

*Print lebt: 85% der professionellen Entscheider nutzen Fachzeitschriften.*

Juli 2010

## Mediennutzung professioneller Entscheider B2B-Entscheideranalyse 2010 erschienen

Fachzeitschriften erreichen 85% aller professionellen Entscheider in Deutschland und behaupten damit auch in der digitalen Welt ihre Spitzenposition. In der Print-Online-Kombination der Fachmedien werden sogar 91% der Zielgruppe erreicht. Diese Ergebnisse der neuesten B2B-Entscheideranalyse stellten Bernd Adam, Geschäftsführer der Deutschen Fachpresse, und Klaus Wöhler, Director TNS Emnid, jetzt auf dem Kongress der Deutschen Fachpresse in Wiesbaden vor.



Für die Studie hatte TNS Emnid 7,2 Millionen Professionelle Entscheider in Deutschland identifiziert und 600 von ihnen repräsentativ befragt.

Geschätzt werden insbesondere die Glaubwürdigkeit, Objektivität und Seriosität des von den Fachmedien gelieferten B-to-B-Informationsangebots. Darüber hinaus übernehmen Fachmedien eine wichtige Aktivierungsfunktion und sind Multiplikator in der B-to-B-Kommunikation.

Weitere Informationen zur Studie:

➔ [www.deutsche-fachpresse.de](http://www.deutsche-fachpresse.de)

## Mobile Mediennutzung Studie: Medien to Go

Immer erreichbar, immer auf dem Laufenden. Das mobile Web und die neuen internetfähigen Empfangsgeräte machen Mediennutzung nahezu an jedem Ort und zu jeder Zeit möglich. Die TNS Emnid-Studie ‚Medien to Go – was unterwegs ankommt‘ zeigt, welche Medien heute unterwegs genutzt werden, wo die Potenziale liegen, welche Rolle Smartphonesspielen und welche Unterschiede zwischen jungen und älteren Zielgruppen bestehen. Für die repräsentative Studie wurden 1.416 Personen ab 14 Jahren in Face-to-Face-Interviews befragt.



Fachartikel, ausgewählte Charts und die Presseinformation finden Sie hier:

➔ [www.tns-emnid.com](http://www.tns-emnid.com)

## Internetnutzung in Deutschland Studie: Nur wenige sind Teil der ‚Digitalen Gesellschaft‘

Zwar sind laut (N)ONLINER Atlas 2009 knapp 70% der Deutschen online, aber für nur 26% der Gesamtbevölkerung sind die digitalen Medien fester Bestandteil des täglichen Lebens.

Dass eine große Mehrheit der Deutschen nicht an den Möglichkeiten, die sich durch die digitalen Techniken eröffnen, partizipiert, zeigt erstmals die Studie „Digitale Gesellschaft in Deutschland – Sechs Nutzertypen im Vergleich“ der Initiative D21 in Zusammenarbeit mit TNS Infratest und unterstützt von Wolters Kluwer Deutschland und dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Für die Studie wurden 1.014 Personen deutschlandweit befragt.

Die Typologie zeigt, dass mit 35% digitalen Außenseitern und 30% Gelegenheitsnutzern eine deutliche Mehrheit der deutschen Bevölkerung entweder gar nicht oder nur bedingt an einer digitalen Gesellschaft teilhat.

Kostenloser Download der Studie unter:

➔ [www.digitale-gesellschaft.info](http://www.digitale-gesellschaft.info)



## Medienforschungs-Know-How Webinar: Basics & Classics zum Downloaden

Grundlegende Informationen zur Mediennutzung und -wirkung sind heute wichtiger denn je, um sein eigenes Fachmedienangebot im Nutzer- wie im Anzeigenmarkt zu positionieren. Erfolgreich ist man - natürlich - mit einem hochwertigen Produkt. Und: Mit anerkannten Methoden und Ansätzen, welche die Nutzung und Wirkung von Medien und Werbung valide nachweisen. Relevante Ansätze und weiteres Grundlagenwissen stellte TNS Emnid vor kurzem einem interessierten Fachpublikum im Rahmen eines Webinars vor.

Die Charts zum Webinar können jetzt kostenlos heruntergeladen werden:

➔ [www.tns-emnid.com](http://www.tns-emnid.com)



Verpassen Sie nicht unsere kommenden Webinare, zu denen wir Sie herzlich einladen:

August 2010: „Digitale & mobile Geschäftswelt - Wie Verlage von den neuen Forschungsmöglichkeiten profitieren“

September 2010: „Sekundärmarktforschung und Wettbewerbsanalyse“

Die Webinare können Sie bequem von Ihrem Arbeitsplatz verfolgen; die Teilnahme ist kostenlos.

