Mediadaten 2027



Preisliste Nr. 50
gültig ab 1.1.2027

AMF 1:	Titelporträt	2 – 3
AMF 2:	Auflagen- und Verbreitungsanalyse	4
AMF P:	Formate und Preise	5 – 7
AMF T:	Termin- und Themenplan	8
Kleinanzeigen: Produkte & Partner		9
Beilagen, aufgeklebte Werbemittel		10
Wandkalender		11
Online-Werbung		12
Sonderwerbeformen		13 – 14
Newsletter		15
Magazin-App		16
AGB		17

taxi des Jahres
Europas größter Taxi-Vergleichstest

HUSS-VERLAG GmbH
80912 München



Thomas Kanzler
Chefredakteur
taxi heute

Liebe Media-Entscheiderinnen und -Entscheider,

das Taxigewerbe startet auch in das Jahr 2027 mit Herausforderungen, die längst über die Frage hinausgehen, wie Menschen von A nach B gelangen. Im Mittelpunkt stehen fairer Wettbewerb, verlässliche politische Rahmenbedingungen und die Zukunft einer Branche, die jeden Tag einen Teil der öffentlichen Mobilität sichert.

Die Auseinandersetzung mit digitalen Plattformanbietern bleibt ein zentrales Thema. Im Kern geht es um die Frage, nach welchen Regeln Mobilität organisiert wird. Während Taxiunternehmen Tarife einhalten, Krankenfahrten übernehmen und rund um die Uhr verfügbar sind, konzentrieren sich Plattformmodelle häufig auf wirtschaftlich besonders attraktive Marktsegmente. Die Diskussion über gleiche Wettbewerbsbedingungen wird deshalb auch 2027 nicht verstummen. Besondere Bedeutung kommt dabei der Evaluierung des PBefG zu. Fünf Jahre nach der Reform zeigt sich, dass viele Instrumente zwar geschaffen wurden, ihre Wirkung in der Praxis aber oft begrenzt bleibt. Die Diskussion über Mindestbeförderungsentgelte, wirksame Kontrollen und die Abgrenzung zwischen Taxi- und Mietwagenverkehr wird die Branche weiterhin intensiv beschäftigen.

Das wirtschaftliche Fundament vieler Betriebe liegt jedoch an anderer Stelle. Krankenfahrten haben sich in zahlreichen Unternehmen zum Rückgrat des Geschäfts entwickelt. Eine alternde Gesellschaft und der wachsende Bedarf an medizinischer Mobilität sorgen dafür, dass dieses Segment weiter an Bedeutung gewinnt. Wer hier professionell organisiert ist und digitale Prozesse beherrscht, schafft Stabilität im Markt.

Gleichzeitig rückt die nächste technologische Veränderung näher. Autonome Fahrzeuge und Robotaxis sorgen für Aufmerksamkeit, doch zwischen Pilotprojekten und einem flächendeckenden Einsatz liegen weiterhin erhebliche regulatorische und wirtschaftliche Hürden. Erfahrene Taxiunternehmen könnten künftig eine wichtige Rolle beim Betrieb solcher Systeme übernehmen.

Entscheidend wird dabei der Zusammenhalt der Branche sein. In einer Zeit tiefgreifender Veränderungen wird Kooperation zu einem wesentlichen Erfolgsfaktor. Das Taxigewerbe hat in seiner Geschichte zahlreiche Umbrüche bewältigt und sich immer wieder neu erfunden. Auch 2027 stehen die Zeichen auf Weiterentwicklung. Wer Verlässlichkeit mit Innovation verbindet und die politischen Debatten aktiv mitgestaltet, hat gute Chancen, von den Veränderungen zu profitieren. Die Herausforderungen bleiben groß – ebenso wie die Möglichkeiten, die Zukunft des Gewerbes aktiv mitzugestalten.

Mit herzlichen Grüßen

Thomas Kanzler
thomas.kanzler@hussverlag.de

Print



Magazin-App



Online

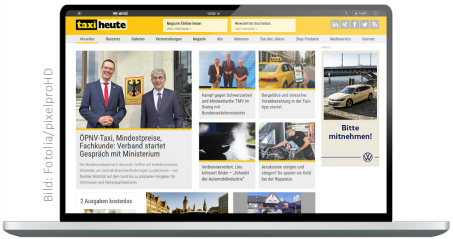


Bild: Fotolia/pixelproHD

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
4	**Erscheinungsweise:**	7-mal im Jahr (Ausgaben 1, 2, 3, 4, 5, 6 und 7)
5	**Heftformat:**	210 x 297 mm, DIN A4
6	**Jahrgang:**	50. Jahrgang 2027
7	**Bezugspreis:**	Jahresabonnement Inland € 70,- (inkl. MwSt. zzgl. € 7,91 Versandspesen) Einzelverkaufspreis € 10,- (inkl. MwSt. zzgl. € 3,- Versandspesen) ISSN-Nr. 0174-3775
8	**Organ:**	–
9	**Mitgliedschaften:**	–
10	**Verlag:**	HUSS-VERLAG GmbH
	Telefon: **Telefax:**	+49 89 32391-0 +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
13	**Redaktion:**	Thomas Kanzler -462 (verantwortlich)

