeweilige Basis zu achten. In Auswertungen sollte auf Untergruppen mit weniger als 80 Fällen nicht gesondert Bezug genommen werden. Der Ergebnisse sind aufgrund der hohen Fehlertoleranz nicht immer aussagekräftig.



## 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:** **17.860**

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** **0**  
(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

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

**Verkaufte Auflage:** **17.174**

|                   |        |
|-------------------|--------|
| Abonnements       | 17.113 |
| Einzelverkauf     | -      |
| sonstiger Verkauf | 61     |

**Freistücke:** **686**

|                       |     |
|-----------------------|-----|
| ständige Freistücke   | 686 |
| wechselnde Freistücke | -   |
| Werbeexemplare        | -   |

**Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)** **17.860**

|         |        |
|---------|--------|
| Inland  | 17.813 |
| Ausland | 47     |

### 3. Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

|                   |    |
|-------------------|----|
| Einzelverkauf     | -  |
| sonstiger Verkauf | 61 |
| Werbeexemplare    | -  |

|  |        |   |        |
|--|--------|---|--------|
| Davon in der Untersuchung nicht erfasst:                     | 61     | = | 1,1 %  |
| Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) | 17.799 | = | 98,9 % |

**3.2 Tag der Datei-Auswertung:** 30. Juli 2007

#### 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.

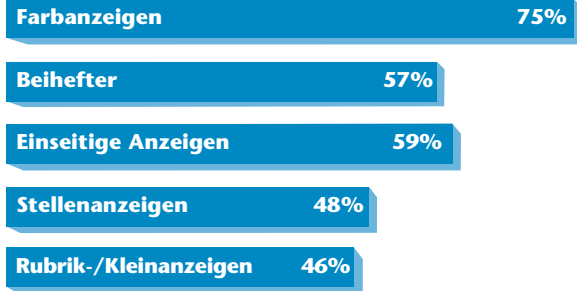
**3.4 Zielperson der Untersuchung:** entfällt

**3.5 Definition des Lesers:** entfällt

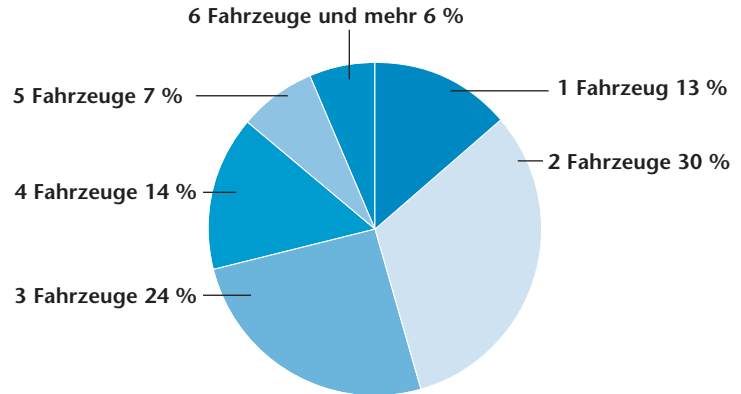
**3.6 Zeitraum der Untersuchung:** 01. März bis 30. Juni 2007

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

Auf den Typ kommt es an:



Absatzpotenziale für Pkw:



Die durchschnittliche Fahrschule hat 2,8 Pkw.

# Die bundesweite Fachzeitschrift für Fahrschulen – konkurrenzlos, wenn es um die verkaufte Auflage geht!

Hier informieren sich die Fahrschulinhaber:

**17.168\*** 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 7/06-6/07

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



**Fahrschule**

**LiViLi Information neu  
2008 T**

# Termin- und Themenplan 2008



|         | Heft-Nr. Ausgabe | Anzeigenschluss | Druckunterlagenschluss | Erscheinungstermin | Themen  | Messen  |
|---------|------------------|-----------------|------------------------|--------------------|---|---|
| Januar  | 1                | 30.11.07        | 12.12.07               | 03.01.08           | Die Einrichtung von PC-Übungsplätzen zur Vorbereitung auf die PC-Prüfung  |   |
| Februar | 2                | 08.01.08        | 18.01.08               | 07.02.08           | Neuwagen-, Anschluss- und Mobilitätsgarantien für Fahrschulfahrzeuge  |   |
| März    | 3                | 06.02.08        | 18.02.08               | 06.03.08           | Aktuelle Trends bei der Motorradkleidung  |   |
| April   | 4                | 03.03.08        | 13.03.08               | 03.04.08           | Pflegemittel für die Innen- und Außenreinigung von Fahrschulfahrzeugen  | <b>AMI Automobil International,</b><br>Leipzig<br>05.04.-13.04.2008 |
| Mai     | 5                | 02.04.08        | 14.04.08               | 02.05.08           | Trends in der Reifentechnik   | <b>Reifen</b> in Essen<br>20.05.-23.5.2008                          |
| Juni    | 6                | 05.05.08        | 19.05.08               | 05.06.08           | Marktübersicht: Neue Anhänger für die Schulung in den Anhängerklassen BE, C1E und CE gemäß der 3. EU-Führerscheinrichtlinie |   |

