



www.omnibusrevue.de

MEDIADATEN 2011

Besser in Management, Technik, Touristik

Weitere Mediainformationen erhalten Sie unter www.mediacentrum.de





Anne Katrin Wieser
Chefredakteurin OMNIBUSREVUE

Was zeichnet OMNIBUSREVUE aus?

Es ist seit über 60 Jahren eines der wichtigsten Magazine der Busbranche. Mit Tipps für den Unternehmensalltag und aktuellen rechtlichen Beiträgen, Fahrzeugtests und technischen Neuheiten sowie nützlichen Informationen zu Gruppenreisetrends und -destinationen unterstützt OMNIBUSREVUE Unternehmer und Führungskräfte der Branche. Das Magazin wird ergänzt um ein breites Online-Angebot mit stets aktuellen Nachrichten, einer Fahrzeugdatenbank, Filmen und Seminarangeboten.

Wer sind die Leser der OMNIBUSREVUE?

Deutlich über drei Viertel aller Leser der OMNIBUSREVUE arbeiten in Top-Positionen in den Unternehmen. Sie sind zumeist Inhaber, Geschäftsführer oder Manager und verfügen über eine hohe Entscheidungskompetenz.



Wie wird OMNIBUSREVUE von den Lesern bewertet?

Wie wir aus der aktuellen Leser-Struktur-Analyse wissen, sind die Leser überzeugt von den kompetenten Beiträgen und den verständlich aufbereiteten Informationen. Sie beurteilen die OMNIBUSREVUE als wichtiges Informationsmedium für ihren Arbeitsalltag.

Was bietet OMNIBUSREVUE noch?

Neben dem monatlichen Magazin gehören zum Portfolio der OMNIBUSREVUE auch Leserreisen, Seminare, eine Online-Datenbank mit Fahrzeugdaten und Händlerporträts, BUS-TV und der BUSCLUB sowie der sehr nützliche Gebrauchtbusspiegel. Als medienübergreifender Fachinformationsdienstleister bieten wir zudem tagesaktuelle Nachrichten auf unserer Website sowie einen wöchentlichen Newsletter.

**1 Kurzcharakteristik:**

Die Zeitschrift OMNIBUSREVUE informiert Unternehmer monatlich über aktuelle Trends, verkehrspolitische und rechtliche Themen sowie Neuigkeiten aus den Bereichen Management, Technik und Touristik. Aktuelle Meldungen finden die Leser außerdem auf der Website www.omnibusrevue.de sowie in unserem wöchentlichen Newsletter. Abgerundet wird das Informationsangebot durch zahlreiche Online-Dienste wie den Bus-Katalog oder Videofilme unter BUS-TV.

- 2 Erscheinungsweise:** monatlich
- 3 Jahrgang:** 62. Jahrgang 2011
- 4 Web-Adresse (URL):** www.omnibusrevue.de
- 5 Mitgliedschaften:** –
- 6 Organ:** –
- 7 Herausgeber:** –
- 8 Verlag:** Verlag Heinrich Vogel
Springer Fachmedien München GmbH
81664 München
- Postanschrift:** 81664 München
- Hausanschrift:** Aschauer Str. 30, 81549 München
- Telefon:** (0 89) 20 30 43-0
- Telefax:** (0 89) 20 30 43-23 98
- Internet:** www.mediacentrum.de
- E-Mail:** anzeigen-vhv@springer.com
- 9 Redaktion:**
- Chefredakteurin:** Anne Katrin Wieser
annekatrin.wieser@springer.com

10 Anzeigen:**Gesamtanzeigenleiterin:**

Jutta Rethmann

Anzeigenleiterin:

Marisa d'Arbonneau

11 Vertrieb:**Vertrieb:**Vertriebsservice, Verlag Heinrich Vogel
(0 89) 20 30 43 -1100**E-Mail:**vertriebsservice@springer.com**12 Bezugspreis:**

Jahresabonnement

Inland:

€ 98,90 inkl. Versand und 7 % MwSt.

Europäisches Ausland:

€ 110,90 inkl. Versand und 7 % MwSt.

