



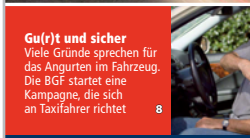
[www.taxi-zeitschrift.de](http://www.taxi-zeitschrift.de)

# MEDIADATEN 2009

Das Magazin des Taxi- und Mietwagenunternehmers

Weitere Medieninformationen erhalten Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)





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](http://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 – gegliedert 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

# TAXI

## Eine 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 eine 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](http://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](http://www.mediacentrum.de)  
**E-Mail:** [anzeigen-vhw@springer.com](mailto:anzeigen-vhw@springer.com)

9 **Redaktion:**  
**Chefredakteur:** Dietmar Fund  
[dietmar.fund@springer.com](mailto:dietmar.fund@springer.com)

10 **Gesamtleitung:** Jutta Rethmann

**Anzeigenleiter:** Marisa D'Arbonneau

11 **Vertrieb:** Vertriebsservice, Verlag Heinrich Vogel  
Telefon: 01 80/5 26 26 18  
(€ 0,14/min. aus dem dt. Festnetz/Mobilfunk kann abweichen)  
E-Mail: [vertriebsservice@springer.com](mailto: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:** 2007 = 8 Ausgaben  
**Format der Zeitschrift:** 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:** -



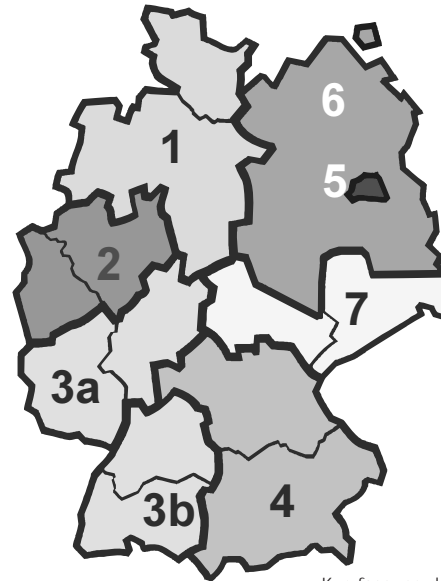
### 16 Auflagenkontrolle:

**17 Auflagenanalyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
01.07.07 – 30.06.08

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

### 18 Geographische Verbreitungsanalyse:

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



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
<b>tvA Inland</b>	<b>36.426</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



# TERMIN- UND THEMENPLAN 2009

## Das Magazin des Taxi- und Mietwagenunternehmers

	Termine				Redaktionelle Schwerpunkte	Veranstaltungen
	Ausgabe	Erscheinungs-termin	Anzeigen-schluss	Druckunter-lagenschluss	Themen	Messetermine & -berichte
Januar	1	30.01.09	15.12.08	12.01.09	Kindersitze und Kindersitzmontage im Taxi und im Mietwagen	<b>Motorwelt Berlin</b> 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)	<b>AMI Auto Mobil International</b> in Leipzig 28.03.-05.04.2009 <b>79. Int. Automobil-Salon</b> 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	<b>IAA Pkw</b> 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	<b>REHACare</b> 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:** Springer Transport Media GmbH  
**Hausanschrift:** 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-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.: 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					11.500,-
2., 3., 4. Umschlagseite (nicht rabattierbar)					10.150,-
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	€ 285,-
bis 50 g	€ 460,-
je weitere 5 g	€ 35,-
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).	

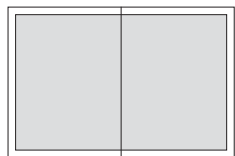
### 16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

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

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

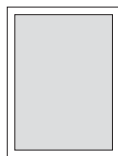
Unsere AGBs finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)

### Formate im Satzspiegel



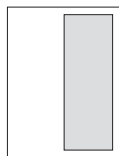
2/1 über Bund

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



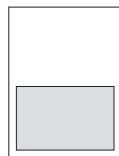
1/1

185 x 250



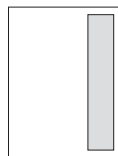
1/2 hoch

90 x 250



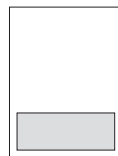
1/2 quer

185 x 125



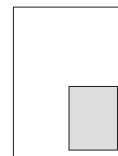
1/3 hoch

60 x 250



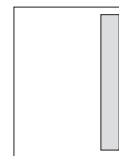
1/3 quer

185 x 85



1/4 2-sp.

