

MIT
INFOS AUS DER
IFD-ALLENSBACH

OLD- UND
YOUNGTIMER-
STUDIE
2011

OLDTIMER
PRAXIS
Technik • Tipps • Termine

MEDIA 2012

Preisliste Nr. 23 | Gültig ab 01.01.2012 | Verkaufte Auflage 97.619 (IVW II/11)

1 TITELPORTRAIT

OLDTIMER MARKT – Technik, Tipps, Termine

OLDTIMER PRAXIS ist das technisch orientierte Pendant zu OLDTIMER MARKT. Den redaktionellen Schwerpunkt bilden ausführliche Restaurationsberichte von klassischen Autos und Motorrädern. Dabei wird nicht nur auf die technischen Details der Restaurationen eingegangen, auch persönliche Erlebnisse und Erfahrungen der Besitzer mit ihren Klassikern kommen hier nicht zu kurz.

In anschaulich aufbereiteten Technik-Artikeln werden technische Sachverhalte rund um das Thema Oldtimer verständlich erklärt. Rubriken wie „Tipps, Tricks, Kniffe“ liefern leicht nachvollziehbare Lösungsansätze für die kniffligsten Probleme. Fundierte Workshops zu einzelnen Fachgebieten wie Motor, Fahrwerk oder Karosserie sowie Marktübersichten und Tests von Werkzeugen, Betriebsstoffen und Pflegemitteln runden das redaktionelle Konzept von OLDTIMER PRAXIS ab.

OLDTIMER PRAXIS bietet seinen technikbegeisterten Lesern Unterhaltung und Nutzwert gleichermaßen und liefert darüber hinaus Inspiration und „Know-how“ zum Selbermachen. In der Zielgruppe ähneln sich OLDTIMER MARKT und OLDTIMER PRAXIS, wobei unter den Praxis-Lesern noch mehr „Tüftler und Schrauber“ zu finden sind. Dies macht Europas drittmeist verkaufte Oldtimer-Zeitschrift gerade für Anbieter von Ersatzteilen und Autozubehör zum unverzichtbaren Werbeträger.



2 VERLAGSANGABEN

VERLAG

VF Verlagsgesellschaft mbH
Lise-Meitner-Straße 2
55129 Mainz
Telefon: 06131 / 992-0
E-Mail: info@oldtimer-markt.de

POSTANSCHRIFT

Postfach 10 04 64
55135 Mainz

ANZEIGEN

Anzeigenleiter
Michael Kaiser
Telefon: 06131 / 992-130
E-Mail: m.kaiser@vfmz.de

Rubrikanzeigen (gestaltet)
Silke Richtscheidt und Lisa Zoiro
Telefon: 06131 / 992-128 und -129
E-Mail: rubrikanzeigen@oldtimer-markt.de

TELEFAX

06131 / 992-103

CHEFREDAKTEUR

Lars Rosenbrock

BEZUGSPREISE

Einzelverkauf: € 2,10
Jahresabonnement Inland: € 23,404
Jahresabonnement Österreich: € 25,70
Jahresabonnement Schweiz: SFR 46,-
Jahresabonnement sonstiges Ausland: € 32,80

ERSCHEINUNGSWEISE

Monatlich, 12-mal im Jahr

AUFLAGE



Druckauflage (II/11): 164.323 Exemplare
Verkaufte Auflage (II/11): 97.619 Exemplare

MITGLIEDSCHAFTEN

IVW

ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Bei Lastschrifteinzug 3 % Skonto
14 Tage ab Rechnungsdatum 2 % Skonto
30 Tage ab Rechnungsdatum rein netto

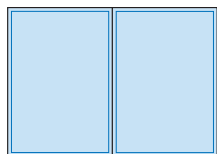
BANKVERBINDUNG

Postbank Frankfurt am Main:
Konto-Nr.: 394694606, BLZ: 500 100 60
HypoVereinsbank Mainz:
Konto-Nr.: 5227208, BLZ: 550 204 86