14 **Umfangs-Analyse:** 2025 = 7 Ausgaben

Gesamtumfang:		252 Seiten =	100,00 %
Redaktioneller Teil:		189 Seiten =	75,0 %
Anzeigenteil:		63 Seiten =	25,0 %
davon:	Gelegenheitsanzeigen	8 Seiten =	12,7 %
	Einhefter	–	
	verlagseigene Anzeigen	26 Seiten =	41,3 %
Beilagen:		1 Stück	

15 **Inhaltsanalyse des Redaktionsteils: 2025 = 189 Seiten**

15a

Themen	**Seiten**	**%**
Titel	7	3,7
Editorial	7	3,7
Leserseite/Hinweise auf Webseite	4	2,1
Impressum	2	1,1
Nachrichten/Taxinews	28	14,8
Gewerbe-/Verbandspolitik	32	16,9
Unternehmensführung insgesamt	35	18,5
davon:		
Unternehmensführung/Personal	13	
Taxi- & Mietwagenunternehmen	10	
Fahrtenvermittlung/Apps/Technik	12	
Recht (Kurzurteile & Texte zu jurist. Inhalt), Steuern & Finanzen	18	9,5
Taxi & Mietwagen insgesamt	49	25,9
davon:		
Fahrvorstellungen & Testberichte	24	
Zubehör- und Technik-Themen	19	
Rollstuhltaxis	6	
Unterhaltung/Themenvorschau	7	3,7
Gesamt	189	100,00

16 **Auflagenkontrolle:** Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW)

17 **Auflagen-Analyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2025 bis 30. Juni 2026)

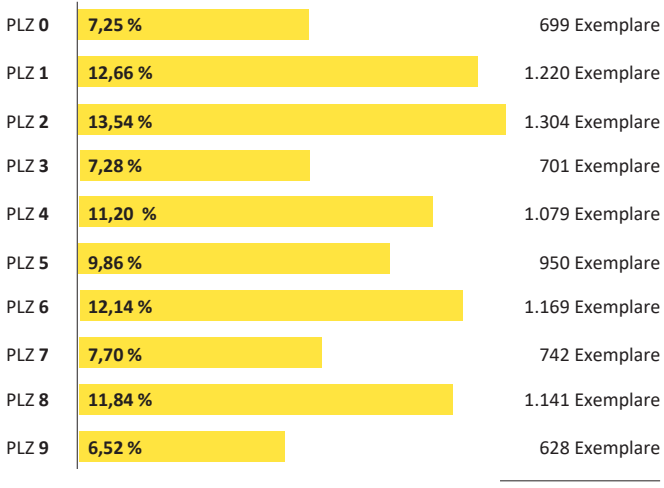
Druckauflage:	10.000		
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	**9.657**	davon Ausland:	24
Verkaufte Auflage:	1.944	davon Ausland:	20
– Abonnierte Exemplare/ sonstiger Verkauf:	1.944	davon Mitgliederstücke:	0
– Einzelverkauf:	–		
Freistücke:	7.713		4
Rest-, Archiv- und Belegexemplare	343		

18 **Geografische Verbreitungs-Analyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	99,75	9.633
Ausland	0,25	24
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	**100**	**9.657**

Gliederung der Inlandsauflage nach den Postleitzonen:

Anteil tatsächlich verbreiteter Inlandsauflage



Tatsächlich verbreitete Inlandsauflage **9.633** Exemplare

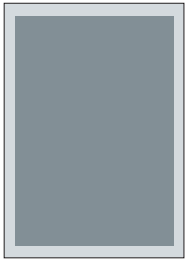
Kurzinformation zur Erhebungsmethode 2

1 **Untersuchungsmethode:** Auflagen- und Verbreitungsanalyse, Basis: Empfängerdatei mit Grundgesamtheit 31.285 Verbreitungsanalyse durch Dateiauswertung – Totalerhebung

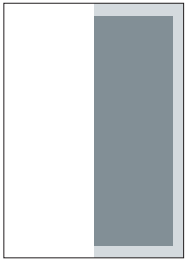
2 **Grundgesamtheit:** Die Erstellung der Grundgesamtheit erfolgte auf Basis der tvA im Jahresdurchschnitt (1. Juli 2025 bis 30. Juni 2026). Die Untersuchung repräsentiert eine Grundgesamtheit von tvA 9.657 (= 100 %).