90 x 125



1/4 hoch

43 x 250



1/4 quer

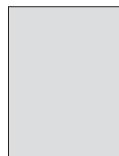
185 x 65

### Formate über Satzspiegel



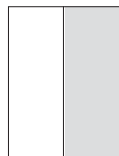
2/1 über Bund  
angeschnitten

420 x 279 mm\*



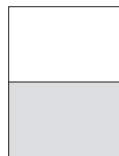
1/1 ang.

210 x 279\*



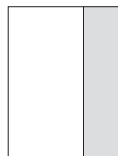
1/2 hoch

102 x 279\*



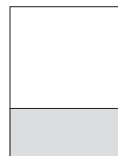
1/2 quer

210 x 140\*



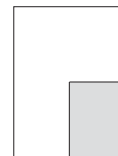
1/3 hoch

72 x 279\*



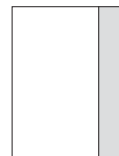
1/3 quer

210 x 98\*



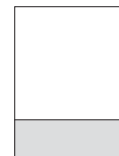
1/4 2-sp.

102 x 140\*



1/4 hoch

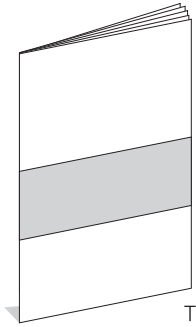
57 x 279\*



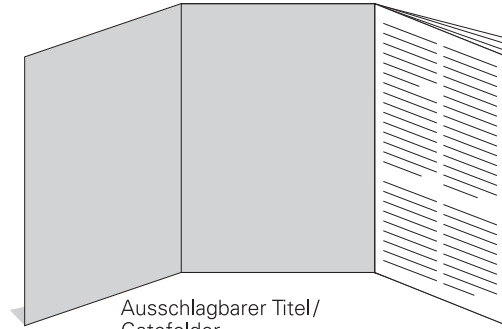
1/4 quer

210 x 82\*

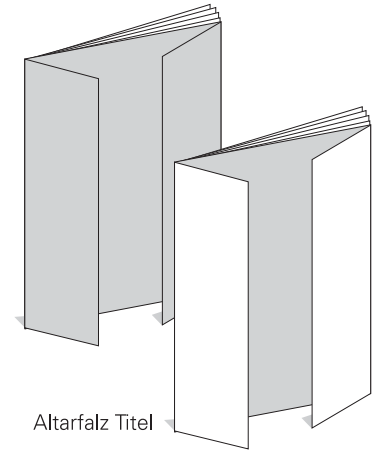
\*+ 4 mm Beschnitt an den Außenkanten



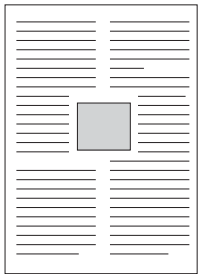
Titel-Banderole



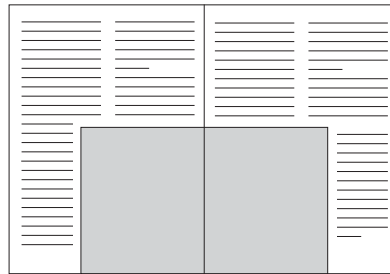
Ausschlagbarer Titel/  
Gatefolder



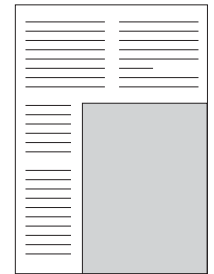
Altarfalz Titel



Inselanzeige



Tunnelanzeige



Juniorpage

- 1 Web-Adresse (URL):** [www.taxi-zeitschrift.de](http://www.taxi-zeitschrift.de)
- 2 Kurzcharakteristik:**  
Unter [www.taxi-zeitschrift.de](http://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](mailto:online-inserate-hvogel@springer.com)
- 4 Ansprechpartner:** Andrea Volz  
Telefon: 0 89/43 72-21 24,  
Telefax: 0 89/43 72-23 98  
E-Mail: [andrea.volz@springer.com](mailto:andrea.volz@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 <b>Advertorial + Logo</b> (GIF)	300 x 115	55,-
2 <b>Rectangle</b>	300 x 250	75,-
3 <b>Video Rectangle</b> (polite streaming)	300 x 250	75,-
4 <b>Expandable Rectangle</b> (nach links)	630 x 250	100,-
5 <b>Expandable Rectangle</b> (nach links unten)	630 x 350	125,-
6 <b>Layer Ad + Rectangle Reminder</b>	Rücksprache	150,-
7 <b>Half Page</b>	300 x 600	150,-
8 <b>Expandable Half Page</b>	630 x 600	Rücksprache
9 <b>Road Block (zwei Rectangles)</b>	300 x 250 (2x)	150,-
10 <b>Corner Ad Large</b>	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 <b>Rectangle</b>	300 x 250	75,-
2 <b>Quer-/Fullsizebanner</b>	650 x 150	75,-
3 <b>Textanzeige groß + Logo/Bild</b>	650 x 150	75,-
4 <b>Textanzeige klein + Logo/Bild</b>	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](http://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
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>36.449</b>