| Monat     | 7    | 04.06.08 | 16.06.08 | 03.07.08 | Große Vorschau über das Programm und die Aussteller des 2. Deutschen Fahrlehrerkongresses        |   |
|-----------|------|----------|----------|----------|--|---|
| Juli      | 8    | 09.07.08 | 21.07.08 | 07.08.08 | Werbemittel, die in Fahrschulen Sinn machen  |   |
| August    | 9    | 05.08.08 | 18.08.08 | 04.09.08 | Neue Nutzfahrzeuge und Schulungsunterlagen für die Aus- und Weiterbildung von Berufskraftfahrern | <b>IAA, Nutzfahrzeuge</b> in Hannover<br>25.09.-02.10.2008                                  |
| September | 10   | 03.09.08 | 15.09.08 | 02.10.08 | Neue Büromöbel und Fahrschuleinrichtungen  | <b>Orgatec</b> in Köln<br>21.10.-25.10.2008<br><b>Intermot</b> in Köln<br>08.10.-12.10.2008 |
| Oktober   | 11   | 08.10.08 | 20.10.08 | 06.11.08 | Bericht über die Intermot: Leichtkrafträder und Motorräder für die Schulungssaison 2009          | <b>2. Deutscher Fahrlehrerkongress</b><br>in Berlin 14.11.-15.11.2008                       |
| November  | 12   | 05.11.08 | 17.11.08 | 04.12.08 | Bericht vom 2. Deutschen Fahrlehrerkongress<br>Pffiffige Ideen für die Schaufenstergestaltung    |   |
| Dezember  | 1/09 | 28.11.08 | 10.12.08 | 02.01.09 | Fahrerassistenzsysteme als Thema für die theoretische und die praktische Fahrausbildung          |   |
| Januar    |      |          |          |          |  |   |

# Daten-Ticket

Stand: August 2007

## Übernahme digitaler Daten

Wenn Sie Ihre Anzeige per E-Mail, auf den FTP-Server, per ISDN oder auf Datenträger schicken (an unten stehende Verbindungen, inkl. Daten-Ticket), benötigen wir unbedingt folgende Angaben:



Absender/Firma:

Ansprechpartner:

Telefon:

Fax:

## Anzeigen-Informationen für folgende Publikation:

Zeitschrift/Ausgabe:

Rubrik:

Anzeigenformat:

Farbigkeit:

Dateiname:

Programm:

Version:

Betriebssystem:

Apple Macintosh

Windows PC

Datenübertragung per

FTP

ISDN

E-Mail

Datenträger per Post

Anmerkung:

## Daten-Erstellung

- Bitte liefern Sie druckfähige PDF X3-Dateien in der Größe des Anzeigenformats (ohne weiße Ränder).
- Anzeigen, die im Beschnitt stehen (randabfallend), müssen mit 3 mm Beschnitt an den betreffenden

- Seiten angelegt sein.
- Sonderfarben müssen als HKS- oder Pantone-Werte definiert werden.
- Der maximale Farbauftrag soll 320% nicht überschreiten.

#### Proofs

Da wir nach Prozessstandard Offset (PSO) drucken, benötigen wir grundsätzlich keinen Proof.

#### Daten-Übertragung

- Bitte benutzen Sie Winzip (.ZIP) oder Stuffit (.SIT) zum Komprimieren der Daten.
- Benennen Sie die zip-Datei mit dem Zeitschriftennamen beginnend, gefolgt von Ausgabe und Kunde (Zeitschrift\_Ausgabe\_Kunde.zip).

#### Support zu

- PDF X3-Erstellung
- Distiller-Joboptions
- Pitstop Settings usw.

erhalten Sie unter [www.springer-business-media.de/anzeigendaten](http://www.springer-business-media.de/anzeigendaten) oder bei Bedarf über die unten angegebenen Kontaktdaten.

#### Verbindungen

FTP: ftp.stuertz.de (Login: gecont, Passwort: dE41yG)  
ISDN (Leonardo): auf Anfrage  
E-Mail: [gecont@stuertz.de](mailto:gecont@stuertz.de)  
Fax: +49 931/385-11332

---

#### **Ansprechpartner**

Stürtz GmbH  
Science / Anzeigenteam  
Alfred-Nobel-Straße 33  
97080 Würzburg  
Tel.: +49 931/385-332



## Richtig schalten mit Springer Transport Media

Die Springer TransportMedia GmbH ist ein modernes Medienhaus und steht für zwei starke erfahrene Verlegermarken im B2B-Bereich – den Verlag Heinrich Vogel und den Auto Business Verlag am Standort München.

Unsere Aufgabe ist es, berufsrelevante Informationen punktgenau für unsere Zielgruppen in der Automobil-, Verkehrs-, Logistik-, Transport-, Bus-, Touristik-, Werkstatt- und Tankstellen-Branche sowie im

Gebrauchtwagenhandel zu publizieren. Unser Anspruch ist immer die höchste Idealnähe.

Dabei bieten wir Ihnen als Werbepartner vielseitige Werbemöglichkeiten. Sie erreichen erfolgreich und ohne Streuverluste Ihre Zielgruppe mit unserem umfangreichen Medien-Programm.

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Online-Auftritte und Newsletter
- Web-TV
- ePaper
- Audio-CDs
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare/Konferenzen
- Directmarketing

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

