

Bureaubiz

B

Bureaubiz læsere er dynamiske og karrierelystne og ofte præget af travlhed og knaphed på tid

I Bureaubiz's læsersegment finder man de unge, der er med fremme og oppe på beatet. 43 procent er mellem 15-34 år gammel og der er en lille overvægt af kvinder kontra mænd. De er dynamiske og karrierelystne og villige til at yde den indsats, der skal til for at nå højt op på karrierestigen.

Læserne udgøres hovedsageligt af unge i alderen 20-39 med en forholdsvis ligelig repræsentation af kvinder og mænd.

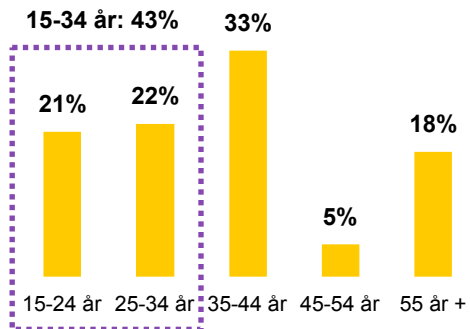
Mange har endnu ikke stiftet familie og er stadig hyppige brugere af aktiviteter uden for hjemmet. De er synlige i det pulserende gadebillede på cafeer, restauranter, diskoteker og biografer. Deres udseende og ydre fremtoning står ligeledes højt på dagsordenen, når de skal gebærde sig i deres fremadstormende tilværelse, og derfor sværger de til sport.

Bureaubiz læsergruppe er deres egen lykkes smed og vil gerne klare skærene selv uden indblanding fra offentlig side, hvilket ligeledes afspejles i deres stærke politiske tilknytningsforhold til Venstre og Konservative.

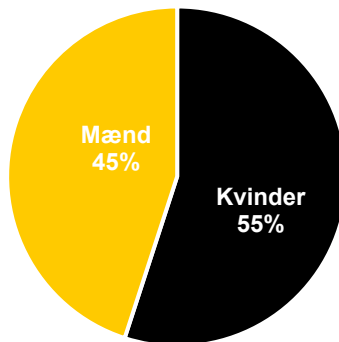
Ny teknologi, IT, biler, stereoanlæg/Hi-fi og Bureaubiz læsere er størrelser, som går hånd i hånd. De Moderne-individorienterede er hyppige brugere af PC'ere og internet såvel på arbejdspladsen som i hjemmet, og deres tilstedeværelse på internettet bruges på at deltage i konkurrencer og klikke på bannerreklamer, og ikke mindst på nyheds- og informationssøgning

