

Tesla Model Y Long Range

im Taxi-Test

Mediadaten 2026

Preisliste Nr. 49 gültig ab 1.1.2026





| AMF 1: | Titelporträt | 2 – 3 |
|-----------|-----------------------------------|---------|
| AMF 2: | Auflagen- und Verbreitungsanalyse | 4 |
| AMF P: | Formate und Preise | 5 – 7 |
| AMF T: | Termin- und Themenplan | 8 |
| Kleinanze | eigen: Produkte & Partner | 9 |
| Beilagen | , aufgeklebte Werbemittel | 10 |
| Wandkal | ender | 11 |
| Online-W | /erbung | 12 |
| Sonderw | erbeformen | 13 – 14 |
| Newslett | er | 15 |
| Magazin- | -Арр | 16 |
| AGB | | 17 |









Thomas Chefredakteur taxi heute

Liebe Media-Entscheiderinnen und -Entscheider.

es gibt in Deutschland wohl keinen Unternehmerberuf, der mit so viel Bodenhaftung, aber gleichzeitig so viel politischer Fallhöhe lebt wie der des Taxiunternehmers. Zwischen Funkzentrale und Verkehrsministerium, zwischen Schülerfahrten und Mindestpreisdebatten kämpft eine Branche, die oft unterschätzt, selten bemitleidet, aber immer gebraucht wird.

In den Städten müssen sich die Taxi-Unternehmer gegen Uber & Co. erwehren, die mit gewaltigen Werbebudgets, Lobbyisten und App-Innovationen ins urbane Verkehrsgeflecht gedrungen. Auf dem Land hingegen rollt - vom Verkehrsministerium gefördert - der On-Demand-Verkehr in die Dörfer. Klingt nach Fortschritt, heißt aber für viele kleine Taxi-Unternehmer: weniger Aufträge, weniger Planbarkeit, mehr Konkurrenz um dieselbe Kundschaft.

Und doch gibt es Nischen, die sich als tragfähige Märkte entpuppen. Krankenfahrten, Schülerverkehre – sie sind heute für viele Unternehmen das Rückgrat. Ein Geschäft mit komplexen Abrechnungsmodellen und dem Bedürfnis nach Präzision, Verlässlichkeit – und Fahrpersonal mit Geduld. Aber es ist auch ein Geschäft mit Perspektive. Wer hier gut organisiert ist, digital sauber aufgestellt und abrechnungsfähig, kann Stabilität gewinnen.

Was uns zum nächsten Thema bringt: Digitalisierung. 2026 tritt die Pflicht zur TSE in Kraft die technische Sicherheitseinrichtung für Taxameter. Wer glaubt, das sei nur eine Schikane des Finanzamts, irrt: Es ist ein Schritt in Richtung Transparenz, Verlässlichkeit – und Wettbewerbsfähigkeit. Denn die Zukunft wird nicht analog sein, auch im Taxi nicht.

Und noch ein weiterer Hoffnungsschimmer: das ÖPNV-Taxi. Erste Projekte laufen, viele Kommunen diskutieren, wie das Taxi als Lückenfüller im Nahverkehr eingesetzt werden kann - planbar, bezuschusst, sinnvoll. Es wäre eine kluge Verbindung von Daseinsvorsorge und marktwirtschaftlicher Leistung – und vor allem: eine Anerkennung des Taxigewerbes als Teil der Lösung.

Anerkennung, ein gutes Stichwort. Was die Branche mehr denn je braucht, ist Zusammenarbeit. In den Verbänden, zwischen Zentralen, bei Software und Abrechnung. Wer sich heute noch mit Insellösungen durchschlägt, verliert morgen den Anschluss. Gemeinsam lässt sich mehr bewirken – auch gegen Plattformriesen, gegen die Ignoranz mancher Politiker und gegen die Vorstellung, dass Mobilität nur durch Algorithmen entsteht. Das Taxi hat Zukunft!

Mit herzlichen Grüßen Thomas Kanzler thomas.kanzler@hussverlag.de

Print



Magazin-App ext heute

Tesla Model Y Long Range im Taxi-Test

Online



www.taxi-heute.de

1 Titel: taxi heute 2 Kurzcharakteristik: taxi heute greift alle wichtigen Themen aus Verbandspolitik, Betriebswirtschaft, Recht und Technik praxisgerecht und serviceorientiert auf und gilt innerhalb der Branche als Ratgeber. www.taxi-heute.de 3 Zielgruppe: Taxi- und Mietwagenunternehmer, leitende Angestellte, Zentralenleiter und Verbandsfunktionäre Erscheinungsweise: 7-mal im Jahr (Ausgaben 1, 2, 3, 4, 5, 6 und 7) Heftformat: 210 x 297 mm, DIN A4 49. Jahrgang 2026 Jahrgang: Jahresabonnement Inland € 70,-7 Bezugspreis: (inkl. MwSt. zzgl. € 7,91 Versandspesen) Einzelverkaufspreis € 10,-(inkl. MwSt. zzgl. € 3,- Versandspesen) ISSN-Nr. 0174-3775 8 Organ: 9 Mitgliedschaften: 10 Verlag: HUSS-VFRI AG GmbH Telefon: +49 89 32391-0 Telefax: +49 89 32391-163 Internet: www.huss.de 11 Herausgeber: Dipl.-Ing. (FH) Christoph Huss 12 Anzeigen/Vertrieb: Manuela Kösel -154 (verantwortlich) manuela.koesel@hussverlag.de Oliver Dorsch -314 leserservice@hussverlag.de Thomas Kanzler -462 (verantwortlich) 13 Redaktion:

| 14 | Umfangs-Analyse: | | 2024 = | 2024 = 7 Ausgaben | | |
|----|------------------|------------------------|--------------|-------------------|--|--|
| | Gesamti | umfang: | 252 Seiten = | 100,00 % | | |
| | Redaktio | oneller Teil: | 200 Seiten = | | | |
| | Anzeigenteil: | | 52 Seiten = | 20,6 % | | |
| | davon: | Gelegenheitsanzeigen | 7 Seiten = | 13,5 % | | |
| | | Einhefter | _ | | | |
| | | verlagseigene Anzeigen | 23 Seiten = | 44,2 % | | |
| | Beilager | ı: | 5 Stück | | | |

