

Transport

DIE ZEITUNG FÜR DEN GÜTERVERKEHR



Leser-Struktur-Analyse 2011

- ... weit verbreitet
- ... viel gelesen
- ... unverzichtbar ... 27,1 % der Leser urteilen, dass **Transport** nicht durch andere Titel zu ersetzen ist
- ... kontinuierlich
- ... kompetent
- ... nachhaltig
- ... mediawirksam
- ... jedes Exemplar von **Transport** wird geschätzt von 2,8 Lesern gelesen
- ... die durchschnittliche Lesedauer liegt bei über einer halben Stunde
- ... 72 % nehmen die Anzeigen als interessant und hilfreich wahr
- ... für 90,4 % der Leser beinhaltet die **Transport** kompetente Beiträge
- ... nahezu 60 % der Leser der **Transport** lesen fast alle Ausgaben
- ... die Seitenkontaktchance beträgt 73,7 % – auch für Anzeigen



Vorwort

Einblicke, Ausblicke

Zum 20-jährigen Jubiläum wollten wir es genau wissen – und haben unseren Lesern Fragen zur Titelnutzung gestellt, die auch Sie als werbetreibende Industrie interessiert.

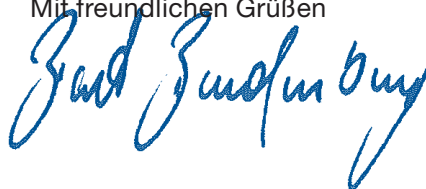
- Wer liest die **Transport**?
- Besteht eine attraktive Werbemittelkontaktchance?
- Wie kommt das redaktionelle Profil der Zeitung bei den Rezipienten an?
- Und wie werden Anzeigen beachtet?

Um verlässliche Ergebnisse zu erhalten, beauftragten wir im Sommer 2011 das TNS Emnid-Institut mit einer repräsentativen Leser-Struktur-Analyse. Eine Leser-Studie dient der Gewinnung von Erkenntnissen über die Wünsche und Vorstellungen der Leser bezüglich der redaktionellen Inhalte und der Gestaltung der Zeitung. Wir erhalten somit Hinweise zur fortlaufenden Optimierung.

Die wichtigsten Ergebnisse stellen wir auf den folgenden Seiten vor. Überzeugen Sie sich selbst davon, welch hervorragendes Ansehen **Transport** – Die Zeitung für den Güterverkehr bei ihren Lesern genießt. Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

Mit der vorliegenden Leser-Struktur-Analyse 2011 liefern wir Ihnen aktuelle und stichhaltige Argumente für Ihre Entscheidungsfindung und Ihre Mediaplanung. Die Zahlen sprechen für sich und sind sicher die Basis für eine gute Zusammenarbeit.

Mit freundlichen Grüßen



Bert Brandenburg
Verlagsleiter HUSS-VERLAG



Torsten Buchholz
Chefredakteur Transport

Das Team der Transport

Medienberatung



Michaela Pech
michaela.pech@huss-verlag.de
Tel. +49 (0)89 323 91-251



Peter Kusterer
peter.kusterer@huss-verlag.de
Tel. +49 (0)89 323 91-256



Michaela Schmid
michaela.schmid@huss-verlag.de
Tel. +49 (0)89 323 91-255

Chefredakteur



Torsten Buchholz
torsten.buchholz@huss-verlag.de
Tel. +49 (0)89 323 91-220

Inhalt

Betriebliche und personenbezogene Strukturdaten

Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit	4
Betriebene Fahrzeuge	4
Investitionsplanung	4
Stellung/Position im Betrieb	5
Betriebliche Funktionsbereiche	5
Entscheidungskompetenz	6

Informationsverhalten und Nutzungsdaten

Messebesuche	6
Lesefrequenz	7
Seitenkontaktchance	7
Geschätzte Anzahl weiterer Leser	8
Lesedauer	8
Anzeigenakzeptanz	9

Themeninteresse und Titelbewertung

Themeninteresse	9
Titelprofil	10
Praxisrelevanz	10
Gesamtbeurteilung	11
Kurzfassung der Erhebungsmethode	11

