

TNS EMNID 2008

# LESER-STRUKTUR-ANALYSE



[www.gwv-media.de](http://www.gwv-media.de)



**GWV MEDIA**  
Richtig schalten.



QUIT

# AUTOHAUS – UNVERZICHTBAR FÜR ENTSCHEIDER



AUTOHAUS ist die Fachzeitschrift für Unternehmer und Führungskräfte moderner Automobilbetriebe.

Seit über 50 Jahren berichtet AUTOHAUS in zweimal monatlich erscheinenden 21 Ausgaben über Themen aus den Bereichen der gesamten Automobilwirtschaft, den Automobil-Handels- und Reparaturbetrieben, sowie dem Ersatzteil-, Zubehör- und Reifenhandel. Online unter [www.autohaus.de](http://www.autohaus.de)

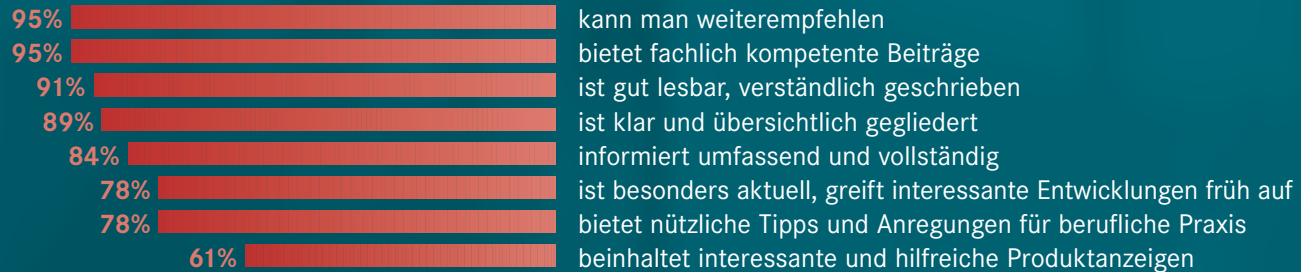
START



QUIT

# DIE REDAKTIONELLE QUALITÄT SCHAFFT EIN POSITIVES ANZEIGENUMFELD

## Inhaltliche Qualität



Top 2 Boxes: trifft sehr stark zu/trifft stark zu

**AUTOHAUS zeichnet sich durch ein äußerst positives Profil aus. Insbesondere Weiterempfehlungseignung und Kompetenz werden der Zeitschrift attestiert.**



# STARK IN ALLEN BEREICHEN

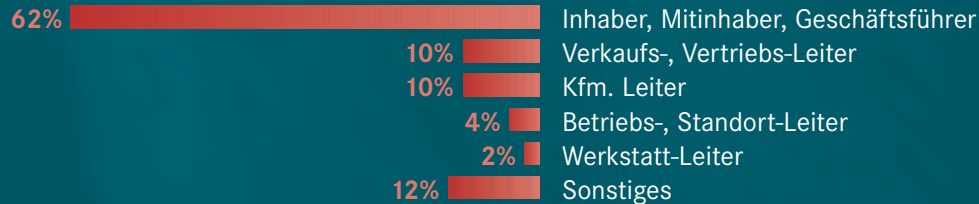


Die AUTOHAUS-Leser arbeiten zu 63 Prozent in Betrieben mit 10 und mehr Mitarbeitern. Dies verdeutlicht die hohe Reichweite in den größeren Betrieben der Branche.



# AUTOHAUS-LESER TRAGEN HOHE BERUFLICHE VERANTWORTUNG

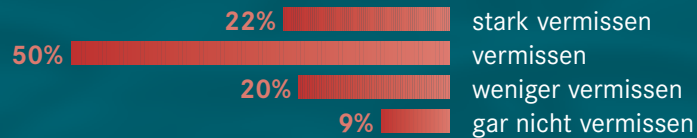
## Stellung im Unternehmen



Die Leserschaft von AUTOHAUS besteht fast ausschließlich aus Personen, die leitende Funktionen in ihren Betrieben inne haben. AUTOHAUS ist auch Pflichtlektüre für Meister und dem Personal im Zubehör- und Teileverkauf in den kaufkräftigen Groß- und Mittelbetrieben.