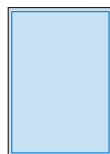
3 ANZEIGENFORMATE

STANDARDFORMATE

Redaktioneller Bereich und Anzeigenteil



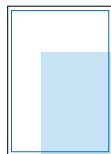
2/1 Seite



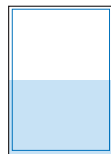
1/1 Seite



2 x 1/2 Seite quer



Juniorpage*



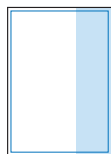
1/2 Seite quer



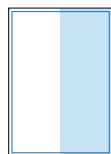
1/3 Seite quer



1/4 Seite quer



1/3 Seite hoch*



1/2 Seite hoch**



1/4 Seite hoch**

Anschnittformate
zzgl. 5 mm Beschnittzu-
gabe an allen Seiten.

Abweichende Formate
für den redaktionellen
Bereich auf Anfrage.

* nur dreispaltiger Umbruch, nicht möglich im Anzeigenteil ** nur vierspaltiger Umbruch

INDIVIDUELLE FORMATE

Anzeigenteil

BEISPIELFORMATE



1-spaltig 30

43 mm breit, 30 mm hoch

1-spaltig 100

43 mm breit, 100 mm hoch

2-spaltig 60

90 mm breit, 60 mm hoch

3-spaltig 50

137 mm breit, 50 mm hoch

4-spaltig 25

185 mm breit, 25 mm hoch

Noch Fragen zu Anzeigenformaten? Wir sind gerne für Sie da.

ANZEIGEN IM REDAKTIONELLEN BEREICH

Michael Kaiser

Tel.: 06131/992-130

m.kaiser@vmz.de

GESTALTETE ANZEIGEN IM ANZEIGENTEIL

Silke Richtscheidt

Tel.: 06131/992-128

rubrikanzeigen@oldtimer-markt.de

4 GRUNDPREISE REDAKTIONELLER BEREICH

GRÖSSE IN SEITENTEILEN	FORMATE IM SATZSPIEGEL Breite x Höhe in mm	FORMATE IM ANSCHNITT* Breite x Höhe in mm	PREISE FÜR ANZEIGEN	
			4-/3-farbig in €	2-/1-farbig in €
2/1	400 x 270	420 x 297	15.000,-	12.400,-
1/1	185 x 270	210 x 297	7.500,-	6.200,-
2 x 1/2 quer	400 x 132	420 x 146	7.500,-	6.200,-
Juniorpage	122 x 179	133 x 192	3.940,-	3.260,-
1/2 quer, dreispaltig	185 x 132	210 x 146	3.940,-	3.260,-
1/3 hoch, einspaltig	59 x 270	70 x 297	2.590,-	2.140,-
1/3 quer, dreispaltig	185 x 89	210 x 102	2.590,-	2.140,-
1/4 quer, dreispaltig	185 x 66	210 x 79	2.030,-	1.680,-
1/4 eck, zweispaltig	122 x 97	133 x 110	2.030,-	1.680,-
RUBRIKEN „SCHEINWERFER“ UND „OLDTIMER MAGAZIN“ (VIERSPALTIGER UMBRUCH)				
1/2 hoch, zweispaltig	90 x 270	101 x 297	3.940,-	3.260,-
1/4 hoch, einspaltig	43 x 270	54 x 297	2.030,-	1.680,-
1/4 eck, zweispaltig	90 x 132	101 x 146	2.030,-	1.680,-

Abweichende Formate auf Anfrage

* Anschnittformate zzgl. 5 mm Beschnittzugabe je Anschnittkante.

5 GRUNDPREISE ANZEIGENTEIL | NACHLÄSSE

RUBRIK-ANZEIGEN (GESTALTET)

