

8 x jährlich

MEDIA

Informationen 2006



VOGEL

VERLAG HEINRICH VOGEL



Die einzige IVW-geprüfte, bundesweite Fachzeitschrift für den Taxi- und Mietwagenunternehmer.

TAXI überzeugt mit der höchsten verkauften Auflage im Markt und ist dadurch konkurrenzlos, wenn es um Entscheider geht. Intensive Heftnutzung erzeugt maximalen Werbeeffekt.



Hier informieren sich die Entscheider der Branche:

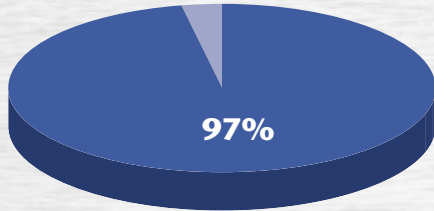
35.225* Abonnenten

durchschnittlich **56 Minuten** Lesedauer pro Ausgabe**

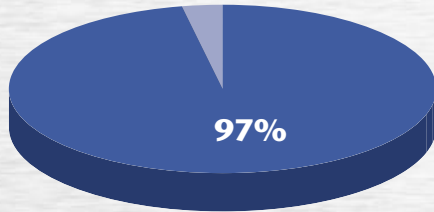
79% durchschnittliche Seitenkontaktchance**

* IVW Jahresdurchschnitt 7/04-6/05

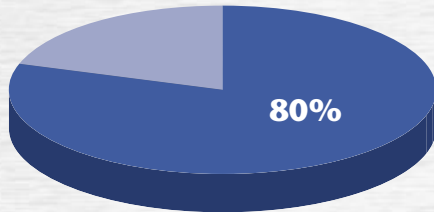
**Empfängerstrukturanalyse April 2004/TNS EMNID, Bielefeld (tvA)



Für **97%** der Empfänger von TAXI sind **Fachzeitschriften** die **wichtigste Informationsquelle**.



97% der Empfänger sind **Entscheider** und **Berater**



80% der Empfänger nutzen **Anzeigen** zur **Entscheidungsvorbereitung**

1 Kurzcharakteristik: TAXI ist die einzige IVW-geprüfte, bundesweite Fachzeitschrift für den Taxi- und Mietwagenunternehmer in Deutschland. Seit Jahren überzeugt TAXI mit der höchsten verkauften Auflage im Markt – bester Beweis dafür, wie erfolgreich sie den Informationsbedarf der Branche erfüllt. Sorgfältig recherchierte Informationen, ein breites Themenspektrum und redaktionelle Unabhängigkeit gewährleisten acht mal im Jahr fachliche Tiefe, die der Taxi- und Mietwagenunternehmer für seine Entscheidungen nutzt.

2 Erscheinungsweise: 8 x jährlich

3 Jahrgang: 13. Jahrgang 2006

4 Web-Adresse (URL): www.taxi-zeitschrift.de

5 Mitgliedschaften: -

6 Organ: -

7 Herausgeber: -

8 Verlag: Verlag Heinrich Vogel GmbH Fachverlag
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Hausanschrift: Neumarkter Straße 18, 81673 München
Telefon: 089/43 72-0
Telefax: 089/43 72-23 98
Internet: www.verlag-heinrich-vogel.de
E-mail: anzeigen-vhv@springer.com

9 Redaktion: Chefredakteur: Dietmar Fund
dietmar.fund@springer.com

10 Anzeigen: Gesamtanzeigenleiter: Stefan Waldeisen
 Anzeigenleiter: Christian M. Rosner
christian.rosner@springer.com

11 Vertrieb:

Jutta Rethmann
 01 80/5 26 26 18 (€ 0,12/min)
vertriebsservice@springer.com

12 Bezugspreis:

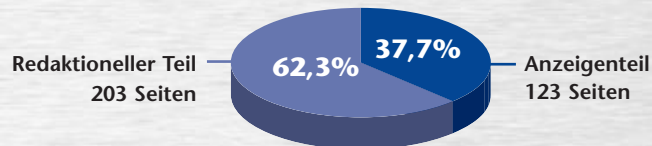
Jahresabo Inland: 26,30 € zzgl. 9,60 € Versand inkl. 7% MwSt.
 Jahresabo Ausland: 26,30 € zzgl. 18,20 € Versand inkl. 7% MwSt.
 Einzelverkaufspreis: 5,10 € zzgl. 1,90 € Versand inkl. 7% MwSt.

