



www.taxi-zeitschrift.de

MEDIADATEN 2009

Das Magazin des Taxi- und Mietwagenunternehmers

Weitere Medieninformationen erhalten Sie unter www.mediacentrum.de



EXKLUSIV FÜR DIE MITGLIEDER DER BGF

Verkehrsmittelbau 1170308 mit TAXI

TAXI

Springer Transport
Media GmbH
ISSN 12918 1437-0336 • 12918

2
2008
14. März 2008

Das Magazin des Taxi- und Mietwagenunternehmers www.taxi-zeitschrift.de

Freunde in der Net

Im

Gu(r)t und sicher
Viele Gründe sprechen für die Angurten im Fahrzeug. Die BGF startet eine Kampagne, die sich an Taxifahrer richtet

8

BUSFahrer

TAXI

DER NEUE CITROËN C5
"ALLES-IM-KRAUT"

CITROËN C5

ESHOP



Sehr geehrte Kunden,

als Fachzeitschrift mit der größten Marktabdeckung im Taxi- und Mietwagengewerbe ist sich TAXI seiner großen Verantwortung bewusst. Mit zahlreichen Themen aus der Unternehmenspraxis zeigt die Zeitschrift Beispiele und gibt Anregungen für das erfolgreiche Bestehen im Mobilitätsmarkt. Beiträge rund um sein wichtigstes Werkzeug – das Auto – sowie betriebswirtschaftliche und rechtliche Themen machen den Taxi- und Mietwagenunternehmer fit für den Wettbewerb.

Dank tagesaktueller Meldungen ergänzt der Internet-Auftritt auf www.taxi-zeitschrift.de ideal die acht Mal pro Jahr erscheinende Fachzeitschrift. Die User finden Tag für Tag relevante Informationen für das Taxi- und Mietwagengewerbe – gliedert in die wichtigen Rubriken „Nachrichten“, „Produktinformation“ und „Recht“. Der Navigationspunkt „Heftvorschau“ stellt eine inhaltliche Verknüpfung zur Zeitschrift her und weist auf grundlegende und umfangreiche Beiträge in den anstehenden Heften hin. Ein wöchentlich erscheinender Newsletter fasst freitags die wichtigsten Ereignisse der Woche zusammen.

Dietmar Fund
Chefredakteur Taxi

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

TAXI überzeugt mit der höchsten verkauften Auflage im Markt und ist somit konkurrenzlos, wenn es um das Erreichen der Entscheider geht. Eine intensive Heftnutzung erzeugt damit den maximalen Werbeeffect.

So informieren sich die Entscheider der Branche:

35.863* Abonnenten

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

79% durchschnittliche Seitenkontaktchance**

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** **

* IVW Jahresdurchschnitt 7/07-6/08

** Empfängerstrukturanalyse April 2003/TNS EMNID, Bielefeld

1 Kurzcharakteristik:

TAXI ist die 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: 16. Jahrgang 2009

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

5 Mitgliedschaften: -

6 Organ: -

7 Herausgeber: -

8 Verlag: Springer Transport Media GmbH
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Hausanschrift: Neumarkter Str. 18, 81673 München
Telefon: 0 89/43 72-0
Telefax: 0 89/43 72-23 98
Internet: www.mediacentrum.de
E-Mail: anzeigen-vhv@springer.com

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

10 Anzeigen:

Gesamtanzeigenleiterin: Michaela Lenz
Anzeigenleiter: Matthias Pioro

11 Vertrieb:

Telefon: Jutta Rethmann
Abo-Service: 01 80 / 5 00 92 91 (€ 0,14/min. aus dem dt. Festnetz / Mobilfunk abweichend)
E-Mail: vertriebsservice@springer.com

12 Bezugspreis:

Jahresabonnement
Inland: € 37,90 inkl. Versand und 7% MwSt.
Europäisches Ausland: € 41,50 inkl. Versand und 7% MwSt.
Einzelverkaufspreis: € 5,10 inkl. 7% MwSt., zzgl. Versand € 1,20

13 ISSN:

1437-0336

14 Umfangs-Analyse:

Format der Zeitschrift: 2007 = 8 Ausgaben
210 mm (B), 279 mm (H)
Gesamtumfang: 320 Seiten = 100,0%
Redaktioneller Teil: 212 Seiten = 66,4%
Anzeigenteil: 108 Seiten = 33,6%

davon
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 7 Seiten = 6,7%
Einhefter/Durchhefter: - Seiten = 0,0%
Verlagseigene Anzeigen: 32 Seiten = 29,9%
Beilagen: 5 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion:

