

**Auch für
Österreich!**



Inhalt

- 2 Titelprofil
- 4 Anzeigenpreisliste
- 6 Formatbeispiele
- 7 Digitale Druckunterlagen
- 8 Themen und Termine
- 9 Bannerformate + Preise
- 10 Newsletter - Sponsoring
- 11 Titelporträt
- 12 Auflagen-/ Verbreitungsanalyse
- 13 Empfänger-Struktur-Analyse
- 14 Kurzfassung der Erhebungsmethode
- 15 Geschäftsbedingungen
- 16 Ansprechpartner

www.nkwpartner.de

Das Magazin für
Technik-Teile-Service bei Lkw,
Bus, Trailer und Transporter in
Zusammenarbeit mit dem
NKW-Arbeitskreis im



Titelprofil

Das Magazin für Technik – Teile – Service
 bei Lkw, Bus, Trailer und Transporter



Das Konzept

Der NKWpartner ist das einzige Fachmagazin, das den redaktionellen Fokus ausschließlich auf die gesamte Bandbreite des Nkw-Service-Marktes richtet. Der NKWpartner entsteht in enger Zusammenarbeit mit dem Gesamtverband Autoteile-Handel e.V. (GVA) und dem Arbeitskreis AK NKW- und Anhänger-Teilehandel. Die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem AK NKW zeigt sich auch in dem vom Verlag genutzten Adressmaterial. Durch den kontinuierlichen Abgleich mit dem Adressbestand namhafter Nkw-Teile-Großhandelsunternehmen verfügt der NKWpartner über eine Adressenqualität, die einzigartig am Markt ist. Ergänzt wird dieser Adress-Stamm um die gebundenen Werkstätten im Nkw-Service-Markt.

Themenfelder

Der NKWpartner

- liefert Informationen und Hintergrundwissen zu neuen Produkten und Technologien der Nutzfahrzeughersteller und der Werkstatttechnik.
- deckt durch wechselnde Schwerpunktthemen die gesamte Bandbreite des Nkw-Service-Marktes ab.
- zeigt an Hand von professionellen Werkstatt-Berichten praxisnahe Einbautipps.
- berichtet über neue Reparaturtrends unter Einbeziehung von Vermarktungstipps.
- zeigt neue Trends auf, die im Nkw-Teilemarkt zu Mehrumsatz führen können.
- berichtet über die Versorgungspartner der Nkw-Werkstätten.

Leserstruktur

Entscheidungsträger aus Nkw-Werkstätten des freien Nkw-Service-Marktes aber auch aus den gebundenen Nkw-Vertragswerkstätten.

Besonders die Nkw-Vertragswerkstätten engagieren sich zunehmend im freien Servicegeschäft. Sie bauen kontinuierlich ihre Serviceleistungen in Mehrmarkenwerkstätten aus und informieren sich im NKWpartner über die Leistungsfähigkeit des freien Nkw-Teile-Großhandels.



Entscheidungsträger aus den Nkw-Werkstätten von Fuhrunternehmen, Bahn- und Postdiensten, Kommunalbetrieben, Omnibus- und Verkehrsbetrieben

Die Unternehmen betreiben aufgrund ihrer Größe eine eigene Werkstatt. Ersatzteile werden über den Teilehandel eingekauft.

Entscheider aus dem Nkw-Teile-Großhandel.

Der freie Nkw-Teile-Großhandel sichert die Versorgung der Nkw-Werkstätten mit Ersatz- und Verschleißteilen. In dieser Funktion übernimmt er die Sortimentsbündelung, die umfangreiche Lagerhaltung, die Logistik sowie die technische Beratung. Die im GVA organisierten Großhandelsunternehmen erwirtschaften etwa 80 % des Umsatzes der Branche.



Führungskräfte und Entscheider aus der Nkw-Zubehör- und der Komponentenindustrie

Die Automobilhersteller produzieren heute nur noch rund 20 % der Komponenten in Eigenfertigung. Ca. 80 % werden von der Zulieferindustrie gefertigt. Der NKWpartner informiert über Innovationen, Trends und Aftermarket-Produkte der Nkw-Zulieferer.

Nutzen Sie diese starke Basis für Ihren Werbeerfolg!