13 ISSN-Nr.:

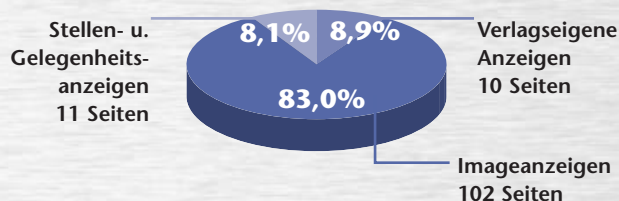
1437-0336

14 Umfang-Analyse:

2004 = 8 Ausgaben
 Format: 210 mm (B), 280 mm (H)
 Gesamtumfang: 326 Seiten = 100,0%



Anzeigen:



Beilagen: 3 Stück
 Beihefter/Durchhefter: -

15 Inhalts-Analyse Redaktion: -

16 Auflagenkontrolle: IVW

17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2004 – 30. Juni 2005)

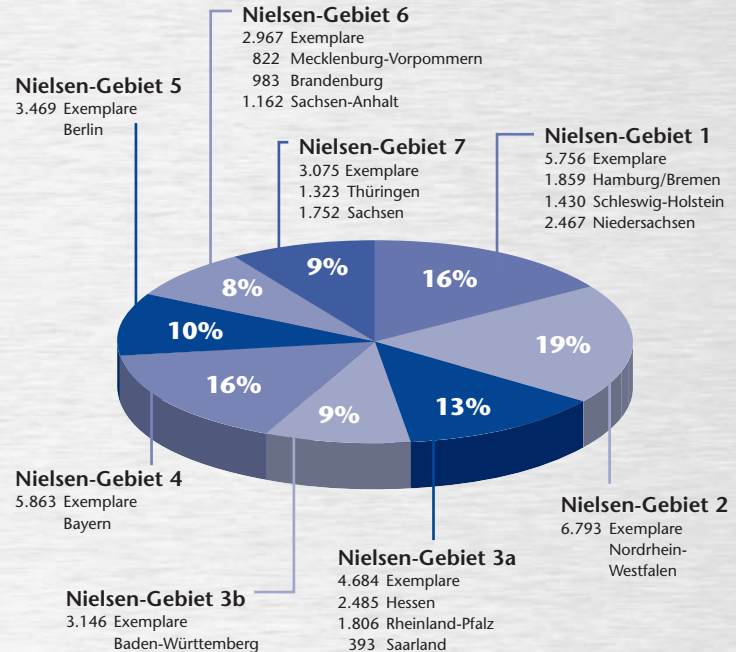
Druckauflage:	35.988
Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)	35.756
davon Ausland:	3
Verkaufte Auflage:	35.225
davon Ausland:	2
Abonnierte Exemplare:	35.225
davon Mitgliederstücke:	35.161
Einzelverkauf:	–
Sonstiger Verkauf:	–
Freistücke:	531
Rest-, Archiv- und Belegexemplare:	232

18 Geographische Verbreitungs-Analyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	100,0	35.753
Ausland	–	3
Tatsächlich verbreitete Auflage: (TvA)	100,0	35.756

18.2 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage:



Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage 35.753

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

Nr.	ET	AS	DU	Themen	Messen
1	10.02.2006	05.01.2006	23.01.2006	Die Taxi-Konditionen und -Pakete der Fahrzeughersteller	Int. Automobil-Salon, Genf 02.03.-12.03.2006
2	24.03.2006	17.02.2006	06.03.2006	Vorschau auf die AMI Auto Mobil International Werbemittel für Taxi- und Mietwagenunternehmer	
3	05.05.2006	28.03.2006	18.04.2006	Bericht von der AMI Auto Mobil International Fahrerassistenzsysteme	AMI Auto Mobil International, Leipzig 01.04. -09.04.2006 Reifen, Essen 23.05.-26.05.2006
4	23.06.2006	16.05.2006	06.06.2006	Telefonsysteme, Tarife und Rahmenverträge	
5	11.08.2006	10.07.2006	24.07.2006	Erdgas-Einsatz bei Taxis und Mietwagen	
6	22.09.2006	18.08.2006	04.09.2006	Vorschau auf die Europäische Taximesse	REHACare, Düsseldorf 18.10.-21.10.2006 Europäische Taximesse, Köln 27.10.-28.10.2006
7	17.11.2006	12.10.2006	30.10.2006	Bericht von der Europäischen Taximesse	
8	15.12.2006	10.11.2006	27.11.2006	Kartenlesesysteme	

ET = Erscheinungstermin, AS = Anzeigenschluss, DU = Druckunterlagenchluss

1 Auflage:

Druckauflage:	35.988
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt (lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17):	35.756

2 Zeitschriftenformat:

Magazinformat:	210 mm breit, 280 mm beschnitten 217 mm breit, 288 mm unbeschnitten (siehe auch Informationsblatt „Formate“)
Satzspiegel:	185 mm breit, 253 mm hoch 4 Spalten je 45 mm 3 Spalten je 60 mm (Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Offsetdruck, Klebebindung: Bei der Anlieferung digitaler Daten beachten Sie bitte unser Merkblatt „Richtlinien für die Übernahme digitaler Daten“. Positiv-Filme (seitenverkehrt) bis 54er Raster werden redigitalisiert. Bei Lithos, Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt.

