



LESERANALYSE

Entscheider im Mittelstand

Der Mittelstand. Nur bei uns.

Die Analyse

Die Leseranalyse „Entscheider im Mittelstand 2003“, die vom Emnid-Institut (Bielefeld) durchgeführt wurde, ist eine medienunabhängige Reichweitenstudie im Mittelstand. In Auftrag gegeben wurde die Studie von 60 IHK-Zeitschriften, darunter auch die „WiM – WIRTSCHAFT in Mittel-franken“, sowie dem deutschen Industrie- und Handelskammertag DIHK. Befragt wurden insgesamt 3083 Inhaber bzw. leitende Angestellte aus Unternehmen mit einem Jahresumsatz zwischen 100000 und 50 Mio. Euro, und zwar im Face-to-Face Verfahren. Die Befragungsdauer betrug jeweils ca. 40 Minuten. Befragungszeitraum war September 2003.

Reichweitenvergleich

Entscheider und Führungskräfte mittelständischer Unternehmen lesen am liebsten die Zeitschriften der Industrie- und Handelskammern:

Reichweite im Mittelstand

IHK-Zeitschriften	31,2 %
Der Spiegel	21,5 %
Stern	20,1 %
Focus	19,8 %
Handwerk Magazin	11,4 %
Wirtschaftswoche	11,3 %
Handelsblatt	9,7 %
FAZ	9,0 %
manager magazin	8,6 %
Capital	8,1 %
Der Handel	7,8 %
Süddeutsche Zeitung	7,5 %
impulse	7,4 %

Pflichtlektüre für Unternehmer

IHK-Zeitschriften	47,8 %
Handwerk Magazin	43,0 %
Handelsblatt	39,1 %
Wirtschaftswoche	35,8 %
Der Handel	35,4 %
Süddeutsche Zeitung	34,4 %
FAZ	33,5 %
Creditreform	30,5 %
Markt und Mittelstand	27,4 %
manager magazin	26,6 %
Der Spiegel	26,5 %
Capital	26,4 %
Financial Times Deutschland	25,1 %

Mittelstandsrelevante Titel für Unternehmer

IHK-Zeitschriften	48,8 %
Markt und Mittelstand	47,3 %
Handwerk Magazin	42,6 %
Creditreform	36,5 %
Der Handel	36,3 %
Wirtschaftswoche	35,7 %
Impulse	34,0 %
Handelsblatt	33,9 %
Capital	31,9 %
FAZ	30,7 %
manager magazin	30,4 %
Süddeutsche Zeitung	26,8 %
Der Spiegel	19,5 %

Ihr Vorteil: Den durchschnittlichen Leser der WiM erreicht man mit zwölf Ausgaben ca. 8,3 mal.
Bei Mehrfachbelegung wächst die Zahl der erreichten Unternehmen und Entscheider um bis zu 50 Prozent.

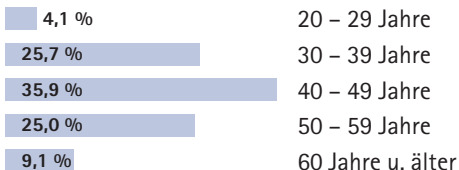
Leserdaten

Die Leser von IHK-Zeitschriften im Qualitätsprofil:

Geschlecht



Alter

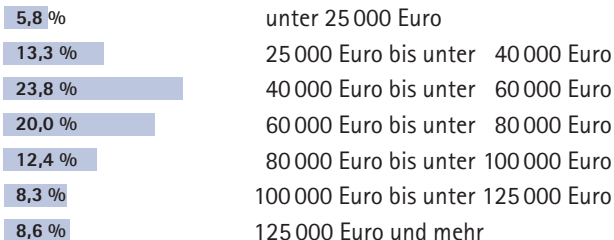


Ihr Vorteil: 91 Prozent der Leser sind zwischen 20 und 59 Jahre alt und gehören somit zur Zielgruppe der **aktiven** Entscheider!