15 Inhaltsanalyse des Redaktionsteils: 2024 = 200 Seiten

| a Themen | Seiten | % |
|----------------------------------------------------------|-------------|--------|
| Titel | 7 | 3,5 |
| Editorial | 7 | 3,5 |
| Leserseite/Hinweise auf Webseite | 3 | 1,5 |
| Impressum | 2 | 1,0 |
| Nachrichten/Taxinews | 21 | 10,5 |
| Gewerbe-/Verbandspolitik | 48 | 24,0 |
| Unternehmensführung insgesamt | 40 | 20,0 |
| davon: | | |
| Unternehmensführung/Personal | 12 | |
| Taxi- & Mietwagenunternehmen | 18 | |
| Fahrtenvermittlung/Apps/Technik | 10 | |
| Recht (Kurzurteile & Texte zu jurist. Inhalt), Steuern & | Finanzen 18 | 9,0 |
| Taxi & Mietwagen insgesamt | 47 | 23,5 |
| davon: | | |
| Fahrvorstellungen & Testberichte | 35 | |
| Zubehör- und Technik-Themen | 7 | |
| Rollstuhltaxis | 5 | |
| Unterhaltung/Themenvorschau | 7 | 3,5 |
| Gesamt | 200 | 100,00 |





Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW)

17 Auflagen-Analyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2024 bis 30. Juni 2025)

Druckauflage: 10.000

16 Auflagenkontrolle:

| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA): | 9.662 | davon Ausland: | 26 |
|---------------------------------------------|-------|-------------------------|----|
| Verkaufte Auflage: – Abonnierte Exemplare/ | 2.089 | davon Ausland: | 22 |
| sonstiger Verkauf: – Einzelverkauf: | 2.089 | davon Mitgliederstücke: | 0 |
| Freistücke: | 7.573 | | 4 |
| Rest-, Archiv- und Belegexemplare | 338 | | |

18 Geografische Verbreitungs-Analyse:

| Wirtschaftsraum | Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage | |
|---------------------------------------|--------------------------------------------|-----------|
| | % | Exemplare |
| Inland | 99,74 | 9.636 |
| Ausland | 0,26 | 26 |
| Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) | 100 | 9.662 |

Gliederung der Inlandsauflage nach den Postleitzonen:

Anteil tatsächlich verbreiteter Inlandsauflage

| PLZ 0 | 7,29 % | 702 Exemplare |
|--------------|--------------------------------|-----------------|
| PLZ 1 | 12,70 % | 1.224 Exemplare |
| PLZ 2 | 13,30 % | 1.281 Exemplare |
| PLZ 3 | 7,37 % | 710 Exemplare |
| PLZ 4 | 11,05 % | 1.065 Exemplare |
| PLZ 5 | 9,95 % | 959 Exemplare |
| PLZ 6 | 11,99 % | 1.156 Exemplare |
| PLZ 7 | 7,80 % | 751 Exemplare |
| PLZ 8 | 11,91 % | 1.148 Exemplare |
| PLZ 9 | 6,65 % | 641 Exemplare |
| Tatsächl | ich verbreitete Inlandsauflage | 9.636 Exemplare |

Kurzinformation zur Erhebungsmethode 2

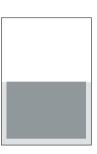
- Untersuchungsmethode: Auflagen- und Verbreitungsanalyse, Basis: Empfängerdatei mit Grundgesamtheit 31.423 Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung
- Grundgesamtheit: Die Erstellung der Grundgesamtheit erfolgte auf Basis der tvA im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2024 bis 30. Juni 2025).

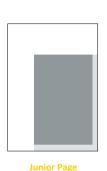
Die Untersuchung repräsentiert eine Grundgesamtheit von tvA 9.662 (= 100 %).

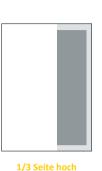
- Zeitraum der Untersuchung: Juli 2025
- Durchführung der Untersuchung: HUSS-VERLAG GmbH













im Satzspiegel im Anschnitt 4c-Preis

1/1 Seite 185 x 270 mm 210 x 297 mm* € 7.080,-

90 x 270 mm 103 x 297 mm* € 4.220,-

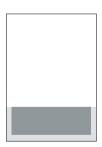
1/2 Seite guer 185 x 128 mm 210 x 144 mm* € 4.220,-

137 x 185 mm 152 x 200 mm* € 5.350,-

58 x 270 mm 73 x 297 mm* € 2.730,-

185 x 85 mm 210 x 100 mm*

€ 2.730,-







im Satzspiegel im Anschnitt 4c-Preis

43 x 270 mm 56 x 297 mm* € 2.310,-

1/4 Seite hoch 90 x 128 mm 103 x 141 mm* € 2.310,-

1/4 Seite norm 1/4 Seite quer 185 x 62 mm 210 x 75 mm* € 2.310,-

1/6 Seite quer 185 x 42 mm 210 x 55 mm* € 1.570,-

1/8 Seite norm 90 x 62 mm € 1.360,-

1/8 Seite quer 185 x 30 mm € 1.360,-

Alle Preise zzgl. MwSt.

Formate: Breite x Höhe

* zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten





Anzeigen-Preisliste Nr. 49 gültig ab 1. Januar 2026

1 Auflage:

Druckauflage (Verlagsangabe) 10.000

2 Zeitschriftenformat:

210 mm breit x 297 mm hoch. DIN A4

Satzspiegel:

185 mm breit x 270 mm hoch

3 Druck- und Bindeverfahren. Druckunterlagen:

Inhalt: Rollenoffset (Euroskala), Umschlag: Bogenoffset (Euroskala) Klammerheftung

Digitale Anzeigen-Druckunterlagen

Datenformat: Bitte liefern Sie Ihre Druckunterlage als PDF-Datei (maximal pdf 1.3). Wir empfehlen die internationale Norm PDF/X-1a.

Farbraum: Der Druck erfolgt nach der Euroskala im Prozessstandard Offsetdruck mit den Grundfarben Cyan, Magenta, Gelb und Schwarz. Sonderfarben sind nur nach Absprache möglich und werden ansonsten in unserer Druckvorstufe in 4c umgewandelt.

Profile: Für Anzeigen auf dem Umschlag und im Inhalt ISOcoated v2 300 eci.icc

Das Profil kann unter www.eci.org heruntergeladen werden.

Proof: Eine verbindliche Farbwiedergabe im Druck kann nur mit einem Proof mit Ugra/Fogra-Medienkeil gewährleistet werden. Ein farbiger Ausdruck kann lediglich zur Kontrolle dienen.