Anzeigen-Preisliste

Nr. 17 – gültig ab 1 Januar 2010

Format	Grundpreis s/w in €	2-farbig in €	3-farbig in €	4-farbig in €
2/1-Seite	8 514,-	9 014,-	9 514,-	10 014,-
1/1-Seite	3 870,-	4 130,-	4 390,-	4 650,-
2/3-Seite	2 580,-	2 795,-	3 010,-	3 225,-
1/2-Seite	1 935,-	2 115,-	2 295,-	2 475,-
1/3-Seite	1 290,-	1 415,-	1 540,-	1 665,-
1/4-Seite	967,50	1 065,-	1 162,50	1 260,-
1/8-Seite	483,75	537,50	591,25	645,-

Textteil: Millimeter-Preis s/w 1-spaltig (60 mm): 5,60 €

Anschnitt- und Satzspiegelformate siehe Seite 6

1 Auflage
 Druckauflage22 133 Exemplare
 tatsächlich verbreitete Auflage:
 im Jahresdurchschnitt21 732 Exemplare

2 Zeitschriftenformat 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4
 Satzspiegel 188 mm breit, 272 mm hoch
 Spaltenzahl..... 4 Spalten = Spaltenbreite 44 mm
 3 Spalten = Spaltenbreite 60 mm

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen
 Offsetdruck; Klebebindung. Anlieferung von digitalen Druckunterlagen
 erforderlich (siehe Seite „digitale Druckunterlagen“).

4 Termine
 Erscheinungsweise 4 Ausgaben im Jahr
 Erscheinungstermin siehe Terminplan
 Anzeigen- und Druckunterlagenschluss siehe Terminplan

5 Verlag Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
 Hausanschrift..... Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover
 Postanschrift..... 30130 Hannover
 Anzeigenabteilung siehe Ansprechpartner (Seite 16)

6 Zahlungsbedingungen
 8 Tage nach Rechnungsdatum 2% Skonto,
 sonst 30 Tage ohne Abzug.
 Bankeinzugsverfahren ist möglich.
 USt.-Ident.-Nr. DE 115 697 748

Bankverbindungen

Bankverbindung für Anzeigenrechnungen:

Sparkasse Hannover (BLZ 250 501 80), Konto-Nr. 1 019 900
 IBAN-Nr.: DE 41 2505 0180 0001 0199 00
 BIC: SPKHDE2H

Bankverbindung für Vertriebsrechnungen:

Nord/LB, Hannover (BLZ 250 500 00), Konto-Nr. 101 418 200

7 Anzeigenformate und Preise

Allen Preisen ist der aktuelle Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.
 Farbpreise beinhalten Normfarben nach Euro-Skala.

8 Rabatte (bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres)

Malstaffel: 2-mal 5 %	Mengenstaffel: 2 Seiten 10 %
4-mal 10 %	4 Seiten 15 %

Beilagen und technische Kosten sind nicht rabattierbar.
Bei umfangreicheren Abschlüssen Bedingungen auf Anfrage.

9 Preise für Vorzugsplätze

Titelseite: 180 mm breit x 180 mm hoch/4-farbig.....	6 390,- €
Bestätigte Titelseiten können nicht storniert werden.	
2., 3., 4. Umschlagseite/4-farbig	5 810,- €

10 Farbzuschläge

Jede zusätzliche Normalfarbe (Euroskala):	
1/1 Seite	260,- €
2/3 Seite	215,- €
1/2 Seite	180,- €
1/3 Seite	125,- €
1/4 Seite	97,50 €
1/8 Seite	53,75 €
Sonderfarben (z. B. HKS)..... Preise auf Anfrage	

11 Zuschläge für Anzeigen im Sonderformat

Anzeigen über Bund	10 % Zuschlag v. s/w GP	
Anzeigen über Satzspiegel, angeschnittene Anzeigen (Heftformat zuzügl. 3 mm Beschnittzugabe je Anschnittkante)		10 % Zuschlag v. s/w GP
Textteil-Anzeige, Insel-Anzeige, Junior-Page	25 % Zuschlag v. s/w GP	

12 Preise für Gelegenheits-/Stellenanzeigen:

Preis pro mm (1-spaltig, 44 mm breit)	
Verkäufe, Kaufgesuche	
Stellenangebote, Verschiedenes	3,- €
Stellengesuche	1,90 €
Chiffregebühr Inland	10,50 €
Chiffregebühr Ausland	16,00 €
Stellengesuche bis 50 mm / 1-spaltig sw gratis.	

13 Einhefter

	2-seitig	4-seitig	6-seitig	8-seitig
€	3 835,-	5 370,-	6 975,-	9 065,-

Rabatte: 2-mal: 10 % 4-mal: 15 %

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von
mind. 213 mm Breite und 305 mm Höhe/
max. 213 mm Breite und 310 mm Höhe
je Seite anliefern (Klebebindung).

14 Beilagen (nicht rabattierbar)

bis 25 g pro Tsd.....	215,- €
zuzüglich Vertriebszusatzkosten	
Höchstformat 200 mm breit und 290 mm hoch.	
Preise für schwerere Beilagen und Teilbelegungen auf Anfrage.	
Die Vorlage eines Musters vor Auftragsannahme ist erforderlich.	

15 Aufgeklebte Postkarten (in Verbindung mit 1/1 Anzeigenseite)

Beilagengebühr pro Tsd.	82,- €
zuzügl. Vertriebszusatzkosten	

16 Auflage

Die Anlieferungsmenge für Beilagen,
Einhefter und Postkarten beträgt
22 500 Exemplare.

