

MEDIA

Informationen 2006

12 x jährlich

N° 4/05 | VERLAG HEINRICH VOGEL | 1024 2430-0074 | 50 JAHRE LANG | 5047 | www.omnibusrevue.de

OMNIBUSREVUE

DAS MAGAZIN DER OMNIBUSUNTERNEHMER

12 x jährlich



VOGEL

VERLAG HEINRICH VOGEL



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

BUS AKTUELL und OMNIBUSREVUE sind eine unverzichtbare Informationsquelle für die Busbranche mit intensiver Hefennutzung. OMNIBUSREVUE ist der älteste Titel im Markt der Busfachzeitschriften. Die erfolgreiche Abo-Kombination richtet sich an Busunternehmer in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Hier informieren sich Busunternehmer:

Lesedauer

OR 44 Minuten pro Ausgabe im Durchschnitt*

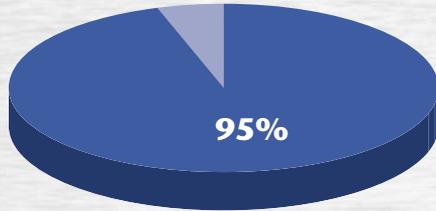
BA 30 Minuten pro Ausgabe im Durchschnitt*

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

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

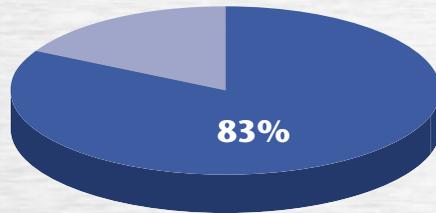
* Empfängerstrukturanalyse Juli 2004/TNS EMNID, Bielefeld (tvA)





der Empfänger sind **Entscheider**
und **Berater***

95%



der Empfänger nutzen die **Anzeigen** zur
Entscheidungsvorbereitung*

83%

3,6 Leser pro Ausgabe garantieren maximalen Werbeeffekt*/**

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

** geschätzter Anteil weiterer Leser: 2,6



1 Kurzcharakteristik: OMNIBUSREVUE und BUS AKTUELL - die erfolgreiche und einzigartige Abokombination unter den deutschen Busfachzeitschriften. OMNIBUSREVUE, die älteste Busfachzeitschrift Deutschlands, besticht seit Jahrzehnten mit der höchsten verkauften Auflage im Markt. Bester Beweis dafür, wie erfolgreich sie den Informationsbedarf der Busunternehmer erfüllt. BUS AKTUELL - der Marktplatz der Busbranche - berichtet seit 16 Jahren in 14-täglichem Wechsel mit OMNIBUSREVUE schnell und informativ über alle Themen rund um den Bus und die Bustouristik. Sorgfältig recherchierte Informationen und redaktionelle Unabhängigkeit gewährleisten fachliche Tiefe, die der Busunternehmer in Deutschland, Österreich, Schweiz und in anderen europäischen Ländern für seine Entscheidung nutzt.

- 2 Erscheinungsweise:** monatlich (im 14 täglichen Wechsel)
- 3 Jahrgang:** 57. Jahrgang 2006 (OR) 17. Jahrgang 2006 (BA)
- 4 Web-Adresse (URL):** www.omnibusrevue.de
www.busaktuell.de
www.busmarkt.com
- 5 Mitgliedschaften:** -
- 6 Organ:** -
- 7 Herausgeber:** -

8 Verlag: Verlag Heinrich Vogel GmbH Fachverlag
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Hausanschrift: Neumarkter Straße 18, 81664 München
Telefon: 089/43 72-0
Telefax: 089/43 72-23 98
Internet: www.verlag-heinrich-vogel.de
E-mail: anzeigen-vhv@springer.com

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

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

15 Inhalts-Analyse Redaktion: -



16 Auflagenkontrolle: IVW

17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt

(1. Juli 2004 – 30. Juni 2005)

