



Das Magazin des
Taxi- und Mietwagenunternehmens



MEDIADATEN2

www.taxi-zeitschrift.de

WIR SIND FÜR SIE DA: **TELEFON 089 / 43 72-**



IRMS
PKW
springer.com
23 98



-2352
ELISABETH HUBER
Mediaberaterin
elisabeth.huber@springer.com
Fax: 0 89/43 72 - 23 98



-1122
MATTHIAS PIORO
Kundenzeitschriften
Beratung Corporate Publishing
matthias.pioro@springer.com
Fax: 0 89/43 72 - 24 77



-2375
EVA LOIBL
Anzeigenverw
eva.loibl@springer.com
Fax: 0 89/43 72 - 24 77

Springer Transport Media GmbH
Neumarkter Straße 18 • 81673 München
Telefon 089/43 72-11 92 • Fax 089/43 72-23 98
anzeigen-vhv@springer.com
www.taxi-zeitschrift.de

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

Die Zeitschrift ist mit Abstand höchstens verkaufte Auflage im Markt und ist somit konkurrenzlos, wenn es um das
Entscheider geht. Eine intensive Heftnutzung erzeugt damit den maximalen Werbeeffekt.

Lesen sich die Entscheider der Branche:

35.701* Abonnenten

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

79% durchschnittliche Seitenkontaktchance**

Über 90% der Empfänger von TAXI sind Fachzeitschriften die wichtigste Informationsquelle**

Die wichtigsten Empfänger sind **Entscheider** und **Berater** **

Die meisten Empfänger nutzen **Anzeigen** zur **Entscheidungsvorbereitung** **

* IVW Jahresdurchschnitt

** Empfängerstrukturanalyse April 2003/TNS E

**Media-
Informationen
2008**



Titelp

IVW-geprüfte, bundesweite Fachzeitschrift für den Taxi- und Mietwagenunternehmer in Deutschland. Seit Jahren überzeugt TAXI mit der höchsten Auflage im Markt - bester Beweis dafür, wie erfolgreich sie den Anforderungen der Branche erfüllt. Sorgfältig recherchierte Informationen, ein unabhängiges Spektrum und redaktionelle Unabhängigkeit gewährleisten acht Jahre lang die Tiefe, die der Taxi- und Mietwagenunternehmer für seine Zeitung braucht.

Veröffentlichung: 8 x jährlich

15. Jahrgang 2008

Internet: www.taxi-zeitschrift.de

Springer Transport Media GmbH
Postfach 80 20 20, 81620 München
Neumarkter Str. 18, 81673 München
(0 89) 43 72-0
(0 89) 43 72-23 98
www.mediacentrum.de
anzeigen-vhv@springer.com

Dietmar Fund
dietmar.fund@springer.com

10 Anzeigen:

Gesamtanzeigenleiterin:

Michaela Lenz

Anzeigenleiter:

Michael Harms

Telefon:

Tel: (0 89) 43 72-11 92

E-mail

michael.harms@springer.com

11 Vertrieb:

Telefon:

Jutta Rethmann

Abo-Service: 01 80 / 5 00 9 9 9

dem dt. Festnetz / Mobilfunk

vertriebsservice@springer.com

E-Mail:

12 Bezugspreis:

Jahresabonnement Inland: 27,30 € zzgl.

inkl. 7% MwSt.

Ausland: 27,30 € zzgl.

inkl. 7% MwSt.

Einzelverkaufspreis: 5,10 € zzgl.

inkl. 7% MwSt.

13 ISSN:

1437-0336

14 Umfangs-Analyse:

Format der Zeitschrift:

2006 = 8 Ausgaben

210 mm (B),

Gesamtumfang:

336 Seiten

Redaktioneller Teil:

220 Seiten

Anzeigenteil:

116 Seiten

davon

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen:

8 Seiten

Einhefter/Durchhefter:

0 Seiten

Verlags eigene Anzeigen:

34 Seiten

Beilagen:

7 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion:



Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
01.07.06 – 30.06.07

	36.338		
	36.229	davon Ausland:	24
e:	35.721	davon Ausland:	22
plare:	35.701	davon Mitgliederstücke:	35.625
	-		
f:	20		
	508		
	109		

