



## Media Daten 2005

Offizielles Organ des Bundesinnungsverbandes  
für das Deutsche Zweiradmechaniker-Handwerk

# »Bike und BUSINESS« – Ihr Top-Werbeträger für die Zweiradbranche!



- ▶ **Jetzt durchstarten!**  
»Bike und BUSINESS« erscheint seit 2003 bei den Vogel Auto Medien, den Profis für Fachmedien und Dienstleistungen rund um die Mobilität. Seit diesem Zeitpunkt präsentiert sich das Blatt mit einem neuen Konzept!
- ▶ **Organschaft**  
»Bike und BUSINESS« ist seit 2003 offizielle Verbandszeitschrift des Bundesinnungsverbandes für das Deutsche Zweiradmechaniker-Handwerk.
- ▶ **Hoher Lesernutzen mit breitem Themenspektrum**  
Mit Beiträgen aus allen wichtigen Teilbereichen der Zweiradbranche. Von der Fahrzeug- und Werkstatttechnik über Zubehör, Ausstattung, Unternehmens- und Mitarbeiterführung, Marktentwicklungen bis hin zu Verbandsinformationen und einem chronologisch strukturierten Aus- und Weiterbildungsteil.
- ▶ **Klare Leserzielgruppe**  
»Bike und BUSINESS« richtet sich an die gesamte Wertschöpfungskette der Zweiradbranche: Hersteller, Importeure, Motorrad- und Zweiradhändler, deren angeschlossene Werkstätten sowie Händler für Motorradzubehör und Fahrerausstattung.
- ▶ **Tiefe Marktdurchdringung**  
Inhaber, Geschäftsführer und Führungskräfte in Industrie und Gewerbe, aber auch Mechaniker sowie gewerbliche und kaufmännische Auszubildende in Zweiradhandel und -handwerk lesen »Bike und BUSINESS«.
- ▶ **Hohe verbreitete Auflage** mit über 7.387 Exemplaren (lt. AMF-Karte 2)
- ▶ **Berufsausbildung**  
»Bike und BUSINESS« liefert alle Ausbildungsinhalte für das neue Berufsbild „Kraftfahrzeugmechatroniker/-in mit Schwerpunkt Motorradtechnik“.
- ▶ **Weiterbildung**  
»Bike und BUSINESS« bietet technisch anspruchsvolle Weiterbildung für den Kraftfahrzeugmechatroniker auf dem Weg zum Kraffrad-Servicetechniker.
- ▶ **»Bike und BUSINESS« Profi**  
8 Seiten Weiterbildung auf dem Niveau des Europäischen Servicetechnikers

# Der Ausbildungsteil im Überblick:

## Ausbildungsinhalte für das neue Berufsbild:



Planen und Vorbereiten von Arbeitsabläufen sowie Kontrollieren und Bewerten von Arbeitsergebnissen



Montieren, Demontieren, Instand setzen von Bauteilen, Baugruppen und Systemen



Instand halten von Bauteilen, Baugruppen und Systemen der Kraftübertragung



Qualitätsmanagement



Fügen, Trennen und Umformen



Instand halten von Gemischbildungseinheiten



Messen und Prüfen an Systemen



Manuelles und maschinelles Bearbeiten



Instand halten von elektrischen, elektronischen und Management-systemen



Betriebliche und technische Kommunikation



Instand halten von Fahrwerken



Instandhaltung von Komfort- und Sicherheitssystemen



Kommunikation mit internen und externen Kunden



Instand halten von elektrischen Systemen



Aus- und Umrüsten mit Zubehör und Zusatzeinrichtungen



Bedienen von Fahrzeugen und Systemen



Warten und Prüfen von Motoren



Herstellen, Umbauen und Ausrüsten von motorisierten Zwei- und Dreirädern sowie motorisierten Spezialfahrzeugen



Warten, Prüfen und Einstellen von Kraftfahrzeugen und Systemen sowie Betriebs-einrichtungen



Instand halten von Verbrennungsmotoren



Verkaufen von Dienstleistungen und Produkten

Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG, Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg, Telefon (09 31) 4 18-29 20, Telefax (09 31) 4 18-27 20

**1 Kurzcharakteristik:** »Bike und BUSINESS« ist das unabhängige Unternehmer-Magazin für die Zweirad-Branche im deutschsprachigen Raum. Der Mantelteil der Zeitschrift richtet sich an den Motorradhandel und -service, Werkstätten, Händler von Zubehör und Technik, an Hersteller/Importeure und Verbände. Außerdem enthält »Bike und BUSINESS« einen Ausbildungsteil, der die Berufsausbildung des Zweiradmechanikers inhaltlich entsprechend den Vorgaben des Berufsbildes begleitet. Darüber hinaus beinhaltet das redaktionelle Angebot einen Weiterbildungsteil, mit Themen für den „Kraftrad-Servicetechniker“. Zudem bietet »Bike und BUSINESS« Profi einen Weiterbildungsteil auf dem Niveau des neuen „Europäischen Servicetechnikers“. Das Magazin erscheint monatlich. »Bike und BUSINESS« ist offizielles Organ des Bundesinventionsverbandes für das Deutsche Zweiradmechaniker-Handwerk.

**2 Erscheinungsweise:** monatlich  
**3 Jahrgang:** 11. Jahrgang 2005  
**4 Web-Adresse (URL):** www.bikeundbusiness.de  
**5 Mitgliedschaften:** Media-Datenbank der Deutschen Fachpresse BAGMO (Bundesarbeitsgemeinschaft Motorrad) Offizielles Organ des Bundesinventionsverbandes für das Deutsche Zweiradmechaniker-Handwerk  
**6 Organ:** –  
**7 Herausgeber:** –  
**8 Verlag:** Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG  
 Postanschrift: »Bike und BUSINESS«, 97064 Würzburg  
 Hausanschrift: Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg  
 Telefon: (09 31) 4 18-29 20  
 Fax: (09 31) 4 18-27 20  
 Internet: www.vogel-automedien.de  
 E-Mail: anzeigen@vogel-automedien.de

