

Ergebnisse der Leser-Struktur-Analyse 2011



© photos.com



asp
AUTO SERVICE PRAXIS

06/2011
7,50 EUR

mit TÜV aktuell

943 383 D
Springer Automotive Media

LIQUI MOLY Motorenöle
made in Germany

Zündkerzen
Die nächste Generation der Zündkerzen von Bosch hat eine neue Kernteknikung. Neof statt SAE-Mutter.

Werkstatttechnik
Messe
Rückblick auf die 24. Autoparat in Bologna mit zahlreichen Neuheiten der internationalen Werkstatteisenwaren.

Betriebspraxis
Wettbewerb
Werkstatteisenwaren 2011: Wer beim Qualitätswettbewerb der Mehrmarkenwerkstätten vom Sieg.

TÜV-Aktuell
TÜV Nord „Kundenbarometer“: Erfassung der Kundenzufriedenheit per Fragebogen.

Wir zahlen Steuern und schaffen Arbeitsplätze in Deutschland.

WWW.LIQUI-MOLY.DE
WWW.LIQUI-MOLY.DE

asp – AUTO SERVICE PRAXIS
Das Fachmagazin für Werkstatt und Service

www.autoservicepraxis.de

asp – AUTO SERVICE PRAXIS

Das Fachmagazin für Werkstatt und Service

Verbreitung

- ▶ 24.567 Exemplare verbreitete Auflage (IVW 01.07.10 – 30.06.2011)
- ▶ 20.069 verkaufte Auflage (IVW 01.07.10 – 30.06.2011)
- ▶ 3,3 geschätzte weitere Leser (EMNID-Leser-Struktur-Analyse 2011)

Empfänger

- ▶ Entscheider in Kfz-Werkstätten
- ▶ Betriebsinhaber, Geschäftsführer
- ▶ Betriebs-, Service- und Werkstattleiter
- ▶ Service-Berater

Zielgruppe

- ▶ Markengebundene und freie Autohäuser und Werkstätten
- ▶ Autoelektrik- und Bremsendienste
- ▶ Ersatzteil-, Zubehör- und Reifenhandel

Inhalte

- ▶ Automobil- und Werkstatttechnik
- ▶ Betriebspraxis
- ▶ Neues vom Zubehörmarkt
- ▶ Kundendienst, Servicepraxis und neue Reparaturmethoden
- ▶ Aktuelles zum Automobilmarkt + Tipps zum Fahrzeughandel

Charakteristische Stärken

- ▶ Hochqualifizierte und preisgekrönte Journalisten – insgesamt sechs Auszeichnungen beim Journalistenpreis „Wort & Werkstatt“ 2006, 2007, 2008 und 2010
- ▶ Hohe redaktionelle Kompetenz, unabhängig und kritisch
- ▶ Als TÜV-Partnerzeitschrift ein wichtiges Informationsmedium für die mehr als 17.000 Servicebetriebe
- ▶ Enge Kontakte zu Machern und Entscheidern der Branche
- ▶ Praxisnahe Beiträge – große Lesernähe



Inhalt

▶ Betriebliche Strukturdaten	Seite 4
▶ Persönliche Strukturdaten der Leser	Seite 5
▶ Informationsverhalten der Leser	Seite 6
▶ Bewertung von asp – AUTO SERVICE PRAXIS	Seite 8
▶ Kontakt	Seite 9

In dieser Broschüre stellen wir Ihnen die wichtigsten Ergebnisse unserer umfassenden und repräsentativen Leser-Struktur-Analyse 2011 vor.

Das renommierte Marktforschungsinstitut TNS EMNID, Bielefeld, führte die Befragung unter **asp – AUTO SERVICE PRAXIS**-Lesern durch und belegt in der Analyse die hohe Akzeptanz und intensive Nutzung der Fachzeitschrift **asp – AUTO SERVICE PRAXIS**.

Die Untersuchung entspricht dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen und erfüllt die Voraussetzungen für eine repräsentative Querschnittbetrachtung der **asp**-Empfänger.