17 Lieferanschrift für die Positionen 13 bis 15

LNT Papierverarbeitung GmbH
Im Bahlbrink 4
30827 Garbsen/Berenbostel

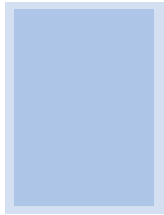
Liefervermerk: NKWpartner, Ausgabe ...
Lieferung frei Druckerei

Informationsblatt Formate

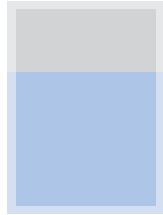
Ergänzung zur Anzeigenpreisliste 17 – gültig ab Januar 2010

P

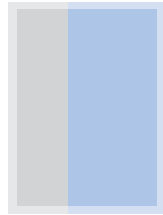
Heftformat: A4 (210 × 297 mm)



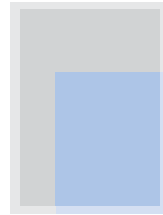
1/1-Seite
S: 188 × 272
A: 216 × 303



2/3-Seite
S: 188 × 180
A: 216 × 197



2/3-Seite
S: 124 × 272
A: 135 × 303



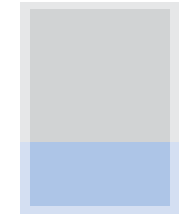
Junior Page
S: 140 × 180
A: 151 × 197



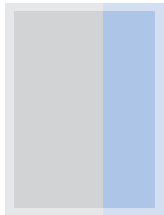
1/2-Seite
S: 188 × 134
A: 216 × 151



1/2-Seite
S: 92 × 272
A: 103 × 303



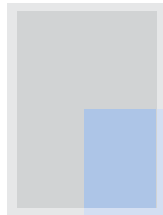
1/3-Seite
S: 188 × 88
A: 216 × 105



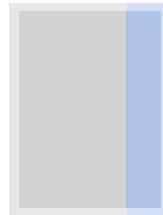
1/3-Seite
S: 60 × 272
A: 71 × 303



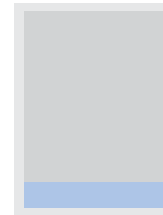
1/4-Seite
S: 188 × 65
A: 216 × 82



1/4-Seite
S: 92 × 134
A: 103 × 151



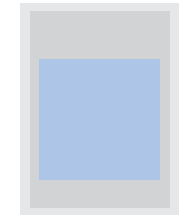
1/4-Seite
S: 44 × 272
A: 55 × 303



1/8-Seite
S: 188 × 31




1/8-Seite
S: 92 × 65



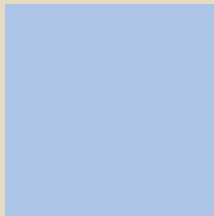
Titelseite
A: 180 × 180

S = Formate für Anzeigen im Satzspiegel, Breite × Höhe in mm

A = Formate für angeschnittene Anzeigen, Breite × Höhe in mm, **inkl.** Beschnittzugabe (3 mm je Beschnittkante)

 Anschnittkanten = Anzeigenformat über den Satzspiegel hinaus

Digitale Druckunterlagen



Um digitale Druckunterlagen einwandfrei weiterverarbeiten zu können, müssen folgende Bedingungen erfüllt sein:

Dateiformat

Druckfertige PDF- oder EPS-Dateien (mit eingebetteten Schriften und Bilddateien) aus QuarkXPress, InDesign, Illustrator, Photoshop oder Freehand.

Bitte ohne Schnittmarken, Passkreuze, etc. auf das Endformat abspeichern.

Bei Anlieferung offener Dateien (inkl. Schriften und hochauflösende Bilder) sowie Dateien aus Programmen wie WORD, EXCEL, PowerPoint, Pagemaker oder CorelDraw kann keine Gewährleistung für die Qualität der Anzeigen übernommen werden. Bei diesen Formaten werden je nach Aufwand die Selbstkosten in Rechnung gestellt.

Bildraten

Auflösung von Farb- oder Graustufenbildern mind. 300 dpi
Strichzeichnungen mind. 1200 dpi

Farbmodus

CMYK, keine RGB- oder Sonderfarben

Druckverfahren

Rollenoffsetdruck

Datenträgerformat

CD-ROM (Macintosh/Windows), DV-ROM (Macintosh)

Datentransfer

- E-Mail: anzeigendaten-nkw@schluetersche.de
- ISDN Mac/Leonardo Pro 0511/8550-6669
- ISDN PC Fritz!Data und FTP-Verbindung gern auf Anfrage

Datei-Information

Bitte nennen Sie bei der Datenanlieferung *Zeitschrift_Ausgabe_Inserent* und senden parallel die genauen Auftragsdaten sowie einen schrift- und standverbindlichen Ausdruck der Anzeige.

Bei Farbanzeigen ist zusätzlich ein Proof, der den Empfehlungen der FOGRA bzw. ECI für den Rollenoffsetdruck entspricht, notwendig. Proofart und Papierklasse bitte erfragen.

