

Relaunch «Garage 2000»

# Konzept «Garage 2000»



## 0. Ausgangslage

Nach drei Jahren «Garage» im bisherigen Layout wurde es für die Weiterentwicklung der Zeitschrift notwendig, den redaktionellen Inhalt neu zu strukturieren (plus zu ergänzen) und in ein aktuelles Layout zu legen. Alle Themengebiete der CH-Autobranche in ein Monatsmagazin für die Entscheider in Handel und Gewerbe zu packen war die Entscheidung für den Relaunch.

Gleichzeitig wird ein verbessertes Werbekonzept für unsere Kunden eingeführt, das zum Heftinhalt passende Platzierungen zulässt.

Grundlage dazu waren Leserumfragen, die letzte davon war die Empfänger-Struktur-Analyse vom Juli 1998, die von der Geschäftsleitung geforderte Verbesserung der Fachinformation im Bereich der Entscheider des schweizerischen Garagengewerbes sowie die von der Redaktion erwünschte Weiterentwicklung des ursprünglichen Verbandsorganes des AGVS hin zu einer breit abgestützten Informationsplattform für das ganze Automobilgewerbe.

## 1. Analysen

### 1.1 Leseranalyse

Aus der Empfänger-Struktur-Analyse vom Sommer 1998 geht hervor, dass die Garage-Lesern die Rubriken Branchenentwicklung, News, Marktstatistiken, Kundendienst, Betriebsorganisation, Automobilwirtschaft,

Werkstatt, Recht, Finanzierung, Kommentare zur Branche als sehr wichtig oder wichtig taxieren.

Weniger wichtig sind den Lesern die Themenbereiche Lack und Karosserie, Firmenportraits, Branchenveranstaltungen, Versicherungen, Meinungen, Garagistenumfragen, Messeberichte oder Computer-Software sind eher weniger gefragt.

Weitere Kenndaten aus der ESA:

- für 89% der Leser ist die «Garage» das Informationsmittel Nummer 1, nach der Automobilrevue mit 86.4% und Eurotax Auto Information mit 53.2%. **DAS BEDEUTET**, dass die Garage die beruflichen Bedürfnisse der Garagisten am besten erfüllt und diesem Aspekt in Zukunft unbedingt noch besser gerecht werden muss, um die Führung im Fachinformationsbereich zu halten und auszubauen
- 58.4% der Leser finden die für sie interessanten Themen beim Durcharbeiten von vorn nach hinten, 48.7% über das Inhaltsverzeichnis und 43.5% über die Artikelüberschriften. **DAS BEDEUTET**, dass das vorne platzierte Inhaltsverzeichnis als wichtiges Leserführungsmittel grossen Wert für den Leser hat. Deshalb wird es neu auf zwei Seiten in ausführlicher Form gestaltet. Somit ist dem Leser die Selektion und der rasche Zugriff auf den Inhalt gewährleistet. Dies wird durch die differenziertere Farbgebung der Hauptrubriken, aber auch durch die Gestaltung, auf die Punkt 4.4 detaillierter einght, nochmals stark unterstützt.
- 57.1% lesen alle oder fast alle Seiten der «Garage»,

16.9% rund die Hälfte aller Seiten und 11% etwa drei Viertel aller Seiten.

**DAS BEDEUTET**, dass der gesamte Heftinhalt dramaturgisch, inhaltlich und gestalterisch konsistent aufgebaut wird. Durch die Wahl der Reihenfolge der Hauptrubriken, den Aufbau der einzelnen Rubriken, das inhaltliche Jahreskonzept und die leserfreundlichere Gestaltung wird dem Aspekt des «Durcharbeiten der Zeitschrift» entsprochen.

- rund 4500 aller Autohäuser sind markengebundene Garagebetriebe mit etwa 1.3 Marken pro Garage.

**DAS BEDEUTET**, dass der einzelne Leser grosses Interesse an gezielten Informationen über Automarken hat, jedoch nicht nur an einzelnen Premium-Marken oder anderen Segmentierungen, sondern das komplette Markenumfeld beleuchtet haben will.

- rund 1500 aller Garagenbetriebe sind markenungebundene Garagen.

**DAS BEDEUTET**, dass Informationen über Entwicklungen im markenunabhängigen Umfeld der Automobilbranche für rund ein Viertel der Leser von grossem Interesse sind und darumin der Themenplanung berücksichtigt werden.

- 42% des Gewinns wurden 1998 mit der Werkstatt, 28% mit Ersatzteilen und Zubehör und je 15% mit Neu- und Occasionswagen erwirtschaftet.

**DAS BEDEUTET**, dass insbesondere Themen, die mit der Werkstatt zusammenhängen, von grossem wirtschaftlichem Interesse für den Garagisten sind und daher in der Fachzeitschrift für den Garagisten entsprechend zu behandeln sind.

- Auflage Total 9500, davon rund 5000 de + fr AGVS-Mitglieder, der Rest, (4500) an andere Branchenteilnehmer und Interessierte. Dabei ist die deutsche Auflage 6500 und die französische 3000 Exemplare.

