

EMPFÄNGERSTRUKTUR- ANALYSE 2001



FAHRSCHULE

Was sich Entscheider in der Fahrschulbranche wünschen

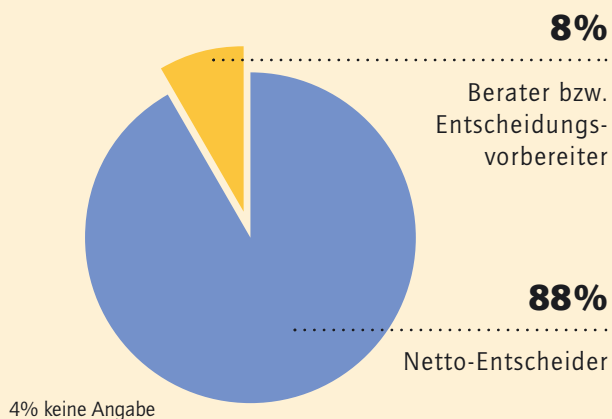
Seit über einem halben Jahrhundert begleitet **Fahrschule** monatlich die Fahrschulbranche und insbesondere die Fahrschulinhaber und Fahrlehrer mit fundierten Fachbeiträgen und praxisrelevanten Informationen.

Fahrschule ist die einzige bundesweite Zeitschrift für die Fahrschulen und gleichzeitig Organ der Bundesvereinigung der Fahrlehrerverbände. Sie ist eine unverzichtbare Informationsquelle mit

intensiver Heftnutzung für die Fahrschulbranche.

Mit Anzeigen in **Fahrschule** erreichen Sie nahezu 100prozentig die Entscheider der Branche.

KONKURRENZLOS WENN ES UM ENTSCHEIDER GEHT



Hier ist der Beweis: **96% = 19.210** Empfänger sind Berater und Entscheider.

Qualität und Transparenz für die Mediaplanung

In diesem Folder sind die Ergebnisse der Empfängerstrukturanalyse vom November 2000 für Sie zusammengefasst. Dieser seit Jahren regelmäßige Service der Anzeigenabteilung des Verlags Heinrich Vogel erleichtert Ihnen nicht nur die Planung unserer Zeitschriften sondern zeigt auch die Qualität unserer Leser. In dieser Empfängerstrukturanalyse bieten wir Ihnen Transparenz über unsere Leserschaft und zeigen Ihnen was Fahrschulinhaber von einer Zeitschrift im professionellen Bereich wünschen und erwarten.

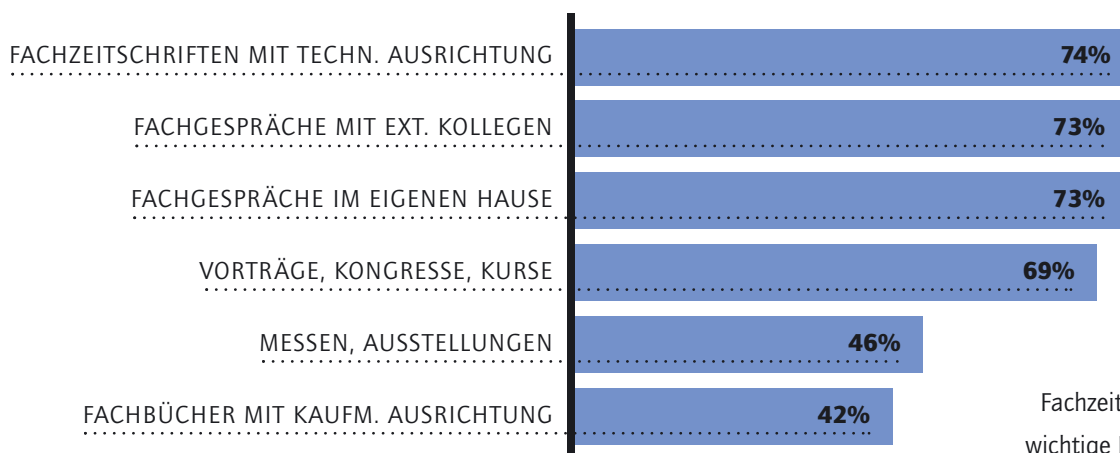
Damit wirklich eine valide und repräsentative Analyse gewährleistet ist, arbeiten wir hier mit dem renommierten und unabhängigen Institut für Markt- und Meinungsforschung TNS EMNID, Bielefeld, zusammen.