3 **Zeitraum der Untersuchung:** Juli 2026

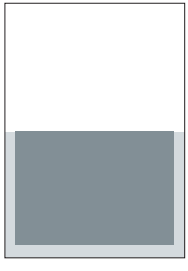
4 **Durchführung der Untersuchung:** HUSS-VERLAG GmbH



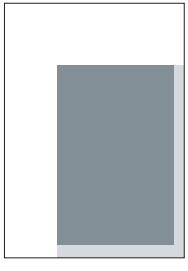
	1/1 Seite
im Satzspiegel	185 x 270 mm
im Anschnitt	210 x 297 mm*
4c-Preis	€ 7.080,-



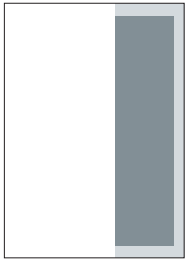
	1/2 Seite hoch
im Satzspiegel	90 x 270 mm
im Anschnitt	103 x 297 mm*
4c-Preis	€ 4.220,-



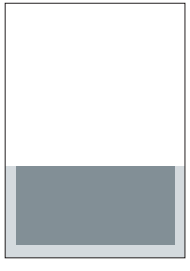
	1/2 Seite quer
im Satzspiegel	185 x 128 mm
im Anschnitt	210 x 144 mm*
4c-Preis	€ 4.220,-



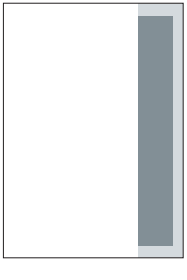
	Junior Page
im Satzspiegel	137 x 185 mm
im Anschnitt	152 x 200 mm*
4c-Preis	€ 5.350,-



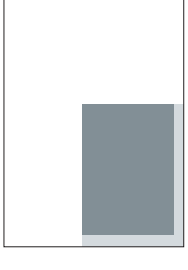
	1/3 Seite hoch
im Satzspiegel	58 x 270 mm
im Anschnitt	73 x 297 mm*
4c-Preis	€ 2.730,-



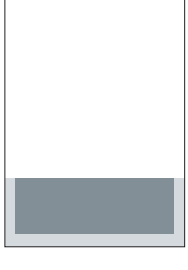
	1/3 Seite quer
im Satzspiegel	185 x 85 mm
im Anschnitt	210 x 100 mm*
4c-Preis	€ 2.730,-



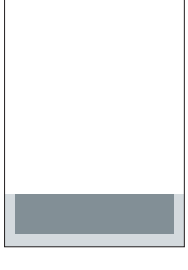
	1/4 Seite hoch
im Satzspiegel	43 x 270 mm
im Anschnitt	56 x 297 mm*
4c-Preis	€ 2.310,-



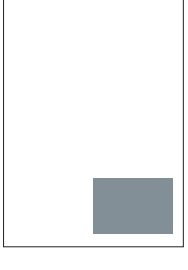
	1/4 Seite norm
im Satzspiegel	90 x 128 mm
im Anschnitt	103 x 141 mm*
4c-Preis	€ 2.310,-



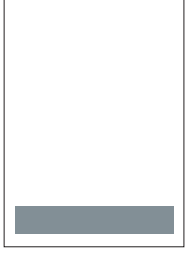
	1/4 Seite quer
im Satzspiegel	185 x 62 mm
im Anschnitt	210 x 75 mm*
4c-Preis	€ 2.310,-



	1/6 Seite quer
im Satzspiegel	185 x 42 mm
im Anschnitt	210 x 55 mm*
4c-Preis	€ 1.570,-



	1/8 Seite norm
im Satzspiegel	90 x 62 mm
im Anschnitt	–
4c-Preis	€ 1.360,-



	1/8 Seite quer
im Satzspiegel	185 x 30 mm
im Anschnitt	–
4c-Preis	€ 1.360,-

Alle Preise zzgl. MwSt. Formate: Breite x Höhe * zzgl. 3 mm Beschnitt an allen Heftaußenkanten

1 **Auflage:**
Druckauflage 10.000
(Verlagsangabe)

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
Hausanschrift: Joseph-Dollinger-Bogen 5, 80807 München
Postanschrift: 80912 München, Deutschland
Internet: www.taxi-heute.de
Anzeigendispo: Manuela Kösel, Telefon: +49 89 32391-154, Fax: -163
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: DE45 7007 0010 0021 3132 00
BIC: DEUTDEMMXXX

7 **Anzeigenformate (im Satzspiegel) und Preise**
Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

Format	Breite x Höhe (in mm) hoch	norm	quer	4c
1/1	185 x 270			€ 7.080,-
Junior Page		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)	€ 7.730,-
2. und 3. Umschlagseite (4c) jeweils	€ 7.630,-
1/3 Seite (4c) neben Editorial	€ 5.280,-

Sonstige bindende Platzierungsvorschriften ab 1/2 Seite und größer:
jeweils 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 %

huss Adressen
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/2027
Liefertermin: 5 Tage nach Anzeigenschluss