Redaktion



Christine Hartmann
christine.hartmann@huss-verlag.de
Tel. +49 (0)89 323 91-273



Thomas Pietsch
thomas.pietsch@huss-verlag.de
Tel. +49 (0)89 323 91-492

Verlagsleitung



Bert Brandenburg
bert.brandenburg@huss-verlag.de
Tel. +49 (0)89 323 91-200

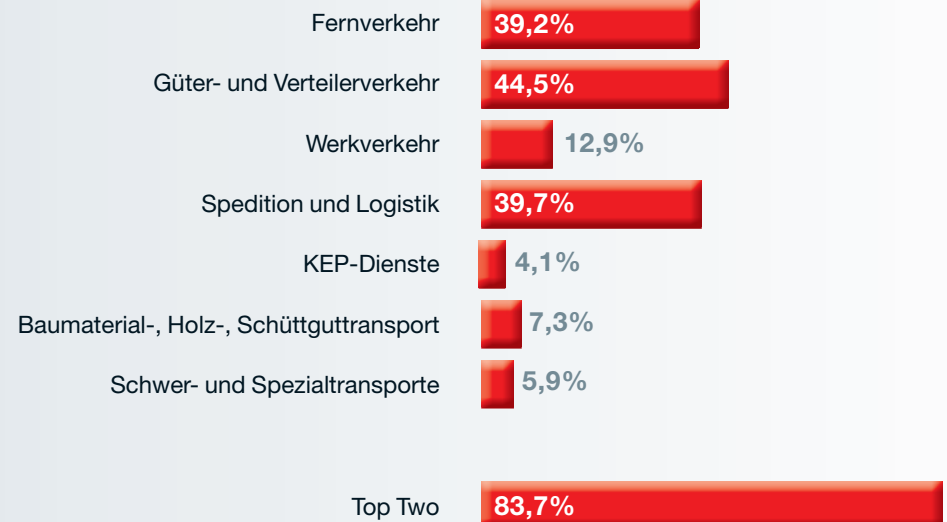


Dr. Petra Seebauer
petra.seebauer@huss-verlag.de
Tel. +49 (0)89 323 91-213

Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit

Der Schwerpunkt der Geschäftstätigkeit liegt bei 83,7% der Leser im Fern- und Güter-/Verteilerverkehr.

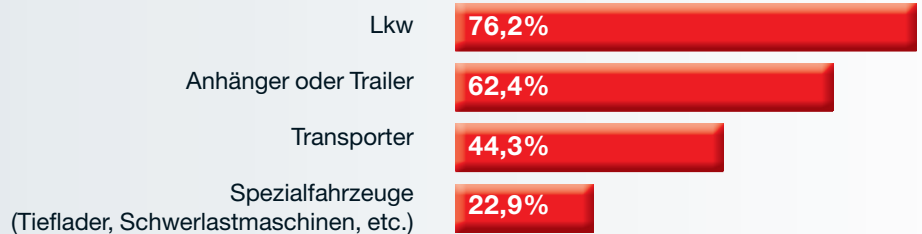
Was ist der Schwerpunkt Ihrer Geschäftstätigkeit? Wenn Ihr Betrieb mehrere Schwerpunkte hat, nennen Sie bitte alles Zutreffende. *



Betriebene Fahrzeuge

76,2% der Unternehmen haben einen Lkw im Bestand. Trailer und Anhänger sind mit 62,4% und Transporter mit 44,3% im Bestand der Unternehmen vertreten.

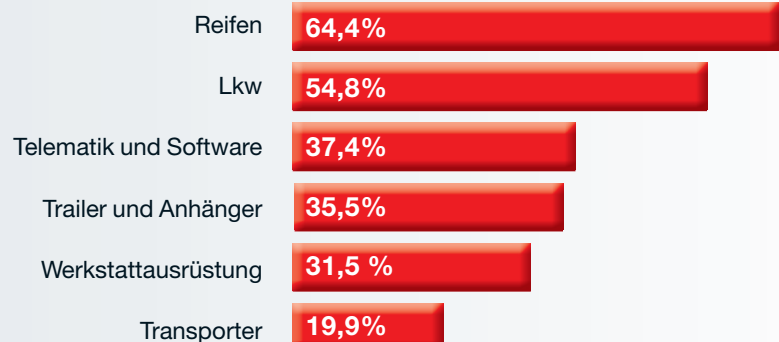
Welche der folgenden Fahrzeuge hat Ihr Unternehmen im Bestand? *



Investitionsplanung (in den nächsten zwei Jahren)

In den kommenden zwei Jahren planen die Leser von **Transport** viele Neuanschaffungen, dazu gehören Reifen, neue Fahrzeuge, aber auch Investitionen im Bereich der Werkstatt.