Anzeigenauftrag

Die genannten Angaben ersetzen nicht den schriftlichen Anzeigenauftrag.

Senden Sie diesen bitte direkt an die Anzeigenabteilung.

Eingangs- und Verarbeitungskontrolle

Der Verlag übernimmt keine Haftung für Farbabweichungen und Textstellungen im Anzeigenmotiv, wenn Dateien nicht in der oben angegebenen Art und Weise abgespeichert und farbverbindliche Proofs nicht mitgeliefert wurden.

Technische Kosten

Für die Gestaltung/Herstellung von Anzeigen und Eingriffe bei nicht maßgerechten Vorlagen sowie die Aufbereitung aller Vorlagen, die nicht dem Druckverfahren entsprechen, werden die Selbstkosten in Rechnung gestellt.

Technische Fragen/Kontakt

E-Mail an anzeigendaten-nkw@schluetersche.de oder
Telefon 0511/8550-2625 • Telefax 0511/8550-2401

Themen und Termine



Ausgabe	1	2	3	4
Anzeigenschluss	18.02.2010	25.05.2010	16.08.2010	04.11.2010
Druckunterlagenchluss	23.02.2010	28.05.2010	19.08.2010	09.11.2010
Erscheinungstermin	11.03.2010	15.06.2010	06.09.2010	25.11.2010
Schwerpunkt-Themen*	<p>Filter-Spezial Neue Filtertechnologien; Übersicht: Neuheiten bei Innenraum-, Luft-, Kraftstoff- und Ölfiltern und Filtermodulen; Diesel-Partikelfilter DPf.</p> <p>Schmierstoffe Welches Öl für welchen Motor? Flüssige Problemlöser: Spezial-Öle für Sonderanwendungen.</p> <p>Klima-Spezial Lukrativer Klimageservice: Service-Konzepte und Marketinghilfen; Wartung, Diagnose und Reparatur am Kältemittelkreislauf; Marktübersicht Klimageservice-Geräte; Fahr- und Standklimatisierung, Nachrüstungsmöglichkeiten.</p> <p>Antriebstechnik Motor-Kupplung: Technik, Teile, Diagnosehilfen, Instandsetzung, Spezialwerkzeuge; Instandsetzung, Wartung und Tausch von Schalt- und Automatik-Getrieben.</p> <p>Rahmen und Karosserie Rahmen vermessen und richten; Fahrwerke vermessen und einstellen; Karosserie-Instandsetzung; Methoden und Möglichkeiten; Spezial-Werkzeuge.</p> <p>Werkstatt-Ausstattung Waschen und Reinigen; Arbeitsschutz und Berufskleidung</p>	<p>Motoreninstandsetzung Werkstattarbeiten am Motor; Zeitwertgerechte Reparatur: Instandsetzen und Tauschen; Motoreninstandsetzer des VMI: Spezialisten und Partner; Dichttechnik; Neues vom Motorenkomponenten-Markt;</p> <p>Werkstatt-Konzepte Full- und Detailkonzepte für Nkw-Werkstätten: Leistungen, Module, Anforderungen</p> <p>Antriebs- und Gelenkwellen Warten und Instand setzen; Fehlersuche und Diagnose; Service-Konzepte.</p> <p>Anhänge- und Zugvorrichtungen Produktneuheiten; Wartung, Service und Reparatur</p> <p>Reifen-Service Aktuelle Reifentechnik, Runderneuerung; erfolgreicher Reifen-Service: Wuchten, Montieren, Reparieren; Reifendienst-Geräte.</p> <p>Werkstatt-Ausstattung EDV und IT in der Nkw-Werkstatt; Reparaturdaten und Informationssysteme; Druckluft in der Werkstatt.</p>	<p>Messe Special automechanika Frankfurt IAA Nutzfahrzeuge, Hannover</p> <p>Bremsen-Service Aktuelle Bremsentechnik; Wartung, Reparatur und Diagnose; Bremsenprüfung; Verschleiß- und Ersatzteile, Reibbeläge.</p> <p>Achsen-Service Neues aus der Achsentechnik, Wartung, Service, Reparatur; Ersatzteile</p> <p>Hydraulik-Service Wartung, Reparatur und Nachrüstung, Sonderlösungen; Ersatzteile.</p> <p>Ladungssicherung Systeme und Produkte; Schulungen.</p> <p>Hebetechnik Hebebühnen-Neuheiten; Werkstattheber; Gruben-Heber und -Zubehör; Hebetechnik-Zubehör;</p> <p>Umwelt und Entsorgung Neue Gesetze; Entsorgungskonzepte; Produkte f. Entsorgung und Umwelttechnik; Abwasserzubereitung.</p> <p>Werkstatt-Ausstattung Bremsenprüfstände; Bauen und Planen: Werkstatt-Tore, Lichtsysteme</p>	<p>Fahrzeugdiagnose Marktübersicht Diagnosegeräte und Prüfequipment; Fehlersuche; Schulung, Aus- und Weiterbildung.</p> <p>Diesel-Service Aktuelle Einspritztechnik; Fehlersuche und Diagnose; Wartung, Reparatur und Instandsetzung; Ersatz- und Tauschteile</p> <p>Abgastechnik Abgas-Untersuchung AU; Diagnose und Fehlersuche an Abgasnachbehandlungssystemen; Diesel-Partikelfilter, Harnstoff-Einspritzung, SCR-Technik, Katalysatoren; Ersatzteile.</p> <p>Fahrwerkstechnik Neuheiten bei Fahrwerkssystemen; Luftfederung und Stoßdämpfer; Ersatzteilmarkt Fahrwerkskomponenten; Fehlersuche, Wartung und Reparatur.</p> <p>Winter-Service Batterien: Technik, Warten und Prüfen, Ersatz-Angebot; Standheizung; Pflege, Wartung, Nachrüstung; Schneeketten und Winterreifen.</p> <p>Werkstatt-Ausstattung Abgas-Absauganlagen; Hallen-Heizung; Fahrwerkstester</p>
Messen		AMITEC, Leipzig Reifen 2010	Automechanika/IAA Nutzfahrzeuge (Vorberichte)	
Die Praxis-Seiten	Neben den angekündigten Schwerpunktthemen berichten wir in unseren Profi-Seiten in jeder Ausgabe über Neuigkeiten und Trends in den Bereichen An- und Aufbauten, Fahrwerk, Bremse und Druckluft, Motor und Antrieb, Elektrik und Elektronik, Reifen und Räder, Zubehör, Schmiermittel und Chemie, Lacke und Zubehör, Werkstattaufrüstung, Umwelt, Werkstatt Bauen und Einrichten, Sattel-, Anhänger und Bustrends, Wechselsysteme und Container sowie EDV und Versicherung.			