Michaela Lenz

Gesamtanzeigenleiterin

WIE INFORMIEREN SICH FAHRSCHULEN?

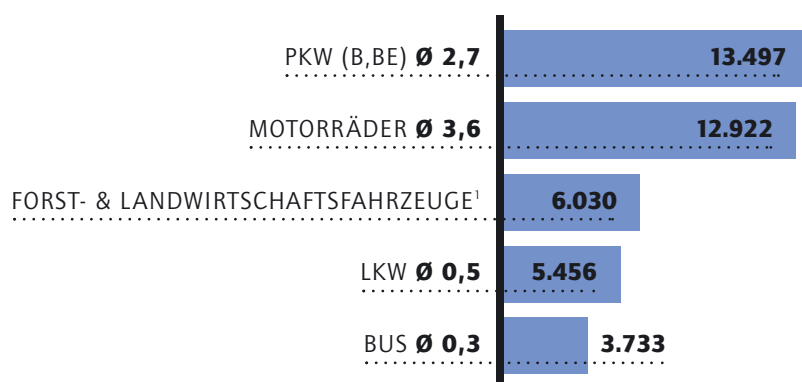
DIE INFORMATIONSQUELLEN



Fachzeitschriften sind eine wichtige Informationsquelle für Fahrschulunternehmer.

WELCHES POTENZIAL STECKT IM FAHRSCHULMARKT?

KLEINE UNTERNEHMEN MIT MULTIPLIKATIONSWIRKUNG



Die Zahl der Fahrschulen und deren durchschnittlicher Fuhrpark stellt ein erhebliches Absatzpotenzial dar. Rechnet man den Fahrzeugbedarf mit der Anzahl der Fahrschüler hoch (Ø 70 Fahrschüler p. A.) entsteht eine sehr interessante Menge an Kontakten mit potenziellen Käufern.

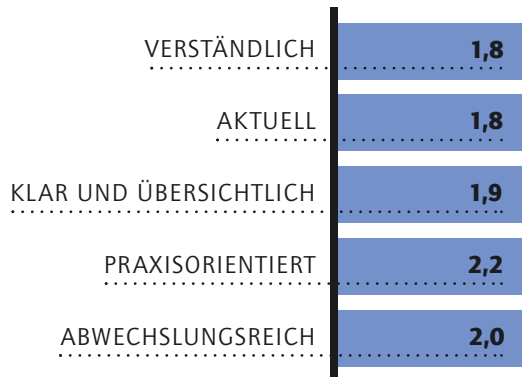
¹Für Forst- & Landwirtschaftsfahrzeuge wurde der durchschnittliche Fahrzeugstand nicht erhoben

²Quelle BGF

In Deutschland gibt es **14.358** Fahrschulen²

WIE FINDEN FAHRLEHRER DIE FAHRSCHULE?

GUTE NOTEN FÜRS PROFIL



Durchschnittswerte berechnet auf einer Skala von 1 bis 6
1 = trifft sehr stark zu, 6 = trifft überhaupt nicht zu

Fahrschule wird als besonders verständlich und abwechslungsreich beurteilt und weist eine hohe Aktualität auf.

Ø 67 Minuten Lesedauer pro Ausgabe

Im Durchschnitt wird **Fahrschule** über eine Stunde gelesen. Das ist ein Spitzenwert für die durchschnittliche Lesedauer.

FAHRSCHULE hat im **Ø 1,3** weitere Leser.
„Mit-Leser“ sind insbesondere angestellte Fahrlehrer.

WAS HAT DER INSERENT VON DIESER BEWERTUNG?

