



[www.omnibusrevue.de](http://www.omnibusrevue.de)

# MEDIADATEN 2010

Besser in Management, Touristik und Technik

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





### Sehr geehrte Kunden,

OMNIBUSREVUE – das Magazin der Busunternehmer – informiert monatlich über Management, Touristik, Technik, ÖPNV, Politik und Handel sowie alle anderen Themen rund um den Bus. Mit Artikeln zu aktuellen rechtlichen Herausforderungen, Tipps für den Unternehmensalltag und nicht zuletzt mit den Fahrzeugtests, bei denen unsere Technikredakteure mit viel Fachwissen die Busse auf Herz und Nieren testen, unterstützt die OMNIBUSREVUE Unternehmer und Führungskräfte der Branche praxisnah bei der Ausübung ihres Berufs. Aktuelle Informationen bekommen Unternehmer auf unserem Busportal [www.omnibusrevue.de](http://www.omnibusrevue.de) sowie in dem wöchentlichen Newsletter. Rund 2.700 Empfänger nutzen diesen kostenlosen Nachrichtendienst bereits, um rund um das Thema Bus auf dem Laufenden zu bleiben.

Abgerundet wird unser Portfolio mit dem Buskatalog, der seit diesem Jahr als Online-Datenbank einen stets aktuellen Überblick über „Hersteller und Händler“ gibt, und dem Magazin BUSFÄHRER. Als einzige Informations-, Service- und Unterhaltungszeitschrift richtet sich dieses Medium gezielt an die Fahrer und greift die Themen aus ihrem Alltag am Steuer auf. Nutzen Sie unseren heißen Draht zu Ihrer Zielgruppe.

Anne Katrin Peters  
Chefredakteurin OMNIBUSREVUE und BUSFÄHRER



## Das erfolgreiche Allround-Paket unseres Verlages

Die OMNIBUSREVUE mit ihren Produkten bietet den Bus- und Reiseunternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz täglich, wöchentlich, monatlich und quartalsweise professionelle Fachinformationen:

- **Täglich:**

Das Portal [www.omnibusrevue.de](http://www.omnibusrevue.de) bietet Aktuelles vom Tage – rund um den Technik-, Touristik- und ÖPNV-Bereich. Mit dem OMNIBUSREVUE *Buskatalog* „Hersteller und Händler“ findet sich hier auch das bewährte Nachschlagewerk der Branche in seiner elektronischen Form.

- **Wöchentlich:**

Mit dem kostenlosen OMNIBUSREVUE *Branchen-Newsletter* bieten wir wöchentlich, immer donnerstags, neueste Nachrichten aus der Buswelt

- **Monatlich:**

Jeden Monat informiert die OMNIBUSREVUE in Magazinform über Management, Touristik und Technik.

- **Quartalsweise:**

Das beliebte Service- und Infomagazin BUSFahrer wird viermal im Jahr publiziert und aktuell ergänzt durch [www.busfahrer-magazin.de](http://www.busfahrer-magazin.de) und den 14-täglichen Newsletter.

### Qualitätsmerkmale:

In den regelmäßig durchgeführten repräsentativen Empfänger-Struktur-Analysen (Meinungsforschungsinstitut TNS Emnid, Bielefeld) erhält die Redaktion beste Noten im Titelprofil der Kernleser\*:

- 95 - 97 % Besonders aktuell und greift interessante Entwicklungen besonders früh auf
- 95 - 97 % Gut lesbar und verständlich geschrieben
- 90 % Fachlich kompetent
- 74 - 80 % Nützliche Tipps für die berufliche Praxis



## 1 Kurzcharakteristik:

Mit der Zeitschrift OMNIBUSREVUE werden monatlich Unternehmer über aktuelle Trends, wirtschaftliche und rechtliche Themen sowie Neuigkeiten rund um Management, Touristik und Technik informiert. Aktuelle Informationen finden die Leser außerdem auf der Online-Seite [www.omnibusrevue.de](http://www.omnibusrevue.de) sowie in unserem wöchentlichen Newsletter. Abgerundet wird das Informationsangebot durch das Online-Bushandbuch (Buskatalog).

**2 Erscheinungsweise:** monatlich

**3 Jahrgang:** 61. Jahrgang 2010

**4 Web-Adresse (URL):** [www.omnibusrevue.de](http://www.omnibusrevue.de)

**5 Mitgliedschaften:** -

**6 Organ:** -

**7 Herausgeber:** -

**8 Verlag:** Verlag Heinrich Vogel  
Springer Fachmedien München GmbH

**Postanschrift:** Postfach 80 20 20, 81549 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](http://www.mediacentrum.de)

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

## 9 Redaktion:

**Chefredakteurin:** Anne Katrin Peters  
[annekatrin.peters@springer.com](mailto:annekatrin.peters@springer.com)

## 10 Anzeigen:

**Gesamtanzeigenleiterin:** Jutta Rethmann  
**Anzeigenleiterin:** Marisa d'Arbonneau

## 11 Vertrieb:

**Telefon:** Vertriebsservice, Verlag Heinrich Vogel  
(089)20 30 43 -1100  
**E-Mail:** [vertriebsservice@springer.com](mailto:vertriebsservice@springer.com)

