

Ergebnisse

der Leser-Struktur-Analyse*





Sabrina Pevak
Leitung Sales
Bustechnik & Touristik

Sehr geehrte Kundin, sehr geehrter Kunde!

In schnelllebigen Zeiten wie heute gilt es, am Ball zu bleiben. Doch die Informationskanäle haben sich vervielfacht, das Wesentliche vom Unwesentlichen zu trennen, ist für viele zu einer Herausforderung geworden. Genau diese Aufgabe übernimmt die OMNIBUSREVUE, die schon seit 1949 Busunternehmer monatlich über die wichtigsten Themen in Management, Technik und Touristik informiert. Und mittlerweile nicht nur mit dem Fachmagazin, sondern auch mit unserem wöchentlichen Newsletter, unserer Website www.omnibusrevue.de und unserem eigenem Videoportal www.bustv.de.

Ergänzt wird das Gesamtportfolio durch verschiedene Themen- und Branchenspecials, die Zeitschrift BUSFahrer, die einzige ihrer Art in Deutschland, und Veranstaltungen wie die BusChallenge.

In Zeiten, in denen sich schon jeder Smartphone-Besitzer in einen Hobby-Journalisten verwandeln kann, ist Qualitätssicherung das A und O. Denn auf die Inhalte kommt es an. Hier spielt nicht nur unsere

redaktionelle Kompetenz eine wichtige Rolle, sondern auch die regelmäßige Analyse unserer Zielgruppen und Empfängerschaft. Per unabhängiger Befragung haben wir aktuell die Leser der OMNIBUSREVUE interviewt. Durchgeführt wurde diese repräsentative Untersuchung vom renommierten Marktforschungsinstitut TNS Infratest.

Ich freue mich, Ihnen heute die Ergebnisse dieser aktuellen Leserstrukturanalyse vorzustellen. Nutzen Sie die Möglichkeit, unsere Leser kompakt und übersichtlich kennenzulernen – und zögern Sie nicht, uns bei weiteren Fragen zu kontaktieren.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg mit Ihrem Werbemedium OMNIBUSREVUE!

Herzlichst Ihre

„Die OMNIBUSREVUE ist mein Kompass in der sich immer aufregender gestaltenden Bus-Nachrichten-Welt. Neue Messe, neue Antriebe, neue Perspektiven, all diese Dinge greift die OMNIBUSREVUE aktuell auf. Die neuesten Nachrichten im Netz und gute Analysen im Heft, das ist die Mischung, die mich an der OMNIBUSREVUE begeistert. Der bdo schätzt die OMNIBUSREVUE als verlässlichen Partner.“

Matthias Schröter, Leiter Wirtschaft und Kommunikation, Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer (bdo)

„Ich lese die OMNIBUSREVUE, weil sie mich über aktuelle Entwicklungen auf dem Laufenden hält, sowohl im technischen Bereich als auch im Bereich der Bus- und Gruppentouristik. Die Beiträge sind informativ und gut recherchiert, auch technische Sachen werden von den Redakteuren gut vermittelt. Für mich ist und bleibt die OMNIBUSREVUE Pflichtlektüre.“

Richard Kulaschewitz, Verkaufsleiter Leisure & Consortia, arcona HOTELS & RESORTS

„OMNIBUSREVUE steht für ausgewogene Berichterstattung, interessante Beiträge und kompetente Journalisten. Besonders hervorheben möchten wir die gute und faire Zusammenarbeit mit Herrn Sascha Böhnke. Wir freuen uns auf viele weitere Jahre der guten Kooperation.“

Kerstin Haberling, Marketing Kommunikation, Frenzel GmbH

Das sagen die Kunden die OMNIBUSREVUE – aktuell und kompetent

„Ich schätze die OMNIBUSREVUE, da sie mich immer umfassend und objektiv informiert. Die Artikel sind gut und aufwendig recherchiert und keine versteckte Werbung in Prosaform. Wir selber haben ja auch bereits Journalisten der Zeitschrift bei uns auf Informationsreisen dabei gehabt und waren immer gespannt auf die Analyse der gezeigten Destination in einer eventuellen Berichterstattung, denn die OMNIBUSREVUE hat immer objektiv versucht auch den Nutzen für die Kunden herauszustellen und eben mehr zu machen als nur schöne Bilder.“