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

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

Ausgabe Erscheinungstermin	Anzeigenschluss	Druckdatenschluss	Veranstaltungen Messen	Fahrzeug-Themen	Service-Themen	Themen in jedem Heft*
1 **03.03.**	**08.02.**	**12.02.**		• **Wartungsarbeiten:** E-Taxi vs. Verbrenner-Taxi	• **Überblick Taxameter**	• 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**
2 **21.04.**	**24.03.**	**30.03.**	Vorschau auf die **RETTmobil** in Fulda (12. – 14.05.2027)	• **Neue Hersteller** auf dem Taxi- und Mietwagenmarkt	• **Krankenfahrten und Schülerfahrten**	
3 **09.06.**	**12.05.**	**18.05.**	Bericht von der **RETTmobil**	• **Zubehör** für den Einsatz als **Inklusionstaxi**	• **Ladekonzepte** für Taxi- und Mietwagenbetriebe	
4 **28.07.**	**29.06.**	**06.07.**		• **Taxi als Arbeitsplatz** – wie wichtig ist Ergonomie?	• **Folierungen** – lohnt sich die Premium-Folie?	
5 **15.09.**	**18.08.**	**25.08.**		• **Elektro, Hybrid oder Verbrenner** – Taxi-Antriebe im Praxistext	• Neue **Ideen** für die **Rollstuhlbeförderung**	
6 **27.10.**	**01.10.**	**07.10.**	Bericht von der: **REHACARE International in Düsseldorf** und der **IAA MOBILITY in München**	• **Tanken und Laden** im Taxi- oder Mietwagen-Betrieb	• **Ganzjahresreifen** – oder doch den Winterspezialisten?	
7 **15. 12.**	**18.11.**	**24.11.**		• **E-Taxi im Winter**	• **Abrechnungssoftware**	



* Änderungen aus aktuellem Anlass vorbehalten

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.

Kleinanzeigen-Rabatte für Mehrfachschaltungen:	
3 Anzeigen	3 %
5 Anzeigen	5 %
7 Anzeigen	7 %
10 Anzeigen	10 %

Beispiele (Originalgröße)

43 x 20 mm € 130,-



43 x 40 mm € 260,-



90 x 30 mm € 390,-



90 x 40 mm € 520,-



43 x 62 mm € 403,-



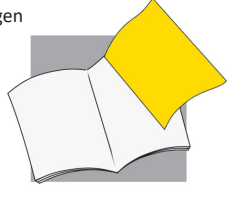
43 x 30 mm € 195,-



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.

Beilagengebühren:

bis 25 g Gesamtgewicht	€ 285,- je tausend Exemplare
höhere Gewichte auf Anfrage	
Teilbeilagen-Zuschlag pro PLZ-Split	€ 50,-
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:**

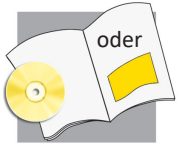
Vor Auftragsannahme und -bestätigung ist die Vorlage des Anzeigenmotivs mit aufgeklebter Postkarte (Standmuster) erforderlich. Warenmuster können nur nach Vorlage eines verbindlichen Musters und vorheriger, vom Verlag bei der Post einzuholender Zustimmung angenommen werden.

Formate:	Es gelten die Vorschriften für Postkarten.
Mindestformat:	140 x 90 mm (Breite x Länge)
Maximalformat:	235 x 125 mm (Breite x Länge)

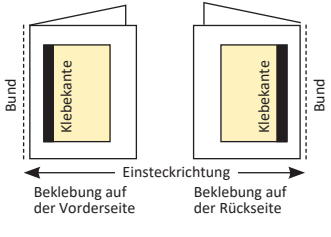
Klebegebühren:

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

Erschwernisse werden gesondert in Rechnung gestellt.



Benötigte Liefermenge:	10.200 Exemplare
Anlieferungstermin:	Bis spätestens 5 Tage nach Anzeigenschluss.



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

Versandanschrift:
Dierichs Druck + Media GmbH & Co. KG
Frankfurter Straße 168, 34121 Kassel
Telefon: +49 561 60280-171

Liefervermerk:
Für taxi heute-Ausgabe Nr. xx/2027

taxi heute-Wandkalender 2028



Erscheinungstermin:	15. Dezember 2027 als Beilage in taxi heute 7/2027
Anzeigenschluss:	12. November 2027
Druckunterlagen:	18. November 2027
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)

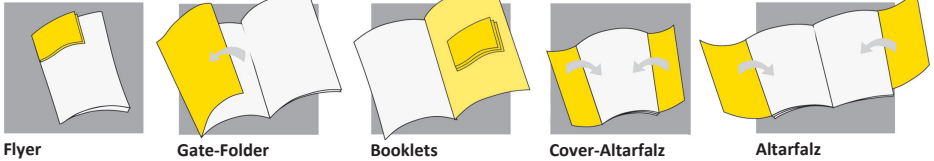


(4 Felder)

Weitere Sonderwerbeformen

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

Beispiele:



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

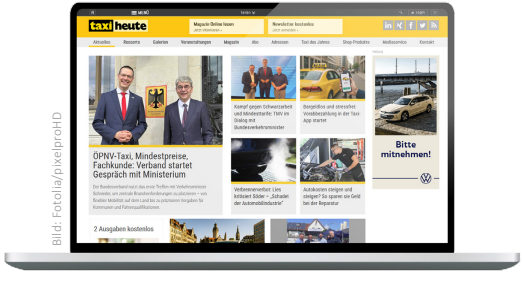


Bild: Fotolia/pixelproHD

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

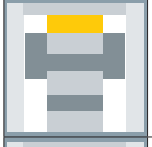
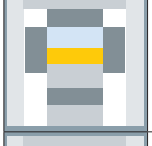
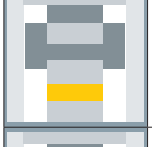
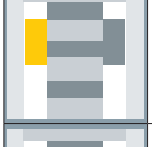
2 **Kurzcharakteristik:** taxi-heute.de bringt tagesaktuelle News aus dem Taxi-Gewerbe, von Fahrzeugherstellern, Dienstleistern und Zulieferern sowie aktuelle Urteile aus allen Bereichen des Rechts. Wichtige Ereignisse und interessante Fahrzeuge werden in Bildergalerien festgehalten.