# AUTOHAUS-LESER BAUEN DARAUF ...

## Leser-Blatt-Bindung



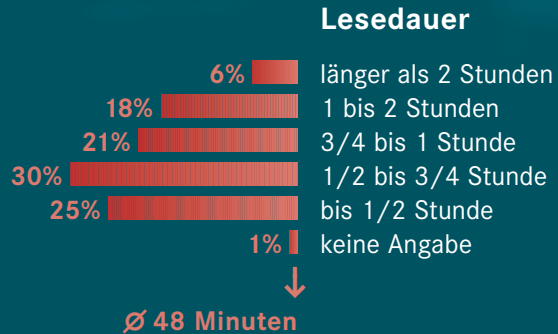
**AUTOHAUS ist von überdurchschnittlicher Relevanz für den Leser, so würden 72% den Titel vermissen / stark vermissen. Die starke Bindung der Leser an „ihren“ Titel ist ein Indikator für inhaltliche Qualität und Relevanz des Titels.**

START



QUIT

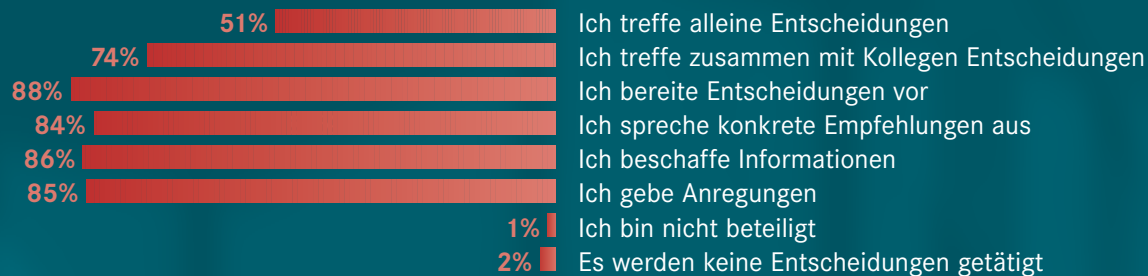
# ... UND WIDMEN AUTOHAUS VIEL ZEIT



**Eine intensive Nutzung ist bei durchschnittlicher Lesedauer von 48 Minuten garantiert.**

# AUTOHAUS-LESER SIND ENTSCHEIDUNGSFREUDIG ...

## Investitionskompetenz



Mehrfachnennung möglich

↓  
**97% Entscheider**

**Der Anteil an Investitionsentscheidern ist hoch:  
97% der Leser sind bei Entscheidungen über Investi-  
tionen in ihrem Unternehmen maßgeblich beteiligt.**