HOHE KONTAKTCHANCEN FÜR IHRE WERBUNG

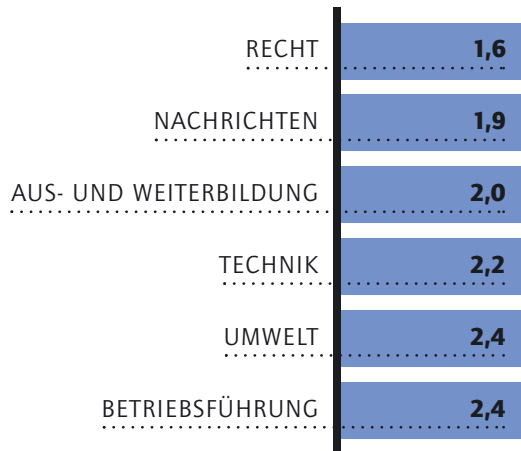
Die **Fahrschule** wird intensiv gelesen. Eine Tatsache, die sich positiv auf die Seitenkontaktchance auswirkt. Das gute redaktionelle Umfeld ist die ideale „Bühne“ für Ihre Werbung.

98% der Erstempfänger schlagen **mehr als die Hälfte aller Seiten** auf.

80% schlagen **alle/fast alle Seiten** jeder Ausgabe auf.

WAS IST FÜR DEN FAHRSCHULUNTERNEHMER WICHTIG?

THEMEN DIE INTERESSIEREN



Die **Fahrschule** erfüllt den Informationsbedarf seiner Empfänger im vollen Umfang.

Durchschnittswerte berechnet auf einer Skala von 1 bis 4
1 = sehr wichtig, 4 = gar nicht wichtig

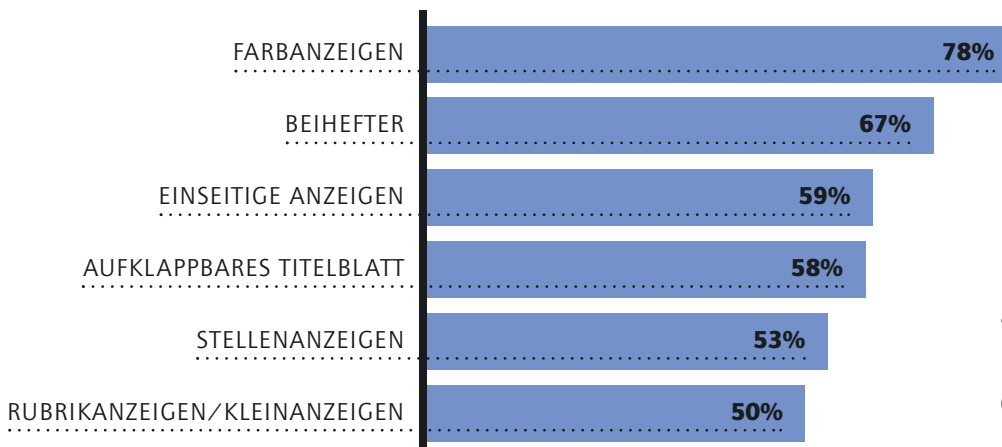
WELCHE WIRKUNG HAT WERBUNG AUF DIE LESER?

AUF DIE AKZEPTANZ KOMMT ES AN

71% aller Empfänger nutzen Anzeigen für ihre Entscheidungen.

Ein Wert, von dem andere Medien nur träumen...