## 12 Bezugspreis:

Jahresabonnement  
Inland: € 96,90 inkl. Versand und 7% MwSt.  
Europäisches Ausland: € 108,90 inkl. Versand und 7% MwSt.  
Einzelverkaufspreis: € 8,00 inkl. 7% MwSt., zzgl. Versand € 1,90

## 13 ISSN:

1436-9974

## 14 Umfangs-Analyse:

2008 = 12 Ausgaben  
**Format der Zeitschrift:** 210 mm (B), 279 mm (H)  
**Gesamtumfang:** 924 Seiten = 100,0%  
**Redaktioneller Teil:** 581 Seiten = 62,9%  
**Anzengenteil:** 343 Seiten = 37,1%  
davon  
Stellen- und Gelegenheitsanzeigen: 57 Seiten = 16,6%  
Touristikanzeigen: 118 Seiten = 34,4%  
Einhefter/Durchhefter: - Seiten = 0,0%  
Verlagseigene Anzeigen: 60 Seiten = 17,5%  
Beilagen: 22 Stück

## 15 Inhalts-Analyse Redaktion:

-



**16 Auflagenkontrolle:**

**17 Auflagenanalyse:** Exemplare pro Ausgabe im Jahresdurchschnitt

01. Juli 2008 – 30. Juni 2009

**Druckauflage:** 7.035

**tatsächlich  
verbreitete**

**Auflage (tvA):** 6.749 davon Ausland: 533

**Verkaufte Auflage:** 4.458 davon Ausland: 307

– Abonnierte Exemplare: 2.771

– Einzelverkauf: –

– Sonstiger Verkauf: 1.687

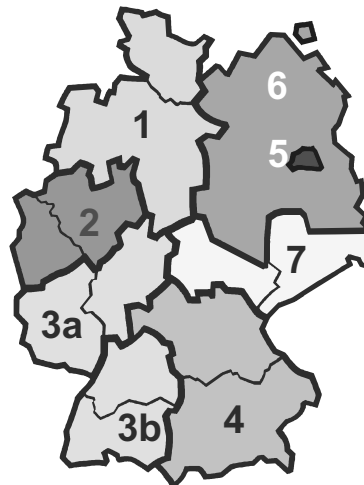
**Freistücke:** 2.292

**Rest-, Archiv-,  
Belegexemplare:** 286

**18 Geographische Verbreitungsanalyse:**

Wirtschaftsraum	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage	
	%	Exemplare
Inland	92,1	6.216
Ausland	7,9	533
<b>tatsächl. verbr. Auflage</b>	<b>100,00</b>	<b>6.749</b>

**18.1 Verbreitung nach Nielsen-Gebieten:**



Nielsen-Region	tatsächlich verbreitete Inlands-Auflage
1	699
2	875
3 a	1.093
3 b	1.111
4	1.505
5	218
6	304
7	412
<b>tvA Inland</b>	<b>6.216</b>

Kurzfassung der Erhebungsmethode siehe Anhang



# TERMIN- UND THEMENPLAN 2010

## TECHNIK



	Heft-Nr. Ausgabe	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Erscheinungs- termin	Themen Technik	Messen
Januar	1	30.11.09	11.12.09	31.12.09	Reiseversicherungen Messegesellschaften Alternative Antriebe	<b>CMT</b> , Stuttgart, 16.01.-24.01.2010
Februar	2	17.12.09	11.01.10	28.01.10	Flottenmanagement Fahrzeugortung Finanzierung	<b>f.re.e</b> , München, 18.02.-22.02.2010
März	3	22.01.10	04.02.10	25.02.10	Wartung und Reparatur Bereifung Fahrsicherheit	<b>CeBIT</b> , Hannover, 02.03.-06.03.2010 <b>ITB</b> , Berlin, 10.03.-14.03.2010
April	4	23.02.10	08.03.10	25.03.10	Klimaanlagen und Klimatechnik Fahrzeupflege innen und außen Minis und Midis	<b>TUR</b> , Göteborg, 25.03.-28.03.2010 <b>RDA -Mitgliederversammlung</b> Bratislava (SK), 21.04.-25.04.2010
Mai	5	26.03.10	12.04.10	29.04.10	Importeure Gebrauchtbusspiegel Fahrerweiterbildung Digitaler Tachograph	
Juni	6	23.04.10	06.05.10	27.05.10	Bremsen und Retarder Außendesign, Styling	<b>Reifen</b> , Essen, 01.06.-04.06.2010

