

Europas größte Zeitschrift mit 19 Millionen Lesern.

ADACmotorwelt
Das Automobil-Magazin



Ihr Kampagnenmotor

**Die ADAC motorwelt
in der MA 2006 Pressemedien II**

8/2006

**Besuchen Sie uns im Internet:
www.media.adac.de**

INHALTSANGABE

Redaktionelles Konzept

Titelporträt

Key-Trends

ADAC motorwelt in der MA 2006/II

Werbeträgerleistung: Reichweite

- Basiswerbeträgerdaten
- Reichweite TOP 10 Titel

Leserschaftsprofil

Die Wirtschaftlichkeit des Werbeträgers

- Rangreihen der TOP 10-Titel in ausgewählten Zielgruppen
- Leistungsvergleich mit Stern, Spiegel, Focus

Lesermarkt: neue Bundesländer

Teilbelegung ADAC motorwelt

Die Kontaktqualitäten des Werbeträgers

- Kernleser
- LpWS / Kontaktquotient
- Käufer-/Leseranteile ausgewählter Titel

Ansprechpartner in den Verlagsbüros und der Anzeigenabteilung

ADAC motorwelt: Trendsetter für den modernen Mainstream



Titelporträt

Bei der ADAC motorwelt stehen die Themen Automobil, individuelle Mobilität und Reisen im Mittelpunkt der journalistischen Arbeit. Die ADAC motorwelt ist der kommunikative Schlüssel zum Netzwerk des größten Clubs Europas für fast 19 Millionen moderne, mobile und anspruchsvolle Leser. Hier findet diese Zielgruppe alle Informationen, Rat, Service und Hilfe, die für die tägliche Mobilität von Nutzen sind.

Als aktuelle Informationsquelle für Auto- und Reisetemen ist die ADAC motorwelt konkurrenzlos. Aktualität und Objektivität stehen im Mittelpunkt. 90 Prozent regelmäßige Leser sprechen dafür, dass die ADAC motorwelt bei der Zielgruppe, den 15,8 Mio. Mitgliedern und 18,9 Mio. Lesern gut ankommt.

Die ADAC motorwelt ist ein informatives und unterhaltsames Medium, das sich einer außergewöhnlich hohen Glaubwürdigkeit erfreut und von 90% seiner Leser regelmäßig und intensiv genutzt wird.

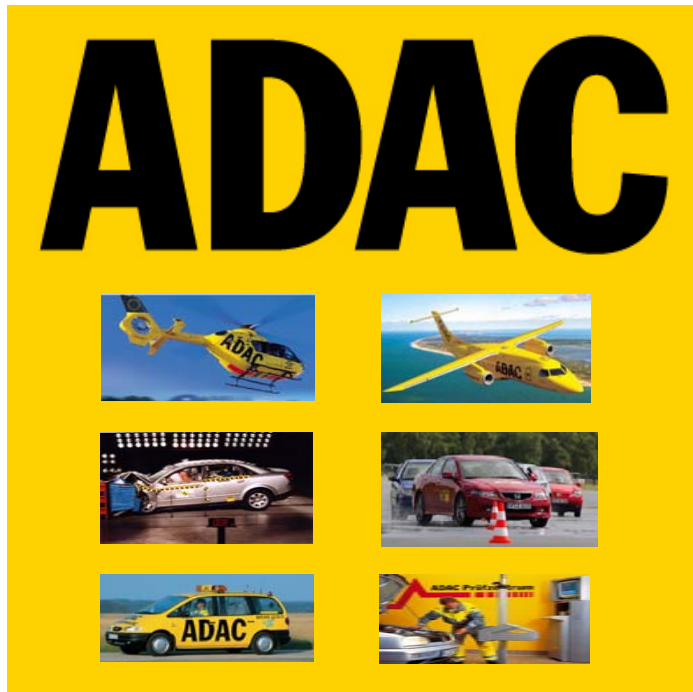
Die ADAC motorwelt ist eine Kernleistung des ADAC

ADAC-Markenkern 2006

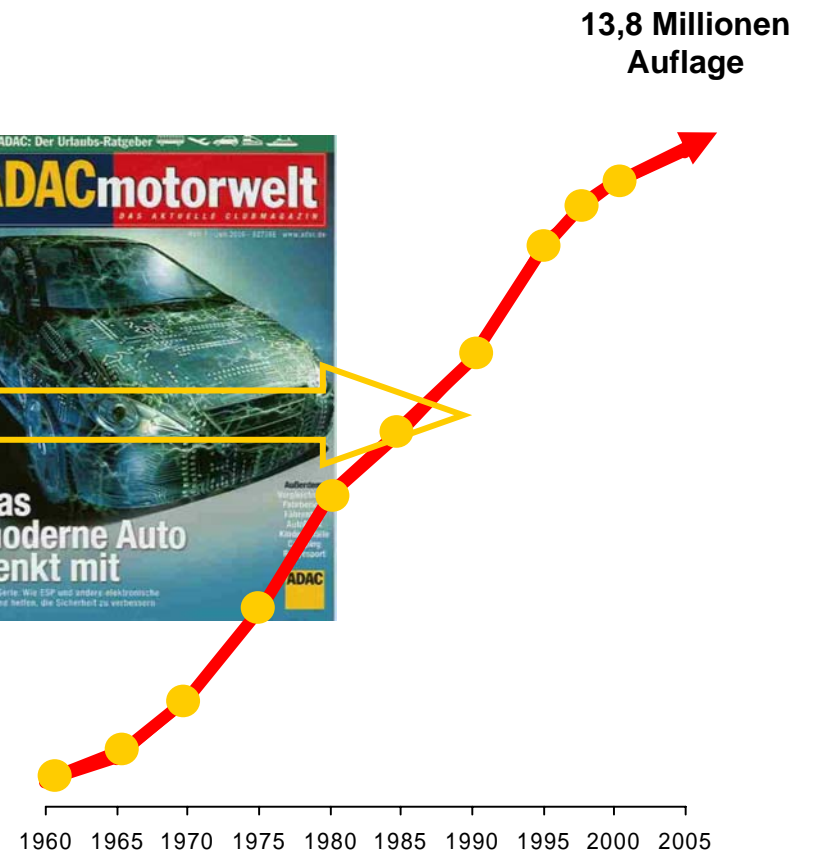


- In vielen Analysen bestätigen die ADAC-Mitglieder die **große Bedeutung** der Club-Zeitschrift ADAC motorwelt. Sie....
 - wird von allen Clubleistungen am häufigsten genutzt
 - stößt auf das höchste Interesse

Der ADAC kommuniziert über die ADAC motorwelt



- Gelbe Engel
- Luftrettung
- Notrufstationen
- Fahrzeugprüfungen
- Verkehrssicherheitsprogramme
- Fahrsicherheitstrainings
- Verbraucherschutztests
- ADAC Verkehrsservice
- Vorteilsprogramm



Die Leistungen der ADAC motorwelt in der MA 2006/II

- **Key-Trends**
 - **Reichweiten**
 - **Basiswerte (WLK, LpA, LpWS)**
 - **Gesamtbevölkerung**
 - **Männer**
 - **PKW-Fahrer**
- 

KEY-TRENDS: ADAC motorwelt in der MA 2006/II

- Die aktuelle MA 2006/II weist für die ADAC motorwelt in der **Gesamtbevölkerung** eine Reichweite **von 29,0%** aus, das sind **18,85 Mio. Leser**, davon sind **13,16 Mio. Männer** und **5,69 Mio. Frauen**. Bei den Männern erzielt sie eine Reichweite von 42,1%.
- Die ADAC motorwelt verteidigt nach wie vor ihren großen Abstand als **reichweitenstärkste Zeitschrift**. Sie hat 5,8 Mio. Leser mehr als die Nr. 2, rtv, und 8,2 Mio. Leser mehr als die Nr. 3, Bild am Sonntag. Der Anteil **regelmäßiger Leser** steigt auf **90%**.
- **Das soziodemographische Niveau der ADAC motorwelt-Leser liegt deutlich über dem Bevölkerungsdurchschnitt.**
 - In den Einkommens- und Bildungseliten erzielt die ADAC motorwelt Reichweiten bis über 50%.
 - Das **persönliche Nettoeinkommen** der 18,85 Mio. ADAC motorwelt-Leser summiert sich pro Monat insgesamt auf **29 Mrd. €**
 - Der Altersschwerpunkt liegt in den **Altersgruppen 30 – 59 Jahre**

DIE REICHWEITE der ADAC motorwelt

- Masse mit Klasse -

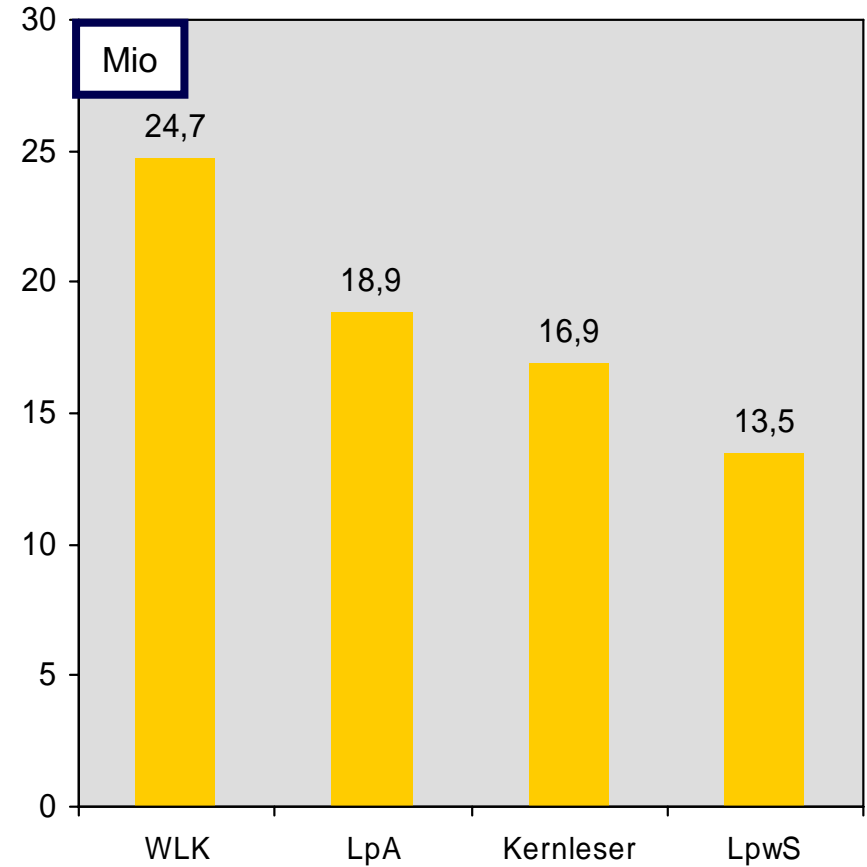
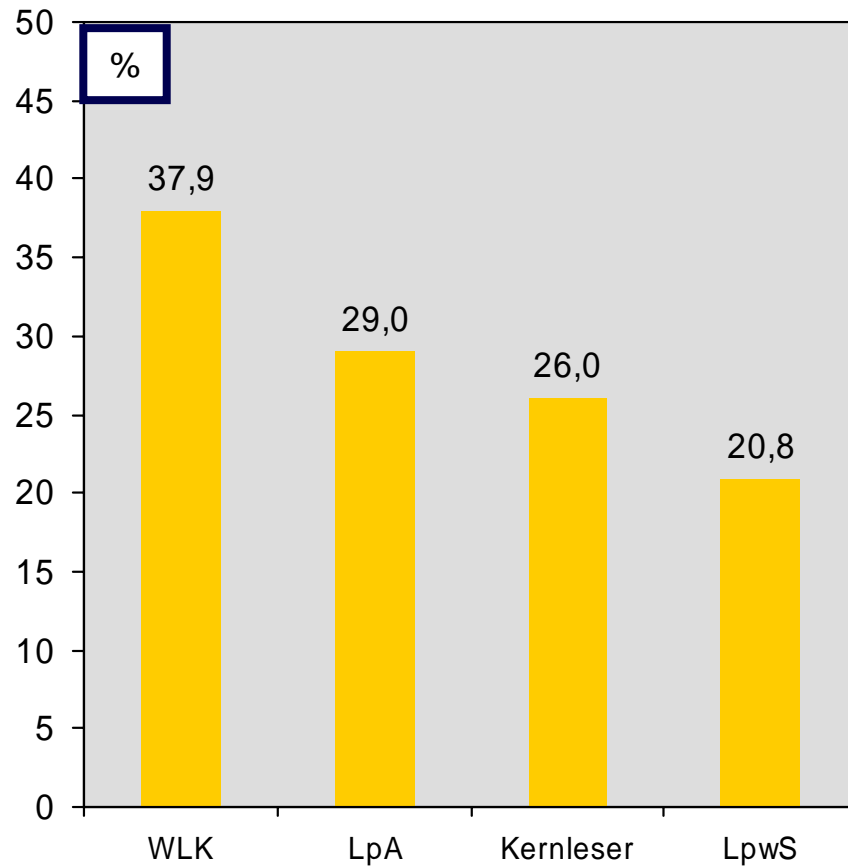
- Eine Reichweite wie die ADAC motorwelt bietet kein anderer Werbeträger
- 18,85 Mio Leser pro Ausgabe bedeuten ein Plus von 5,8 Mio. Lesern gegenüber dem zweitstärksten Titel, rtv, und 8,2 Mio. Kontakte mehr als der Zweitplatzierte, die BamS.
- Bei den Männern steigt ihre Reichweite auf 42,1% bzw. 13,16 Millionen Leser
- Trotz ihres hohen Männeranteils erreicht die ADAC motorwelt mit 5,7 Mio. Frauen um 2,5 Mio. mehr weibliche Leser als die Brigitte

- Aufgrund des gehobenen soziodemographischen Profils ihrer Leser steigert die ADAC motorwelt ihre Reichweite in First-Class-Zielgruppen deutlich, teilweise erreicht sie sogar mehr als jeden Zweiten in der Zielgruppe:

	Reichweite
▪ <i>Gesamtbevölkerung</i>	<i>29,0%</i>
▪ persönliches Monatseinkommen 3.000 € und mehr	58,6%
▪ Leitende Angestellte/Beamte	51,1%
▪ Inhaber (groß)/Freiberufler	41,8%
▪ Hochschulstudium/FH	43,4%

