

# Leser-Struktur-Analyse

TNS Emnid  
Medien- und Sozialforschung GmbH  
Bielefeld



# Vorwort

Seit Mai 2009 bieten wir unseren Lesern gebündeltes Wissen in neuer Struktur und mit mehr Umfang. Unsere renommierten Fachzeitschriften rfe – Technik & Markt der CE-Branche und eh ELEKTROHÄNDLER – Fachzeitschrift für die Hausgerätebranche wurden zusammengeführt.

## **rfe-ELEKTROHÄNDLER ...**

Die klare Spezialisierung auf fachhandelsrelevante Themen hat zu einer sehr guten Akzeptanz des neuen Titels bei den Lesern geführt.

Durch die vorliegende Leser-Struktur-Analyse werden den Media-Entscheidern in Werbeagenturen und der Industrie neue und gesicherte Daten zur Verfügung gestellt.

Für eine verlagsunabhängige und transparente Befragung wurde das traditionsreichste Institut **TNS Emnid** in Bielefeld beauftragt. Um eine leicht nachvollziehbare Darstellung der gewonnenen Daten zu erreichen, werden auf den folgenden Seiten die wichtigsten Fragestellungen original wiedergegeben und dargestellt.

Neben wichtigen Strukturdaten wurden auch Informationen zu Wachstumschancen und Informationsquellen erhoben.

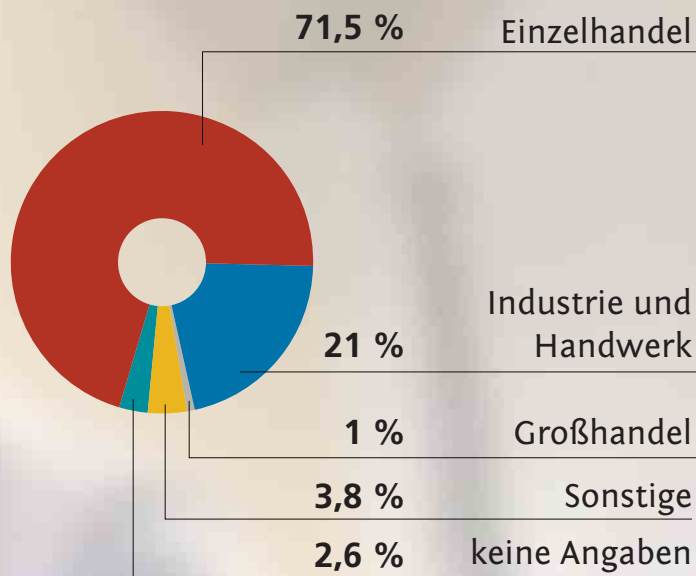
Die Zahlen auf den folgenden Seiten weisen den rfe-Elektrohändler als hervorragendes Medium für den Elektrofachhandel aus und bilden eine gute Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Berlin, Oktober 2010

# Bei den Elektrofachhändlern **ganz vorn!**

In welchem Wirtschaftszweig ist Ihr Unternehmen/Betrieb hauptsächlich tätig?

Frage

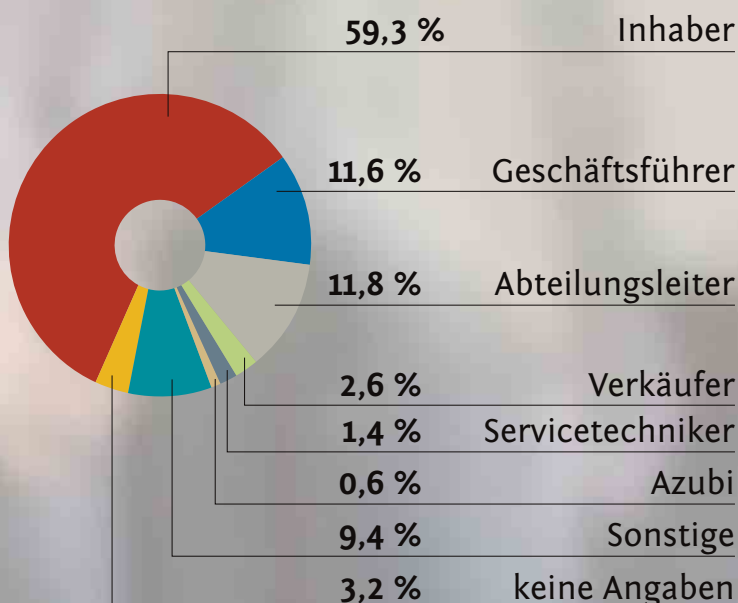


Der **rfe-ELEKTROHÄNDLER** hält was er verspricht – die optimale Zielgruppenansprache in allen relevanten Wirtschaftszweigen.