	Heft-Nr. Ausgabe	Anzeigen- schluss	Druckunter- lagenschluss	Erscheinungs- termin	Themen Technik	Messen
Juli	7	21.05.10	07.06.10	24.06.10	Innenausstattung Tank- und Servicekarten	
August	8	22.06.10	05.07.10	22.07.10	Vorschau zum RDA-Workshop Fahrerweiterbildung Sprit sparen	<b>RDA Workshop</b> , Köln, 27.07.-29.07.2010
	<b>RDA Messe- ausgabe</b>	16.06.10	24.06.10	27.07.10	Winterausrüstung	
September	9	27.07.10	09.08.10	26.08.10	RDA-Workshop-Nachbericht Alternative Antriebe Coach of the Year	<b>automechanika</b> , Frankfurt, 14.09.-19.09.2010
Oktober	10	24.08.10	06.09.10	23.09.10	Vorschau IAA Nutzfahrzeuge Hannover <b>IAA-Booklet</b> IAA-Impressionen	<b>Tour und Travel</b> , Warschau, 23.09.-25.09.2010 <b>IAA Nutzfahrzeuge</b> , Hannover, 23.09.-30.09.2010
November	11	28.09.10	11.10.10	28.10.10	Minis und Midis Impressionen von der IAA	<b>TTW / BusContact</b> , Montreux, 04.11.-05.11.2010 <b>World Travel Market</b> , London, 08.11.-11.11.2010 <b>FAIA</b> , Madrid, 16.11.-19.11.2010 <b>BUS-SONNTAG</b> , November 2010
Dezember	12	25.10.10	08.11.10	25.11.10	Abgasnachbehandlung Gebrauchtbusspiegel Nachrüstungssysteme Euro4 Fahrerweiterbildung	



## 1 Auflage:

Druckauflage: 7.035  
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt  
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 6.749

## 2 Zeitschriftenformat (Magazinformat):

230 mm x 300 mm beschnitten  
235 mm x 310 mm unbeschnitten  
(siehe auch Informationsblatt „Formate“)

### Satzspiegel:

Redaktioneller Teil: 199 mm breit, 268 mm hoch,  
Spaltenzahl: 4 Spalten, Spaltenbreite 46 mm

Rubrikanzeigen: 185 mm breit, 250 mm hoch,  
Spaltenzahl: 4 Spalten, Spaltenbreite 43 mm  
(Seitenaufbau siehe Informationsblatt „Formate“)

## 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](http://www.mediacentrum.de/Service) oder als Anlage zur  
Auftragsbestätigung). Die Erstellung von Druckunterlagen wird in Rechnung gestellt.

## 4 Termine:

**Erscheinungsweise:** monatlich  
**Erscheinungstermine,  
Anzeigen- und  
Druckunterlagenchluss:** siehe Termin- und Themenplan

## 5 Verlag:

Verlag Heinrich Vogel  
Springer Fachmedien München GmbH  
Aschauer Str. 30, 81549 München  
Postfach 80 20 20, 81549 München  
Silvia Werth  
Telefon: (0 89)20 30 43-27 75  
Telefax: (0 89)20 30 43-23 98  
[busmarkt@springer.com](mailto: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:

Allen Preisen ist der jeweils gültige Mehrwertsteuersatz hinzuzurechnen.

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm		s/w €	4-farbig €
		im Satzspiegel	angeschnitten		
2/1 Seite	8-spaltig	424 x 268	460 x 300	<b>6.660,-</b>	<b>9.570,-</b>
1/1 Seite	4-spaltig	199 x 268	230 x 300	<b>3.380,-</b>	<b>4.790,-</b>
1/2 Seite	2-spaltig	97 x 268	115 x 300	<b>1.800,-</b>	<b>2.650,-</b>
	4-spaltig	199 x 134	230 x 152		
1/3 Seite	1-spaltig	63 x 268	81 x 300	<b>1.170,-</b>	<b>1.690,-</b>
	4-spaltig	199 x 90	230 x 108		
1/4 Seite	1-spaltig	46 x 268	64 x 300	<b>960,-</b>	<b>1.390,-</b>
	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	<b>530,-</b>	<b>840,-</b>
	2-spaltig	97 x 67	115 x 85		
	4-spaltig	199 x 33,5	230 x 51,5		
Titelseite					<b>5.930,-</b>
2., 3., 4. Umschlagseite					<b>5.620,-</b>

Für Anzeigen von Hotels und Gaststätten gilt die Touristik-Preisliste Nr. 23 vom 01.10.2009





## 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 € 685,-

### 8.3 Formate:

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

## 9 Rubrikanzeigen:

gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	€ 3,61
gewerbliche Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	€ 4,99
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) sw	€ 3,07
private Anzeigen	pro mm (1-sp., 43 mm breit) farbig	€ 4,24
Stellengesuche	pro mm (1-sp., 43 mm breit)	€ 2,02
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%

### Mengenstaffel:

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

Titelseiten sind nicht rabattfähig.