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

18 Geographische Verbreitungs-Analyse: OMNIBUSREVUE

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

18 Geographische Verbreitungs-Analyse: BUS AKTUELL

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



Nr.	ET	AS	DU	Themen Technik	Messetermine
OR 1	29.12.05	25.11.05	09.12.05	Navigationssysteme	Internationale Nutzfahrzeug-Ausstellung , Brüssel Januar 2006
BA 1	17.01.06	20.12.05	03.01.06		CMT , Stuttgart, 14.01.-22.01.2006
OR 2	26.01.06	19.12.05	09.01.06	Heizungen	
BA 2	14.02.06	24.01.06	31.01.06		CBR , München, 18.02.-22.02.2006
OR 3	23.02.06	24.01.06	06.02.06	Minis + Midis	
BA 3	07.03.06	13.02.06	20.02.06		ITB , Berlin 08.03.-12.03.2006 CeBIT , Hannover 09.03.-15.03.2006
OR 4	30.03.06	24.02.06	13.03.06	Übersicht Importfahrzeuge	TUR , Göteborg, 23.03.-26.03.2006
BA 4	11.04.06	22.03.06	28.03.06		
OR 5	27.04.06	23.03.06	06.04.06	Waschanlagen Gebrauchtwagenspiegel Supplement: Werkstatt-Spezial I	
BA 5	16.05.06	25.04.06	02.05.06		Reifen , Essen 23.05.-26.05.2006
OR 6	26.05.06	24.04.06	08.05.06	Klimaanlagen Sitzkomfort und -gestaltung	
BA 6	13.06.06	22.05.06	29.05.06		

OR 7	29.06.06	29.05.06	12.06.06	Reifen	
BA 7	11.07.06	21.06.06	27.06.06		
OR 8	27.07.06	27.06.06	10.07.06	Bordküchen Supplement: BUS 2006	
BA 8	08.08.06	19.07.06	24.07.06		RDA, Köln, 08.08.-10.08.2006
OR 9	31.08.06	31.07.06	11.08.06	Vorschau IAA Nutzfahrzeuge	
BA 9	12.09.06	23.08.06	29.08.06	BTB-Spezial	automechanika, Frankfurt 12.09.-17.09.2006 IAA, Hannover 21.09.-28.09.2006
OR 10	28.09.06	29.08.06	11.09.06	Retarder und Getriebe Bus of the Year Schneeketten	Tour + Travel, Warschau, September 2006
BA 10	10.10.06	19.09.06	25.09.06	Bericht von der IAA Nutzfahrzeuge	BTB, Wien, Oktober 2006
OR 11	26.10.06	23.09.06	09.10.06	Minis + Midis Supplement: Werkstatt-Spezial II	MIT, Paris, Oktober 2006
BA 11	14.11.06	24.10.06	30.10.06		FIAA, Madrid 14.11.-17.11.2006
OR 12	30.11.06	30.10.06	13.11.06	Sicherheitstrainings Gebrauchtwagenspiegel	World Travel Market, London, 06.11.-09.11.2006
BA 12	12.12.06	22.11.06	28.11.06		
OR 1/07	28.12.06	24.11.06	08.12.06	Skikoffer und Fahrradanhänger	

ET = Erscheinungstermin, AS = Anzeigenschluss, DU = Druckunterlagenschluss



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

2 Zeitschriftenformat:

OMNIBUSREVUE

Format:	210 mm breit, 280 mm hoch
Satzspiegel:	185 mm breit, 250 mm hoch
Spaltenzahl:	4 Spalten, Spaltenbreite: 43 mm 3 Spalten, Spaltenbreite: 60 mm

BUS AKTUELL

Format:	315 mm breit, 435 mm hoch
Satzspiegel:	293 mm breit, 374 mm hoch
Spaltenzahl:	6 Spalten, Spaltenbreite: 45 mm

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Offsetdruck, Klammerheftung OR: Bei der Anlieferung digitaler Daten beachten Sie bitte unser Merkblatt „Richtlinien für die Übernahme digitaler Daten“. Positiv-Filme (seitenverkehrt) bis 54er (OR) bzw. 48er (BA) Raster werden redigitalisiert. Bei Lithos, Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt.

4 Termine:

Erscheinungsweise: monatlich, im 14-täglichen Wechsel
Erscheinungstermine, Anzeigen- und Druckunterlagenchluss: siehe Themen- und Terminplan

5 Verlag:

Verlag Heinrich Vogel GmbH Fachverlag
Hausanschrift: Neumarkter Straße 18, 81673 München
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Anzeigenabteilung:
Elisabeth Leibmann
Telefon: 089/43 72-23 52, Telefax: 089/43 72-23 98
E-Mail: anzeigen-vhv@springer.com

6 Zahlungsbedingungen:

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

Bankverbindungen:

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

7 Anzeigenformate und Preise

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

11 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

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

Alle Zuschläge werden rabattiert.