Joachim Schweda, Geschäftsführer Touren Service Schweda GmbH

„Für mich ist die OMNIBUSREVUE das Leitmedium der Branche in Deutschland. Jeden Monat freue ich mich auf interessante, spannende Themen. Die Mischung aus kompetenten Omnibus-Testberichten, relevanten Tipps und Nachrichten für Busunternehmer und touristischen Themen zeichnen die OMNIBUSREVUE besonders aus.“

Axel Stokinger, Geschäftsleiter EvoBus Vertriebsorganisation Deutschland

„Wir arbeiten bereits seit mehreren Jahren mit der OMNIBUSREVUE als Anzeigenpartner zusammen. Wir können positiv hervorheben, dass man stets kundenorientiert denkt und handelt. Inhaltlich findet der Leser einen guten Mix aus (Verbands-)Politik, Technik und Tourismus. Sicherlich oftmals eine Gratwanderung, welche der OMNIBUSREVUE sehr gut gelingt.“

Georg Mainka, Sales Representative, DFDS (Deutschland) GmbH

„Mit der OMNIBUSREVUE kommen regelmäßig Fachinformationen zur Busbranche auf meinen Schreibtisch, die ich wegen ihrer Ausgewogenheit sehr schätze. Mich überzeugt zudem das crossmediale Angebot des Verlages, da ich die Wirksamkeit meiner Botschaften via BUS TV zusätzlich platzieren kann. Mit dem TV-Angebot unterstreicht der Verlag, wie innovativ er ist – das gefällt mir.“

Jan Rohrbach, Leiter Marketing und Kommunikation, Erlebnis Bremerhaven, Gesellschaft für Touristik, Marketing und Veranstaltungen mbH

„Wir schätzen die OMNIBUSREVUE für ihre fundierte und unabhängige Berichterstattung über die Spezialgebiete der Busbranche, das hohe Maß an Professionalität und den Mut zu begleitenden digitalen Formaten wie E-Paper und BUS TV. Dies macht das Magazin für uns zu einem wichtigen Partner in der Ansprache von Busreiseunternehmern.“

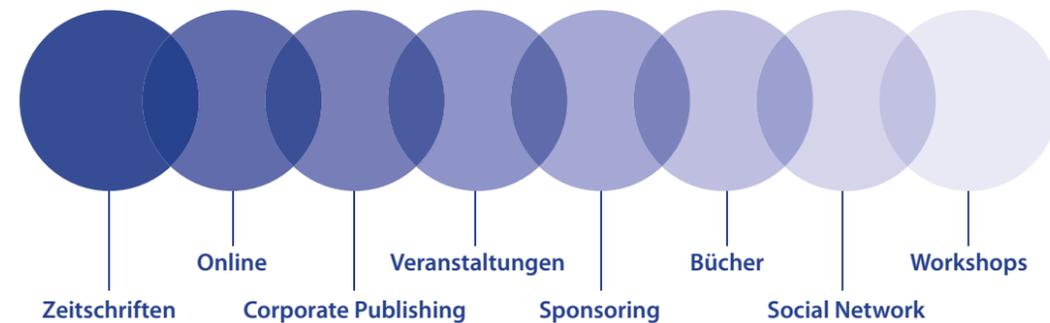
Jan Krawitz, Projektmanager Vertrieb und Touristik Bereich Geschäftsführung, Autostadt GmbH

Die OMNIBUSREVUE

steht für Vertrauen und Qualität

Die OMNIBUSREVUE ist seit über 65 Jahren eines der wichtigsten Magazine der Busbranche. Monat für Monat präsentiert das Magazin nutzwertorientierte Hintergrundinformationen und alle relevanten Informationen aus den Bereichen Management, Technik und Touristik.