Platzierung nur im Anzeigenteil und im Veranstaltungskalender

mm-Preis in Farbe: € 3,00

mm-Preis in s/w: € 2,20

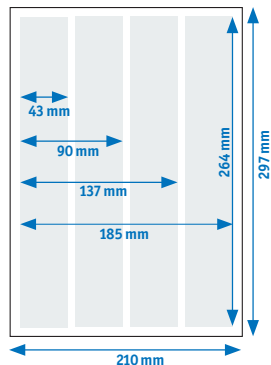
Mindestabnahme: 30 mm

So können Sie Ihren Anzeigenpreis für eine gestaltete Anzeige berechnen:

mm-Preis x Höhe der Anzeige (mm) x Anzahl der Spalten (max. 4)

z.B. gestaltete Anzeige 50 mm hoch, 3 Spalten

in Farbe: € 3,00 x 50 x 3 = € 450,- s/w: € 2,20 x 50 x 3 = € 330,-



SPALTIGKEIT

1-spaltig 43 mm breit

2-spaltig 90 mm breit

3-spaltig 137 mm breit

4-spaltig 185 mm breit

NACHLÄSSE

Auf Anzeigen im redaktionellen Bereich und gestaltete Anzeigen im Anzeigenteil bei Abnahme innerhalb von 12 Monaten.

MALSTAFFEL

ab 3 Anzeigen 5 %

ab 6 Anzeigen 10 %

ab 9 Anzeigen 15 %

ab 18 Anzeigen 20 %

ab 24 Anzeigen 22 %

ab 30 Anzeigen 23 %

MENGENSTAFFEL

ab 2 Seiten 5 %

ab 4 Seiten 10 %

ab 6 Seiten 15 %

ab 8 Seiten 20 %

ab 10 Seiten 21 %

ab 12 Seiten 22 %

OLDTIMER BASIS KOMBI

(OLDTIMER MARKT & OLDTIMER PRAXIS)

Verkaufte Auflage IVW II/11 228.492 Exemplare

Redaktioneller Bereich:

1/1 Seite 3c + 4c € 15.280,- s/w + 2c € 12.880,-

1/2 Seite 3c + 4c € 8.020,- s/w + 2c € 6.770,-

1/3 Seite 3c + 4c € 5.270,- s/w + 2c € 4.450,-

1/4 Seite 3c + 4c € 4.130,- s/w + 2c € 3.480,-

Anzeigenteil:

Rubrikanzeigen mm-Preis in Farbe € 5,90

Rubrikanzeigen mm-Preis s/w € 4,40

Sie sparen ca. 20 % gegenüber einer Einzelbuchung.

6 TERMINE 2012

HEFTNR.	ERSTVERKAUFSTAG	KALENDERWOCHE	ANZEIGENSCHLUSS	DRUCKUNTERLAGENSCHLUSS
1	08.12.2011	49	14.11.2011	17.11.2011
2	12.01.2012	2	12.12.2011	15.12.2011
3	09.02.2012	6	16.01.2012	19.01.2012
4	08.03.2012	10	13.02.2012	16.02.2012
5	12.04.2012	15	19.03.2012	22.03.2012
6	10.05.2012	19	16.04.2012	19.04.2012
7	14.06.2012	24	21.05.2012	24.05.2012
8	12.07.2012	28	18.06.2012	21.06.2012
9	09.08.2012	32	16.07.2012	19.07.2012
10	13.09.2012	37	20.08.2012	23.08.2012
11	11.10.2012	41	17.09.2012	20.09.2012
12	08.11.2012	45	15.10.2012	18.10.2012
1/2013	13.12.2012	50	19.11.2012	22.11.2012

Beilagen / Beihefter / Beikleber – Anlieferung spätestens 4 Tage nach dem Anzeigenschluss an:
Limburger Vereinsdruckerei, Senefelderstraße 2, 65549 Limburg mit Hinweis: Bestimmt für „OLDTIMER PRAXIS“

7 TECHNISCHE ANGABEN

HEFTFORMAT

210 mm breit x 297 mm hoch

SATZSPIEGEL

185 mm breit x 270 mm hoch

SATZSPIEGELÜBERSCHREITUNG

210 mm breit x 297 mm hoch
+ 5 mm Beschnittzugabe je Anschnittkante

DRUCKVERFAHREN

Rollen-Offsetdruck

DRUCKUNTERLAGEN

FÜR ANZEIGEN IM REDAKTIONELLEN TEIL

Datenträger inkl. Digitalproof
Bei reprofähigen Vorlagen werden nach Berechnung der Selbstkosten die erforderlichen Daten erstellt. Farbanzeigen müssen in Euroskala angelegt sein (keine Sonderfarben möglich).