## 12 Kombinationen:

-

## 13 Einhefter:

2-seitig	€ 3.380,-
4-seitig	€ 6.760,-
6-seitig	€ 10.140,-
8-seitig	€ 13.520,-

(Rabatt: 1 Blatt = 1/1 Anzeigenseite)

Einhefter bitte im unbeschnittenen Format von 233 mm Breite und 306 mm Höhe (gefalzt) anliefern. Zweiseitige Beihefter müssen mit einer bedruckten Lasche von 11 cm Breite versehen werden. Der Preis gilt für Papiergewicht bis 170 g/qm (stärkere Papiere auf Anfrage).

## 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](http://www.mediacentrum.de)**



## 1 Auflage:

Druckauflage: 7.035  
Tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt  
(lt. AMF-Schema 2, Ziffer 17): 6.749

## 2 Zeitschriftenformat:

Zeitungsformat:  
285 mm x 400 mm beschnitten  
288 mm x 406 mm unbeschnitten  
(siehe auch Informationsblatt „Formate“)

## Satzspiegel:

231mm breit, 355 mm hoch, Spaltenzahl: 5 Spalten, Spaltenbreite 43 mm

## 3 Druck- und Bindeverfahren, Druckunterlagen:

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

## 4 Termine:

**Anzeigenschluss:** 16.06.2010  
**Druckunterlagenschluss,** 26.06.2010  
**Erscheinungstermin:** 27.07.2010

## 8 Zuschläge:

(rabattierbar):  
Siehe Preisliste OMNIBUSREVUE

## 9 Rubrikanzeigen:

Siehe Preisliste OMNIBUSREVUE

## 10 Sonderwerbeformen:

auf Anfrage

## 11 Rabatte:

bei Abnahme innerhalb eines Insertionsjahres (Beginn mit dem  
Erscheinen der ersten Anzeige). Es gelten die Rabattstaffeln der  
OMNIBUSREVUE (siehe Preisliste OMNIBUSREVUE). Aufträge für  
die RDA-Messe-Ausgabe tragen zur Erfüllung des Abschlusses bei.  
Alle Zuschläge werden rabattiert.

## 12 Kombinationen:

-

## 13 Einhefter:

aus technischen Gründen nicht möglich

## 14/15 Beilagen und aufgeklebte Werbemittel (nicht rabattfähig):

lose eingelegt, max. Größe: 200 mm x 280 mm  
Preise siehe Preisliste OMNIBUSREVUE

## 16 Lieferanschrift für Positionen 13 bis 15:

F&W Mediacenter  
Holzhauser Feld 2  
83361 Kienberg

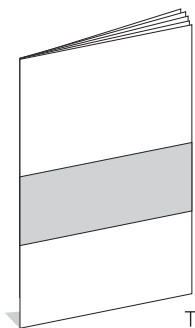
## 17 Liefervermerk:

für OMNIBUSREVUE RDA-Messe-Ausgabe  
10 Muster jeweils vorab an die Anzeigenabteilung

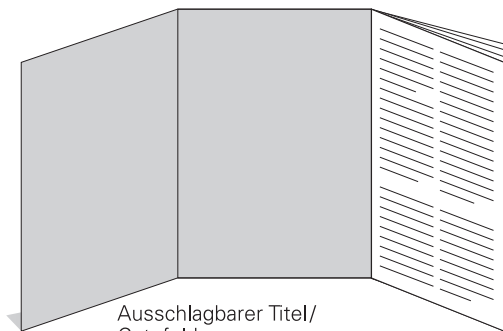
## 7 Anzeigenformate:

Format	Spaltenzahl	Breite x Höhe mm		s/w €	4-farbig €
		im Satzspiegel	angeschnitten		
1/1 Seite	5-spaltig	231 x 355	285 x 400	<b>4.560,-</b>	<b>5.620,-</b>
Juniorpage	4-spaltig	185 x 250		<b>3.380,-</b>	<b>4.790,-</b>
1/2 Seite	5-spaltig	231 x 178	285 x 200	<b>2.860,-</b>	<b>3.820,-</b>
1/3 Seite	5-spaltig	231 x 118	285 x 133	<b>2.130,-</b>	<b>2.960,-</b>
1/4 Seite	5-spaltig	231 x 89	285 x 100	<b>1.490,-</b>	<b>2.020,-</b>
1/5 Seite	1-spaltig	43 x 355	69 x 400	<b>1.160,-</b>	<b>1.590,-</b>
Titel					
Eckanzeige	1-spaltig	43 x 57			<b>430,-</b>

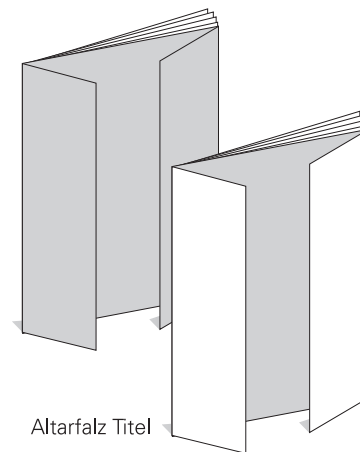
Für Anzeigen von Hotels und Gaststätten gilt die Touristik-Preisliste Nr.1 vom 01.10.2009