Einzelverkaufspreis:

€ 8,00 inkl. 7 % MwSt., zzgl. Versand € 1,90

13 ISSN:

1436-9974

14 Umfangs-Analyse:

2009 = 12 Ausgaben

Format der Zeitschrift:

210 mm (B), 279 mm (H)

Gesamtumfang:

958 Seiten = 100,0 %

Redaktioneller Teil:

652 Seiten = 68,1 %

Anzeigenteil:

306 Seiten = 31,9 %

davon

Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 45 Seiten = 14,7 %

Touristikanzeigen: 101 Seiten = 33,0 %

Einhefter/Durchhefter: 4 Seiten = 1,3 %

Verlagseigene Anzeigen: 52 Seiten = 17,0 %

Beilagen: 23 Stück

15 Inhalts-Analyse Redaktion:

–



16 Auflagenkontrolle:

17 Auflagenanalyse: Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt
01. Juli 2009 – 30. Juni 2010

Druckauflage: 6.833

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):	6.565	davon Ausland:	465
---	-------	----------------	-----

Verkaufte Auflage:	4.189	davon Ausland:	300
– Abonnierte Exemplare:	2.639		

– Einzelverkauf:	–
– Sonstiger Verkauf:	1.550

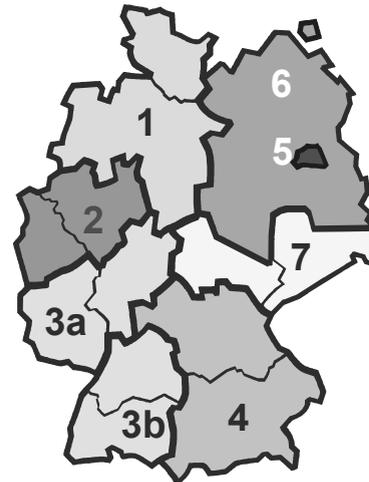
Freistücke: 2.376

Rest-, Archiv-, Belegexemplare: 268

18 Geographische Verbreitungsanalyse:

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	92,9	6.100
Ausland	7,1	465
Tatsächl. verbr. Auflage	100,00	6.565

18.1 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:



Nielsen-Region	Tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage
1	771
2	913
3 a	952
3 b	994
4	1.402
5	215
6	389
7	464
tvA Inland	6.100

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang

Daten und Fakten

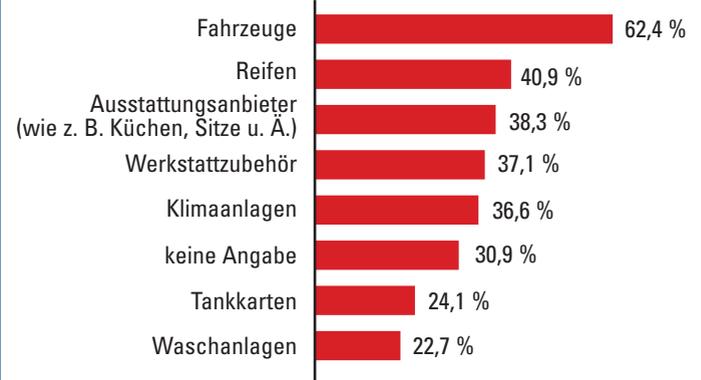
Fachzeitschriften sind die wichtigste Informationsquelle für Omnibusunternehmer

Genutzte Informationsquellen



Auszug aus der Leserstrukturanalyse 2010/TNS Emnid, Bielefeld

Interesse an Anzeigenbereichen – Technik



Auszug aus der Leserstrukturanalyse 2010/TNS Emnid, Bielefeld



Besser in Management, Technik, Touristik

	Ausgabe	Erscheinungs- termin	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Themen Technik	Management	Messe-Termine
Januar	1	23.12.2010	23.11.2010	06.12.2010	Alternative Antriebe	Reiseversicherungen	CMT , Stuttgart, 15.01.-23.01.2011
Februar	2	27.01.2011	17.12.2010	10.01.2011	Digitaler Tachograf Fahrzeugortung Auswertungssoftware Sicherheit	Flottenmanagement	f.re.e , München, 23.02.-27.02.2011
März	3	24.02.2011	25.01.2011	07.02.2011	„Fit für das Sommergeschäft“: Wartung und Reparatur, Bereifung und Fahrsicherheit	Software	CeBIT , Hannover, 01.03.-05.03.2011 ITB , Berlin, 09.03.-13.03.2011 TUR , Göteborg, 24.03.-27.03.2011
April	4	31.03.2011	25.02.2011	14.03.2011	Klimaanlagen und Klimatechnik Fahrgastinformationssysteme Minis und Midis	Kataloggestaltung	RDA-Mitgliederversammlung , Hamburg, 31.03.-03.04.2011
Mai	5	28.04.2011	25.03.2011	07.04.2011	Importeure	Fahrerweiterbildung	ibus , Kassel, 04.05.-06.05.2011
Juni	6	26.05.2011	26.04.2011	09.05.2011	Bremsen und Retarder Außendesign, Styling	Ticketing-Systeme	TRAVEL.11 , Altenburg, 16.06.-19.06.2011