FÜR RUBRIKANZEIGEN/VERANSTALTUNGSKALENDER

Daten oder reprofähige Vorlagen

DATENFORMATE

Bevorzugt PDF/X-1a-Dateien. Möglich sind auch unseparierte eps-Dateien. Alle Schriften müssen in Pfade umgewandelt bzw. eingebettet sein. Bilder benötigen eine Auflösung von mind. 300 dpi, Strichzeichnungen sollten Vektoren sein. Auch offene Daten (InDesign, QuarkXPress, PageMaker etc.) können verarbeitet werden. Hier ist ein farbverbindliches, standgerechtes Proof unerlässlich. Alle verwendeten Schriften müssen mitgeliefert werden. Druckfarben CMYK nach ISO 2846-1.

DATENTRÄGER (MAC UND PC)

DVD +/-, CD-ROM

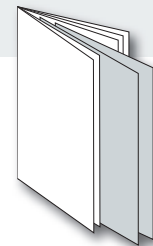
Nur was auf dem Datenträger vorhanden ist, kann auch verwendet werden. Für Abweichungen in Texten, Abbildungen und insbesondere Farbe kann der Verlag keine Haftung übernehmen. Liefern Sie bitte Datenträger und farbverbindliches Proof zusammen an und beschriften Sie den Datenträger wie folgt: Ihre Anschrift, Hinweis OLDTIMER MARKT, Ausgabennummer, Größe der Anzeige, verwendete Plattform (Mac oder PC) und Programm.

8 BEILAGEN | BEIHEFTER | BEIKLEBER

BEILAGEN

(sind der Zeitschrift lose beigefügte Drucksachen)

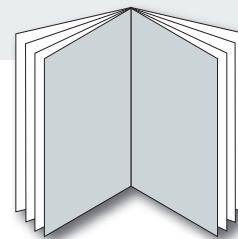
Belegungsmöglichkeiten	Gesamtauflage oder Teilauflage (Abo, Nielsen-Gebiete)		
Mindestmenge	15.000 Exemplare		
Formate	bis maximal 200 mm breit x 290 mm hoch		
Preise	je angefangene tausend Exemplare		
		je weitere 5 g	ab 50 g
Aboauflage (bis 10 g Einzelgewicht)	€ 80,-	€ 5,-	auf Anfrage
Kioskauflage (bis 25 g Einzelgewicht)	€ 75,-	€ 2,50	auf Anfrage



BEIHEFTER

(sind fest in der Zeitschrift eingehaftete Drucksachen / Prospekte. Sie können verarbeitungsfertig vom Auftraggeber angeliefert oder auf Anfrage durch uns erstellt werden)

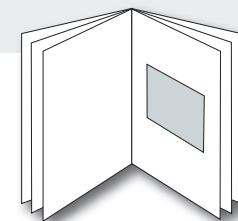
Belegungsmöglichkeiten	Gesamtauflage oder Teilauflage (Abo, Nielsen-Gebiete)		
Mindestmenge	15.000 Exemplare		
Preise	je angefangene tausend Exemplare		
	4-seitig	8-seitig	12-seitig
	€ 90,-	€ 110,-	€ 130,-



BEIKLEBER

(werden auf eine Basisanzeige so aufgeklebt, dass sie vom Interessenten mühelos abgelöst und verwendet werden können)

Platzierung	bis zu 55 mm vom Bund, nur Bogenanfang / -ende		
Preise	je angefangene tausend Exemplare zzgl. der Kosten einer Trägeranzeige im Format 1/1 Seite		
	Postkarte	Brief	Prospekt
	€ 40,-	€ 45,-	€ 55,-



(Änderungen aufgrund von Portoanpassung der Deutschen Post AG vorbehalten)

Die gesetzliche Mehrwertsteuer wird auf den Netto-Rechnungsbetrag aufgeschlagen.

9 GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

ZIFFER 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.

ZIFFER 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.

ZIFFER 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.

ZIFFER 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 höherem Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

ZIFFER 5 Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.

ZIFFER 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.

ZIFFER 7 Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

ZIFFER 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 Modells 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.