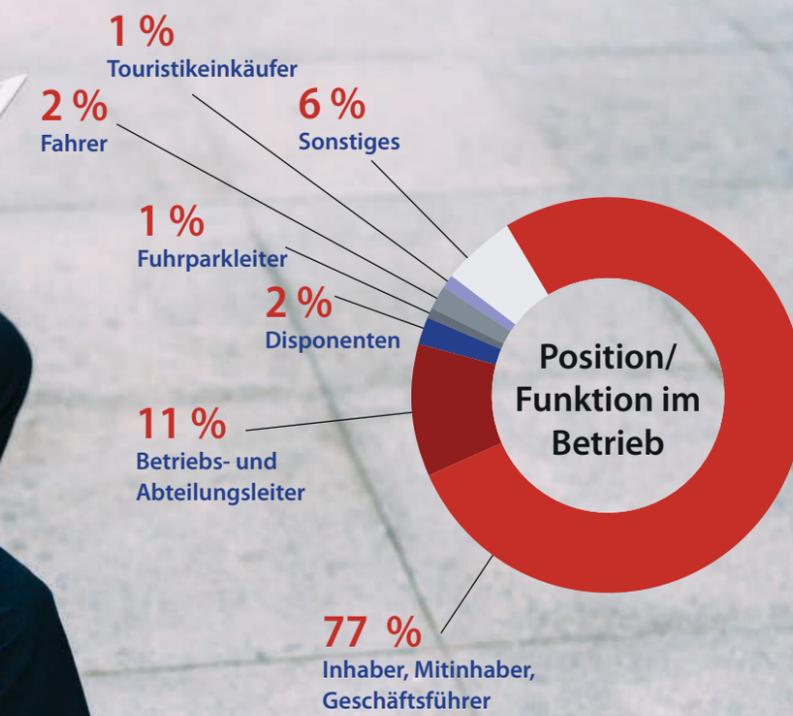
Die OMNIBUSREVUE definiert sich als medienübergreifender Fachinformationsdienstleister, der alle Facetten der modernen Medienwelt abdeckt. Ob Zeitschrift, Online, Corporate Publishing oder auch Sponsoring und Veranstaltungen – die OMNIBUSREVUE präsentiert sich immer als verlässlicher Partner.



Unser Portfolio



©Fotolia/gureksk7 (Laptop), Petra Middelmann (Tablet)



Die Studie belegt: **88 % der Leser** sind in Top-Positionen. Hier werden Investitionsentscheidungen direkt gefällt! Der hohe Anteil betrieblicher Entscheider von **93 %** machen diese Leserschaft zu einer äußerst attraktiven Zielgruppe für die Werbeplanung.

Unsere Leser sind erfolgreich, dynamisch, entscheidungskompetent

Der Titel spricht hauptsächlich Inhaber und Manager in gehobenen Führungspositionen an, welche die Busbranche aktiv mitgestalten.

Das Konzept stimmt

Hohe Leser-Blatt-Bindung

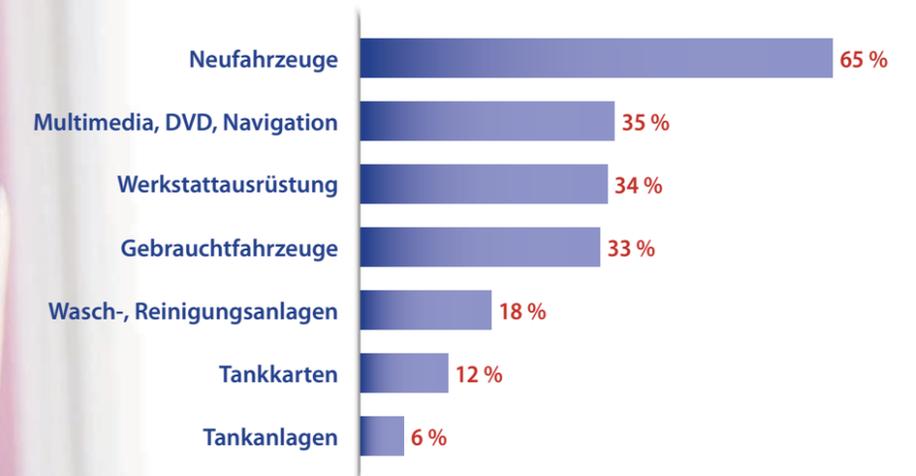
Eine hohe Nutzwertigkeit und kompetente Fachbeiträge kommen bei den Führungskräften der Branche gut an.

- Die Zeitschrift wird von **83 %** der Leser regelmäßig gelesen.
- Gute Inhalte werden gern weitergegeben – neben dem Erstempfänger erreicht die OMNIBUSREVUE durchschnittlich **2,2** weitere Leser – somit **3,2 Leser** insgesamt.
Ein Titel mit Multiplikatorfunktion.
- Daraus ergibt sich eine Reichweite von **über 21.600 Lesern*** pro Ausgabe.
*Leser x verbreitete Auflage OR IWW, II. Quartal 2016
- Die durchschnittliche Lesedauer liegt bei **36 Minuten**.
- Die **Seitenkontaktchance** beträgt **71 %**.