BASIS-WERBETRÄGERDATEN: ADAC MOTORWELT

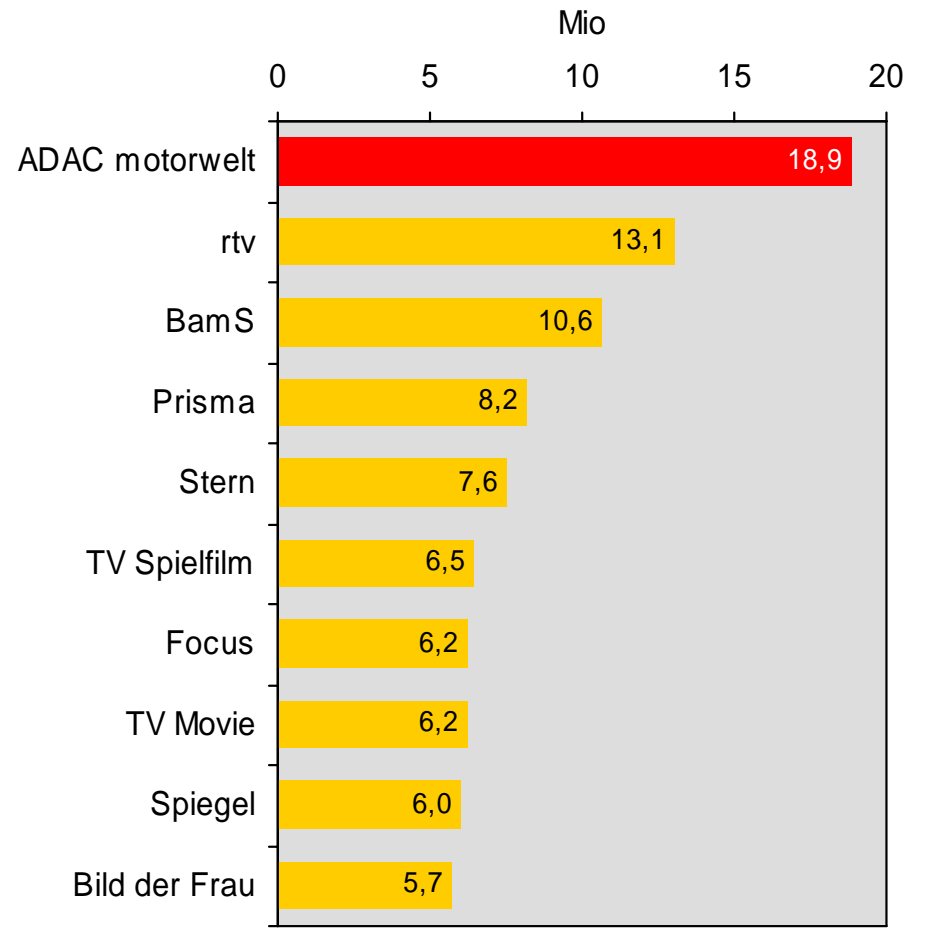
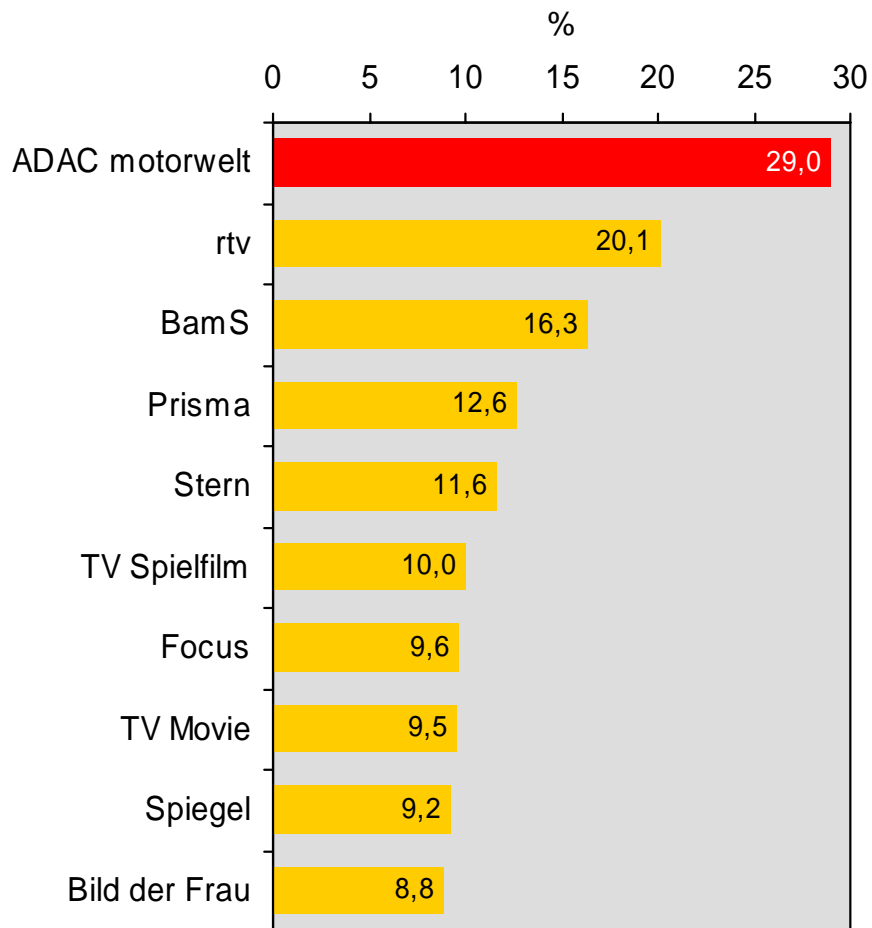
Gesamtbevölkerung (65,07 Mio)



WLK: weitester Leserkreise LpA: Leser pro Ausgabe Kernleser: mindestens 10 von 12 Ausgaben LpwS: Leser pro Anzeigenseite

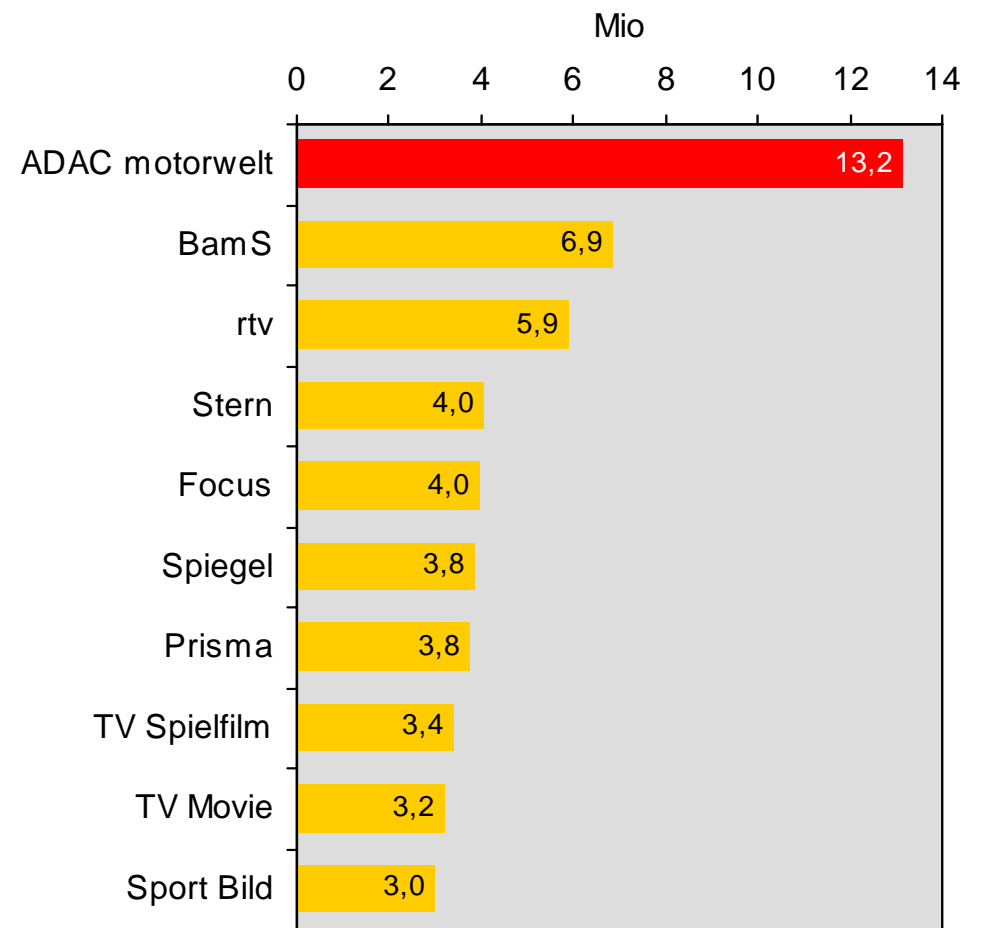
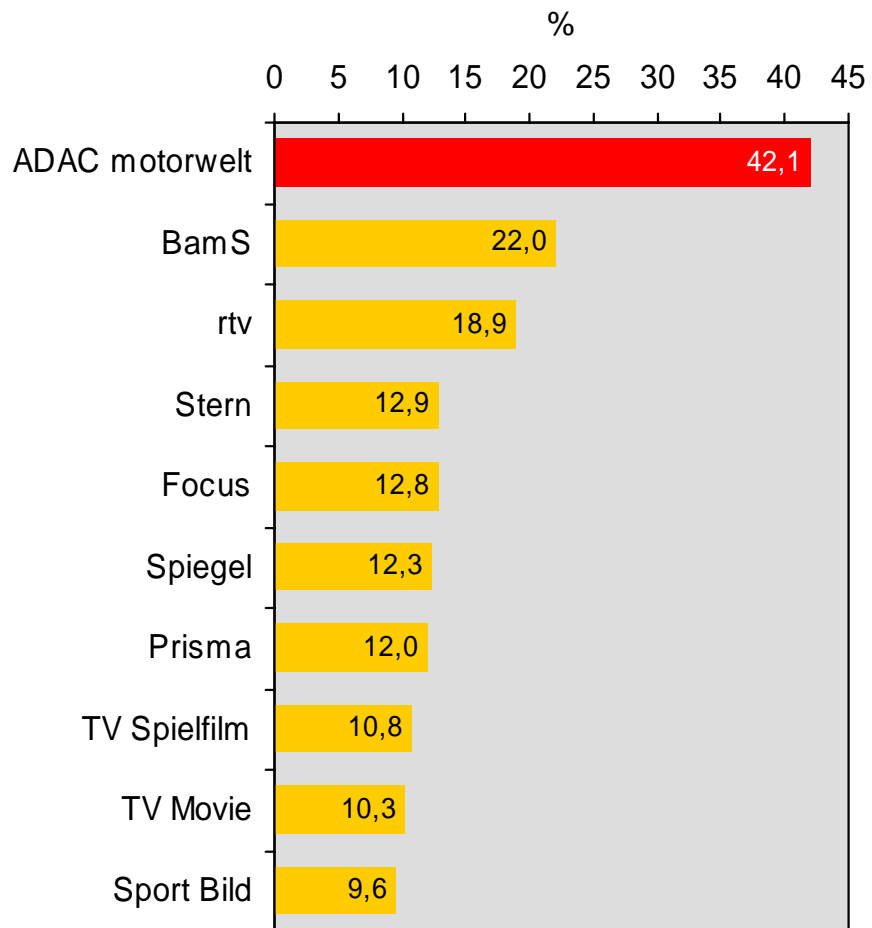
Die ADAC motorwelt ist die Nr.1

Reichweite der TOP 10-Titel: Gesamtbevölkerung (65,07 Mio.)