**9 Redaktion:**  
 Chefredakteur: Stephan Maderner  
 E-Mail: stephan\_maderner@vogel-automedien.de  
 Chef vom Dienst/Textchef: Regine Häusler, Dr. Gunther Schunk, Andreas Grimm  
 Textredaktion: Andreas Grimm  
 Aus- und Weiterbildung: Werner Degen  
 Leserservice: Anja Kemmer  
 Redaktionelle Mitarbeiter: Manfred Kaemmerer, Hans Jürgen Riehl, Rainer Schäfer, Erwin Halentz, Katrin Lyda, Friedhelm Kortamnn, Dr. Hubert Koch, Markus Golletz, Albrecht Muser, Joachim Otting, René Bongartz, Thomas Strecker, René Degelmann

**10 Anzeigen:** Ragnar Lang (Objektleitung und Anzeigenverkauf)  
 Telefon: (09 31) 4 18-27 71)  
 ragnar\_lang@vogel-automedien.de  
 Anna Gredel (Anzeigenleitung/Anzeigenverkaufsleitung)  
 Telefon: (09 31) 4 18-29 20  
 E-Mail: anna\_gredel@vogel-automedien.de  
**11 Vertrieb:** Stefan Zügner (Marketing-/Vertriebsleitung)  
 Telefon: (09 31) 4 18-24 29  
 E-Mail: stefan\_zuegner@vogel-automedien.de

**12 Bezugspreis:**  
 Jahresabonnement: Inland EUR 96,00 (inkl. MwSt.)  
 Ausland EUR 102,00 (ohne MwSt.)

**13 ISSN-Nr.:** 1611-3438

**14 Umfangs-Analyse 2003 = 10 Ausgaben**

**Format der Zeitschrift:** 210 mm breit, 297 mm hoch, DIN A4  
**Gesamtumfang:** 548 Seiten = 100,00 %  
**Redaktioneller Teil:** 474 Seiten = 86,50 %  
**Anzeigenteil:** 74 Seiten = 13,50 %  
 davon  
 Stellen- u. Gelegenheitsanzeigen: 2 Seiten = 2,71 %  
 Einhefter/Durchhefter: –  
 Beilagen: –

**15 Inhalts-Analyse des redaktionellen Teils 2003 = 474 Seiten**

Titelseite, Inhalt, Impressum,  
 Leserbriefe 24 Seiten = 5,07 %      Recht und Steuern 9 Seiten = 1,90 %  
 Editorial 10 Seiten = 2,11 %      Verband 20 Seiten = 4,22 %  
 Aktuell 32 Seiten = 6,76 %      Produkte 15 Seiten = 3,17 %  
 Thema des Monats 45 Seiten = 9,50 %      Bikers Bühne 6 Seiten = 1,27 %  
 Markt und Marken 42 Seiten = 8,86 %      Test und Technik 19 Seiten = 4,01 %  
 Intern 51 Seiten = 10,71 %      Schulungsteile 160 Seiten = 33,76 %  
 Management 26 Seiten = 5,49 %  
 Szene 15 Seiten = 3,17 %

**474 Seiten = 100,00 %**

Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG, Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg, Telefon (09 31) 4 18-29 20, Telefax (09 31) 4 18-27 20

## 16 Auflagenkontrolle:



## 17 Auflagen-Analyse:

Exemplare pro Ausgabe im Durchschnitt  
Zeitraum: 1. Juli 03 bis 30. Juni 04

<b>Druckauflage:</b>	7.582		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	7.387	davon Ausland :	112
<b>Verkaufte Auflage:</b>	1.336	davon Ausland:	43
– Abonnierte Exemplare	1.335	davon Mitgliederstücke:	–
– Sonstiger Verkauf	0		
– Einzelverkauf	1		
Freistücke:	6.051		
<b>Rest-, Archiv- und Belegexemplare:</b>	195		

## 18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	98,5	7.275
Ausland	1,5	112
<b>Tatsächlich verbr. Auflage (tvA):</b>	<b>100,0</b>	<b>7.387</b>

Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG, Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg, Telefon (09 31) 4 18-29 20, Telefax (09 31) 4 18-27 20

### Kurzfassung der Erhebungsmethode zur verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)

#### 1 Untersuchungsmethode

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

#### 2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

##### 2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 10.949

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 0

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

– Verkaufte Auflage		1.336
davon: abonnierte Exemplare	1.335	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	1	
– Freistücke		6.051
davon: ständige Freistücke	170	
wechselnde Freistücke	5.180	
Werbeexemplare	701	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		7.387
davon Inland	7.275	
davon Ausland	112	

#### 3 Beschreibung der Untersuchung:

##### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)		7.387 = 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst		813 = 11,0 %
Einzelverkauf	0	
Ausland	112	
Werbeexemplare	701	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)		6.574 = 89,0 %

##### 3.2 Tag der Datei-Auswertung: (30. Juni 2004)

##### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitungsgebiete 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: 1. Juli 2003 bis 30. Juni 2004

##### 3.7 Durchführung der Untersuchung: Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG

Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG, Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg, Telefon (09 31) 4 18-29 20, Telefax (09 31) 4 18-27 20

**19 Branchen / Wirtschaftszweige / Unternehmenstypen**

Empfängergruppen	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
<b>Zweiradgewerbe</b>		
Fachhändler mit Major-Label, Marke	41,1	3.036
Autorisierte Werkstätten	15,4	1.138
Freie Händler und Werkstätten	11,5	850
Motorradzubehör-/Fahrerzustattungs-Händler	19,3	1.425
Großhändler	1,3	96
<b>Industrie</b>		
Vertrieb: Hersteller/Importeure	3,9	287
<b>Institutionen</b>		
Innungen/Verbände/sonstige Organisationen	3,2	236
<b>Sonstige Branchen</b>	2,8	207
<b>Inland</b>	98,5	7.275
<b>Ausland</b>	1,5	112
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage</b>	100,0	7.387

- 20 Größe der Wirtschaftseinheit
- 22 Schulbildung/Berufliche Ausbildung
- 23 Alter/Geschlecht
- 24 Gemeindegrößenklassen

} Nicht erhoben, weil der Nutzungswert dieser Fachzeitschrift hiervon unabhängig ist

Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG, Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg, Telefon (09 31) 4 18-29 20, Telefax (09 31) 4 18-27 20

**Kurzfassung der Erhebungsmethode zur Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 3-E)**

**1 Untersuchungsmethode**

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

**2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:**

**2.1 Beschaffenheit der Datei:**

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

**2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei:** 10.949

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:** 0

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

– Verkaufte Auflage		1.336
davon: abonnierte Exemplare	1.335	
Einzelverkauf	0	
sonstiger Verkauf	1	
– Freistücke		6.051
davon: ständige Freistücke	170	
wechselnde Freistücke	5.180	
Werbeexemplare	701	
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)		7.387
davon Inland	7.275	
davon Ausland	112	

**3 Beschreibung der Untersuchung:**

**3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):**

Grundgesamtheit (tvA)		7.387 = 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst		813 = 11,0 %
Ausland	112	
Werbeexemplare	701	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)		6.574 = 89,0 %

**3.2 Tag der Datei-Auswertung:** 30. Juni 2004

**3.3 Beschreibung der Datenbasis:**

Für die Zuordnung von Branchen, Betriebsgrößenklassen-Merkmalen zu den Empfängeradressen wurden verwendet:  
 – Adressbücher und Fernsprechbücher, die dem VDAV – Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien angeschlossen sind  
 – Messekataloge  
 – schriftliche Mitteilungen der Empfänger

**3.4 Zielperson der Untersuchung:** entfällt

**3.5 Definition des Lesers:** entfällt

**3.6 Zeitraum der Untersuchung:** 1. Juli 2003 bis 30. Juni 2004

**3.7 Durchführung der Untersuchung:** Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG

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



- Der Verlag behält sich nach freiem Ermessen vor, Anzeigen oder Beilagenaufträge anzunehmen oder abzulehnen. Bei Anzeigenabschlüssen behält sich der Verlag die Annahme oder Ablehnung einzelner Anzeigentexte vor. Er kann die Annahme oder Ablehnung auf die Anwendung einheitlicher Grundsätze wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form der Anzeige stützen. Auch bei Anzeigenaufträgen, die von Verlagsvertretern oder von sonstigen Annahmestellen vorgenommen werden, steht dem Verlag das Recht der Ablehnung zu. Die Ablehnung wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt. Fest erteilte Aufträge können nicht abbestellt werden, auch nicht, wenn die innere Einteilung, die Ausstattung, der Umfang, der Titel oder die Besitzverhältnisse der Zeitschrift geändert werden oder wenn einzelne Anzeigenvorlagen gemäß Satz 2 vom Verlag abgeholt worden sind. Bei Änderungen der Anzeigenpreise gelten die neuen Bedingungen auch für die laufenden Aufträge, und zwar bei Preissenkungen sofort, bei Preiserhöhungen einen Monat später. Auf den jeweils gültigen Tarif wird im Impressum der Zeitschrift hingewiesen.
- Für rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes hat der Werbungtreibende Sorge zu tragen. Die Kosten für Entwürfe, Reinzeichnungen usw. sind in den Anzeigenpreisen nicht enthalten. Soweit der Auftraggeber also die Druckunterlagen nicht zur Verfügung stellt, übernimmt er die Kosten für die Beschaffung. Alle Druckunterlagen werden längstens bis zu 3 Monaten nach Auftragserfüllung aufbewahrt.
- Für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art sowie die Richtigkeit von Übersetzungen von Anzeigentexten übernimmt der Verlag keinerlei Haftung.
- Die Einschaltung der Anzeigen erfolgt fortlaufend von den nächsterreichbaren Heften ab, falls nichts anderes vereinbart ist. Verschiebungen der Erscheinungsdaten aus technischen oder anderen Ursachen behält sich der Verlag vor. Für die Aufnahme von Anzeigen an bestimmten Plätzen oder in bestimmten Nummern wird keine Gewähr übernommen. Enthalten Anzeigenaufträge trotzdem Platzvorschriften, so gilt der Anzeigenauftrag an sich unter allen Umständen als verbindlich erteilt, auch wenn den Vorschriften nicht entsprochen werden kann. Für angemessene Platzvorschriften werden die tariflichen Sätze berechnet. Der Ausschluss von Mitbewerbern ist nicht möglich.
- Der Verleger gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingt bestmögliche Wiedergabe der Anzeige. Reklamationen aller Art sind spätestens 30 Tage nach Anzeigenabdruck oder Rechnungsdatum zu erheben. Können Mängel an den Druckunterlagen nicht sofort erkannt werden, sondern stellen sie sich erst beim Druck heraus, so hat der Auftraggeber bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Im Übrigen hat der Auftraggeber bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf angemessenen Ersatz in Form von unberechnetem, zusätzlichem Anzeigenraum in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Weitergehende Haftungen für den Verlag sind ausgeschlossen. Fehlende oder fehlerhaft gedruckte Kontrollangaben ergeben keinen Anspruch für den Auftraggeber.
- Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht fristgemäß zurück, so gilt die Genehmigung zum Abdruck als erteilt.
- Die Kontrolle über fristgemäßen Abruf des Auftrages ist Sache des Bestellers. Der Verleger haftet nicht für Auftragsüberschreitungen, die durch den Besteller veranlasst werden.
- Anzeigenaufträge sind im Zweifel innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss durchzuführen. Die Veröffentlichung der Anzeige erfolgt im Zweifel gleichmäßig auf die Abnahmezeit verteilt. Die in der Anzeigenpreisliste bezeichneten Nachlässe werden nur für die innerhalb eines Jahres in einer Druckschrift erscheinenden Anzeigen eines Werbungtreibenden gewährt. Die Frist beginnt mit dem Erscheinen der ersten Anzeige, wenn nicht bei Vertragsabschluss schriftlich ein anderer Beginn vereinbart worden ist. Bei einem Malabschluss ergibt sich die Nachlasshöhe aus der Malmenge. Werden größere Formate abgenommen, so darf nur eine Anzeige vom Abschluss abgebucht werden, es sei denn, dass die abgenommene Gesamtmillimetermenge den höheren Rabatt rechtfertigt. Werden innerhalb eines Jahres weniger Anzeigen als

vereinbart abgenommen, so ist der Verlag berechtigt, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme aufgrund der Preisliste entsprechenden Nachlass nachzuberechnen.