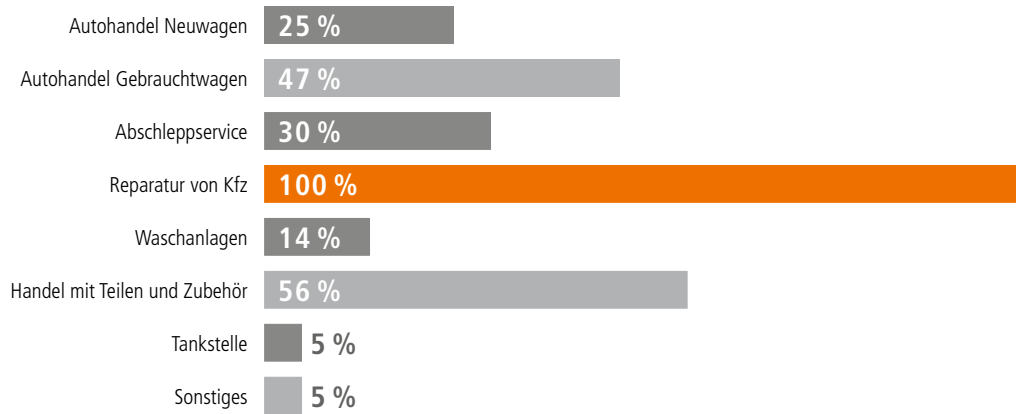
METHODIK

Durchführendes Institut:	TNS Emnid, Bielefeld, Institut für Markt-, Media- und Meinungsforschung
Grundgesamtheit:	Hauptsächliche Leser der Zeitschrift asp – Auto Service Praxis
Methode:	Mündliche (telefonische) Befragung
Stichprobenauswahl:	Random
Brutto-Stichprobe:	355 gezogene Empfänger
Netto-Stichprobe:	250 tatsächliche Interviews, davon 108 Servicebetriebe
Ausschöpfungsquote:	70,4 %
Untersuchungszeitraum:	28.06.-29.07.2011

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

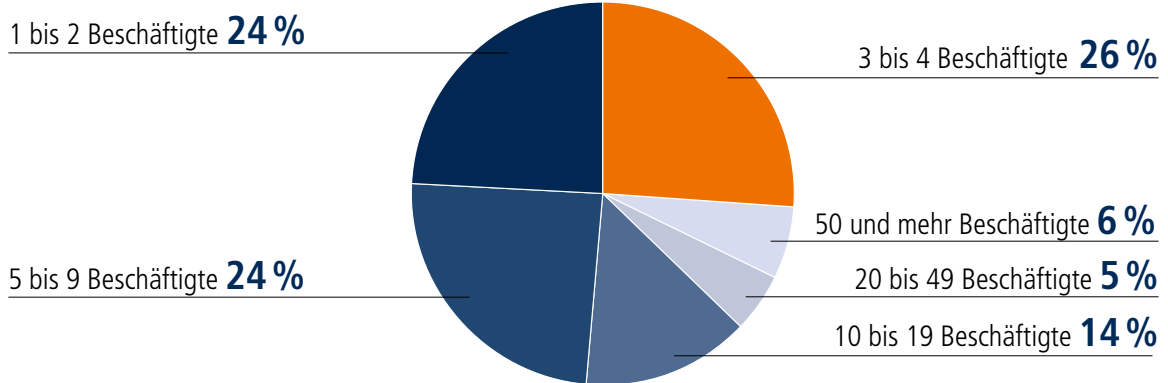
Empfänger sind kleine und mittlere Betriebe aus den Bereichen Handel und Reparatur