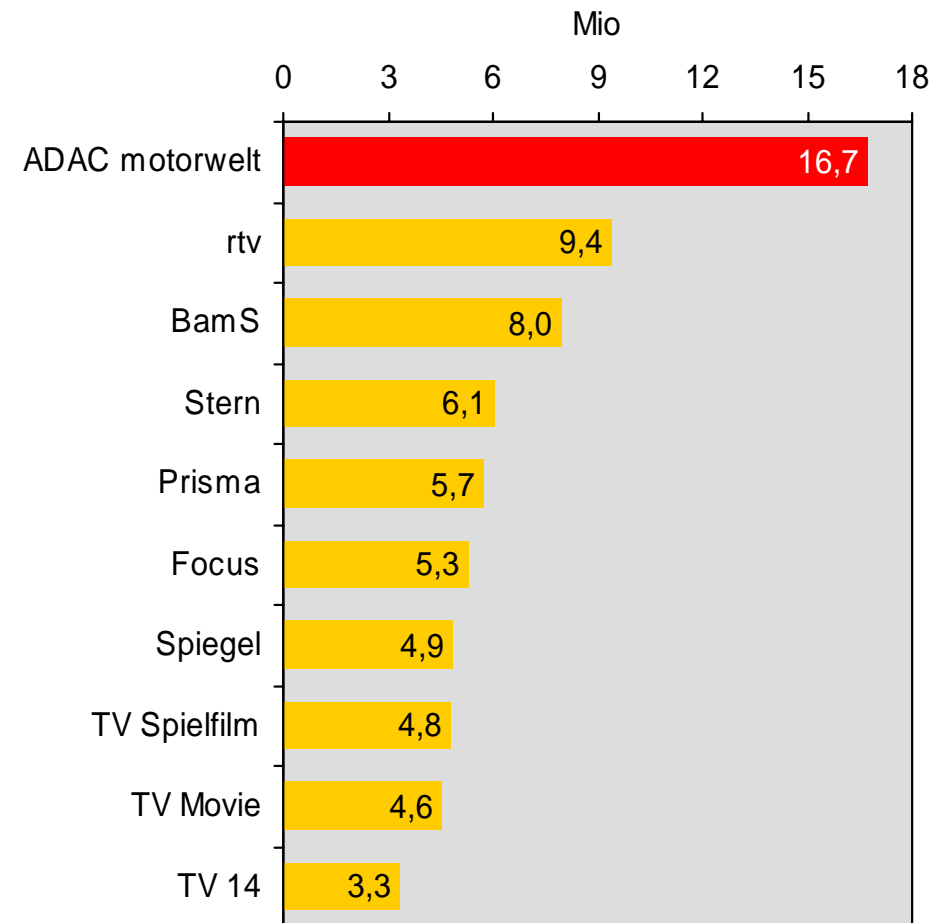
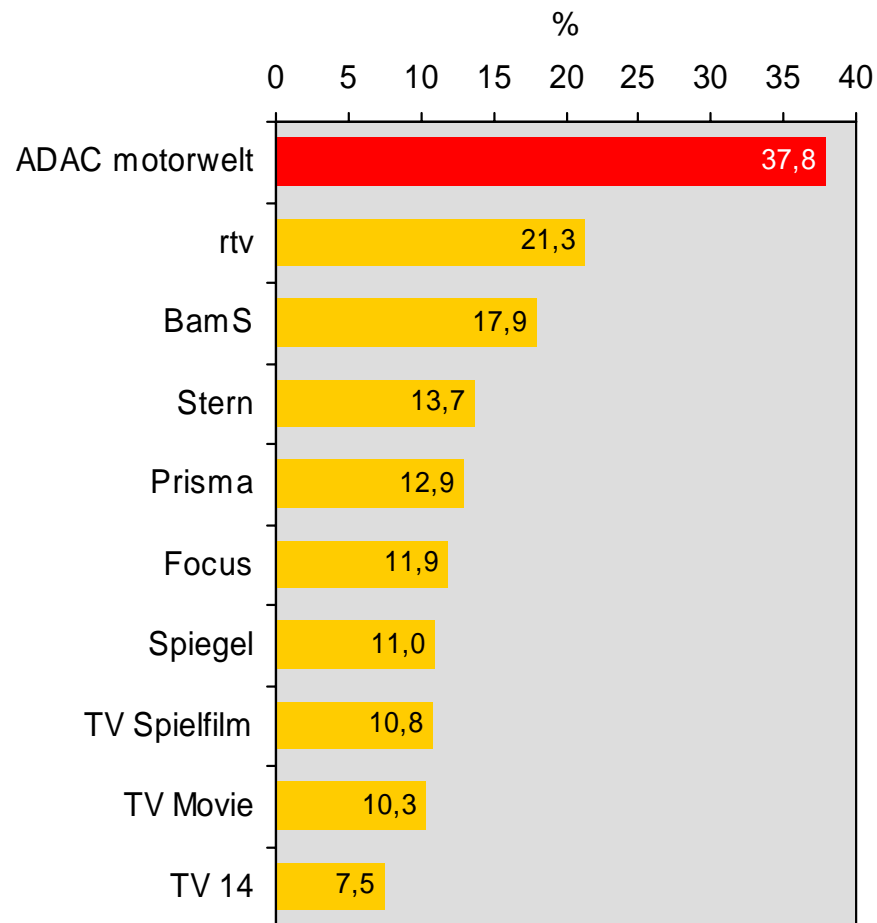
Die ADAC motorwelt ist die Nr.1

Reichweite der TOP 10-Titel: Männer (31,2 Mio.)



Die ADAC motorwelt ist die Nr.1

Reichweite der TOP 10-Titel: PKW-Fahrer (44,3 Mio.)



Die Leistungen der ADAC motorwelt in der MA 2006/II

- Key-Trends
 - Reichweiten

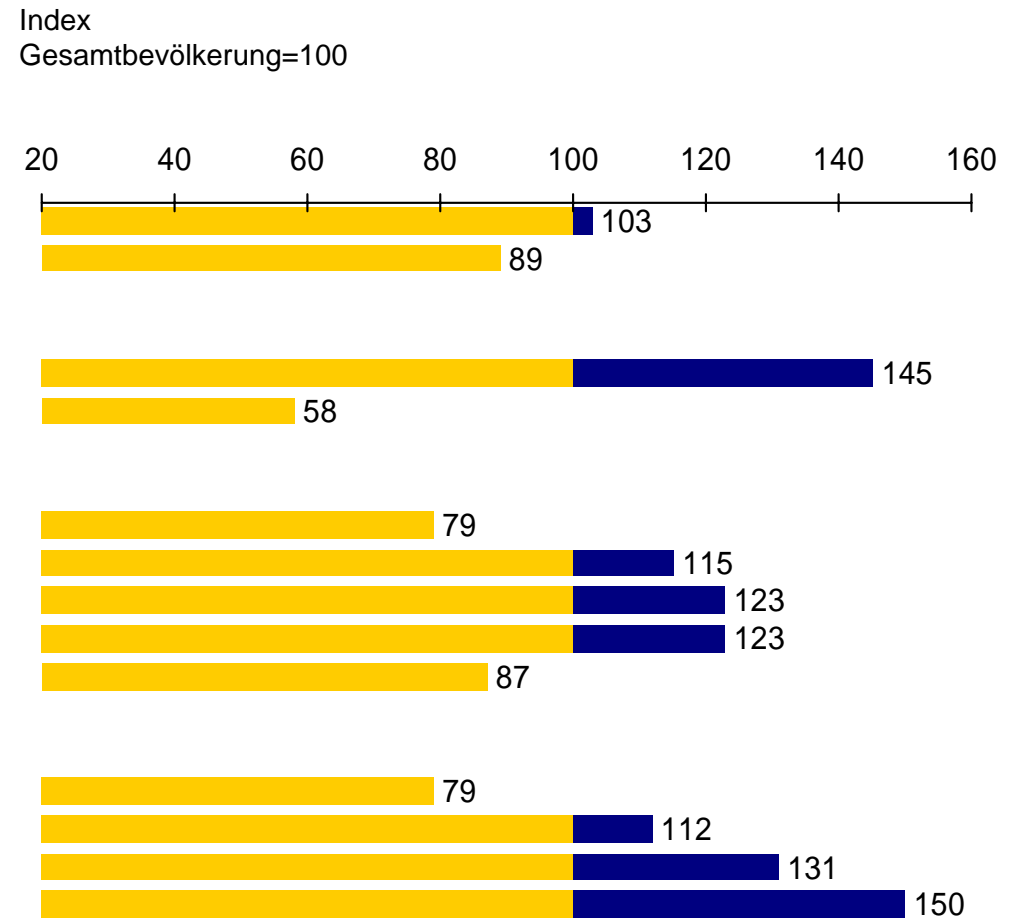
 - **Leserschaftsprofil**
 - **Soziodemographie**
 - **Einkommens-/Bildungseliten**
 - **Durchschnittswerte: Alter / mtl. persönliches Einkommen**
- 

ADAC motorwelt-Leser sind klar **positioniert**

- Das soziodemographische Profil der ADAC motorwelt-Leser unterscheidet sich deutlich von dem der Gesamtbevölkerung
- **Ihre Leser sind**
 - **jünger**
 - **besser gebildet**
 - **einkommensstärker**
- Sie erreicht z.B.
 - 58,6 % der Personen mit einem persönlichen Nettoeinkommen von mehr als 3.000 € monatlich
 - 51,1 % der leitenden Angestellten/Beamten
 - 41,8 % der großen Selbständigen/Freiberufler
 - 43,4% der (Fach)Hochschulabsolventen
 - 31,1 % der 18-49-Jährigen

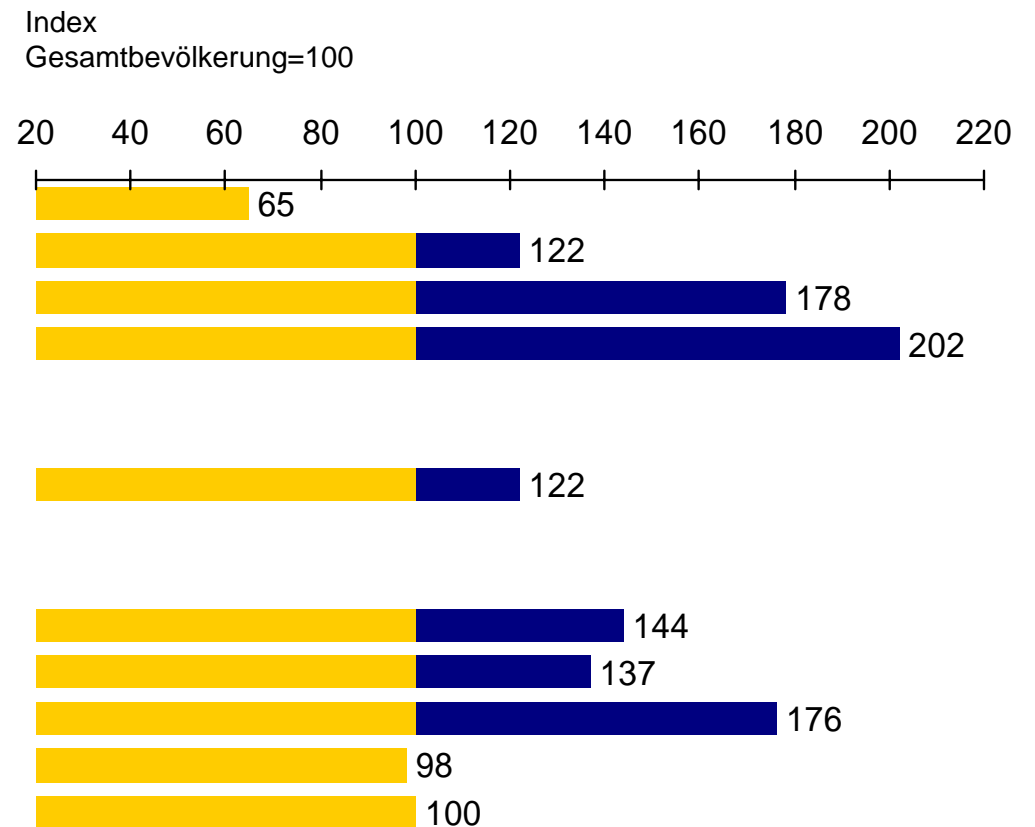
LESERSCHAFTSPROFIL DER ADAC MOTORWELT (1)

	ADAC motorwelt	
	Reichweite %	Struktur %
Gesamt		
West	29,8	82,1
Ost	25,9	17,9
Geschlecht		
Männer	42,1	69,8
Frauen	16,8	30,2
Alter		
18 - 29 Jahre	22,8	11,5
30 - 39 Jahre	33,5	18,5
40 - 49 Jahre	35,6	22,4
50 - 59 Jahre	35,5	17,8
60 Jahre +	25,2	27,2
Bildung		
Volksschule	23,0	37,3
weiterf. Schule	32,4	39,4
Abitur/Studium	38,1	23,3
Studium	43,4	16,0



LESERSCHAFTSPROFIL DER ADAC MOTORWELT (2)

	ADAC motorwelt	
	Reichweite %	Struktur %
pers. Einkommen		
bis - 1.000 €	18,7	32,2
1.000 - 2.000 €	35,3	47,6
2.000 - 3.000 €	51,5	14,7
3.000 € u.m.	58,6	5,4
Berufstätigkeit		
berufstätig	35,4	63,0
Beruf		
gr. Selbst./Freie	41,8	1,9
kl.+mittl. Selbst./Landw.	39,8	8,0
lt.Ang./Beamte	51,1	8,7
sonst. Ang./Beamte	28,3	47,0
Arbeiter	28,9	27,4