Der Unternehmer privat

Private Anschaffungsplanung (nächsten 18 Monate)	Anteil ges.
Exklusive Brille	11,8 %
Armbanduhr der gehobenen Klasse	11,4 %
Füllfederhalter der Luxusklasse	5,5 %
Wertvolle Reiseausstattung (z.B. Goldpfeil)	4,3 %
Management-Outfit (hochwertige Anzüge ab ca. 500 Euro)	14,6 %
hochwertige Möbel/Haushaltswaren	18,6 %
Hifi/Audio/TV-Anlagen der gehobenen Klasse	20,2 %
Hochwertige Sportartikel/Sportgeräte (z.B. Golf-Equipment)	8,2 %
Digitalkamera/Digitalvideo	27,5 %
Geld-/Kapitalanlagen	26,5 %

Jährliches Bruttoeinkommen aus beruflicher Tätigkeit



Ihr Vorteil: Über 73 Prozent der Leser von IHK-Zeitschriften sind mit hohem Einkommen ausgestattet!

Position im Unternehmen	Anteil ges.
Inhaber des Unternehmens	54,0 %
Geschäftsführender Gesellschafter	15,1 %
Leitender Angestellter	12,8 %

Ihr Vorteil: Fast 82 Prozent der Leser sind Inhaber bzw. in leitender Position tätig.

Freizeitbeschäftigungen	Anteil ges.
Golf spielen	8,1 %
Im Fitness-Studio trainieren	21,1 %
Besuch gehobener Gastronomie	42,1 %
Theater/Oper/Konzertbesuch	37,1 %
Ausstellungsbesuch	31,8 %
Wochenend-Kurzreisen/Städtereisen	43,0 %
Fotografieren/Filmen	27,2 %
Verzehr hochwertiger Genussmittel (Weine/Zigarren etc.)	32,0 %

Ausstattungen und Anschaffungen

Folgende Dienstleistungen werden von den Lesern der IHK-Zeitschriften heute und in Zukunft genutzt:

Internet/Online

Unternehmens-Homepage im Internet	Anteil gesamt
Ja, bereits vertreten im Internet	47,5 %
Nein	52,3 %
Funktion Internet-Auftritt	Anteil gesamt
Schaufenster-Funktion, Präsentation des Unternehmens	40,1 %
Präsentation des Angebots (ohne Online-Kaufmöglichkeit)	18,0 %
Präsentation des Angebots (mit Online-Kaufmöglichkeit)	12,4 %
Abwicklung von Beschaffungsvorgängen (E-Procurement)	8,5 %

Ihr Vorteil: Fast 50 Prozent der Unternehmer, die IHK-Zeitschriften lesen, präsentieren sich im Internet.

EDV Hard- und Software

EDV-Software	vorhanden	geplant
Standard-Office-Pakete	82,8 %	10,3 %
Kaufmännische Software	72,4 %	15,9 %
Bildbearbeitung, PDF-Erstellung	46,3 %	11,6 %
Sicherheit (Firewall, Virenschutz etc.)	58,6 %	13,0 %
Datenbank-Software/Archivierung	44,0 %	9,1 %

Ihr Vorteil: 14 000 Unternehmen in Mittelfranken überlegen sich, in Kürze eine kaufmännische Software anzuschaffen!

Kommunikations- und Bürotechnik

Kopieren, Kommunikationsmittel	vorhanden	geplant
Kopiergerät (Einzelplatz/Großkopierer)	83,7 %	8,4 %
Telefaxgerät	82,3 %	7,7 %
Kombigerät (telefonieren/faxen etc.)	35,6 %	7,1 %
Telefon/Telefonanlage (Festnetz)	95,8 %	5,4 %
Mobiltelefon	93,4 %	16,3 %
Beamer	11,0 %	6,1 %
Overhead-Projektor	17,1 %	5,0 %
Frankiergerät (Einzelgerät)	15,0 %	4,6 %
Frankierstraße (Großpostverarbeitung)	2,1 %	2,6 %
Teleporto/Internetporto	2,1 %	3,1 %

Ihr Vorteil: Über 14 000 Unternehmen in der Region kaufen in den kommenden 18 Monaten mindestens ein Mobiltelefon!

Fuhrpark: Ausstattungen und Anschaffungen

Fuhrpark (Planung der nächsten zwei Jahre)	vorhanden	geplante Anschaffung
Firmen-PKW der Mittelklasse	67,1 %	15,2 %
Firmen-PKW der Oberklasse	31,1 %	11,5 %
Kombi/Caravan	32,9 %	9,2 %
Minivan	10,3 %	3,9 %
Kleintransporter	36,8 %	12,3 %
Leichte LKW bis 7,5 t	19,4 %	5,7 %
Mittlere LKW bis 18 t	6,3 %	2,7 %
Schwere LKW ab 18 t	3,1 %	1,8 %
Transportgeräte	16,8 %	2,8 %

Ihr Vorteil: Über 24 000 Firmen in Mittelfranken ergänzen/wechseln in Kürze ihren PKW-Fuhrpark.