Kennzahlen dafür,
dass das Magazin
intensiv gelesen wird.

Eine investitionsbereite Leserschaft: **70 %** der Leser nutzen Anzeigen als Informationsquelle für Investitionsentscheidungen.

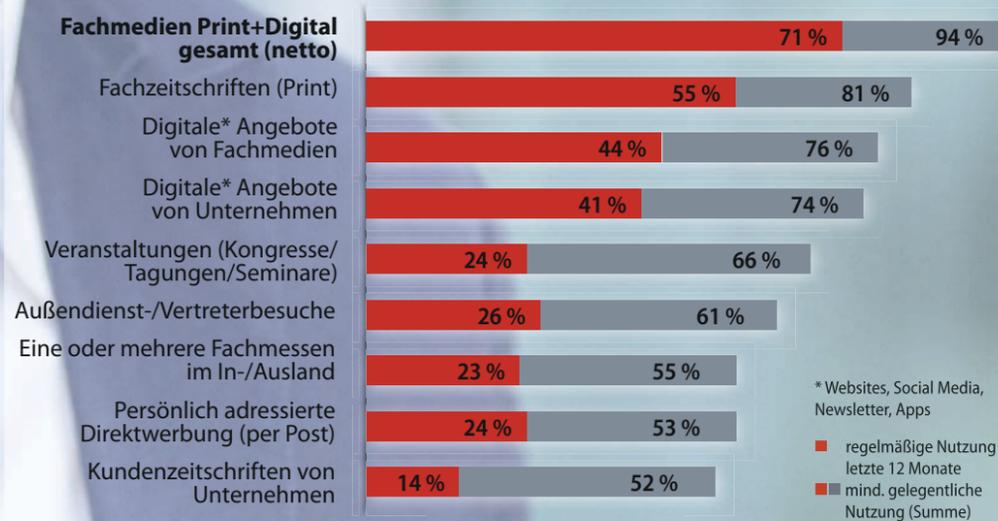
77 % der Personenbeförderer planen Investitionen in den nächsten 24 Monaten:



Ihre Kunden investieren
in Fuhrpark, Multimedia
und Navigation

80 %
der Fachmedien-Leser
betrachten B2B-
Werbung als nützlichen
Bestandteil des
Medienangebotes.

