

TNS EMNID 2008

LESER-STRUKTUR-ANALYSE



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

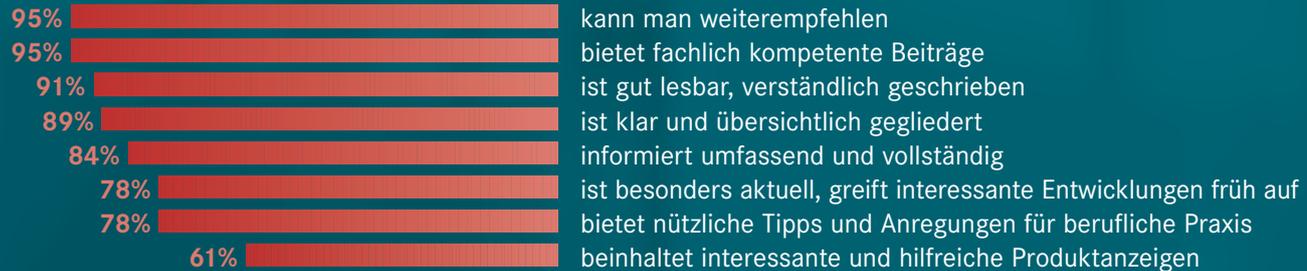
START



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.

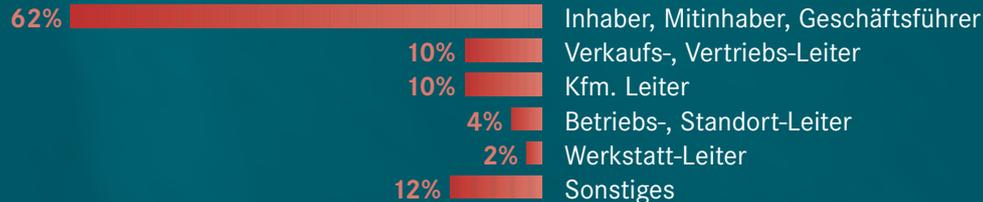
START



QUIT

AUTOHAUS-LESER TRAGEN HOHE BERUFLICHE VERANTWORTUNG

Stellung im Unternehmen

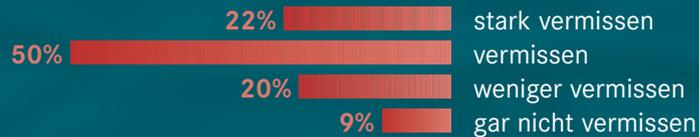


Die Leserschaft von AUTOHAUS besteht fast ausschließlich aus Personen, die leitende Funktionen in ihren Betrieben inne haben. AUTOHAUS ist auch Pflichtlektüre für Meister und dem Personal im Zubehör- und Teileverkauf in den kaufkräftigen Groß- und Mittelbetrieben.



