

Mediaforschung für Tageszeitungen

Print wirkt - Erarbeiten Sie mit uns die Erfolgsstrategie für Ihre Zeitung!



Wozu Mediaforschung?



Die Situation der (regionalen) Tageszeitungen ist durch Rahmenbedingungen gekennzeichnet, die die Verlage vor ernste Herausforderungen stellen. Sowohl die zunehmende Medienvielfalt als auch gesellschaftliche Entwicklungen erschweren es, die gewohnten Leser-/ Abozahlen bzw. Anzeigenumsätze auch in der Zukunft sicherzustellen. Darüber hinaus stehen Zeitungsverleger und -redaktionen durch den konzeptimmanenten Generalitätsanspruch ihres Produkts vor dem permanenten Problem, Ansprüchen verschiedenster Art gerecht werden zu müssen.

Wenn Sie sich Gewissheit darüber verschaffen wollen, wie Ihre Zeitung auf dem Markt positioniert ist und wie sie optimiert werden kann, wenden Sie sich an uns: Wir erarbeiten zusammen mit Ihnen eine individuelle Erfolgsstrategie für Ihre Zeitung!

Dabei bedeutet Zusammenarbeit für uns mehr als die Entgegennahme eines Auftrags. Ohne Ihr Blattmacher-Gespür ist erfolgreiche Marktforschung für Ihre Zeitung nicht möglich.

TNS Emnid Mediaforschung für Tageszeitungen heißt:

Kompetenz und Erfahrung:

- *in der Anwendung von Standardinstrumenten*
- *in der Entwicklung individueller Forschungsdesigns für relevante Fragestellungen*

Unsere Instrumente bieten Problemlösungen für Redaktion, (Anzeigen-)Verkauf und Vertrieb.



Kurzprofile unserer Instrumente

Reichweitenuntersuchung

DAS Instrument, um Anzeigenkunden die Nutzung der eigenen Zeitung und/oder die (Nicht-) Nutzung von Konkurrenz-Zeitungen nachzuweisen. Befragungsinhalte: Nutzungsdaten, Titelprofile, Beurteilung, Strukturdaten.

Reichweitenuntersuchungen führen wir nach ZAW-Standard durch, damit Sie die Ergebnisse problemlos veröffentlichen können.

Leser-/ Zielgruppenanalyse - Messung der Leserbindung

Wie sieht die bestehende Leserschaft aus? Können neue Zielgruppen erschlossen werden?

Das in diese Studienanalyse integrierbare Conversion Model™ gibt Antworten auf zentrale Forschungsfragen im Bereich der Tageszeitungen:

In welcher Weise sind die Leser Ihrer Zeitung an den Titel gebunden? Wie hoch ist der Anteil der abwanderunggefährdeten Leser Ihrer Zeitung? Welche und wie viele Leser der Konkurrenz sind potenziell erreichbar?

Anzeigencopytest

Weisen Sie die Leistung Ihres Titels als Werbeträger nach und liefern Sie Ihren Anzeigenkunden eine spezielle Serviceleistung.

Anzeigencopytests ermitteln die Aufmerksamkeits- und Kommunikationsleistung des eingesetzten Werbemittels (Anzeigen, Beilagen, Kampagnen).

Relaunch-Begleitforschung

Um erfolgreich auf dem Markt zu sein, muss das Produkt (regionale) Tageszeitung genau zu den sich verändernden Bedürfnissen der Leser passen. Relaunch wird somit für die moderne Tageszeitung zu einer kontinuierlichen Aufgabe.

Wie werden inhaltliche und gestalterische Aspekte von den Lesern Ihres Titels im Einzelnen beurteilt? Entspricht die Zeitung in Inhalt und Form den Erwartungen der Leser? Wird das (redaktionelle) Potenzial einer Zeitung optimal umgesetzt? Wie werden geplante Veränderungen beurteilt? Lässt sich die Ausgabenstruktur und / oder das entsprechende Verbreitungsgebiet optimieren?

Mit der Durchführung von *Konzept- und Akzeptanztests oder Redaktionellen Copytests* helfen wir Ihnen, diese Fragen zu beantworten.

Abbestellerbefragungen

Die Kündigung eines Tageszeitungs-Abonnements ist zumeist keine spontane Entscheidung, sondern ein langfristiger Prozess.