**DAS BEDEUTET**, dass die «Garage» und die «Garage Edition Romande» ab dem Januar 2000 nach neuem Konzept erscheinen.

## 1.2 Redaktionsanalyse

Verschiedene Workshops mit Branchenteilnehmern, Repräsentanten des Autohaus-Verlags sowie der Geschäftsleitung, Redaktion und Produktion GFV ergaben, dass die Inhalte der «Garage» im Vergleich zu den Leserbedürfnissen zu unausgeglichen fokussiert waren, um den Entscheidern in der Autobranche die geforderte, breit gefächerte Information zu bieten. Zuwenig wurden wichtige Themenkreise wie Politik, Wirtschaft, Marktstudien oder Internet behandelt.

Die bisherige Fokussierung auf einzelne Branchenteilnehmer muss einer «gerechten» Berücksichtigung aller Teilnehmer seitens der Redaktion weichen. Es wird keine Gleichmacherei betrieben, sondern berichtet, wo es etwas zu berichten gibt, dies jedoch ohne Bevorzugung einzelner. Die Redaktion ist unabhängig in der Art und Auswahl der Berichterstattung, sofern diese nicht gegen Gesetz und Anstand verstösst und sofern möglich, verschiedene Betrachtungsweisen derselben Thematik aufgezeigt werden.

## 1.3 Schlussfolgerungen

Zusammenfassend gesagt, ist in der «Garage» der Informationsgehalt breiter aber trotzdem fachspezifisch aufzubereiten und in strukturierter, leserfreundlicher Form zu veröffentlichen.

Dazu ist der Einbezug von spezialisierten Autoren notwendig, welche die Themen fundierter aufbereiten, als dies bisher durch die Redaktion Garage der Fall war.

Um das Ziel – Fachinformation für die Schweizer Automobilbranche – zu erreichen, wurde ein neues Inhaltskonzept entwickelt, das eine Planung nach Schwerpunktthemen vorsieht, welche über das Jahr hinweg praktisch alle Sachgebiete der Branche abdeckt. Somit können die Inhalte dem Jahresrhythmus der Branche angepasst werden und lassen einen effektiveren Verkauf der Inserate zu, weil die Inserenten neben ihrer Imagewerbung die Möglichkeit haben, gezielt auf in der «Garage» behandelte Themen für ihre Produkte und Dienstleistungen zu werben. Durch die Wahl von sieben Hauptrubriken und entsprechende Unterrubriken wird allen automobilen Bereichen ein Platz eingeräumt.

Die neue Garage ist als Kernprodukt konzipiert, an das bei Bedarf synergetisch eine ganze Palette von weiteren Produkten angeflanscht werden kann (Spezials, Extras, CD-ROM, Sonderdrucke, Journal du Salon, Internet-Auftritt, Diskussionsforen, Informations-Seminare,...)

## 2. Struktur der Garage

### 2.1 Drei Säulen

Das neue Redaktionskonzept hat eine definierte Funktionalität. Diese wird durch drei Säulen erreicht und dient der effizienten Leserführung und der Erhöhung der Inhaltstransparenz.



Informationen über Status und Veränderungen des wirtschaftlichen und politischen Umfeldes des Gewerbes.



Aufbereitung von Themen zur Weiterbildung, zum Ausüben des Berufes sowie zur Führung und Sicherung des Unternehmens wichtiger Informationen.



Informationen über die Aktivitäten und Ergebnisse der Institutionen der Meinungsbildner und Interessenvertreter.

## 2.2 Inhaltliche Struktur

### Titelseite

- Gesicht der Zeitschrift, Logo «Garage», Ausgabe-Nr, Verbandsorgan des AGVS, Logos der Partner Eurotax und AGVS.
- Schlagzeilen aller Hauptrubriken zur Leserführung.
- Werbefläche 1/2 Seite, hoch, Sujet freiwählbar durch Inserenten, keine Beeinflussung durch Redaktion und Grafik im Sujet, im Inhaltsverzeichnis zusätzlicher, fester Platz für Erklärung der Titelseite.

### Editorial

- Verkaufstext für Inhalt der Ausgabe
- Bild Chefredakteur
- Text kann mit oder ohne Bilder gestaltet werden
- Text mit oder ohne Angaben der Seitenzahlen (direkter Bezug auf Artikel)
- Kommentar zur aktuellen Lage der Branche oder besondere Vorkommnisse
- Mitteilungen an die Leserschaft
- Werbefläche 1/4 bis 1/3, hoch

### Inhaltsverzeichnis

- Kurzbeschreibung der gesamten Ausgabe
- Vorinformation über Artikelinhalt
- Informationen über Beilagen
- Zusatzinfo zur Titelseite
- Werbeflächen 2 x 1/3, hoch; 1 x Banner Spez.