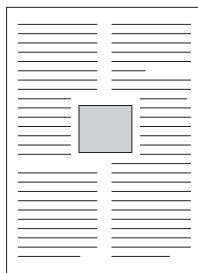
Titel-Banderole



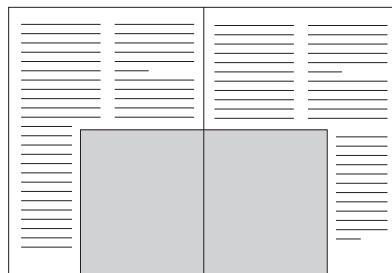
Ausschlagbarer Titel/  
Gatefolder



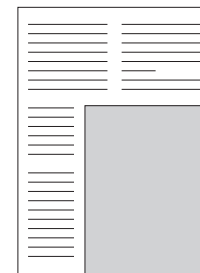
Altarfalz Titel



Inselanzeige



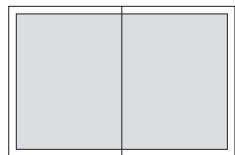
Tunnelanzeige



Juniorpage

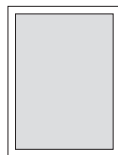
**Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage**

### Satzspiegelformate (in mm/Breite x Höhe)



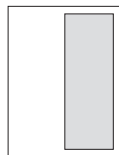
2/1 über Bund

424 x 268



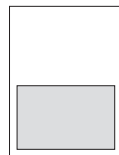
1/1

199 x 268



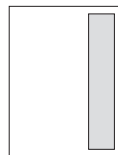
1/2 hoch

97 x 268



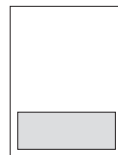
1/2 quer

199 x 134



1/3 hoch

63 x 268



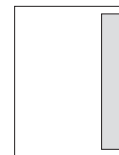
1/3 quer

199 x 90



1/4 2-sp.

97 x 134



1/4 hoch

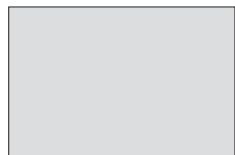
46 x 268



1/4 quer

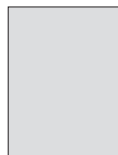
199 x 67

### Anschnittformate (in mm/Breite x Höhe)



2/1 über Bund  
angeschnitten

460 x 300 \*



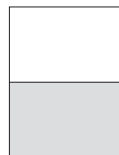
1/1 ang.

230 x 300\*



1/2 hoch

115 x 300\*



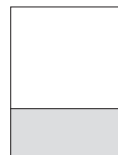
1/2 quer

230 x 152\*



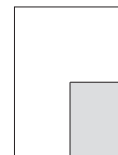
1/3 hoch

81 x 300\*



1/3 quer

230 x 108\*



1/4 2-sp.

115 x 152\*



1/4 hoch

64 x 300\*



1/4 quer

230 x 85\*

\* + 3 mm Beschnitt an den Außenkanten

### Buskatalog 2010

Das Online-Bushandbuch 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. Für den Nutzer ergibt sich die schnelle Information und Orientierung über Marktsegmente und Anbieter. Mit Bannern und Produktporträts können Unternehmen sich und ihre Top-Fahrzeuge herausragend präsentieren.

Ergänzt wird der Branchenguide durch Porträts der wichtigsten Gebrauchtbushändler und Zulieferfirmen. Wer in diesem Unternehmens- und Dienstleistungsverzeichnis gelistet ist, steht bei den Busunternehmern im Fokus, wenn es um die Suche nach qualifizierten Geschäftspartnern geht. Die Inhalte werden regelmäßig aktualisiert. Mit einer Suchfunktion lassen sich gezielt Busmodelle und Geschäftspartner recherchieren. Im Jahr 2009 verzeichnete die Seite im Durchschnitt über 82.000 Aufrufe\*.

**Online-Preis:** Firmenporträt € 396,-/ Jahr

\*IWW Durchschnitt September 2009 bis November 2009



**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.

**3 Verlag:** Verlag Heinrich Vogel  
Springer Fachmedien München GmbH  
Aschauer Str. 30  
81549 München  
E-Mail: online-inserate-hvogel@springer.com

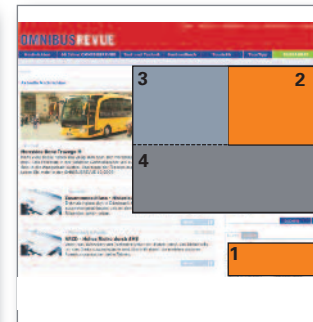
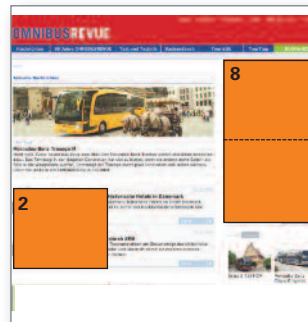
**4 Ansprechpartner:** Andrea Volz  
Telefon: (0 89)20 30 43-21 24  
Telefax: (0 89)20 30 43-23 98  
E-Mail: andrea.volz@springer.com