Nutzung von B2B-Informationsquellen

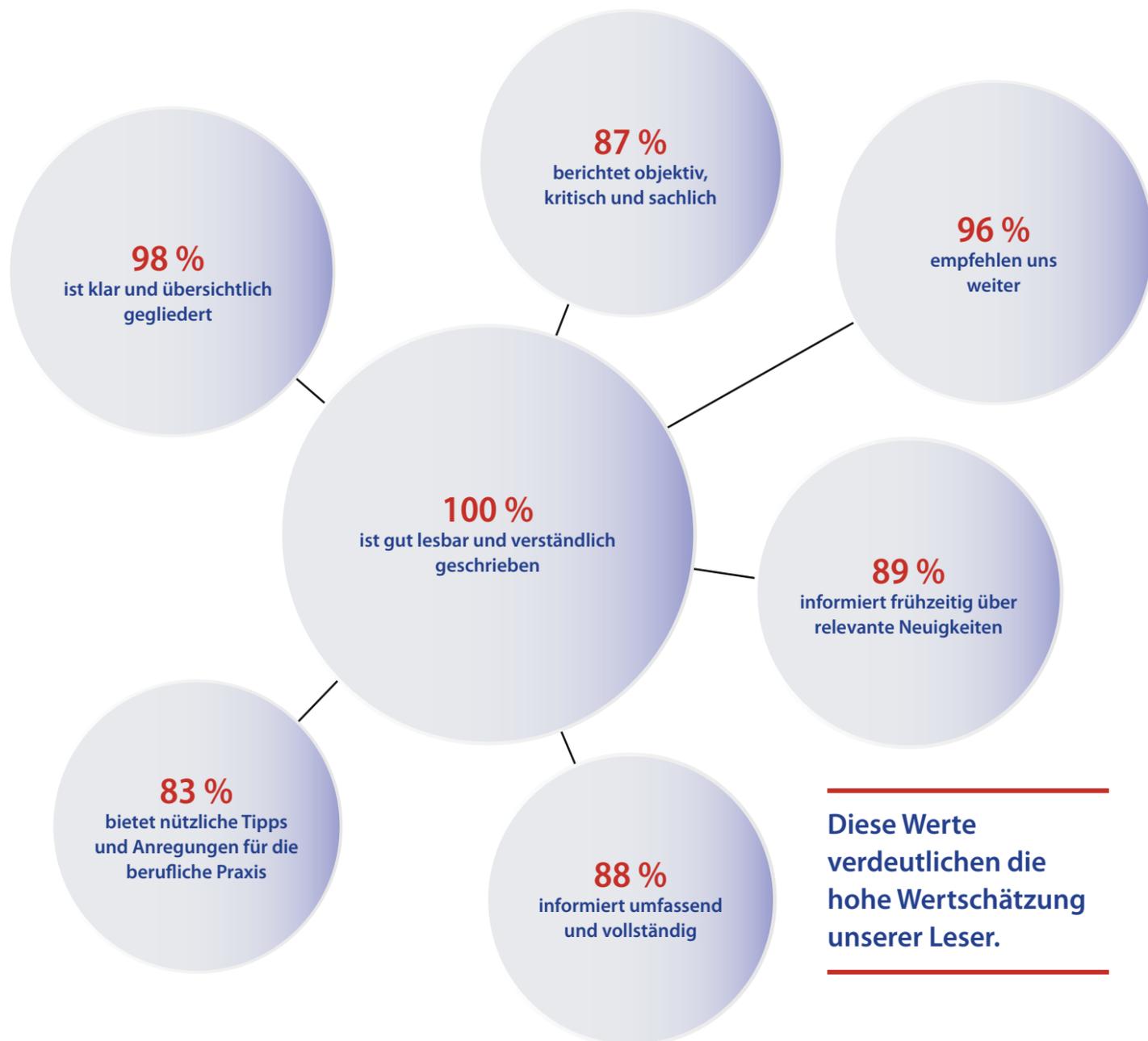


Quelle: B2B-Entscheideranalyse 2015/2016 der Deutschen Fachpresse

Fachmedien sind die
erste Wahl für Entscheider

Die Leser bewerten die OMNIBUSREVUE als objektiv und überzeugend

Top-Werte für einen Fachtitel! Kompetente Beiträge und verständlich aufbereitete Informationen für die berufliche Praxis überzeugen unsere Leser Monat für Monat.



Sie werben zielgerichtet in der OMNIBUSREVUE

Das Themeninteresse ist vielseitig. Die Busunternehmer zeigen gleichermaßen Interesse an Anzeigen aus der **Touristik** wie auch aus den **technischen Bereichen**.