Für welche Produkte und Dienstleistungen sind in den nächsten zwei Jahren in Ihrem Betrieb Neuanschaffungen, d.h. Ersatzanschaffungen oder auch Erweiterungen, geplant? (Gleichgültig, ob durch Kauf oder Leasing) *

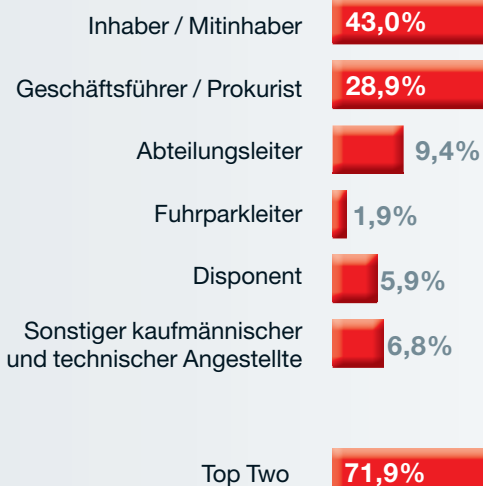


* Mehrfachnennungen möglich

Stellung/Position im Betrieb

71,9% der **Transport-** Leser sind in leitender Position als Inhaber und/oder Geschäftsführer/Prokurist tätig.

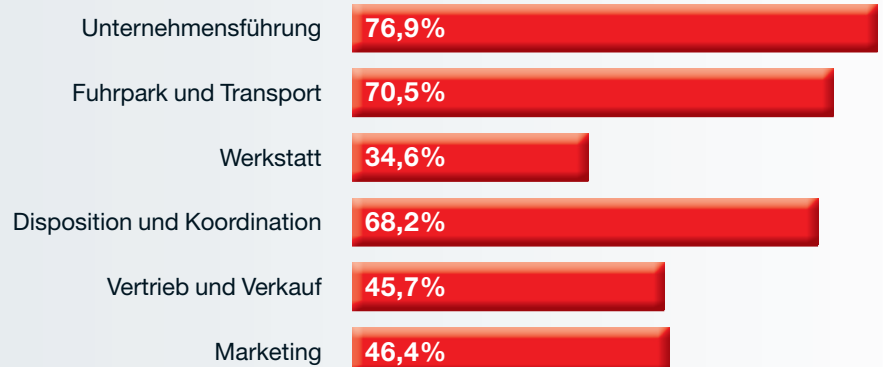
Welche Stellung/Position nehmen Sie in Ihrem Betrieb/ in Ihrem Unternehmen ein?



Betriebliche Funktionsbereiche

Transport-Leser sind neben der Unternehmensführung vor allem im Bereich Fuhrpark, Disposition und Werkstatt tätig.