Datenübertragung bis 10 MB per E-Mail an anzeigen@taxi-heute.de, ansonsten per FTP (auf Anfrage)

Erstellung von Druckunterlagen auf Anfrage (zum Selbstkostenpreis)

4 Termine: siehe Termin- und Themenplan auf Seite 8 Erscheinungsweise: 7-mal im Jahr

5 Verlag: HUSS-VERLAG GmbH

Joseph-Dollinger-Bogen 5, 80807 München Hausanschrift:

Postanschrift: 80912 München, Deutschland

Internet: www.taxi-heute.de

Manuela Kösel, Telefon: +49 89 32391-154, Fax: -163 Anzeigendispo:

E-Mail: anzeigen@taxi-heute.de

6 Zahlungsbedingungen:

Zahlung innerhalb von 5 Tagen abzüglich 2 % Skonto oder 14 Tage netto ohne Abzug

Bankverbindung:

Deutsche Bank, München, Konto-Nr. 0 213 132 00, BLZ 700 700 10

SWIFT CODE: DEUTDEMMXXX IBAN: DF45 7007 0010 0021 3132 00

BIC: DEUTDEMMXXX

7 Anzeigenformate (im Satzspiegel) und Preise

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

| Format | Breite x Hö | he (in mm) | | |
|-----------|-------------|------------|-----------|-----------|
| | hoch | norm | quer | 4c |
| 1/1 | 185 x 270 | | | € 7.080,- |
| Junior Pa | ge | 137 x 185 | | € 5.350,- |
| 1/2 | 90 x 270 | | 185 x 128 | € 4.220,- |
| 1/3 | 58 x 270 | | 185 x 85 | € 2.730,- |
| 1/4 | 43 x 270 | 90 x 128 | 185 x 62 | € 2.310,- |
| 1/6 | - | | 185 x 42 | € 1.570,- |
| 1/8 | 43 x 128 | 90 x 62 | 185 x 30 | € 1.360,- |

Abweichende Formate auf Anfrage

8 Zuschläge:

8.1 Farbzuschläge: -

Sonderfarben auf Anfrage

8.2 Vorzugsplatzierungen:

4. Umschlagseite (4c) \in 7.730,-2. und 3. Umschlagseite (4c) jeweils \in 7.630,-1/3 Seite (4c) neben Editorial \in 5.280,-

Sonstige bindende Platzierungsvorschriften ab 1/2 Seite und größer: ieweils 10 % Aufschlag vom Grundpreis

8.3 Formatzuschläge: -

9 Rubrikanzeigen:

Spaltenzahl: 4, Spaltenbreite: 43 mm

An-/Verkäufe/Sonstiges: € 4,- pro mm und Spalte

Chiffregebühr: € 15,-

10 Sonderwerbeformen:

Preise und Zuschläge für Sonderwerbeformen auf Anfrage

11 Rabatte: Bei Abnahme innerhalb eines Jahres

| Malstaffel | Mengenstaffel |
|------------------|---------------|
| 3 Anzeigen 3 % | 2 Seiten 5 % |
| 5 Anzeigen 5 % | 4 Seiten 10 % |
| 7 Anzeigen 7 % | 6 Seiten 15 % |
| 10 Anzeigen 10 % | 7 Seiten 20 % |



Über 3 Mio. Direktmarketing-Adressen aus 5.000 Branchen für Ihren Werbeerfolg

www.huss-adressen.de Beratung +49 89 323 91-319

12 Einhefter:

Preis: auf Anfrage
Benötigte Liefermenge: 10.200 Exemplare

13 Beilagen*: nicht rabattierbar

Lose eingelegt, maximale Größe 200 x 280 mm, Mindestformat 105 x 148 mm

Preise bis 25 g Gesamtgewicht: € 285,- je tausend Exemplare

26 g bis 50 g Gesamtgewicht: auf Anfrage

Teilbeilagen (nach PLZ möglich)

Benötigte Liefermenge: 10.200 Exemplare

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters, notfalls eines Blindmusters mit Größen- und Gewichtsangabe, erforderlich.

14 Aufgeklebte Werbemittel (Postkarten, CDs/DVDs, Booklets)

bei Maschinenklebung*:

Klebegebühr bis 25 g: auf Anfrage Klebegebühr von 26 bis 50 g: auf Anfrage

(Klebegebühr nicht rabattierbar)

Benötigte Liefermenge: 10.200 Exemplare
Höhere Gewichte und andere Werbeformen wie Warenmuster a. A.
Aufgeklebte Werbemittel nur in Verbindung mit einer Trägeranzeige

15 Versandanschrift für Position 12 – 14:

Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG

Frankfurter Straße 168

34121 Kassel

Telefon: +49 561 60280-171

Liefervermerk: Für taxi heute-Ausgabe Nr. xx/2026

Liefertermin: 5 Tage nach Anzeigenschluss

* Weitere Informationen und technische Daten siehe Informationsblatt "Beilagen, aufgeklebte Werbemittel" S. 10

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

Service-Themen

und Lösungen

Sommerreifen

• Rollstuhlbeförderung:

• Umstieg auf die digitale

• Geld sparen beim Laden

• Sicher in den Winter:

· Winterreifen oder

• E-Auto im Winter

Ganzjahresreifen?

Tipps und Tricks

Taxizentrale

oder Tanken

• TSE - Umstieg: Probleme

| Ausgabe Erscheinungs- termin | Anzeigen- schluss | Druckdaten- schluss | Veranstaltungen Messen | Fahrzeug-Themen |
|------------------------------------|----------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| 1 25.02. | 04.02. | 10.02. | | • Etabliert sich das E-Taxi |
| 2 15.04. | 18.03. | 24.03. | Vorschau auf die RETTmobil in Fulda (06. – 08.05.2026) | Neue Hersteller auf dem Taxi- und Mietwagen- markt |
| 3 10.06. | 13.05. | 19.05. | Bericht von der RETTmobil | Was gibt's Neues bei den Inklusionstaxis? |
| 4 22.07. | 23.06. | 30.06. | | Kleintransporter, Limousine oder Kombi? |
| 5 09.09. | 18.08. | 24.08. | Vorschau: REHACARE International in Düsseldorf (September 2026) IAA TRANSPORTATION in Hannover (15. – 20.09.2026) | Lohnt sich der Diesel noch? |
| 6 28.10. | 06.10. | 12.10. | Bericht von der: REHACARE International und der IAA TRANSPORTATION Vorbericht: Europäische Taximesse in Köln (06. – 07.11.2026) | Kleinbusse für den On-Demand Verkehr |
| 7 16.12. | 25.11. | 30.11. | Bericht von der Europäischen Taximesse | Auto-News von der Messe |
| | | | The state of the s | |

| Themen | |
|----------|-------|
| in jedem | Heft* |

- · Nachrichten aus der Taxi-Welt
- Berichte aus der Gewerbepolitik
- Praktische Tipps für eine effiziente Unternehmensführung
- Best-practice-Beispiele aus Taxi- und Mietwagenunternehmen
- Kurzurteile und vertiefende Artikel aus dem rechtlichen Bereich
- Steuerliche Hinweise
- Aktuelle Entwicklungen in der Vermittlungstechnik
- Informationen zur Beförderung von Rollstuhlfahrern
- Berichte über den Einsatz von Taxis und Mietwagen im ÖPNV
- · Berichte von der Vorstellung neuer Taxis und Mietwagen
- Testberichte neuer Taxis
- Informationen über nützliches Taxi-Zubehör

Kleinanzeigen auf der Seite "Produkte & Partner"

Auf dieser Seite haben Sie die Möglichkeit, Ihre Anzeige in einer Rubrik Ihrer Wahl zu veröffentlichen. Mindestformat 43 x 20 mm (Breite x Höhe).