- Die Werbungsmittele und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittelvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- Der Werbungtreibende hat rückwirkend Anspruch auf den seiner tatsächlichen Abnahme von Anzeigen innerhalb Jahresfrist entsprechenden Nachlass, wenn er zu Beginn der Frist gleich einen rabattfähigen Auftrag abgeschlossen hat. Der Anspruch auf erweiterten Nachlass erlischt, wenn er nicht spätestens einen Monat nach Ablauf des Anzeigenjahres geltend gemacht wird. Der rückwirkende Nachlass wird in Anzeigen, auf Antrag, in bar gewährt. Der Anspruch auf rückwirkenden Nachlass ist vom Werbungtreibenden zu belegen.
- Durch höhere Gewalt, Streik, Aussperrung oder Betriebsstörungen begründete zeitweilige Unterbrechung der Anzeigenveröffentlichung entbindet nicht vom Vertrag. In solchen Fällen verlängert sich die vereinbarte Abnahmezeit entsprechend. Die Forderung von Schadenersatz bleibt ausgeschlossen.
- Wird ein Auftrag ganz oder teilweise aus Gründen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so ist der Auftraggeber gleichwohl verpflichtet, den vollen Anzeigenpreis zu bezahlen. Die entsprechende Restrechnung, die ggf. zunächst auch nur für einen Teilbetrag erstellt werden kann, ist unabhängig davon, ob die gesamte Abnahmezeit bereits abgelaufen ist, zur Zahlung gemäß Ziffer 17, Absatz 2, fällig.
- Die Abtretung der Ansprüche aus dem Anzeigenvertrag durch den Besteller ist nicht zulässig.
- Bei Ziffernanzeigen übernimmt der Verlag keine Haftung für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen können nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet werden. 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. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht zugestellt werden können, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein.
- Der Verleger liefert auf Wunsch nach Erscheinen der Anzeige kostenlos einen Beleg. Eine vollständige Belegnummer wird geliefert, sofern Art und Umfang des Anzeigenauftrages dieses rechtfertigen. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine Aufnahmebescheinigung des Verlegers.
- Die Berechnung erfolgt nach Seitenteilen, bei Gelegenheitsanzeigen nach der tatsächlichen Abdruckhöhe.
- Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung spätestens am Monatsende erteilt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen Frist zu bezahlen, sofern nicht Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlung werden nach der Preisliste gewährt.
- Bei Zahlungsverzug werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verleger kann die weitere Ausführung des Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen, auch Vorauskasse verlangen. Bei Eröffnung des Insolvenzverfahrens wird der Gesamtbetrag für noch abzunehmende Anzeigen sofort fällig.
- Sollte eine Bestimmung dieser Geschäftsbedingungen unwirksam sein oder werden, so bleibt der Vertrag und die Bestimmungen dieser Geschäftsbedingungen im Übrigen wirksam.
- Der Verlag speichert die im Verkehr mit den Geschäftspartnern relevanten Daten zwecks Verarbeitung in automatisierten Verfahren.
- Erfüllungsort und ausschließlicher Gerichtsstand - soweit gesetzlich zulässig - für alle Aufträge ist ohne Rücksicht auf die Höhe des Betrages das Amtsgericht Würzburg.

Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG/ August 02

<u>Titelporträt</u> Auflage/Verbreitung	<u>Erhebungsmethode</u> Struktur-Analyse	<u>Erhebungsmethode</u> Geschäftsbedingungen	Termin- und Themenplan	<u>Kontakt</u> Preisliste	Preisliste	<u>Hinweise Datenlieferung</u> Anzeigenformate	Faxvordruck digitale Anzeigenlieferung
--	---	---	---------------------------	------------------------------	------------	---	---

Ausgabe	ET*	AS*	DS*	Schwerpunkthemen	Aus- und Weiterbildung	Messetermine
1/2	11.02.05	26.01.05	28.01.05	<p>Hersteller- und Importeurs-erwartungen 2005;</p> <p><b>Spezial: „Bekleidung + Fahrerausrüstung“</b></p> <p>Die großen Motorrad-Marken im Händler-Check: BMW</p>	<p>Unfallverhütung, Grundlagen Elektrik 1, Teile-Identifizierung, Grundlagen Elektrik 2, Gesundheitsschutz, Technische Handbücher nutzen</p>	<p><b>Biker Weekend,</b> Friedrichshafen (21.01.–23.01.05) <b>HMT Hamburger Motorradtage,</b> Hamburg (28.01.–30.01.05) <b>BMT Berliner Motorradtage,</b> (11.02.–13.02.05) <b>Motorradmesse,</b> Leipzig (18.02.–20.02.05) <b>IMOT, München</b> (Febr. 2005) <b>Motorräder 2005,</b> Dortmund (02.03.–06.03.05)</p>
3	11.03.05	23.02.05	25.02.05	<p>Händler-erwartungen, Motorrad- markt 2005;</p> <p><b>Spezial: Schmier- und Betriebsstoffe, Öle, Pflegetmittel</b></p>	<p>EDV-Anwendungen, Wartungspläne von Herstellern, Grundsaltungen</p>	<p><b>AMI,</b> Leipzig (02.04.–10.04.05) <b>AMITEC,</b> Leipzig (02.04.–06.04.05)</p>
4	08.04.05	21.03.05	23.03.05	<p>Die großen Motorrad-Marken im Händler-Check: Yamaha</p> <p><b>Spezial: Werkstattausrüstung „Diagnose“</b></p>	<p>Wert- und Reststoffentsorgung Fehlersuche nach Handbuch, Messgeräte</p>	
5	14.05.05	26.04.05	28.04.05	<p><b>Spezial: Zubehör „Helme“</b></p>	<p>Arbeitsplanung, Bauteile auf Verschleiß prüfen, Messungen in Systemen</p>	
6	11.06.05	24.05.05	27.05.05	<p>Die großen Motorrad-Marken im Händler-Check: Suzuki</p> <p><b>Spezial: Finanzdienstleistungen, Banken, und Versicherungen</b></p>	<p>Umgang mit Teileunterlagen, Funktionspläne nutzen, Schaltzeichen und Symbole</p>	