* Bitte lassen Sie uns Ihr redaktionelles Material bis 4 Wochen vor dem jeweiligen Anzeigenschluss-Termin zukommen.

www.amz.de / www.nkwpartner.de

Seit unserem Online-Relaunch haben amz – auto motor zubehör und NKWpartner als Zeitschriften für den Werkstatt- und Teilebereich einen gemeinsamen Internetauftritt. Nutzen Sie die unten aufgeführten Möglichkeiten für einen cross-medialen Auftritt mit nachhaltiger Wirkung. Verbindungen zu Kundenmagazinen mit E-Paper oder zu Webfilmen, die wir komplett für Sie erstellen sind eine Variante. Fragen Sie nach weiteren Möglichkeiten. Immer auf der Höhe der Zeit mit NKWpartner und amz – auto motor zubehör.



Wallpaper

(A: 975 x 90; B: 160 x 800)

auf Anfrage



Full-Size-Banner

(468 x 60)

verschiedene Platzierungen
€ 1050,- pro Monat*



Content-Ad

(300 x 250)

verschiedene Platzierungen
€ 1250,- pro Woche*

* wöchentliche Buchung mit Aufpreis möglich

Newsletter - Sponsoring

Inhalt

- Auswahl der Top News nach Themenbereichen
- Was gibt es Neues im Bereich Veranstaltung und Praxis-Seminare

Wir bieten Ihnen

- den direkten Weg zu Ihrer Zielgruppe
- Versand an mehr als 5.800 Empfänger – direkt per Email in das Postfach Ihrer Kunden
- die direkte Verbindung zu www.amz.de bzw. www.nkwpartner.de
- Werbefläche von 468 x 60
- zweiwöchentlichen Versand (entspricht je nach Monat 2–3 Aussendungen)

Preis

- € 850,- pro Monat
- Festpreis: nicht rabatt- oder provisionsfähig

Technische Daten

- Datenanlieferung: mindestens 1 Woche vor Schaltbeginn an ehlerding@schluetersche.de
- max. Dateigröße: 40KB
- Formate: flash, gif, jpeg, HTML

Haben Sie Fragen oder benötigen Sie ein konkretes Angebot?

Bitte sprechen Sie uns an:

Tanja Ehlerding
Telefon 0511 8550-2647
ehlerding@schluetersche.de



- 1 Kurzcharakteristik:**
NKWpartner spricht die Entscheidungsträger in Handel, Fuhrpark, Werkstatt und Lager an. Durch die Zusammenarbeit mit dem Nkw-Arbeitskreis im GVA e. V. können wir auf einzigartiges, qualifiziertes Adressmaterial aus dem freien Teilehandel und der Zulieferindustrie zurückgreifen. Das breite Themenspektrum reicht von der Entwicklung und Produktion von Nkw-Teilen, -Baugruppen und Zubehör über den Vertrieb bis hin zum Werkstattdienst mit Inspektion, Wartung und Reparatur für Lkw, Bus, Trailer und Transporter.
- 2 Organ:** –
- 3 Herausgeber:** Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Hannover
- Verlagsleitung:** Klaus Krause
- Verlagsbereichsleitung Kfz-Medien:** Eckhard Schulte
- 4 Redaktion:** Klaus Kuss, Chefredakteur
- 5 Anzeigen:** Christian Welc, Anzeigenleitung
- 6 Jahrgang/Jahr:** 17. Jahrgang 2010
Erscheinungsweise: 4-mal jährlich
- 7 Verlag:** Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
- 8 Postanschrift:** 30130 Hannover
Paketsendungen: Hans-Böckler-Allee 7, 30173 Hannover
- 9 Telefon:** 0511 8550-0
- 10 Telefax:** 0511 8550-2600
- 11 E-Mail:** kzf@schluetersche.de
Internet: www.nkwpartner.de

12 Erscheinungs-/Redaktionsplan: siehe Seite 8

13 Bezugspreis:
Jahresabonnement: Inland: € 31,- inkl. Versandgebühren, inkl. MwSt., Ausland: € 31,- zuzügl. € 15,- Versandgebühren Europa und Welt.
Einzelheft: € 8,- inkl. MwSt., zuzügl. Versandgebühren.
(EU-Steuerregelung wird berücksichtigt)

14 Umfangs-Analyse 2008 = 4 Ausgaben

Format der Zeitschrift:	DIN A 4 (210 mm breit X 297 mm hoch)	
Gesamtumfang:	302 Seiten =	100 %
Redaktioneller Teil:	218,5 Seiten =	72,35 %
Anzweitenteil:	83,5 Seiten =	27,65 %
davon		
Einhefter		
Anzeigen von Verlagen und Druckereien	3,5 Seiten =	4,19 %
Beilagen:	5 Stück	
davon Teilbeilagen	4 Stück	

} vom Anzeigen-Umfang

15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils:

Gesamtumfang:	218,5 Seiten =	100 %
Aktuelles aus der Kfz-Branche	8,5 Seiten =	3,89 %
Neues aus der Nutzfahrzeugindustrie	4,5 Seiten =	2,06 %
Teileindustrie	61,0 Seiten =	27,91 %
Werkstatt-Praxis, Organisation und Ausrüstung	55,0 Seiten =	25,17 %
Nutzfahrzeug-Teilehandel	25,0 Seiten =	11,44 %
Motoreninstandsetzung	19,0 Seiten =	8,70 %
Messen	22,5 Seiten =	10,30 %
Sonstiges	23,0 Seiten =	10,53 %

Auflagen- und Verbreitungsanalyse



16 Auflagenkontrolle:  , Berlin

17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe
im Jahresdurchschnitt
(1. Juli 2008 bis 30. Juni 2009)

Druckauflage	22 133		
Tatsächlich verbreitete Auflage: (TVA)	21 732		
		1 366	Abonnierte Exemplare
		1 112	davon Mitgliederstücke
Verkaufte Auflage:	1 428	62	Einzelverkauf
Freistücke:	20 304		
		401	Rest-, Archiv- und Belegexemplare

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Exemplare
Bundesrepublik	88,7	19 275
Österreich	10,5	2 289
sonstiges Ausland	0,8	168
Tatsächlich verbr. Auflage	100,0	21 732

Aufgliederung der Inlandsauflage nach PLZ-Gebieten:

PLZ-Bereich 0	5 %	964 Exemplare
PLZ-Bereich 1	4 %	771 Exemplare
PLZ-Bereich 2	10 %	1 928 Exemplare
PLZ-Bereich 3	7 %	1 349 Exemplare
PLZ-Bereich 4	17 %	3 277 Exemplare
PLZ-Bereich 5	13 %	2 506 Exemplare
PLZ-Bereich 6	8 %	1 542 Exemplare
PLZ-Bereich 7	21 %	4 047 Exemplare
PLZ-Bereich 8	7 %	1 349 Exemplare
PLZ-Bereich 9	8 %	1 542 Exemplare

Inland **100 %** **19 275 Exemplare**

19 Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Nummer der Grundsystematik	Empfängergruppen Bezeichnung lt. „Systematik der Wirtschaftszweige“ des Stat. Bundesamtes	Anteil an tats. verbr. Auflage	
		%	Exemplare
50.2	Instandhaltung, Reparatur und Lackierung von Nutzfahrzeugen	36,1	7 845
50.3	Handel mit Kraftwagenteilen und Zubehör (Lkw)	10,2	2 217
32.2	Karosserie, Anhänger- und Aufbautenhersteller, Fahrzeugbau	0,5	109
45	Baugewerbe*	1,6	348
60.21/60.23	Omnibus- und Verkehrsbetriebe*	6,7	1 456
01-75	Unternehmen mit eigenem Fuhrpark*	2,5	543
60.24/63.10	Güterbeförderung im Straßenverkehr* – Güternah-/Fernverkehr – Speditionen/Fuhrbetriebe – Schwertransporte	39,5	8 584
64.1	Fuhrparkstellen von Bahn- und Postdiensten, Kommunalbetrieben*	2,9	630
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt		100,0	21 732

Die Merkmale 20–24 wurden nicht erhoben.