Geschäftsfelder der Servicebetriebe



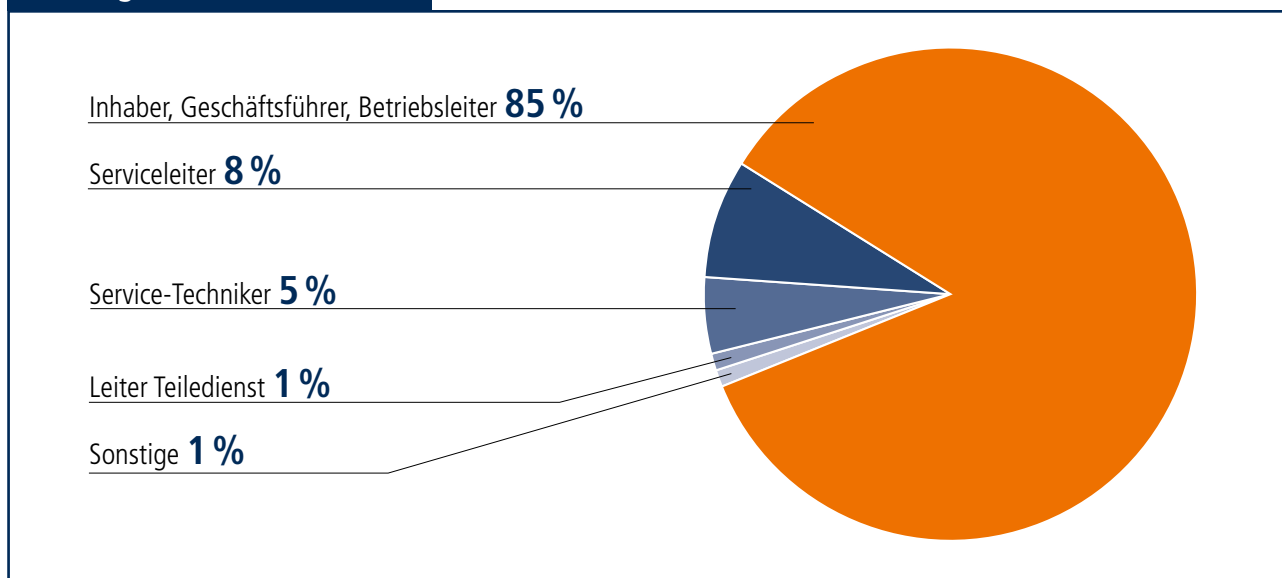
Mehrfachnennungen möglich

Unternehmensgröße der Servicebetriebe

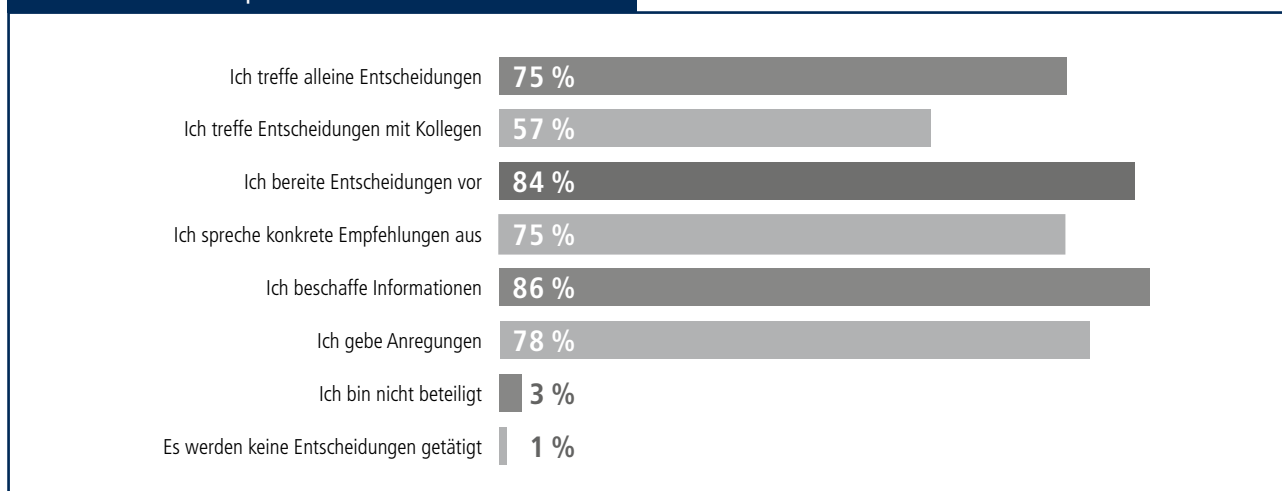


96,3 % der Leser von **asp** in Servicebetrieben sind bei Investitionsentscheidungen maßgeblich beteiligt

Stellung im Servicebetrieb

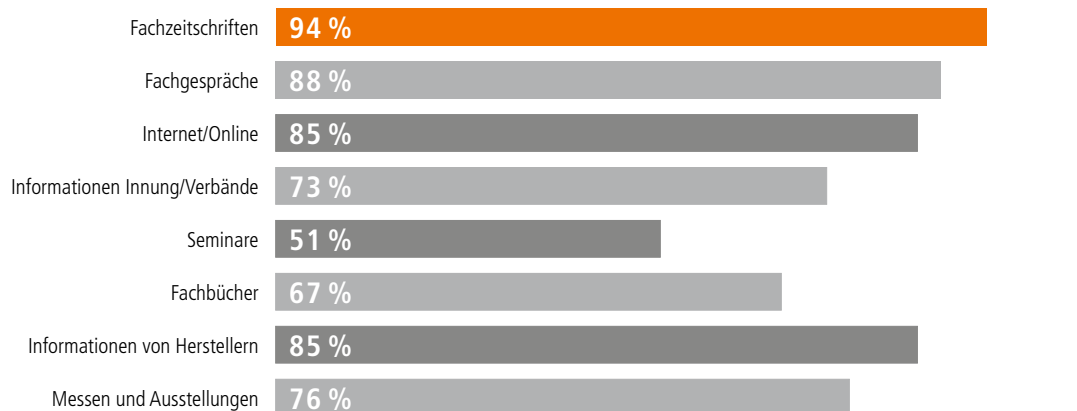


Investitionskompetenz im Servicebetrieb



asp wird regelmäßig und intensiv gelesen – 80,6 % Seitenkontaktchance und 50,7 Min. durchschnittliche Lesedauer