**5 Zugriffskontrolle:**  geprüfter Onlinedienst seit 4/2008

**6 Zugriffe:** Visits: 14.264 (Stand November 2009)  
Page Impressions: 57.786 (Stand November 2009)

**7 Werbeformen und Preise:**

**7.1 Banner-Werbung:**

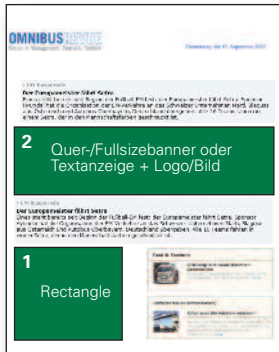


Werbeformen	Pixel-Format	TKP €*
1 <b>Textanzeige + Logo</b> (GIF)	300 x 115	55,-
2 <b>Rectangle/Video Rectangle</b>	300 x 250	75,-
3 <b>Expandable Rectangle</b> (nach links)	630 x 250	100,-
4 <b>Expandable Rectangle</b> (nach links unten)	630 x 350	125,-
5 <b>Layer Ad + Rectangle Reminder</b>	400 x 400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

\*gültig ab 01.10.2009; alle Preise zzgl. der gesetzlichen MwSt.

### 7.2 Newsletter-Werbung:

**Newsletter-Abonnenten:** 2.640 (Stand November 2009)



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

\*gültig ab 01.10.2009; 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:            130x80 px oder 60x80 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](http://www.mediacentrum.de)**



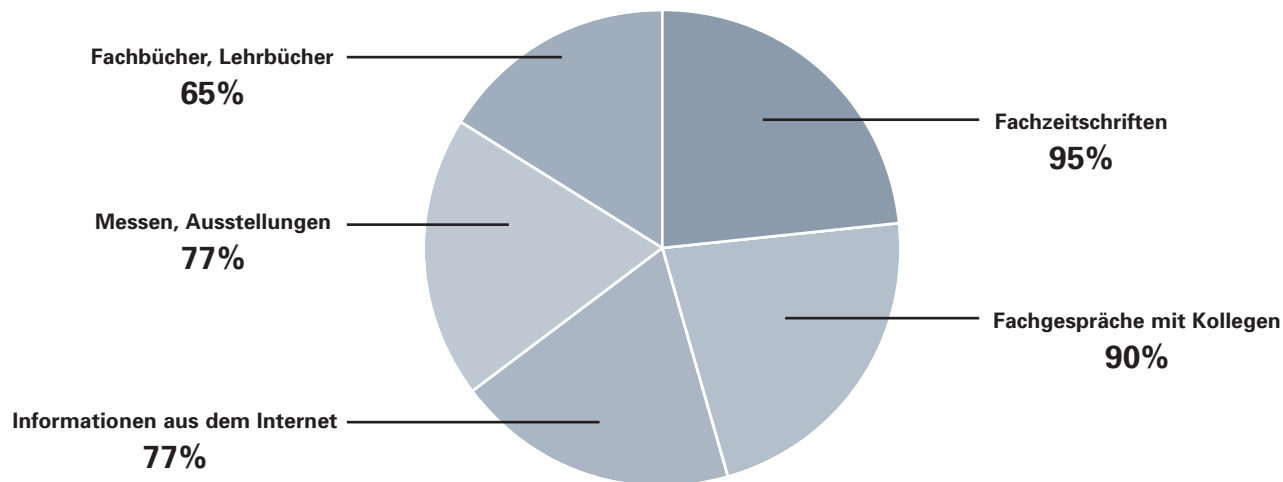
**19 Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen:**

Abteilung/ Klasse	Empfängergruppe Bezeichnung lt. Systematik der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage %	Projektion (circa)
<b>60.21.1</b>	<b>Personenbeförderung im Omnibus-Gelegenheitsverkehr</b>	<b>44</b>	<b>2.740</b>
<b>60.21/60.23</b>	<b>Personenbeförderung im Linienverkehr zu Land, sonstige Personenbeförderung im Landverkehr</b>	<b>27</b>	<b>1.680</b>
<b>63.3</b>	<b>Reisebüros und Reiseveranstalter</b>	<b>12</b>	<b>750</b>
<b>55</b>	<b>Gastgewerbe</b>	<b>6</b>	<b>370</b>
<b>34/50</b>	<b>Herstellung, Handel, Instandhaltung und Reparatur von Kraftwagen</b>	<b>4</b>	<b>250</b>
-	<b>Sonstige</b>	<b>5</b>	<b>310</b>
-	<b>Keine Angabe</b>	<b>2</b>	<b>120</b>
-	<b>Abrundungsdifferenz</b>		<b>- 4</b>
	<b>tatsächlich verbreitete Auflage Inland</b>	<b>100</b>	<b>6.216</b>
	<b>Ausland (nicht erhoben)</b>		<b>533</b>
	<b>tatsächlich verbreitete Auflage In- und Ausland</b>		<b>6.749</b>