In welchen der folgenden Funktionsbereiche sind Sie tätig? *

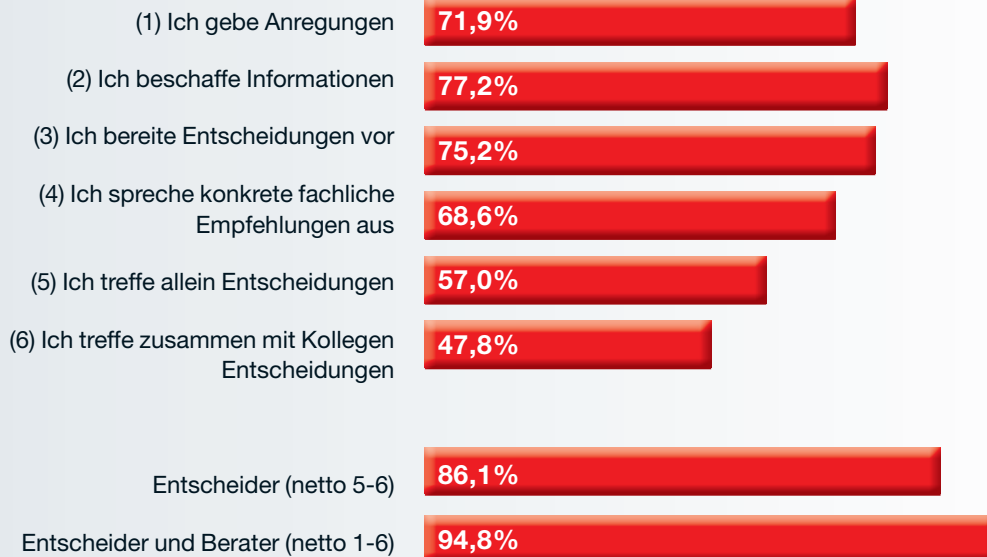


* Mehrfachnennungen möglich

Entscheidungskompetenz

Transport-Leser
haben eine hohe
Entscheidungs-
kompetenz.
94,8% sind Entscheider
und Berater.

Wenn es in Ihrem Unternehmen um Investitionsentscheidungen geht:
In welcher Weise sind Sie daran beteiligt?

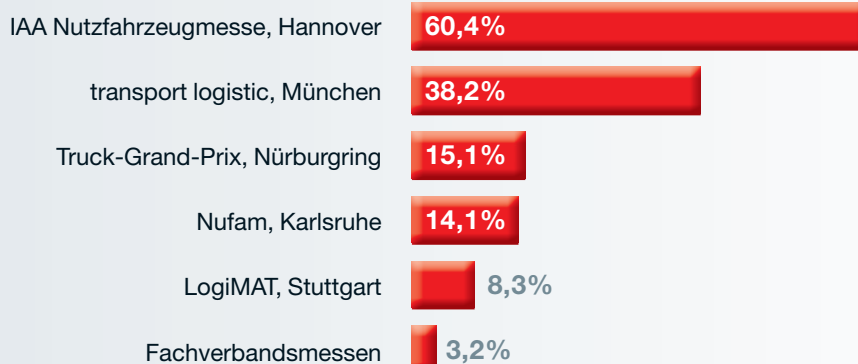


Informationsverhalten und Nutzungsdaten

Messebesuche

Die IAA Nutzfahrzeuge
und die transport logistic
stehen im Fokus der
Leser von **Transport**.

Welche Messen/Veranstaltungen besuchen Sie regelmäßig, das heißt
mindestens jedes 2. Mal bzw. welche wollen Sie zukünftig besuchen? *