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

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

5 **Zugriffskontrolle:** Verlagsangabe

6 **Traffic:** Monatsdurchschnitt April - Juni 2026
Page Impressions: 48.395
Unique User: 32.145

Abbildungen (ähnlich)	Werbeform	Format (BxH)	Platzierung	Preis/ Monat
	**Billboard 1**	max. 980 x 300 Pixel (Standard 850 x 250 Pixel) + zwingend zus. mobile Variante bis max. 360 x 300 Pixel (oder Standard-Rectangle 300 x 250 oder 300 x 300 Pixel)	Desktop + Mobile: exklusiv direkt unter Navigation, above the fold	€ 1.650,- (35.000 PIs)
	**Billboard 2**		Desktop + Mobile: exklusiv innerhalb jeder News + Startseite oberhalb	€ 950,- (24.000 PIs)
	**Billboard 3**		Desktop + Mobile: exklusiv innerhalb jeder News + Startseite mittig	€ 950,- (24.000 PIs)
	**Half Page Ad Links (sticky)**	max. 400 x 800 (oder Standard 300 x 600) + zwingend zus. mobile Variante (Rectangle) bis max. 300 x 300 (oder 300 x 250)	linke Sidebar	€ 1.650,- (29.000 PIs) (Skyscraper: € 1.450,-)
	**Half Page Ad Rechts (sticky)**		linke Sidebar oder mobile Content oberhalb	€ 1.650,- (29.000 PIs) (Skyscraper: € 1.450,-)

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.*

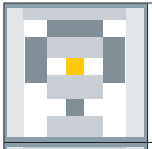
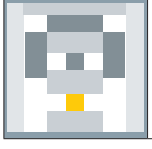
7 **Datenanlieferung:** Sieben Werktage vor Schaltung an anzeigen@taxi-heute.de als GIF (statisch oder animiert), JPG, HTML5 (nur per physischer Anlieferung) mit einer max. Größe von 150 KB (HTML5-Subload bis max. 500 KB)

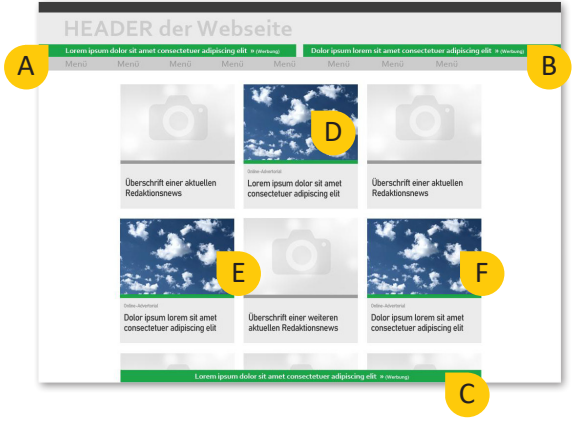
8 **Externer AdServer-Einsatz:** Revive, dfp

9 **Werbeformen und Preise:** siehe Tabelle rechts

10 **Rabatte** auf Anfrage

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.

	**Rectangle 1**	300 x 300 (oder 300 x 250) Pixel	linke Sidebar oder mobile Content ober-halb	€ 780,- (24.000 PIs)
	**Rectangle 2**	300 x 300 (oder 300 x 250) Pixel	linke Sidebar oder mobile Content unter-halb	€ 780,- (24.000 PIs)





Sonderwerbeformen taxi heute

Online-Advertorial (Native Advertising, Content Marketing)

Werben Sie exklusiv mit bis zu 3.500 Zeichen mit Bild, Video sowie Dokumenten direkt im redaktionellen Bereich auf der Webseite und im Newsletter.

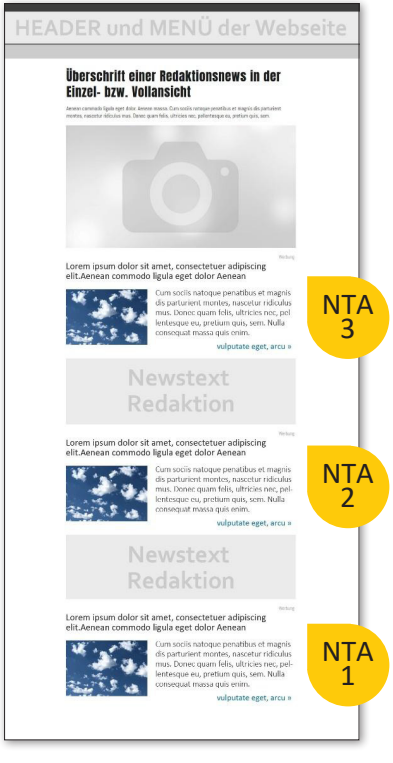
• Laufzeit:	2 Wochen	4 Wochen
• Impressions:	22.500	45.000
• Preis:	€ 700,-	€ 1.100,-