Potenzielle KFZ-Marken unserer Leser

Automarke	Total	WiM-Leser	Automarke	Total	WiM-Leser	Automarke	Total	WiM-Leser
Audi	40,3 %	46,2 %	Jeep	3,1 %	3,7 %	Renault	9,6 %	5,8 %
BMW	37,6 %	38,8 %	Mazda	4,0 %	3,4 %	Saab	3,8 %	4,2 %
Chrysler	5,3 %	10,1 %	Mercedes Benz	38,4 %	40,4 %	Seat	2,4 %	1,0 %
Citroen	2,3 %	2,6 %	Mitsubishi	5,9 %	4,6 %	Skoda	1,5 %	1,6 %
Fiat	4,2 %	1,1 %	Nissan	4,9 %	6,7 %	Toyota	5,2 %	5,7 %
Ford	16,9 %	21,7 %	Opel	11,6 %	10,1 %	Volvo	11,0 %	9,0 %
Honda	1,2 %	1,0 %	Peugeot	4,6 %	3,0 %	VW	44,8 %	41,4 %
Jaguar	4,2 %	4,7 %	Porsche	3,9 %	5,1 %	Sonstige	14,1 %	3,9 %

Lesebeispiel: Für 40,3 Prozent aller mittelständischen Unternehmen kommt ein Audi als Firmenfahrzeug in Frage. Im Kreis der WiM-Leser kommt für 46,2 Prozent ein Audi als Firmenfahrzeug in Frage.

Geschäftliche Aktivitäten

Besuch von nationalen und internationalen Messen

41,8 %	1 bis 3 Messen jährlich
18,9 %	Mehr als 3 Messen jährlich

Ihr Vorteil: Über 60 Prozent der Leser von IHK-Zeitschriften nutzt gezielt den Besuch von Messen zur beruflichen Information!

Anzahl Geschäftsreisen in den letzten zwölf Monaten

20,9 %	1 – 2 Reisen
23,7 %	3 – 5 Reisen
18,7 %	6 – 10 Reisen
12,3 %	11 – 20 Reisen
11,6 %	Keine

Ihr Vorteil: Geschäftsreisen sind ein wichtiger Faktor für die Leser von IHK-Zeitschriften!

Leserinteresse

So bewerten die Leser die Informationen von IHK-Zeitschriften:

Besonders wichtige Inhalte in Zeitschriften

	Total	WiM
tieferegehende Hintergrundberichte	52,6 %	51,5 %
kurze, aktuelle Meldungen	67,1 %	74,8 %
Kommentare	39,0 %	35,6 %
Unternehmensnachrichten/-portraits	44,4 %	50,6 %
Regionale wirtschaftliche Themen	61,6 %	71,2 %

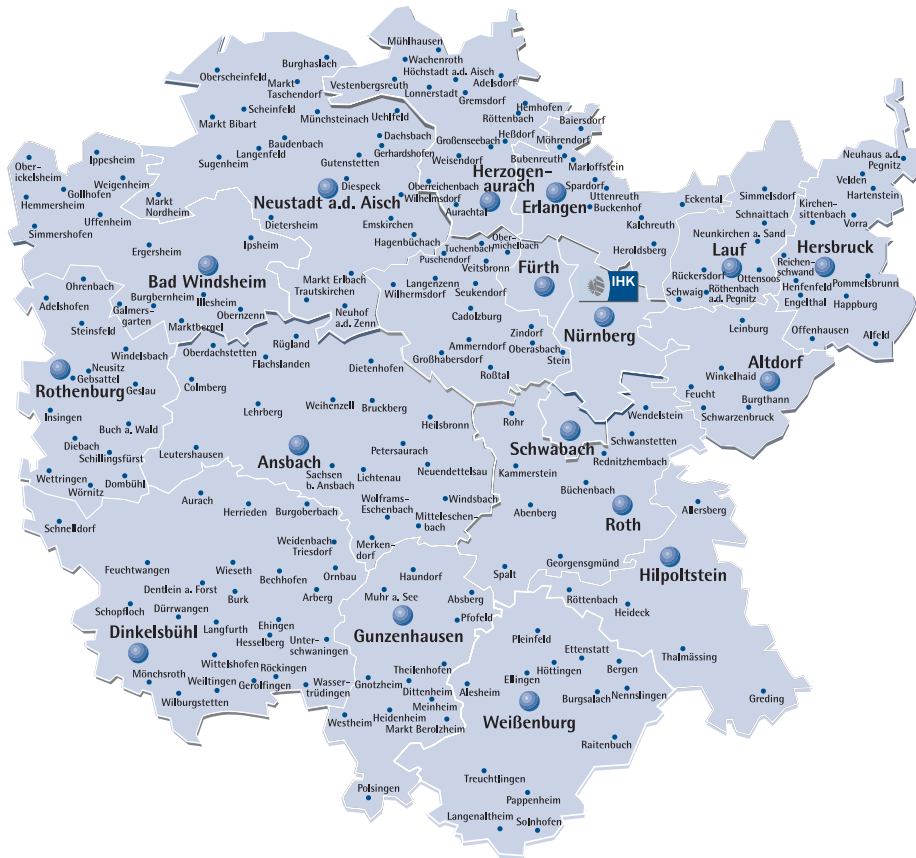
Ihr Vorteil: Fast 75 Prozent der Leser interessieren sich für kurze und aktuelle Meldungen. Informationen aus Anzeigen eingeschlossen!

