



Das Magazin des  
Taxi- und Mietwagenunternehmers



MEDIADATEN2008

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



WIR SIND FÜR SIE DA: **TELEFON 0 89 / 43 72-**



**MICHAEL HARMS**

**Anzeigenleiter PKW**  
michael.harms@springer.com

Fax: 0 89/43 72 - 23 98



**ELISABETH HUBER**

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

Fax: 0 89/43 72 - 23 98



**MATTHIAS PIORO**

**Kundenzeitschriften**  
**Beratung Corporate Publishing**  
matthias.pioro@springer.com

Fax: 0 89/43 72 - 24 77



**EVA LOIBL**

**Anzeigenverwaltung**  
eva.loibl@springer.com

Fax: 0 89/43 72 - 21 58

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

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

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

So informieren sich die Entscheider der Branche:

**35.701\*** 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 7/06-6/07

\*\* Empfängerstrukturanalyse April 2003/TNS EMNID, Bielefeld



### 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:** 15. Jahrgang 2008

**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-vhv@springer.com](mailto:anzeigen-vhv@springer.com)

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

### 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](mailto:vertriebsservice@springer.com)

**12 Bezugspreis:** Jahresabonnement Inland: 27,30 € zzgl. 9,60 € Versand inkl. 7% MwSt.  
Ausland: 27,30 € zzgl. 18,20 € Versand inkl. 7% MwSt.  
Einzelverkaufspreis: 5,10 € zzgl. 1,90 € Versand inkl. 7% MwSt.

**13 ISSN:** 1437-0336

### 14 Umfangs-Analyse:

**Format der Zeitschrift:** 2006 = 8 Ausgaben  
210 mm (B), 279 mm (H)  
**Gesamtumfang:** 336 Seiten = 100,0%  
**Redaktioneller Teil:** 220 Seiten = 65,4%  
**Anzeigenteil:** 116 Seiten = 34,6%

davon  
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 8 Seiten = 6,6%  
Einhefter/Durchhefter: 0 Seiten = 0,0%  
Verlagseigene Anzeigen: 34 Seiten = 29,5%  
Beilagen: 7 Stück

### 15 Inhalts-Analyse Redaktion:



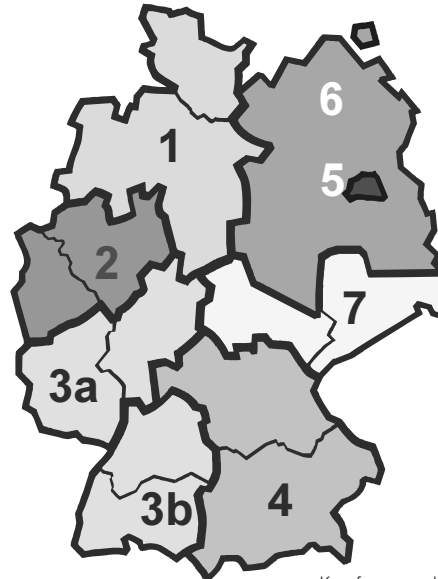
### 16 Auflagenkontrolle:

**17 Auflagenanalyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt  
01.07.06 – 30.06.07

<b>Druckauflage:</b>	36.338		
<b>Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	36.229	davon Ausland:	24
<b>Verkaufte Auflage:</b>	35.721	davon Ausland:	22
– Abonnierte Exemplare:	35.701	davon Mitgliederstücke:	35.625
– Einzelverkauf:	–		
– Sonstiger Verkauf:	20		
<b>Freistücke:</b>	508		
<b>Rest-, Archiv-, Belegexemplare:</b>	109		

### 18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,9	36.205
Ausland	0,1	24
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>	<b>100,0</b>	<b>36.229</b>



Nielsen-Region	tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage
1	15.925
2	4.352
3 a	5.788
3 b	2.541
4	3.968
5	1.239
6	936
7	1.456
<b>tvA gesamt</b>	<b>36.205</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



### 1 Auflage:

Druckauflage: 36.338  
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt  
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 36.229

### 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. 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 Reinzeichnungen, Aufsichtsvorlagen oder Dias werden die Reproduktionskosten in Rechnung gestellt.

### 4 Termine:

**Erscheinungsweise:** 8 x jährlich

**Erscheinungstermine,  
Anzeigen- und  
Druckunterlagenschluss:**

siehe Termin- und Themenplan.