4 Termine:

Erscheinungsweise: 8 x jährlich
Erscheinungstermine, Anzeigen und Druckunterlagenchluss:
siehe Themen- und Terminplan

5 Verlag:

Verlag Heinrich Vogel GmbH Fachverlag
Hausanschrift: Neumarkter Straße 18, 81673 München
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Anzeigenabteilung:
Elisabeth Leibmann
Telefon: 089/43 72-23 52, Telefax: 089/43 72-23 98
E-Mail: anzeigen-vhv@springer.com

6 Zahlungsbedingungen:

– per Bankeinzug	3% Skonto
– innerhalb von 10 Tagen	2% Skonto
– innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto	
USt-Ident-Nr.	DE 811148881

Bankverbindungen:

Postbank München (BLZ 700 100 80); Konto-Nr. 40 10-804
Commerzbank München (BLZ 700 400 41); Konto-Nr. 5 903 893

7 Anzeigenformate und Preise

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

8 Zuschläge: (rabattierbar)

8.1 Farbe:

Euroskala nach DIN 16539, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbangleichung aus technischen Gründen vorbehalten je Normalfarbe (Euroskala)

8.2 Platzierung:

Bindende Platzvorschriften: 705,00 €

8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -
Anzeigen über Satzspiegel 515,00 €

Druckunterlagenformate für angeschnittene Anzeigen:
siehe rechte Grafik

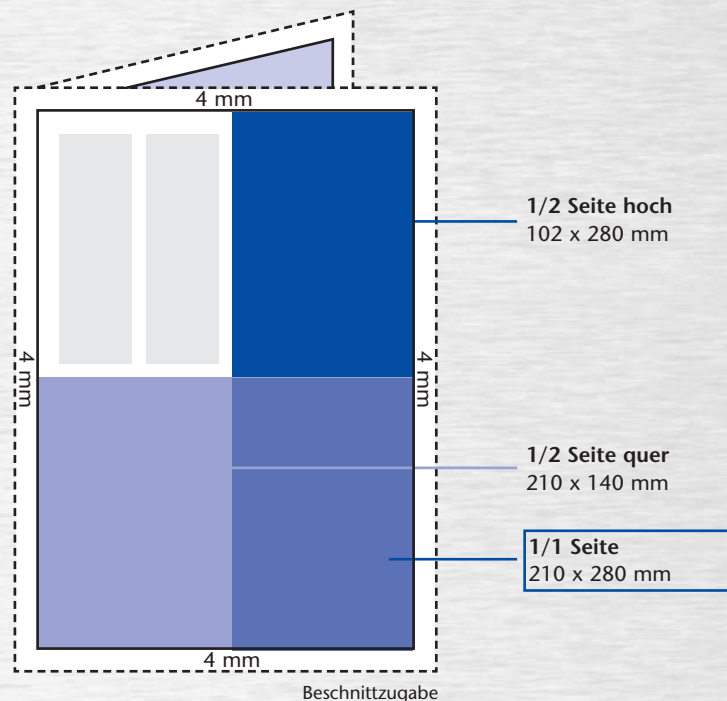
9 Rubrikanzeigen:

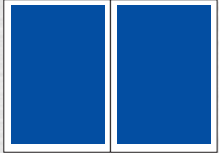
Preis pro mm (1spaltig, B 43 mm)

gewerbl. Anzeigen	3,24 €
private Anzeigen	2,75 €
Stellengesuche	1,70 €
Chiffregebühr	10,00 €
Farbzuschlag für Rubrikanzeigen	
je mm/1-sp. pro Farbe	0,82 €

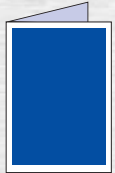
10 Sonderwerbformen:

siehe Preisblatt „Sonderwerbformen“

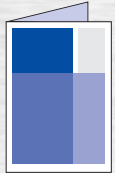




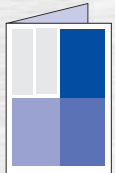
2/1 Seite: B 393 x H 253	
2/1 Seite im Anschnitt:* B 420 x H 280	
Grundpreis s/w	10.595,- €
2farbig	12.510,- €
3farbig	14.425,- €
4farbig	16.340,- €



1/1 Seite: B 185 x H 253	
1/1 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 280	
Grundpreis s/w	5.215,- €
2farbig	6.175,- €
3farbig	7.135,- €
4farbig	8.095,- €