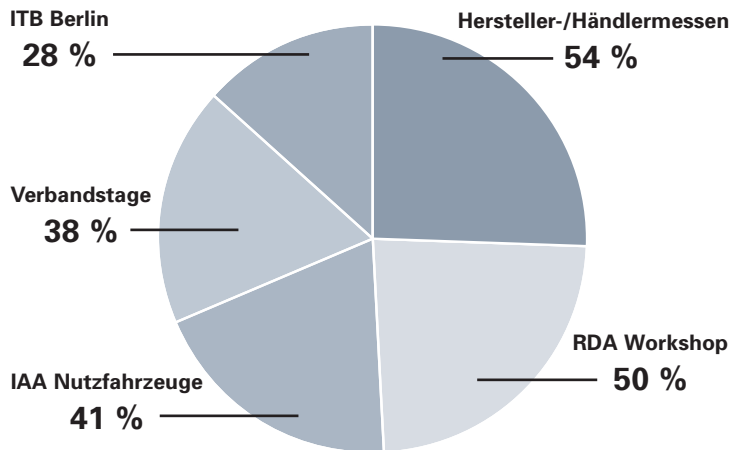
**Die wichtigsten Informationsquellen:**

Fachzeitschriften sind die wichtigste Informationsquelle für Omnibusunternehmer.

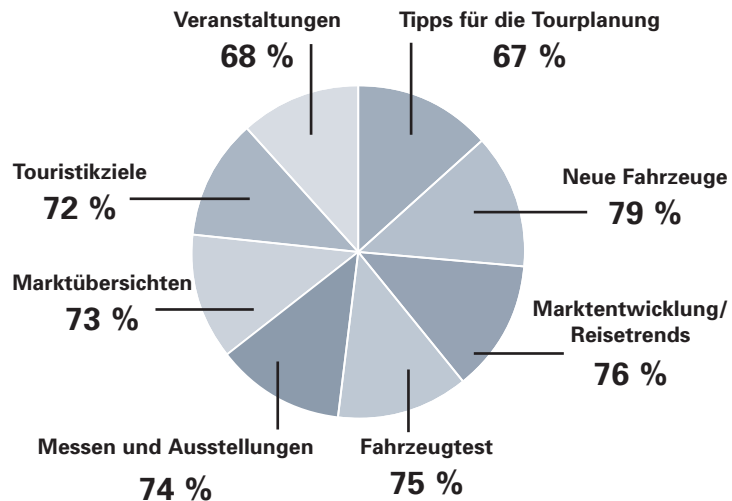


**8 von 10 Empfängern nutzen Anzeigen zur Entscheidungsvorbereitung**

### Häufig besuchte Messen:



### Neue Fahrzeuge und Reisetrends sind für unsere Leser der OMNIBUSREVUE besonders wichtige Themen:





### Kurzfassung der Erhebungsmethode

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

#### 1. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung, Stichproben-Erhebung.

#### Schwankungsbreite:

Die Ergebnisse einer auf Random-Auswahl basierenden Untersuchung unterliegen statistischen Schwankungsbreiten. Die maximale gemäß ZAW anzugebende Schwankungsbreite beim Mittelwert von 50% (höchster theoretischer Wert) bei einer 90 %igen Sicherheit und bei 250 ausgewerteten Nettofällen beträgt +/- 5,2 %.

#### 2. Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

##### 2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen sortiert werden.

**2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei: 6.676**

**2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 0**

Empfänger-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung Stichproben-Erhebung (kein Wechselsend)

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

<b>Verkaufte Auflage:</b>	<b>4.461</b>
davon Mitglieds-Abonnenten	-
Normal Abonnenten	4.388
sonstiger Verkauf	73
<b>Freistücke:</b>	<b>2.215</b>
davon: ständige Freistücke	2.215
wechselnde Freistücke	-
Werbeexemplare	-
<b>tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	<b>6.676</b>
davon Inland	6.205
davon Ausland	471

### 3. Beschreibung der Untersuchung

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

<b>Grundgesamtheit (tvA):</b>	<b>6.676</b>	<b>= 100,0 %</b>
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	544	= 8,2 %
Empfänger Ausland	471	
Ständige Freistücke	-	
Werbeexemplare	-	
Sonstige (Messen, Veranstaltungsstücke, Einzelverkauf etc.)	73	
<b>Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA):</b>	<b>6.132</b>	<b>= 91,8 %</b>



### 3.2 Tag der Datei-Auswertung:

11. April 2004

### 3.3 Beschreibung der Datenbasis:

Einfache Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger. (412 Adressen)