12 Kombinationen: –

13 Einhefter: nur bei OMNIBUSREVUE möglich

zweiseitig	3.045,- €
vierseitig	6.090,- €
sechsseitig	9.135,- €
achtseitig	12.180,- €

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 213 mm Breite und 286 mm Höhe (gefalzt) anliefern. Zweiseitige Beihefter müssen mit einer bedruckten Lasche von 8 cm Breite versehen werden. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

14 Beilagen:

lose eingelegt

OMNIBUSREVUE: max. Größe: 203 mm x 275 mm

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

Gewicht der Beilage: Beilagenpreis je 1.000 Stück

bis 25 g 155,- €/Tsd.

bis 50 g 215,- €/Tsd.

über 50 g auf Anfrage

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

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten 82,- €/Tsd.

Prospekte/Warenmuster auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters.

Benötigte Liefermenge auf Anfrage. Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise siehe nächste Seiten).

Beilagen und aufgeklebte Werbemittel werden nicht rabattiert.

16 Lieferanschrift für die Positionen 13 bis 15:

auf Anfrage

(**Liefervermerk:** für OMNIBUSREVUE Nr. ...)

10 Muster jeweils vorab an die Anzeigenabteilung.

8 Zuschläge: (rabattierbar)

8.1 Farbzuschläge:

Euroskala nach DIN 16539, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbangleichung aus technischen Gründen vorbehalten je Normalfarbe (Euroskala)

8.2 Platzierungen:

bindende Platzierungsvorschriften: 640,- €

8.3 Formatzuschläge:

Anzeigen über Bund -
Anzeigen über Satzspiegel -

Druckunterlagenformate für angeschnittene Anzeigen: siehe rechte Grafik

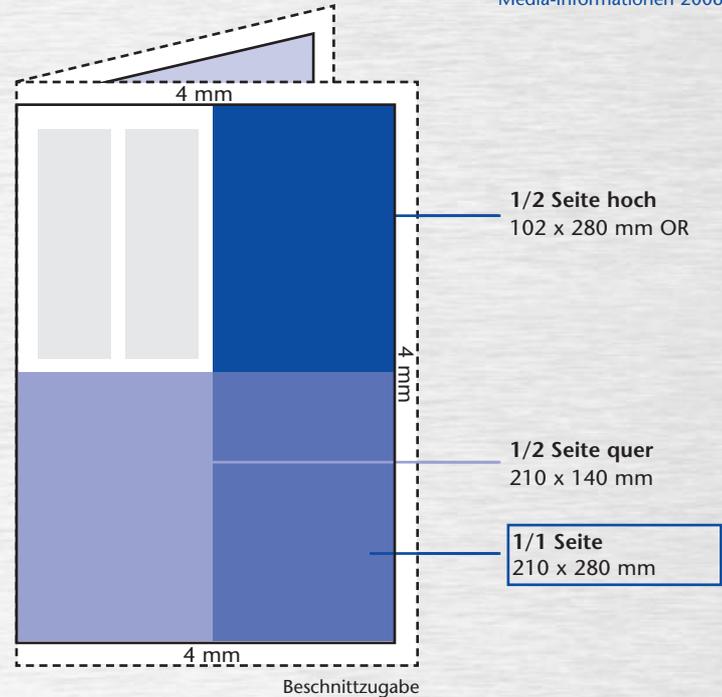
9 Rubrikanzeigen:

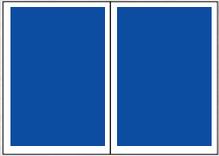
Preis pro mm (1spaltig, B 43 mm)

gewerbliche Anzeigen, sw	3,28 €
gewerbliche Anzeigen, farbig	4,51 €
private Anzeigen, sw	2,79 €
private Anzeigen, farbig	3,84 €
Stellengesuche	1,77 €
Chiffregebühr	10,00 €