## Brancheninformationen

### 1. Wirtschaft

- **Newsseite**
- **Automobilwirtschaft (national und international)**  
Firmen, Marken Personalia, Interna, Zulieferer, Ausstellungen, Messen, Pressespiegel, Medienhinweise, Brancheneckdaten, Vertriebsstrukturen, Margensysteme, Internet-Informationsmöglichkeiten (URL)
- **Volkswirtschaft**  
Statistiken, Bautätigkeit, Geldmarkt, Börsen, Demografie, andere Branchen, URL, Eckdaten, Veränderungen der Rahmenbedingungen, Konsumverhalten

### 2. Politik

- **Newsseite**
- **Politik aus Bund, Kantonen und Gemeinden mit Auto- oder Strassenbezug**
  - News aus der Gesetzgebung und deren politische Initiatoren
  - Abstimmungen, Wahlen, Session, wer vertritt was, Interview/Statement/Zitat des Monats
  - URL, Bundesämter mit weitergehenden Informationen, Parteien, Aussenpolitik, Verkehrspolitik

### 3. Handel

- **Newsseite**
- **Neuwagenhandel**
  - Statistiken, Zulassungszahlen, Entwicklung einzelner Segmente, Trends bei neuen Modellen
  - Beschrieb des Modells und seiner direkten Konkurrenten
  - Gesamtbetrachtungen über Modellreihen einzelner Hersteller
  - Änderungen in den Vertriebsstrukturen, spezielle Beschaffungsmöglichkeiten, Car-Sharing Eckdaten, Margensysteme, Personalia, Interna, Messen und Ausstellungen, Medienhinweise,
  - Pressespiegel, URL, Import/Export, OR, Versicherungsrecht, Konsumkreditgesetz, Gewährleistungspflicht
- **Occasionenhandel**
  - Statistiken, Marktentwicklung, Standzeiten, Preise, Ausstattungen
  - Bewertung, Volumenfahrzeuge, gesuchte Modelle, Bewertungsgrundlagen
  - Änderungen in den Vertriebsstrukturen, spezielle Beschaffungsmöglichkeiten,
  - Eckdaten, Handelshemmnisse, Personalia, Interna, Messen und Ausstellungen, Medienhinweise,
  - Pressespiegel, URL, Import/Export, OR, Versicherungsrecht, Konsumkreditgesetz, Gewährleistungspflicht
- **Teile und Zubehör**
  - Beschaffungsmöglichkeiten, Preis-/Qualitätsunterschiede\*
  - Zubehörrends, (Kinder, Sport, Hunde, Komfort, Tuning)
  - Tuning (Gesetze, Mittel, Trends, Hersteller/Importeure/Händler)
  - Änderungen in den Vertriebsstrukturen, spezielle Beschaffungsmöglichkeiten,
  - Eckdaten, Handelshemmnisse, Personalia, Interna, Messen und Ausstellungen, Medienhinweise, Pressespiegel, URL, Import/Export, OR, Versicherungsrecht, Konsumkreditgesetz, Gewährleistungspflicht

### 4. Werkstatt

- **Newsseite**
- **Allgemein**
  - Beschaffungsmöglichkeiten, Preis-/Qualitäts-/Anwendungsunterschiede, META-Tabellen
  - Statistiken, Marktentwicklung, spezielle Beschaffungsmöglichkeiten, Eckdaten, Personalia, Interna, Messen und Ausstellungen, Medienhinweise, Pressespiegel, Anbieter, URL, Import/Export
- **Betriebsmittel**
  - Verbrauchsmaterialien
  - Werkstatt-/Spezialkleidung
  - Schmierstoffe

- sanitäre Anlagen
- Kleinteile
- Treibstoffe
- Standard-Teile

#### • **Werkstattorganisation**

- Kundendienst
- Garantiefälle, -abwicklung
- Arbeitsplanung
- Auftragsabwicklung
- Teileplanung
- Zusammenarbeit mit Partnern
- Kunden-/Fahrzeugdatenbanken

#### • **Büro /EDV**

- Planungshilfsmittel
- Bestellwesen
- Möblierung
- EDV-Anlagen
- Abrechnungsprogramme
- Beleuchtung

#### • **Einrichtung**

- Werkstattinventar
- Beleuchtung
- Waschstation
- Inventar und Buchhaltung
- Unfallschutz
- Wasser, Strom, Luftdruck
- Abfall-, Altstoffentsorgung

### 5. Management

#### • **Newsseite**

#### • **Allgemein**

Firmen, Marken Personalia, Interna, Ausstellungen, Messen, Seminare, Kurse, Pressespiegel, Medienhinweise, Eckdaten, Fachliteratur, Marktentwicklung, Beschaffungsmöglichkeiten, Personalia, Interna, Medienhinweise, Pressespiegel, URL

#### • **Marketing**

- Grundlagen Marketing/Werbung
- Corporate Identity
- neue Ideen im Garage-Marketing
- Internet
- Marketing CD-ROM

#### • **Verkauf**

- Kundendatenbanken
- Internet
- Vertriebsorganisation
- Flottenmanagement, Miete, Leasing, Kauf

#### • **Controlling**

- Kennzahlen Betriebswirtschaft, Werkstatt, Verkauf
- Buchführung
- Banken und Versicherungen
- Unfall und Krankheit

#### • **Human Resources**

- Personalführung
- Versicherungsschutz
- Entlohnungssysteme
- Arbeitsrecht
- Personal-Kleidung (CI)
- Arbeitszeitmodelle