7	30.06.2011	26.05.2011	09.06.2011	Innenausstattung Licht	Tank- und Servicekarten	
8	21.07.2011	20.06.2011	04.07.2011	Vorschau zum RDA-Workshop Waschanlagen Winterausrüstung	Flottenmanagement	RDA-Workshop , Köln, 26.07-28.07.2011
9	25.08.2011	25.07.2011	05.08.2011	RDA-Workshop-Nachbericht Alternative Antriebe Coach of the Year	Literatur, die sich lohnt	
10	29.09.2011	30.08.2011	12.09.2011	Vorbericht busworld	Berufskleidung	busworld , Kortrijk, 21.10.-26.10.2011
11	31.10.2011	29.09.2011	13.10.2011	Minis und Midis Bericht busworld Gebrauchtbusspiegel	Software	World Travel Market , London, 07.11.-10.11.2011 BTB , Wien, 08.11.-09.11. 2011 Bus & Bus Business , Verona, November 2011 BusSonntag , Koblenz, November 2011
12	24.11.2011	24.10.2011	07.11.2011	Abgasnachbehandlung Nachrüstungssysteme	Fahrerweiterbildung	
1/12	29.12.2011	28.11.2011	09.12.2011	Alternative Antriebe	Reiseversicherungen	CMT , Stuttgart, Januar 2012



1 Auflage:

Druckauflage: 6.833
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 6.565

2 Zeitschriftenformat:

230 mm x 300 mm beschnitten (B x H)

Satzspiegel:

199 mm breit, 268 mm hoch
Spaltenzahl: 4, Spaltenbreite: 46 mm
Spaltenzahl: 3, Spaltenbreite: 63 mm

3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

Offsetdruck, Klammerheftung, 70er Raster. Druckunterlagenanlieferung in digitaler Form. Bei der Anlieferung digitaler Druckunterlagen beachten Sie bitte die Informationen auf unserem Datenticket (siehe www.mediacentrum.de/Service oder als Anlage zur Auftragsbestätigung). Die Erstellung von Druckunterlagen wird in Rechnung gestellt.

4 Termine:

Erscheinungsweise: monatlich

**Erscheinungstermine,
Anzeigen- und**

Druckunterlagenschluss: siehe Termin- und Themenplan

5 Verlag:

Verlag Heinrich Vogel
Springer Fachmedien München GmbH

Hausanschrift: Aschauer Str. 30, 81549 München

Postanschrift: 81664 München

Anzeigen: Gabriele Besser

Telefon: (0 89) 20 30 43-27 75

Telefax: (0 89) 20 30 43-23 98

E-Mail: busmarkt@springer.com

6 Zahlungsbedingungen:

per Bankeinzug 3 % Skonto
innerhalb von 10 Tagen 2 % Skonto
innerhalb von 30 Tagen nach Rechnungsdatum netto
USt-Ident-Nr.: DE152942001

Bankverbindung:

HypoVereinsbank München (BLZ 700 202 70), Konto-Nr. 1 830 209 200

7 Anzeigenformate und Preise:

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm		4-farbig €
		im Satzspiegel	angeschnitten*	
1/1 Seite	4-spaltig	199 x 268	230 x 300	4.860,-
1/2 Seite	2-spaltig	97 x 268	115 x 300	2.690,-
	4-spaltig	199 x 134	230 x 152	
1/3 Seite	1-spaltig	63 x 268	81 x 300	1.715,-
	4-spaltig	199 x 90	230 x 108	
1/4 Seite	1-spaltig	46 x 268	64 x 300	1.410,-
	2-spaltig	97 x 134	115 x 152	
	4-spaltig	199 x 67	230 x 85	
1/8 Seite	1-spaltig	46 x 134	64 x 152	850,-
	2-spaltig	97 x 67	115 x 85	
	4-spaltig	199 x 33,5	230 x 51,5	
Titelseite				5.500,-
2., 3., 4. Umschlagseite				5.346,-