Zustimmung: Werbung in der Wirtschaftspresse

	Total	WiM
weckt im Allgemeinen meine Aufmerksamkeit	35,6 %	31,5 %
Informationen über Anbieter/Unternehmen	49,8 %	50,4 %
informiert mich über neue Produkte	55,5 %	66,1 %
nützlich für meine Berufsausübung	29,6 %	31,4 %
Informationen für Investitionsentscheidungen	13,6 %	12,8 %

Ihr Vorteil: Über 66 Prozent der Leser nutzen die Anzeigen der „WiM – WIRTSCHAFT in Mittelfranken“ als wichtige Informationsquelle für neue Produkte.

Verbreitungsgebiet



Kurzcharakteristik und Zielgruppen

Die „WiM – WIRTSCHAFT in Mittelfranken“ ist das offizielle regionale Wirtschaftsmagazin der Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken. Sie richtet sich monatlich an alle Unternehmen aus Industrie, Handel und Dienstleistung in Mittelfranken, dem sechstgrößten Wirtschaftsraum Deutschlands.

Mit einer Auflage von 101 667 Exemplaren (geprüft, Quartal 1/2008) erreicht die „WiM“ flächendeckend alle Selbstständigen, große Unternehmen, mittelständische Betriebe sowie Einzelunternehmer, ohne jeglichen Streuverlust. Die Leserschaft zeichnet sich durch einen gehobenen Lebens- und Bildungsstandard und unternehmerisches Interesse aus.

Mit einem Wort:

First-Class-Kunden als geballte Zielgruppe.

Redaktionelle Schwerpunkte

- **Aktuelles in Kürze:**
Kurzmeldungen aus Mittelfranken
- **Berichte | Analysen:**
Neues aus dem Wirtschaftsgeschehen
- **IHK-News:**
Berichte aus der Kammerarbeit
- **Unternehmen | Personen:**
Firmenberichte und Personalien aus der Region
- **Infos für den Betrieb:**
Geldwerte Informationen aus den Bereichen Recht, Technologie, Kurse/Tagungen/Seminare, Berufsbildung, Messen/Ausstellungen, Umweltschutz, Außenwirtschaft, Verkehr, Steuern

Die „WiM – WIRTSCHAFT in Mittelfranken“ – die kompetente Reichweite im Mittelstand!

Ich weiß, der **Mittelstand** ist
mein wichtigstes Zielgruppensegment ...

~~HK-Zeitschriften 35,1%*~~

~~Handwerk Magazin 11,4%~~

~~Manager Magazin 8,6%~~

~~Impulse 7,4%~~

~~Markt und Mittelstand 7,2%~~

~~Der Spiegel 21,5%~~

~~Stern 20,4%~~

~~Focus 19,8%~~

~~Capital 8,1%~~

~~FAZ 9,0%~~

~~Süddeutsche Zeitung 7,5%~~

* Eumid-Umfrage 2003: Entscheider im Mittelstand:
Welche Wirtschaftszeitungen lesen Sie?

Kontaktstelle
WIRTSCHAFT in Mittelfranken:

Rüdiger Sauder

Tel. 0911/5203-355

email:

sauder@hofmann-infocom.de



hofmann **media**

... gut, dass ich jetzt weiß,
wie ich den **Mittelstand** erreiche!