#### • **Betriebsorganisation**

- Ablaufsteuerung
- gesetzlicher Rahmen
- Verbesserung der Betriebsstrukturen
- Unternehmenskultur
- Öffnungszeiten
- Shop-in-Shop
- ISO-Zertifizierung (9000/14000)

#### • **Recht**

- Änderungen von Gesetzen und Vorschriften im Zusammenhang Garagist/oder Verkehr
- Umweltgesetze, Scheidungsrecht, Pensionkasse
- Bundesgerichtsentscheide

#### • **Finanz- und Kreditwesen**

- Geldbeschaffung
- Betriebskredit
- Steuern

### 6. Online

#### • **Newsseite**

#### • **Allgemein**

Firmen, Marken Personalia, Interna, Ausstellungen, Messen, Seminare, Kurse, Pressespiegel, Medienhinweise, Eckdaten, Fachliteratur, Marktentwicklung, Beschaffungsmöglichkeiten, Personalia, Interna, Medienhinweise, Pressespiegel, URL,

- Thematisch übergreifend auf alle anderen Rubriken, je nach Schwerpunktthema gewichtet
- Vergleiche der Angebote aus dem Onlinebereich für den Leser verständlich zusammengefasst
- Masseinheiten und Messmethoden im Internetmarketing und deren Auswertung
- E-Commerce und Datensicherheit
- Computer-/Browsertechnik
- Providervergleiche, Preise, Handling, Geschwindigkeit
- Grundwissen Internet, - Aufbauwissen (Web-Site, angewandte Softwaretechnik)
- Fachwissen Web-Site-Gestaltung (HTML & Grafikdesign)
- Web-Site-Administration
- neue Technologien in Hard- und Software, Datenübertragung
- Netzwerktechnologien
- Tipps und Tricks für Computerfreaks
- Kasten mit sehenswerten Homepages
- Kasten mit allen im Text verwendeten URL (im Text ...bei Ford... -> [www.ford.com](http://www.ford.com))
- Kasten mit Fakten und Preisen

- Sammeln, selektieren und katalogisieren von URL zu allen Themen aller Rubriken
- > in jedem Artikel, in jeder Rubrik Kasten mit URL zu verwandten Themen, Marken, Verbänden, Institutionen, Produktgruppen, Ämtern

## 7. Verbände

### AGVS

- **Newsseite**/Inhaltsverzeichnisse
- **Edito**  
Sicht des Verbandes, aktuell zum Branchengeschehen, vom Verbandspräsidenten oder Direktor
- **Verbandsnachrichten**  
News, Mitteilungen an die Mitglieder Deutschschweiz, Ausschreibungen, Dienstleistungen, Produkte Personalialia, Interna, Veranstaltungen, Ausstellungen, Messen, Gastkolumne aus dem Zentralorgan News, Mitteilungen an die Mitglieder, Ausschreibungen, Deutschschweiz, Dienstleistungen, Personalialia, Interna, Veranstaltungen, Ausstellungen, Messen aus den Sektionen

### SGM

- **Verbandsnachrichten**  
News, Mitteilungen an die Mitglieder Deutschschweiz, Ausschreibungen, Dienstleistungen, Produkte Personalialia, Interna, Veranstaltungen, Ausstellungen, Messen, Gastkolumne aus dem Zentralorgan Berichterstattung speziell abgestimmt auf den Garagisten, der Kunde der SGM-Mitglieder ist.

### ATVSL

- **Verbandsnachrichten**  
News, Mitteilungen an die Mitglieder Deutschschweiz, Ausschreibungen, Dienstleistungen, Produkte Personalialia, Interna, Veranstaltungen, Ausstellungen, Messen, Gastkolumne aus dem Zentralorgan Berichterstattung speziell abgestimmt auf den Garagisten, der Kunde der ATVSL-Mitglieder ist und wie er die Produkte gegenüber dem Endverbraucher vermarkten kann.

- **VSAI** (in Planung)
- **Händlerverbände** (in Planung)
- **Zweiradverband** (in Planung)
- **Strassenverkehrsverbände** (in Planung)

## 8. Rubriken

- **Kolumne**  
Gedanken zur Branche, zu aktuellen allgemeinen Themen und zum Unternehmertum von unabhängigen Beobachter, der sich eine pointierte Sichtweise erlauben kann. Narrenfreiheit durch Herausgeber gesichert, solange es nicht gegen Recht, Anstand und gute Sitten verstösst.

- **Impressum** 1/3 Seite, hoch auf gleicher Seite

### • Reaktionen

Plattform für freien Meinungs austausch in der Branche Leserbriefe, Antworten auf Leserbriefe, Kummerecke,

### • Produkteinformationen

Plattform für Produzenten und Handelsfirmen, die dem Autogewerbe neue Produkte vorstellen möchten

! Redaktioneller Teil, ohne Anspruch der Werbetreibenden und des Verkaufs !

### • Club

Jeden Monat erhält eine andere Branchengrösse 2/3 Seiten, um seine persönliche Meinung zur Branche zu publizieren. Freie Themenwahl, keine red. Einschränkungen.