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich v %
Inland	99,9
Ausland	0,1
tatsächl. verbr. Auflage	100,00



Nielsen Regi
1
2
3
3
4
5
6
7
tvA ge

Kurzfassung der Erhebungs



36.338
 1. Auflage im Jahresdurchschnitt
 (Ziffer 17): 36.229

Format:
 - beschnitten
 - unbeschnitten
 Informationsblatt "Formate")

mm hoch, Spaltenzahl: 4 Spalten, Spaltenbreite 43 mm
 (Seitenaufbau siehe Informationsblatt "Formate")

Verfahren, Druckunterlagen:

Bei der Anlieferung digitaler Daten beachten Sie bitte
 Richtlinien für die Übernahme digitaler Daten". Positiv-Filme
 4er Raster werden redigitalisiert. Bei Reinzeichnungen,
 oder Dias werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt.

Termin: 8 x jährlich

Thema: siehe Termin- und Themenplan.

Springer Transport Media GmbH
 Neumarkter Str. 18 · 81673 München
 Postfach 80 20 20, 81620 München
 Elisabeth Huber
 Telefon: 0 89/43 72-23 52
 Telefax: 0 89/43 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
- UST-Ident-Nr.: DE152942001

Bankverbindungen:

HypoVereinsbank München (BLZ 700 202 70), Konto-Nr. 1 8

7 Anzeigenformate und Preise:

Allen Preisen ist der jeweils gültige gesetzliche Mehrwertsteuer

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm		Grundpreis s/w €
		im Satzspiegel	im Anschnitt	
Titelseite				
2., 3., 4. Umschlagseite (nicht rabattierbar)				
2/1 Seite	8-spaltig	379 x 250	120 x 279	10.800,-
1/1 Seite	4-spaltig	185 x 250	210 x 279	5.320,-
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 250	102 x 279	2.720,-
	4-spaltig	185 x 125	210 x 140	
1/3 Seite	1-spaltig	60 x 250	72 x 279	1.820,-
	4-spaltig	185 x 85	210 x 98	
1/4 Seite	1-spaltig	43 x 250	57 x 279	1.425,-
	2-spaltig	90 x 125		
	4-spaltig	185 x 65	210 x 82	
1/8 Seite	1-spaltig	43 x 125		730,-
	2-spaltig	90 x 65		
	4-spaltig	185 x 33		



erbar)		
N 16539, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbangleichung aus		
en vorbehalten		
o-Skala)		-
gsvorschriften		720,- €
d		-
spiegel		-
en	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	3,29 €
en	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	6,29 €
	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	2,80 €
	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	5,35 €
	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	1,75 €
		10,00 €

en:
nderwerbformen

en	3%	
en	5%	
en	10%	
en	15%	

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

en rabattiert. Titelseiten sind nicht rabattfähig.

12 Kombinationen:

13 Einhefter:

- 2-seitig
- 4-seitig
- 6-seitig
- 8-seitig

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 217 mm Br (gefaltet) anliefern. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g (stärkere Papiere auf Anfrage).

14 Beilagen:

lose eingelegt, maximale Größe 203 x 275 mm.

Gewicht der Beilage

bis 25 g

bis 50 g

über 50 g

Anzahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5000 Exen

Beilage

15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten pro Tausend

Prospekte/Warenmuster auf Anfrage, nach Vorlage eines M

Benötigte Liefermenge auf Anfrage.

Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise siehe

Beilagen und aufgeklebte Werbemittel werden nicht rabattiert

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15

Auf Anfrage

Liefervermerk: Für „TAXI“ Ausgabe (Nr.)