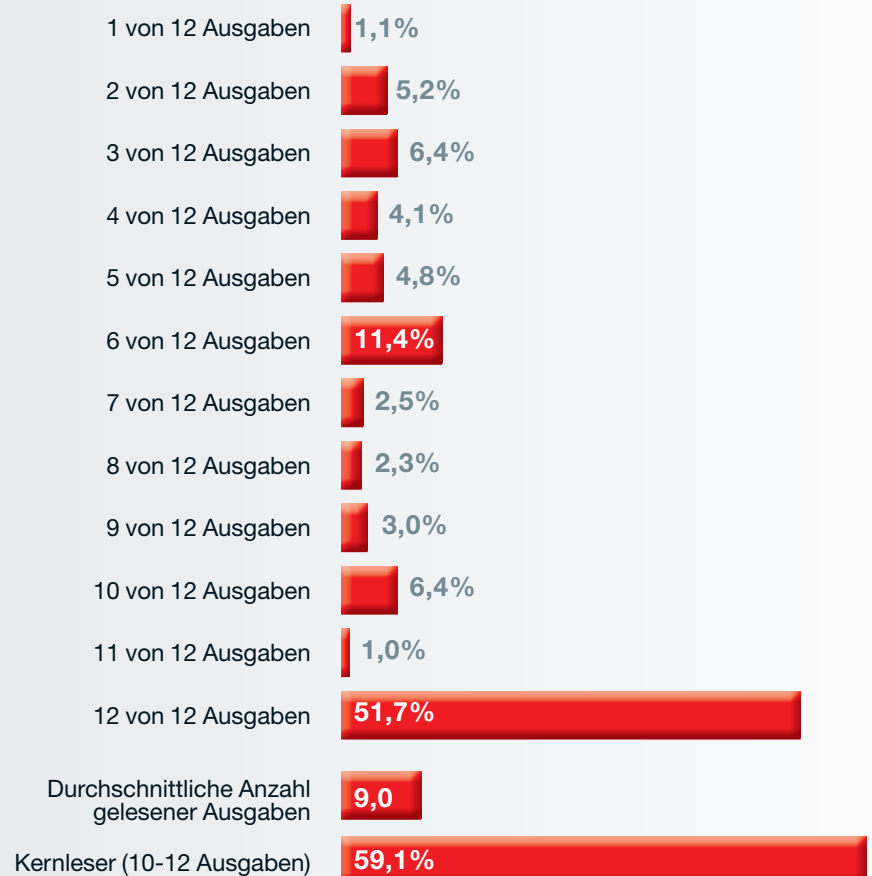


* Mehrfachnennungen möglich

Lesefrequenz

Nahezu 60% der Leser
der **Transport** lesen
fast alle Ausgaben.

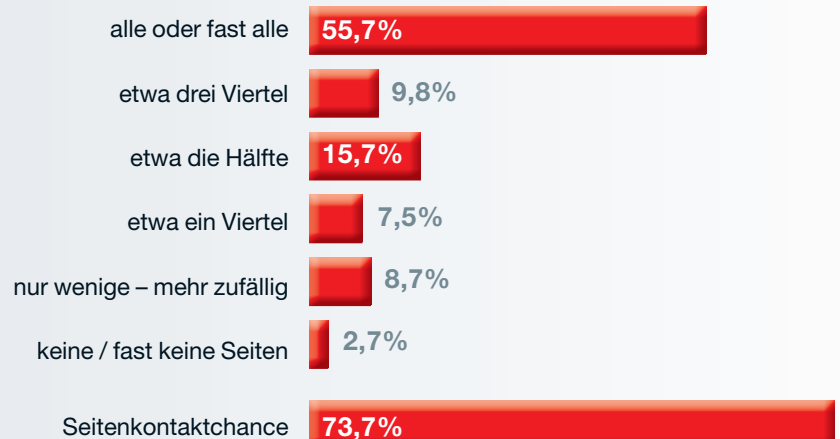
Von **Transport** sind in den letzten 6 Monaten 12 verschiedene Ausgaben erschienen. Wie viele dieser 12 Ausgaben haben Sie in der Hand gehabt, um darin zu blättern oder zu lesen?



Seitenkontaktchance

Transport wird
intensiv von den
Lesern genutzt.
Die Seitenkontakt-
chance beträgt
73,7% – auch für
Anzeigen.

Wie viele Seiten haben Sie in der letzten Ausgabe von **Transport** aufgeschlagen, um sich dort etwas anzusehen oder etwas zu lesen? Was schätzen Sie?



Geschätzte Anzahl weiterer Leser

Jedes Exemplar der **Transport** wird von geschätzt 2,8 Lesern genutzt.

Was schätzen Sie: Wie viele Personen lesen Ihr Exemplar von **Transport** im Allgemeinen außer Ihnen noch?



Lesedauer

Die durchschnittliche Lesedauer der **Transport** beträgt 30,8 Minuten.

Wie lange lesen Sie durchschnittlich in einer Ausgabe von **Transport**, ehe Sie diese ausgelesen haben und zur Seite legen?



Anzeigenakzeptanz

Die Anzeigen werden von den Rezipienten beachtet und als wichtige Informationsquelle in der **Transport** wahrgenommen.

Wie wichtig sind für Sie Anzeigen in Fachzeitschriften als Informationsquelle für Investitionsentscheidungen?



Themeninteressen und Titelbewertung

Themeninteresse

Die Leser von **Transport** haben ein hohes Interesse an Ladungssicherung und technischen Inhalten.