Zuteilung entsprechend dem Schwerpunktthema

### • Fachliteratur

Doppelseitiges Fachbuchinserat, selektiert und beschrieben durch die Redaktion

Buchbesprechung durch die Redaktion besonders interessanter Titel, vornehmlich aus dem Autohausverlag, aber auch andere Fachbücher

---

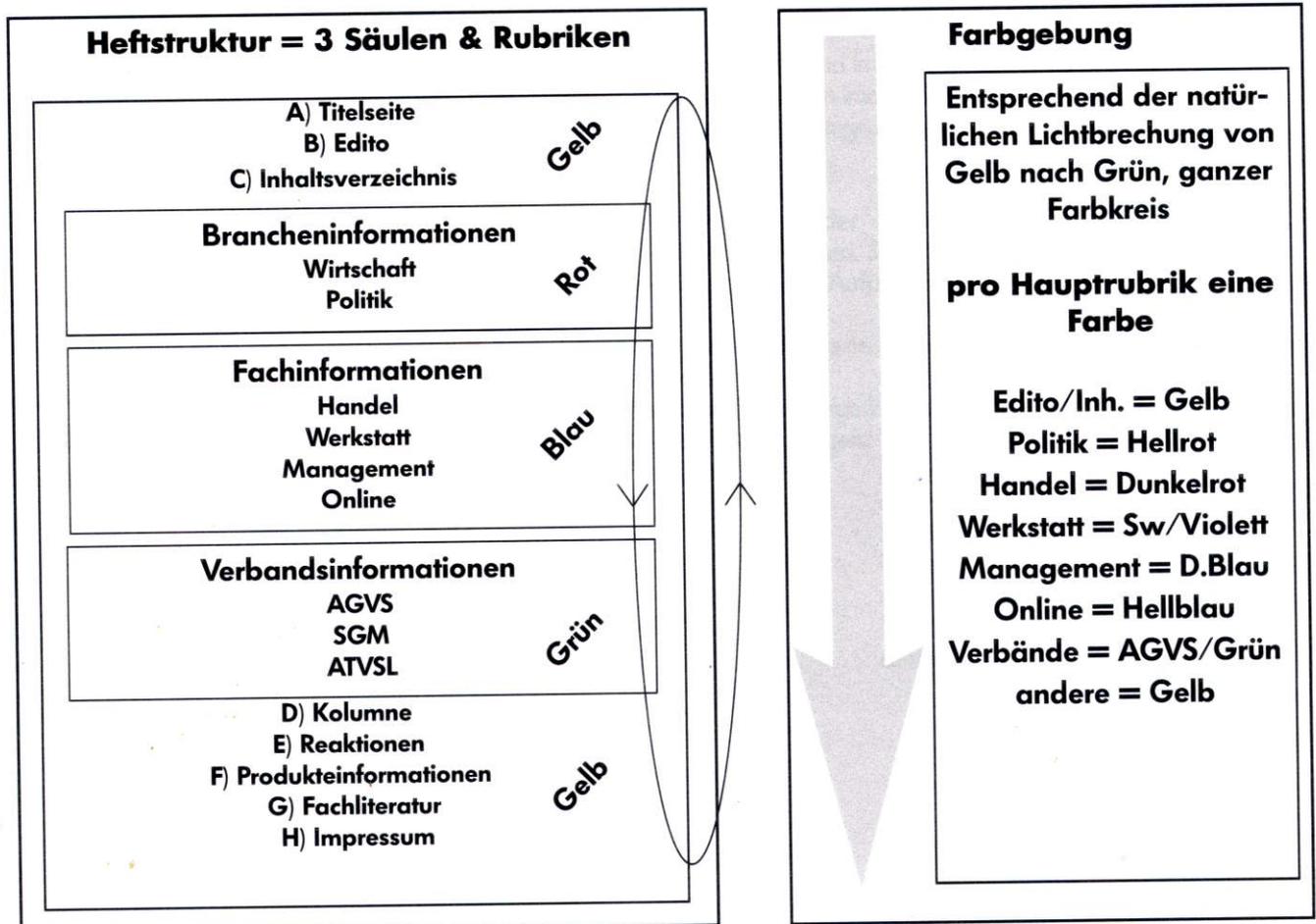
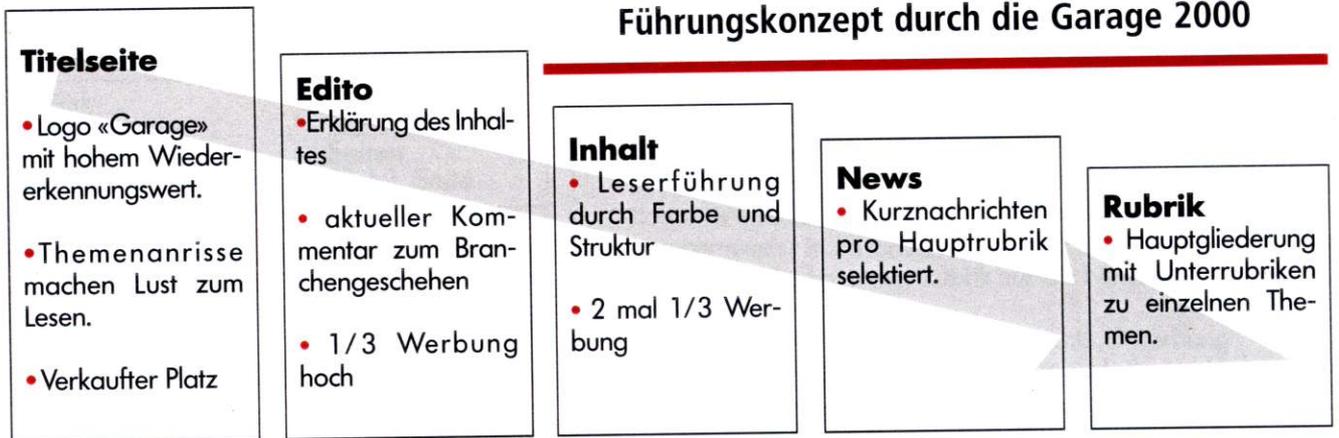
**Weitere Unterrubriken  
können im Laufe des Jahres  
2000 bei Bedarf des  
Verlages, der Verbände  
oder der Leserschaft in die  
Heftstruktur eingebaut  
werden.**