ZIFFER 9 Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckerunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckerunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag wähle die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckerunterlagen gegebenen Möglichkeiten.

ZIFFER 10 Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeige 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 die 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.

ZIFFER 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 Probeabzugs gesetzten Frist mitgeteilt werden.

ZIFFER 12 Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach der Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.

ZIFFER 13 Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung 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.

ZIFFER 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 offener stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

ZIFFER 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.

ZIFFER 16 Kosten für die Anfertigung bestellter Druckerunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.

ZIFFER 17 Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preiserminderung 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 verkauften (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preiserminderung 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 Preiserminderungsansprüche 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.

ZIFFER 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 Zeit 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.

ZIFFER 19 Druckerunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet drei Monate nach Ablauf des Auftrages.

ZIFFER 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. 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 gelegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

ZIFFER 21 Abweichend von Nummer 17 berechtigt eine Auflagenminderung bei Titeln, die heftbezogene Auflagenangaben enthalten, nur dann zu einer Preiserminderung, wenn und soweit sie bei einer Auflage (Garantieauflage) von bis zu 500.000 Exemplaren 10 v. H. und bei einer Auflage (Garantieauflage) von über 500.000 Exemplaren 5 v. H. überschreitet.

Die der Garantie zugrundeliegende Auflage ist die gesamte verkaufte Auflage im Sinne der Definition der IWW. Sie errechnet sich für das Insertionsjahr aus dem Auflagendurchschnitt der vier Quartale vor dem Insertionsjahr, soweit nicht vom Verlag eine absolute Auflagenzahl als Garantie in der jeweiligen Preisliste angegeben wurde.

Voraussetzung für einen Anspruch auf Preiserminderung ist ein rabattfähiger Abschluss auf Basis der Mengentafel und für mindestens drei Ausgaben.

Grundlage für die Berechnung der Preiserminderung ist der Auftrag pro Unternehmen, soweit nicht bei Auftragserteilung eine Abrechnung nach Marken, die bei Auftragserteilung zu definieren sind, vereinbart wurde. Die mögliche Auflagenminderung errechnet sich als Sald der Auflagenober- und Auflagenunterschreitungen der belegten Ausgaben innerhalb des Insertionsjahres.

Die Rückvergütung erfolgt am Kampagnenende auf Basis des Kundennettos unter Berücksichtigung der bereits gewährten Agenturvergütungen als Naturalgutsschrift oder, wenn dies nicht mehr möglich ist, als Entgelt. Ein Anspruch auf Rückvergütung besteht nur, wenn die Rückvergütungssumme mindestens 2.600,- € beträgt.

ERGÄNZENDE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DES VERLAGES

ZIFFER 1 Werbemittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preislisten des Verlages zu halten. Vom Verlag gewährte Mittlervergütung darf weder ganz noch teilweise an die Auftraggeber weitergegeben werden

10 VERKAUFTE AUFLAGE

Unter den zehn verkaufsstärksten Motorzeitschriften in Deutschland finden sich vier Oldtimer-Titel.

RANKING DER ZEHN VERKAUFSTÄRKSTEN MOTOR-ZEITSCHRIFTEN

Einzelverkauf (EV) und Abo (IVW II/11)

ZEITSCHRIFT	VERK. AUFLAGE	TAP* IN €
1. Auto Bild	456.510	86,31**
2. Auto Motor und Sport	293.068	128,01**
3. Auto Test	186.902	82,40
4. OLDTIMER MARKT	130.692	87,23
5. Auto Straßenverkehr	110.677	141,85
6. Auto Zeitung	108.358	196,10**
7. Motorrad	101.918	161,89
8. Autobild Klassik	99.522	98,44
9. OLDTIMER PRAXIS	97.532	75,87
10. Motor Klassik	73.652	122,20



* Tausender-Auflagen-Preis (TAP): Anzeigenpreis pro 1000 verkaufte Exemplare auf Basis 1/1 Seite 4c im redaktionellen Bereich, Mediadaten 2011

**Da dieser Titel mit Saisonpreisen arbeitet wurde der TAP mit Hilfe des gewichteten Durchschnittspreises berechnet

Von neun IVW-geprüften Oldtimer-Zeitschriften kommen fünf aus dem Hause VF.