* + 3 mm Beschnitt an den Außenseiten

Für Anzeigen von Hotels und Gaststätten gilt die Touristik-Preisliste Nr. 24 vom 01.10.2010



8 Zuschläge (rabattierbar):

8.1 Farbe:

Euro-Skala nach DIN 16539, Berechnung nach Sichtfarbe, Farbangleichung aus technischen Gründen vorbehalten, je Normalfarbe (Euro-Skala) —

8.2 Platzierung:

bindende Platzierungsvorschriften € 695,—

8.3 Formate:

Anzeigen über Bund —
Anzeigen über Satzspiegel —
Angeschnittene Anzeigen (nur 1/1 Seite) —

9 Rubrikanzeigen:

gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit) sw	€ 3,67
gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit) farbig	€ 5,06
private Anzeigen	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit) sw	€ 3,12
private Anzeigen	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit) farbig	€ 4,30
Stellengesuche	pro mm (1-spaltig, 43 mm breit)	€ 2,05
Chiffregebühr		€ 11,00

10 Sonderwerbeformen: auf Anfrage

11 Rabatte: bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres.
(Beginn mit dem Erscheinen der ersten Anzeige)

Malstaffel:

3-maliges Erscheinen 3 %
6-maliges Erscheinen 5 %
9-maliges Erscheinen 10 %
12-maliges Erscheinen 15 %
Titelseiten sind nicht rabattfähig.

Mengenstaffel:

3 Seiten 5 %
6 Seiten 10 %
9 Seiten 15 %
12 Seiten 20 %

12 Kombinationen: —

13 Einhefter:

auf Anfrage

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 233 mm Breite und 306 mm Höhe (gefalzt) anliefern. Beschnitt im Bund und an allen Seiten 3 mm. Platzierung in Heftmitte.

14 Beilagen (nicht rabattfähig):

lose eingelegt, maximale Größe 223 mm x 295 mm.

Gewicht der Beilage	Beilagenpreis je 1.000 Stück
bis 25 g	€ 285,—
bis 50 g	€ 460,—
je weitere 5 g	€ 35,—

Anzahl der Beilagen auf Anfrage.

Teilbeilagen ab 5.000 Exemplaren möglich.

15 Aufgeklebte Werbemittel (nicht rabattfähig):

Postkarten	pro Tausend	€ 93,—
Prospekte/Warenmuster	auf Anfrage, nach Vorlage eines Musters	
Benötigte Liefermenge	auf Anfrage	
	Nur in Verbindung mit 1/1 Seite Basisanzeige	
	(Preise siehe oben)	

16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

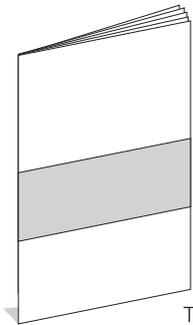
Stürtz GmbH, Warenannahme
Alfred-Nobel-Straße 33
97080 Würzburg

Liefervermerk: Für „OMNIBUSREVUE“ Ausgabe (Nr.)

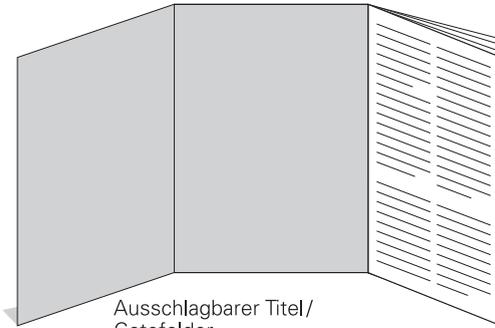
10 Muster jeweils vorab an die Anzeigenabteilung

Unsere AGBs finden Sie unter www.mediacentrum.de

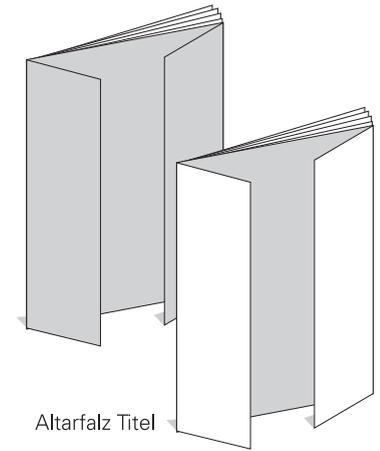
Alle Preise gelten zuzüglich der gesetzlich gültigen MwSt.