10 Sonderwerbformen:

siehe Preisblatt Sonderwerbformen

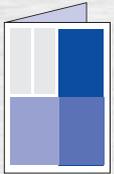




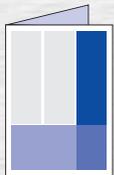
2/1 Seite: B 397 x H 250
2/1 Seite im Anschnitt:* B 420 x H 280
Grundpreis s/w 6.090,- €
farbig 8.770,- €



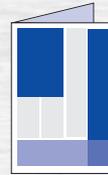
1/1 Seite: B 185 x H 250
1/1 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 280
Grundpreis s/w 3.045,- €
farbig 4.385,- €



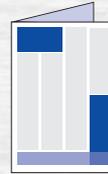
1/2 Seite hoch: B 90 x H 250
1/2 Seite im Anschnitt:* B 102 x H 280
1/2 Seite quer: B 185 x H 125
1/2 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 140
Grundpreis s/w 1.630,- €
farbig 2.405,- €



1/3 Seite hoch: B 60 x H 250
1/3 Seite im Anschnitt:* B 72 x H 280
1/3 Seite quer: B 185 x H 85
1/3 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 98
Grundpreis s/w 1.025,- €
farbig 1.540,- €



1/4 Seite hoch: B 43 x H 250
1/4 Seite im Anschnitt:* B 57 x H 280
1/4 Seite quer: B 185 x H 65
1/4 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 82
1/4 Seite 2spaltig: B 90 x H 125
Grundpreis s/w 835,- €
farbig 1.245,- €



1/8 Seite 1spaltig: B 43 x H 125
1/8 Seite 2spaltig: B 90 x H 65
1/8 Seite 4spaltig: B 185 x H 33
Grundpreis s/w 455,- €
farbig 775,- €

Titelseite 5.455,- €
Umschlag 5.150,- €

*+ 4 mm Beschnitt an allen anzuschneidenden Seiten.



8 Zuschläge: (rabattierbar)

8.1 Farbzuschläge:

Euroskala nach DIN 16539, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbangleichung aus technischen Gründen vorbehalten je Normalfarbe (Euroskala)

8.2 Platzierungen:

bindende Platzierungsvorschriften: 640,- €

8.3 Formatzuschläge:

Anzeigen über Bund -

Anzeigen über Satzspiegel -

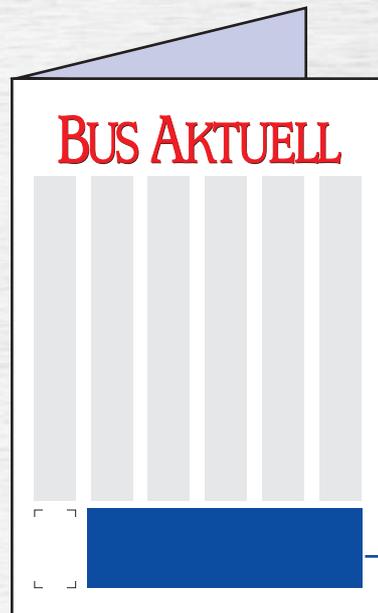
9 Rubrikanzeigen:

Preis pro mm (1spaltig, B 45 mm)

gewerbliche Anzeigen, sw	3,28 €
gewerbliche Anzeigen, farbig	4,51 €
private Anzeigen, sw	2,79 €
private Anzeigen, farbig	3,84 €
Stellengesuche	1,77 €
Chiffregebühr	10,00 €

10 Sonderwerbformen:

siehe Preisblatt Sonderwerbformen



Fußleiste
244 x 80 mm



1/1 Seite: B 293 x H 374 (ZeitungsfORMAT)

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

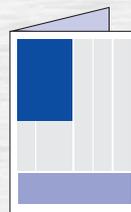
Grundpreis s/w 4.205,- €

farbig 5.215,- €

1/1 Seite: B 185 x H 250 (MagazinfORMAT)