Ich nenne jetzt verschiedene Themenbereiche, die in **Transport** berücksichtigt werden: Sagen Sie bitte für jeden Themenbereich bzw. für jede Rubrik, wie wichtig Ihnen persönlich diese ist. *

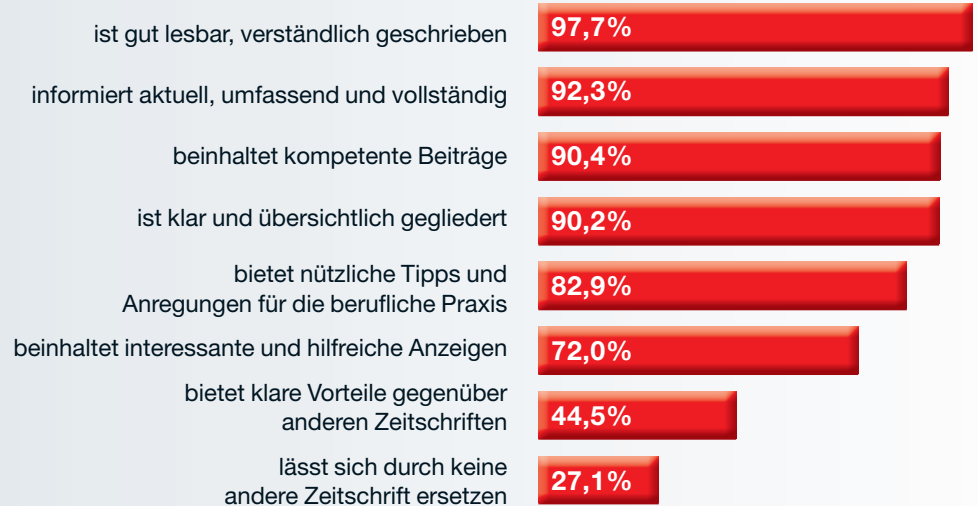


* Mehrfachnennungen möglich

Titelprofil

Bei dem Leser kommt **Transport** ausgesprochen gut an. Knapp ein Drittel urteilt, dass sich die Zeitung durch keine anderen Titel ersetzen lässt.

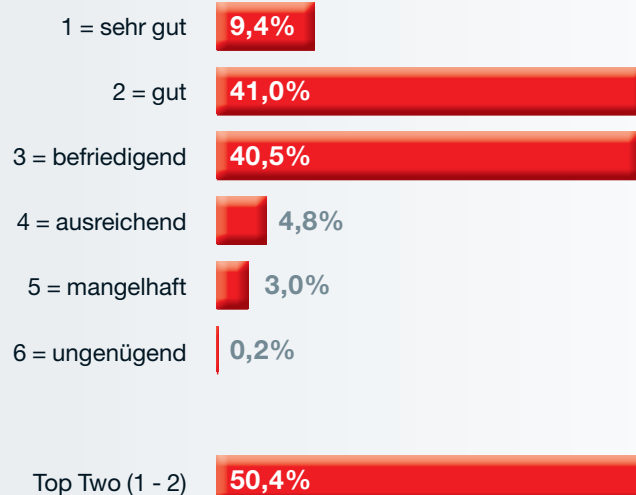
Ich nenne Ihnen jetzt verschiedene Eigenschaften, die auf eine Fachzeitung mehr oder weniger stark zutreffen können. Sagen Sie mir bitte zu jeder Eigenschaft, wie stark diese auf **Transport** zutrifft. *



Praxisrelevanz

Über 50% der Leser beurteilen die **Transport** mit gut bis sehr gut bezüglich einer Nutzwertsteigerung für die berufliche Praxis.

Wie beurteilen Sie die Fachzeitschrift **Transport** hinsichtlich des Nutzens für ihre berufliche Praxis?
Bitte vergeben Sie zur Bewertung eine Schulnote zwischen 1 = sehr gut und 6 = ungenügend.