### 5 Verlag:

Springer Transport Media GmbH  
Hausanschrift:  
Postanschrift:  
Anzeigenabteilung:  
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 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	10.800,-	16.650,-
1/1 Seite	4-spaltig	185 x 250	210 x 279	5.320,-	8.250,-
1/2 Seite	2-spaltig	90 x 250	102 x 279	2.720,-	4.190,-
	4-spaltig	185 x 125	210 x 140		
1/3 Seite	1-spaltig	60 x 250	72 x 279	1.820,-	2.820,-
	4-spaltig	185 x 85	210 x 98		
1/4 Seite	1-spaltig	43 x 250	57 x 279	1.425,-	2.140,-
	2-spaltig	90 x 125			
	4-spaltig	185 x 65	210 x 82		
1/8 Seite	1-spaltig	43 x 125		730,-	1.230,-
	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	3,29 €
gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	6,29 €
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	2,80 €
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	5,35 €
Stellengesuche	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	1,75 €
Chiffregebühr		10,00 €

## 10 Sonderwerbformen:

Siehe Preisblatt Sonderwerbformen

## 11 Rabatte:

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

Alle Zuschläge werden rabattiert. Titelseiten sind nicht rabattfähig.

## 12 Kombinationen:

### 13 Einhefter:

2-seitig	€ 5.320,-
4-seitig	€ 10.640,-
6-seitig	€ 15.975,-
8-seitig	€ 21.280,-

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

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

### 14 Beilagen:

lose eingelegt, maximale Größe 203 x 275 mm.  
Gewicht der Beilage Beilagenpreis je 1.000 Stück  
bis 25 g € 160,-  
bis 50 g € 220,-  
über 50 g auf Anfrage  
Anzahl der Beilagen auf Anfrage. Teilbeilagen ab 5000 Exemplaren möglich.

### 15 Aufgeklebte Werbemittel:

Postkarten pro Tausend € 85,-  
Prospekte/Warenmuster auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters.  
Benötigte Liefermenge auf Anfrage.  
Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige (Preise siehe oben).  
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

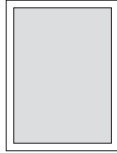
Unsere AGBs finden Sie unter [www.mediacentrum.de](http://www.mediacentrum.de)

### Formate im Satzspiegel



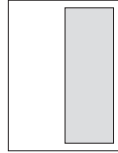
2/1 über Bund

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



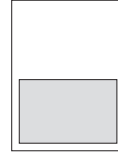
1/1

185 x 250



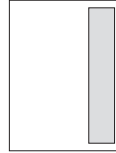
1/2 hoch

90 x 250



1/2 quer

185 x 125



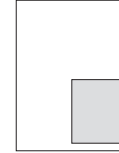
1/3 hoch

60 x 250



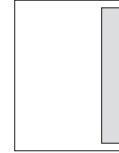
1/3 quer

185 x 85



1/4 2-sp.

90 x 125



1/4 hoch

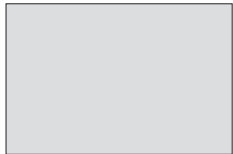
43 x 250



1/4 quer

185 x 65

### Formate über Satzspiegel



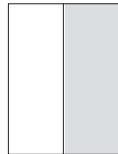
2/1 über Bund  
angeschnitten

420 x 279 mm\*



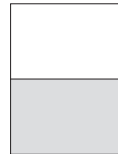
1/1 ang.

210 x 279\*



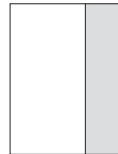
1/2 hoch

102 x 279\*



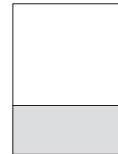
1/2 quer

210 x 140\*



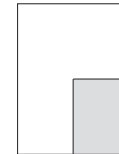
1/3 hoch

72 x 279\*



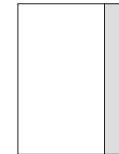
1/3 quer

210 x 98\*



1/4 2-sp.