Grundpreis s/w 2.715,- €

farbig 3.725,- €

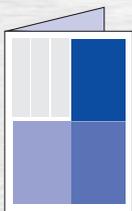


1/4 Seite hoch: B 144 x H 187

1/4 Seite quer: B 293 x H 93

Grundpreis s/w 1.435,- €

farbig 1.940,- €



1/2 Seite hoch: B 144 x H 374

1/2 Seite quer: B 293 x H 187

Grundpreis s/w 2.715,- €

farbig 3.725,- €

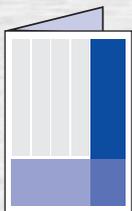


1/6 Seite quer: B 293 x H 62

1/6 Seite hoch: B 45 x H 374

Grundpreis s/w 1.130,- €

farbig 1.495,- €



1/3 Seite hoch: B 94 x H 374

1/3 Seite quer: B 293 x H 124

Grundpreis s/w 2.180,- €

farbig 2.860,- €



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

1/8 Seite quer: B 293 x H 46

Grundpreis s/w 775,- €

farbig 1.070,- €

Fußleiste: B 244 x H 80 3.040,- €

*+ 4 mm Beschnitt an allen anzuschneidenden Seiten.

Gatefolder (nur OMNIBUSREVUE)

Grundpreis und technische Daten auf Anfrage

Aufgeklebte Tip-on-Karte*

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

Inselanzeigen

mm-Preis, 4c, 1-sp., 45 mm breit 20,- €

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

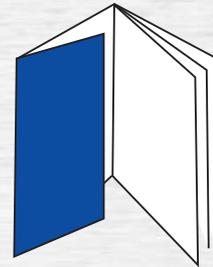
Grundpreis OMNIBUSREVUE 4.385,- €

Grundpreis BUS AKTUELL 5.215,- €

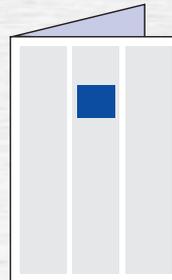
Booklets

Grundpreis und technische Daten auf Anfrage

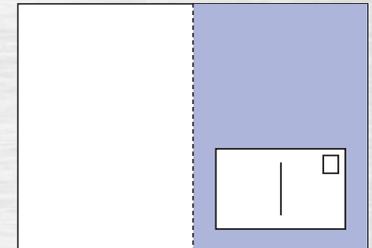
Sonstige Sonderwerbformen auf Anfrage



Gatefolder



Inselanzeige



aufgeklebte Postkarte

*nicht rabattfähig



19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:

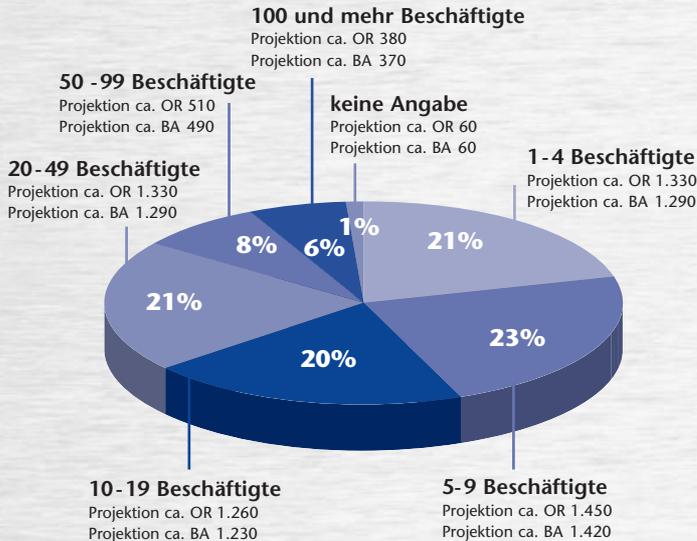
Abteilung/ Klasse	Empfängergruppen Bezeichnung lt. „Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes“	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Projektion (circa)	
			OR	BA
60.21.1	Personenbeförderung im Omnibus-Gelegenheitsverkehr	44	2.780	2.710
60.21/60.23	Personenbeförderung im Linienverkehr zu Land, sonstige Personenbeförderung im Landverkehr	27	1.710	1.660
63.3	Reisebüros und Reiseveranstalter	12	760	740
55	Gastgewerbe	6	380	370
34/50	Herstellung, Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen	4	250	250
-	Sonstige	5	320	310
-	keine Angabe	2	130	120
-	Abrundungsdifferenz		-8	2
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland		100	6.322	6.162
Ausland (nicht erhoben)			484	538
Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland			6.806	6.700

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

20 Größe der Wirtschaftseinheit:

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:

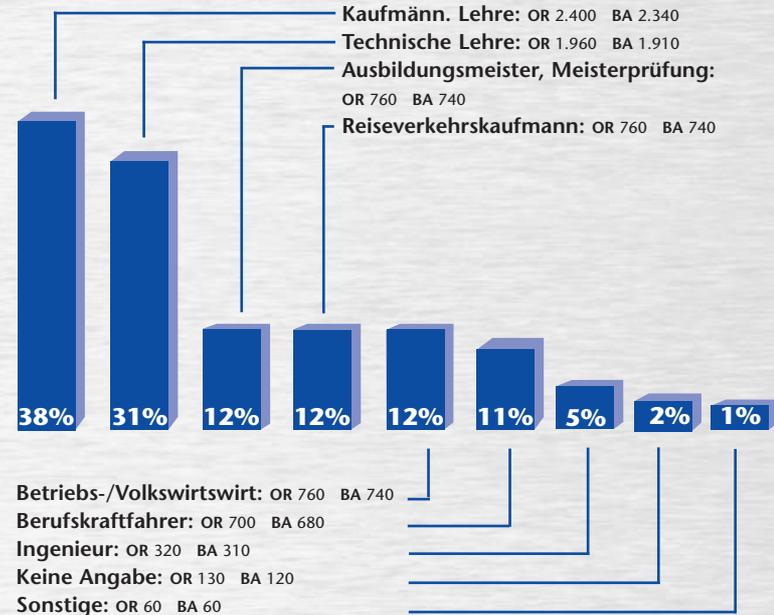
(Abrundungsdifferenz Projektion circa 2 (OR), 12(BA))



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

22.2 Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in Projektion:



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

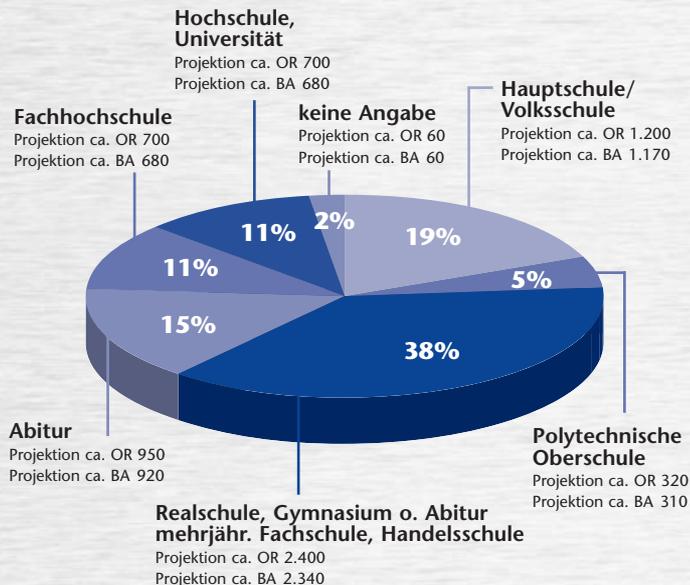
Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

Empfänger-Struktur-Analyse

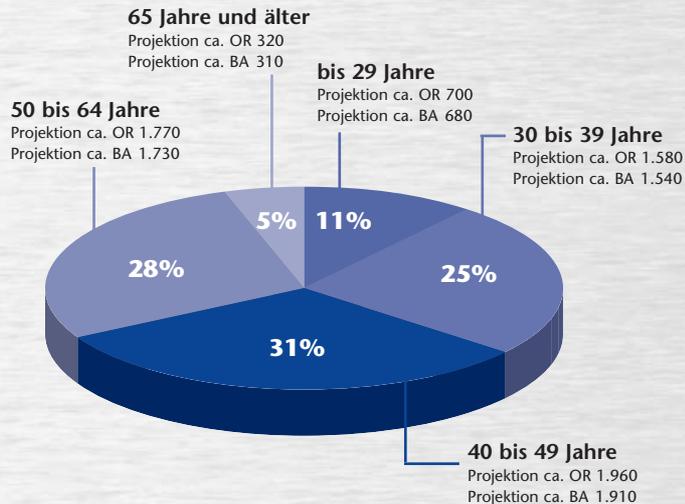


22.1 Bildung/Ausbildung/Schulabschluss:

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:
(Abrundungsdifferenz Projektion ca. -8 (OR), 2 (BA))