2/3 Seite hoch: B 124 x H 253	
2/3 Seite im Anschnitt:* B 144 x H 280	
2/3 Seite quer: B 185 x H 170	
2/3 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 192	
Grundpreis s/w	3.455,- €
2farbig	4.130,- €
3farbig	4.805,- €
4farbig	5.480,- €



1/2 Seite hoch: B 90 x H 253	
1/2 Seite im Anschnitt:* B 102 x H 280	
1/2 Seite quer: B 185 x H 125	
1/2 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 140	
Grundpreis s/w	2.665,- €
2farbig	3.145,- €
3farbig	3.625,- €
4farbig	4.105,- €



1/3 Seite hoch: B 60 x H 253	
1/3 Seite im Anschnitt:* B 72 x H 280	
1/3 Seite quer: B 185 x H 85	
1/3 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 98	
Grundpreis s/w	1.780,- €
2farbig	2.105,- €
3farbig	2.430,- €
4farbig	2.755,- €



1/4 Seite hoch 1spaltig: B 45 x H 253	
1/4 Seite im Anschnitt:* B 57 x H 280	
1/4 Seite 2spaltig: B 90 x H 125	
1/4 Seite quer: B 185 x H 65	
1/4 Seite im Anschnitt:* B 210 x H 82	
Grundpreis s/w	1.395,- €
2farbig	1.630,- €
3farbig	1.865,- €
4farbig	2.100,- €



1/8 Seite hoch 1spaltig: B 45 x H 125	
1/8 Seite 2spaltig: B 90 x H 65	
1/8 Seite quer: B 185 x H 33	
Grundpreis s/w	715,- €

Titelseite	
Grundpreis 4farbig	11.130,- €
Umschlagseite	
Grundpreis 4farbig	9.855,- €

*+ 4 mm Beschnitt an allen anzuschneidenden Seiten.

11 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel		Mengenstaffel	
2maliges Erscheinen	3%	3 Seiten	10%
4maliges Erscheinen	5%	6 Seiten	15%
6maliges Erscheinen	10%	8 Seiten	20%
8maliges Erscheinen	15%		

Alle Zuschläge werden rabattiert. Titelseiten sind nicht rabattfähig.

12 Kombinationen:

-

13 Einhefter:

zweiseitig	5.215,- €
vierseitig	10.430,- €
sechsstufig	15.645,- €
achtseitig	20.860,- €

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 217 mm Breite und 288 mm Höhe (gefalzt) anliefern. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

14 Beilagen:

lose eingelegt, max. Größe: 203 mm x 275 mm

bis 25 g 155,00 €/Tsd.

bis 50 g 215,00 €/Tsd.

über 50 g auf Anfrage

Anzahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5.000 Exemplaren möglich.

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten 82,00 €/pro Tsd.

Prospekte/Warenmuster auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters.

Benötigte Liefermenge auf Anfrage. Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise s.o.).

Beilagen und aufgeklebte Werbemittel werden nicht rabattiert.

16 Lieferanschrift für die Positionen 13 bis 15:

auf Anfrage

(Liefervermerk: für TAXI Nr. ...)

10 Muster jeweils vorab an die Anzeigenabteilung.

Gatefolder

Grundpreis und technische Daten auf Anfrage

Aufgeklebte Tip-on-Karte*

Preis je 1000 Stück, zzgl. Postgebühren 82,- €

Inselanzeigen

mm-Preis, 4c, 1-sp., 45 mm breit 22,- €

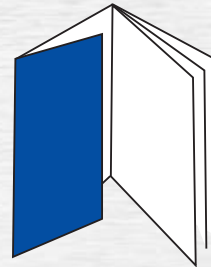
PR-Anzeigen (1/1 Seite 4c)*

Grundpreis 8.095,- €

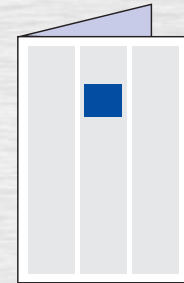
Booklets

Grundpreis und technische Daten auf Anfrage

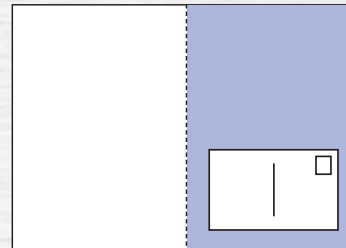
Sonstige Sonderwerbformen auf Anfrage.