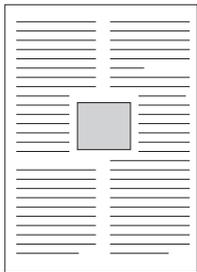
Titel-Banderole



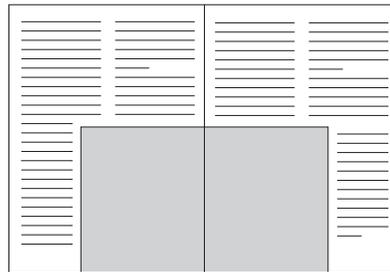
Ausschlagbarer Titel/
Gatefolder



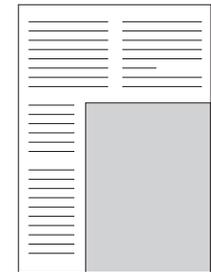
Altarfalz Titel



Inselanzeige



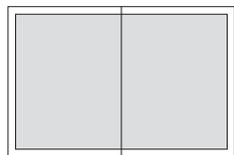
Tunnelanzeige



Juniorpage

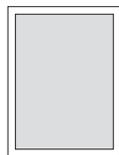
Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage

Satzspiegelformate (in mm/Breite x Höhe)



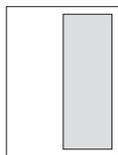
2/1 über Bund

424 x 268



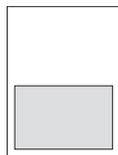
1/1

199 x 268



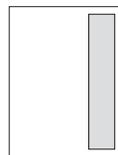
1/2 hoch

97 x 268



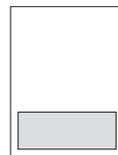
1/2 quer

199 x 134



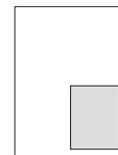
1/3 hoch

63 x 268



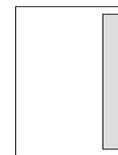
1/3 quer

199 x 90



1/4 2-spaltig

97 x 134



1/4 hoch

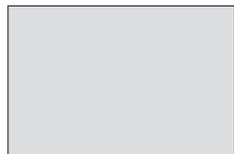
46 x 268



1/4 quer

199 x 67

Anschnittformate (in mm/Breite x Höhe)



2/1 über Bund
angeschnitten

460 x 300 *



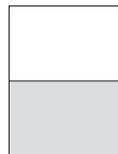
1/1

230 x 300*



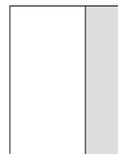
1/2 hoch

115 x 300*



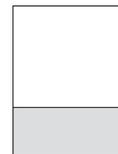
1/2 quer

230 x 152*



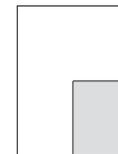
1/3 hoch

81 x 300*



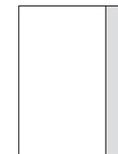
1/3 quer

230 x 108*



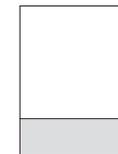
1/4 2-spaltig

115 x 152*



1/4 hoch

64 x 300*



1/4 quer

230 x 85*

* + 3 mm Beschnitt an den Außenseiten

zusätzlich 3 mm Anschnitt im Bund (linke und rechte Seite) bei Doppelseiten

Buskatalog 2011

Der Online-Buskatalog bietet einen einzigartigen Überblick der auf dem deutschen Markt erhältlichen Busmodelle. Die Fahrzeuge von über 27 Herstellern sind mit ihren wichtigsten technischen Daten übersichtlich aufgeführt und dank einer neuen Suchfunktion auch anhand mehrerer Parameter wie Länge, Achsen oder Sitzplätze selektierbar. Aus dem Suchergebnis können sich die Nutzer individuelle Ergebnislisten für den direkten Vergleich der für sie relevanten Busse zusammenstellen. Für den Nutzer ergibt sich die schnelle Information und Orientierung über Fahrzeuge und Anbieter. Mit Bannern und Produktporträts können Unternehmen sich und ihre Top-Fahrzeuge herausragend präsentieren. Ergänzt wird der Branchen-guide durch Porträts der wichtigsten Gebrauchtbushändler und Zulieferfirmen. Wer in diesem Unternehmens- und Dienstleistungs-verzeichnis gelistet ist, steht bei den Busunternehmen im Fokus, wenn es um die Suche nach den passenden Fahrzeugen und qualifizierten Geschäftspartnern geht. Die Inhalte werden regelmäßig aktualisiert.