102 x 140\*



1/4 hoch

57 x 279\*

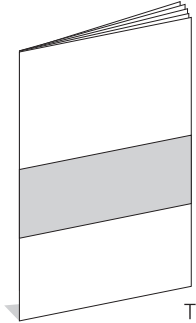


1/4 quer

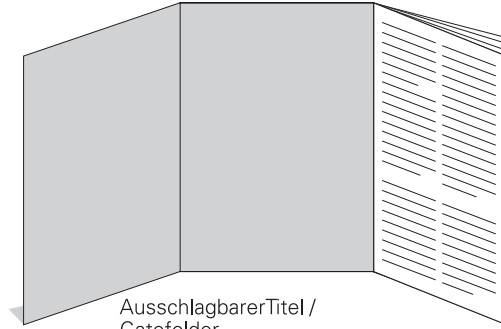
210 x 82\*

\*+ 4 mm Beschnitt an den Außenkanten

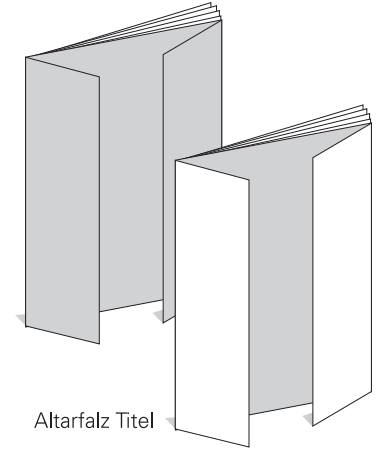




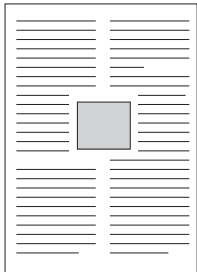
Titel-Banderole



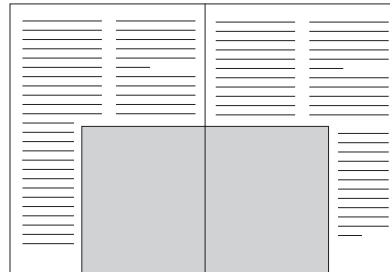
Ausschlagbarer Titel /  
Gatefolder



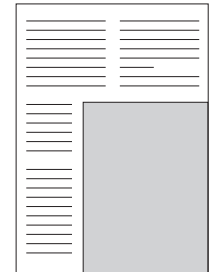
Altarfalz Titel



Inselanzeige



Tunnelanzeige



Juniorpage

**1 Web-Adresse (URL):** [www.taxi-zeitschrift.de](http://www.taxi-zeitschrift.de)

**2 Kurzcharakteristik:**

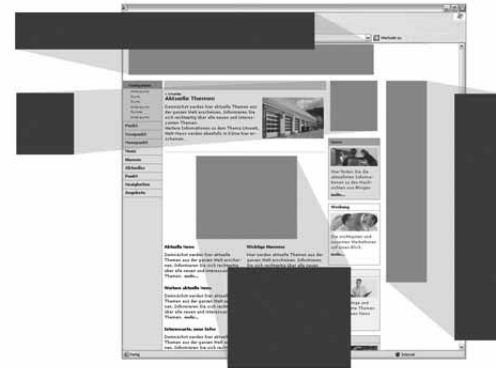
Unter [www.taxi-zeitschrift.de](http://www.taxi-zeitschrift.de) bietet die Redaktion der Fachzeitschrift TAXI aktuelle Nachrichten, Produktinformationen und Kurzturteile für Taxi- und Mietwagenunternehmer. Die wichtigsten Meldungen der Woche werden jeden Freitag per Newsletter verschickt.

**3 Verlag:** Springer Transport Media GmbH  
Neumarkter Str. 18  
81673 München  
E-Mail: [kontakt.anzeigen@springer.com](mailto:kontakt.anzeigen@springer.com)

**4 Ansprechpartner:** Elisabeth Huber  
Telefon: 0 89 / 43 72-23 52  
Telefax: 0 89 / 43 72-23 98  
[elisabeth.huber@springer.com](mailto:elisabeth.huber@springer.com)

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

**5 Werbeformen und Preise** Visits: 2.742 (Stand Juli 2007)  
Page Impressions: 13.961 (Stand Juli 2007)



Werbeformen & Preise	Beschreibung & Format	TKP (Preis je 1.000 Einblendungen)
Superbanner	728 x 90 Pixel	42,00 € zzgl. MwSt.
Skyscraper	120 x 600 Pixel oder 200 x 400 Pixel	42,00 € zzgl. MwSt.
Rectangle	300 x 250 Pixel	62,00 € zzgl. MwSt.
Kombi-Paket (Tandem-Ad)	Gleichzeitige Einblendung von: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Superbanner</li> <li>• Skyscraper</li> <li>• Contentbanner (440 x 40 Pixel)</li> </ul>	62,00 € zzgl. MwSt.
Pop-Up / Pop-Under (Layer)	200 x 300 Pixel Sonderformate auf Anfrage	42,00 € zzgl. MwSt.
Werbeboxen (Flexbox)	Ihre Werbebox erscheint in einem ausgewählten Bereich mit Text und Logo/Bild	Preis auf Anfrage

Sonderwerbeformen auf Anfrage

Sponsoring auf ausgewählte Seiten auf Anfrage

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

## Newsletterwerbung

**Newsletter-Abonnenten:** 834 (Stand Juli 2007)

**Laufzeit/Belegung:** Dauer, Anzahl und Zeitpunkt der Banner- bzw. Werbeschaltung richten sich nach der Verfügbarkeit und Ihren Wünschen.

