

Two overlapping circles in the top-left corner: a white one on top and a lime green one on the bottom-left.

REICHWEITENSTUDIE KOMMUNIKATIONS- FACHPRESSE 2015

GRUNDGESAMTHEIT: 160.000 ENTSCHIEDER
IN AGENTUREN UND WERBUNGSTREIBENDEN UNTERNEHMEN

Auftraggeber: Verlag Werben & Verkaufen GmbH
Marktforschungsinstitut: Czaia Marktforschung GmbH

15. Januar 2016

INHALT

- I. Untersuchungssteckbrief**
- II. Reichweite Print in der Entscheider-Zielgruppe**
- III. Exklusivleser in der Entscheider-Zielgruppe**
- IV. Wirtschaftlichkeit: TKP und Reichweite**
- V. Kontakt**

Two overlapping circles, one white and one dark grey, are positioned in the top-left corner of the page.

UNTERSUCHUNGS- STECKBRIEF

REICHWEITENSTUDIE KOMMUNIKATIONSFACHPRESSE 2015

UNTERSUCHUNGS- STECKBRIEF

Grundgesamtheit

Institutionelle Grundgesamtheit

(entspricht insgesamt 12.573 Unternehmen):

- Werbungtreibende Unternehmen mit Bruttowerbeaufwendungen von mindestens 100.000 € im Jahr 2014 (lt. The Nielsen Company (Germany) GmbH), entspricht 7.583 Unternehmen
- Agenturen mit mindestens 5 Mitarbeitern (lt. Unternehmensregister: Werbeagenturen, Public-Relations-Beratungen, Vermarktung und Vermittlung von Werbeflächen), entspricht 4.990 Agenturen

Personelle Grundgesamtheit

(entspricht insgesamt 160 Tsd. Personen):

- Werbungtreibende Unternehmen: Allein- und Mitentscheider, Entscheidungsdelegierer in den Unternehmensbereichen Marketing, Unternehmenskommunikation/ PR, Werbung und Marktforschung
- Agenturen: Allein- und Mitentscheider, Entscheidungsdelegierer in den Bereichen Beratung/ Account Management, Strategische Planung, Unternehmenskommunikation/ PR, Kreation, Media und Marktforschung

UNTERSUCHUNGS- STECKBRIEF

Untersuchungsgebiet	Bundesrepublik Deutschland
Auftraggeber	Verlag Werben & Verkaufen GmbH
Methode	Computer Assisted Telephone Interviewing (C.A.T.I.)
Stichprobe	Disproportionale Anlage, quotiert hinsichtlich Firmenart: Ein Drittel der Interviews (netto) Agenturen und zwei Drittel der Interviews in werbungtreibenden Unternehmen
Datenerhebung	06. Mai bis 20. August 2015
Fallzahl	755 Interviews (netto), davon: <ul style="list-style-type: none">▪ 510 in Werbungtreibenden Unternehmen▪ 255 in Agenturen (10 Interviews sind sowohl der Gruppe Werbungtreibende Unternehmen als auch Agenturen zuzuordnen)

UNTERSUCHUNGS- STECKBRIEF

Erhebungsinhalte

- Medien: Nutzung von Fachzeitschriften/ Fachdiensten aus dem Bereich Werbung, Marketing, Kommunikation inkl. Digitale Angebote
- Soziodemografie
- Stellung und Funktion im Unternehmen
- Mitarbeiterzahl, Branchenzugehörigkeit
- Tätigkeitsschwerpunkte nach Unternehmensbereichen
- Entscheidungskompetenzen

Medienauswahl

- Absatzwirtschaft (erscheint 12 x jährlich)
- Acquisa (erscheint 12 x jährlich)
- Werben & Verkaufen (erscheint wöchentlich)
- Horizont (erscheint wöchentlich)
- Digitale Angebote der ausgewählten Titel