\* ET = Erscheinungstag, AS = Anzeigenschluss, DS = Druckunterlagenschluss

Ausgabe	ET*	AS*	DS*	Schwerpunkthemen	Aus- und Weiterbildung	Messtermine
7	08.07.05	22.06.05	24.06.05	<b>Spezial: Maschinen, Werkzeuge, Werkstatt- und Ladenausüstung</b>	Teilebedarf festlegen, Messgeräte und Handhabung 1, Lesen von Schaltplänen	
8	12.08.05	27.07.05	29.07.05	Die großen Motorrad-Marken im Händler-Check: Honda <b>Spezial: Motorradteile (Auspuff, Bremsen, Federn, Ketten etc.)</b>	Arbeitsplatz vorbereiten, Messgeräte und Handhabung 2, Mechanische Systeme	
9	09.09.05	24.08.05	26.08.05	Trendthema Trikes, Quads und ATVs auf der IAA <b>Hauptausgabe: EICMA 2005</b> <b>Spezial: Elektrische Ausrüstung, (Anlasser, Batterien, Schalter, Zündanlagen etc.)</b>	Messgeräte anwendungsbezogen auswählen, Systeme einstellen, Prüfen von elektr. Leitungen	<b>IAA</b> , Frankfurt (15.09.–25.09.05) <b>IFMA</b> , Köln (15.09.–18.09.05) <b>EICMA</b> , Mailand (13.09.–18.09.05)
10	14.10.05	27.09.05	29.09.05	Die großen Motorrad-Marken im Händler-Check: Kawasaki <b>Hauptausgabe: Fachmesse Bike und BUSINESS 2005</b>	QM 1, Physikalische Größen messen, Herstellen von elektr. Leitungen	<b>Bike und BUSINESS</b> Essen (15.10.–17.10.05)
11	11.11.05	25.10.05	27.10.05	Markttrends bei Kraftrollern, Leichtkraftrollern und Leichtkrafträdern <b>Spezial: Tuning, Reifen, Spezialmotorräder</b>	Fahrwerk, Fahrdynamik, Grundbildung Elektrik	<b>MOTOR-SHOW</b> , Essen (25.11.–04.12.05)
12	09.12.05	23.11.05	25.11.05	Die großen Motorrad-Marken im Händler-Check: Harley-Davidson <b>Spezial: Navigationssysteme</b>	Wie fährt ein Motorrad 1, Räder und Reifen 1, Generator 1	

\* ET = Erscheinungstag, AS = Anzeigenschluss, DS = Druckunterlagenschluss

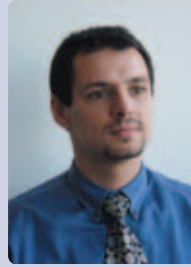


-29 20

**Anna Gredel**

Anzeigenleitung/  
Anzeigenverkaufsleitung

anna\_gredel@vogel-automedien.de



-27 71

**Ragnar Lang**

Key-Account-Manager  
Objektleiter

ragnar\_lang@vogel-automedien.de



-29 18

**Stephan Maderner**

Chefredakteur

stephan\_maderner@vogel-automedien.de



-24 66

**Werner Degen**

Aus- und Weiterbildung

werner\_degen@vogel-automedien.de

**Kontakte**

**Anzeigenverkauf und  
Objektleitung/Redaktion  
»Bike und BUSINESS«**

**Telefon:**

**+49-931/4 18-27 71**

**Telefax:**

**+49-931/4 18-28 10**

Vogel Auto Medien GmbH &amp; Co. KG, Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg, Telefon (09 31) 4 18-29 20, Telefax (09 31) 4 18-27 20

**1 Auflage:****Druckauflage:**

7.582 Exemplare

**Gepl. tats. verbr. Aufl.****im Jahres  $\emptyset$  (lt. AMF****Schema 2, Ziffer 17):**

7.387 Exemplare

**2 Zeitschriftenformat:** 210 mm breit, 297 mm hoch,  
DIN A 4**Satzspiegel:**

190 mm breit, 270 mm hoch

**Spaltenzahl:**

4 Spalten

**Spaltenbreite:**

46 mm

**3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:**

Offsetdruck, Rückendrahtheftung. Druckunterlagen in digitaler Form auf Datenträger und Proof oder per ISDN. Für inhaltlich fehlerhafte oder unvollständige Daten wird jede Haftung abgelehnt.

Neugestaltung oder Entwürfe von Anzeigen werden gesondert berechnet. Ebenso Änderungsarbeiten, die den üblichen Arbeitsaufwand (ca. 15 Minuten) überschreiten. Durch fehlerhafte, nicht vollständige oder nicht verwendbare Anlieferung von Daten kann ein erheblicher Mehraufwand entstehen, der zusätzlich nach Stundensatz verrechnet wird (80,- EUR je Stunde).

Weitere Angaben zur digitalen Datenanlieferung finden Sie unter „Datenlieferung“.

**4 Termine:****Erscheinungsweise:** monatlich, siehe Termin- und Themenplan**Erscheinungstermin:** siehe Termin- und Themenplan**Anzeigenschluss:** siehe Termin- und Themenplan**5 Verlag:** Vogel Auto Medien GmbH & Co. KG**Hausanschrift:** »Bike und BUSINESS«, 97082 Würzburg**Postanschrift:** Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg**Internet:** [www.vogel-automedien.de](http://www.vogel-automedien.de)**Anzeigenabteilung:****Telefon:** (09 31) 4 18 – 24 23**Telefax:** (09 31) 4 18 – 28 10**E-Mail:** [anzeigen@vogel-automedien.de](mailto:anzeigen@vogel-automedien.de)**6 Zahlungsbedingungen:**

Für Empfehlungsanzeigen 30 Tage nach Rechnungsdatum netto, bei Zahlung innerhalb 14 Tagen nach Rechnungsdatum mit 2 % Skonto, für Gelegenheitsanzeigen (Rubriken) 8 Tage nach Rechnungsdatum netto.