Newsletterwerbung	Html-Format	Text-Format
<b>Platzierungen</b>	<u>Topspacing:</u> Erste Werbung vor dem und nach dem Nachrichtenüberblick <u>Zweitplatzierung:</u> Folgeplatzierungen zwischen den Meldungen	
<b>Druckunterlagen</b> Bitte schicken Sie immer Druckunterlagen für beide Newsletter-Formate!	Banner: statisches oder animiertes Gif, max. 30 KB, 650x 150 Pixel, ein Hyperlink	Text: max. 10 Zeilen á 72 Zeichen, inkl. URL und Email
<b>TKP</b> (Preis je 1.000 Newsletter)	<u>Topspacing:</u> <b>38,00 €</b> je Schaltung (zzgl. MwSt.) <u>Zweitplatzierung:</u> <b>28,00 €</b> je Schaltung (zzgl. MwSt.)	

gültig ab 01.10.2007; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.  
TKP: pro 1000 Abonnenten

## 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-/Produkteinträgen**  
**700,- €/Jahr (zzgl. MwSt.) ab 6 Fahrzeug-/Produkteinträgen**

### Werbebox Taxi-Partner

Ihre Werbebox erscheint komplett auf [www.taxi-zeitschrift.de](http://www.taxi-zeitschrift.de):

- Auf der rechten Seite
- Mit Ihrem Logo, einer Überschrift und einem kurzen Einleitungstext

#### Preis:

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

### 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	33.140
85.14.5	Kranken-, Behindertentransport	4	1.450
60.23.1	Personenbeförderung im Omnibus-Gelegenheitsverkehr	3	1.090
60.21	Personenverkehr im Linienverkehr	2	720
-	Sonstige	4	1.450
-	Keine Angabe	1	360
-	Abrundungsdifferenz		5
	Tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100	36.205
	Ausland (nicht erhoben)		24
	Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland		36.229

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

## 20 Größe der Wirtschaftseinheit

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Alleinfahrer	26	9.410
1 Fahrer	15	5.430
2 bis 5 Fahrer	36	13.030
6 bis 15 Fahrer	9	3.260
16 Fahrer und mehr	11	3.980
Keine Angabe	3	1.090
Abrundungsdifferenz		- 15
tvA Inland	100	36.205
Ausland (nicht erhoben)		24
<b>Tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>36.229</b>

## 21.2 Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Inhaber, Mitinhaber, Geschäftsführer	95	34.400
Kaufmännische Leitung	2	720
Fahrer	2	720
Sonstige/Keine Angabe	1	360
Abrundungsdifferenz		+5
tvA Inland	100	36.205
Ausland (nicht erhoben)		24
<b>Tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>36.229</b>

## 22 Bildung/ Ausbildung: Berufliche Ausbildung

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
Hauptschule, Volksschule	32	11.590
Polytechnische Oberschule	11	3.980
Realschule, mehrjähr. Fachschule, Handelsschule	30	10.860
Abitur	9	3.260
Fachhochschule	8	2.900
Hochschule, Universität	10	3.620
Abrundungsdifferenz		- 5
tvA Inland	100	36.205
Ausland (nicht erhoben)		24
<b>Tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>36.229</b>

## 23 Alter

	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage % Projektion (circa)	
bis 29 Jahre	2	720
30 bis 39 Jahre	24	8.690
40 bis 49 Jahre	35	12.670
50 bis 64 Jahre	33	11.950
65 Jahre und älter	6	2.170
Abrundungsdifferenz		+5
tvA Inland	100	36.205
Ausland (nicht erhoben)		24
<b>Tatsächl. verbr. Auflage</b>		<b>36.229</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 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:

<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:

Springer Transport Media GmbH

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:

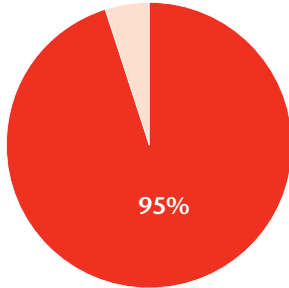
Die Auswertung basiert auf der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

**3.4 Zielperson der Untersuchung:** entfällt

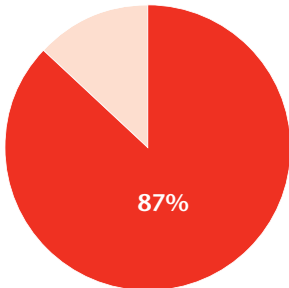
**3.5 Definition des Lesers:** entfällt

**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.

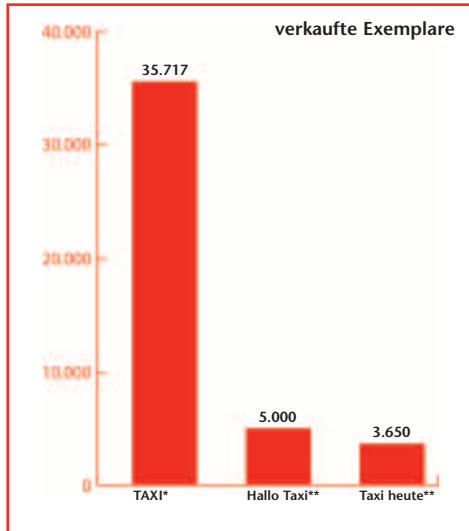
### Absatzpotenziale für Fahrzeuge:

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 2006/ verkaufte Auflage\*

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

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

\* IVW II. Quartal 2007, \*\* Verlagsangabe



# TAXI



Media Informationen **T**  
2008

## Termin- und Themenplan 2008



	Heft-Nr. Ausgabe	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss	Erscheinungstermin	Themen	Messen
Februar	1	18.12.07	14.01.08	01.02.08	Marktübersicht: Neuwagengarantien, Anschlussgarantien und Mobilitätsgarantien für das Taxi-Gewerbe	
März	2	07.02.08	25.02.08	14.03.08	Reinigungsmittel für die Innen- und Außenreinigung von Taxis	<b>AMI Auto Mobil International</b> in Leipzig 05.04.-13.04.2008
April	3	11.03.08	31.03.08	18.04.08	Sicherheitstrainings für Taxifahrer Reifen-Trends	<b>Reifen</b> in Essen 20.05.-23.05.2008
Juni	4	06.05.08	20.05.08	18.06.08	Fest eingebaute und mobile Navigationssysteme	

August	5	26.06.08	14.07.08	01.08.08	Wie gebrauchte Taxis den besten Wiederverkaufswert erzielen	
September	6	13.08.08	01.09.08	19.09.08	<p>Pfiffige Werbemittel für Taxi- und Mietwagenunternehmer Vorschau auf die IAA Nutzfahrzeuge</p> <p><b>Sonderheft</b> <b>Europäische Taximesse</b></p>	<p><b>IAA, Nutzfahrzeuge</b> in Hannover 25.09. -02.10.2008 <b>REHA Care</b> in Düsseldorf 15.10.-18.10.2008 <b>Orgatec</b> in Köln 21.10.-25.10.2008</p>
Oktober	7	24.09.08	13.10.08	31.10.08	Vorschau auf die Europäische Taximesse	<b>Europäische Taxi-Messe</b> in Köln 07.11.-08.11.2008
Dezember	8	06.11.08	24.11.08	12.12.08	Neue Transporter und Kleinbusse für den Einsatz als Großraumtaxi und Mietwagen	

# Daten-Ticket

Stand: August 2007

## Übernahme digitaler Daten

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](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  
Fax: +49 931/385-11332

---

### Ansprechpartner

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



## Richtig schalten mit Springer Transport Media

Die Springer Transport Media GmbH ist ein modernes Medienhaus und steht für zwei starke erfahrene Verlagsmarken im B2B-Bereich – den Verlag Heinrich Vogel und den Auto Business Verlag am Standort München.

Unsere Aufgabe ist es, berufsrelevante Informationen punktgenau für unsere Zielgruppen in der Automobil-, Verkehrs-, Logistik-, Transport-, Bus-, Touristik-, Werkstatt- und Tankstellen-Branche sowie im

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

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 und Newsletter
- Web-TV
- ePaper
- Audio-CDs
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare/Konferenzen
- Direktmarketing

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