Gatefolder



Inselanzeige



aufgeklebte Postkarte

*nicht rabattfähig

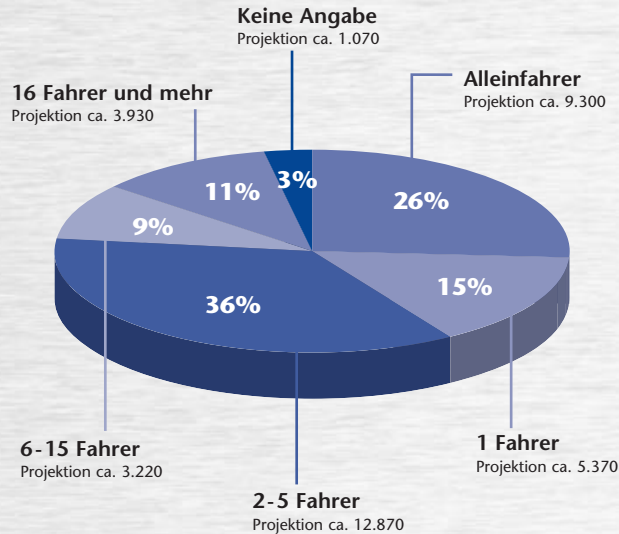
19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:

Abteilung/ Klasse	Empfängergruppen Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Projektion (circa)
60.22.0	Betrieb von Taxen und Mietwagen mit Fahrer	86	30.750
85.14.5	Kranken-, Behindertentransport	4	1.430
60.23.1	Personenbeförderung im Omnibus-Gelegenheitsverkehr	3	1.070
60.21	Personenverkehr im Linienverkehr	2	720
-	Sonstige	4	1.430
-	Keine Angabe	1	360
-	Abrundungsdifferenz		-7
	Tatsächlich verbreitete Auflage Inland Ausland (nicht erhoben)	100	35.753 3
	Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland		35.756

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

20 Größe der Wirtschaftseinheit:

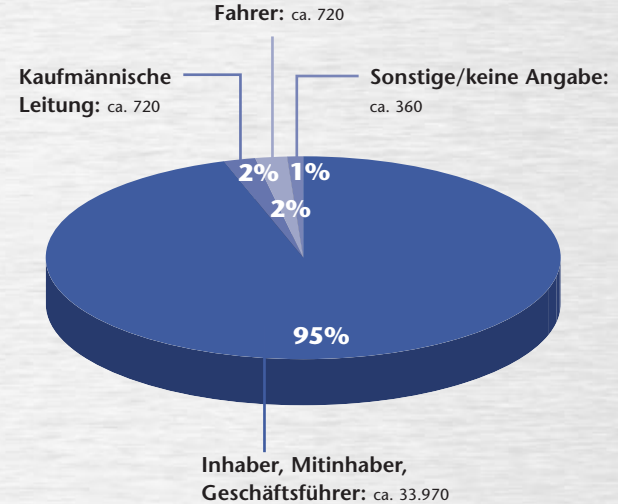
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in Projektion:
(Abrundungsdifferenz Projektion ca. -7)



tvA Inland	35.753
Ausland (nicht erhoben)	3
Tatsächlich verbreitete Auflage	35.756

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in Projektion:
(Abrundungsdifferenz Projektion ca. -17)



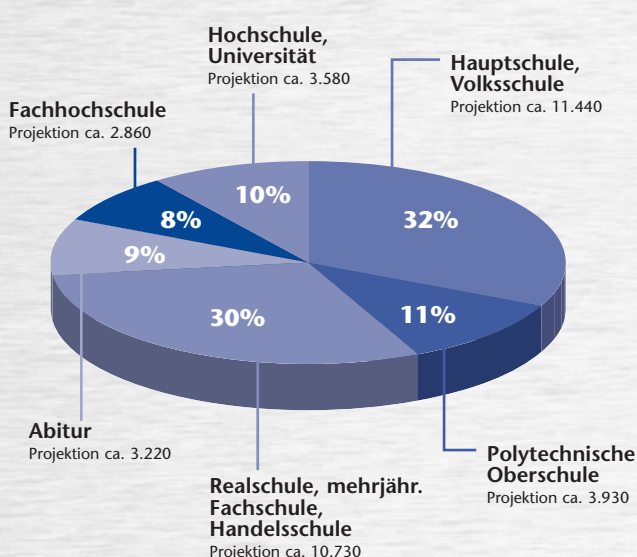
tvA Inland	35.753
Ausland (nicht erhoben)	3
Tatsächlich verbr. Auflage	35.756