RANKING IVW-GEPRÜFTE OLDTIMER-ZEITSCHRIFTEN

Einzelverkauf (EV) und Abo (IVW II/11)

ZEITSCHRIFT	VERK. AUFLAGE	TAP* IN €
1. OLDTIMER MARKT	130.692	87,23
2. Autobild Klassik	99.522	98,44
3. OLDTIMER PRAXIS	97.532	75,87
4. Motor Klassik	73.652	122,20
5. OLDTIMER TRAKTOR	50.045	22,98
6. Auto Classic	34.045	98,40
7. Motorrad Classic	18.778	324,84
8. BRITISH CLASSICS	10.313	242,41
9. LAST & KRAFT	8.308	138,42
Kombi OLDTIMER MARKT/ OLDTIMER PRAXIS	228.224	65,90



11 OLDTIMER- UND YOUNGTIMER-STUDIE

Anfang 2011 hat das Allensbach-Institut in unserem Auftrag mit Unterstützung durch den VDA eine zweite große Studie erstellt, bei der 535 Oldtimer-Interessierte in einstündigen persönlichen Interviews ausführlich zum Thema befragt wurden. In einer zweiten Stichprobe befragte Allensbach zusätzlich 237 Youngtimer-Fahrer. Das Ergebnis: ca. 2.000 Seiten statistisches Material, das repräsentative Aussagen über das Oldtimer-Segment und das Markt- und Mediennutzungsverhalten der oldtimerbegeisterten Zielgruppe liefert. Die folgenden Informationen sind für Mediaentscheidungen relevante Auszüge. Für tiefergehende Informationen, die Ihnen auch in Ihrem Geschäftsfeld weiterhelfen können, steht Ihnen Herr Kaiser unter Tel. 06131 / 992-130 oder per E-Mail unter m.kaiser@vfmz.de gerne zur Verfügung.

OLDTIMER- UND YOUNGTIMER-BESTAND

Laut Kraftfahrtbundesamt (KBA) sind derzeit 360.000 Oldtimer-Pkw zugelassen. Hinzu kommen ca. 180.000 Pkw, die mit den 56.000 ausgegebenen 07-Kennzeichen bewegt werden. Unbekannt, aber nicht zu unterschätzen ist die Zahl der nicht zugelassenen Fahrzeuge: Neben vorsichtig geschätzten 100.000 fahrbereiten, nicht zugelassenen Pkw gibt es eine Vielzahl von Sammlerstücken, Restaurierungsobjekten, Ersatzteillagern, von denen die meisten aber wahrscheinlich nie wieder zugelassen werden. Von den 4,7 Millionen in Deutschland zugelassenen 15-29-jährigen Youngtimern befinden sich nur ca. 30 % in Haushalten, die sich auch wirklich für klassische Automobile interessieren. Die meisten Youngtimer werden stillgelegt, bevor sie die 30 erreichen.

OLDTIMER-ZIELGRUPPE

4,4 Millionen besonders Oldtimer-interessierte Pkw-Fahrer in Deutschland

Davon leben

- ca. 900.000 in Haushalten, in denen sich Oldtimer-Pkw befinden (ab 30 Jahre alt)

- ca. 1,4 Millionen in Haushalten, in denen sich Youngtimer-Pkw befinden (15 - 29 Jahre alt)
- ca. 1,1 Millionen in Haushalten, in denen sich Oldtimer-Motorräder befinden
- ca. 650.000 in Haushalten, in denen sich Youngtimer-Motorräder befinden

REICHWEITEN VON OLDTIMER-ZEITSCHRIFTEN

- ca. 2,7 Millionen Oldtimer-Interessierte lesen zumindest selten Oldtimer-Zeitschriften (Weitester Leserkreis)
- ca. 1,7 Millionen Oldtimer-Interessierte lesen regelmäßig Oldtimer-Zeitschriften (Engerer Leserkreis)

REICHWEITENVERTEILUNG IM ENGEREN LESERKREIS VON OLDTIMER-ZEITSCHRIFTEN:

Welche Titel werden „mindestens ziemlich oft“ gelesen?