-



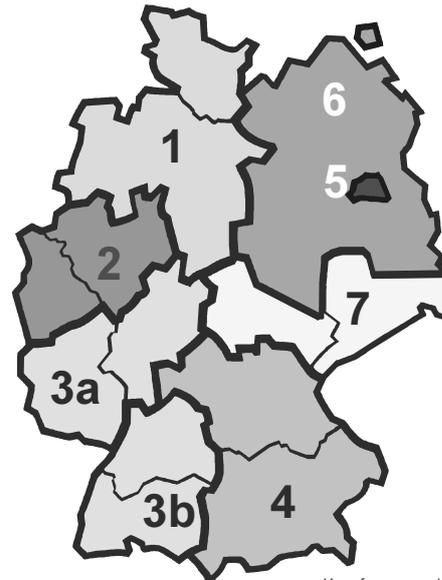
16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagenanalyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
01.07.07 – 30.06.08

Druckauflage:	36.525		
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	36.449	davon Ausland:	23
Verkaufte Auflage:	35.882	davon Ausland:	1
– Abonnierte Exemplare:	35.863	davon Mitgliederstücke:	35.774
– Einzelverkauf:	–		
– Sonstiger Verkauf:	19		
Freistücke:	567		
Rest-, Archiv-, Belegexemplare:	76		

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,9	36.426
Ausland	0,1	23
tatsächl. verbr. Auflage	100,0	36.449



Nielsen-Region	tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage
1	15.753
2	4.491
3 a	5.534
3 b	2.282
4	4.427
5	1.893
6	1.118
7	928
tvA Inland	36.426

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



TERMIN- UND THEMENPLAN 2009

Das Magazin des Taxi- und Mietwagenunternehmers

	Termine		Redaktionelle Schwerpunkte			Veranstaltungen
	Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Themen	Messetermine & -berichte
Januar	1	30.01.09	15.12.08	12.01.09	Kindersitze und Kindersitzmontage im Taxi und im Mietwagen	Motorwelt Berlin 19.02.-22.02.2009
März	2	13.03.09	03.02.09	23.02.09	Marktübersicht: Mehrzweck-Taxis auf der Basis von Kleintransportern (wie Citroën, Berlingo, Renault Kangoo, VW Caddy)	AMI Auto Mobil International in Leipzig 28.03.-05.04.2009 79. Int. Automobil-Salon in Genf 05.03.-15.03.2009
April	3	17.04.09	10.03.09	26.03.09	Reifen-Trends	
Juni	4	12.06.09	04.05.09	20.05.09	Neue Transporter und Kleinbusse für den Einsatz als Großraumtaxi und Mietwagen	

Juli	5	31.07.09	25.06.09	13.07.09	Fest eingebaute und mobile Navigationssysteme	
Sep.	6	18.09.09	13.08.09	31.08.09	Marktübersicht: Taxis, für die es Autogas und Erdgas ab Werk gibt	IAA Pkw in Frankfurt am Main 17.09.-27.09.2009
Okt.	7	30.10.09	24.09.09	12.10.09	Reinigungstipps für die Innen- und Außenreinigung von Taxis	REHACare in Düsseldorf 14.10.-17.10.2009
Dez.	8	11.12.09	05.11.09	23.11.09	Wie gebrauchte Taxis den besten Wiederverkaufswert erzielen	



1 Auflage:

Druckauflage: 36.525
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 36.449

2 Zeitschriftenformat:

210 mm x 279 mm beschnitten
217 mm x 287 mm unbeschnitten
(siehe auch Informationsblatt „Formate“)

Satzspiegel:

185 mm breit, 250 mm hoch, Spaltenzahl: 4 Spalten, Spaltenbreite 43 mm
(Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Offsetdruck, Klebebindung, 54er Raster. Druckunterlagenanlieferung in digitaler Form. Bei der Anlieferung digitaler Druckunterlagen beachten Sie bitte die Informationen auf unserem Datenticket (siehe Reiter Datenticket oder als Anlage zur Auftragsbestätigung). Die Erstellung von Druckunterlagen wird in Rechnung gestellt.