10 Muster vorab an die Anzeigenabteilung

Unsere AGBs finden Sie unter www.mediacentrum.de

Satzspiegel

1/1	1/2 hoch	1/2 quer	1/3 hoch	1/3 quer	1/4 2-sp.	1/4 hoch
185 x 250	90 x 250	185 x 125	60 x 250	185 x 85	90 x 125	43 x 250

Bund)

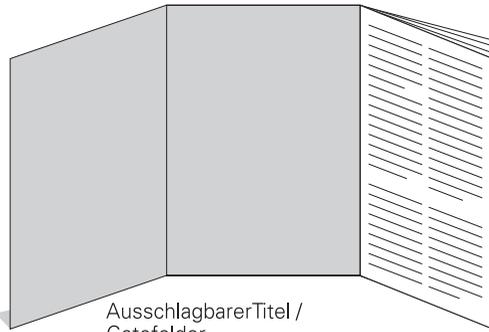
Satzspiegel

1/1 ang.	1/2 hoch	1/2 quer	1/3 hoch	1/3 quer	1/4 2-sp.	1/4 hoch
210 x 279*	102 x 279*	210 x 140*	72 x 279*	210 x 98*	102 x 140*	57 x 279*

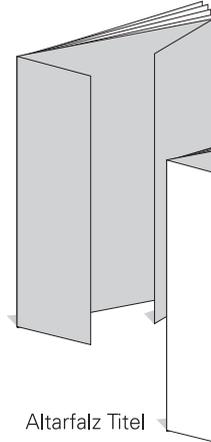
Außenkanten



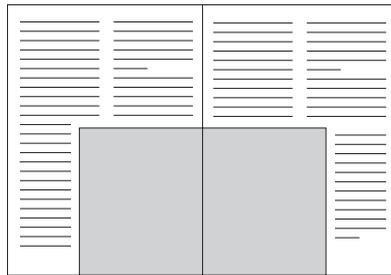
Titel-Banderole



Ausschlagbarer Titel /
Gatefolder



Altarfalz Titel



Tunnelanzeige



Juniororgan

L): www.taxi-zeitschrift.de

K:
tschrift.de bietet die Redaktion der Fachzeitschrift TAXI
en, Produktinformationen und Kurztzteile für Taxi- und
nehmer. Die wichtigsten Meldungen der Woche werden
ewsletter verschickt.

Springer Transport Media GmbH
Neumarkter Str. 18
81673 München
E-Mail: kontakt.anzeigen@springer.com

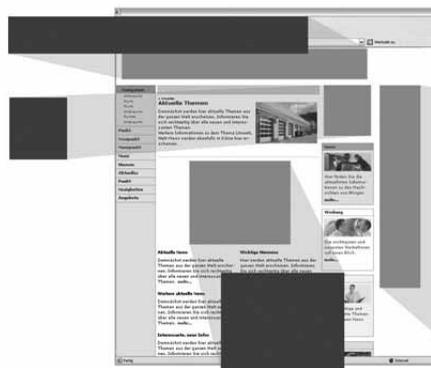
Elisabeth Huber
Telefon: 0 89 / 43 72-23 52
Telefax: 0 89 / 43 72-23 98
elisabeth.huber@springer.com

e unter www.mediacentrum.de

5 Werbeformen und Preise

Visits: 2.742

Page Impressions: 13.961



Werbeformen & Preise	Beschreibung & Format	TH
Superbanner	728 x 90 Pixel	42
Skyscraper	120 x 600 Pixel oder 200 x 400 Pixel	42
Rectangle	300 x 250 Pixel	62
Kombi-Paket (Tandem-Ad)	Gleichzeitige Einblendung von: <ul style="list-style-type: none"> • Superbanner • Skyscraper • Contentbanner (440 x 40 Pixel) 	62
Pop-Up / Pop-Under (Layer)	200 x 300 Pixel Sonderformate auf Anfrage	42
Werbeboxen (Flexbox)	Ihre Werbebox erscheint in einem ausgewählten Bereich mit Text und Logo/Bild	Pr

Sonderwerbeformen auf Anfrage

Sponsoring auf ausgewählte Seiten auf Anfrage

* gültig ab 01.10.2007; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

bung

en: 834 (Stand Juli 2007)

Dauer, Anzahl und Zeitpunkt der Banner- bzw. Werbeschaltung richten sich nach der Verfügbarkeit und Ihren Wünschen.