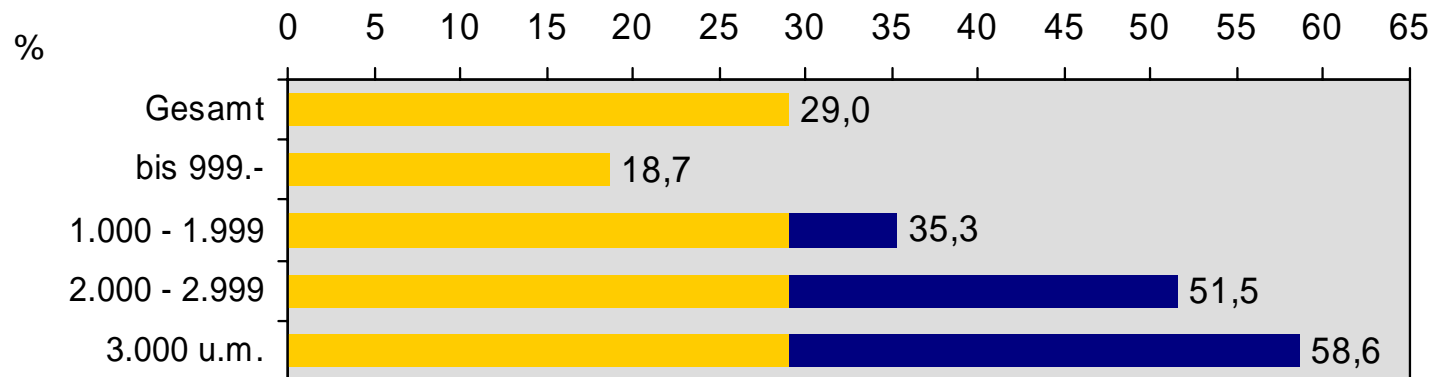


DIE ADAC MOTORWELT ERZIELT

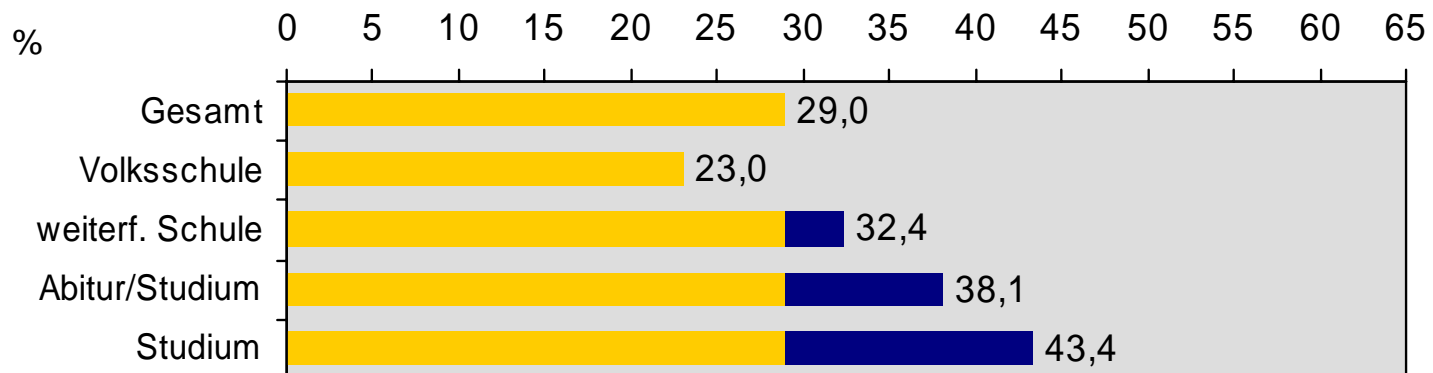
ÜBERPROPORTIONALE REICHWEITEN BEI DEN **BILDUNGS- UND EINKOMMENSELITEN**

Persönliches Einkommen pro Monat in Euro

Reichweite ADAC motorwelt

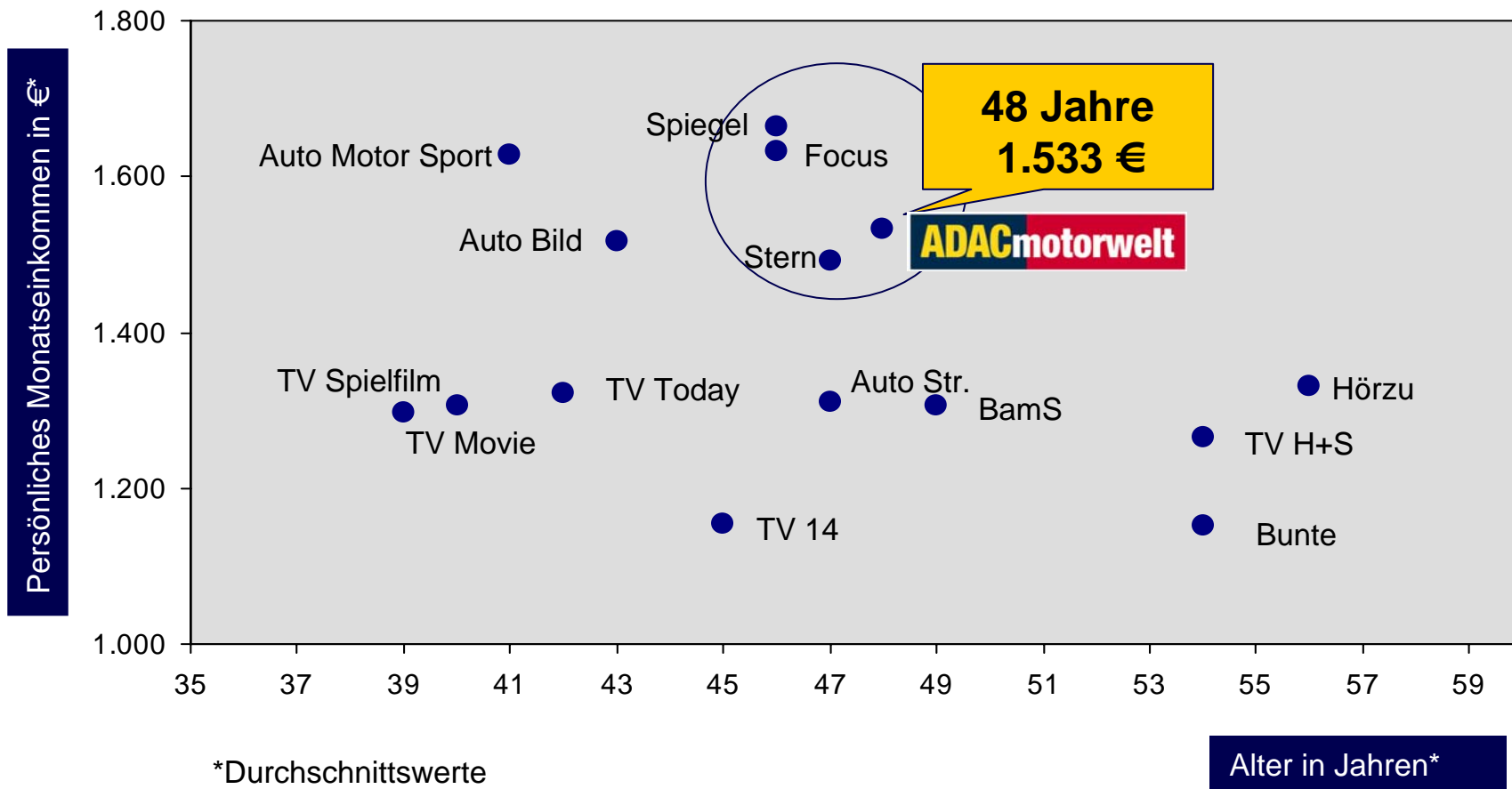


Schulbildung



IN DER ALTERS- UND EINKOMMENSSTRUKTUR

liegen die Leser der ADAC motorwelt auf dem Niveau der Stern-, Spiegel- und Focus-Leser



*Durchschnittswerte

Alter in Jahren*

Die Leistungen der ADAC motorwelt in der MA 2006/II


- Key-Trends
- Reichweiten
- Leserschaftsprofil

- **Die Wirtschaftlichkeit (TKP) des Werbeträgers**
 - **Vergleich der Top 10-Titel nach Reichweite & Wirtschaftlichkeit**
 - Gesamtbevölkerung
 - Männer
 - PKW-Fahrer
 - Männl. PKW-Fahrer
 - Männer, 20 - 59 Jahre,
pers. Eink. 2.000 €+
 - Männer / 20-59 Jahre /
weiterf. Schule +
 - **Leistungsvergleich: ADAC motorwelt, Focus, Stern, Spiegel**
 - **Streuplanoptimierung durch die ADAC motorwelt**

DIE WIRTSCHAFTLICHKEIT DES WERBETRÄGERS ist unübertroffen

- 18,85 Mio Leser machen die ADAC motorwelt trotz ihres absolut hohen Anzeigenpreises zu einem äußerst wirtschaftlichen Werbeträger.
- Um eine zur ADAC motorwelt adäquate Leistung mit anderen Titeln zu erreichen, muss wesentlich mehr Geld investiert werden
- Dies gilt nicht nur für breite Zielgruppen, z.B. bei der Gesamtbevölkerung und den Männern

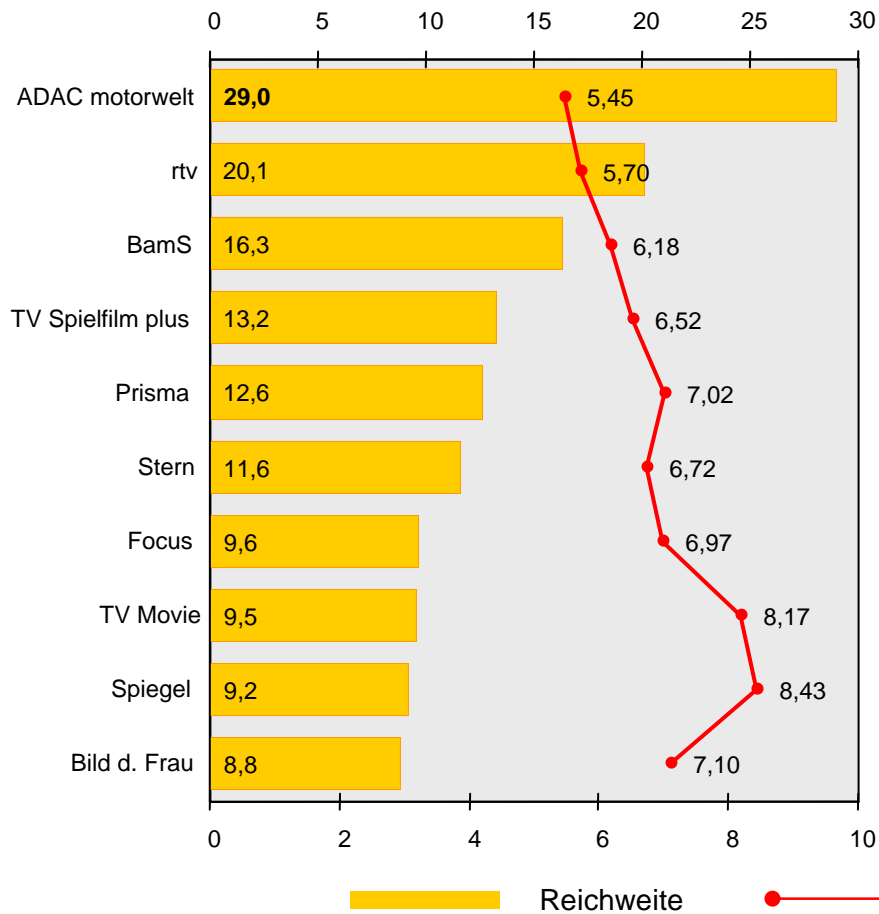
sondern auch

- aufgrund der gehobenen soziodemographischen Struktur ihrer Leser in den meisten First-Class-Zielgruppen, z.B. den Bildungs-, Einkommens- und Mobilitätseliten
- 

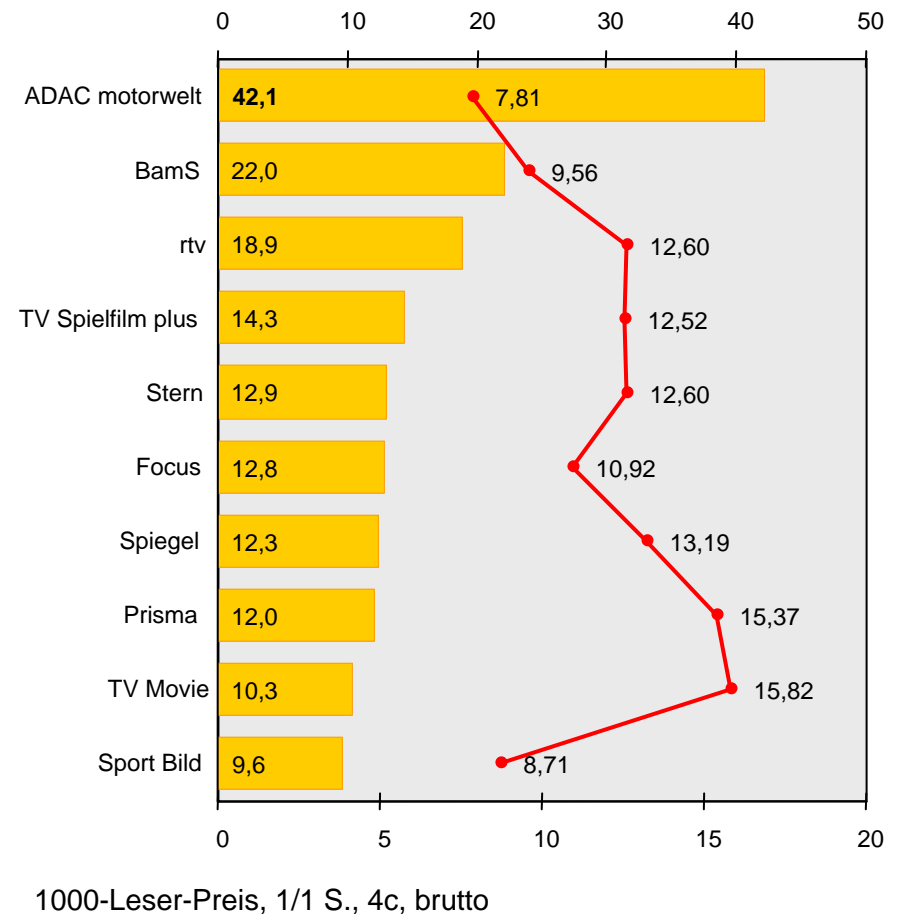
REICHWEITE UND WIRTSCHAFTLICHKEIT*

Leistungsvergleich der TOP 10 Titel (nach Reichweite)

Gesamtbevölkerung (65,07 Mio)



Männer (31,23 Mio)