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.**

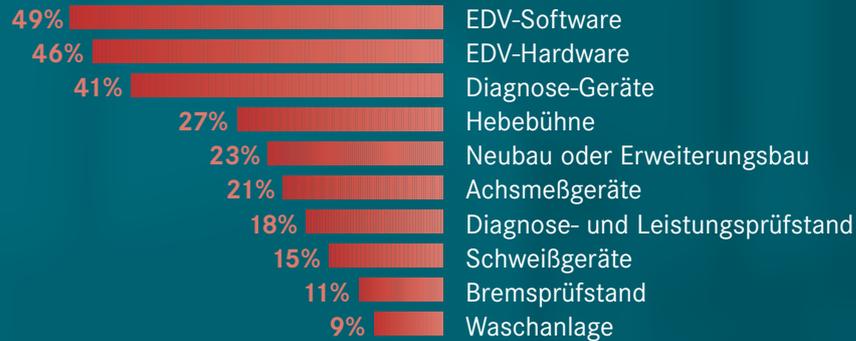
START



QUIT

... UND INVESTITIONSFREUDIG

Geplante Investitionen in den nächsten 2 Jahren



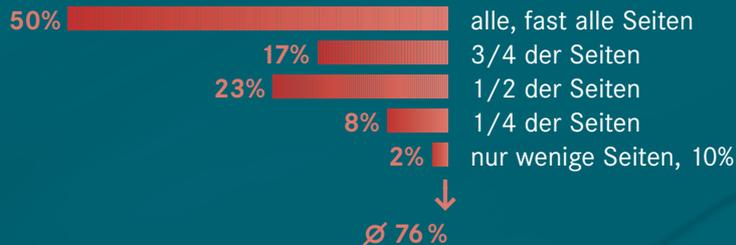
Mehrfachnennung möglich

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.

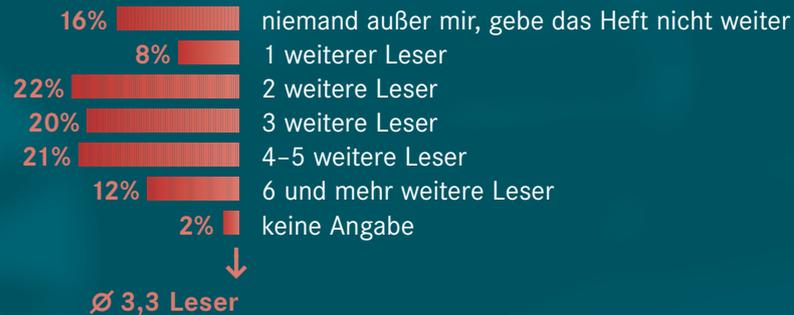
START



QUIT

ERFOLG LÄSST SICH MULTIPLIZIEREN

Anzahl weiterer Leser



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

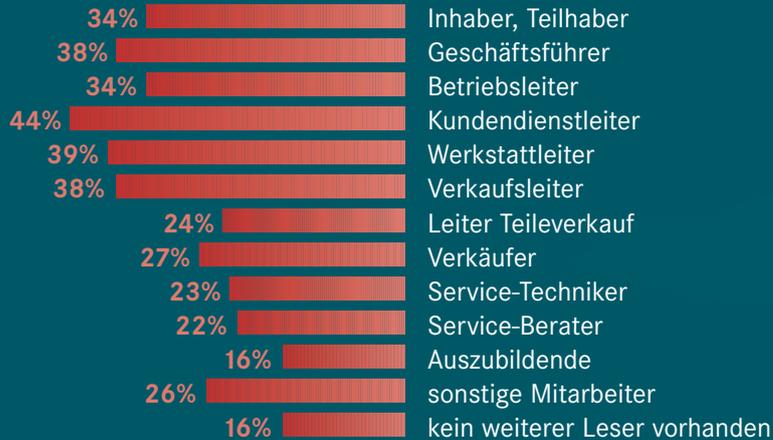
START



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.

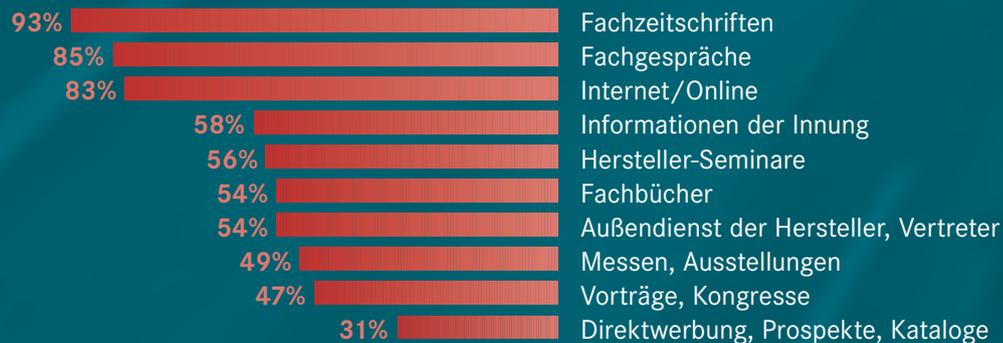
START



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