Konzeption, Durchführung

Czaia Marktforschung GmbH, Bremen  **CZAIA MARKTFORSCHUNG**

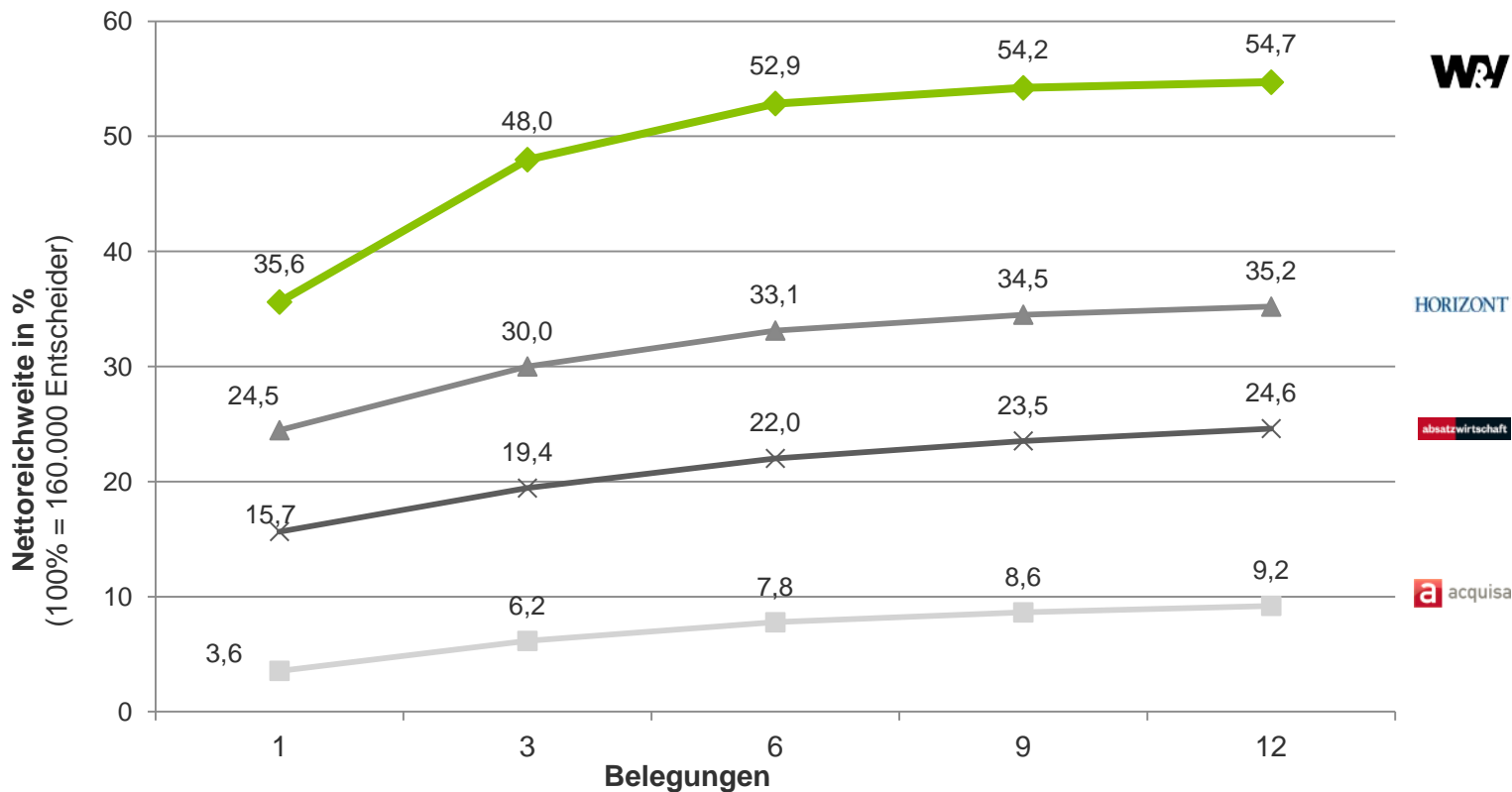
Two overlapping circles are located in the top left corner: a larger white circle on top and a smaller dark grey circle below it, partially overlapping the white one.