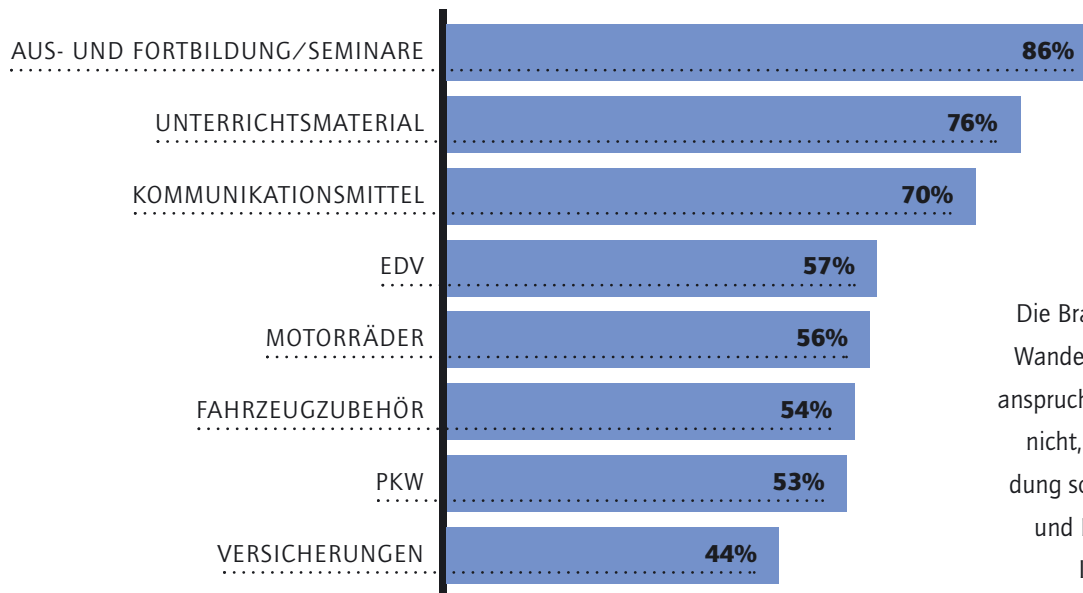
DER TYP IST ENTSCHEIDEND



Wie erwartet führen Farb-
anzeigen und Beihefter in der
Beliebtheitsskala. Aber auch
der Rubrikanzeigenteil erfreut
sich überdurchschnittlicher
Aufmerksamkeit.

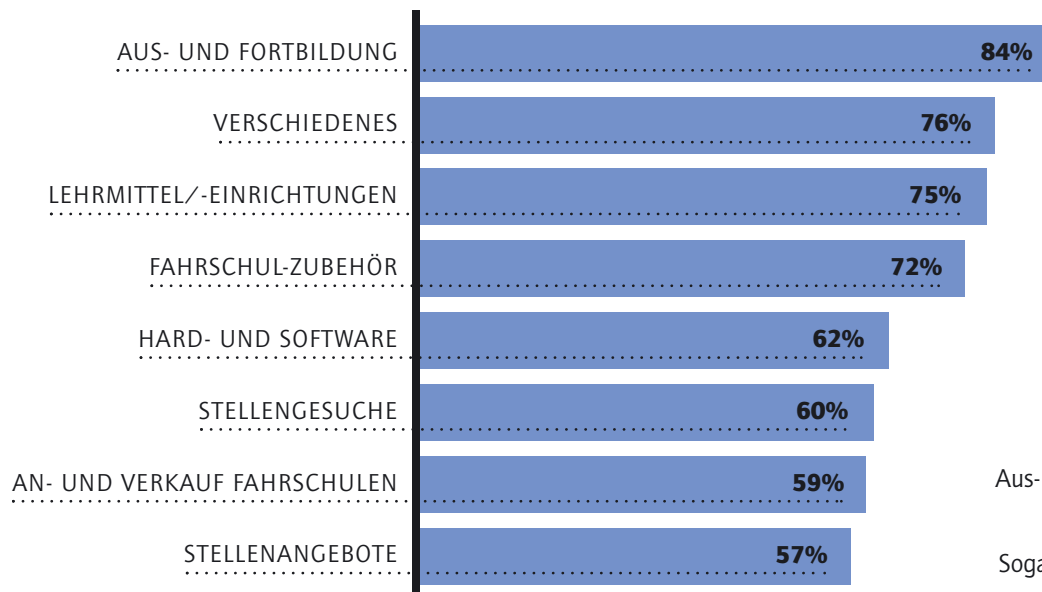
WOFÜR INTERESSIEREN SICH FAHRSCHULEN?

ANZEIGENTHEMEN MIT BESONDERER BEACHTUNG



Die Branche befindet sich im Wandel – die Schüler werden anspruchsvoller. Es verwundert nicht, dass Aus- und Fortbildung sowie Kommunikations- und Präsentationsmittel im Interesse vorne stehen.

DIE BEDEUTUNG DER RUBRIKANZEIGEN

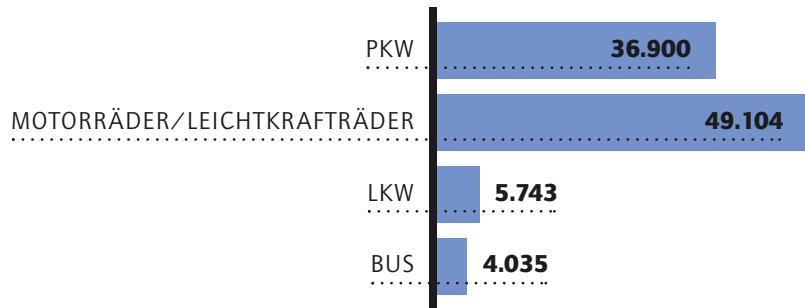


Aus- und Fortbildung ist das Thema für Fahrschulen. Sogar im Rubrikanzeigenteil erwartet der Leser Anzeigen aus diesem Bereich.