---

### 3. Leserführung

- Durch **Informationen** über den Inhalt auf der **Titelseite**.
- Erinnerung über das **Sujet der Werbung** auf der Titelseite.
- **Edito** gibt Erklärung warum das Heft so ist, wie es ist und weist auf die «heissesten» Themen direkt hin.
- **Farbgebung** der Hauptrubriken erlauben schnellen Zugriff auf die Hauptrubriken.
- **Inhaltsverzeichnis** gibt Auskunft über genaue Platzierung der Artikel im Heft.
- **Konstante Heftstruktur** erlaubt rasches Auffinden der Hauptrubriken.
- **7 Hauptrubriken** und Unterrubriken gliedern den Inhalt leserfreundlich und themenbezogen.
- **News-Seiten** vor den ersten 6 Hauptrubriken geben dem Leser die Nachrichten bezogen auf ihre Herkunft und Zugehörigkeit, Einstieg in die Hauptrubriken.
- Durch klar strukturierte Rubriken (News, Rubriken, Unterrubriken) und Artikel (Titel, Lead, Text, Zusammenfassung, Zitate, zusätzliche Informationen, Tabellen, Verzeichnisse, URL) wird unabhängig vom Thema ein gleichbleibender, **logischer Heftaufbau** erreicht.

### Führungskonzept durch die Garage 2000



## 4. Heftaufbau

### 4.1 Allgemeine Struktur

1.US Titelseite	1 Seite
2.US Inserat	1 Seite
Editorial	1 Seite
Inhaltsverzeichnis	2 Seiten
Wirtschaft	News 1 Seite 1-2 Artikel 3 Seiten
Politik	News 1 Seite 1-2 Artikel 3 Seiten Club 1 Seite
Handel	News 1 Seite Neuwagen 3 Seiten Zubehör 3 Seiten (Occasion 3 Seiten)
Werkstatt	News 1 Seite 1-2 Artikel 4 Seiten Prod.Infos 2 Seiten
Management	News 1 Seite 1-2 Artikel 4 Seiten Fachliteratur 1 Seite
Online	News 1 Seite 1-2 Artikel 2 Seiten
Verbände	News 1 Seite AGVS 6 Seiten SGM 1 Seite ATVSL 1 Seite
Kolumne	1 Seite
3.US Abowerbung	1 Seite
4.US Inserat	1 Seite

- Anteil Inserate am Gesamtumfang zwischen 30 und 40 Prozent. Laut Businessplan 40%.
- Normalumfang = 68 Seiten  
Inserate (34%) = 24 Seiten  
Redaktion (66%) = 44 Seiten
- Erweiterter Umfang = 76 Seiten  
Inserate (34%) = 26 Seiten  
Redaktion (66%) = 50 Seiten
- Reduzierter Umfang = 60 Seiten  
Inserate (34%) = 20 Seiten  
Redaktion (66%) = 40 Seiten
- Der inhaltliche Aufbau ist konstant nach nebenstehendem Schema, wobei die Anzahl Seiten dem Inseratestand in 8er Schritten angepasst wird.
- Es können mehrere Artikel in einer Rubrik erscheinen. Der Artikelumfang ist dem Thema anzupassen und liegt normalerweise zwischen 1 und 4 Seiten.
- Ausnahmsweise kann ein Artikel länger als 4 Seiten sein.
- Ausnahmsweise kann eine Rubrik nur die News-Seite umfassen.
- Normalerweise ist eine Doppelseite Fachbuchwerbung einzuplanen. Die Fachbuchwerbung ist auch in einseitiger Version vorzubereiten, ebenfalls kann auf die Fachbuchwerbung verzichtet werden, sofern ein Bestelltalon in der Rubrik Fachliteratur vorhanden ist.
- Die News-Seiten sind immer rechte Seiten.
- Die Artikel beginnen immer mit einer Doppelseite.
- Werbungen werden grundsätzlich links, aussen oder unten platziert.
- Die Anordnung der Inserate ist der Redaktion/Grafik/Produktion überlassen. Spezielle Platzierungen können vom Inserenten gegen 20% Aufpreis reserviert werden.
- Unten einzeln platzierte Inserate max. 1/3 (randabfallend) oder 1/4 Seite
- Möglichst längerfristige Inserateschaltungen sollten auf folgenden Platzierungen erfolgen:
  - Editorial 70mm breit, 265 -300mm hoch, aussen, randabfallend
  - Inhalt 55mm breit, 265 - 300mm hoch links und rechts aussen, randabfallend
  - Kolumne 55mm breit, 265 -300mm hoch, aussen, randabfallend
- Banner unten