23 Alter



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

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

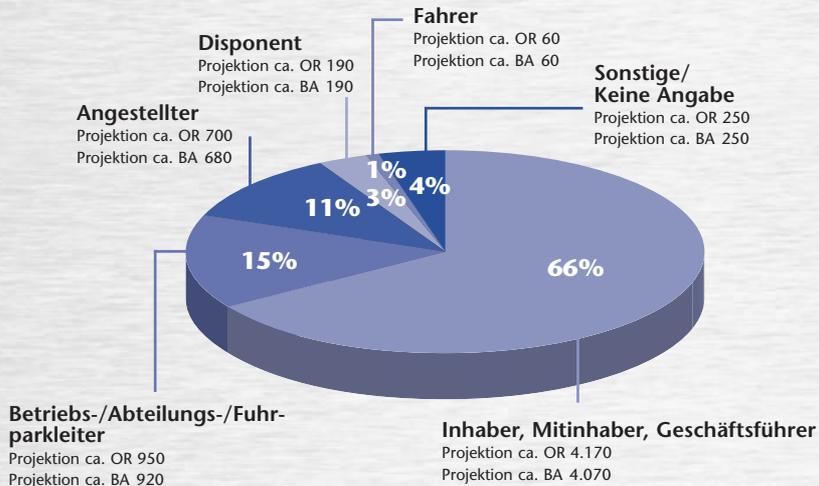
	OR	BA
tvA Inland	6.322	6.162
Ausland (nicht erhoben)	484	538
Tatsächlich verbreitete Auflage	6.806	6.700

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:

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

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

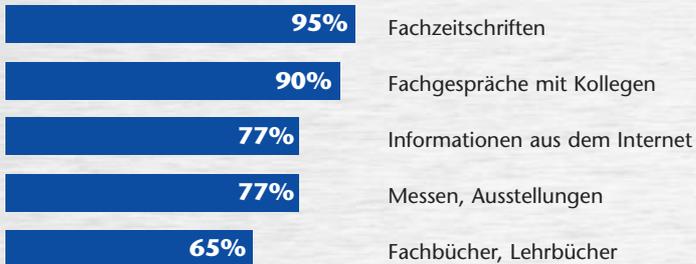


Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

4.1 Media-Profil:

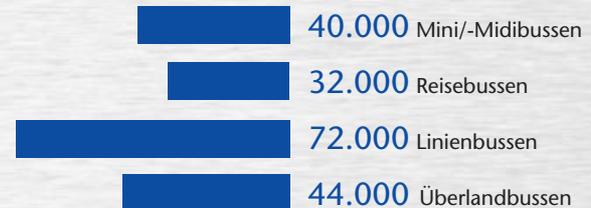
Die wichtigsten Informationsquellen:

Fachzeitschriften sind die wichtigste Informationsquelle für Omnibusunternehmer



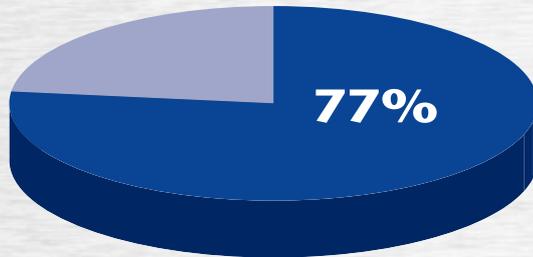
Für die nächsten **2 Jahre** ist die Anschaffung von Fahrzeugen und Kommunikationsausstattung fest eingeplant.

Mit OMNIBUSREVUE und BUS AKTUELL erreichen Sie eine Zielgruppe mit einem Fuhrpark von über:



Absatzpotenzial pur!

Internet:



der Empfänger von OR/BA nutzen das Internet als Informationsquelle

Auf den Typ kommt es an:

Farbanzeigen finden die höchste Beachtung



Empfängerstrukturanalyse Juli 2004/TNS EMNID, Bielefeld (tvA)

Kurzfassung der Erhebungsmethode

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

1 Untersuchungsmethode:

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

Schwankungsbreite:

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

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

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

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: 6.788

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 0

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

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage		3.659
davon: Mitglieds-Abonnenten	-	
Normal-Abonnenten	3.659	
sonstiger Verkauf	47	
Freistücke	-	3.082
davon: ständige Freistücke	3.082	
wechselnde Freistücke	-	
Werbeexemplare	-	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		6.788
davon Bundesrepublik Deutschland	6.364	
davon Ausland	424	

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	6.788	=	100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	471	=	6,9%
Empfänger Ausland	-		
Ständige Freistücke	-		
Werbeexemplare	-		
Sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Einzelverkauf etc.)	47		
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):	6.317	=	93,1%

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 06. März 2004

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger (530 Adressen – Abonnenten und Wechselversand).