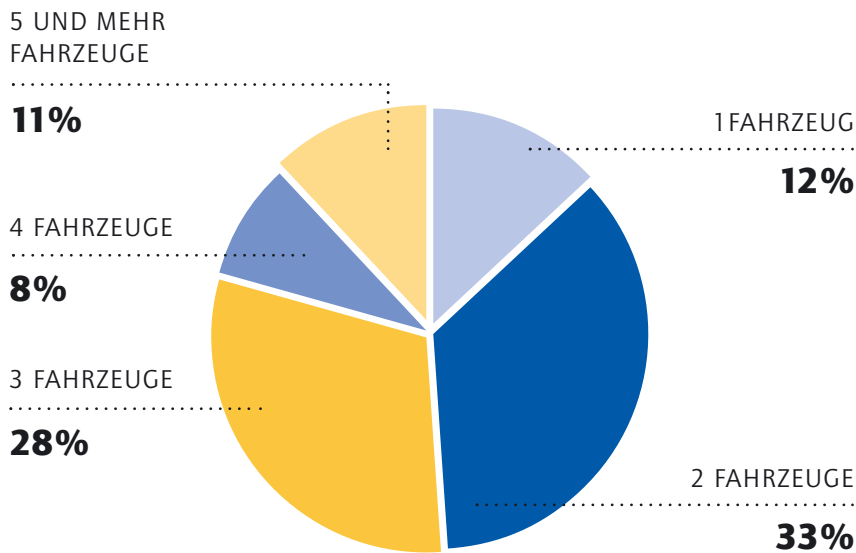
WIE GROSS IST DER FUHRPARK UNSERER LESER?

ANZAHL DER FAHRZEUGE

Aufgrund der hohen Anforderung an die Fahrzeuge (Ausbildungssituation) haben Fahrschulen einen sehr hohen Erneuerungsbedarf. Außerdem: der Schüler fordert Ausbildung auf aktuellen Fahrzeugmodellen.



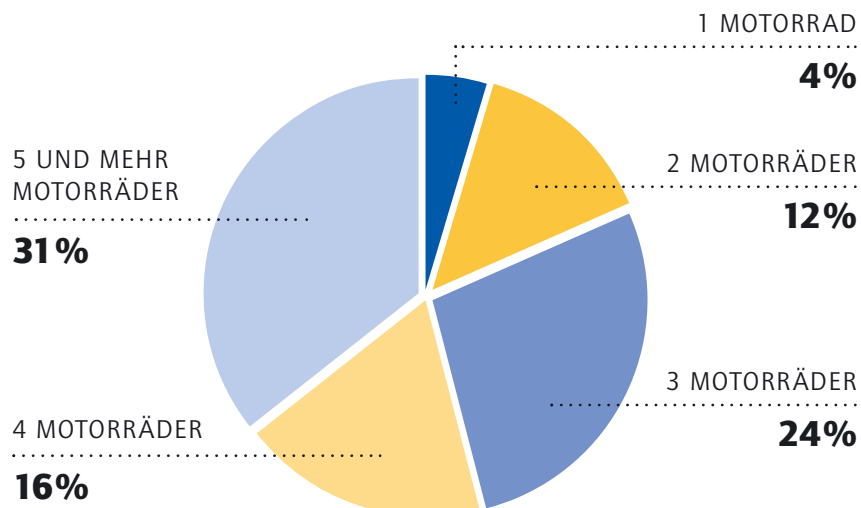
ABSATZPOTENTIALE FÜR PKW



Die Unternehmensgröße bestimmt den Fuhrpark. Die durchschnittliche Fahrschule hat 2 bis 3 Pkw.