START

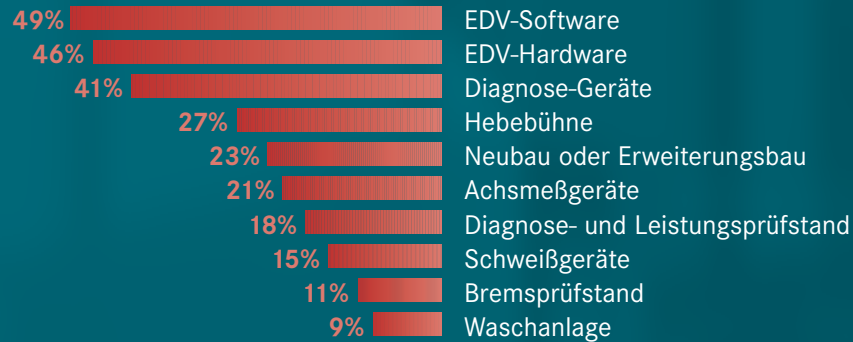


QUIT



# ... UND INVESTITIONSFREUDIG

## Geplante Investitionen in den nächsten 2 Jahren



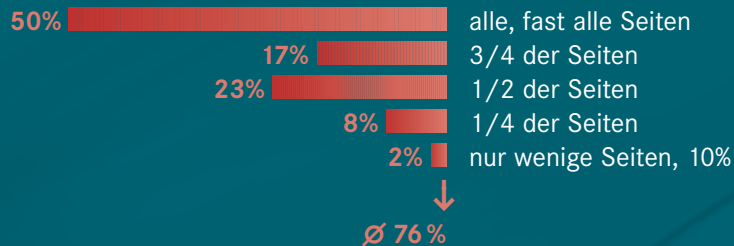
Mehrfachnennung möglich

**Der Investitionsbedarf in der Branche ist weiterhin sehr hoch. Die Entscheider investieren vor allem in EDV-Soft- und -Hardware.**



# AUTOHAUS-LESER SIND JÄGER ...

## Nutzung von AUTOHAUS



**AUTOHAUS wird regelmäßig und intensiv gelesen. Die Seitenkontaktchance fällt mit 76% positiv aus. Das Nutzungsverhalten zeugt von einem hohen Nutzwert des Titels und sichert eine sehr gute Werbemittelkontaktchance.**

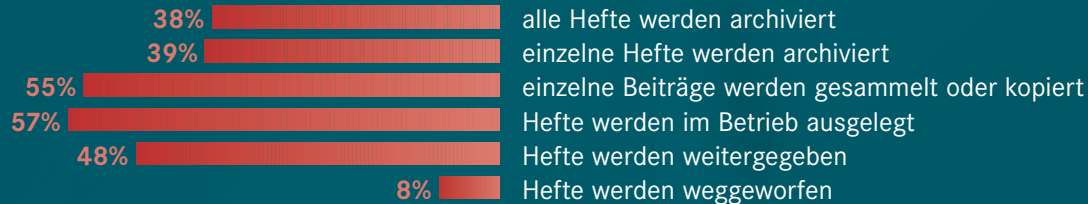
START



QUIT

# ... UND SAMMLER UND REICHEN AUTOHAUS GERNE WEITER

## Archivierung und Weitergabe



Mehrfachnennung möglich

Das Archivierungsverhalten und Weitergabeverhalten zeigt den hohen Nutzwert von AUTOHAUS bei seinen Lesern.

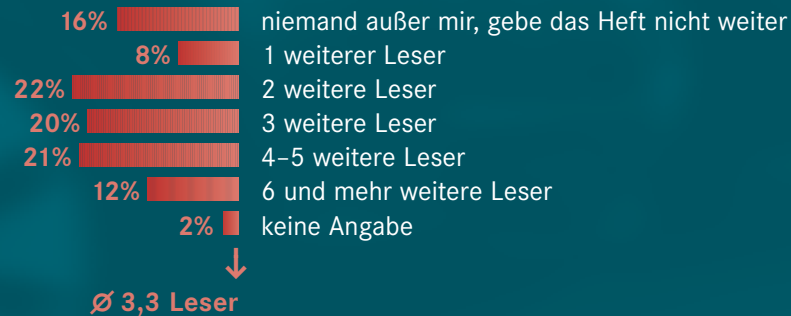
START



QUIT

# ERFOLG LÄSST SICH MULTIPLIZIEREN

## Anzahl weiterer Leser



Die Anzahl von 3,3 weiteren Lesern ist überdurchschnittlich und bietet zusätzliche attraktive Werbemittelkontakte.