Rechnungsstellung erfolgt über den Gesamtbetrag nach Erscheinen der ersten Anzeige oder zum jeweiligen Erscheinungstermin der Anzeigen. Chiffregebühr: € 15,-

Millimeterpreis für Fließtextanzeigen in schwarz/weiß € 4,- für einspaltige Inserate.

Beispiele (Originalgröße)

43 x 20 mm € 130.-

Ersatz-Taxi-Vermietung

Bundesweit

Hotline 08 000-36 86 86

www.taxi-zentrum.de

43 x 40 mm € 260,-



90 x 30 mm € 390.-



90 x 40 mm € 520.-



Kleinanzeigen-Rabatte für Mehrfachschaltungen: 3 Anzeigen 3 %

3 Anzeigen 3 % 5 Anzeigen 5 % 7 Anzeigen 7 % 10 Anzeigen 10 % 43 x 62 mm € 403,-



43 x 30 mm € 195.-



Alle Preise zzgl. MwSt.



13 Beilagen:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage eines verbindlichen Musters mit Größen- und Gewichtsangabe bis spätestens Anzeigenschluss der jeweiligen Ausgabe erforderlich. Beilagen dürfen nur für das Verkaufsprogramm eines Werbungtreibenden werben. Sie müssen den Postbestimmungen entsprechend so gestaltet sein, dass sie nicht mit dem Redaktionsteil verwechselt werden können. Die Platzierung von Beilagen erfolgt den technischen Möglichkeiten entsprechend.

Technische Daten:

Beilagen werden lose eingelegt. Mindestformat: 105 x 148 mm Maximalformat: 200 x 280 mm

Sie müssen so beschaffen sein, dass eine zusätzliche Bearbeitung entfällt. Erschwernisse und zusätzliche Arbeiten (z.B. Falzen) werden gesondert in Rechnung gestellt.

Beilagen, die auf einem anderen Werkstoff als Papier gedruckt sind, können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger Zustimmung des Verlages und der Post angenommen werden.

€ 50.-

Beilagengebühren:

bis 25 g Gesamtgewicht € 285.- ie tausend Exemplare

höhere Gewichte auf Anfrage Teilbeilagen-Zuschlag pro PLZ-Split Teilbeilagen (nach PLZ) auf Anfrage.

Berechnete Auflage: 10.000 Exemplare

Benötigte Liefermenge: 10.200 Exemplare

Anlieferungstermin: Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss

Weitere Sonderwerbeformen auf Anfrage möglich.

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

14 Aufgeklebte Werbemittel, Postkarten (CDs/DVDs, Booklets)

bei Maschinenklebung:

Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster) erforderlich. Warenmuster können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger, vom Verlag bei der Post einzuholender Zustimmung angenommen werden.

Es gelten die Vorschriften für Postkarten. Formate:

Mindestformat: 140 x 90 mm (Breite x Länge) Maximalformat: 235 x 125 mm (Breite x Länge)

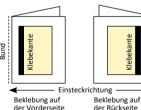
Klebegebühren:

bis 25 g Preis auf Anfrage Preis auf Anfrage von 26 bis 50 g

Erschwernisse werden gesondert in Rechnung gestellt.

Benötigte Liefermenge: 10.200 Exemplare

Anlieferungstermin: Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss.



der Vorderseite

Technische Angaben:

Bei aufgeklebten Postkarten oder Warenmustern sollten die Klebekanten in Bundrichtung liegen.

oder

Versandanschrift:

Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG Frankfurter Straße 168, 34121 Kassel

Telefon: +49 561 60280-171

Liefervermerk:

Für taxi heute-Ausgabe Nr. xx/2026



taxi heute-Wandkalender 2027



Erscheinungstermin: 16. Dezember 2026

als Beilage in

taxi heute 7/2026

Anzeigenschluss: 13. November 2026

Druckunterlagen: 18. November 2026

Auflage: 10.000 Stück

Gesamtformat: min. 820 x 580 mm

max. 905 x 694 mm

Werbemöglichkeiten:

| 1 Feld | 75 x 75 mm | € 460,- |
|----------|--------------|-----------|
| 2 Felder | 75 x 155 mm | € 890,- |
| | 155 x 75 mm | € 890,- |
| 4 Felder | 155 x 155 mm | € 1.730,- |
| 8 Felder | 155 x 310 mm | € 3.350,- |
| 8 Felder | 310 x 155 mm | € 3.350,- |
| | | |

Weitere Formate auf Anfrage –

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

Gestaltungsbeispiele (verkleinert)



(1 Feld)



(2 Felder)



(4 Felder)

Weitere Sonderwerbeformen

taxi heute bietet Ihnen Werbemöglichkeiten über die klassischen Formatanzeigen hinaus an.

Beispiele:



Gate-Folder









rfalz Altarfalz

Weitere Informationen erhalten Sie unter Telefon +49 89 32391-154.





1 Web-Adresse (URL): www.taxi-heute.de

Kurzcharakteristik: taxi-heute.de bringt tagesaktuelle News aus dem Taxi-Gewerbe, von Fahrzeugherstellern, Dienstleistern und Zulieferern sowie aktuelle Urteile aus allen Bereichen des Rechts. Wichtige Ereignisse und interessante Fahrzeuge werden in Bildergalerien festgehalten.

3 Zielgruppe: Firmeninhaber und Geschäftsführer von Taxi- oder Mietwagenunternehmen, Leiter und Vorstände von Taxizentralen und Verbänden

Ansprechpartner: Manuela Kösel, Tel. +49 89 32391-154

manuela.koesel@hussverlag.de

5 Zugriffskontrolle: Revive, Matomo, dfp

Traffic: Monatsdurchschnitt April - Juni 2025

Page Impressions: 43.568 Unique User: 27.903

7 Datenanlieferung: Sieben Werktage vor Schaltung an anzeigen@taxi-heute.de als GIF (statisch oder animiert), JPG, HTML5 (nur per physischer Anlieferung) mit einer max. Größe von 150 KB (HTML5-Subload bis max. 500 KB)