## 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
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>36.449</b>

## 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
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>36.449</b>



### 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
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>36.449</b>

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 Wechselversand)

#### 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 Wechselversand)

#### 2.4 Struktur der Empfängerschaft einer aktuellen durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

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

#### 3. Beschreibung der Untersuchung

##### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

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

**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).

<b>Ausgangs-Stichprobe</b>	<b>415 Fälle</b>	<b>= 100,0 %</b>
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	-	= -
<b>Ausfälle gesamt:</b>	<b>60 Fälle</b>	<b>= 14,5 %</b>
<b>Brutto-Stichprobe:</b>	<b>355 Fälle</b>	<b>= 100,0 %</b>
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 %
<b>Netto (auswertbare Fälle):</b>	<b>250 Fälle</b>	<b>= 70,4 %</b>

**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:

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

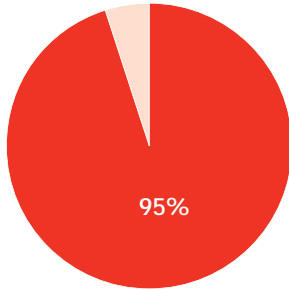
Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

**3.4 Zielperson der Untersuchung:** entfällt

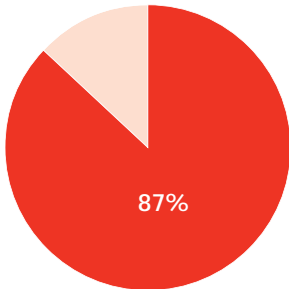
**3.5 Definition des Lesers:** entfällt

**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.

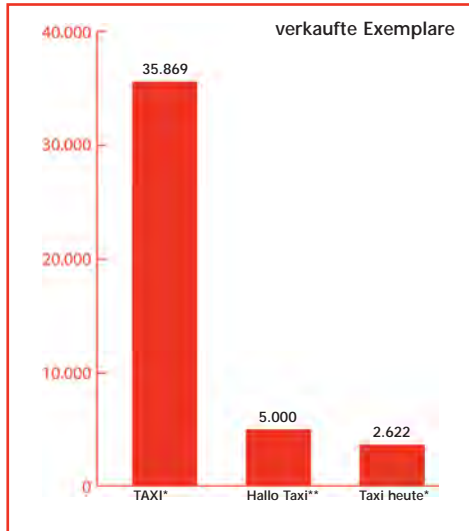
### Absatzpotenziale für Fahrzeuge:

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, eine **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:	<input type="checkbox"/> Apple Macintosh	<input type="checkbox"/> Windows PC
Datenübertragung per	<input type="checkbox"/> FTP	<input type="checkbox"/> ISDN <input type="checkbox"/> E-Mail <input type="checkbox"/> 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](http://www.springer-business-media.de/anzeigendaten) oder bei Bedarf über die unten angegebenen Kontaktdaten.

### Verbindungen

FTP: <ftp.stuertz.de> (Login: gecont, Passwort: dE41yG)

ISDN (Leonardo): auf Anfrage

E-Mail: [gecont@stuertz.de](mailto:gecont@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



VERLAG HEINRICH VOGEL

# Das erfolgreiche Fachmedien-Programm

Weitere Informationen finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://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:

**VOGEL**  
VERLAG HEINRICH VOGEL

- 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)



# WIR BERATEN SIE GERNE



**MARISA d'ARBONNEAU**  
Leitung Sales  
Omnibusrevue, Busfahrer,  
Taxi, Fahrschule  
marisa.darbonneau@springer.com

**0 89/43 72 - 22 27**  
Fax: 0 89/43 72 - 23 98



**ELISABETH HUBER**  
Mediaberaterin  
elisabeth.huber@springer.com

**0 89/43 72 - 23 52**  
Fax: 0 89/43 72 - 23 98



**ANDREA VOLZ**  
Key Account Manager Online  
andrea.volz@springer.com

**0 89/43 72 - 21 24**  
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