	Html-Format	Text-Format
	<u>Topsponsorung:</u> Erste Werbung vor dem und nach dem Nachrichtenüberblick <u>Zweitplatzierung:</u> Folgeplatzierungen zwischen den Meldungen	
ter- itel	Banner: statisches oder animiertes Gif, max. 30 KB, 650x150 Pixel, ein Hyperlink	Text: max. 10 Zeilen à 72 Zeichen, inkl. URL und Email
	<u>Topsponsorung:</u> 38,00 € je Schaltung (zzgl. MwSt.) <u>Zweitplatzierung:</u> 28,00 € je Schaltung (zzgl. MwSt.)	

reise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Grundeintrag Taxi-Partner

Fahrzeuge – Ausstatter/Zubehör - Dienstleister

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

Preis:

500,- €/Jahr (zzgl. MwSt.) incl. 5 Fahrzeug-/Produkt
700,- €/Jahr (zzgl. MwSt.) ab 6 Fahrzeug-/Produkt

Werbebox Taxi-Partner

- Ihre Werbebox erscheint komplett auf www.taxi-zeitschrift.de
- Auf der rechten Seite
 - Mit Ihrem Logo, einer Überschrift und einem kurzen Einleitungs

Preis:

Platzierung: 200,- €/Monat (zzgl. MwSt.)

Online-
Werbeformen



Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen

Empfängergruppen Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes“	Anteil an tatsächlicher Auflage %
Betrieb von Taxen und Mietwagen mit Fahrer	86
Kranken-, Behindertentransport	4
Personenbeförderung im Omnibus-Gelegenheitsverkehr	3
Personenverkehr im Linienverkehr	2
Sonstige	4
Keine Angabe	1
Abrundungsdifferenz	
Tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100
Ausland (nicht erhoben)	
Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland	

Kurzfassung der Erhebungsergebnisse



Leistungseinheit

Anteil an tatsächlich
verbreiteter Auflage
% Projektion (circa)

	26	9.410
	15	5.430
	36	13.030
	9	3.260
	11	3.980
	3	1.090
		- 15
	100	36.205
		24
e		36.229

Position im Betrieb

Anteil an tatsächlich
verbreiteter Auflage
% Projektion (circa)

Schäftsführer	95	34.400
	2	720
	2	720
	1	360
		+5
	100	36.205
		24
e		36.229

22 Bildung/ Ausbildung: Berufliche Ausbildung

Hauptschule, Volksschule
Polytechnische Oberschule
Realschule, mehrjähr. Fachschule,
Handelsschule
Abitur
Fachhochschule
Hochschule, Universität
Abrundungsdifferenz

tvA Inland
Ausland (nicht erhoben)

Tatsächl. verbr. Auflage



Anteil an tatsächlich
verbreiteter Auflage
% Projektion (circa)

2	720
24	8.690
35	12.670
33	11.950
6	2.170
	+5
100	36.205
	24

36.229

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



Erhebungsmethode

**Empfänger-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18
Ziffer 19 bis 23)**

Methode:

-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung
ung (kein Wechselsend)

te:

er auf Random-Auswahl basierenden Untersuchung
schen Schwankungsbreiten. Die maximale gemäß
Schwankungsbreite beim Mittelwert von 50 %
cher Wert) bei einer 90 %igen Sicherheit und bei
Nettofällen beträgt +/- 5,2 %.

Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

er Datei:

te sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt.
sischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen

mpfänger in der Datei:

36.010

selnder Empfänger:

0

-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung
ung (kein Wechselsend)

**2.4 Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchsch
Ausgabe nach Vertriebsformen:**

Verkaufte Auflage

davon: Mitglieds-Abonnenten
Normal-Abonnenten
sonstiger Verkauf

Freistücke

davon: ständige Freistücke
wechselnde Freistücke
Werbeexemplare

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)

davon Inland
davon Ausland

3. Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:
Empfänger Ausland
Ständige Freistücke
Werbeexemplare
Sonstige (Messe, Veranstaltungsstücke, Einzelverkauf etc.)

**Die Untersuchung repräsentiert
von der Grundgesamtheit (tvA):**



Bewertung: 19. März 2003

Datenbasis:

Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der (Presse).