ZEITSCHRIFT	ZIELGRUPPEN-ANTEIL IN %
1. OLDTIMER MARKT	63,4
2. Motor Klassik	42,8
3. OLDTIMER PRAXIS	40,7
4. Autobild Klassik	28,9
5. Youngtimer	18,3
6. Auto Classic	16,1
6. Motorrad Classic	16,1
8. Mercedes-Benz Classic	14,4
9. Klassik Motorrad	9,7
10. BRITISH CLASSICS	6,5
11. Powerslide	0,5

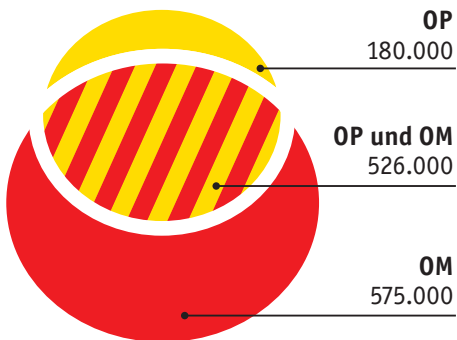
LESER-REICHWEITEN

Leser von Oldtimer-Zeitschriften in Deutschland und Reichweiten der vier größten Titel.

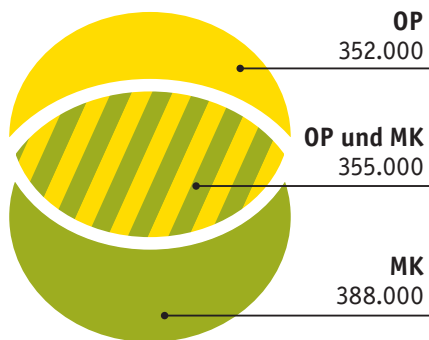
LESEFREQUENZ	OLDTIMER-ZEITSCHRIFTEN		OLDTIMER MARKT		OLDTIMER PRAXIS		MOTOR KLASSIK		AUTOBILD KLASSIK	
	in %	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %	absolut
Weitester Leserkreis (lese zumindest selten...)	100,0	2.665.000	66,9	1.783.000	58,9	1.570.000	57,0	1.519.000	52,6	1.402.000
Engerer Leserkreis (lese regelmäßig...)	100,0	1.737.000	63,4	1.101.000	40,7	707.000	42,8	743.000	28,9	502.000
Lese alle Ausgaben von...			22,2	386.000	8,3	144.000	8,9	155.000	6,1	106.000

ÜBERSCHNEIDUNGEN DER ENGEREN LESERKREISE

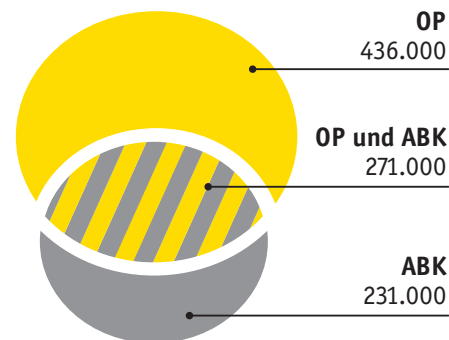
Von links nach rechts: Oldtimer Praxis (OP) und Oldtimer Markt (OM); Oldtimer Praxis (OP) und Motor Klassik (MK); Oldtimer Praxis (OP) und Autobild Klassik (ABK)



OLDTIMER PRAXIS und OLDTIMER MARKT
Engerer Leserkreis zusammen: 1.281.000



OLDTIMER PRAXIS und MOTOR KLASSIK
Engerer Leserkreis zusammen: 1.095.000



OLDTIMER PRAXIS und AUTOBILD KLASSIK
Engerer Leserkreis zusammen: 938.000

LESEMENGE, LESEDAUER, GEKAUFTE HEFTE PRO JAHR

LESEVERHALTEN Weitester Leserkreis von ...	OLDTIMER MARKT	OLDTIMER PRAXIS	MOTOR KLASSIK	AUTOBILD KLASSIK
Lesemenge: Lese fast alle Seiten von	46 %	34 %	31 %	28 %
Durchschnittliche Lesedauer	120 Minuten	98 Minuten	98 Minuten	93 Minuten