TKP - 50 % zum Vorjahr

Platzierung

- Header-Teaser **oberhalb der Navigationsleiste** oder **am unteren Bildschirmrand** (Punkt A, B oder C, tlw. sticky)
- Teaser-Platzierung **auf der Startseite** als 2., 4. oder 6. News (Punkt D, E oder F)
- 2- oder 4-mal **im Redaktions-Newsletter** mit Bild, Überschrift, Teaser-Text und Link zum Advertorial (Punkt G)





Native Text Ad (Native Advertising, Lead-Generierung)

TKP – 20 % zum Vorjahr

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

• Laufzeit:	2 Wochen	1 Monat
• Impressions:	ca. 17.500	ca. 35.000
• Preis:	€ 850,-	€ 1.550,-

Platzierung

- Native Text Ad 1
- Auf der **Startseite** als 8. News
- Innerhalb jeder **Newsansicht** direkt unterhalb des Newstextes

Native Text Ad 2
- Auf der **Startseite** als 10. News
- Innerhalb jeder **Newsansicht** mittig zwischen dem Newstext

Native Text Ad 3
- Auf der **Startseite** als 12. News
- Innerhalb jeder **Newsansicht** direkt oberhalb des Newstextes

taxi heute Newsletter

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

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

Zugriffskontrolle: Episerver

Abonnenten: 4.362 (Verlagsangabe Juli 2026)

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

Rabatte: Auf Anfrage
Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt.