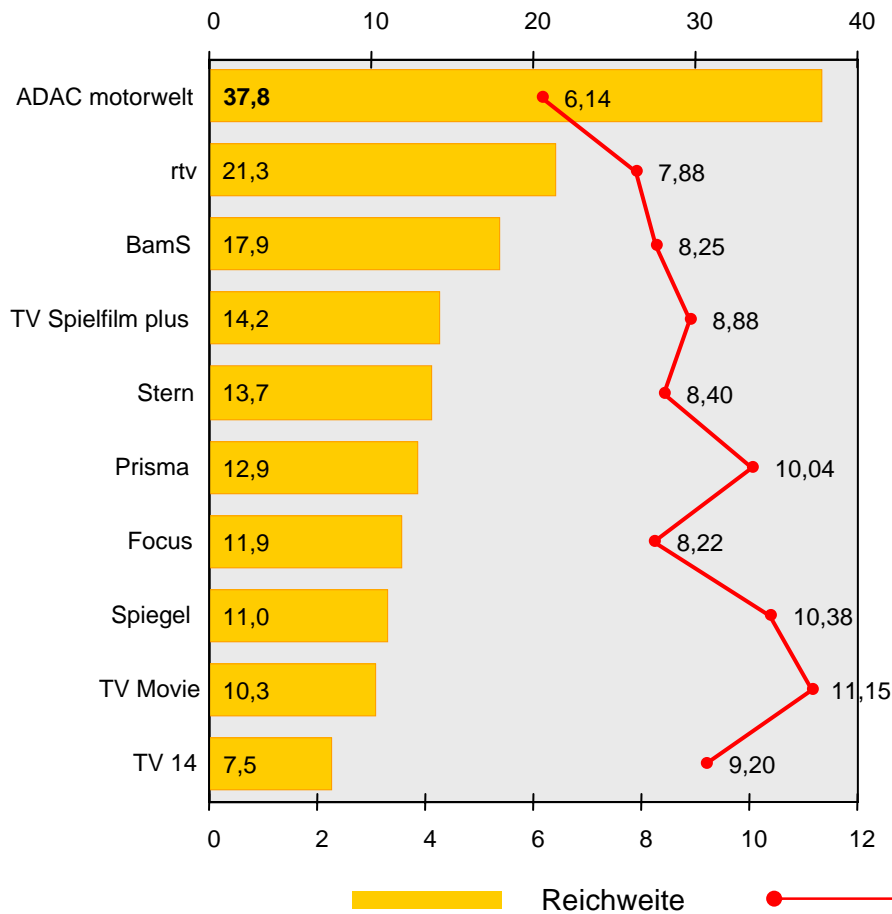


1000-Leser-Preis, 1/1 S., 4c, brutto

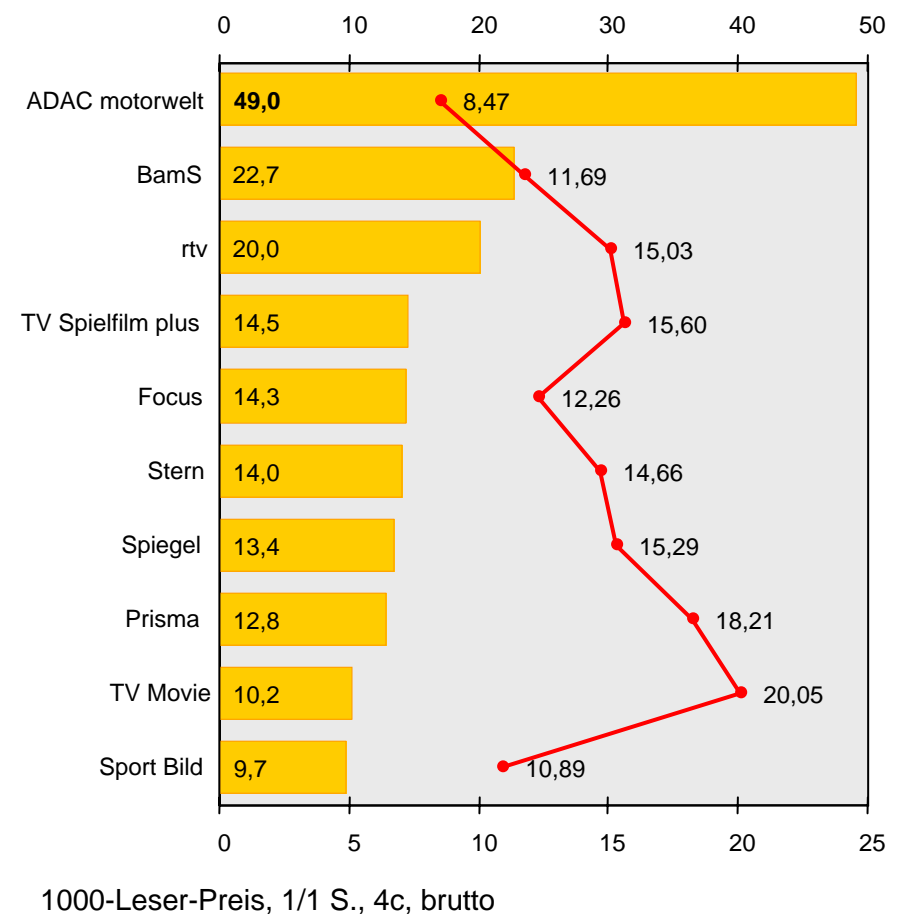
REICHWEITE UND WIRTSCHAFTLICHKEIT

Leistungsvergleich TOP 10 Titel nach Reichweite

Pkw-Fahrer (44,32 Mio)



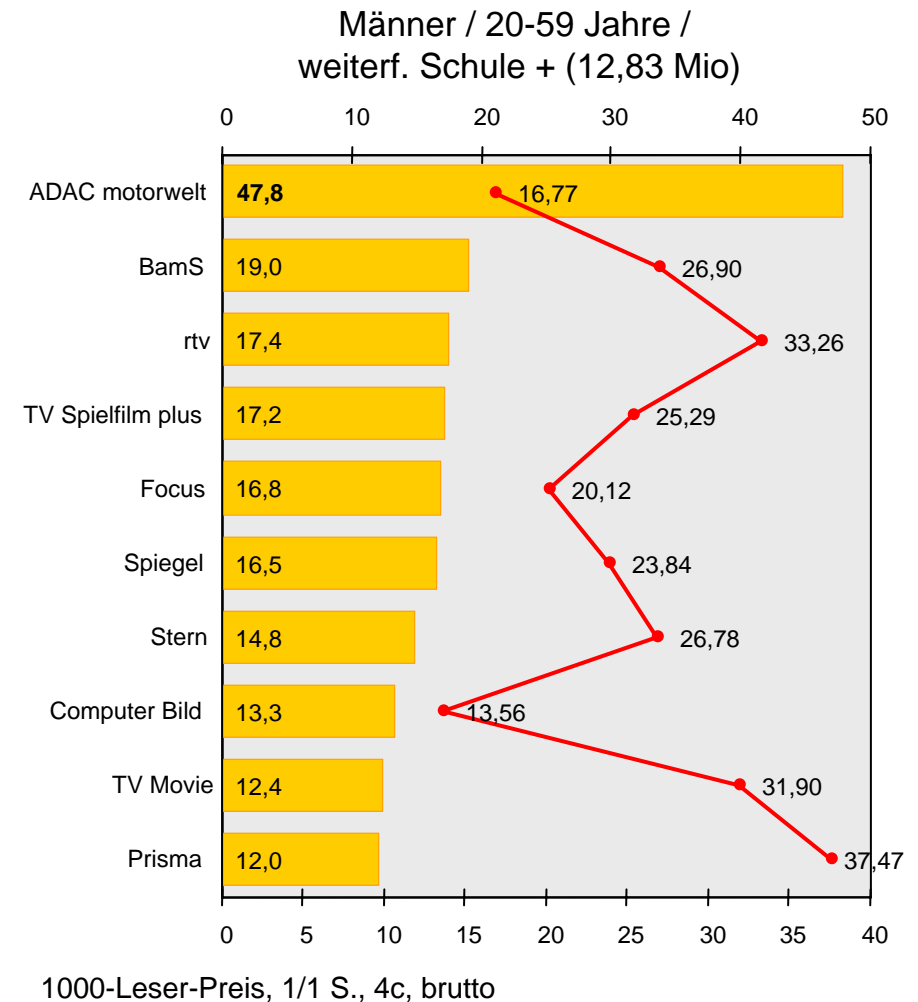
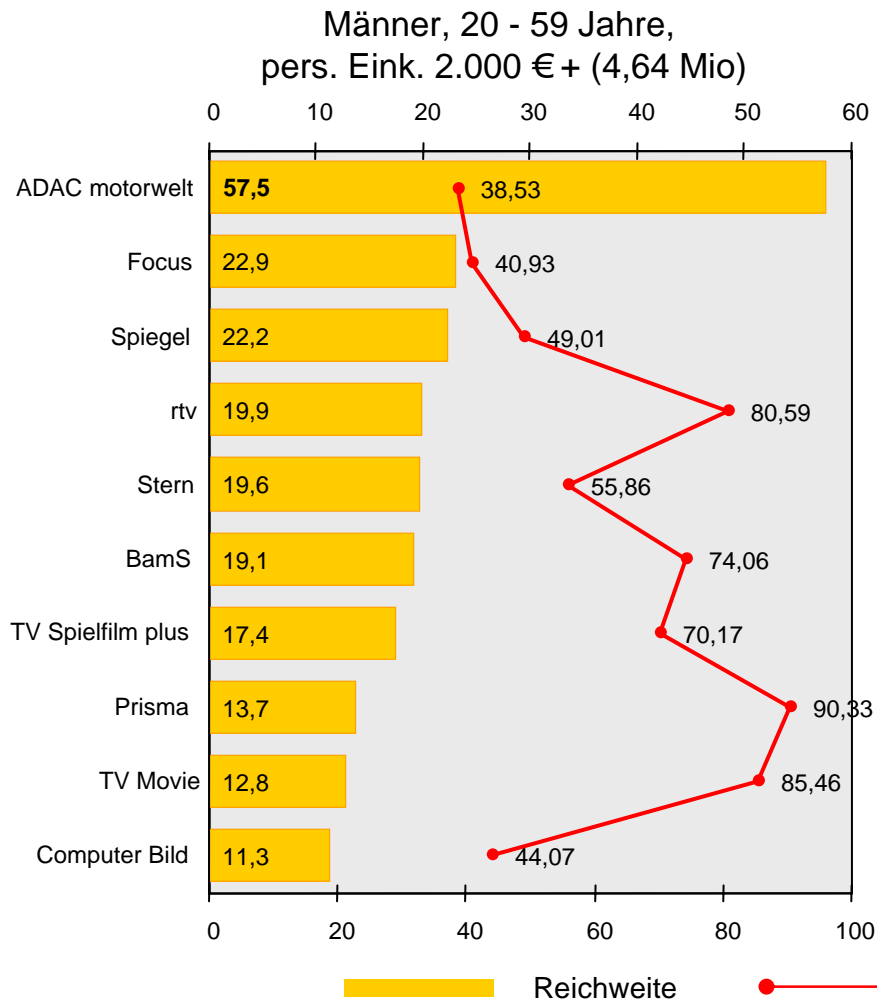
Männliche PKW -Fahrer (24,73 Mio)



1000-Leser-Preis, 1/1 S., 4c, brutto

REICHWEITE UND WIRTSCHAFTLICHKEIT

Leistungsvergleich TOP 10 Titel nach Reichweite



Vergleich von **Leistung** und **Kosten**

in der Zielgruppe: PKW-Fahrer, Männer (24,73 Mio)

Eine Schaltung in der **ADAC motorwelt** bringt mehr Leistung zu geringeren Kosten als **neun Schaltungen** in **Stern + Spiegel + Focus**

Leser: + 300.000

Kosten: - 317.623 €

* 1/1 Seite, 4c, netto

Werbeträger	Plan 1	Plan 2	Diff. Plan 2 / 1
Focus	3		
Der Spiegel	3		
Stern	3		
ADAC motorwelt		1	
Reichweite			
Nutzer in %	47,8	49,0	
Nutzer in Mio.	11,83	12,13	0,300
EUR pro 1000*			
Nutzer	36,78	8,47	
Kontakte	14,04	8,47	
Streuplankosten*	420.423	102.800	-317.623

Vergleich von **Kosten** und **Leistung**

in der Zielgruppe: PKW-Fahrer, Männer (24,73 Mio)

Die **ADAC motorwelt** schlägt
Stern, Spiegel und Focus
mit doppelter Leistung

+ 6.000.000 Leser

bei gleichen Kosten

Werbeträger	Plan 1	Plan 2	Plan 3	Plan-Diff.	
				3 / 1	3 / 2
Focus	1	1			
Der Spiegel		1			
Stern	1	1			
ADAC motorwelt			1		
Reichweite					
Nutzer in %	24,8	23,7	49,0		
Nutzer in Mio.	6,12	5,86	12,13	98%	107%
Kontakte					
GRP	28,4	27,4	49,0		
Kontakte in Mio	7,0	6,8	12,1		
Durchschnitt	1,1	1,2	1,0		
EUR pro 1000*					
Nutzer	15,42	17,32	8,47		
Kontakte	13,45	14,97	8,47		
Streuplankosten*	94.400	101.500	102.800		

* 1/1 Seite, 4c

Die ADAC motorwelt **optimiert** Streupläne in der Zielgruppe: PKW-Fahrer (44,32 Mio)

Die ADAC motorwelt

steigert die....

- Reichweite bis zu 30%
- GRPs bis zu 15%

senkt die....

- TKPs bis zu 21%

* 1/1 Seite, 4c, netto

Werbeträger	Plan 1	Plan 2	Plan 3	Plan-Diff.	
				2 / 1	3 / 1
Focus	3	2	2		
Der Spiegel	3	2			
Stern	3		2		
ADAC motorwelt		2	2		
Reichweite					
Nutzer in %	42,9	53,3	55,9		
Nutzer in Mio.	19,01	23,64	24,78	24%	30%
Kontakte					
GRP	109,8	121,4	126,8	11%	15%
Kontakte in Mio	48,9	53,8	56,2		
Durchschnitt	2,6	2,3	2,3		
EUR pro 1000*					
Nutzer	22,89	16,66	15,92		
Kontakte	8,94	7,32	7,02	-18%	-21%
Streuplankosten*	420.423	393.800	394.400		

Die ADAC motorwelt **optimiert** Streupläne in der Zielgruppe: PKW-Fahrer, Männer (24,66 Mio)

Die ADAC motorwelt im Plan

steigert die....

- Reichweite bis zu 38%
- GRPs bis zu 23%

senkt die....

- TKPs bis zu 26%

* 1/1 Seite, 4c, netto

Werbeträger	Plan 1	Plan 2	Plan 3	Plan-Diff.	
				2 / 1	3 / 1
Focus	3	2	2		
Der Spiegel	3	2			
Stern	3		2		
ADAC motorwelt		2	2		
Reichweite					
Nutzer in %	47,2	64,2	65,0		
Nutzer in Mio.	11,64	15,83	16,02	36%	38%
Kontakte					
GRP	127,0	154,0	156,7	21%	23%
Kontakte in Mio	31,3	38,0	38,6		
Durchschnitt	2,7	2,4	2,4		
EUR pro 1000*					
Nutzer	37,37	24,88	24,62		
Kontakte	13,89	10,37	10,21	-25%	-26%
Streuplankosten*	420.423	393.800	394.400		

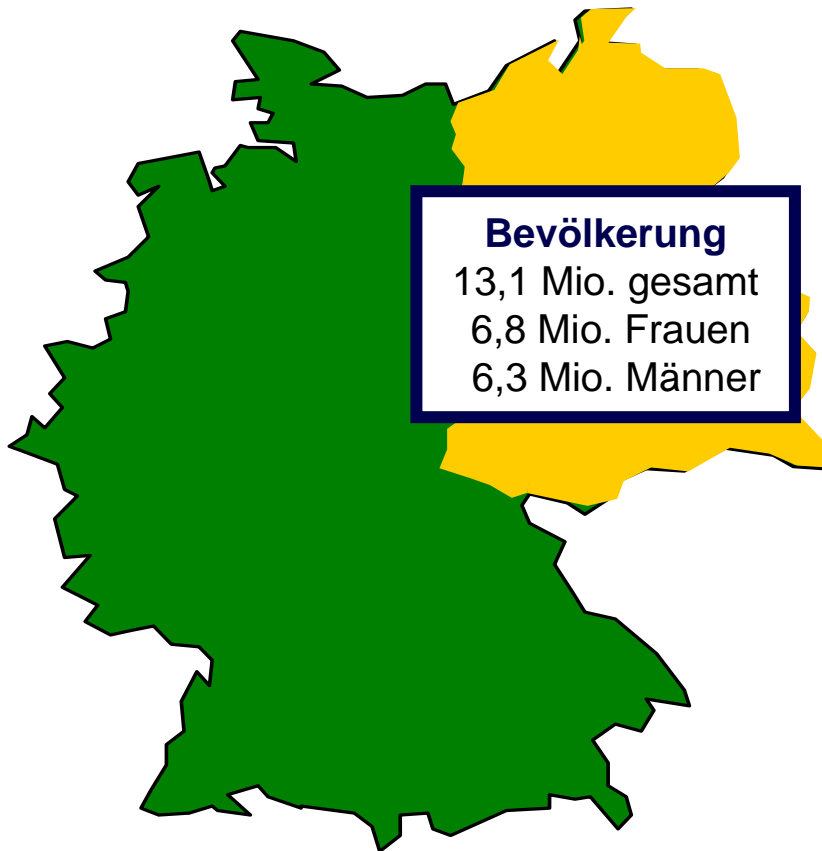
Die Leistungen der ADAC motorwelt in der MA 2006/II