### 4.2 Standard-Strukturplan

<b>Garage</b> 1/1 <b>1</b>	<b>Inserat</b> 1/1 <b>2</b>	<b>Editorial</b> 1/3 <b>3</b>	<b>Inhaltsverzeichnis</b> 1/4 <b>4</b>	<b>1/4</b> <b>5</b>	<b>News Wirtschaft</b> 1/1 <b>6</b>	<b>7</b>	<b>Inserat</b> 1/1 <b>18</b>	<b>News Handel</b> <b>19</b>
<b>Wirtschaft</b> <b>8</b>	<b>Wirtschaft</b> 1/3 <b>9</b>	<b>Wirtschaft</b> 1/1 <b>10</b>	<b>Inserat</b> 1/1 <b>11</b>	<b>News Politik</b> 1/1 <b>12</b>	<b>13</b>	<b>Inserat</b> 1/1 <b>16</b>	<b>Club</b> <b>17</b>	
<b>Handel</b> <b>20</b>	<b>Handel</b> <b>21</b>	<b>Inserat</b> 1/1 <b>22</b>	<b>Handel</b> <b>23</b>	<b>News Werkstatt</b> 1/1 <b>24</b>	<b>25</b>	<b>Inserat</b> 1/1 <b>28</b>	<b>Werkstatt</b> <b>29</b>	
<b>Werkstatt</b> <b>32</b>	<b>Werkstatt</b> 1/2 <b>33</b>	<b>Produkte- informationen</b> <b>34</b>	<b>Produkte- informationen</b> <b>35</b>	<b>News Management</b> 1/2 <b>36</b>	<b>37</b>	<b>Inserat</b> 1/1 <b>30</b>	<b>Inserat</b> 1/1 <b>31</b>	
<b>Inserat</b> 1/4 <b>45</b>	<b>News Online</b> 1/4 <b>45</b>	<b>Online</b> <b>46</b>	<b>Online</b> <b>47</b>	<b>Inserat</b> 1/2 <b>48</b>	<b>49</b>	<b>Management</b> <b>40</b>	<b>Management (Recht)</b> <b>42</b>	
<b>1/2</b> <b>50</b>	<b>Reaktionen</b> 1/4 <b>50</b>	<b>Inserat</b> 1/4 <b>51</b>	<b>Inserat</b> 1/4 <b>51</b>	<b>Management</b> <b>38</b>	<b>39</b>	<b>Management (Recht)</b> <b>43</b>	<b>AGYS Editorial</b> <b>54</b>	
<b>1/4</b> <b>52</b>	<b>AGYS</b> <b>56</b>	<b>AGYS</b> <b>58</b>	<b>AGYS</b> <b>59</b>	<b>AGYS</b> <b>60</b>	<b>61</b>	<b>AGYS</b> <b>55</b>	<b>AGYS Editorial</b> <b>54</b>	
<b>1/4</b> <b>63</b>	<b>ATVSL</b> <b>62</b>	<b>Inserat</b> 1/4 <b>63</b>	<b>Inserat</b> 1/4 <b>63</b>	<b>AGYS</b> <b>64</b>	<b>65</b>	<b>AGYS</b> <b>67</b>	<b>AGYS</b> <b>68</b>	
<b>1/4</b> <b>66</b>	<b>Kolumne Impressum</b> 1/4 <b>66</b>	<b>Fachbuch- Inserat</b> <b>64</b>	<b>Fachbuch- Inserat</b> <b>65</b>	<b>AGYS</b> <b>67</b>	<b>68</b>	<b>AGYS</b> <b>69</b>	<b>AGYS</b> <b>70</b>	
<b>1/4</b> <b>71</b>	<b>AGYS</b> <b>72</b>	<b>AGYS</b> <b>73</b>	<b>AGYS</b> <b>74</b>	<b>AGYS</b> <b>75</b>	<b>76</b>	<b>AGYS</b> <b>77</b>	<b>AGYS</b> <b>78</b>	