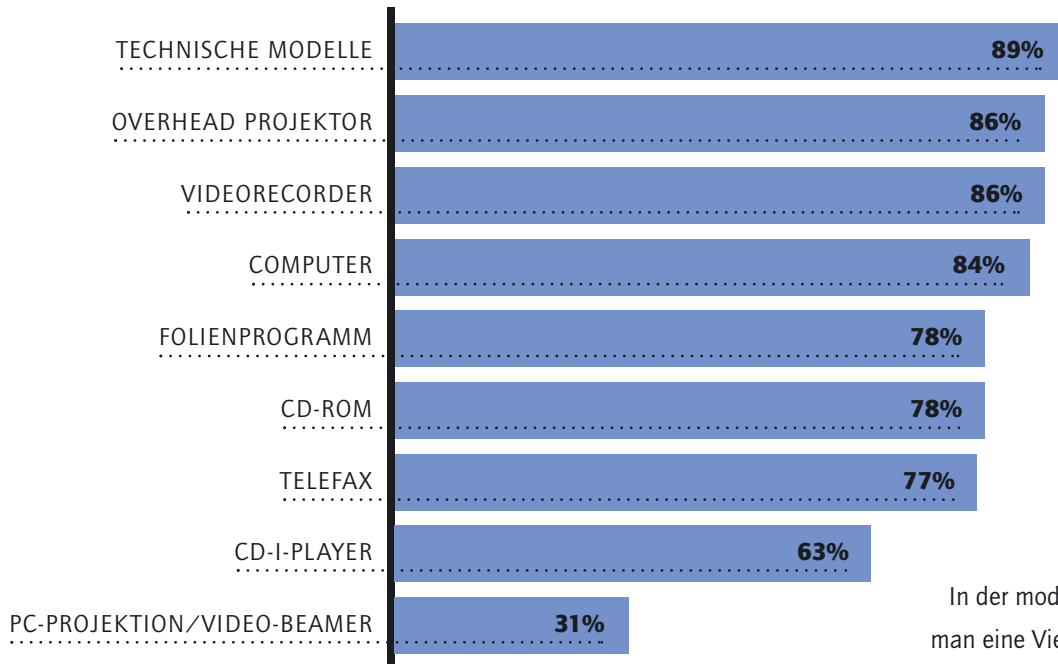
ABSATZPOTENTIALE FÜR MOTORRÄDER

Die durchschnittliche Anzahl an Motorrädern im Fuhrpark ist im Vergleich zu 1996 um 1 Motorrad gestiegen.



WIE SIND FAHRSCHULEN HEUTE AUSGESTATTET?

VORHANDENE EINRICHTUNGEN

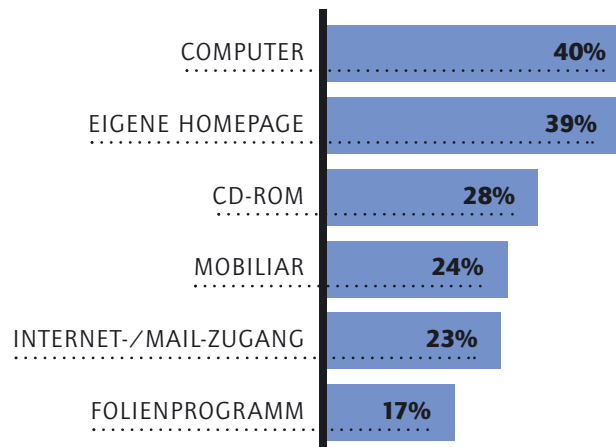


In der modernen Fahrschule findet man eine Vielzahl von Präsentationsmitteln. Elektronische Medien sind eindeutig im Vormarsch, denn der Fahrschüler von heute möchte abwechselnd und multimedial unterrichtet werden.

IN WAS WIRD IN DER NAHEN ZUKUNFT INVESTIERT?

VOLL IM TREND: INVESTITIONEN IM IT-BEREICH

Der Kunde bestimmt die Ausstattung. Internet und Computer sind zukünftig aus der Fahrschule nicht mehr wegzudenken.



GEPLANTE FUHRPARKINVESTITIONEN



Die intensive Nutzung der Fahrzeuge sorgt für hohen Erneuerungsbedarf. Wegen der höheren Anmeldezahlen bei der Pkw-Ausbildung ist in diesem Bereich das Investitionsvolumen größer.

WELCHE BEDEUTUNG HAT DAS INTERNET?