*** Die angegebenen Unternehmen haben aufgrund ihrer Fuhrparkgröße eine eigene Werkstatt, Ersatzteile werden über den Teilehandel eingekauft.**

Alle Empfängeradressen wurden uns von führenden Nutzfahrzeugteilehändlern zur Verfügung gestellt.

Kurzfassung der Erhebungsmethode

- zur Verbreitungsanalyse
- zur Empfänger-Strukturanalyse

1. Untersuchungsmethode

- Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung
 - Empfänger-Strukturanalyse 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 Auslandsempfänger sortiert werden.

2.2. Gesamtzahl Empfänger in der Datei 30 969

2.3. Gesamtzahl wechselnde Empfänger 26 943

2.4. Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen

- Verkaufte Auflage	1 428
davan: abonnierte Exemplare	1 366
Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	62
- Freistücke	20 304
davan: ständige Freistücke	3 717
wechselnde Freistücke	16 437
Werbeexemplare	140
- Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	21 732
davan: Inland	19 275
Österreich	2 289
restliches Ausland	168

3. Beschreibung der Untersuchung

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)

Grundgesamtheit (tvA)	21 732 = 100,00 %
davon in der Untersuchung	
nicht erfasst	589 = 2,71 %
- Einzelverkauf	-
- sonstiger Verkauf	449
- Werbeexemplare	140

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)

3.2 Tag der Dateiauswertung

3.3 Beschreibung der Datenbasis

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung in Deutschland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung

3.5 Definition des Lesers

3.6 Zeitraum der Untersuchung ... 01.07.08 bis 30.06.09

3.7 Durchführung der Untersuchung



Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

Die nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind Vertragsbestandteil des zwischen Schlütersche Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG (Verlag genannt) und einem Werbtreibenden oder sonstigen Inserenten (Auftraggeber genannt) geschlossenen Vertrages über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen oder Beilagen sowie anderer Werbemittel (Werbemittel) in einer Druckschrift zum Zwecke der Verbreitung. Aufträge gelten erst dann als angenommen, wenn sie schriftlich durch den Verlag bestätigt worden sind. Ist der Auftraggeber eine Agentur, so bezieht sich der jeweilige Auftrag auf einen Kunden der Agentur und darf nicht gleichzeitig Werbung anderer Agenturen enthalten.

1. Ist kein Erscheinungstermin vereinbart, sind vereinbarte Werbemittel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen.
Ist im Rahmen eines Abschlusses über mehrere Anzeigen das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen bzw. anderer Werbemittel eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern diese innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
2. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtsprüfungen, 40 % des Insertionspreises als Stornogebühr dem Verlag zu erstatten. Dem Auftraggeber bleibt der Nachweis vorzubehalten, dass kein oder nur ein geringer Schaden entstanden sei. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
3. Anzeigen und Beilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen einer Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig vor dem Veröffentlichungszeitpunkt beim Verlag eingehen, dass man dem Auftraggeber gegebenenfalls noch vor dem Anzeigenschluss über eine nicht wunschgemäße Berücksichtigung benachrichtigen kann. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
4. Anzeigen, die auf Grund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
5. Der Auftraggeber gewährleistet, dass er alle zur Schaltung der Anzeige erforderlichen Rechte besitzt. Der Auftraggeber ist selbst für die Inhalte der bestellten Veröffentlichungen und für alle gemachten Angaben verantwortlich. Es ist ausschließlich Sache des Auftraggebers, wettbewerbsmarken-, urheber- oder namensrechtliche Fragen sowie Fragen bzgl. der Preisangabe bei Premium-Dienste-Rufnummern vor Erteilung des Auftrages von sich aus zu klären. Werden Mehrwert-Rufnummern in Werbeanzeigen veröffentlicht, verpflichtet sich der Auftraggeber die Pflichtangaben zu den Preisen gemäß TKG einzuhalten und zu veröffentlichen. Es dürfen keine Werbebanner mit rechts- oder sittenwidrigen Inhalten angeboten werden, insbesondere keine Werbung veröffentlicht werden, die i. S. d. § 131 StGB zum Rassenhass aufstacheln, Gewalt verherrlichen oder verharmlosen, sexuell anstößig sind, i. S. d. § 184 StGB pornographisch sind, den Krieg verherrlichen oder verharmlosen, geeignet sind, Kinder oder Jugendliche sittlich schwer zu gefährden oder in ihrem Wohl zu beeinträchtigen oder auf Angebote mit solchem Inhalt hinzuweisen. Der Verlag übernimmt keine Gewähr für den Inhalt, insbesondere für den Wahrheitsgehalt der bestellten Werbung. Im Falle der Inanspruchnahme durch Dritte, die ihre Ansprüche im Zusammenhang mit den veröffentlichten Inhalten gegen den Verlag machen, haftet allein der Auftraggeber, der den Verlag und die Agentur von allen diesbezüglichen Ansprüchen Dritter freistellt.
6. Der Verlag behält sich vor, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen des Vertrages – und Beilagenaufträge sowie Aufträge für Durchhelfer und Einkleber 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.
Anzeigen, Beilagen-, Durchhelfer- und Einkleberaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines entsprechenden Modells und dessen Billigung durch den Verlag bindend. Anzeigen, Beilagen, Durchhelfer und Einkleber, 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.
7. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier 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.
8. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige zum dem Verlag nächstmöglichen Zeitpunkt. Beides aber nicht in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde und soweit der Abdruck einer Ersatzanzeige dem Verlag zumutbar ist. Lässt der Verlag eine ihm dafür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages.