### 4.3 Satzspiegel

- Symetrische Grundform, Harmonischer Randabstand
- 3 Spaltig mit 5 mm Spaltenabstand für
  - Artikelseiten
  - Club
  - Reaktionen
- 2 Spaltig mit 6 mm Spaltenabstand
  - Editorial
  - Kolumne
- 4 Spaltig mit 4 mm Spaltenabstand für
  - Newsseiten
  - Produkteinformationen
  - Fachliteratur
- Spaltentrennlinien 0.075, 80%  
Vorteile:
  - klare optische Gliederung
  - Produktionsgenauigkeit
- Spezialanordnung für
  - Inhaltsverzeichnis
  - Fachbuchinserat
- Jede redaktionelle Seite hat oben eine Rubrik-Zeile, in der aussen ein der Rubrik entsprechender farbiger Rahmen und Hintergrund mit dem Rubriktitel in weisser Schrift steht.
- Unter der Hauptrubrik steht die Unterrubrik, entsprechend der inhaltlichen Struktur der Garage 2000 und muss das Thema näher beschreiben.
- Jede redaktionelle Seite hat unten eine Pagina, in der GARAGE plus die Ausgabe-Nummer und die Seitenzahl stehen. Die Seitennummer ist mit einem farbigen Rahmen und Hintergrund entsprechend der Rubrikfarbe umgeben, was den Seitenzugriff über das Inhaltsverzeichnis erleichtert.
- Ausnahme können Inserate 1/3, 1/4, 1/8 oder 1/16 sein, die randabfallend gestaltet sind oder eine solche Platzierung zulassen.
- Alle Bilder haben einen schwarzen Rahmen, 100%, 0.075
- Text- und Grafikrahmen sind in zwei Arten vorhanden, mit grauem oder weissen Rand.  
Rahmen grau -> Hintergrund weiss  
Rahmen weiss -> Hintergrund grau 10 Prozent  
Schrift -> schwarz

### 4.4 Gestaltung

- **Ordnung und Übersicht**  
Ordnung und Übersicht heisst die Devise. Klare Strukturen in der Blattarchitektur und übersichtlich auf gebaute Seiten sind das Ziel. Der heutige «Scan-Reader» möchte die für ihn wichtigen Informationen aus der Fülle des Stoffes möglichst schnell finden. **Darum** haben wir grossen Wert auf Abstufungen in Titeln und Gliederungen gelegt und die Seiten offen und locker konzipiert.
- **Kontrast**  
Der Leser will sofort wahrnehmen, was die Redaktion als wichtig oder weniger wichtig einstuft. Schwerpunkte setzen heisst die Devise, sonst wirkt jedes Printmedium langweilig. Kontraste schaffen Lebendigkeit.

Das geht bis zum Verhältnis von bedruckter zu unbedruckter Fläche. **Darum** haben wir darauf geachtet, dass grosse und kleine Text-Elemente und Bilder verwendet werden.

#### • Schriftwahl

Printmedien brauchen Textschriften, die dem bequemem Lesen dienen und typografische Anordnungen, die logisch und verständlich sind. Gewöhnnte Textschriften sind ungewohnten vorzuziehen, auch wenn ungewohnte Schriften eine grössere Aufmerksamkeit haben mögen. **Darum** haben wir uns beim Lauftext für eine Barock-Antiqua-Schrift – die Schriftfamilie Utopia – entschieden, die durch ihre Serifen sehr gute und ermüdungsfreie Lesbarkeit garantiert. Die Schriftgrösse wurde mit 10 Punkt so gewählt, dass für das gesamte Spektrum unserer Leser keine Probleme auftreten sollten. **Darum** haben wir uns bei den Titeln und Legenden für eine Serifenlose-Linear-Antiqua – die Schriftfamilie Futura – entschieden, die durch das fehlen der Serifen eine gute Lesbarkeit der Titel auf den ersten Blick gewährleistet und ideal mit der Utopia für den Lauftext korrespondiert. Die Titel sind in der Grösse harmonisch aufeinander, aber auch den Lauftext abgestimmt.

#### • Bilder und Illustrationen

Ein grosses Bild wirkt grösser, wenn ein kleines danebensteht. Deutliche Akzente führen den Leser. Mit Illustrationen können Sachverhalte oft übersichtlicher und klarer dargestellt werden, als wenn der Sachverhalt im Text beschrieben würde. **Darum** haben wir den Kontrast zwischen Bildern unter sich, aber auch gegenüber dem Text erhöht. Grafiken und Illustrationen werden in neuer, konsistenter Form und nach klaren Vorgaben produziert, um die Aussagekraft zu maximieren. Textboxen wurden grafisch bearbeitet und sind mit der zugehörigen Rubrikfarbe gestaltet wodurch Kernaussagen, Zitate und Zusammenfassungen mehr Gewicht erhalten.

### 4.5 Angaben für Lithografie und Druck

#### • Papier

Umschlagseiten	170g/m <sup>2</sup> hochglanz
Inhaltsseiten	90g/m <sup>2</sup> gestrichen
Format	A4 (297x210mm)

#### • Litho-Filme

Rasterweite: 60	Farbtrennung: CMYK
-----------------	--------------------

### 5. Impressum

Grafisches Konzept	Bardhyl Meta
Redaktionskonzept	Daniel Haefeli
Beirat	Hans-Ulrich Büschi Dieter Radl (Autohaus Verlag) Roland Ayer (AGVS)
Gesamtprojektleitung	Dr. Ulrich Hermann