ERSTER VORAUSSETZUNG: DER ZUGANG

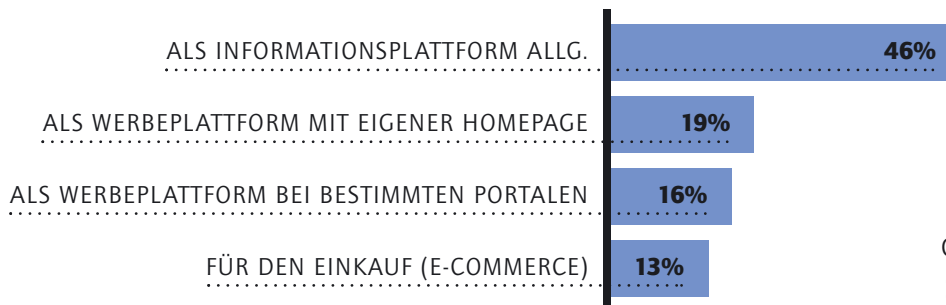
Schon jetzt hat fast die Hälfte der Fahrschulen Internetzugang. Ein Wert, der sich kurzfristig steigern wird.

46% besitzen einen Internet-/Mail-Zugang

22% besitzen eine eigene Homepage

WOFÜR WIRD DAS INTERNET GENUTZT?

HAUPTSÄCHLICHE NUTZUNG



Gute Chancen für die Werbung. Das Internet entwickelt sich zur kommenden Informationsplattform für Fahrschulen und Fahrschüler.

DEMOGRAFISCHE DATEN

BERUFSAUSBILDUNG

Fahrlehrausbildung	92%	Grad. Ingenieur	3%
Technische Lehre	66%	Diplom Ingenieur	4%
Bundeswehr-Fahrlehrerschein	37%	Keine Angabe/Sonstige	5%
Kaufmännische Lehre	24%		

Die Empfänger haben meist eine praxisbezogene Ausbildung.

ALTER

20 bis 29 Jahre	5%	50 bis 59 Jahre	26%
30 bis 39 Jahre	23%	60 bis 64 Jahre	13%
40 bis 49 Jahre	26%	65 Jahre und älter	6%

SCHULBILDUNG

Realschule/Handelsschule		Fachhochschule	10%
mehrfährige Fachschule	42%	Hochschule/Universität	6%
Hauptschule/Volksschule	24%	Polytechnische Oberschule	6%
Abitur	12%	Keine Angabe	2%

1. Beschaffenheit der Datei

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

2. Untersuchungsmethode

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

3. Stichprobenziehung

Tag der Stichprobenziehung 21. September 2000

4. Struktur der Empfängerschaft

Gesamtzahl der Empfänger in der Datei	19.970
Struktur einer Ausgabe nach Vertriebsformen:	
Verkaufte Auflage	19.231
ständige Freistücke	739
sonstiger Verkauf	40
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	20.010
davon	
Bundesrepublik Deutschland	19.927
Ausland	83

5. Grundgesamtheit

Grundgesamtheit (tvA)	20.010	=	100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfaßt	862	=	8,2%
Die Untersuchung repräsentiert	19.148	=	91,8%

6. Beschreibung der Stichprobe

Ausgangs-Stichprobe	409	=	100,0%
Adressbezogene Ausfälle			
Außerhalb der Zielgruppe	18	=	4,4%
Kein Empfänger ermittelbar	4	=	1,0%
Adresse/Telefonnummer falsch u. nicht ermittelbar	39	=	9,5%
Brutto Stichprobe	348	=	100,0%
Ausfälle			
Zielperson nicht erreicht	33	=	9,5%
Zielperson im Urlaub/krank	1	=	0,3%
Kein Termin zustande gekommen	25	=	7,2%
Beantwortung der Fragen verweigert	39	=	11,2%
Netto (auswertbare) Fälle	250	=	71,8%

7. Zielperson der Untersuchung

In der Grundgesamtheit wird die Fachzeitschrift an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurden der Erstempfänger der FAHRSCHULE in dem Betrieb, dem Unternehmen / in der Dienststelle.

8. Definition des Lesers

entfällt

9. Schwankungsbreiten

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 %.

10. Durchführung der Untersuchung:

TNS EMNID, Institut für Markt- und Meinungsforschung

11. Befragungszeitraum

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit 25. September bis zum 30. Oktober 2000

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