<b>Ausgangs-Stichprobe:</b>	<b>412 Fälle</b>	<b>= 100,0 %</b>
Stichprobenneutrale Ausfälle		
Unternehmen existiert nicht mehr	11 Fälle	= 2,6 %
Außerhalb der Zielgruppe	25 Fälle	= 6,1 %
Kein Empfänger ermittelbar	19 Fälle	= 4,6 %
Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	13 Fälle	= 3,2 %
Zeitschrift unbekannt	-	= -
<b>Ausfälle gesamt:</b>	<b>57 Fälle</b>	<b>= 13,8 %</b>
<b>Brutto-Stichprobe:</b>	<b>355 Fälle</b>	<b>= 100,0 %</b>
Stichprobenrelevante Ausfälle:		
Zielperson nicht erreicht	23 Fälle	= 6,5 %
Zielperson verweist/krank	12 Fälle	= 3,4 %
Abbruch im Interview	-	= -
Kein Termin möglich	9 Fälle	= 2,5 %
Beantwortung der Fragen verweigert	61 Fälle	= 17,2 %
	105 Fälle	= 29,6 %
<b>Netto (auswertbare Fälle):</b>	<b>250 Fälle</b>	<b>= 70,4 %</b>

### 3.4 Zielperson der Untersuchung:

In der Grundgesamtheit werden die Fachzeitschriften an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der Empfänger von **OMNIBUSREVUE** in dem Betrieb, dem Unternehmen /in der Dienststelle.

### 3.5 Definition des Lesers:

entfällt

### 3.6 Zeitraum der Untersuchung:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 13. April bis zum 14. Juni 2004.

### 3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS EMNID Institut für Markt- und Meinungsforschung, Bielefeld

**Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen , 8. Auflage**



### Kurzfassung der Erhebungsmethode

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

#### 1. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

#### 2. Beschreibung der Empfängerschaft zum

Zeitpunkt der Datenerhebung:

##### 2.1 Beschaffenheit der Datei:

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

##### 2.2 Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:

**6.745**

##### 2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger:

**1.500**

(Wechsel nach jeder vierten Ausgabe)

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

<b>Verkaufte Auflage:</b>	<b>4.324</b>
Abonnements	2.703
Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	1.621
<b>Freistücke:</b>	<b>2.421</b>
ständige Freistücke	2.341
wechselnde Freistücke	80
Werbeexemplare	0
<b>tatsächlich verbreitete Auflage (tvA):</b>	<b>6.745</b>
Inland	6.355
Ausland	390

### 3. Beschreibung der Untersuchung:

#### 3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Einzelverkauf	0
sonstiger Verkauf	1.621
Werbeexemplare	0

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	1.621	=	24 %
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)	5.124	=	76 %

#### 3.2 Tag der Datei-Auswertung:

30. Juli 2009

#### 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 2009

#### 3.7 Durchführung der Untersuchung:

Springer Transport Media GmbH



**Leistungen** Journalistisch hochwertige Kundenmedien informieren und unterhalten nicht nur, sondern verbessern vor allem nachweislich das Image des Herausgebers. Wir helfen Ihnen gerne dabei, Ihre Zielgruppe zu erreichen – sei es mit einem individuellen Magazin, Supplement, Newsletter, einer Zeitung oder mit Event-Sponsoring und Öffentlichkeitsarbeit. Lassen Sie uns darüber reden!

**Kontakt** Verlag Heinrich Vogel  
Springer Fachmedien München GmbH  
Corporate Publishing  
Matthias Piro  
Aschauer Straße 30  
81549 München

**Tel.** (089)20 30 43-11 22  
**Fax** (089)20 30 43-23 98  
**Mail** [matthias.piro@springer.com](mailto:matthias.piro@springer.com)  
**Web** [www.springer-transport-media.de](http://www.springer-transport-media.de)



# Das erfolgreiche Fachmedien-Programm

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

Der traditionsreiche Verlag Heinrich Vogel in München steht seit 75 Jahren für professionelle und journalistisch hochwertige Fachinformationen, auch im Bereich der Fachausbildung 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 Transport Media GmbH.

Für die Entscheider in den Unternehmen unserer Branchen vermitteln wir klaren und hochwertigen Nutzen. Durch regelmäßige Marktanalysen stellen wir uns auf die Bedürfnisse unserer Leser und Kunden ein und entwickeln unsere Fachmedien 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 unserem erfolgreichen Fachmedien-Programm:

- Fachzeitschriften
- Specials und Kataloge
- Fachportale
- Handelsplattformen (Verkehr, Touristik)
- Kundenzeitschriften
- Fachbücher
- Formulare
- Seminare und Konferenzen
- Direktmarketing
- Sponsoring
- Marktforschung (Copytest)
- Sonderwerbformen (ODA, Web-TV, E-Magazine, Audio-CDs, Newsletter)



# WIR BERATEN SIE GERNE



**MARISA d'ARBONNEAU**

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

Tel: (0 89)20 30 43 - 22 27  
Fax: (0 89)20 30 43 - 23 98



**SILVIA WERTH**

Mediaberaterin Technik  
silvia.werth@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 58