B

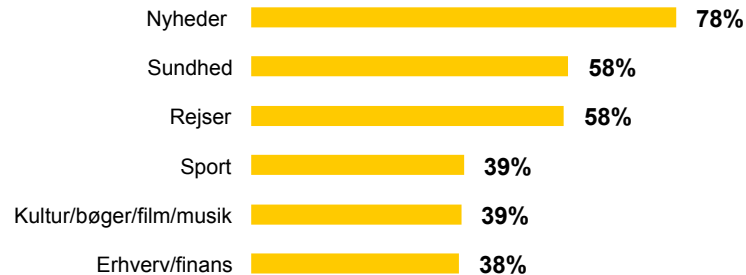
ALDER



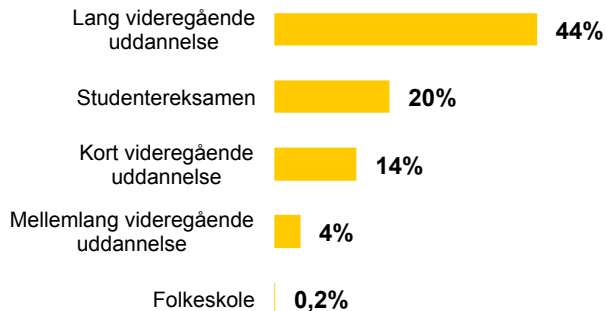
KØNSFORDELING



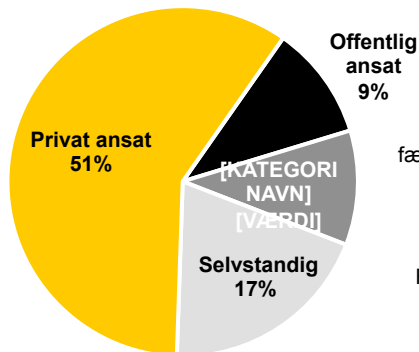
INTERESSER



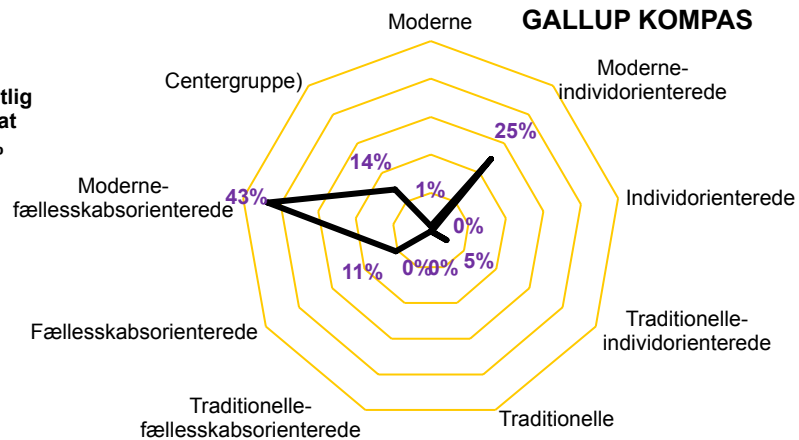
UDDANNELSESLEVELAU



ANSÆTTELSESLEVELAU



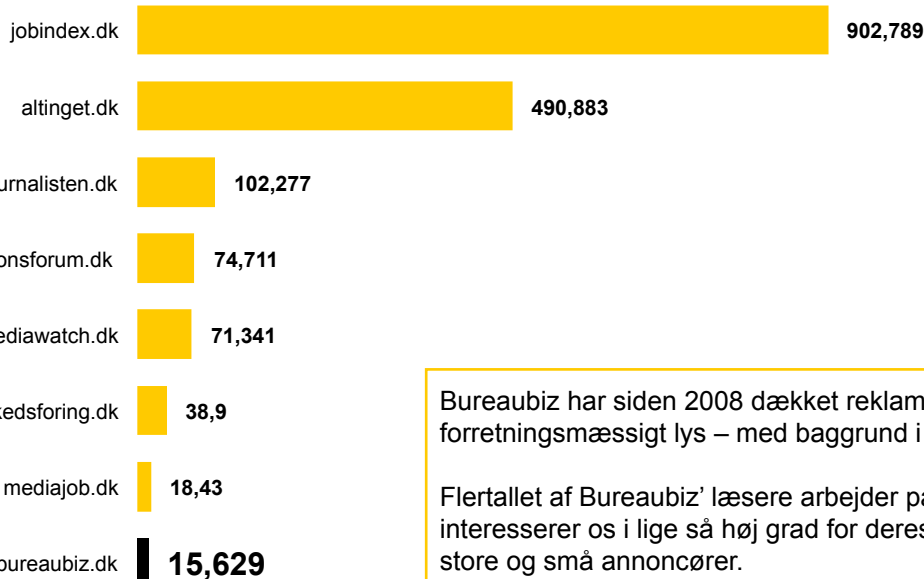
GALLUP KOMPAS



B

Bureaubiz leverer inspiration, indsigt og viden til målgruppen inden for reklame, markedsføring, medier og kommunikation

MÅNEDLIGE BRUGERE

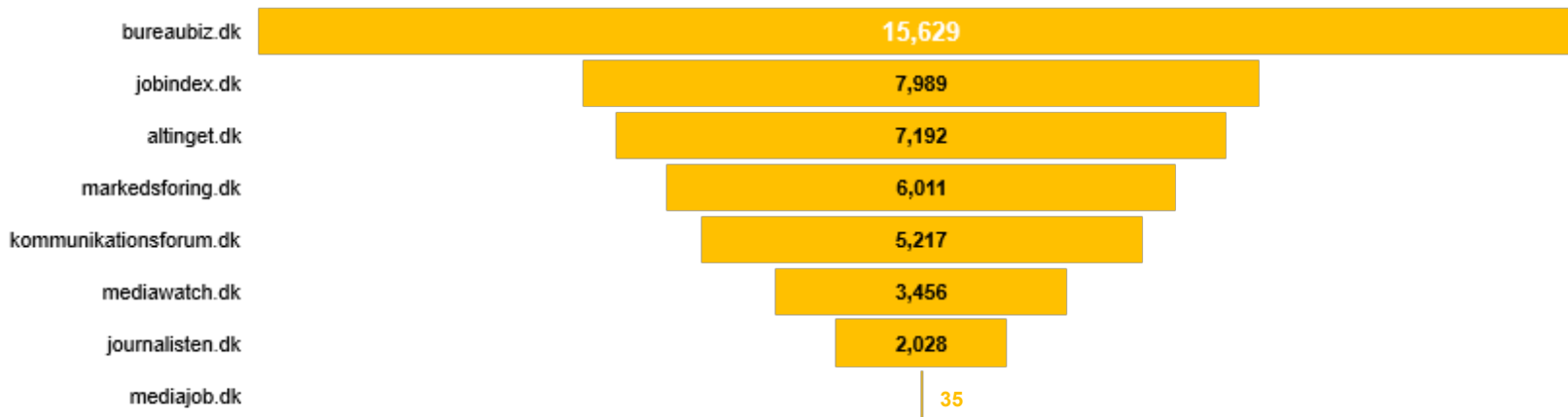


Bureaubiz har siden 2008 dækket reklame og markedsføring i såvel et kreativt som et forretningsmæssigt lys – med baggrund i og perspektiv på bureau- og marketingbranchen.

Flertallet af Bureaubiz' læsere arbejder på bureau (reklame, digital, PR, dialog, media), men vi interesserer os i lige så høj grad for deres kunder og formidler tendenser og holdninger om og fra både store og små annoncører.

Danmarks største jobmarked inden for marketing, digital marketing, PR & kommunikation, markedsanalyse & research.

Diagramtitel
DOBBELTDÆKNING



Dobbeltdækning er udtryk for det antal personer i en given målgruppe – absolut eller relativt – i en given målgruppe, der har været i sanseposition (læst/set/hørt) over for to media (eller flere), således at de ved annoncering i begge media kommer i sanseposition mere end én gang.