BESITZ VON OLD- UND YOUNGTIMER-PKW

ES BESITZEN IM HAUSHALT Weitester Leserkreis von ...	OLDTIMER MARKT		OLDTIMER PRAXIS		MOTOR KLASSIK		AUTOBILD KLASSIK	
	in %	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %	absolut
Oldtimer-Pkw (ab 30 Jahre)	27,0	297.000	28,2	199.000	24,8	184.000	22,3	112.000
Youngtimer-Pkw (15-29 Jahre)	37,8	416.000	33,5	237.000	40,4	300.000	39,3	197.000
Old- oder Youngtimer-Pkw	55,9	615.000	51,1	361.000	56,4	419.000	52,6	264.000

AUSGABEBEREITSCHAFT FÜR OLD-/YOUNGTIMER

Maximaler Betrag, den Leser von Oldtimer-Zeitschriften im Durchschnitt für einen Old-/Youngtimer-Pkw ausgeben würden.

ENGERER LESERKREIS VON ...	OLDTIMER MARKT in €	OLDTIMER PRAXIS in €	MOTOR KLASSIK in €	AUTOBILD KLASSIK in €
max. Budget im Durchschnitt für einen ...				
- Oldtimer-Pkw	21.010	16.880	22.280	21.880
- Youngtimer-Pkw	13.900	11.780	14.580	12.470

Anzahl der Leser, die bereit sind für einen Old-/Youngtimer einen hohen Betrag auszugeben.

ENGERER LESERKREIS VON ...	OLDTIMER MARKT Leser absolut	OLDTIMER PRAXIS Leser absolut	MOTOR KLASSIK Leser absolut	AUTOBILD KLASSIK Leser absolut
max. Budget für einen Oldtimer				
- 30.000 € und mehr	172.000	94.000	158.000	69.000
- 50.000 € und mehr	66.000	50.000	48.000	35.000
max. Budget für einen Youngtimer				
- 10.000 € und mehr	407.000	218.000	293.000	178.000
- 20.000 € und mehr	117.000	86.000	100.000	69.000

13 VERLAGSBÜROS | ANSPRECHPARTNER

Verlagsbüro Nielsen 1

Malte Mezger
Am Teich 5, 23689 Pansdorf / Lübeck
Tel.: 04504 / 67124, Fax: 004504 / 67128
E-Mail: verlagsbuero-mezger@vfmz.de

Verlagsbüro Nielsen 2

MPK Media Promotion Kraus KG
Graf-Adolf-Straße 110, 42119 Wuppertal
Tel.: 0202 / 2815770, Fax: 0202 / 28157725
E-Mail: verlagsbuero-kraus@vfmz.de

Verlagsbüro Nielsen 3a

Werner Buhlmann
Johann-Usener-Straße 7, 60388 Frankfurt
Tel.: 06109 / 733561, Fax: 06109 / 733577
E-Mail: verlagsbuero-buhlmann@vfmz.de

Verlagsbüro Nielsen 3b

Christian Keller Media
Teckstraße 29, 72631 Aichtal-Grötzingen
Tel.: 07127 / 9550631, Fax: 07127 / 9550645
E-Mail: verlagsbuero-keller@vfmz.de

Verlagsbüro Nielsen 4

MMS Marrenbach Medien-Service
Lachenmeyrstraße 25, 81827 München
Tel.: 089 / 43088555, Fax: 089 / 43088556
E-Mail: verlagsbuero-marrenbach@vfmz.de

Ihr Ansprechpartner im Verlag Nielsen 5, 6, 7, Ausland

Michael Kaiser, Anzeigenleiter
Tel.: 06131 / 992-130, Fax: 06131 / 992-103
E-Mail: m.kaiser@vfmz.de

Weitere Zeitschriften der VF Verlagsgesellschaft mbH



VF VERLAGS GESELLSCHAFT

Lise-Meitner-Straße 2
55129 Mainz
Tel.: 06131 / 992-0
Fax: 06131 / 992-100
E-Mail: info@oldtimer-praxis.de
www.oldtimer-praxis.de