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

**Empfänger-
Struktur-Analyse**

22 Bildung/Schulbildung:

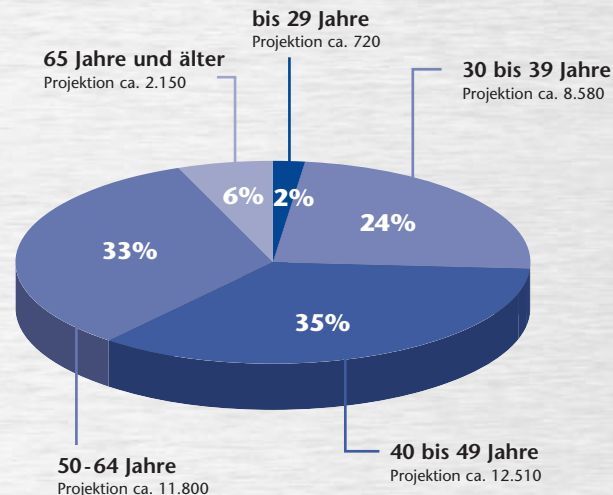
Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in Projektion:
(Abrundungsdifferenz Projektion ca. -7)



tvA Inland	35.753
Ausland (nicht erhoben)	3
Tatsächlich verbreitete Auflage	35.756

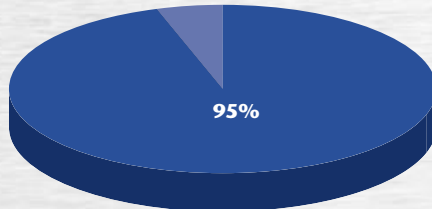
23 Alter:

Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage in Projektion:
(Abrundungsdifferenz Projektion ca. -7)

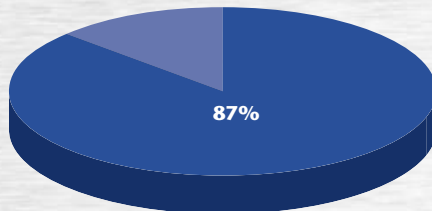


tvA Inland	35.753
Ausland (nicht erhoben)	3
Tatsächlich verbreitete Auflage	35.756

4.1 Media-Profil:



95% der Empfänger sind Inhaber oder Geschäftsführer ihres Unternehmens.



87% der Empfänger würden TAXI vermissen. TAXI-Empfänger identifizieren sich mit ihrer Fachzeitschrift.

Absatzpotenziale für Fahrzeuge:

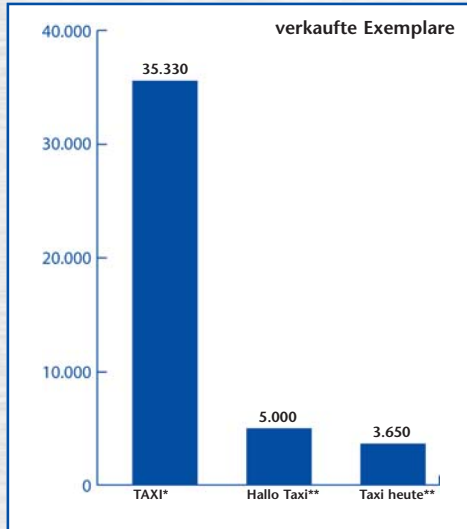
1 Fahrzeug	39,6%
2 Fahrzeuge	19,6%
3 Fahrzeuge	10,0%
4 Fahrzeuge	5,2%
5-9 Fahrzeuge	12,0%
10 und mehr Fahrzeuge	8,8%

Die Empfänger von TAXI verfügen über eine durchschnittliche Fuhrparkgröße von 3,6 Fahrzeugen.

Ein wichtiger Absatzmarkt für Fahrzeughersteller.

Empfängerstrukturanalyse April 2004/TNS EMNID, Bielefeld (tvA)

Auflagen und Vergleich Preis pro Tausend:



Vergleich Preis pro Tausend: 1/1 Seite 4c 2005/
verkaufte Auflage*

TAXI	226,86 €
Hallo Taxi	1.444,60 €
Taxi heute	1.638,36 €

Taxi, die **einzigste IWV-geprüfte**, überregionale Fachzeitschrift für Taxi- und Mietwagenunternehmer.

* IWV II. Quartal 2005, ** Verlagsangabe, nicht IWV-geprüft

Kurzfassung der Erhebungsmethode

zur Verbreitungs- und Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18 und AMF-Schema 3-E, Ziffer 19 bis 23)

1 Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung
– Stichproben-Erhebung (kein Wechselsend)

Schwankungsbreite:

Die Ergebnisse einer auf Random-Auswahl basierenden Untersuchung unterliegen statistischen Schwankungsbreiten. Die maximale gemäß ZAW anzugebende Schwankungsbreite beim Mittelwert von 50% (höchster theoretischer Wert) bei einer 90%igen Sicherheit und bei 250 ausgewerteten Nettofällen beträgt: +/- 5,2%.

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: 35.802

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 0

Empfänger-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung
Stichproben-Erhebung (kein Wechselsend)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage	35.330
Abonnements	35.330
Einzelverkauf	–
sonstiger Verkauf	–
Freistücke	472
ständige Freistücke	472
wechselnde Freistücke	–
Werbeexemplare	–
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	35.802
Inland	35.796
Ausland	6

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	35.802 = 100%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	35.802 = 100%
Einzelverkauf	
Sonstiger Verkauf	
Werbeexemplare	– –
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):	35.802 = 100%

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 19. März 2003

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger (415 Adressen).