**USt.-Ident-Nr.:** DE 201 951 723**Bankverbindungen:****Dresdner Bank AG Würzburg (BLZ 790 800 52)****Konto Nr. 3 051 821 00****S.W.I.F.T.-Code DRES DE FF 790****IBAN:** DE88790800520305182100

**7 Anzeigenformate und Preise in EUR:**

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

**Mindestformat: 1/8 Seite**

Format	Spaltenzahl	Breite × Höhe in mm	Grundpreis EUR	5 %	10 %	15 %	20 %
<b>2/1 Seite s/w</b>	8-spaltig		<b>3.780,00</b>	<b>ab 1 ×</b>	<b>ab 2 ×</b>	<b>ab 3 ×</b>	<b>ab 6 ×</b>
2-farbig			3.591,00	3.402,00	3.213,00	3.024,00	
3-farbig			4.380,00	4.002,00	3.813,00	3.624,00	
4-farbig			4.980,00	4.602,00	4.413,00	4.224,00	
			5.580,00	5.391,00	5.202,00	5.013,00	4.824,00
<b>1/1 Seite s/w</b>	4-spaltig	190 × 270	<b>1.890,00</b>	<b>ab 1 ×</b>	<b>ab 3 ×</b>	<b>ab 6 ×</b>	<b>ab 12 ×</b>
2-farbig			1.795,50	1.701,00	1.606,50	1.512,00	
3-farbig			2.190,00	2.095,50	1.906,50	1.812,00	
4-farbig			2.490,00	2.395,50	2.206,50	2.112,00	
			2.790,00	2.695,50	2.601,00	2.506,50	2.412,00
<b>1/2 Seite s/w</b>	2-spaltig	94 × 270	<b>945,00</b>	<b>ab 2 ×</b>	<b>ab 6 ×</b>	<b>ab 12 ×</b>	<b>ab 24 ×</b>
2-farbig				897,80	850,00	803,25	756,00
	4-spaltig	190 × 134		1.107,80	1.060,00	1.013,25	966,00
2-farbig			1.155,00	1.107,80	1.060,00	1.013,25	966,00
3-farbig			1.365,00	1.317,80	1.270,00	1.223,25	1.176,00
4-farbig			1.575,00	1.527,80	1.480,00	1.433,25	1.386,00
<b>1/3 Seite s/w</b>	4-spaltig	190 × 88	<b>630,00</b>	<b>ab 3 ×</b>	<b>ab 6 ×</b>	<b>ab 12 ×</b>	<b>ab 24 ×</b>
2-farbig				598,50	567,00	535,50	504,00
	1-spaltig	62 × 270		788,50	757,00	725,50	694,00
2-farbig			820,00	788,50	757,00	725,50	694,00
3-farbig			1.010,00	978,50	947,00	915,50	884,00
4-farbig			1.200,00	1.168,50	1.137,00	1.105,50	1.074,00
<b>1/4 Seite s/w</b>	1-spaltig	46 × 270	<b>474,00</b>	<b>ab 3 ×</b>	<b>ab 6 ×</b>	<b>ab 12 ×</b>	<b>ab 24 ×</b>
2-farbig				450,00	427,00	403,00	379,00
	2-spaltig	94 × 134		610,00	587,00	563,00	539,00
2-farbig			634,00	610,00	587,00	563,00	539,00
3-farbig			794,00	770,00	747,00	723,00	699,00
4-farbig	4-spaltig	190 × 66	954,00	930,00	907,00	883,00	859,00
<b>1/8 Seite s/w</b>	1-spaltig	46 × 134	<b>237,00</b>	<b>ab 3 ×</b>	<b>ab 6 ×</b>	<b>ab 12 ×</b>	<b>ab 24 ×</b>
2-farbig				225,00	213,00	201,00	190,00
	2-spaltig	94 × 66		385,00	373,00	361,00	350,00
2-farbig			397,00	385,00	373,00	361,00	350,00
3-farbig			557,00	545,00	533,00	521,00	510,00
4-farbig	4-spaltig	190 × 32	717,00	705,00	693,00	681,00	670,00

## 8 Zuschläge

### 8.1 Farbzuschläge: (nicht rabattierbar)

Für jede zusätzliche Buntfarbe aus der Europa-Skala (in EUR):

	1/1 Seite	1/2 Seite	1/3 Seite	1/4 Seite und kleiner
2. Farbe	300,00	210,00	190,00	160,00
3. Farbe	300,00	210,00	190,00	160,00
4. Farbe	300,00	210,00	190,00	160,00
4-farbig	900,00	630,00	570,00	480,00

### 8.2 Preise für Vorzugsplätze

vom Nettopreis schwarz-weiß

10 % Zuschlag

### 8.3 Preise für Sonderformate

#### Titelseite mit Fensterfalz

(=aufklappbar als Doppelseite, 4-farbig, angeschnitten) (rabattierbar)

EUR 6.327,00

#### 2 Seiten in Folge rechts-links, 4-farbig (nicht rabattierbar)

EUR 2.835,00

#### Juniorpage (Format 136 × 190 mm), s/w

EUR 1.181,25

Platzierung erfolgt im Textteil unter Ausschluss weiterer Anzeigen auf dieser Seite. Sonderlagen und Sonderplatzierungen wie „Eck-“ und „Insel“-Anzeigen im red. Teil auf Anfrage

**Anzeigen über Bund:** gelten als angeschnittene Anzeigen

**Anschnittzuschläge:** (nicht rabattierbar) 10 % vom Bruttopreis der 1/1 Seite.

Zuschlag wird bereits bei einseitigem Anschnitt berechnet.

### 9 Rubrikanzeigen:

Gelegenheitsanzeigen und Stellenangebote	20 % Nachlass
Stellengesuche	50 % Nachlass

### 10 Sonderwerbeformen:

- Sponsoring
- Aussteller auf Fachtagungen

### 11 Nachlässe: Bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel	3×	6×	12×	24×
	5 %	10 %	15 %	20 %
Mengenstaffel	1 Seite	3 Seiten	6 Seiten	12 Seiten
	5 %	10 %	15 %	20 %

Bei umfangreicheren Abschlüssen Bedingungen auf Anfrage.