# Entscheider ohne Umwege erreichen!

Welche Stellung haben Sie in Ihrem Unternehmen/Betrieb?

Frage



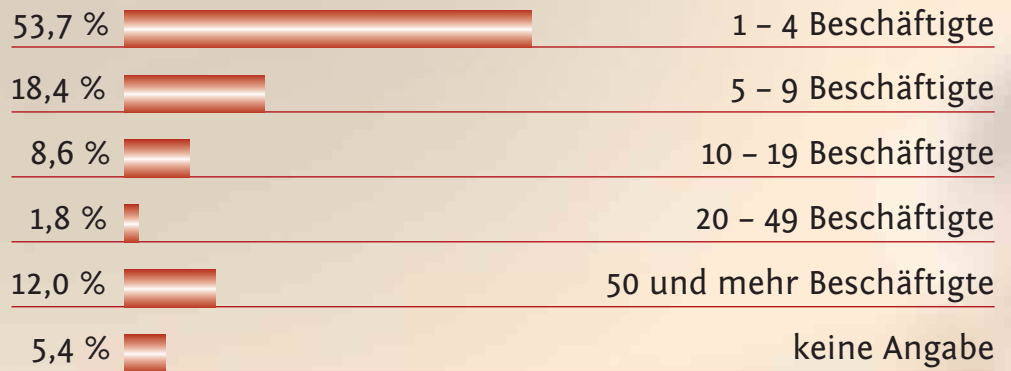
Über 70 % der Leser des **rfe-ELEKTROHÄNDLER** sind Geschäftsführer oder Inhaber. Spitzenwerte die für sich sprechen.

# Beschäftigte

## Frage

Wie viele Beschäftigte hat Ihr Unternehmen/Betrieb insgesamt, Sie selbst mitgezählt?

Die Angaben zu den Beschäftigten geben ein gutes Bild der Struktur im Elektrofachhandel ab und zeigen, dass **rfe-ELEKTROHÄNDLER** in Unternehmen aller Größenordnungen gelesen wird.