Externer AdServer-Einsatz: Revive, dfp

Werbeformen und Preise: siehe Tabelle rechts

Rabatte auf Anfrage

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

| Abbildungen (ähnlich) | Werbe- form | Format (BxH) | Platzierung | Preis/ Monat |
|--------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|------------------------------|
| | Billboard | max. 980 x 300 Pixel (Standard 850 x 250 Pixel) + zwingend zus. mobile Variante bis max. 360 x 225 Pixel (Standard 300 x 100 Pixel) | direkt unter der Haupt- navigation | € 1.650,- (30.000 PIs) |
| | Half Page rechts (sticky) | 300 x 600 Pixel | rechts außen oder mobile Content unterhalb | € 1.650,- (30.000 PIs) |
| | Skyscraper (sticky) | 160 x 600 Pixel | rechts außen oder mobile Content unterhalb | € 1.450,- (30.000 Pls) |
| | Half Page links (sticky) | 300 x 600 Pixel | linke Sidebar | € 650,- (13.000 PIs) |
| | Rectangle | 300 x 250 (bis max. 300 x 300) Pixel | linke Sidebar oder mobile Content oberhalb | € 780,- (30.000 Pls) |
| | Large Mobile (oder Half Banner) | 300 x 100 (oder 234 x 60) Pixel | linke Sidebar oder mobile Content unterhalb | € 780,- (30.000 PIs) |

Wir setzen auf cookie- bzw. trackinglose Werbeausspielungen. Das betrifft Drittanbieter-Systeme (AdServer) und Redirects in solche Systeme. D.h. Werbekampagnen müssen über unseren AdServer (Banner-System) ausgespielt werden und auf Redirects, externe Skripte, Drittanbieter-Cookies bzw. Tracking verzichten. Ein Tracking per URL (bspw. UTM-Link) ist jedoch weiterhin möglich. Bei Nichtbeachtung können wir die Ausspielung der vereinbarten Ad-Impressions im genannten Zeitraum nicht garantieren.







Sonderwerbeformen taxi heute

Online-Advertorial (Native Advertising, Content Marketing)

Werben Sie exklusiv mit bis zu 3.000 Zeichen mit Bild, Video sowie Dokumenten direkt im redaktionellen Bereich auf der Webseite und im Newsletter.

Laufzeit: 1 Monat
 Impressions: ca. 35.000
 Preis: € 2.200.-

TKP
-15 %
zum
Vorjahr

Platzierung

- Header-Teaser oberhalb der Navigationsleiste (Punkt A, tlw. sticky)
- Teaser-Platzierung auf der Startseite als 2. News (Punkt B)
- 4-mal im Redaktions-Newsletter mit Bild, Überschrift, Teaser-Text und Link zum Advertorial (Punkt C)





Native Text Ad (Native Advertising, Lead-Generierung)

Werben Sie mit einer nativen
Werbeform und daher mit
überdurchschnittlicher CTR direkt
im redaktionellen Bereich unserer Webpräsenz.

Laufzeit: 2 Wochen 1 Monat
 Impressions: ca. 14.000 ca. 28.000
 Preis: € 850,- € 1.550,-

TKP

-10%

zum

Vorjahr

Platzierung

- Native Text Ad 1
- Auf der Startseite als 4. News (Punkt A)
- Innerhalb jeder Newsansicht direkt unterhalb des Newstextes (Punkt D)

Native Text Ad 2

- Auf der Startseite als 7. News (Punkt B)
- Innerhalb jeder Newsansicht direkt oberhalb des Newstextes (Punkt C)



1 taxi heute Newsletter

- 2 Kurzcharakteristik: Der Newsletter von taxi heute fasst jeden Donnerstag die wichtigsten Meldungen aus der Taxi-Branche sowie aktuelle Urteile aus der vorangegangenen Woche zusammen. Ein fester Bestandteil ist darüber hinaus die Terminvorschau.
- Zielgruppe: Firmeninhaber und Geschäftsführer von Taxi- oder Mietwagenunternehmen, Geschäftsführer und Vorstände von Taxizentralen und Verbänden
- 4 Ansprechpartner:

Manuela Kösel, Tel. +49 89 32391-154, manuela.koesel@hussverlag.de

- Zugriffskontrolle: Episerver
- Abonnenten: 4.670 (Verlagsangabe Juli 2025)
- 7 Datenanlieferung: Sieben Tage vor Schaltbeginn per E-Mail an anzeigen@taxi-heute.de, GIF (nicht animiert), JPG (Bilder max. 150 KB und 72 DPI), Text mit 350 Zeichen (inkl. Überschrift und Leerzeichen) + Bild (max. 240 x 160 Pixel), nur Text mit 500 Zeichen (inkl. Überschrift und Leerzeichen)
- Werbeformen und Preise (pro Schaltung):

| Bezeichnung | Maße (B x H) | Text | Preis |
|-----------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------|---------|
| Titelkopf Bild-Banner | 310 x 90 Pixel | | € 380,- |
| Titelkopf Text-Banner | | max. 165 Zeichen (inkl. Headline max. 40 Zeichen) | € 380,- |
| Grafik-Banner | bis max. 650 x 200 Pixel | _ | € 380,- |
| Text-Banner mit Bild | max. 240 x 160 Pixel | 350 Zeichen | € 380,- |
| Text-Banner ohne Bild | | 500 Zeichen | € 380,- |
| | | - | |

- Erscheinungsweise: wöchentlich, donnerstags
- 10 Rabatte: Auf Anfrage Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.



Titelkopf-Banner

Full-Banner

Grafik-Banner

Text-Banner mit Bild

Text-Banner ohne Bild





taxi heute-Magazin-App

Die digitale Ausgabe bietet dem Leser neue Möglichkeiten. Ist eine Anzeige verlinkt, öffnet sich in einem In-App-Browser die Landing-Page des beworbenen Produktes. Bei integrierten Videos und Bildergalerien weisen Icons auf diese Funktion hin. Durch Antippen des Icons startet das Video bzw. öffnet sich die Bildergalerie.

Wer crossmediale Kampagnen fährt, kann zukünftig durch die Nutzung der Magazin-App eine Verknüpfung aller Werbekanäle schaffen. Aber auch eine einzelne Verlinkung auf die Homepage kann bereits zum kleinen Preis große Effekte erzielen.

| Werbeform | Format /Größe | Datenvolumen max. | Preis in €/ Ausgabe |
|-------------------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|------------------------|
| Verlinkung auf Homepage des Werbenden | - | _ | € 100,- |
| Bilder (max. 3) in Anzeige eingebunden | jpg-Datei max: 1024 × 1024 Pixel | 200 – 300 KB (je Bild) | € 250,- |
| Bildergalerien in Anzeige eingebunden | | 10 MB | € 500,- |
| Video in Anzeige eingebunden | .mp4-Datei | 10 MB | € 500,- |
| Audio in Anzeige eingebunden | .mp3-Datei | 5 MB | € 200,- |

Alle Preise zzgl. MwSt.

Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) für Anzeigen, Fremdbeilagen und Online-Werbung

- "Anzeigenauftrag" im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung von Anzeigen und Fremdbeilagen in einer Druckschrift sowie über Online-Werbung zum Zweck der Verbreitung. Ein Abschluss erfolgt unter Beachtung der gemäß Preisliste zu gewährenden Rabatte. Rechtsverhöliche Anzeigenauffliche Anzeigenaufflich
- Abruf: Anzeigen und Fremdbeilagen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses
 das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige
 innerhalb der in Satz 1 zenannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
- 3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen zu den vertraglich vereinbarten Konditionen bzw. nach Preisliste abzurufen.
- 4. Online-Werbung (d. h. Homepage, Newsletter etc.) bestimmt sich nach dem gebuchten Zeitraum. Der Auftraggeber hat während der gesamten Laufzeit des Vertrages die Webseiten zwu. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verinkt werden soll, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbanuneen sind die vom Bannersstem des Verlass senannten Werte bei den Visits und Pase Immessions maßeblich.
- 5. Ablehung von Aufträgen: Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamlanträges nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Libe gilt indsesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder ebehördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat in einem Beschwerde-verfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den findruck eines Bestandteils der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlagseigenen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werbeformen, die im Widersonzhut zu diesen Bestandt uns den von der Verbeformen, die im Widersonzhut zu diesen Bestandt uns den verstellt der Verbeformen, die im Widersonzhut zu diesen Bestandt uns den verstellt den verstellt den verstellt den verstellt der Verbeformen, die im Widersonzhut zu diesen Bestandt uns der Verbeformen der Werbeformen, die im Widersonzhut zu diesen Bestandt uns der Verbeformen den Werbeformen, die im Widersonzhut zu diesen Bestandt uns der Verbeformen der Verbeformen den Werbeformen, die im Widersonzhut zu diesen Bestandt uns der Verbeformen der Verb
- Anzeigenschluss: Die in den Preislisten angegebenen Anzeigenschlüsse sind für den Verlag unverbindlich. Dem Verlag steht es frei, Anzeigenschlusstermine kurzfristig, dem Produktionsablauf entsprechend. anzupassen.
- 7. Das Storno von bereits gebuchten Aufträgen durch den Auftrageber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss Pfrint) bzw. Beginn der Kampagen (Online) möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Bruttopreises an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss werden 100 % Stornogebühr vom Gesamfpreis fällig. Kündigungen und Rückritte, die nach dem Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne eingehen, werden frühestens für die nachste Pfrint-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wirksam. Allerdings können Anzeigenschfürse nach Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Für ihr k\u00fcndigten der hande per vertren Für ihr k\u00fcndigten der kampagne grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gek\u00fcndigt werden. Für ihr k\u00fcndigten der kampagne grunds\u00e4tzlich nur aus wichtigem Grund gek\u00fcndigt werden. Für ihr k\u00fcndigt wich vertren Für ihr k\u00fcndigt werden. Für ihr k\u00fcndigt wich vertren Für ihr k\u00fcndigt werden. Für ihr k\u00fcndigt wir hand vertren handen vertren han
- Platzierung von Anzeigen: Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Drudschrift oder den Online-Medien veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per telleka und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Bubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofen keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht, werden, kann der Verlag die Platzierung feit bestimmen.
- 9. Haffung für die Inhalte der Anzeige: Der Auftraggeber fragt allein die Verantworfung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigleit der Anzeige und/oder der Online-Werbeform sowie hinsichtlich der heifür zur Verfügung gestellten Matteralien. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter fein die seem Zusammenhang etwa geltend gemacht werden (inklusive der Kosten zur notwendigen Rechtsverteidigung), auch wenn der Auftrag storniert sein sollte. Der Verlag ist nicht verpflichtet, Aufträge und Anzeigen daraufhin zu prüfen, ob durch sie Rechte Oritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inszerent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendrächtigung, dies sich auf trassichliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bereicht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarlis. Erscheinen nicht rechtzeitig sistierte Anzeigen, so stehen auch dem Auftraggeber daraus keine Ansprüche gegen den Verlag zu.
- 10. Druckunterlagen: Für die rechtzeitige und einwandfreie Lieferung des Anzeigentextes in Druckunterlagen, Beilagen sowie in der Online-Werbung ist der Auftraggeber verantwortlich. Die Schlusstermine für Druckunterlagen sind der jeweiligen Anzeigenpreisliste des Verlages zu entnehmen.
 - Gefahrübergang ist mit Eingang der Unterlagen beim Verlag oder der Online-Werbeformen. Die Übersendung von mehr als zwei Farbvorlagen, die nicht termingerechte Lieferung der Druckunterlagen und der Wunsch nach einer von der Vorlage abweichenden Druckwiedergabe können Auswirkungen auf Platzierung und Druckqualität verursachen und schließen spätere Reklamationen aus.
 - Soweit möglich, wird der Verlag jedoch für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen unverzüglich Ersatz anfordern.
 - Rücksendung: Druckunterlagen werden nur auf besondere Aufforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Die Pflicht zur Aufbewahrung endet sechs Wochen nach der Veröffentlichung der Anzeige. An den Verlag übermittelte Datenträger mit Druckvorlagen gehen in das Eigentum des Verlages über. Sie werden nur auf ausdrücklichen Wunsch und gegen eine Versandgebühr von 5,00 E an den Auftraggeber auf dessen Risklo zurück gesendet.

 - Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Fist mitgeteilt werden. Sendet der Auftrageber den ihm rechtzeilig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck ab erteilt. Der Auftrageber trägt die Verantwortung für die Khitigkeit der zurückgesandten Probeabzüge.
 - Werden Druckvorlagen oder Online-Werbung digital (z. B. Diskette, CD-ROM) oder durch Fernübertragung (z. B. ISDN, E-Mail) papierlos an den Verlag übermittelt, eelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:
 - Dateformat: Bei digitaler Übermittung vom mehreren zusammengehörenden Dateinen hat der Auftrageber dafür Songe zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines ergemeinsamen Versichnisses (Ornden) gesendet bzw. gespeichert werden. Anzeigenvorlagen oblin um mit geschild sonsen Dateien digital bei hertragen werden, der Verlag inhaltlich nicht anzein hat dem kann. Der Verlag haten die Dateien übermittlich werden. Verlag haten die Dateien übermittlich werden.
 - Online-Werbung darf nach Absprache mit dem Verlag nur in geeigneten Dateiformaten angeliefert werden. Die Vorgaben des Verlags sind zu beachten. Der Verlag haftet nicht für fehlerhaft angelieferte Dateien.
 - Farbanzeigen: Bei digital übermittelten Druckvorlagen für Farbanzeigen ist vom Auftraggeber ein Farb-Proof mitzuliefern. Digital erstellte Prüfuruke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA/DGR-Medienkell in der aktuellen Neisson enthalten. Auforuche müssen einen offliziellen Druckkontrollstreifen aufweiten. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbabwechungen unwermeidbar. Diese können keine Erstanssprüche des Auftraggebers insi farbabwechungen unwermeidbar. Diese können keine Erstanssprüche des Auftraggebers uns den heine Ausfarck per Fax an den Verfag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Auftraggeber ausdrücklich angefordert werden. Nur bei chribtger Farbansspassing ist eine Farbicht inchtige Umsetzungen, üb istlichen Tolleranzen gewährlichste.
 - Computerviren: Der Auftraggeber haftet dafür, dass die übermittelten bzw. gespeicherten Dateien frei von Computerviren sind. Der Verlag ist berechtigt, Dateien mit Computerviren zu löschen, ohne dass dem Auftraggeber hieraus Ansprüche entstünden. Der Verlag behält sich zudem vor, den Auftraggeber auf Schadenersatz in Anspruch zu nehemen, wenn durch solche durch den Auftraggeber inlierinteren Computervinen dem Verlag Schaden entstaden ein.
- 11. Anzeigenbeleg: Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg in Kopie. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegseiten oder vollständige Belegnunmern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeigen.
- 12. Chiffreanzeigen: Die Eingänge auf Ziffenanzeigen werden wer Wochen zur Abhölung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es ich mut Einschreibesendungen und Einfürele handlet. Wervolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohn dezu auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es ich mut Einschreibe zusück, anschause werden nicht abgeholte Zuschriften verrichtet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht von, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung vom Müsstrauch des Ziffendenstes zu Prüffendenste zu Prüffenden zu Prüffenden
- 13. Errechnung Abnahmenenge: Bei der Errechnung der Abnahmenengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter ungerechnet. A Zusätzliche Satzbosten: Kosten für de Anfertigung bestellter Druckunstralgen sowie (für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertrechde erheiblich Anderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten erurssachen.
- 15. Nachlässe: Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der talsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages benührt.

- 16. Preisänderungen: Bei Änderung der Anzeigenpreise treten die neuen Bedingungen auch für laufende Aufträge sofern keine anders lautende, schriftliche Vereinbarung getroffen wurde mit dem Einführungstermin des neuen Tarifs in Kraft.
- Abweichende Preise: Für Anzeigen in Verlagsbeilagen und redaktionell gestaltete Anzeigen, Anzeigen in Sonderveröffentlichungen und Kollektiven sowie für die Onlinewerbung und für Anzeigen, welche nach Anzeigenschluss verkauft werden. kann der Verlag von der Preisliste abweichende Preise festlegen.
- 18. Auflagenminderung: Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn die in der Preisliste garantierte verkaufte Auflage im Gesamtdurfschnitt des vergeingenen insertionsjähres laut IVM-Medingen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind ein Abschäußens Preisminderungen um 30 Schadenersstatinsprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auflragegeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte. Änderungen des Heftumfangs behält sich der Verlag vor, ohne dass hieraus der Auflageseber Ansorüche herfelten kann.
- Rechnungen sind innerhalb von 14 Tagen nach Rechnungslegung zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Der Verlag ist berechtigt, fehlerhafte Rechnungen innerhalb von sechs Monaten nach Rechnungsstellung zu korrigieren.
- 20. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden die gesetzlichen Zinsen, im kaufmannischen Geschäftsverlehr in Höhe von 9.00 Erwentpunkten über dem Basisinssatz der Europäischen Zentralbank ab Falligkeit des Rechnungsbetrages, sowie einer Verzugsschaderspauschale in Höhe von 40.00 Erwenten, die auf einen geschüldeten Schädensersatz anzurschnen ist, soweit der Schäden nachweislich höher ist (z. B. wegen Kosten der Rechtsverfolgung). Die Pauschale fällt auch bei verspätzen Absichlags- oder Retenzahlungen an (§ 288 BGB. 1-) Zahlungsfristen betragen im kaufmännischen Geschäftsverkehr längstens 60 Tage, es sei denn, darüber hinausgehende Zahlungsfristen sind für den Gläubiger nicht grob unbillig, ist der Auftraggeber Verbraucher liegt der Zinssatz im Verzugsfäll bei 5 Proentpunkten über dem jeweiligen Bassisnasszt. Dies gilt auch im Fall der Stundung. Die Geltendemächung eines weiteren Verzugsschaden sbehält sich der Verfag gegenüber Unternehmer und Verbrauchern vor. Den Vertragspartnern bleibt es jedoch vorbehälten, im einzelnen einen niedrigeren oder einen höhreren Schäden nachzuweisen. Der Verfag kann der Zindlungsverzug von Unternehmern und Verbrauchern die weiter Aussihrung des Jardenden Auftragsgebes ist zur Bezahlungsteil von Wertragspartnern bleibt er sichen einen niedrigeren oder einen höhreren Schäden nachzuweisen. Der Verfag kann der Zindlungsverzug von Unternehmern und Verbrauchen die weiter Aussihrung des Jardenden Auftragsgebes ist zur Bezahlungsteil von der Wertig berechtigt, auf währen der Landung eine Auftraggebes zu der Verfag berechtigt, auch währen der Landung eine Auftraggebes zu der Verfag berechtigt, auch währen der Landungsteil von dem Ausgelich offenstehenden Rechnunssbetrage abhäne zu un usprünglich vereinbartes Zahlungszelle und der Verfag bestehtigt auch der Behartes zu mehren.
- Gewährleistung: Bei Behierhältem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftrageber den Abdruck einer einwandfreien Ersatranzeige (Nacherfüllung) oder Minderung des Anzeigenpreises in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinrächtliet st. verlansen.
 - Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben ests bei der Produktion deutlich, so hat der Auftraggeber bei ungenigenden Abdruck keine Gewährleistungsangrüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erschienenden Anzeigen, wom der Verlage ist nicht vergrüchten der Ausgeber nicht vor Die Gewährleistung einer Anzeigen und von Standtungeber nicht vor Die Gewährleistung ein Gerinker und gestellt und Richtigkeitz und Richtigkeitz und Richtigkeitz und Richtigkeit zu überprüfen. Die Gewährleistung ein Geninker-Wertung ist auf solche Fehler in der Wiedergabe der Online-Werheform beschnacht, die in der Einflussphäle des Verlage, sich nicht vergrücht sich die Gewährleistung gilt ferner nicht für unwesentliche Fehler, z. B. dann, wenn die Beeinträchtlich gein deut der Verlage ist sich anzug des Verlage, die Neuerberinden sehn von der Verlage ist bekannt, dass en and hen Stand der Fehler in der Wiedergabe der Online-Werheform zu ermüglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitzraum (mehr als.) Ger gebuchten zut ein eine Zeit der Verlage und der Verlage der Verlage eine Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitzraum (mehr als.) Ger gebuchten zu erte zich einer zeite zu verlagen, sofern dies den Interessen des Auftragegebers nicht zuwürderfalt. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprüiglich erheblichen zu verlägeren, seinen Ausfall der Servers über der ursprüßerten bzw. durchschnittlich nicht angefällenen Medalleitungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einen Ausfall des vom Verlage
 genutzten Servers, der eint Littigere als 24 Stunden (Ortsudend oder addert) ninerhalb der Verlagebers ein erheit nicht vor die einen Ausfall des vom Verlage
 genutzten Servers, der eint Littigeren des Scheiterns Schaltung andauert.
 Beachtet der Auftrageber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und
- Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingt bestmögliche Wiedergabe der Anzeige im Rähmen der durch die Druckordagen gegebenen Möglichkeiten. Reklamationen örfensichtliche Mängel müssen vom Auftraggeber spättesten sinnerhal bvon vier Wochen and hveröffentlichung schliegtend gemacht werden. Reklamationen örfensichtliche Mängel müssen vom Auftraggeber spättesten sinnerhal bvon vier Wochen and hveröffentlichungs kontiert werden. Berühlte Gewährleistungsansprüche veräjhren mit Ablauf des 31. Dezember des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beliage folgenden Jahres. 23. Zur Haffunz, eleich aus welchen Benchtszurd einschließlich unerhalbuter Handlunzen, ist der Verlag nur veröfflichtet. soweit Schäden