Technische Zusatzkosten werden nicht rabattiert.

Sonderpreis:

### 12 Kombinationen: auf Anfrage

### 13 Einhefter:

Papiergewicht	2-seitig	4-seitig	6-seitig	8-seitig
bis 135 g/m <sup>2</sup>	1.890,00	2.835,00	3.780,00	4.725,00
von 136 bis 150 g/m <sup>2</sup>	2.079,00	3.118,50	4.158,00	5.197,50
von 151 bis 180 g/m <sup>2</sup>	2.362,50	3.543,75	4.725,50	5.906,25
über 180 g/m <sup>2</sup>	2.835,00	4.252,50	5.670,00	7.087,50

unter 90 g/m<sup>2</sup> auf Anfrage, mit Muster, ebenso bei mehr als 8-seitigen Einheftern. Klebekosten für 2-seitigen Einhefter: 31,- EUR je % (nicht rabattierbar).

**Rabatte:** Nach Mal- und Mengenstaffel auch in Kombination mit Anzeigen

Basis:	1 Blatt = 1	Anzeigenseite
	2 Blatt = 1,5	Anzeigenseiten
	3 Blatt = 2	Anzeigenseiten
	4 Blatt = 2,5	Anzeigenseiten

Vorlage eines Musters vor Auftragsannahme erforderlich.

Format: 213 mm breit, 306 mm hoch inklusiv 6 mm Kopf und je 3 mm Außenbeschnitt (vier- und mehrseitig gefalzt anliefern).

### 14 Beilagen (nicht rabattierbar) Beilagenpreise (in EUR) jeweils pro Tausend.

	2–4 Seiten	8 Seiten	12 Seiten	über 12 Seiten
--	------------	----------	-----------	----------------

bis 25 g 265,00 270,00 275,00 280,00

je weitere 5 g Gesamtgewicht 15,00 pro Tsd.

zuzügl. Postgebühren

Das Format muss in der Breite und Höhe jeweils 10 mm (Minimum) kleiner sein als das beschnittene Format der Trägerzeitschrift.

Maximalformat: 426 mm breit × 306 mm hoch

Minimalformat: 148 mm breit × 105 mm hoch

Für Teilbeilagen Erschwerniszuschlag je % 15,00 EUR (Mindestauflage 3.000)

Vorlage eines Musters vor Auftragsannahme erforderlich.

### 15 Beigeklebte Postkarten:

Maschinell beigeklebte Postkarten (parallel zum Bund, kein Schrägstand) im Format DIN A6 bis 5 g Gewicht in Verbindung mit einer

1/1seitigen Anzeige oder Einhefter: 33 % des Brutto-Seitenpreises s/w bzw. des 2-seitigen Einhefter-Preises zuzüglich Klebekosten 26,00 EUR je % (nicht rabattierbar) nach vorheriger Klärung der Platzierungsmöglichkeiten zuzügl. Postgebühren. Aufkleben von Broschüren, Warenmustern etc. auf Anfrage.

Für weitere Hinweise zur Beschaffenheit und Verarbeitung von Einheftern und Beilagen fordern Sie bitte unser separates Beiblatt an.

### 16 Versandanschrift für Beilagen und Einhefter:

Lieferung frei Vogel Druck und Medienservice,

Leibnizstraße 5, 97204 Höchberg

(mit Vermerk »Bike und BUSINESS« und Angabe der Heftnummer).

Anlieferung bis zum Anzeigenschlusstermin.

Titelporträt  
Auflage/Verbreitung

Erhebungsmethode  
Struktur-Analyse

Erhebungsmethode  
Geschäftsbedingungen

Termin- und  
Themenplan

Kontakt  
Preisliste

Preisliste

Hinweise Datenlieferung  
Anzeigenformate

Faxvordruck digitale  
Anzeigenlieferung

### Hinweise zur Lieferung von Anzeigen im digitalen Format

#### Sehr geehrter Kunde!


Bitte liefern Sie Ihre Druckunterlagen als druckoptimierte PDF-Daten auf Datenträger mit farbverbindlichem Proof und Medienkeil im Prozess-Standard Offsetdruck ISO-Norm 12647-2(2004) an.

Bitte achten Sie auf die Einhaltung der disponierten Anzeigenformate.

- ▶ Die Bearbeitung von offenen Daten oder das Berichtigen von falsch gelieferten Anzeigenformaten verursacht zusätzlichen Aufwand, der Ihnen zu Selbstkosten in Rechnung gestellt wird.
- ▶ Zur kurzfristigen Anzeigenlieferung bieten wir Ihnen die Übertragung per ISDN
- ▶ Damit Ihre Daten bei uns richtig weiterverarbeitet werden können, bitten wir Sie, sich an den vorgegebenen Ablauf zu halten.
- ▶ Besonders bei der digitalen Anzeigenübertragung per ISDN oder E-Mail ist das ausgefüllte Formular unbedingt erforderlich.  
Gleichzeitig mit den Daten muß dieses Faxformular bei uns eingehen, damit wir die Anzeige bearbeiten und der gewünschten Ausgabe zuordnen können.
- ▶ Unser Verlagsservice steht Ihnen auch für weitere Dienstleistungen, z.B. Anzeigengestaltung und -änderungen sowie Datenversand an Dritte usw., zur Verfügung.

Bei Fragen zur Datenlieferung wenden Sie sich bitte an:

Herrn Drescher: (09 31) 4 18-23 09  
oder Herrn Sommer: (09 31) 4 18-22 86



einfach kopieren  
ausfüllen – faxen  
(09 31) 4 18-28 10

Bei Farbanzeigen benötigen wir Proofs oder farbverbindliche Vorlagen mit Medienkeil, die nach den Vorgaben des Medienstandards 12647-2(2004) erstellt sind. Die entsprechenden Profile der jeweiligen Papierklassen finden Sie auf der Internetseite des ECI ([www.eci.org](http://www.eci.org)), die dazugehörigen Charakterisierungsdaten auf der Internetpräsenz der Forga ([www.forga.org](http://www.forga.org)). Die Färbung und die Oberflächenstruktur sollen dem von uns verwendeten Papier entsprechen, sonst kann keine Farbverbindlichkeit übernommen werden, auch nicht für die branchenüblichen Toleranzen bei der industriellen Fertigung. Für inhaltlich fehlerhafte oder unvollständige Daten wird jede Haftung abgelehnt.  
Technisch bedingte Veränderungen in Produktion, Verarbeitung und Erscheinungsweise behalten wir uns bei allen Ausgaben vor.