Online-Preis: Firmenporträt € 396,-/Jahr

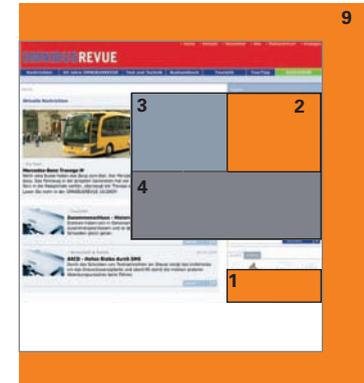
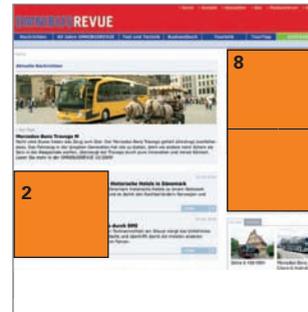
Zugriffe: Page Impressions: 6.219 (Stand: August 2010)



- 1 Web-Adresse (URL):** www.omnibusrevue.de
- 2 Kurzcharakteristik:**
www.omnibusrevue.de ist das Internetportal für Entscheider in Busunternehmen und ÖPNV-Betrieben. Es informiert täglich mit aktuellen Nachrichten und Hintergrundberichten, enthält Rechtsthemen sowie Datenbanken mit Suchfunktionen für Busmodelle, Geschäftspartner und Branchendaten, außerdem eine Gebrauchtbusbörse und vieles mehr. Die Informationen werden optimiert aufbereitet für die stationäre und mobile Internetnutzung in Form von Artikeln, Datenbanken, Downloads und Bildergalerien.
- 3 Verlag:** Verlag Heinrich Vogel
Springer Fachmedien München GmbH

Aschauer Str. 30
81549 München
E-Mail: online-inserate-hvogel@springer.com
- 4 Ansprechpartner:** Andrea Volz
Telefon: (0 89) 20 30 43-21 24
Telefax: (0 89) 20 30 43-23 98
E-Mail: andrea.volz@springer.com
- 5 Zugriffskontrolle:**  geprüfter Onlinedienst seit 4/2008
- 6 Zugriffe:** Visits: 15.238 (Stand: August 2010)
Page Impressions: 54.393 (Stand: August 2010)

- 7 Werbeformen und Preise:**
7.1 Banner-Werbung:

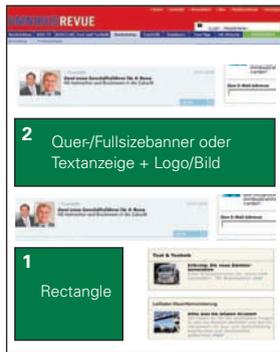


Werbeformen	Pixel-Format	TKP €*
1 Textanzeige + Logo (GIF)	300 x 115	55,-
2 Rectangle/Video Rectangle	300 x 250	75,-
3 Expandable Rectangle (nach links)	630 x 250	100,-
4 Expandable Rectangle (nach links unten)	630 x 350	125,-
5 Layer Ad + Rectangle Reminder	400 x 400	150,-
6 Half Page	300 x 600	150,-
7 Expandable Half Page	630 x 600	auf Anfrage
8 Road Block (zwei Rectangles)	300 x 250 (2x)	150,-
9 Wallpaper	auf Anfrage	150,-
10 Corner Ad Large	auf Anfrage	auf Anfrage

* gültig ab 01.10.2010; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

72 Newsletter-Werbung:

Newsletter-Abonnenten: 2.591 (Stand: August 2010)



Werbeformen	Pixel-Format	Festpreis €*
1 Rectangle	300 x 250	199,-
2 Quer-/Fullsizebanner oder Textanzeige + Logo/Bild	650 x 150	199,-

*gültig ab 01.10.2010; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Technische Spezifikationen: Newsletter

- Dateiformate: statische gif/jpg-Datei
- Dateigröße: bis 30 KB
- alternativer Text, für alle nicht-html-User
(max. 700 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 2 Werktage vor Erscheinen