 24. Zur Haffunz, eleich aus welchen Benchtszurd einschließlich unerhalbuter Handlunzen, ist der Verlag nur veröfflichtet. soweit Schäden

 25. Zur Haffunz, die chaus welchen Wenzel und der Verlag und veröfflichtet. Soweit Schäden

 26. Zur Haffunz, die chaus welchen

 26. Zur Haffunz, die chaus welchen

 27. Zur Haffunz, die chaus welchen

 28. Zur Haffunz, die chaus wel
- 22.6.) Land and the Verletzing einer vertragswesentlichen Pflicht (Kardinalpflicht) durch den Verlag in eine das Erreichen des Vertragszwecks gefährdenden Weise verursacht werden oder
- (2) auf grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von dem Verlag zurückzuführen sind.
 b)Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) für die Verletzung einer vertragswesentlichen Pflicht, ohne dass ihm grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz zur Last fallen, ist die
- Haftung von dem Vertrag auf die vereinbarten Anzeigenpreise beschränkt.
 c) Haftet der Verlag gemäß Ziffer a) (1) oder (2) für grobe Fahrlässigkeit oder Vorsatz von Mitarbeitern, die nicht Organe oder leitende Angestellte des Verlags sind, ist
- die Häftung des Verlags ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.

 Gifür mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden, entgangenen Gewinn und Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrfäsisgkeit von Organen oder leitenden Angestellten des Verlags zurückzuführen sind.
- e)Ansonsten ist jede Haftung des Verlages auf solche typischen Schäden beschränkt, mit deren Eintritt der Verlag nach den ihm bei Vertragsabschluss bekannten Ilmständen verzünftigerweise zechnen konnte
- Umständen vernünftigerweise rechnen konnte.
 f) Der Ausschluss oder die Begrenzung von Ansprüchen gem. den vorstehenden Ziffern a) bis e) schließt Ansprüche gegen Mitarbeiter und Beauftragte des Verlags ein.
- g) Eine Haftung des Verlages wegen Personenschäden, Fehlens zugesicherter Eigenschaften oder nach dem Produkthaftungsgesetz bleibt unberührt.
 h) Keine Ansprüche des Auftraggebers bestehen für den Fall, dass die Nichtverfügbarkeit auf Arbeiten oder Wartungsaufgaben beruht, die Jediglich im Interesse des
- Auftraggebers erfolgen.

 i) Der Verlag übernimmt keine Haftung für Fehler aus telefonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Eine Haftung wird auch nicht übernommen, wenn
- 1) Der verlag überinimmt keine Haftung für Feiner aus teletonischen oder fernschriftlichen Übermittlungen jeder Art. Line Haftung wird auch nicht übernommen, wehn sich M\u00e4ngel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Auftraggeber hat dann bei ungen\u00fcgendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z. B. zur Nachbesserung der Druckunterlagen oder für Maschlinenstillstand m\u00fcsser weiterberechnet werden.
- j) Fälle höherer Gewalt we. 2. 8. Arbeitskampfinaßnahmen, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den en Verlag von der Verpflichtung auf Fürligung von Aufzrigen und elestung von Schadenersatz. Anna der Verlag dennoch die Aufzrige auf Gester verlag von der Verlag
- Erfüllungsort und Gerichtsstand ist der Sitz des Verlags, soweit hierüber eine Vereinbarung gesetzlich zulässig ist. Auf den Vertrag findet deutsches Recht Anwendung, wobei zwingendes Verbraucherrecht des Landes, in dem Sie sich gewöhnlich aufhalten, anwendbar bleibt.

Zusätzliche Geschäftsbedingungen des Verlags

- a) Die allgemeinen und unsere zusätzlichen Geschäftsbedingungen, die Auftragsbestätigung und die jeweils gültige Preisliste sind für jeden Auftrag maßgebend. Abweichende Geschäftsbedingungen werden erst gültig durch schriftliche Bestätigung des Verlags.
- b) Die Werbungsmittler und Werbeagenturen sind verpflichtet, sich in ihren Angeboten, Verträgen und Abrechnungen mit den Werbungstreibenden an die Preisliste des Verlags zu halten. Die vom Verlag gewährte Mittlungsvergütung darf an die Auftraggeber weder ganz noch teilweise weitergegeben werden.
- c) Bei Auftraggebern/Werbeagenturen, die zum ersten Mal mit dem Verlag in Geschäftsverbindung treten, kann **Vorauskasse** bis zum Anzeigenschlusstermin verlangt
- d) Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (inklusive internet) erforderlichen urbeberrechtlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verberbung, Die Hortzung, Sendung, Enthahme aus einerhaben kund Abrur, und var zeitlich, inhaltlich und örtlich unbegrenzt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang. Der Auftraggeber garantiert, dass er diese Nutzungsverbte Fei von Rechten Dritten an den Verlag überträtzt andernfalls er den Verlag von allen Rechten Dritten richselbild ber der kontien Beland und verlag der Verlag ve

huss

Fachpublikationen HUSS-VERLAG GmbH, München

Corporate Publishing