#### Farbanzeigen

Druck erfolgt nach der Euroskala. Andere Zusatzfarben (HKS, Pantone etc.) werden durch Zusammendruck dieser Farben erzielt. Es werden dann die entsprechend verwendeten Farben berechnet. (Ausnahmen: HKS 2 + HKS 3 = 100% Yellow; HKS 13 + HKS 14 = 100% Magenta + 100% Yellow; HKS 27 = 100% Magenta; HKS 47 = 100% Cyan)  
Bitte beachten Sie jedoch, dass der genaue Farbton einer Sonderfarbe durch Zusammendruck aus der Euroskala nur in wenigen Fällen exakt zu erreichen ist.



**1/1 Seite**  
**190 x 270**  
 (angeschnitten)  
 216 x 303 \*

**3/16 Seite (Länder-Paper)**  
**136 x 190**  
 (angeschnitten)  
 152 x 213 \*



**3/4 Seite (breit)**  
 3-spaltig  
**142 x 270**  
 (angeschnitten)  
 155 x 303 \*

**1/4**  
 1-spaltig  
**46 x 270**

**3/4 Seite (quert)**  
 4-spaltig  
**190 x 200**  
 (angeschnitten)  
 216 x 217 \*

**1/4**  
 4-spaltig  
**190 x 66**

**2/3 Seite (breit)**  
 2-spaltig  
**126 x 270**  
 (angeschnitten)  
 139 x 303 \*

**1/3**  
 1-spaltig  
**62 x 270**  
 (angeschnitten)  
 75 x 303 \*

**2/3 Seite (quert)**  
 4-spaltig  
**190 x 180**  
 (angeschnitten)  
 216 x 197 \*

**1/3**  
 4-spaltig  
**190 x 88**  
 (angeschnitten)  
 216 x 105 \*

**1/2 Seite (quert)**  
 4-spaltig  
**190 x 134**  
 (angeschnitten)  
 216 x 151 \*

**1/4**  
 2-spaltig  
**94 x 134**

**3/16**  
 3-spaltig  
**94 x 99**

**1/2 Seite (breit)**  
 3-spaltig  
**94 x 270**  
 (angeschnitten)  
 107 x 303 \*

**1/6**  
 2-spaltig  
**94 x 66**

**1/6**  
 1-spaltig  
**46 x 134**

**1/6 4-spaltig**  
**190 x 32**

<b>1/32</b> 1-spaltig 46 x 99	<b>3/32</b> 3-spaltig 94 x 48	<b>2/64</b> 1-spaltig 46 x 48
	<b>1/16</b> 2-spaltig 94 x 32	<b>1/32</b> 1-spaltig 46 x 32
	<b>1/32</b> 2-spaltig 94 x 15	
<b>1/16</b> 1-spaltig 46 x 66		

Beispiele für verschiedene Anzeigenformate mit Größenangaben in mm.  
 \* (3 mm Beschnittzugabe je Anchnittkante ist hier bei dieser Maßangabe in **B**reite x **H**öhe bereits eingerechnet!)

**Anzeigen Digital – einfach kopieren und ausfüllen****Sehr geehrter Kunde!**

- ‡ Auf diesem Datenblatt finden Sie die erforderlichen Angaben **zur digitalen Anlieferung** Ihres Anzeigenmotives.
- ‡ **Bitte ergänzen Sie die entsprechenden Felder mit Ihren Angaben.**
- ‡ Die korrekte Ausführung Ihres Anzeigenauftrages kann durch Ihre Datei(en) alleine nicht zugesichert werden – **wir benötigen die Informationen dieses Formulars und einen aussagekräftigen Ausdruck Ihres Dokumentes.**

**Wichtig!**

Bitte senden Sie das ausgefüllte Formular zusammen mit Ihren Datenträgern und Proof zurück an die Anzeigenabteilung

**Max-Planck-Str. 7/9, 97082 Würzburg**

Bei ISDN-Übertragung, FTP-Upload oder E-Mail-Sendungen faxen Sie das ausgefüllte Formular mit einem Ausdruck der Anzeige an folgende Nummer:

**(09 31) 4 18-28 10**

**Auftraggeber:**

---

Firma/Agentur

---

---

Betrifft Anzeigenkunde

---

---

Ansprechpartner für Rückfragen

---

---

Telefon

---

---

Fax

---

**Die Anzeige soll erscheinen in:**

---

Zeitschrift/Ausgabe

---

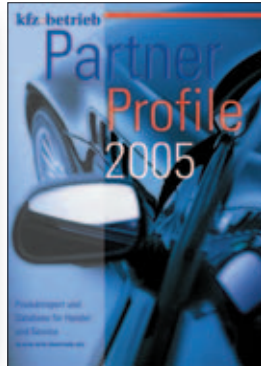
Anzeigenformat: \_\_\_\_\_



# Aus unserem Gesamtprogramm:



Offizielles Verbandsorgan  
Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe



Wer liefert was  
für das Kfz-Gewerbe



Branchenmagazin für  
Top-Entscheider in der  
Automobilindustrie



Wer liefert was  
in der Automobilindustrie



Offizielle Ausbildungsjournale  
Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe



Führender Informationsdienst  
für professionelles  
Gebrauchtwagengeschäft



Offizielles Verbandsorgan  
Deutsches Zweiradmechaniker-  
handwerk



Ratgeber für modernes  
Geschäftsreise-Management



Führende Fachpublikation für  
die Automobilindustrie in China



Fachzeitschriften für  
Führungskräfte im polnischen  
und tschechischen Kfz-Gewerbe