Ausgangs-Stichprobe	415 Fälle = 100,0%
Stichprobenneutrale Ausfälle:	
Unternehmen existiert nicht mehr	18 Fälle = 4,3%
Außerhalb der Zielgruppe	- -
Kein Empfänger ermittelbar	25 Fälle = 6,0%
Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	17 Fälle = 4,1%
Zeitschrift unbekannt	- -
Ausfälle gesamt:	60 Fälle = 14,5%
Brutto-Stichprobe:	355 Fälle = 100,0%
Stichprobenrelevante Ausfälle:	
Zielperson nicht erreicht	33 Fälle = 9,3%
Zielperson verweist/krank	6 Fälle = 1,7%
Abbruch im Interview	8 Fälle = 2,3%
Kein Termin möglich	10 Fälle = 2,8%
Beantwortung der Fragen verweigert	41 Fälle = 11,5%
	105 Fälle = 29,6%
Netto (auswertbare Fälle):	250 Fälle = 70,4%

3.4 Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit werden die Fachzeitschriften an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der Empfänger von TAXI in dem Betrieb, dem Unternehmen/in der Dienststelle.

3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 21. März bis 28. April 2003.

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS EMNID Institut für Markt- und Meinungsforschung, Bielefeld

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen, 8. Auflage.

Kurzfassung der Erhebungsmethode

zur Auflagen und Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)

1 Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerbereitschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

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

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei **35.802**

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger **0**
(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage:	35.330
Abonnements	35.330
Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	-
Freistücke:	472
ständige Freistücke	472
wechselnde Freistücke	-
Werbeexemplare	-

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	35.802
Inland	35.796
Ausland	6

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	-
Werbeexemplare	-

Davon in der Untersuchung nicht erfasst: -
Die Untersuchung repräsentiert
von der Grundgesamtheit (tvA) **35.802 = 100%**

3.2 Tag der Datei-Auswertung: **8. August 2005**

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland 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: **01. März bis 30. Juni 2005**

3.7 Durchführung der Untersuchung: **Verlag Heinrich Vogel GmbH**

Daten-Ticket

Stand: Oktober 2005

Übernahme digitaler Daten

Wenn Sie Ihre Anzeige per ISDN, per E-Mail, auf den FTP-Server oder auf Datenträger schicken, benötigen wir unbedingt folgende Angaben:



Absender/Firma:

Ansprechpartner:

Telefon:

Fax:

ISDN:

Anzeigen-Informationen

Ausgabe:

Rubrik:

Anzeigenformat:

Farbigkeit:

Dateiname:

Programm:

Version:

Betriebssystem:

Apple MacIntosh

Windows PC

Datenübertragung per

FTP

ISDN

E-Mail

Datenträger per Post

Proof

farbverbindlich (ISO)

inhaltsverbindlich

folgt per Post (bitte evtl. ankreuzen)

Daten-Erstellung

- Erstellen Sie die Daten mit gängigen DTP-Programmen oder einem anderen Programm, das Postscript-Dateien erstellen kann. Zu den Einstellungen beachten Sie bitte die Hinweise auf unserer Homepage www.stuertz.de unter „Sie & Wir“.
- Bitte liefern Sie nur druckfähige PDF-Dateien in der Größe des Anzeigenformats (ohne weiße Ränder) mit 3 mm Beschnitt an allen Seiten.
- Erstellen Sie farbige Abbildungen im CMYK-Modus oder wandeln Sie diese in CMYK um.
- Bitte legen Sie Anzeigen, die schwarzweiß erscheinen sollen, nicht farbig an.
- Sonderfarben müssen als HKS- oder Pantone-Werte definiert werden.

Daten-Übertragung

- Legen Sie alle zu übertragenden Dateien und Ordner in einen übergeordneten Ordner.
- Benennen Sie den Ordner beginnend mit dem Zeitschriftennamen.
- Benutzen Sie Winzip (.ZIP) oder Stuffit (.SIT), um die Datengröße für die Übertragung zu verringern.

Verbindungen

FTP: [ftp.stuertz.de](ftp://ftp.stuertz.de) (Benutzername und Passwort bitte per E-Mail anfordern)
ISDN (Leonardo): 0931/385-415
E-Mail: gecont@stuertz.de
Fax: 0931/385-383

Ansprechpartner

Stürtz GmbH
Science / Martha Spanheimer
Beethovenstraße 5
97080 Würzburg
Tel.: 09 31/3 85-2 30



für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

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.

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.

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.