Textanzeige: Überschrift: max. 60 Zeichen

Fließtext: max. 500 Zeichen inkl. aller Leerzeilen und Absätze

Logo/Bild: 130 x 80 px oder 60 x 80 px

Technische Spezifikationen: Bannerschaltung

- Dateiformate: swf, gif, jpg, tag-Code (Redirect)
- Bei Flash zusätzlich ein alternatives gif, jpg
- Dateigröße: bis 80 KB
- Einbau des clickTag
- Audiodateien (durch den User aktivierbar und deaktivierbar)
- Ziel-URL
- Datenanlieferung: 5 Werktage vor Beginn der Kampagne

Mehr Informationen finden Sie unter www.mediacentrum.de



19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:

Abteilung/ Klasse	Empfängergruppe Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
		%	Projektion (circa)
49.39.1, 49.39	Personenbeförderung im Linienverkehr zu Land, sonstige Personenbeförderung im Landverkehr	35	2.140
49.39.2	Personenbeförderung im Omnibus-Gelegenheitsverkehr	24	1.460
55, 56	Hotels, Gastgewerbe	18	1.100
79.11, 79.12.	Reisebüros und Reiseveranstalter	13	790
29, 45	Herstellung, Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen	7	430
-	Sonstige	2	120
-	Keine Angabe	1	160
	Abrundungsdifferenz		- 4
	Tatsächlich verbreitete Auflage Inland	100	6.100
	Ausland (nicht erhoben)		465
	Tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland		6.565



Kurzfassung der Erhebungsmethode

Zur Verbreitungs- und Leser-Struktur-Analyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18 und AMF-Schema 3-E, Ziffer 19 bis 23)

1 Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung (Stichproben-Erhebung).

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: 9.702

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 5.412

(Wechsel nach jeder dritten Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage:		4.147
davon	Normal-Abonnenten	2.613
	Mitglieder-Abonnenten	0
	Einzelverkauf	0
	sonstiger Verkauf	1.534

Freistücke:		1.947
davon	ständige Freistücke	143
	wechselnde Freistücke	1.804

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):		6.094
davon	Inland	5.721
davon	Ausland	373

3 Beschreibung der Untersuchung

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA):	6.094	= 100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:		
Abonnenten nicht deutschsprachiges Ausland	250	= 4,1 %
Abonnenten über Buchhandel, Bibliotheken	74	= 1,2 %
Mehrfachbezieher	60	= 1,0 %

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA): 5.710 = 93,7 %



3.2 Tag der Datei-Auswertung:

30. März 2010

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger.

Ausgangs-Stichprobe: 411 Fälle = 100,0 %

Stichprobenneutrale Ausfälle		
Leser nicht zu ermitteln	33 Fälle	= 8,0 %
Adresse, Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	28 Fälle	= 6,8 %

Ausfälle gesamt: 61 Fälle = 14,8 %

Brutto-Stichprobe: 350 Fälle = 100,0 %

Ausfälle:

Zielperson nicht erreicht	35 Fälle	= 10,0 %
Zielperson verweist/krank	2 Fälle	= 0,6 %
Beantwortung der Fragen verweigert	63 Fälle	= 18,0 %

Ausfälle gesamt: 100 Fälle = 28,6 %

Netto (auswertbare Fälle): 250 Fälle = 71,4 %

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Befragt wurde hauptsächlich der Leser.

3.5 Definition des Lesers:

Hauptsächlicher Leser

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 07. April bis 11. Mai 2010.

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS Emnid, Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.



Kurzfassung der Erhebungsmethode

zur Auflagen- und Verbreitungsanalyse (AMF-Schema 2, Ziffer 18)

1 Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:

6.657

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:

–

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage:

4.093

Abonnements	2.584
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	1.509

Freistücke:

2.564

ständige Freistücke	2.564
wechselnde Freistücke	0
Werbeexemplare	0

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):

6.657

Inland	6.289
Ausland	368

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	1.509
Werbeexemplare	0

davon in der Untersuchung nicht erfasst: die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	1.509 = 22,7 % 5.148 = 77,3 %
---	----------------------------------

3.2 Tag der Datei-Auswertung:

30. Juli 2010

3.3 Beschreibung der Datenbasis:

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

3.4 Zielperson der Untersuchung:

entfällt

3.5 Definition des Lesers:

entfällt

3.6 Zeitraum der Untersuchung:

01. März bis 30. Juni 2010

3.7 Durchführung der Untersuchung:

Springer Fachmedien München GmbH

Das erfolgreiche Fachmedien-Programm

Weitere Informationen finden Sie unter www.mediacentrum.de

Der traditionsreiche Verlag Heinrich Vogel in München steht seit über 75 Jahren für professionelle und journalistisch hochwertige Fachinformationen, auch im Bereich der Lehr- und Lernmittel im Verkehrswesen. Publiziert werden verschiedenste Medien für die Verkehrs-, Logistik-, Transport-, Bus-, Touristik- und Werkstatt-Branche sowie für den Gebrauchtwagenhandel. Der Verlag ist eingebunden in die Springer Fachmedien München GmbH.