4 Termine:

Erscheinungsweise: 8 x jährlich
Erscheinungstermine, Anzeigen- und Druckunterlagenschluss: siehe Termin- und Themenplan

5 Verlag:

Hausanschrift: Springer Transport Media GmbH
Neumarkter Str. 18 · 81673 München
Postanschrift: Postfach 80 20 20, 81620 München
Anzeigenabteilung: Elisabeth Huber
Telefon: 0 89/43 72-23 52
Telefax: 0 89/43 72-23 98
E-Mail: anzeigen-vhw@springer.com

6 Zahlungsbedingungen:

- per Bankeinzug 3% Skonto
- innerhalb von 10 Tagen 2% Skonto
- innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto
UST-Ident-Nr.: DE152942001

Bankverbindungen:

HypoVereinsbank München (BLZ 700 202 70), Konto-Nr. 1 830 209 200

7 Anzeigenformate und Preise:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm		Grundpreis s/w €	Grundpreis farbig €
		im Satzspiegel	im Anschnitt		
Titelseite					
2., 3., 4. Umschlagseite (nicht rabattierbar)					
2/1 Seite	8-spaltig	379 x 250	420 x 279	10.900,-	16.800,-
1/1 Seite	4-spaltig	185 x 250	210 x 279	5.370,-	8.330,-
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 250	102 x 279	2.750,-	4.230,-
	4-spaltig	185 x 125	210 x 140		
1/3 Seite	1-spaltig	60 x 250	72 x 279	1.830,-	2.840,-
	4-spaltig	185 x 85	210 x 98		
1/4 Seite	1-spaltig	43 x 250	57 x 279	1.440,-	2.160,-
	2-spaltig	90 x 125			
	4-spaltig	185 x 65	210 x 82		
1/8 Seite	1-spaltig	43 x 125		740,-	1.240,-
	2-spaltig	90 x 65			
	4-spaltig	185 x 33			

8 Zuschläge (rabattierbar):

8.1 Farbe:

Euro-Skala nach DIN 16539, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbangleichung aus technischen Gründen vorbehalten
je Normalfarbe (Euro-Skala) -

8.2 Platzierung:

Bindende Platzierungsvorschriften € 720,-

8.3 Formate:

Anzeigen über Bund -
Anzeigen über Satzspiegel -

9 Rubrikanzeigen:

gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	€ 3,33
gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	€ 6,35
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	€ 2,83
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	€ 5,40
Stellengesuche	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	€ 1,77
Chiffregebühr		€ 11,00

10 Sonderwerbformen:

auf Anfrage

11 Rabatte:

Malstaffel

2-maliges Erscheinen	3%
4-maliges Erscheinen	5%
6-maliges Erscheinen	10%
8-maliges Erscheinen	15%

Mengenstaffel

3 Seiten	10%
6 Seiten	15%
8 Seiten	20%

Alle Zuschläge werden rabattiert. Titelseiten sind nicht rabattfähig.

12 Kombinationen:

13 Einhefter:

2-seitig	€ 5.370,-
4-seitig	€ 10.740,-
6-seitig	€ 16.110,-
8-seitig	€ 21.480,-

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 217 mm Breite und 287 mm Höhe (gefalzt) anliefern. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

14 Beilagen (nicht rabattierfähig):

lose eingelegt, maximale Größe: 203 mm x 275 mm.
Gewicht der Beilage Beilagenpreis je 1.000 Stück

bis 25 g	€ 170,-
bis 50 g	€ 230,-
über 50 g	auf Anfrage

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

15 Aufgeklebte Werbemittel (nicht rabattierfähig):

Postkarten	pro Tausend	€ 90,-
Prospekte/Warenmuster	auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters.	
Benötigte Liefermenge	auf Anfrage. Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise siehe oben).	

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

Stürtz AG, Warenannahme
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg

Liefervermerk: Für „TAXI“ Ausgabe (Nr.)
10 Muster vorab an die Anzeigenabteilung

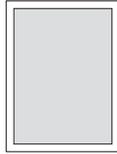
Unsere AGBs finden Sie unter www.mediacentrum.de

Formate im Satzspiegel



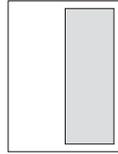
2/1 über Bund

397 mm x 250 mm
(inkl. je 3 mm Beschnitt im Bund)



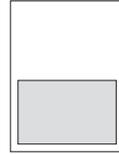
1/1

185 x 250



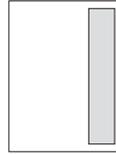
1/2 hoch

90 x 250



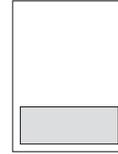
1/2 quer

185 x 125



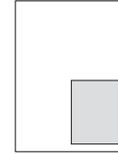
1/3 hoch

60 x 250



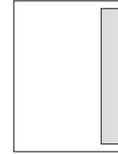
1/3 quer

185 x 85



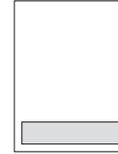
1/4 2-sp.