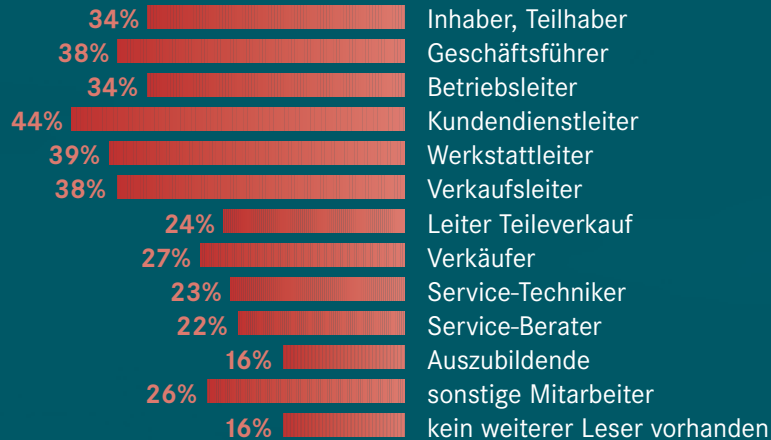
START



QUIT

# AUTOHAUS IST IMMER IN BESTEN HÄNDEN

## Weitere Leser: Stellung im Unternehmen



Mehrfachnennung möglich

**Die berufliche Verantwortung der AUTOHAUS-Leser ist hoch. Auch die weiteren Mitleser arbeiten vorrangig in leitender Funktion.**

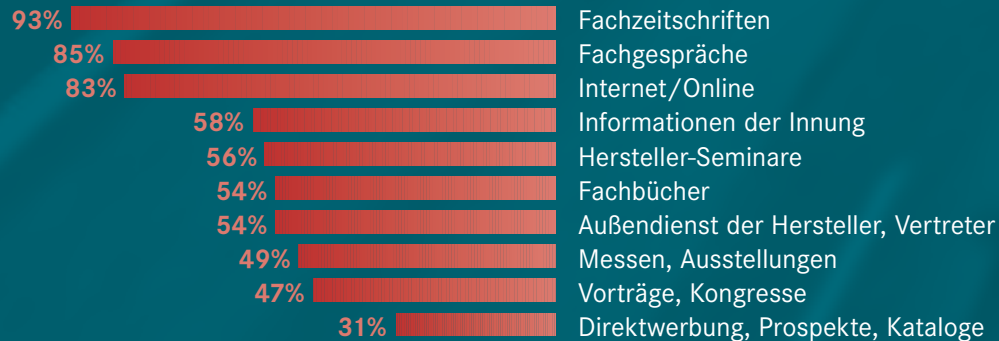
START



QUIT

# FACHZEITSCHRIFTEN BRINGEN DEN AUTOHAUS-LESER VORAN

## Regelmäßig genutzte Informationsquellen



Mehrfachnennung möglich

**Die Nutzung beruflicher Informationsquellen ist ausgeprägt. Das wichtigste Medium zur Informationsbeschaffung sind für den AUTOHAUS-Leser die Fachzeitschriften.**

START



QUIT

# NEUTRALE LESER-STRUKTUR-ANALYSEN SIND UNENTBEHRLICH ...

## Erhebungsmethode

Leser-Struktur-Analyse durch mündliche Erhebung  
Stichprobenerhebung gemäß ZAW-Rahmenschema

**Grundgesamtheit:** tvA AUTOHAUS alle Leser,  
ohne: ständige Freistücke, nichtdeutsch-  
sprachiges Ausland und Werbeexemplare

**Befragungsperson:** Hauptsächlicher Leser

**Stichprobe:** 250 Personen-Interviews

**Durchführung:** 12. Juni bis 18 Juli 2008

**Institut:** TNS Emnid, Bielefeld, Institut für Markt-,  
Media- und Meinungsforschung

START



QUIT

# KONTAKT

Michael Harms  
Anzeigenleitung Auto Business  
Tel. +49(0)89. 4372-1242  
michael.harms@gwv-media.de

GWV Media | GWV Fachverlage GmbH  
Abraham-Lincoln-Straße 46  
65189 Wiesbaden | Germany  
www.gwv-media.de



**GWV MEDIA**  
Richtig schalten.

START



QUIT