Für die Entscheider in den Unternehmen unserer Branchen bieten wir nutzwertige und praxisorientierte Informationen. Durch regelmäßige Marktanalysen stellen wir uns auf die Bedürfnisse unserer Leser und Kunden ein und entwickeln unsere Produkte stets mit hohem journalistischen Anspruch weiter.

Unser Service: ein vorteilhaftes Fachmedien-Programm, basierend auf unseren qualitativen Marktforschungen. Wir bieten Ihnen repräsentative Empfänger-Struktur-Analysen, Copytests, Markt- und Wettbewerbs-Beobachtungen, Mediadaten nach AMF-Schema sowie Portal-Nutzungs-Analysen.

Eine zielgruppengenaue Marktdurchdringung und eine hohe Qualität der Leserschaft ohne Streuverluste stehen Ihnen für Ihre Media-planung zur Verfügung. Überzeugen Sie sich selbst von den starken Nutzwerten unserer Fachmedien und Portale sowie von unserer erfolgreichen Produktpalette:

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Fachportale
- Handelsplattformen (Verkehr, Touristik)
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare und Konferenzen
- Direktmarketing
- Sponsoring
- Marktforschung (Copytest)
- Sonderwerbeformen Print und Online



WIR BERATEN SIE GERNE



MARISA d'ARBONNEAU

Leitung Sales
OMNIBUSREVUE, BUSFahrer,
TAXI, Fahrschule
marisa.darbonneau@springer.com

Tel. (0 89)20 30 43 - 22 27

Fax: (0 89)20 30 43 - 23 98



GABRIELE BESSER

Mediabberaterin Technik
gabriele.besser@springer.com

Tel. (0 89)20 30 43 - 27 75

Fax: (0 89)20 30 43 - 23 98



ANDREA VOLZ

Key Account Manager Online
andrea.volz@springer.com

Tel. (0 89)20 30 43 - 21 24

Fax: (0 89)20 30 43 - 23 98



JULIA SHAYESTEH

Anzeigenverwaltung
busmarkt@springer.com

Tel. (0 89)20 30 43 - 25 96

Fax: (0 89)20 30 43 - 21 00



NORBERT DIETZ

Regionalleiter
norbert.dietz@springer.com

Tel. (0 70 21) 97 62 98

Fax: (0 70 21) 97 62 99

PLZ-Gebiet D:
35-36, 51, 53-58, 60-79,
Schweiz, Frankreich



GUIDO GÖLDENITZ

Regionalleiter
guido.goeldenitz@springer.com

Tel. (0 53 03) 94 13 17

Fax: (0 53 03) 94 13 18

PLZ-Gebiet D:
30-34, 38, 40-48, 50, 52, 59,
Niederlande, Belgien



GEROLD LOHSE

Regionalleiter
gerold.lohse@springer.com

Tel. (0 41 72) 9 80 92 92

Fax: (0 41 72) 9 80 92 93

PLZ-Gebiet D:
20-29, 49,
Dänemark, Großbritannien, Irland



GUNNAR SCHMIDT

Regionalleiter
gunnar.schmidt@springer.com

Tel. (0 30) 84 70 94 94

Fax: (0 30) 84 70 92 22

PLZ-Gebiet D:
01-19, 37, 39, 95-96, 98-99,
Polen



RALF SCHMIDT

Regionalleiter
ralf.schmidt@springer.com

Tel. (0 87 42) 91 99 94

Fax: (0 87 42) 91 99 95

PLZ-Gebiet D:
80-94, 97,
Österreich, Tschechische Republik

Verlag Heinrich Vogel • Springer Fachmedien München GmbH •
Aschauer Straße 30 • 81549 München
anzeigen-vhv@springer.com • www.omnibusrevue.de