Regelmäßig genutzte Informationsquellen



Mehrfachnennungen möglich

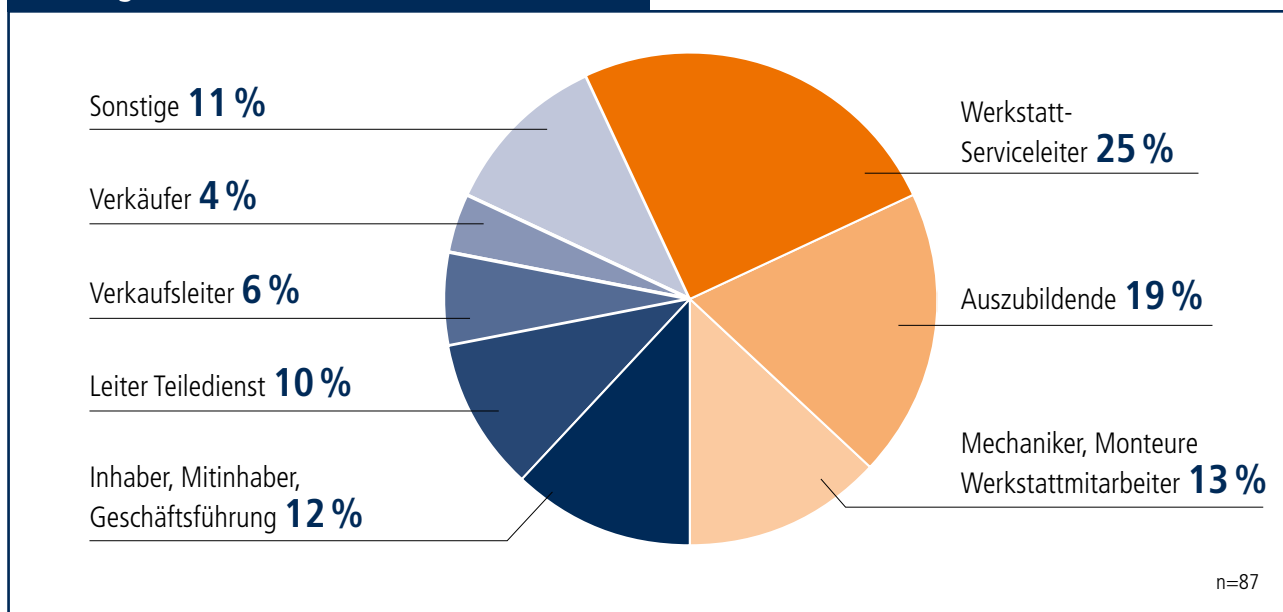
81,4 % der Befragten lesen 10 bis 12 Ausgaben von **asp** (Kernleser).

10,8 Ausgaben von 12 jährlich erscheinenden **asp-Ausgaben** werden durchschnittlich gelesen.