90 x 125



1/4 hoch

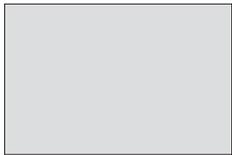
43 x 250



1/4 quer

185 x 65

Formate über Satzspiegel



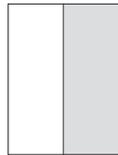
2/1 über Bund
angeschnitten

420 x 279 mm*



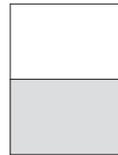
1/1 ang.

210 x 279*



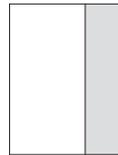
1/2 hoch

102 x 279*



1/2 quer

210 x 140*



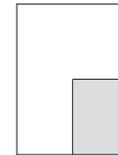
1/3 hoch

72 x 279*



1/3 quer

210 x 98*



1/4 2-sp.

102 x 140*



1/4 hoch

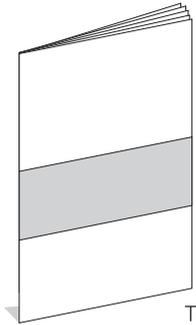
57 x 279*



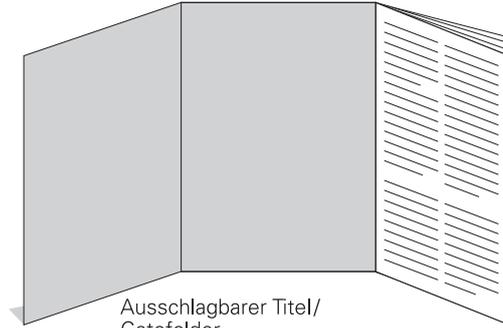
1/4 quer

210 x 82*

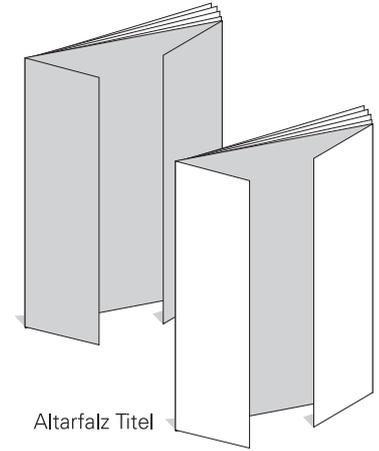
*+ 4 mm Beschnitt an den Außenkanten



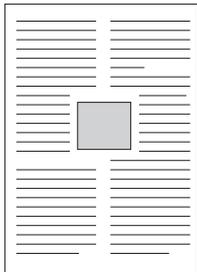
Titel-Banderole



Ausschlagbarer Titel/
Gatefolder



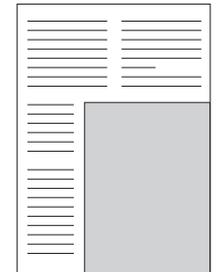
Altarfalz Titel



Inselanzeige



Tunnelanzeige



Juniorpage

- 1 Web-Adresse (URL):** www.taxi-zeitschrift.de
- 2 Kurzcharakteristik:**
Unter www.taxi-zeitschrift.de bietet die Redaktion der Fachzeitschrift TAXI aktuelle Nachrichten, Produktinformationen und Kurztitel für Taxi- und Mietwagenunternehmer. Die wichtigsten Meldungen der Woche werden jeden Freitag per Newsletter verschickt.
- 3 Verlag:** Springer Transport Media GmbH
Neumarkter Str. 18
81673 München
E-Mail: online-inserate-hvogel@springer.com
- 4 Ansprechpartner:** Elisabeth Huber
Telefon: 0 89/43 72-23 52
Telefax: 0 89/43 72-23 98
E-Mail: elisabeth.huber@springer.com
- 5 Zugriffskontrolle:** -
- 6 Zugriffe:** Visits: 3.937 (Stand Juli 2008)
Pageimpressions: 27.904 (Stand Juli 2008)