- Key-Trends
 - Reichweiten
 - Leserschaftsprofil
 - Die Wirtschaftlichkeit des Werbeträgers

 - **Die Leistung in den neuen Bundesländern**
 - **Reichweite: Gesamt, Männer**
 - **Wirtschaftlichkeit: Top 10 Titel für Gesamt, Männer**

 - **Teilbelegungsmöglichkeiten der ADAC motorwelt**
- 

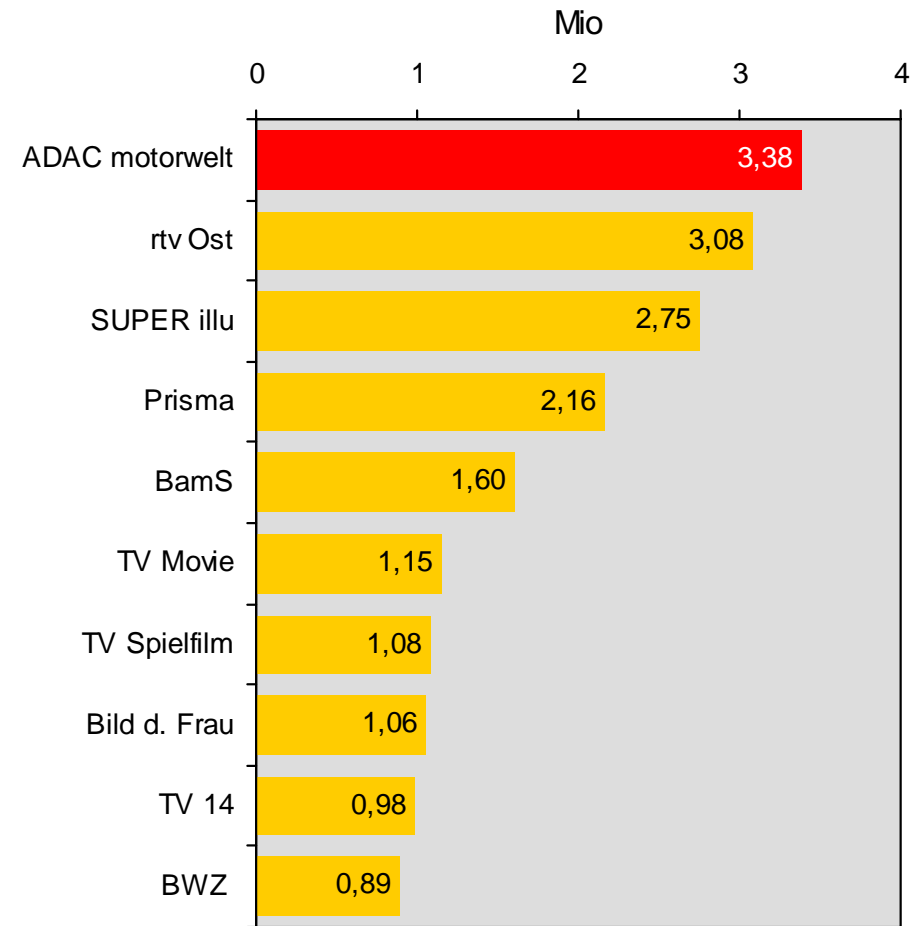
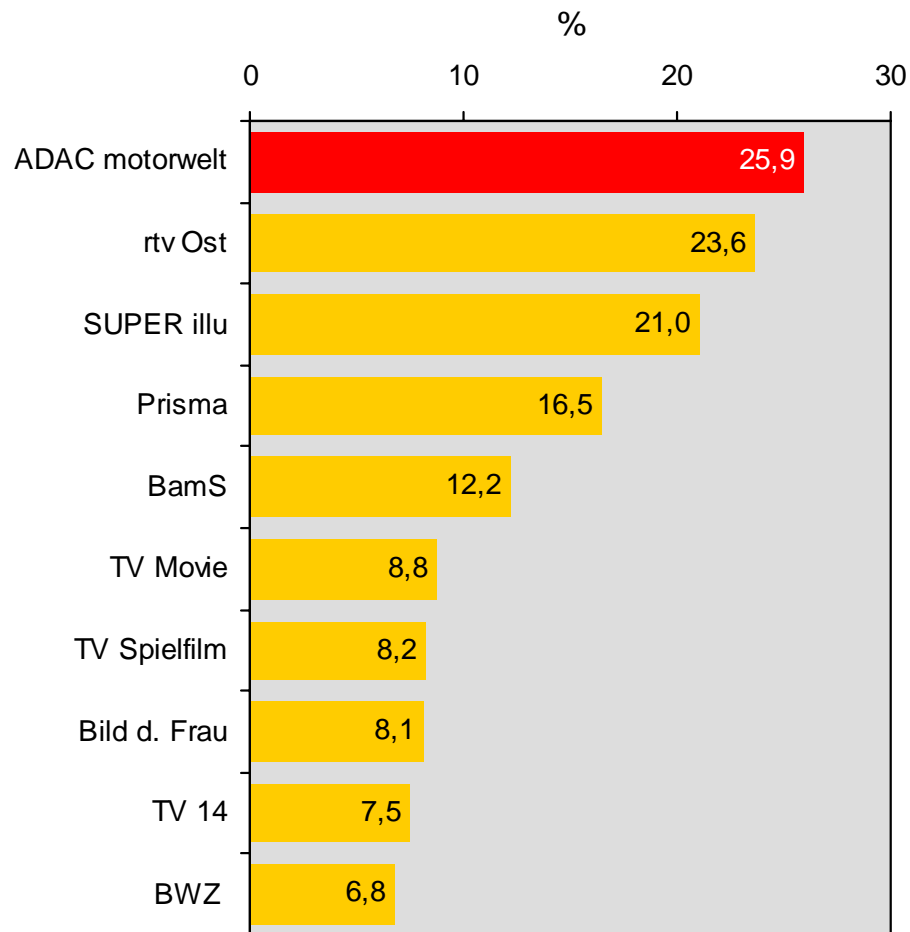
Lesermarkt neue Bundesländer



- Auch 16 Jahre nach der Wiedervereinigung unterscheidet sich die Mediennutzung in den neuen und alten Bundesländern deutlich.
- Die ADAC motorwelt ist seit einigen Jahren auch in den neuen Bundesländern die reichweitenstärkste Zeitschrift und erreicht aktuell 3,40 Mio. Leser.
- Der Stern hat nur 0,53 Mio. Leser in den neuen Bundesländern und kommt damit nur auf 30% seiner West-Reichweite.
- Die Teilausgabe Ost (inkl. Berlin West) der ADAC motorwelt bietet eine wirtschaftlich äußerst attraktive Belegungsmöglichkeit: 3,75 Mio. Leser zu einem TKP von 7,89 €.

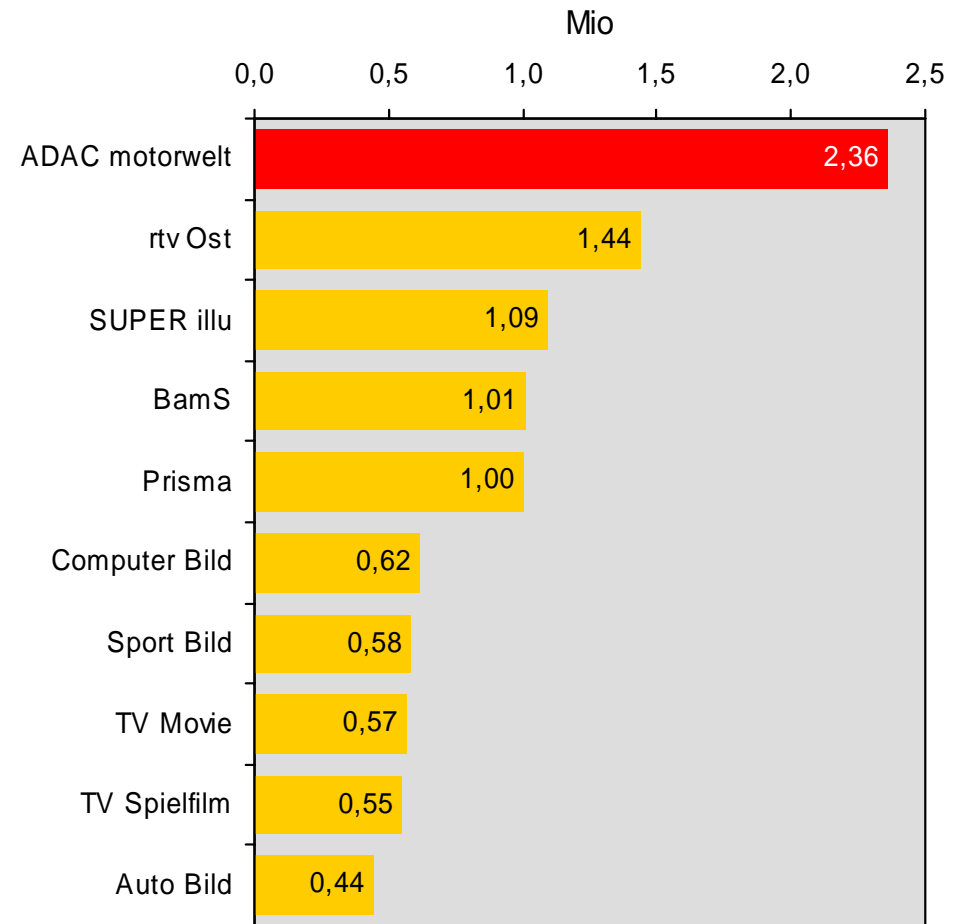
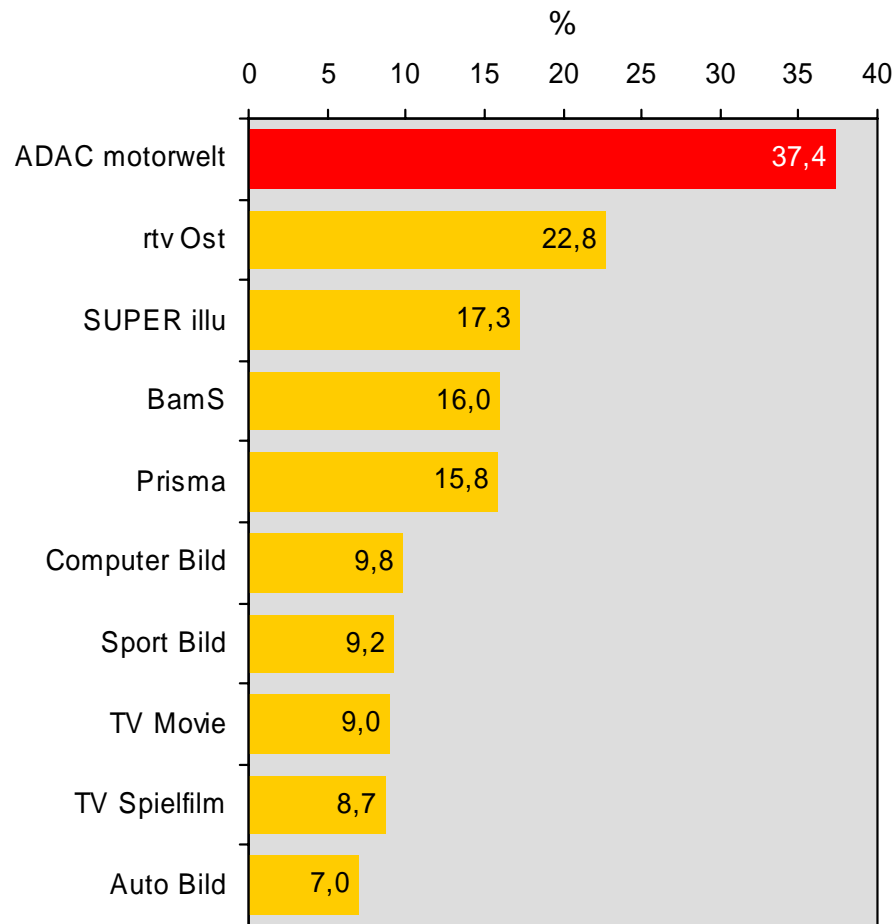
REICHWEITE DER TOP 10-TITEL:

neue Bundesländer: Gesamtbevölkerung (13,06 Mio)