Ausgangs-Stichprobe	530 Fälle = 100,0%
Stichprobenneutrale Ausfälle	
Außerhalb der Zielgruppe	23 Fälle = 4,3%
Kein Empfänger ermittelbar	26 Fälle = 4,3%
Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	18 Fälle = 3,4%
Ausfälle gesamt:	67 Fälle = 12,6%
Brutto-Stichprobe:	463 Fälle = 100,0%
Stichprobenrelevante Ausfälle	
Zielperson nicht erreicht	47 Fälle = 10,2%
Zielperson verweist/krank	18 Fälle = 3,9%
Beantwortung der Fragen verweigert	53 Fälle = 11,4%
Kein Termin möglich	15 Fälle = 3,2%
	133 Fälle = 28,7%
Netto (auswertbare Fälle):	330 Fälle = 71,3%

3.4 Zielperson der Untersuchung:

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

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 13. März bis zum 13. Juli 2004.

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS EMNID, Institut für Markt- und Meinungsforschung, Bielefeld

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen, 8. Auflage.

Daten-Ticket

Stand: Oktober 2005

Übernahme digitaler Daten

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

OMNIBUSREVUE BUS AKTUELL

Absender/Firma:

Ansprechpartner:

Telefon:

Fax:

ISDN:

Anzeigen-Informationen

Ausgabe:

Rubrik:

Anzeigenformat:

Farbigkeit:

Dateiname:

Programm:

Version:

Betriebssystem:

Apple MacIntosh

Windows PC

Datenübertragung per

FTP

ISDN

E-Mail

Datenträger per Post

Proof

farbverbindlich (ISO)

inhaltsverbindlich

folgt per Post (bitte evtl. ankreuzen)

Daten-Erstellung

- Erstellen Sie die Daten mit gängigen DTP-Programmen oder einem anderen Programm, das Postscript-Dateien erstellen kann. Zu den Einstellungen beachten Sie bitte die Hinweise auf unserer Homepage www.stuertz.de 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
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 Musters 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.

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.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die Werbungsmittler 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.

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

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 Einführungsdatum 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 Auftrages, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

g) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die 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.

OMNIBUSREVUE und BUS AKTUELL bieten mehr:

- Kostenloser Mediaservice
- Repräsentative Empfängerstrukturanalysen
- Auflagenstruktur-Übersicht
- Wettbewerbsbeobachtungen
- Statistiken des Kraftfahrtbundesamtes, der Verkehrsverbände und des Statistischen Bundesamtes

Weitere Dienstleistungen auf Anfrage

Die aktuellen Media-Informationen für alle unsere Fachtitel finden Sie auch unter: www.mediacentrum.de

Ihre Ansprechpartner:

- Gesamtanzeigenleiter: **Stefan Waldeisen**
- Anzeigenleiter Personenverkehr: **Christian M. Rosner**
Tel. 0 89/43 72-22 21
- Anzeigenverkauf Technik: **Elisabeth Leibmann**
Tel. 0 89/43 72-23 52
Fax 0 89/43 72-23 98
elisabeth.leibmann@springer.com
- Anzeigenleiter Rubrikanzeigen: **Stefan Waldeisen**
Tel. 0 89/43 72-11 05
- Anzeigenverwaltung Technik: **Annika Gradelewski**
Tel. 0 89/43 72-22 72
Fax 0 89/43 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

www.omnibusrevue.de • www.busaktuell.de • www.busmarkt.com

OMNIBUSREVUE

BUS AKTUELL

Verkehrs
Rundschau

LOGISTIK
Spezial

Gefahr/gut

Fernfahrer Magazin
Trucker

BUSFahrer

Fahrschule

TAXI

Nutzfahrzeug
Katalog

Werkstatt
Spezial

KEP
Spezial