Obje	415 Fälle	= 100,0 %
9 Ausfälle		
iert nicht mehr	18 Fälle	= 4,3 %
ruppe	-	= -
mittelbar	25 Fälle	= 6,0 %
sch/nicht ermittelbar	17 Fälle	= 4,1 %
nt	-	= -
	60 Fälle	= 14,5 %
	355 Fälle	= 100,0 %
te Ausfälle:		
leicht	33 Fälle	= 9,3 %
krank	6 Fälle	= 1,7 %
ow	8 Fälle	= 2,3 %
h	10 Fälle	= 2,8 %
Fragen verweigert	41 Fälle	= 11,5 %
	105 Fälle	= 29,6 %
re Fälle):	250 Fälle	= 70,4 %

3.4 Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit werden die Fachzeitschriften an persönliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der Empfänger von TA 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 zum 28. April 2003.

3.7 Durchführung der Untersuchung:

Springer Transport Media GmbH

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



Erhebungsmethode

Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)

Methode:
Datei durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

Empfängerschaft zum Erhebung:

Er Date:
Datei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst.
In den postalischen Angaben kann die Datei nach
Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

Empfänger in der Datei: 36.323

Einzelnder Empfänger: 0
(per vierten Ausgabe)

Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach

Empfänger: 35.756

35.736

-

20

567

Empfänger: 567

-

-

Äquivalente Auflage (tvA): 36.323

36.299

24

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)

3.2 Tag der Datei-Auswertung:

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelte
Verbreitung im Inland und im Ausland wurden auf die tatsächliche
verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer

3.4 Zielperson der Untersuchung:

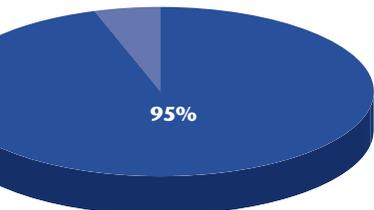
3.5 Definition des Lesers:

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

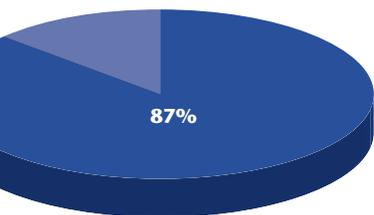
01. M

3.7 Durchführung der Untersuchung:

Springer Tr



er Empfänger sind Inhaber oder
ftsführer ihres Unternehmens.



er Empfänger würden TAXI vermissen.
mpfänger identifizieren sich mit ihrer
tschrift.

Absatzpotenziale für Fahrzeuge:

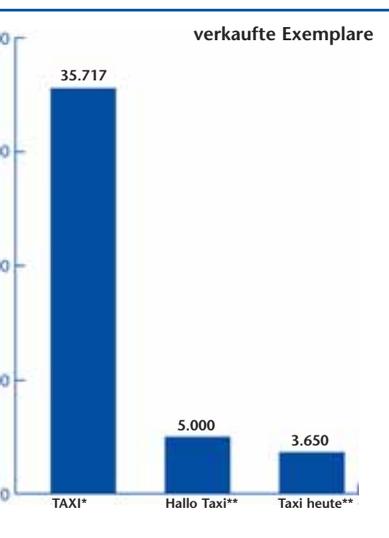
1 Fahrzeug	39,6%
2 Fahrzeuge	19,6%
3 Fahrzeuge	10,0%
4 Fahrzeuge	5,2%
5-9 Fahrzeuge	12,0%
10 und mehr Fahrzeuge	8,8%

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

Ein wichtiger Absatzmarkt für Fahrzeughersteller.



Preis pro Tausend:



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

TAXI	228,88 €
Hallo Taxi	1.580,80 €
Taxi heute	1.638,36 €

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

* IVW II. Quartal

TAXI

Termin- und Themenplan 2008



Erscheinungs- termin	Druckunter- lagenschluss	Erscheinungs- termin	Themen	Messen
12.07	14.01.07	01.02.08	Marktübersicht: Neuwagengarantien, Anschlussgarantien und Mobilitätsgarantien für das Taxi-Gewerbe	
02.08	25.02.08	14.03.08	Reinigungsmittel für die Innen- und Außenreinigung von Taxis	AMI Auto M in Leipzig 05
03.08	31.03.08	18.04.08	Sicherheitstrainings für Taxifahrer Reifen-Trends	Reifen in Es 20.05.-23.05
05.08	20.05.08	18.06.08	Fest eingebaute und mobile Navigationssysteme	