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 höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.

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

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.

7. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.

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.

che Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.

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

17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluß über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung 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 verkaufte (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreitete) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung 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 Preisminderungsansprüche 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.

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 Frist 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.

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

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. Soweit Ansprüche des Verlages nicht im Mahnverfahren geltend gemacht werden, bestimmt sich der Gerichtsstand bei Nicht-Kaufleuten nach deren Wohnsitz. 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 verlegt, ist als Gerichtsstand der Sitz des Verlages vereinbart.

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

10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder bei unvollständigem Abdruck der Anzeigen 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 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.

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 Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.

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

13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlungen 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.

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 offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.

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

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlages

a) Die Werbungsmittel und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungtreibenden an die Preisliste des Verlages zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.

b) Die allgemeinen und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages gelten sinngemäß auch für Aufträge über Beikleber, Beihefter oder technische Sonderausführungen. Jeder Auftrag wird erst nach schriftlicher Bestätigung durch den Verlag rechtsverbindlich. Aufträge für Gelegenheitsanzeigen können aus zeitlichen Gründen nicht bestätigt werden.

c) Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge – sofern keine anderslautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde – mit dem Einführungstermin des neuen Tarifs in Kraft.

d) Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Werbungtreibende bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

e) Wenn für konzernangehörige Firmen die gemeinsame Rabattierung beansprucht wird, ist die schriftliche Bestätigung einer Kapitalbeteiligung von mehr als 75% erforderlich.

f) Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der für die Insertion zur Verfügung gestellten Text- und Bildunterlagen. Dem Auftraggeber obliegt es, den Verlag von Ansprüchen Dritter freizustellen, die diesen aus der Ausführung des Auftrags, auch wenn er storniert sein sollte, gegen den Verlag erwachsen. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Dritter beeinträchtigt werden. Erscheinen stornierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keinerlei Ansprüche gegen den Verlag zu.

g) Bei Betriebsstörungen oder Eingriffen durch höhere Gewalt (z. B. Arbeitskämpfe, Beschlagnahme u. dgl.) hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen, wenn die Aufträge mit 80% der garantierten verkauften Auflage erfüllt sind. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten garantierten verkauften Auflage zu bezahlen.

h) Soweit wir im Rahmen eines Geschäftsbesorgungsverhältnisses für Dritte tätig werden (z.B. der Akquisition von Anzeigenkunden für Dritte) behalten wir uns das Recht zum Rücktritt vom Vertrag vor, falls der Dritte ein Veto gegen den Vertragsschluss einlegt. Bereits gezahltes Entgelt wird erstattet. Für einen darüber hinaus gehenden Schaden wird nicht gehaftet.

i) Die Übersendung von mehr als 2 Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus. Der Verlag muß sich die Berechnung entstehender Mehrkosten vorbehalten.

j) Bei fernerrechtlich aufgegebenen Anzeigen oder fernerrechtlich erteilten Korrekturen sind Ansprüche gegen den Verlag wegen unrichtiger Wiedergabe ausgeschlossen.

Taxi bietet mehr:

- Kostenloser Mediaservice
- Repräsentative Empfängerstrukturanalysen
- Auflagenstruktur-Übersicht
- Wettbewerbsbeobachtungen
- Statistiken des Kraftfahrtbundesamtes, der Verkehrsverbände und des Statistischen Bundesamtes

Weitere Dienstleistungen auf Anfrage

**Die aktuellen Media-Informationen für alle unsere
Fachtitel finden Sie auch unter: www.mediacentrum.de**

Ihre Ansprechpartner:

- Gesamtanzeigenleiter: **Stefan Waldeisen**
Tel. 089/43 72-11 05
- Anzeigenleiter Personenverkehr: **Christian M. Rosner**
Tel. 089/43 72-22 21
christian.rosner@springer.com
- Anzeigenverkauf: **Elisabeth Leibmann**
Tel. 089/43 72-23 52
Fax 089/43 72-23 98
elisabeth.leibmann@springer.com
- Anzeigenverwaltung: **Eva Loibl**
Tel. 089/43 72-23 75
Fax 089/43 72-21 58
eva.loibl@springer.com

Verlag Heinrich Vogel GmbH Fachverlag

Neumarkter Straße 18 • 81664 München
Telefon 089/43 72-22 24 • Fax 089/43 72-23 98
anzeigen-vhv@springer.com
www.taxi-zeitschrift.de

TAXI

**Verkehrs
Rundschau**

LOGISTIK
Zeitschrift

Gefahr/gut

Personenverkehr Magazin
Trucker

OMNIBUSREVUE

BUS AKTUELL

BUS
Fahrer

Fahrschule

**Nutzfahrzeug
Katalog**

Werkstatt
Spezial

KEP
Spezial