Wegen Verletzung vertraglicher und außervertraglicher Pflichten, insbesondere wegen Unmöglichkeit, Verzug, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlungen haftet der Verlag – auch für seine leitenden Angestellten und sonstigen Erfüllungsgehilfen – nur im Falle des Vorsatzes und der groben Fahrlässigkeit, und zwar der Höhe nach beschränkt auf den bei Vertragsschluss voraussehbaren vertragstypischen Schaden. Diese Haftungsbegrenzung gilt nicht bei schuldhaftem Verstoß gegen wesentliche Vertragspflichten, soweit dadurch die Erreichung des Vertragszwecks gefährdet wird, für Schäden an Leben, Körper oder Gesundheit wegen einer von dem Verlag zu vertretenden Pflichtverletzung.

9. 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 Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
10. Sind keine besonderen Größenvorschläge gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Preisberechnung zugrunde gelegt.
11. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung innerhalb von 14 Tagen nach Veröffentlichung der Anzeige bzw. eines anderen bestellten Werbemittels, übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufend 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.
12. 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 Anzeigenschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offestehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
13. 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 beschaffen werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
14. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für den Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführung hat der Auftraggeber zu tragen.
15. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisreduzierung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittlich verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisreduzierung berechtigter Mangel, wenn sie
 - bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 %,
 - bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 %,
 - bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 %,
 - bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 % beträgt.

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

16. Bei Chiffreanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Chiffreanzeigen werden nur auf dem normalen Postwege weitergeleitet. Die Eingänge auf Chiffreanzeigen 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.

Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote an Stelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 500 g) überschreiten, sowie Waren-, Bücher-, Katalogsendungen und Pakchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann demnach ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.

17. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.
18. Erfüllungsort und Gerichtsstand für alle Streitigkeiten aus dem geschlossenen Vertrag ist Hannover, wenn der Auftraggeber Kaufmann ist. Das gilt auch, wenn der Auftraggeber im Inland keinen allgemeinen Gerichtsstand hat oder sein Wohnsitz unbekannt oder im Ausland ist.
19. Sollten eine oder mehrere der vorstehenden Bestimmungen unwirksam sein oder werden, so wird hierdurch die Wirksamkeit der übrigen Bestimmungen nicht berührt. Anstelle der unwirksamen Bestimmungen treten die gesetzlichen Vorschriften, soweit nicht die Parteien eine Einigung herbeiführen, die den durch die unwirksame Bestimmung beabsichtigten Zweck erreicht.

Ihre Ansprechpartner



 **schlütersche**
Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Herausgeber und Verlag:

**Schlütersche Verlagsgesellschaft
mbH & Co. KG**
Postanschrift: 30130 Hannover
Hausanschrift: Hans-Böckler-Allee 7
30173 Hannover
Telefon 0511 8550-0
Telefax 0511 8550-2600
www.kfz.schluetersche.de

Verlagsbereichsleitung KFZ-Medien:

Eckhard Schulte
Telefon 0511 8550-2610
schulte@schluetersche.de

Anzeigenleitung:

Christian Welc
Telefon 0511 8550-2643
welc@schluetersche.de

Anzeigenverkauf:

Marion Bäre
Telefon 0511 8550-2645
baere@schluetersche.de
Gitta Lemke
Telefon 0511 8550-2648
lemke@schluetersche.de
Tanja Ehlerding
Telefon 0511 8550-2647
ehlerding@schluetersche.de

Techn. Anzeigenabwicklung:

Günter Ludwig
Telefon 0511 8550-2625
anzeigendaten-nkw@schluetersche.de

Vertrieb/Abonnement-Service :

Telefon 0511 8550-2636
Telefax 0511 8550-2405
vertrieb@schluetersche.de

Redaktion:

Klaus Kuss (Chefredakteur)
Hagmoos 6 a
87616 Marktoberdorf, OT Bertoldshofen
Telefon 08342 9184190
Telefax 08342 9184192
kuss@schluetersche.de