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

1. **„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. Rechtsverbindliche Anzeigenaufträge kommen erst durch schriftliche Bestätigung des Auftrags zustande.
2. **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 genannten 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 bzw. Dokumente, auf die von der Online-Werbung verlinkt werden soll, aufrecht zu erhalten. Vorbehaltlich entgegenstehender Individualvereinbarungen sind die vom Bannersystem des Verlags genannten Werte bei den Visits und Page Impressions maßgeblich.
5. **Ablehnung von Aufträgen:** Der Verlag ist berechtigt, Anzeigenaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Gesamtauftrages – nach sachgemäßem Ermessen abzulehnen. Dies gilt insbesondere, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt, vom deutschen Werberat in einem Beschwerdeverfahren beanstandet wurde oder deren Veröffentlichung für den Verlag wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form unzumutbar ist oder Beilagen durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung, der Zeitschrift oder des verlageseigenen Online-Angebots erwecken oder Fremdanzeigen enthalten. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich nach Kenntniserlangung des betreffenden Inhalts mitgeteilt. Online-Werbeformen, die im Widerspruch zu diesen Bestimmungen stehen, können auch nachträglich aus dem Online-Angebot entfernt werden.
6. **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 Auftraggeber ist bis 14 Tage vor Anzeigenschluss (Print) bzw. Beginn der Kampagne (Online) möglich. Danach fallen Stornogebühren in Höhe von 50 % des Bruttopreises an. Bei Stornierungen nach Anzeigenschluss werden 100 % Stornogebühr vom Gesamtpreis fällig. Kündigungen und Rücktritte, die nach dem Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne eingehen, werden frühestens für die nächste Print-Ausgabe bzw. Online-Kampagne wirksam. Allerdings können Anzeigenaufträge nach Anzeigenschluss bzw. dem Beginn der Kampagne grundsätzlich nur aus wichtigem Grund gekündigt werden. Für die **Kündigung** reichen Telefax oder E-Mail.
8. **Platzierung von Anzeigen:** Anzeigen werden in bestimmten Nummern, Ausgaben oder an bestimmten Stellen der Druckschrift oder den Online-Medien veröffentlicht, wenn dies bei der Auftragserteilung schriftlich, auch per Telefax und E-Mail vereinbart und vom Verlag bestätigt wird. Rubrikanzeigen werden grundsätzlich nur in der jeweiligen Rubrik veröffentlicht. Sofern keine eindeutigen Platzierungsvorgaben gemacht werden, kann der Verlag die Platzierung frei bestimmen.
9. **Haftung für die Inhalte der Anzeige:** Der Auftraggeber trägt allein die Verantwortung für den Inhalt und die rechtliche Zulässigkeit der Anzeige und/oder der Online-Werbeform sowie hinsichtlich der hierfür zur Verfügung gestellten Materialien. Er stellt den Verlag von allen Ansprüchen Dritter frei, die in diesem 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 Dritter beeinträchtigt werden. Durch Erteilung eines Anzeigenauftrages verpflichtet sich der Inserent, die Kosten der Veröffentlichung einer Gegendarstellung, die sich auf tatsächliche Behauptungen der veröffentlichten Anzeige bezieht, zu tragen, und zwar nach Maßgabe des jeweils gültigen Anzeigentarifs. 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 € an den Auftraggeber auf dessen Risiko zurück gesendet.
Abdruckhöhe von Anzeigen: Sind keine besonderen Größenvorschriften vereinbart oder vorgegeben, wird die Anzeige mit der für eine solche Anzeige üblichen Höhe abgedruckt und berechnet. Weicht bei einer fertig angelieferten Druckvorlage die Abdruckhöhe von der bestellten Abdruckhöhe im Auftrag ab, gilt das Maß der in Abdruck gebrachten Anzeigenhöhe. Angefangene Millimeter werden dabei auf volle Millimeter nach oben gerundet.
Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden. Sendet der Auftraggeber den ihm rechtzeitig übermittelten Probeabzug nicht innerhalb der gesetzten Frist zurück, so gilt die Genehmigung zum Druck als erteilt. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit 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, gelten zusätzlich die folgenden Bestimmungen:
Dateiformat: Bei digitaler Übermittlung von mehreren zusammengehörenden Dateien hat der Auftraggeber dafür Sorge zu tragen, dass diese Dateien innerhalb eines gemeinsamen Verzeichnisses (Ordner) gesendet bzw. gespeichert werden. Anzeigenvorlagen sollten nur mit geschlossenen Dateien digital übertragen werden, die der Verlag inhaltlich nicht ändern kann. Der Verlag kann offene Dateien (z. B. unter Corel Draw, QuarkXPress, Freehand gespeicherte Dateien) ablehnen. Der Verlag haftet nicht bei fehlerhafter Veröffentlichung von Anzeigen (Print), die mit offenen Dateien übermittelt 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 Prüfdrucke müssen zur Kontrolle der Farbverbindlichkeit den FOGRA/UGRA-Medienkeil in der aktuellen Version enthalten. Andrucke müssen einen offiziellen Druckkontrollstreifen aufweisen. Ohne Farb-Proof des Auftraggebers sind Farbabweichungen unvermeidbar. Diese können keine Ersatzansprüche des Auftraggebers auslösen. In jedem Fall ist ein Ausdruck per Fax an den Verlag zu senden, um die sachliche Richtigkeit überprüfen zu können. Ein Korrekturfax muss vom Auftraggeber ausdrücklich angefordert werden. Nur bei richtiger Farbanpassung ist eine farblich richtige Umsetzung in üblichen Toleranzen gewährleistet.
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 nehmen, wenn durch solche durch den Auftraggeber infiltrierten Computerviren dem Verlag Schaden entstanden ist.
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 Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
12. **Chiffreanzeigen:** Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen zur Abholung aufbewahrt bzw. dem Auftraggeber auf dem normalen Postweg weitergeleitet, auch wenn es sich um Einschreibesendungen und Eilbriefe handelt. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Ansonsten werden nicht abgeholte Zuschriften vernichtet. Der Verlag behält sich im Interesse und zum Schutz des Auftraggebers das Recht vor, die eingehenden Angebote zur Ausschaltung von Missbrauch des Ziffernd ienstes zu Prüfzwecken zu öffnen. Der Auftraggeber kann den Verlag berechtigen, Zuschriften auf Ziffernanzeigen zu öffnen.
13. **Errechnung Abnahmemenge:** Bei der Errechnung der Abnahmemengen werden Text-Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimeter umgerechnet.
14. Zusätzliche **Satzkosten:** Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen. Gleiches gilt für vom Auftraggeber gelieferte Druckvorlagen, deren Behandlung oder nachträgliche Änderung zusätzliche Kosten verursachen.
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 tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
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.