REICHWEITE DER TOP 10-TITEL

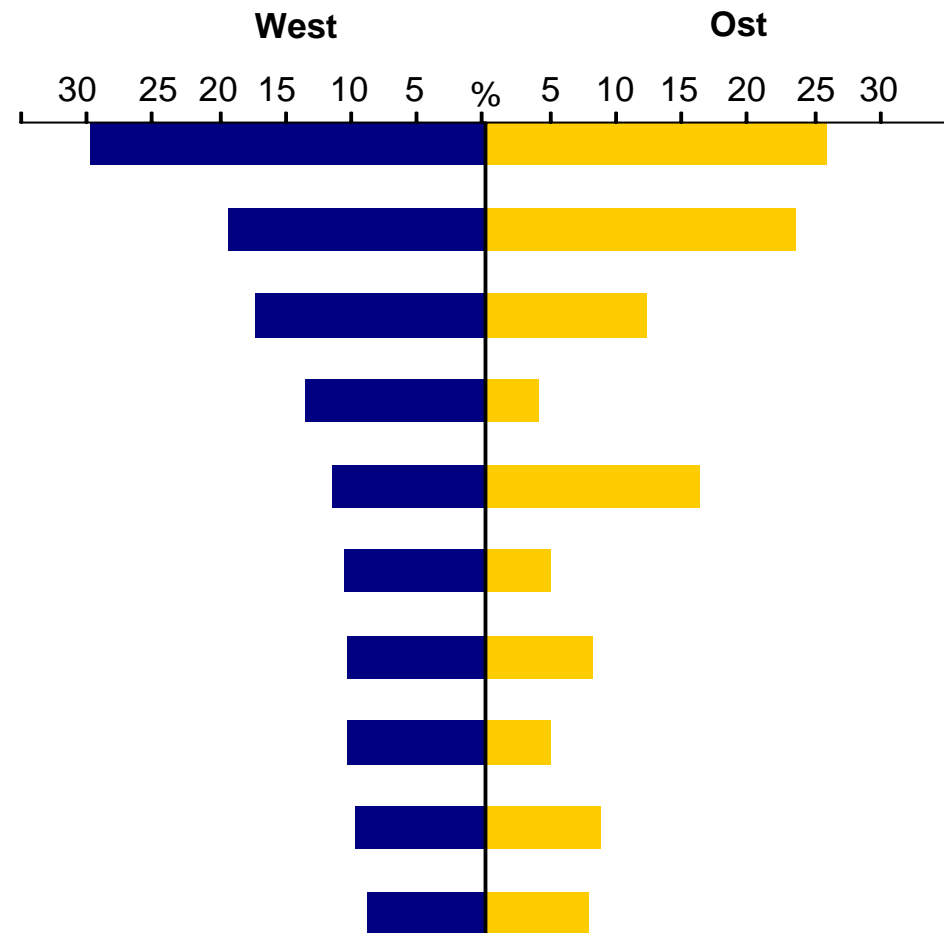
neue Bundesländer: Männer (6,3 Mio)



REICHWEITEN IN DEN ALTEN / NEUEN BUNDESLÄNDERN

Top 10 Titel alte Bundesländer: Gesamtbevölkerung

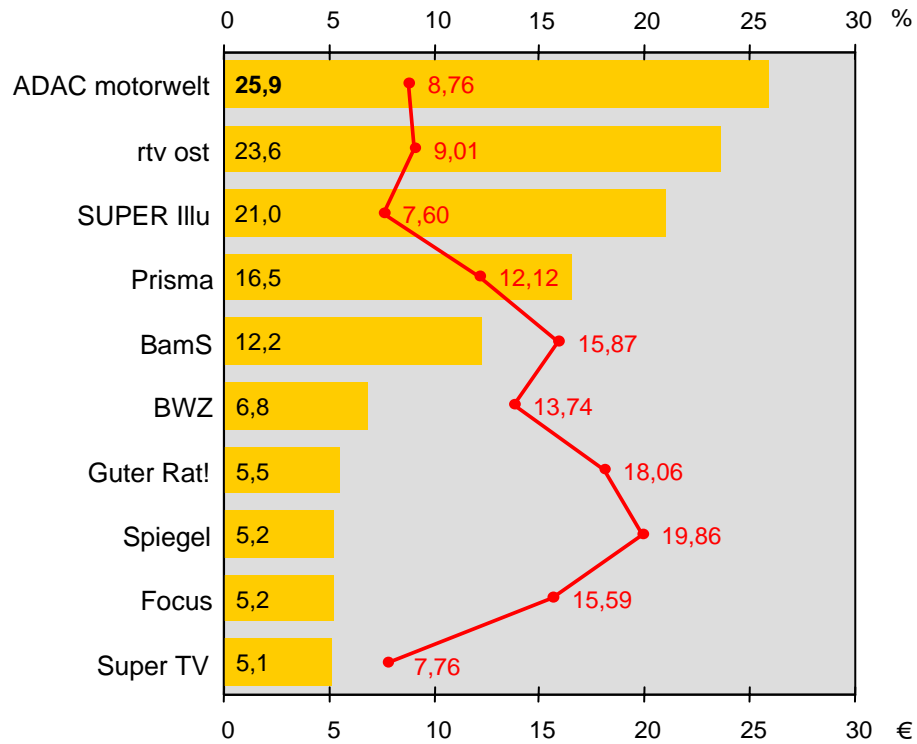
Reichweiten-%	West	Ost	Index West=100
ADAC motorwelt	29,8	25,9	87
rtv	19,2	23,6	123
BamS	17,3	12,2	71
Stern	13,5	4,1	30
Prisma	11,6	16,5	142
Focus	10,7	5,2	49
TV Spielfilm	10,4	8,2	79
Spiegel	10,2	5,2	51
TV Movie	9,7	8,8	91
Bild d. Frau	9,0	8,1	90



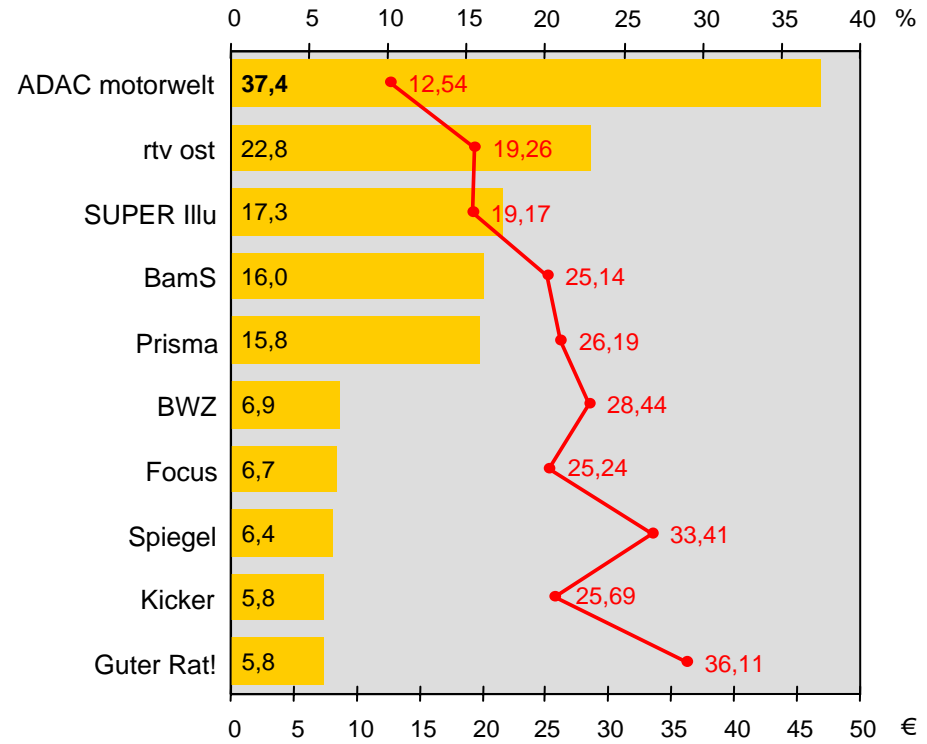
REICHWEITE UND WIRTSCHAFTLICHKEIT: NEUE BUNDESLÄNDER

Leistungsvergleich TOP 10 Titel (teilbelegbar/Ostausgaben)

Gesamtbevölkerung (13,06 Mio)



Männer (6,31 Mio)



Reichweite

1000-Leser-Preis, 1/1 S., 4c, brutto


ADAC MOTORWELT: TEILBELEGUNGSMÖGLICHKEITEN

1000-Leser-Preise (1/1 Seite, Preise 2006)

Regionen	Preise		Reichweite		1000-Leser-Preise	
	4 c €	s-w €	Mio	%	4 c €	s-w €
Gesamt	102.800	73.920	18,85	29,0	5,45	3,92
Teilbelegung						
West	89.000	63.750	15,11	29,9	5,89	4,22
Nord	48.400	34.700	7,30	30,0	6,63	4,75
Süd	50.500	36.200	7,81	29,8	6,47	4,64
Ost (inkl. Berlin West)	29.600	21.200	3,75	25,7	7,89	5,65
Nielsen I	24.500	17.550	2,98	28,5	8,22	5,89
Nielsen II	34.200	24.500	4,32	31,2	7,92	5,67
Nielsen IIIa	21.900	15.700	2,72	31,2	8,05	5,77
Nielsen IIIb	19.500	13.950	2,41	30,3	8,09	5,79
Nielsen IV	21.900	15.700	2,68	28,1	8,17	5,86

Die Leistungen der ADAC motorwelt in der MA 2006/II

- Key-Trends
 - Reichweiten
 - Leserschaftsprofil
 - Die Wirtschaftlichkeit des Werbeträgers
 - Die Leistung in den neuen Bundesländern

 - **Kontaktqualitäten / Nutzung der ADAC motorwelt**
- 

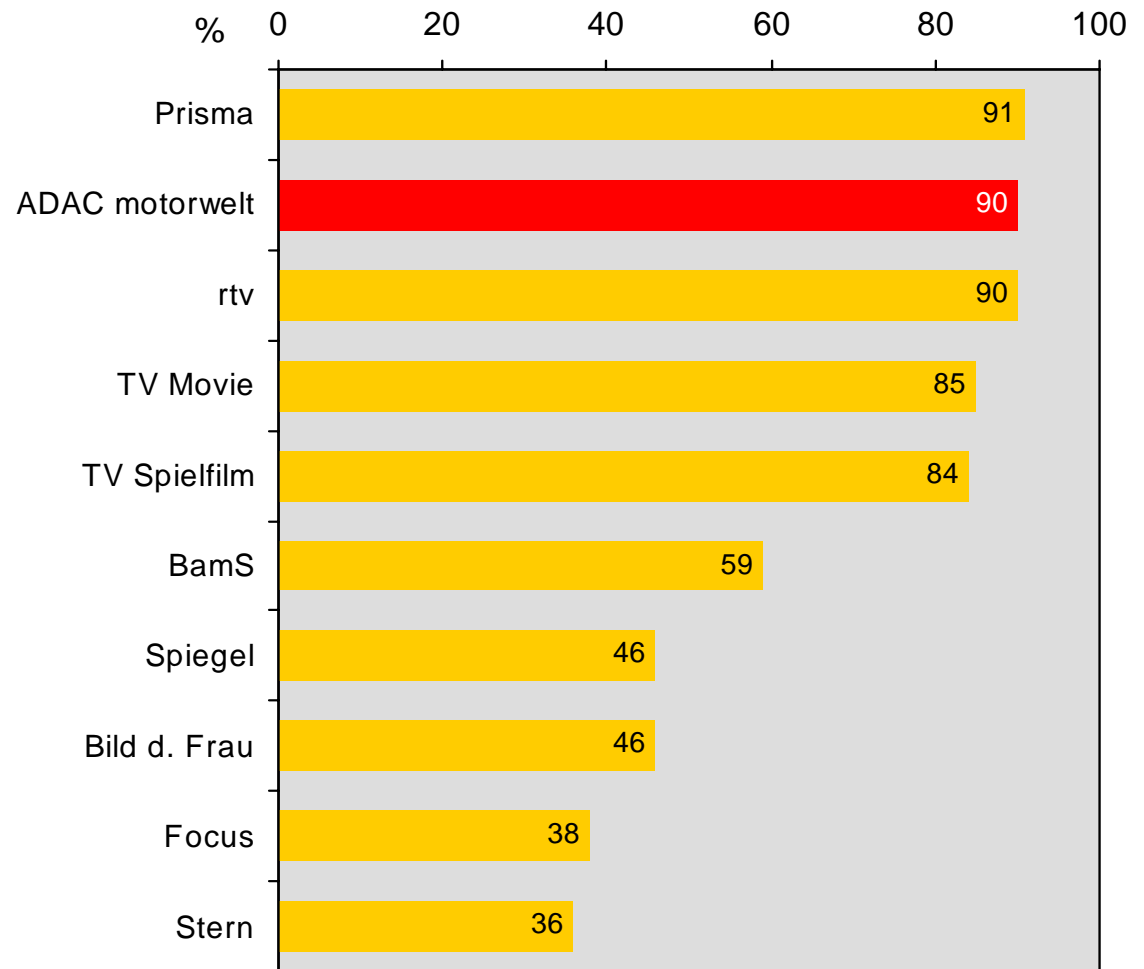
Die ADAC motorwelt wird **regelmäßig** und **intensiv** gelesen

- Die ADAC motorwelt hat einen extrem hohen Anteil von regelmäßigen Lesern (Kernleser):
 - **90% lesen mindestens 10 von 12 Ausgaben**
- Der Kernleser-Anteil bei der ADAC motorwelt liegt höher als bei den Programmzeitschriften:
 - **ein Zeichen hoher Wertschätzung von Seiten ihrer Leser**
- Der hohe Kernleseranteil garantiert eine sehr effiziente Kontaktkumulation.
 - **Bei 3 Schaltungen werden schon 2,7 Durchschnittskontakte erreicht**
- Die ADAC motorwelt wird besonders intensiv durchgeblättert. Dies dokumentiert der Kontaktquotient von 72 (Quotient von Werbeträgerreichweite (LpA) und Anzeigenreichweite (LpWS)):
 - **pro Ausgabe werden in der ADAC motorwelt relativ mehr Seiten durchgeblättert als bei Spiegel, Focus oder TV Spielfilm und TV Movie**