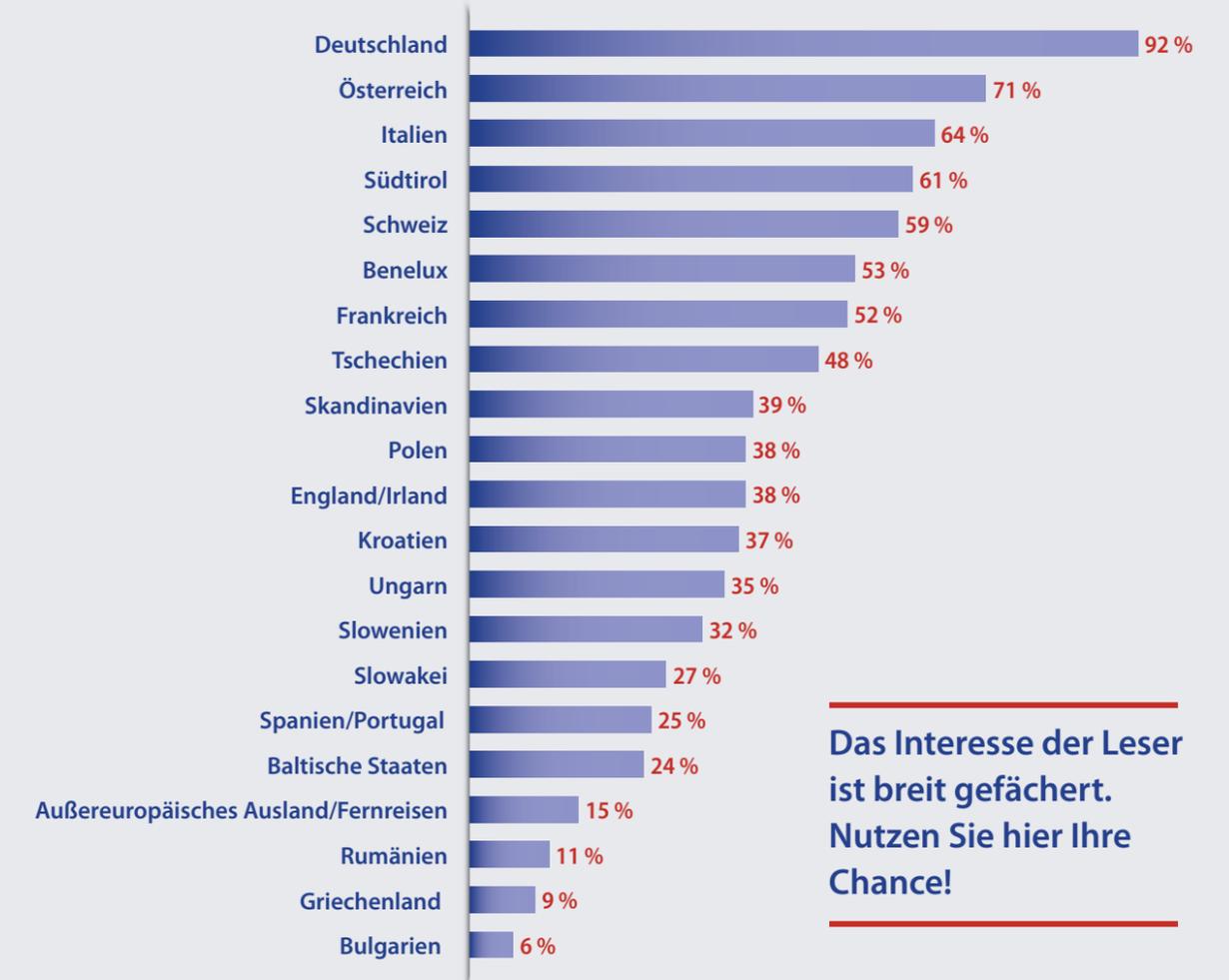
Interesse an Anzeigenbereichen – **Touristik**



Interesse an Anzeigenbereichen – **Technik**



Interesse – Länder und Regionen



Das Interesse der Leser ist breit gefächert. Nutzen Sie hier Ihre Chance!



Methodik

In dieser Broschüre stellen wir Ihnen die wichtigsten Ergebnisse unserer umfassenden und repräsentativen Leser-Struktur-Analyse 2016 vor. Das renommierte Marktforschungsinstitut TNS Infratest, Bielefeld, führte die Befragung unter OMNIBUSREVUE-Lesern durch und belegt in der Analyse die hohe Akzeptanz und intensive Nutzung des Fachmagazins OMNIBUSREVUE. Die Untersuchung entspricht dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen und erfüllt die Voraussetzungen für eine repräsentative Querschnittsbetrachtung der OMNIBUSREVUE-Leser.

- › Durchführendes Institut: TNS Infratest Medienforschung GmbH, Bielefeld
- › Grundgesamtheit: Erstempfänger der Zeitschrift OMNIBUSREVUE
- › Methode: Mündliche (telefonische) Befragung
- › Stichprobenauswahl: Random
- › Datenbasis: 250 durchgeführte Interviews
- › Untersuchungszeitraum: 19.04.2016 bis 27.05.2016

Die Befragung beruht auf wissenschaftlichen Verfahren und ist deshalb repräsentativ für die abzubildende Grundgesamtheit.

Wir beraten Sie gerne!

Sabrina Pevak

Leitung Sales Bustechnik & Touristik

Tel.: +49 89/20 30 43 - 22 04

Fax: +49 89/20 30 43 - 23 98

E-Mail: sabrina.pevak@springer.com

Springer Fachmedien München GmbH

Verlag Heinrich Vogel

Aschauer Straße 30

81549 München