REICHWEITE PRINT IN DER ENTSCHEIDER-ZIELGRUPPE

REICHWEITENSTUDIE KOMMUNIKATIONSFACHPRESSE 2015

REICHWEITEN-ENTWICKLUNG

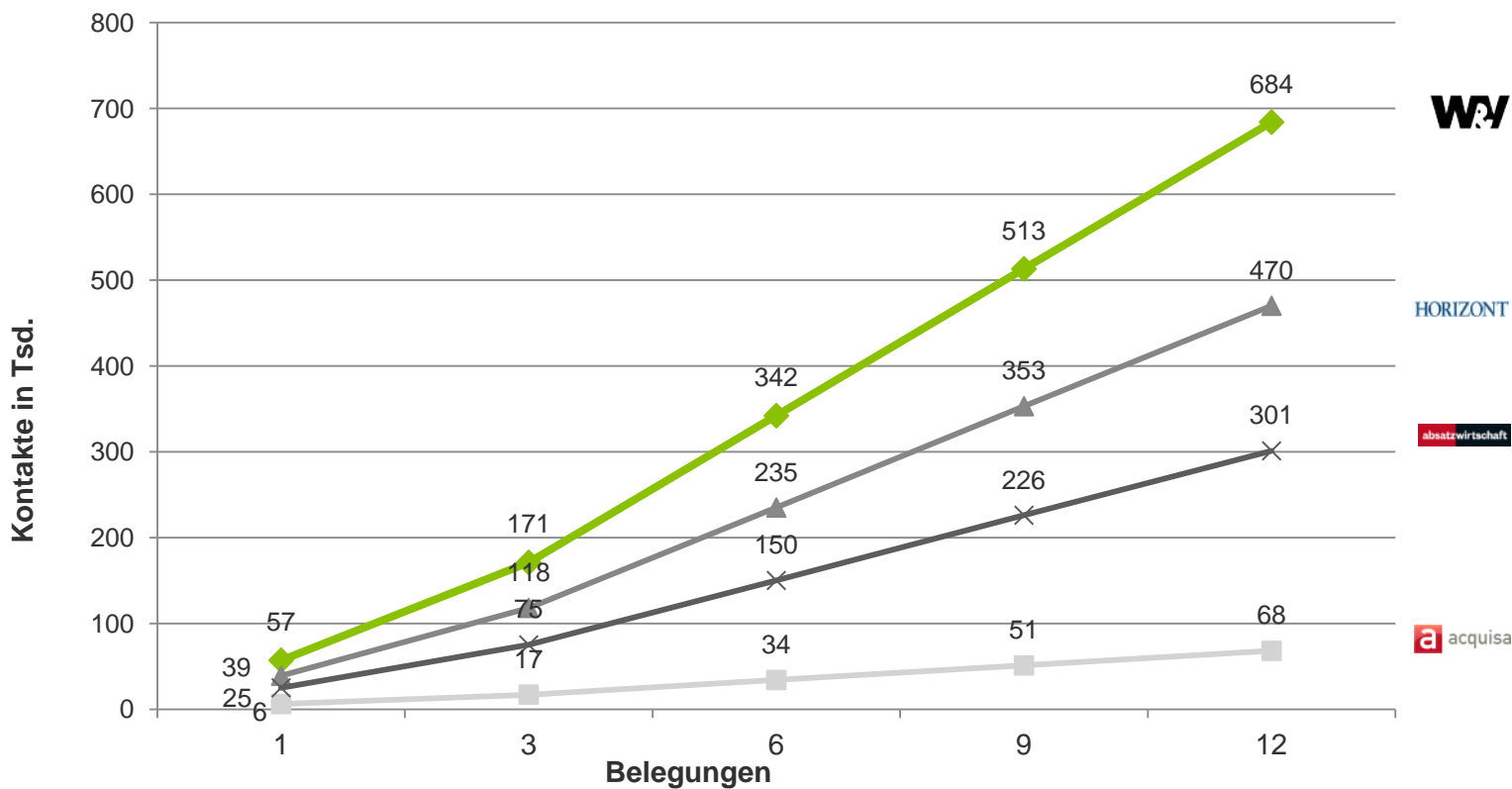
LESERSCHAFTSWACHSTUM NACH N BELEGUNGEN (BASIS: JEWEILIGER LPA)



Quelle: Reichweitenstudie Kommunikationsfachpresse 2015 im Auftrag der Verlag Werben & Verkaufen GmbH. Fallzahl: 755 Interviews (C.A.T.I.). Entspricht einer personellen Grundgesamtheit von 160.000 Entscheidern aus werbungtreibenden Unternehmen und Agenturen.

REICHWEITEN-ENTWICKLUNG

KONTAKTE NACH N BELEGUNGEN (BASIS: JEWEILIGER LPA)



Quelle: Reichweitenstudie Kommunikationsfachpresse 2015 im Auftrag der Verlag Werben & Verkaufen GmbH. Fallzahl: 755 Interviews (C.A.T.I.). Entspricht einer personellen Grundgesamtheit von 160.000 Entscheidern aus werbungtreibenden Unternehmen und Agenturen.

Two overlapping circles in the top-left corner: a white circle on top and a dark grey circle on the bottom-left.

EXKLUSIVLESER IN DER ENTSCHEIDER-ZIELGRUPPE

REICHWEITENSTUDIE KOMMUNIKATIONSFACHPRESSE 2015

EXKLUSIVLESER

EXKLUSIV- UND DOPPELLESER IN DER ENTSCHEIDER-ZIELGRUPPE



Quelle: Reichweitenstudie Kommunikationsfachpresse 2015 im Auftrag der Verlag Werben & Verkaufen GmbH. Fallzahl: 755 Interviews (C.A.T.I.). Entspricht einer personellen Grundgesamtheit von 160.000 Entscheidern aus werbungtreibenden Unternehmen und Agenturen.

Two overlapping circles, one white and one dark grey, are positioned in the top-left corner of the page.