7 Werbeformen und Preise

7.1 Banner-Werbung:



Werbeformen	Pixel-Format	TKP €*
1 Advertorial + Logo (GIF)	300 x 115	55,-
2 Rectangle	300 x 250	75,-
3 Video Rectangle (polite streaming)	300 x 250	75,-
4 Expandable Rectangle (nach links)	630 x 250	100,-
5 Expandable Rectangle (nach links unten)	630 x 350	125,-
6 Layer Ad + Rectangle Reminder	Rücksprache	150,-
7 Half Page	300 x 600	150,-
8 Expandable Half Page	630 x 600	Rücksprache
9 Road Block (zwei Rectangles)	300 x 250 (2x)	150,-
10 Corner Ad Large	Rücksprache	

*gültig ab 01.10.2008; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

7.2 Newsletter-Werbung

Newsletter-Abonnenten: 821 (Stand Juli 2008)



Werbeformen	Pixel Format	TKP €*
1 Rectangle	300 x 250	75,-
2 Quer-/Fullsizebanner	650 x 150	75,-
3 Textanzeige groß + Logo/Bild	650 x 150	75,-
4 Textanzeige klein + Logo/Bild	300 x 115	55,-

*gültig ab 01.10.2008; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Technische Spezifikationen: Newsletter

- Dateiformate: animierte oder statische gif/jpg-Datei
- Dateigröße: bis 30 kb
- alternativer Text, für alle nicht html-User (max. 700 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 2 Werktage vor Erscheinen

Textanzeige klein: Überschrift: max. 30 Zeichen
 Fließtext: max. 240 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze
 Logo/Bild: 80x20 px oder 40x40 px

Textanzeige groß: Überschrift: max. 60 Zeichen
 Fließtext: max. 700 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze
 Logo/Bild: 130x80 px oder 60x80 px

Technische Spezifikationen: Bannerschaltung

- Dateiformate: swf, gif, jpg, html, tag-Code (Redirect)
- Alternatives gif, jpg
- Dateigröße: bis 80 kb
- Einbau des clickTag
- Audiodateien (durch den User aktivierbar und deaktivierbar)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 5 Werktage vor Beginn der Kampagne

8 Grundeintrag Taxi-Partner

Fahrzeuge – Ausstatter/Zubehör – Dienstleister

- Kontaktadresse und Ansprechpartner – **kostenlos**
- Firmenlogo
- weiterführende Informationen
- prüfungstaugliche Fahrzeuge/Produkte mit den Konditionen
- Link zur eigenen Homepage/Fahrschulportal
- Link zu den Schwerpunkthändlern

Preise auf Anfrage

Mehr Informationen finden Sie unter www.mediacentrum.de

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	31.330
85.14.5	Kranken-, Behindertentransport	4	1.460
60.23.1	Personenbeförderung im Omnibus-Gelegenheitsverkehr	3	1.090
60.21	Personenverkehr im Linienverkehr	2	730
-	Sonstige	4	1.460
-	Keine Angabe	1	360
-	Abrundungsdifferenz		- 4
	tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100	36.426
	Ausland (nicht erhoben)		23
	tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland		36.449

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Alleinfahrer	26	9.470
1 Fahrer	15	5.460
2 bis 5 Fahrer	36	13.110
6 bis 15 Fahrer	9	3.280
16 Fahrer und mehr	11	4.010
Keine Angabe	3	1.090
Abrundungsdifferenz		+ 6
tvA Inland	100	36.426
Ausland (nicht erhoben)		23
tatsächl. verbr. Auflage		36.449

21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Inhaber, Mitinhaber, Geschäftsführer	95	34.610
Kaufmännische Leitung	2	730
Fahrer	2	730
Sonstige/Keine Angabe	1	360
Abrundungsdifferenz		- 4
tvA Inland	100	36.426
Ausland (nicht erhoben)		23
tatsächl. verbr. Auflage		36.449

22 Bildung/ Ausbildung: Berufliche Ausbildung

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Hauptschule, Volksschule	32	11.660
Polytechnische Oberschule	11	4.010
Realschule, mehrjähr. Fachschule, Handelsschule	30	10.930
Abitur	9	3.280
Fachhochschule	8	2.910
Hochschule, Universität	10	3.640
Abrundungsdifferenz		- 4
tvA Inland	100	36.426
Ausland (nicht erhoben)		23
tatsächl. verbr. Auflage		36.449