Bei Interesse senden Sie uns eine kurze eMail, Sie erhalten dann die genauen Daten und Ihre persönliche Einladung mit Link zum Webinar!

eMail für Ihre Anmeldung: [claudia.knoblach@tns-emnid.com](mailto:claudia.knoblach@tns-emnid.com)

## Werbewirkungsstudie Anzeigenwerbung profitiert von redaktioneller Qualität

Hochwertige, kompetente und glaubwürdige Magazininhalte strahlen positiv auf diejenigen Marken und Produkte aus, die im Heft mit einer Anzeige werben. Dies ist das Ergebnis einer aktuellen Studie, die die TNS Emnid Medienforschung im Auftrag des Heise Zeitschriften Verlages für das Computermagazin c't durchgeführt hat. Leser, die mehrere Computertitel nutzen, beurteilen die in c't beworbenen Marken und Produkte häufiger als kompetent, glaubwürdig, nützlich und hochwertig als die in anderen IT-Zeitschriften beworbenen Marken. Für die Studie wurden 1.006 zufällig ausgewählte Leser verschiedenster IT-Zeitschriften online befragt. Der Ansatz liefert Mediaplanern zusätzliche Argumente, da er über rein quantitative Nutzerdaten hinausgeht und konkret die Vorteile von Heftinhalten - nicht nur für die Leser, sondern auch für die werbungstreibenden Unternehmen - benennen kann.

„Voraussetzung für eine positive Ausstrahlung der Magazininhalte auf Werbung ist die Zufriedenheit der Leser mit ihrem Magazin: c't gelingt es, die Erwartungen seiner Nutzer in vollem Umfang zu erfüllen“, sagt Claudia Knoblauch, Senior Consultant bei der TNS Emnid Medienforschung

Kontakt: [claudia.knoblauch@tns-emnid.com](mailto:claudia.knoblauch@tns-emnid.com)

Weitere Informationen zur Studie:

→ [www.heise.de](http://www.heise.de)



## Methode: CP Tandem Kundenmagazine erfolgreicher machen

TNS Emnid Medienforschung hat zusammen mit dem Siegfried Vögele Institut<sup>®</sup> Internationale Gesellschaft für Dialogmarketing mbH tns emnid Siegfried Vögele Institut in Königstein, einem Tochterunternehmen der Deutschen Post, ein Analyse-Tool zur Bewertung und Optimierung von Kundenmagazinen entwickelt.

Das Gemeinschafts-Tool ‚CP Tandem‘ setzt sich zusammen aus einem Augenkamera-Test des Siegfried Vögele Instituts und dem Corporate Publishing (CP) Standard von TNS Emnid. Der qualitative Augenkamera-Test gibt Aufschluss über Blickverläufe beim Betrachten des Kundenmagazins, Recall und Handling: Welche Gestaltungs-Elemente und redaktionellen Inhalte werden vom Leser wahrgenommen? An was kann sich der Leser erinnern, was hat gefallen, was stößt auf Ablehnung? Die quantitative Telefon-Befragung im Rahmen von CP Standard liefert Daten zu Reichweite, Nutzung und Wirkung. Beide Tests werden innerhalb der Zielgruppe des Kundenmagazins durchgeführt. Das Ergebnis dieser umfassenden Analyse sind konkrete Handlungsempfehlungen, wie das Kundenmagazin zielgruppengerechter gestaltet werden kann.

CP Tandem eignet sich auch zur Bewertung anderer Corporate-Publishing-Produkte wie Mitarbeiter-Zeitschriften, Geschäfts- und Nachhaltigkeitsberichte.

Kontakt: [walter.freese@tns-emnid.com](mailto:walter.freese@tns-emnid.com)

Weitere Informationen zum CP Standard unter

→ [www.tns-emnid.com](http://www.tns-emnid.com)

## Exklusive Studien für Entscheidermedien

TNS Emnid Medienforschung ist die Nummer Eins für alle Fragestellungen rund um Ihr Fachmedien-Angebot.

Wir beraten Sie unverbindlich und objektiv. Bitte sprechen Sie uns einfach an.



**Klaus Wöhler**

Director

+49 (0)521 9257 -334

[klaus.woehler@tns-emnid.com](mailto:klaus.woehler@tns-emnid.com)



**Claudia Knoblauch**

Senior Consultant

+49 (0)521 9257 -695

[claudia.knoblauch@tns-emnid.com](mailto:claudia.knoblauch@tns-emnid.com)

Branchenwissen durch exklusive Studien für Entscheidermedien!

15 Jahre Forschung für Sie:

- 151.500 B-to-B-Interviews
- 27.900 Fragen
- 6.700 getestete Anzeigen
- 550 Studien
- 1 Institut

**tns emnid**  
Medienforschung

*Wir sind auch in Zukunft Ihr kompetenter und verlässlicher Partner in allen Belangen der Fachkommunikation.*

[www.tns-emnid.com](http://www.tns-emnid.com)

### Impressum

TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH  
Stieghorster Str. 90  
33605 Bielefeld  
Germany

t +49 (0)521 9257 695  
e [claudia.knoblauch@tns-emnid.com](mailto:claudia.knoblauch@tns-emnid.com)  
[www.tns-emnid.com](http://www.tns-emnid.com)

### Redaktion:

Claudia Knoblauch, Michael Voß  
t +49 (0)521 9257 348  
e [michael.voss@tns-emnid.com](mailto:michael.voss@tns-emnid.com)

### Konzept und Idee:

Michael Knippelmeyer

### Gestaltung und Layout:

Andreas Pawellek

### Sitz / Registered in:

Bielefeld, AG Bielefeld, HRB 35649

### Geschäftsführer / Managing Directors:

Klaus-Peter Schöppner,  
Hartmut Scheffler,  
Peter Braun