WIRTSCHAFTLICHKEIT

REICHWEITENSTUDIE KOMMUNIKATIONSFACHPRESSE 2015

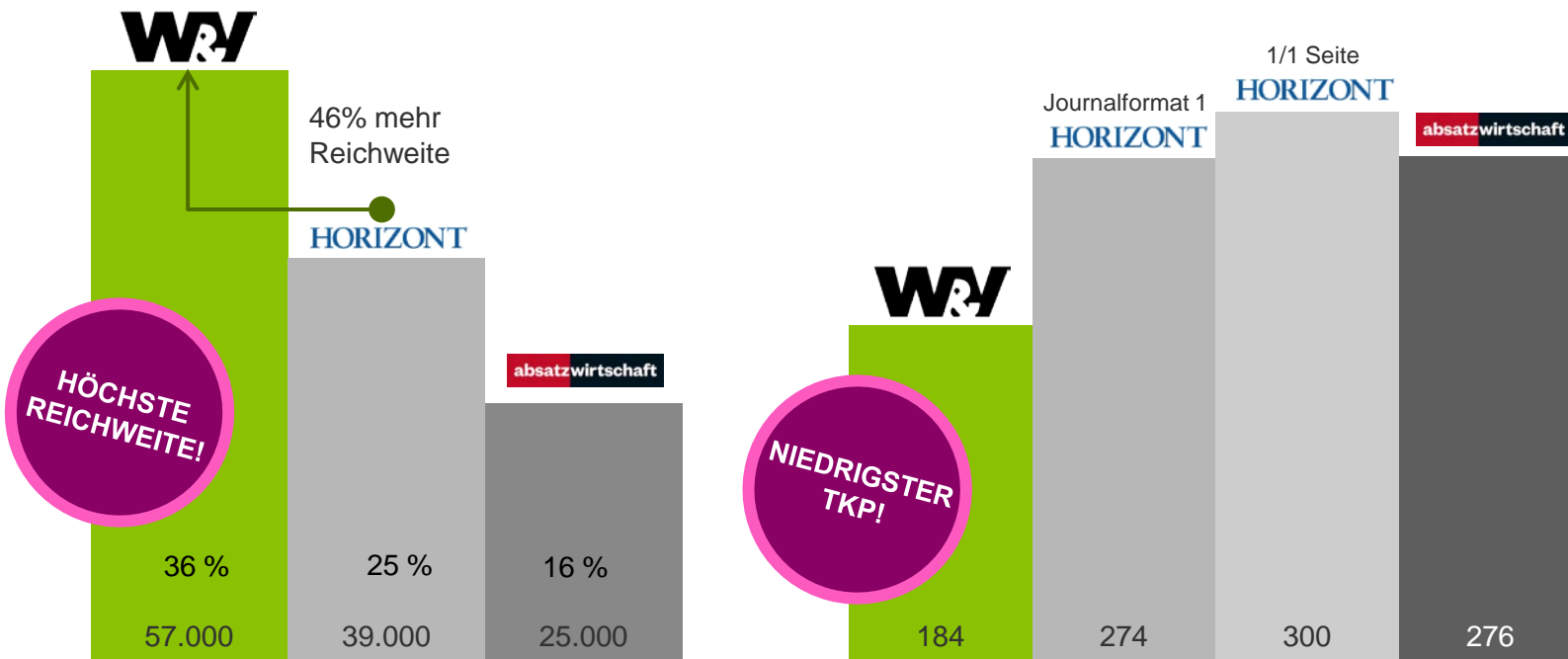
EFFIZIENTER WERBETRÄGER

W&V STEHT FÜR HÖCHSTE REICHWEITE UND WIRTSCHAFTLICHKEIT*

Mit einer Anzeige in W&V setzen Sie Ihr Budget am wirtschaftlichsten ein.

Reichweite in der Entscheider-Zielgruppe (LpA absolut und in %)*

TKP**



HÖCHSTE REICHWEITE!

NIEDRIGSTER TKP!

* Reichweitenstudie Kommunikationsfachpresse 2015 im Auftrag der Verlag Werben & Verkaufen GmbH. Fallzahl: 755 Interviews (C.A.T.I.). Entspricht einer personellen Grundgesamtheit von 160.000 Entscheidern aus werbungstreibenden Unternehmen und Agenturen.

** Basis: 1/1, 4c, netto (2015), LpA bzw. zusätzlich bei Horizont: Journalformat, 4c, netto (2015)

Two overlapping circles in the top-left corner: a white circle on top and a dark grey circle on the bottom-left, partially overlapping the white one.

KONTAKT

SIE HABEN FRAGEN? SPRECHEN SIE UNS AN!

E-Mail: kommunikation@wuv.de