06.08	14.07.08	01.08.08	Wie gebrauchte Taxis den besten Wiederverkaufswert erzielen	
08.08	01.09.08	19.09.08	Pfiffige Werbemittel für Taxi- und Mietwagenunternehmer Vorschau auf die IAA Nutzfahrzeuge <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;"> <p style="margin: 0;">Sonderheft</p> <p style="margin: 0;">Europäische Taximesse</p> </div>	IAA, Nutzfahrzeuge 25.09.-02.10.08 REHA Care 15.10.-18.10.08 Orgatec in der Bauwirtschaft 21.10.-25.10.08
09.08	13.10.08	31.10.08	Vorschau auf die Europäische Taximesse	Europäische Taximesse 07.11.-08.11.08
11.08	24.11.08	12.12.08	Neue Transporter und Kleinbusse für den Einsatz als Großraumtaxi und Mietwagen	

Daten-Ticket

Stand: August 2000

Übernahme digitaler Daten

Ihre Anzeige per E-Mail, auf den FTP-Server oder auf Datenträger schicken (anfallende Verbindungen, inkl. Daten-Ticket),
dann wir unbedingt folgende Angaben:

TAX

Firma:

Partner:

Fax:

Informationen für folgende Publikation:

Zeitschrift/Ausgabe:

Rubrik:

Format:

Farbigkeit:

Titel:

Programm:

Version:

System: Apple Macintosh Windows PC

Übertragung per FTP ISDN E-Mail Datenträger per Post

Bemerkung:

Druckvorbereitung

Wenn Sie druckfähige PDF X3-Dateien in der Größe des Anzeigenformats (ohne weiße Ränder) einreichen, die im Beschnitt stehen (randabfallend), müssen mit 3 mm Beschnitt an den betreffenden Stellen

angelegt sein.
Farben müssen als HKS- oder Pantone-Werte definiert werden.
Maximale Farbauftrag soll 320% nicht überschreiten.

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

Vertragung

nutzen Sie Winzip (.ZIP) oder Stuffit (.SIT) zum Komprimieren der Daten.
Benennen Sie die zip-Datei mit dem Zeitschriftennamen beginnend, gefolgt von Ausgabe und Kundennummer (z.B. `Zeitschrift_Ausgabe_Kunde.zip`).

Joberstellung

Joboptions
Settings usw.

Bitte unter www.springer-business-media.de/anzeigendaten oder
über die unten angegebenen Kontaktdaten.

Kontaktdaten

FTP-Server: <ftp.stuertz.de> (Login: `gecont`, Passwort: `dE41yG`)
E-Mail: gecont@stuertz.de
Telefon: +49 931/385-11332

Ansprechpartner

Stürtz GmbH
Science / Anzeigenteam
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg
Tel.: +49 931/385-332



st^{..}
Stürtz

Werben mit Transport Media

Transport Media GmbH ist ein modernes
Medienunternehmen, das steht für zwei starke, erfahrene Verlags-
bereiche – den Verlag Heinrich Vogel
Business Verlag am Standort München.

Wir bieten es, berufswichtige Informationen
unserer Zielgruppen in der Automobil-,
Flug-, Transport-, Bus-, Touristik-,
Tankstellen-Branche sowie im

Gebrauchtwagenhandel zu publizieren. Unser
Anspruch ist immer die höchste Idealnähe.

Dabei bieten wir Ihnen als Werbepartner vielseitige
Werbemöglichkeiten. Sie erreichen erfolgreich und
ohne Streuverluste Ihre Zielgruppe mit unserem
umfangreichen Medien-Programm.

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Online-Auftritte
- Web-TV
- e-Paper
- Audio-CDs
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare/Konferenzen
- Direct Marketing

Weitere Informationen finden Sie unter www.mediacenter.vogel.de



VOGEL
HEINRICH VOGEL VERLAG

AU
VERLAG