17. **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 Gesamtdurchschnitt des vergangenen Insertionsjahres laut IVW-Meldungen um 30 % unterschritten wird. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungs- und Schadenersatzansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber 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 Auftraggeber Ansprüche herleiten kann.
19. **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 kaufmännischen Geschäftsverkehr in Höhe von 9 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz der Europäischen Zentralbank ab Fälligkeit des Rechnungsbetrages, sowie einer Verzugsschadenspauschale in Höhe von 40,00 € berechnet, die auf einen geschuldeten Schadensersatz anzurechnen ist, soweit der Schaden nachweislich höher ist (z. B. wegen Kosten der Rechtsverfolgung). Die Pauschale fällt auch bei verspäteten Abschlags- oder Ratenzahlungen an. (§ 288 BGB n. F.) 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 Verzugsfall bei 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz. Dies gilt auch im Fall der Stundung. Die Geltendmachung eines weiteren Verzugsschadens behält sich der Verlag gegenüber Unternehmern und Verbrauchern vor. Den Vertragspartnern bleibt es jedoch vorbehalten, im einzelnen einen niedrigeren oder einen höheren Schaden nachzuweisen. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug von Unternehmern und Verbrauchern die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offenstehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
21. **Gewährleistung:** Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckunterlagen und rechtzeitiger Reklamation kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) oder Minderung des Anzeigenpreises in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt ist, verlangen.
Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden dieselben erst bei der Produktion deutlich, so hat der Auftraggeber bei unbeanstandet gebliebenen Andrucken keine Gewährleistungsansprüche. Das gleiche gilt bei Fehlern in wiederholt erscheinenden Anzeigen, wenn der Auftraggeber nicht vor Drucklegung der nächstfolgenden Anzeige auf den Fehler hinweist. Der Verlag ist nicht verpflichtet, die Druckunterlagen auf Vollständigkeit und Richtigkeit zu überprüfen. Die Gewährleistung bei **Online-Werbung** ist auf solche Fehler in der Wiedergabe der Online-Werbeform beschränkt, die in der Einflusssphäre des Verlags, d. h. insbesondere auf dem Server des Verlags entstehen bzw. begründet sind. Die Gewährleistung gilt ferner nicht für unwesentliche Fehler, z. B. dann, wenn die Beeinträchtigung bei der Wiedergabe der Online-Werbeform deren Zweck nicht wesentlich beeinträchtigt. Dem Auftraggeber ist bekannt, dass es nach dem Stand der Technik nicht möglich ist, jederzeit eine gänzlich fehlerfreie Wiedergabe der Online-Werbeform zu ermöglichen. Bei einem Ausfall des Servers über einen erheblichen Zeitraum (mehr als 10 % der gebuchten Zeit) einer zeitgebundenen Festbuchung, wird der Verlag versuchen, den Ausfall an Medialeistung nachzuliefern oder die Zeit der Insertion zu verlängern, sofern dies den Interessen des Auftraggebers nicht zuwiderläuft. Im Falle des Scheiterns einer Nachlieferung innerhalb der ursprünglich gebuchten Insertion bzw. nach Verlängerung des Insertionszeitraumes, entfällt die Zahlungspflicht des Auftraggebers für die in dem Zeitraum nicht realisierten bzw. durchschnittlich nicht angefallenen Medialeistungen. Weitere Ansprüche sind ausgeschlossen. Im Übrigen liegt ein Fehler nicht vor bei einen Ausfall des vom Verlag genutzten Servers, der nicht länger als 24 Stunden (fortlaufend oder addiert) innerhalb von 30 Tagen nach Beginn der vertraglich vereinbarten Schaltung andauert.
Beachtet der Auftraggeber diese Geschäftsbedingungen oder die Empfehlungen des Verlages zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen und Online-Werbung nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.
Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch zeitbedingt bestmögliche Wiedergabe der Anzeige im Rahmen der durch die Druckvorlagen gegebenen Möglichkeiten.
Reklamationen offensichtlicher Mängel müssen vom Auftraggeber spätestens innerhalb von vier Wochen nach Veröffentlichung schriftlich geltend gemacht werden. Sämtliche Gewährleistungsansprüche verjähren mit Ablauf des 31. Dezember des auf die Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage folgenden Jahres.
22. **a)** Zur **Haftung,** gleich aus welchem Rechtsgrund einschließlich unerlaubter Handlungen, ist der Verlag nur verpflichtet, soweit Schäden
(1) durch schuldhafte Verletzung 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 Haftung des Verlags ebenfalls auf die vereinbarten Anzeigenpreise begrenzt.
d) Für mittelbare Schäden, Mangelfolgeschäden, entgangenen Gewinn und Ersatz vergeblicher Aufwendungen haftet der Verlag nicht, sofern diese nicht auf Vorsatz oder grobe Fahrlässigkeit 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 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 lediglich 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 sich Mängel an der Vorlage erst bei der Reproduktion oder beim Druck zeigen. Der Auftraggeber hat dann bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche. Die eventuell entstehenden Mehrkosten z. B. zur Nachbeseerung der Druckunterlagen oder für Maschinenstillstand müssen weiterberechnet werden.
j) Fälle höherer Gewalt wie z. B. Arbeitskampfmaßnahmen, Beschlagnahme, allgemeiner Rohstoff- oder Energieverknappung oder Betriebsstörungen entbinden den Verlag von der Verpflichtung auf Erfüllung von Aufträgen und Leistung von Schadenersatz. Kann der Verlag dennoch die Aufträge mit 80 % der verkauften Auflage erfüllen, so hat der Verlag Anspruch auf volle Bezahlung der veröffentlichten Anzeigen. Geringere Leistungen sind nach dem Tausender-Seitenpreis gemäß der im Tarif genannten verkauften Auflage zu bezahlen.
23. **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 werden.
d) Der Auftraggeber überträgt dem Verlag sämtliche für die Nutzung der Werbung in Print- und Online-Medien aller Art (inklusive Internet) erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungs- und sonstigen Rechte, insbesondere zur Vervielfältigung, Verbreitung, Übertragung, Sendung, Entnahme aus einer Datenbank und Abruf, und zwar zeitlich, inhaltlich und örtlich unbegrenzt in dem für die Durchführung der Aufträge notwendigen Umfang. Der Auftraggeber garantiert, dass er diese Nutzungsrechte frei von Rechten Dritten an den Verlag überträgt, andernfalls er den Verlag von allen Rechten Dritter freistellt, einschließlich der Kosten für die Rechtsverfolgung.

www.huss.de/de/agb.html

Fachpublikationen

HUSS-VERLAG GmbH, München

Corporate Publishing







Güterverkehr & Service





Logistik







Omnibus & Touristik





Automotive







shop huss

www.huss-shop.de

li.hussverlag.de

Bestellen Sie noch heute Ihr Probeexemplar und die aktuellen Mediadaten!