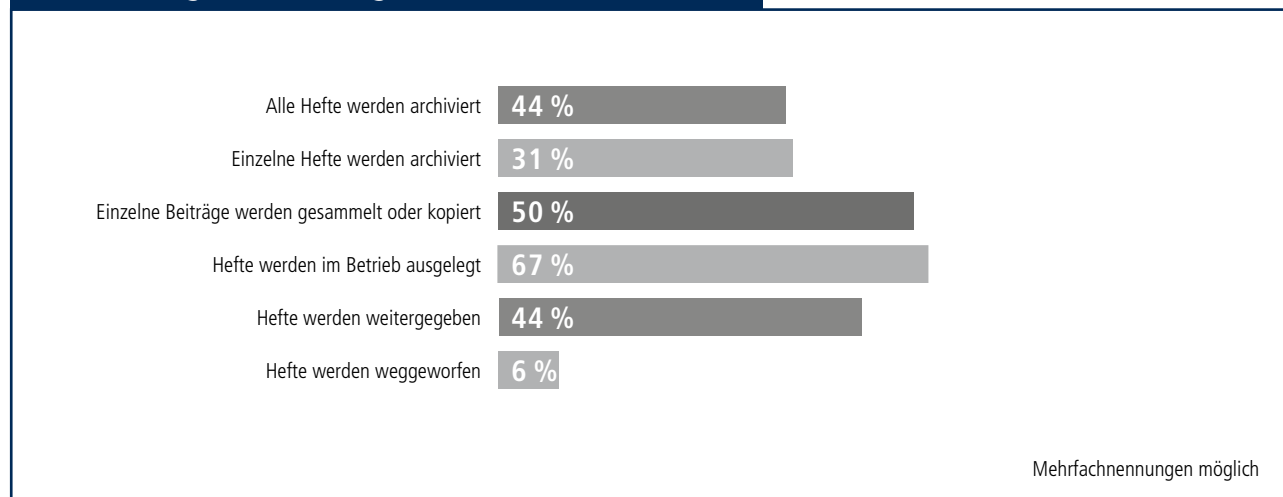
92,3 % nutzen das Internet täglich oder mehrmals wöchentlich beruflich.

Durch durchschnittlich 3,3 weitere **asp-Leser** wird ein hoher Multiplikatoreffekt erzielt

Stellung weitere Leser im Servicebetrieb

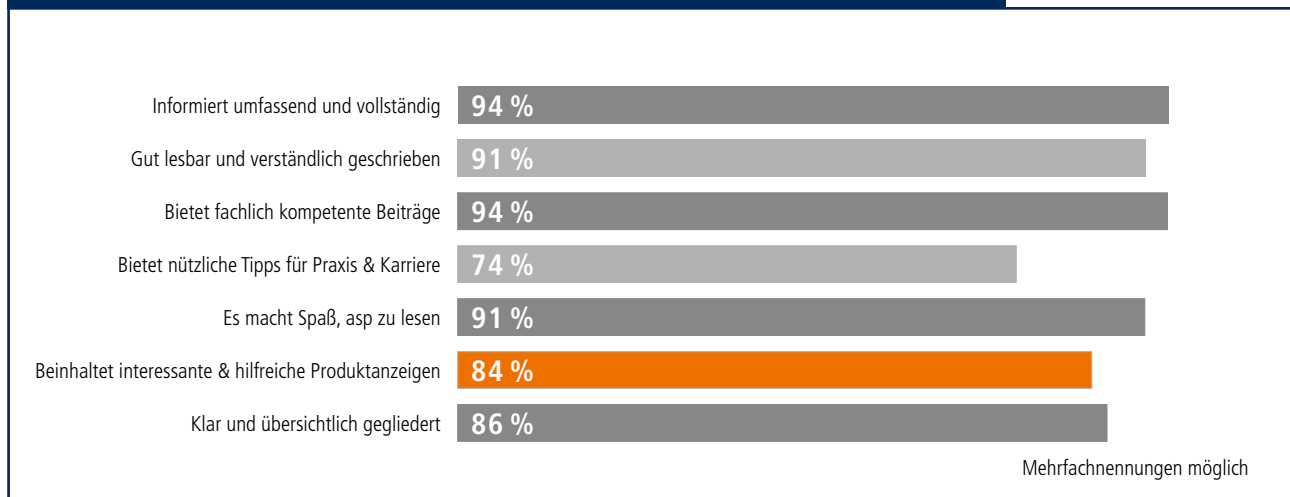


Archivierung und Weitergabe in Servicebetrieben



72,4 % der **asp-Leser** haben aufgrund einer Anzeige einmal oder häufiger Kontakt mit dem Anbieter aufgenommen oder nähere Informationen eingeholt

Grundlegende Eigenschaften von asp aus Sicht der Servicebetriebe



59,1 % der **asp-Leser** fallen beim Lesen der **asp** auch inhaltlich passende Anzeigen auf.

65,3 % der Servicebetriebe geben an, dass **asp** relevante und aktuelle Informationen liefert, um mitreden zu können.

57,1 % der **asp-Leser** sind der Meinung: Wer in **asp** wirbt, ist wichtig und spielt auf dem Markt eine wichtige Rolle.

Kontakt



Sanja Klöppel

Key Account Managerin
sanja.kloeppel@springer.com
Telefon +49 89 203043-1224
Fax +49 89 203043-1240



Doris Kester-Frey

Mediaberaterin autojob.de
Karriere-/Anzeigenmarkt
doris.kester-frey@springer.com
Telefon +49 89 203043-1133
Fax +49 89 203043-1240