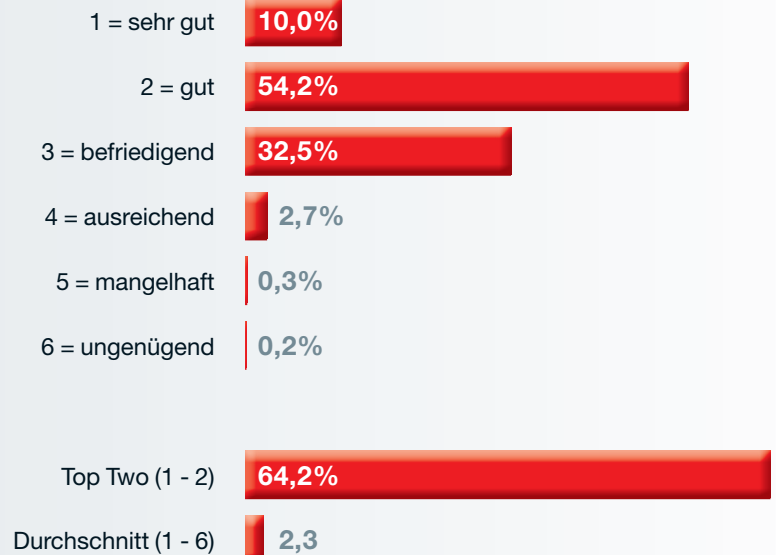
* Mehrfachnennungen möglich

Gesamtbeurteilung

Mit einer Durchschnittsnote von 2,3 kommt die **Transport** in der Gesamtbeurteilung sehr gut an.

Wie beurteilen Sie **Transport** insgesamt?

Bitte vergeben Sie zur Bewertung wieder eine Schulnote zwischen 1 = sehr gut und 6 = ungenügend.



Kurzfassung der Erhebungsmethode

1 Untersuchungsmethode:

Leser-Struktur-Analyse durch telefonische Erhebung – Stichproben-Erhebung

2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

2.1 Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2.2 Gesamtzahl Empfänger in der Datei: 62.381

2.3 Gesamtzahl wechselnder Empfänger: 56.089
(Wechsel nach jeder 3. Ausgabe)

2.4 Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

Verkaufte Auflage	6.381
davon: Normalabonnenten/sonstiger Verkauf	6.381
Mitglieder-Abonnenten	0
Einzelverkauf	0
ständige Freistücke	0
wechselnde Freistücke	15.257
tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	21.638
davon: Bundesrepublik Deutschland	21.580
davon: Ausland	58

3 Beschreibung der Untersuchung:

3.1 Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (tvA)	21.300 = 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst:	
Abonnenten nicht deutschsprachiges Ausland	21 = 0,1%
ADM-Sperrdatei	298 = 1,4%
Mehrfachbezieher	0 = 0,0%
Summe	319 = 1,5%

Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA)

20.981 = 98,5%

3.2 Tag der Stichproben-Ziehung: 8. August 2011

3.3 Beschreibung der Stichprobe:

Random-Auswahl per Schrittziffer aus der Datei der Empfänger ohne Auslandsadressen mit ADM-Sperrvermerk. Statt Zufallszahl Z, Schrittziffer 51.

Ausgangs-Stichprobe: 411 = 100,0%

Stichprobenneutrale Ausfälle:	
Empfänger nicht zu ermitteln	7 = 1,7%
Leser nicht zu ermitteln	48 = 11,7%
Adresse/Telefonnummer falsch/nicht ermittelbar	3 = 0,7%
Ausfälle gesamt:	58 = 14,1%

Brutto-Stichprobe: 353 = 100,0%

Ausfälle: Zielperson nicht erreicht	61 = 17,3%
Zielperson verreist/krank	7 = 2,0%
keine Terminvereinbarung möglich	9 = 2,5%
Beantwortung der Befragung verweigert	23 = 6,5%
Abbruch im Interview	3 = 0,8%

Ausfälle gesamt: 103 = 29,2%

Netto (auswertbare Fälle): 250 = 70,8%

3.4 Zielperson der Untersuchung:

Befragt wurde der hauptsächliche Leser in der Institution.

3.5 Definition des Lesers: Hauptsächlicher Leser im WLK.

3.6 Zeitraum der Untersuchung: 10. August bis 8. September 2011

3.7 Durchführung der Untersuchung:

TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH, Bielefeld

Die Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.



www.transport-online.de



Europäischer
Transport preis
für Nachhaltigkeit

www.transportpreis.eu