Die Analyse von Kündigungsgründen bietet die Möglichkeit, zukünftigen Kündigungen entgegenzusteuern und Kündiger zurückzugewinnen. Denn 80% der Abo-Kündiger lesen auch weiterhin eine Tageszeitung!

Unsere methodischen Ansätze

■ Qualitative Methoden - Gruppendiskussionen und Einzelinterviews:

Um die Zeitung für die Leser zu optimieren, muss man direkten Kontakt mit ihnen aufnehmen, d.h. sich mit den Lesern in die Diskussion begeben. Hierzu sind qualitative Ansätze optimal geeignet.

■ Quantitative Methoden - Persönliche, telefonische, schriftliche und Online-Befragungen:

Um repräsentative Ergebnisse zu erhalten, ist die Durchführung von quantitativen Interviews unverzichtbar. Je nach Untersuchungsziel werden hier zwischen 250 und 3.000 Personen mit einem standardisierten Fragebogen befragt.

Unsere Forschungsansätze ...

... können kombiniert werden mit den exklusiv von TNS Emnid angebotenen Instrumenten:

■ **Semiometrie**

DAS Instrument zur Zielgruppensegmentation auf Basis soziokultureller Werte in der Gesellschaft.

■ **Conversion Model™**

DAS Instrument zur Messung von Leser-/Kundenbindung.

➔ **Bitte fordern Sie unsere Informationsmaterialien an!**

Wir testen online...

Viele Fragestellungen, die in der klassischen Mediaforschung analysiert werden, können zeit- und kostensparend auch online realisiert werden. Mittels C.A.W.I - Computer Assisted Web Interviewing - können vielfältige Studiendesigns zielsicher umgesetzt werden.

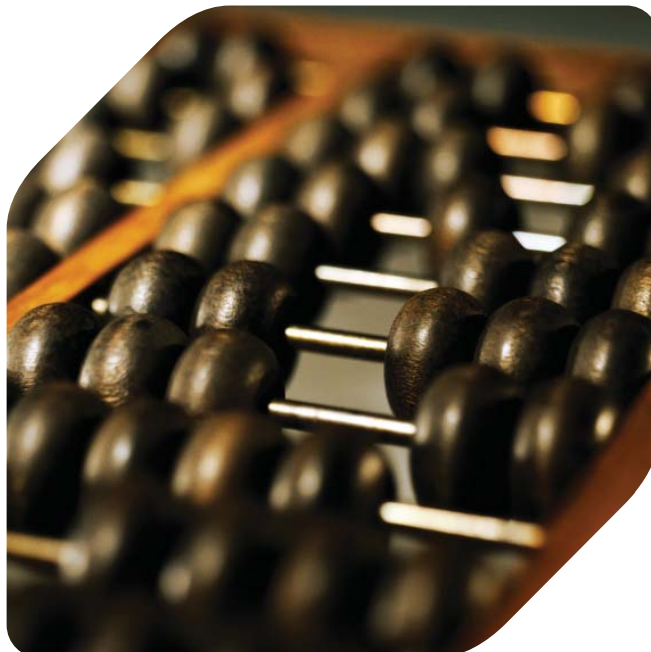
... und wir stellen Fragen zu Online-Angeboten!

Natürlich lassen sich auch Fragen rund um Ihr (zukünftiges) Online-Angebot in jede „klassische“ Befragung integrieren.

Für weitere unverbindliche Informationen setzen Sie sich bitte einfach mit uns in Verbindung!

Schildern Sie uns Ihr Problem,

- *wir beraten Sie bei der Konzeption Ihres Forschungsansatzes,*
- *wir erarbeiten für Sie das passende Studiendesign,*
- *wir führen das Projekt nach höchsten Qualitätsstandards durch,*
- *wir liefern Ihnen die Ergebnisse in Form eines kommentierten Tabellenbandes*
- *und wir beraten Sie bei der Umsetzung der Forschungsergebnisse!*



Ihre Ansprechpartner bei TNS Emnid:

Klaus Wöhler
t +49 (0) 521 9257 334
e klaus.woehler@tns-emnid.com

Walter Freese
t +49 (0) 521 9257 690
e walter.freese@tns-emnid.com

Stieghorster Str. 90
33605 Bielefeld
Germany

f +49 (0) 521 9257 333
www.tns-emnid.com