23 Alter

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
bis 29 Jahre	2	730
30 bis 39 Jahre	24	8.740
40 bis 49 Jahre	35	12.750
50 bis 64 Jahre	33	12.020
65 Jahre und älter	6	2.190
Abrundungsdifferenz		- 4
tvA Inland	100	36.426
Ausland (nicht erhoben)		23
tatsächl. verbr. Auflage		36.449

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

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 Wechselsversand)

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: **36.010**

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: **0**

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

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage	35.530
davon: Mitglieds-Abonnenten	35.510
Normal-Abonnenten	-
sonstiger Verkauf	20
Freistücke	480
davon: ständige Freistücke	480
wechselnde Freistücke	-
Werbeexemplare	-
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	36.010
davon Inland	35.985
davon Ausland	25

3. Beschreibung der Untersuchung

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	35.767	= 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	552	= 0,4 %
Empfänger Ausland	-	
Ständige Freistücke	552	
Werbeexemplare	-	
Sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Einzelverkauf etc.)	-	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):	35.990	= 99,6 %

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 verreist, 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 zum 28. April 2003.

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS EMNID, 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 Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

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

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: 36.323

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

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage:	35.756
<hr/>	
Abonnements	35.736
Einzelverkauf	-
sonstiger Verkauf	20
Freistücke:	567
<hr/>	
ständige Freistücke	567
wechselnde Freistücke	-
Werbeexemplare	-
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	36.323
<hr/>	
Inland	36.299
Ausland	24

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	20
Werbeexemplare	0

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	20	=	0,1 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	36.303	=	99,9 %

3.2 Tag der Datei-Auswertung: 30. Juli 2007

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

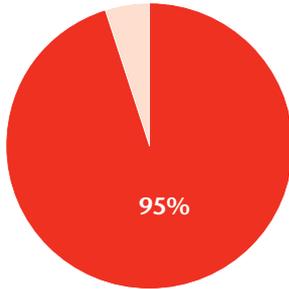
Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

3.4 Zielperson der Untersuchung: entfällt

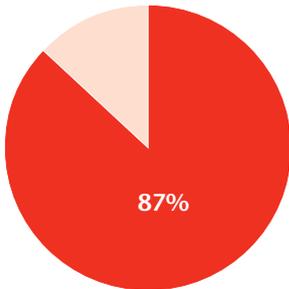
3.5 Definition des Lesers: entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung: 01. März bis 30. Juni 2007

3.7 Durchführung der Untersuchung: Springer Transport Media GmbH



95% der Empfänger sind Inhaber oder Geschäftsführer ihres Unternehmens.



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

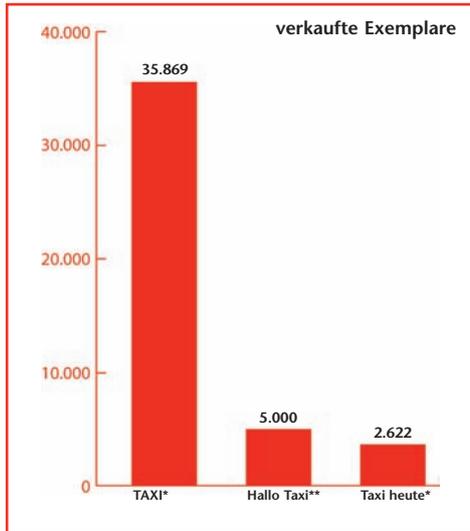
Absatzpotenziale für Fahrzeuge:

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.

Auflagen und Vergleich Preis pro Tausend:



Vergleich Preis pro Tausend: 1/1 Seite 4c Magazinformat 2008/ verkaufte Auflage*

TAXI	€ 230,00
Hallo Taxi	€ 1.422,60
Taxi heute	€ 2.356,98

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

* IVW II. Quartal 2008, ** Verlagsangabe

Übernahme digitaler Daten

Stand: August 2008

Wenn Sie Ihre Anzeige per E-Mail, auf den FTP-Server, per ISDN oder auf Datenträger schicken (an unten stehende Verbindungen, inkl. Daten-Ticket), benötigen wir unbedingt folgende Angaben:

Absender/Firma: _____
Ansprechpartner _____
Telefon: _____ Fax: _____

Anzeigen-Informationen für folgende Publikation:

Zeitschrift/Ausgabe: _____ Rubrik: _____
Anzeigenformat: _____ Farbigkeit: _____
Dateiname: _____ Programm: _____ Version: _____
Betriebssystem: Apple Macintosh Windows PC
Datenübertragung per FTP ISDN E-Mail Datenträger per Post
Anmerkung: _____

Daten-Erstellung

- Bitte liefern Sie druckfähige PDF X3-Dateien in der Größe des Anzeigenformats (ohne weiße Ränder).
- Anzeigen, die im Beschnitt stehen (randabfallend), müssen mit 3 mm Beschnitt an den betreffenden Seiten angelegt sein.
- Sonderfarben müssen als HKS- oder Pantone-Werte definiert werden.
- Der maximale Farbauftrag soll 320% nicht überschreiten.

Proofs

Da wir nach Prozessstandard Offset (PSO) drucken, benötigen wir grundsätzlich keinen Proof.

Daten-Übertragung

- Bitte benutzen Sie Winzip (.ZIP) oder Stuffit (.SIT) zum Komprimieren der Daten.
- Benennen Sie die zip-Datei mit dem Zeitschriftennamen beginnend, gefolgt von Ausgabe und Kunde (Zeitschrift_Ausgabe_Kunde.zip).

Support zu

- PDF X3-Erstellung
- Distiller-Joboptions
- Pitstop Settings usw.

erhalten Sie unter www.springer-business-media.de/anzeigendaten oder bei Bedarf über die unten angegebenen Kontaktdaten.

Verbindungen

FTP: <ftp.stuertz.de> (Login: geont, Passwort: dE41yG)
ISDN (Leonardo): auf Anfrage

E-Mail: geont@stuertz.de
Fax: +49 931/385-11332

Ansprechpartner:

Stürtz GmbH
Science / Anzeigenteam
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg
Tel.: +4 931/3 85-3 32

Das erfolgreiche Fachmedien-Programm

Weitere Informationen finden Sie unter www.mediacentrum.de

Der traditionsreiche Verlag Heinrich Vogel, München, steht seit mehr als 70 Jahren für professionelle und erfolgreiche Fachinformation und Fachausbildung im Verkehrswesen. Wir publizieren verschiedenste Medien für die Verkehrs-, Logistik-, Transport-, Bus-, Touristik- und Werkstatt-Branche sowie für den Gebrauchtwagenhandel. Der Verlag ist eingebunden in die Springer Transport Media GmbH.

Unser Anspruch ist es, hohe berufliche Nutzwerte für die Entscheider in den Unternehmen und in unseren Branchen zu schaffen. Wir analysieren die Märkte, richten uns auf die Bedürfnisse unserer Leser und Kunden aus und entwickeln unser Marken-Portfolio publizistisch auf hohem Niveau regelmäßig weiter.

Unser Service ist ein hochwertiges Fachmedien-Programm, basierend auf unserer qualitativen Marktforschung. Wir bieten repräsentative Empfänger-Struktur-Analysen, Copytest, Markt- und Wettbewerbs-Beobachtungen, Mediadaten nach AMF-Schema sowie Portal-Nutzungs-Analysen.

Wir bieten Ihnen für Ihre Mediaplanung eine zielgruppengenaue Marktdurchdringung und eine hohe Qualität der Leserschaft ohne Streuverluste. Überzeugen Sie sich selbst von den starken Nutzwerten unserer Zeitschriften und Portale sowie von unserem erfolgreichen Fachmedien-Programm:

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Fachportale
- Handelsplattformen (Verkehr, Touristik)
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare und Konferenzen
- Direktmarketing
- Sponsoring
- Marktforschung (Copytest)
- Sonderwerbformen
(ODA, Web-TV, E-Magazine, Audio-CDs, Newsletter)

VOGEL
VERLAG HEINRICH VOGEL



WIR BERATEN SIE GERNE



MATTHIAS PIORO

Anzeigenleiter Pkw Sonderfahrzeuge
Kundenzeitschriften
Beratung Corporate Publishing
matthias.pioro@springer.com

0 89/43 72 - 11 22

Fax: 0 89/43 72 - 24 77



ELISABETH HUBER

Mediaberaterin
elisabeth.huber@springer.com

0 89/43 72 - 23 52

Fax: 0 89/43 72 - 23 98



EVA LOIBL

Anzeigenverwaltung
eva.loibl@springer.com

0 89/43 72 - 23 75

Fax: 0 89/43 72 - 21 58