Die ADAC motorwelt wird **regelmäßig** gelesen

KERNLESERANTEIL der 10 reichweitenstärksten Titel

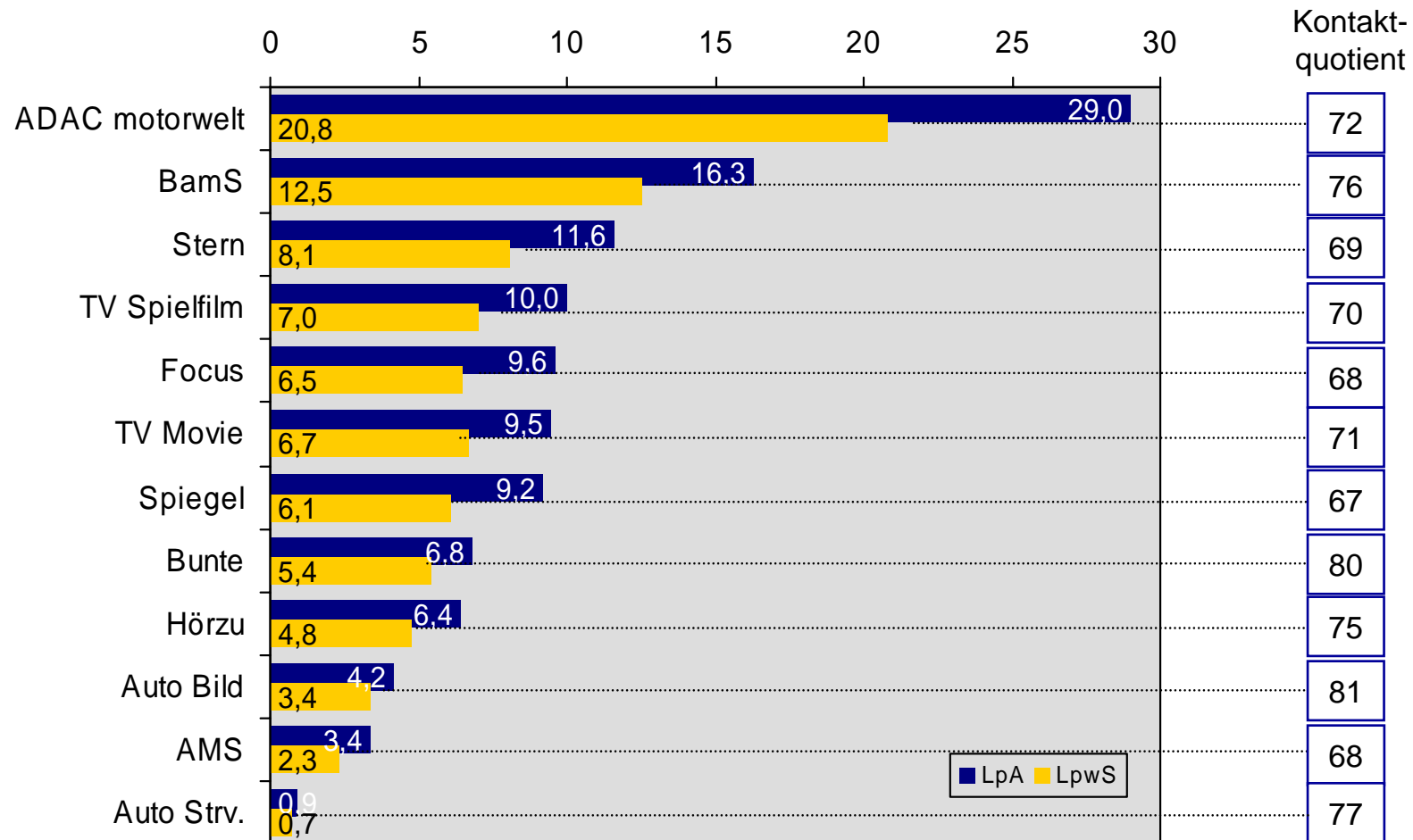
- 90% der ADAC motorwelt-Leser nehmen mindestens 10 von 12 Ausgaben in die Hand, um darin zu lesen oder zu blättern
- Dieser hohe Kernleseranteil
 - dokumentiert das Interesse der Leser an jeder Ausgabe
 - garantiert eine überdurchschnittliche Kontaktkumulation



Die ADAC motorwelt wird **intensiv** gelesen

KONTAKTQUOTIENTEN (LpA / LpwS) - ausgewählte Zeitschriften -

Die Seitenreichweite der ADAC motorwelt liegt bei 72% der Werbeträgerreichweite.
 Spiegel und Focus werden weniger intensiv gelesen

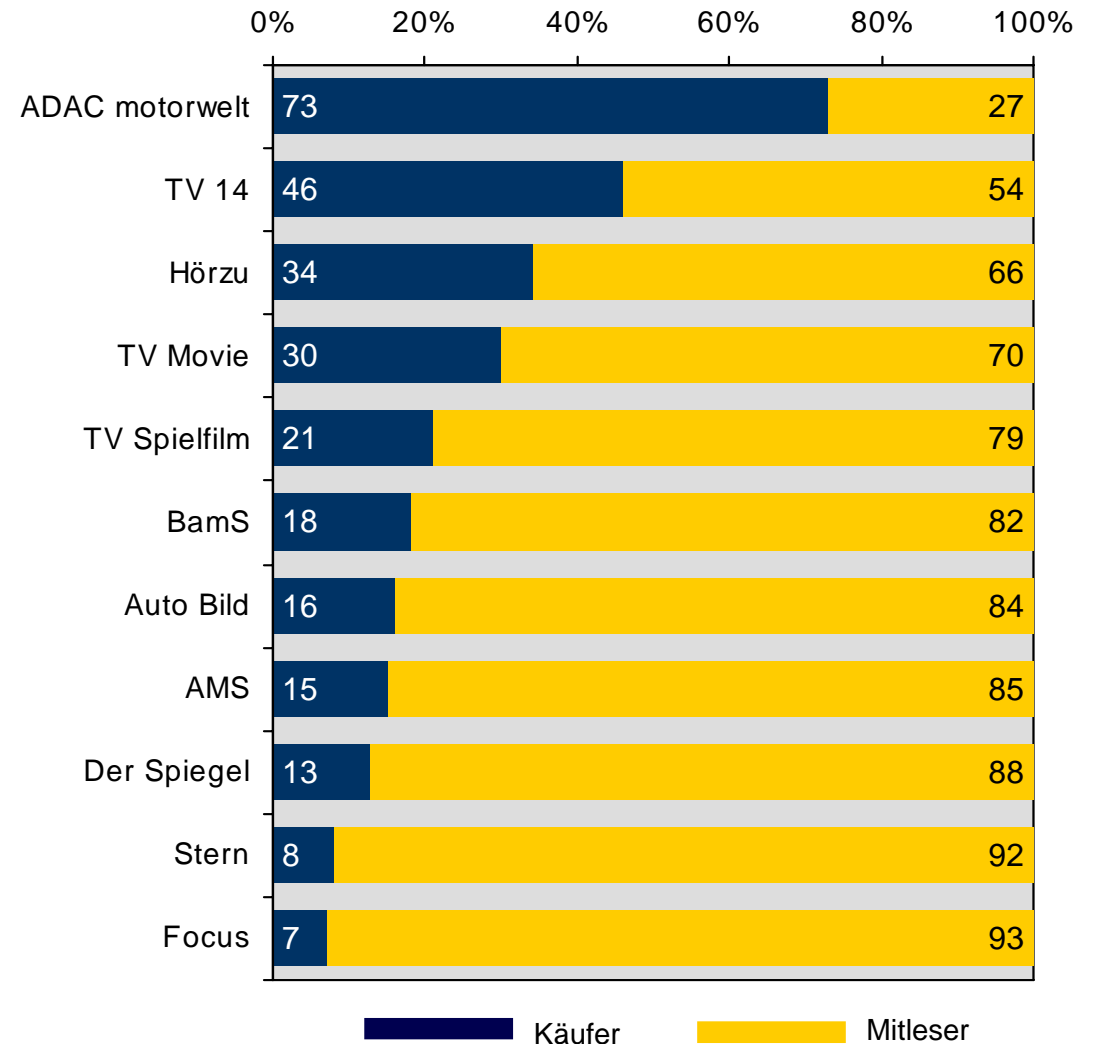


Kaufzeitschriften haben viele Leser aber wenig Käufer

Anteil Käufer (ABO/EV-Inland) an den Lesern einer Zeitschrift

ausgewählte Zeitschriften (MA 2006/II und IVW II/2006)

- **Kaufzeitschriften** bauen ihre Reichweite **größtenteils** über „**Mitleser**“ auf und nur zu einem geringen Teil über Käufer.
- **Nur** zwischen **7% - 13%** der **Leser** von Stern, Spiegel und Focus haben **das Heft auch gekauft**.
- Bei der ADAC motorwelt sind **73% der Leser** auch regelmäßige **Abonnenten**.



IHRE ANSPRECHPARTNER IN DEN VERLAGSBÜROS UND ANZEIGENABTEILUNG

Nielsen I

Verlagsservice Rüdiger Ritschel
Nicole Simons
Fontenay 1c
20354 Hamburg
Telefon (0 40) 22 72 25-0
Telefax (0 40) 22 72 25-10
E-Mail: info@vsritschel.de

Nielsen II

imedia Medienvertretungs GmbH
Friedrich Sülteimeier/Bettina Menkhoff/
Margarete Neumann
Bastionstr. 6a
40213 Düsseldorf
Telefon (02 11) 8 62 99 70
Telefax (02 11) 13 24 10
E-Mail: adac@imedia-net.de

Nielsen IIIa

Armin Müller-Merkert Medienservice
Armin Müller-Merkert
Finkenhofstr. 27
60322 Frankfurt
Telefon (0 69) 59 06 74
Telefax (0 69) 59 63 20 9

E-Mail: mueller-merkert@t-online.de

Nielsen IIIb

Rainer Kölln Medienservice GmbH
Rainer Kölln
Weinbergweg 3
70825 Korntal-Münchingen
Telefon (07 11) 83 99 77-0
Telefax (07 11) 83 99 77-55
E-Mail: koelln.medienservice@t-online.de

Nielsen IV

Horst Decker Mediaservice GmbH
Horst Decker/Patrick Kittler
Hanauer Str. 58
80992 München
Telefon (0 89) 15 50 51
Telefax (0 89) 15 44 88
E-Mail: info@decker-services.de

Nielsen V - VII

Verlagsservice Rüdiger Ritschel
Nicole Simons
Fontenay 1c
20354 Hamburg
Telefon (0 40) 22 72 25-0
Telefax (0 40) 22 72 25-10
E-Mail: info@vsritschel.de

Dänemark

i.j. International Media Consulting
Inga Jarvad/Per Rasmussen
Hojen 9
DK-4230 Skaelskor
Telefon (58) 19 24 04
Telefax (58) 19 25 04
E-Mail: imc@get2net.dk

Frankreich

Leadermedia
Pierre-André Obé
125 avenue des Champs Elysées
75008 Paris
Telefon (1) 53 57 69 13
Telefax (1) 53 57 69 15
E-Mail: p.obe@leadermedia.fr

Großbritannien

Extra Spatial
Charles Florman/Lili Florman
4 Lyall Street
GB-London SW1 X 8DW
Telefon (02 07) 2 35 87 89
Telefax (02 07) 2 35 85 05
E-Mail: ceflorman@aol.com

Niederlande

Bureau van Vliet B.V.
Jeen Westra
Passage 13-21, Postbus 20
NL-2040 AA Zandvoort
Telefon (23 57) 1 47 45
Telefax (23 57) 1 76 80
E-Mail: zandvoort@bureauvanvliet.com

USA

Publicitas/Globe Media Inc.
261 Madison Avenue, 7th Floor
USA-New York, N.Y. 10016
Telefon (2 12) 5 99 50 57
Telefax (2 12) 5 99 82 98
E-Mail: ppn-newyork@publicitas.com

Geschäftsführung

Dr. Ralf Ueding
Telefon (0 89) 76 76 23 20

Verkaufsleitung Markenartikel

Ulrich Weise
Telefon (0 89) 76 76 60 40
E-Mail: ulrich.weise@adac.de

Verkaufsleitung Touristik und Dienstleistungen

Harald Huber
Telefon (089) 76 76 60 52
E-Mail: harald.huber@adac.de

Leitung Anzeigenabwicklung

Hannelore Stadler
Telefon (0 89) 76 76 62 12
E-Mail: hannelore.stadler@adac.de

Anzeigenleitung

Dr. Carsten C. Hübner
Telefon (0 89) 76 76 47 13
E-Mail: carsten.huebner@adac.de

Verkaufsleitung Kfz-Bereich

Josef Eisenberger
Telefon (0 89) 76 76 60 35
E-Mail: josef.eisenberger@adac.de

Marketing/Mediaservice

Christian Krause
Telefon (0 89) 76 76 60 55
E-Mail: christian.krause@adac.de

Lutz Sonntag

Telefon (0 89) 76 76 62 41
E-Mail: lutz.sonntag@adac.de

Ihre Ansprechpartner in den Verlagsbüros für Touristik

Touristik Nielsen IIIb

Anzeigendienst Barbara Ulmer
Peter Ulmer
Heubuck 8
79289 Horben
Telefon (07 61) 29 05 19
Telefax (07 61) 29 00 38

Touristik Nielsen IIIa, IV, VI

Horst Decker Mediaservice GmbH
Eva Grzeschik
Hanauer Str. 58
80992 München
Telefon (0 89) 15 50 51
Telefax (0 89) 15 44 88

Touristik Italien II

(außer Südtirol/Trentino/Belluno)
A. Janetzki s.r.l.
Giancarlo Janetzki
Viale Pio VII, 45-49 r
I-16148 Genova-Quarto
Telefon (0 10) 38 17 59
Telefax (0 10) 38 35 81
E-Mail: janetzki@janetzki.it

Touristik Italien I

(Südtirol/Trentino/Belluno)
OP Werbung
Annemarie Cortelletti/Siegfried Unterkircher
Raingasse 14/III
I-39100 Bozen
Telefon (04 71) 97 22 22
Telefax (04 71) 97 62 35
E-Mail: opwerbung@dnet.it

Touristik Österreich/Schweiz/ Kroatien/Slowenien

IGL Werbedienst GmbH
Günter Kinzel/Emmerich Pfeffer
Jahnstraße 19
A-5021 Salzburg
Telefon (06 62) 45 36 15
Telefax (06 62) 45 20 38
E-Mail: office@igl.at

Touristik Spanien

Servicios Touristicos
Heinze Latzke S.A.
Calle Angli 31, 3º
E-08017 Barcelona
Telefon (93) 2 80 40 44
Telefax (93) 2 05 63 90
E-Mail: info@servitur-heinze.com

Touristik USA

America Live, Inc
Rene Welti
5070 Johns Creek Ct., Suite 100
USA - Aoparetta, GA 30022
Telefon (770) 448-4479
Telefax (770) 448-4619
E-Mail: rwelti@americalliveads.com

Touristik Italien III

(Überregionaler/regionaler Fremdenverkehr
außer Südtirol/Trentino/Belluno)
Publitour S.p.A.
Paolo Esposito
Via Casette di Sotto, 13
I-37010 Palazzolo di Sona (VR)
Telefon +39(045)6 09 16 11
Telefax +39(045)6 08 23 06
E-Mail: commerciale@publitour.it