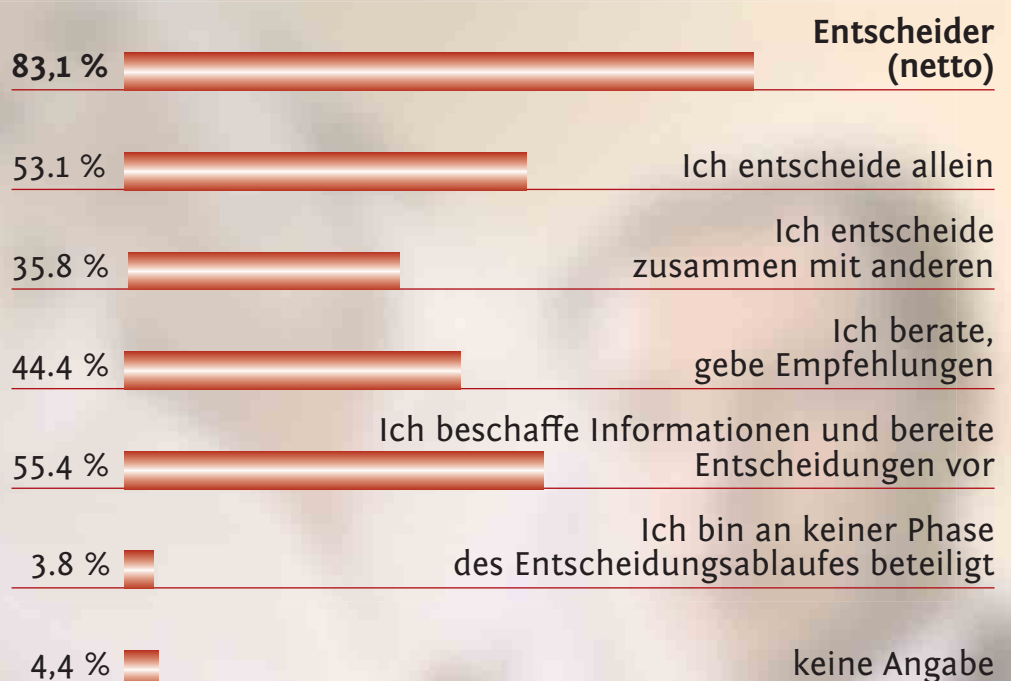


# Leser mit hoher Entscheidungskompetenz

## Frage

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

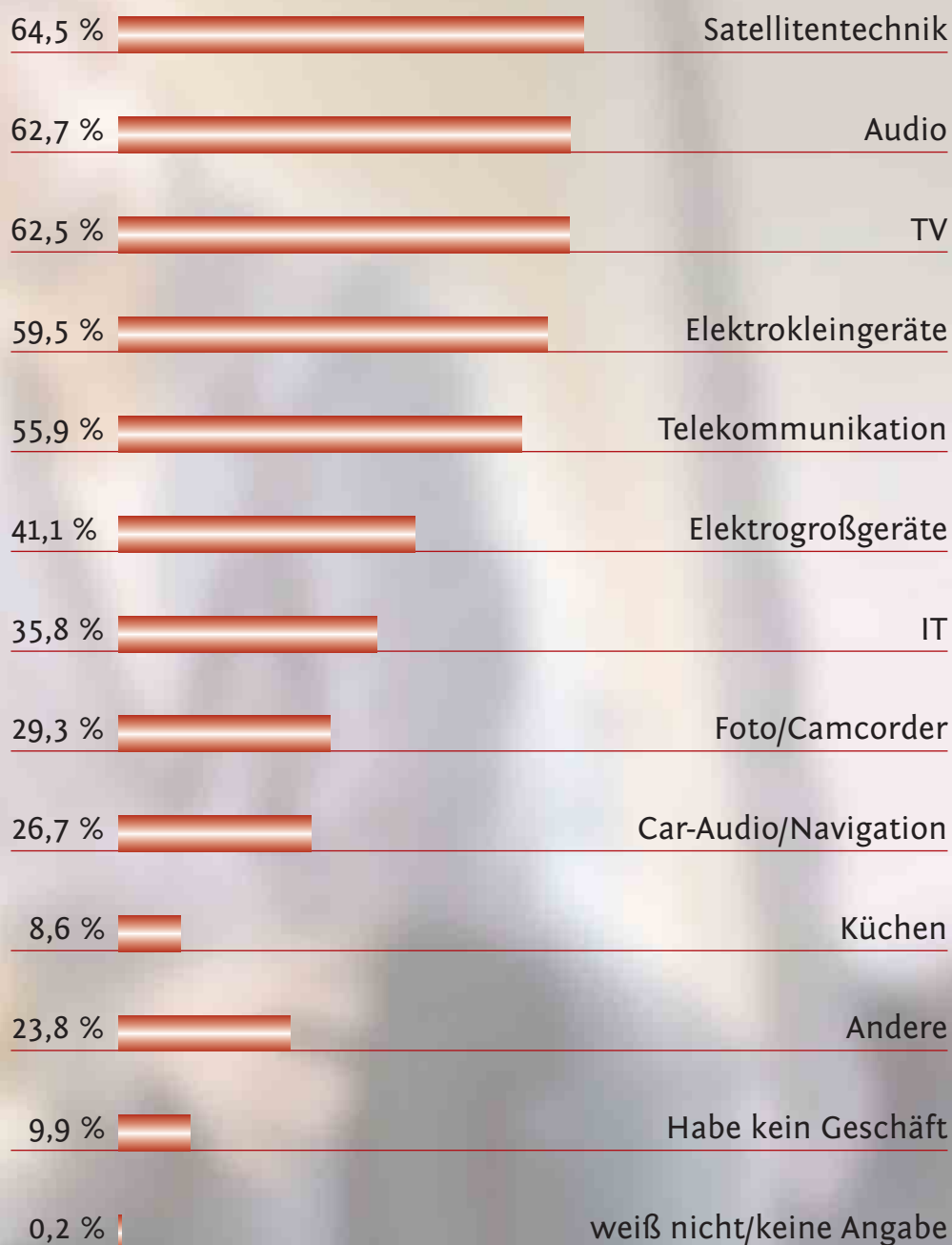
Rund **80 %** unserer Leser entscheiden allein oder entscheiden mit, wenn es um Investitionen und Einkäufe im Unternehmen geht.



# Angebotschwerpunkte

Welches sind Ihre aktuellen Angebotsschwerpunkte?

Frage

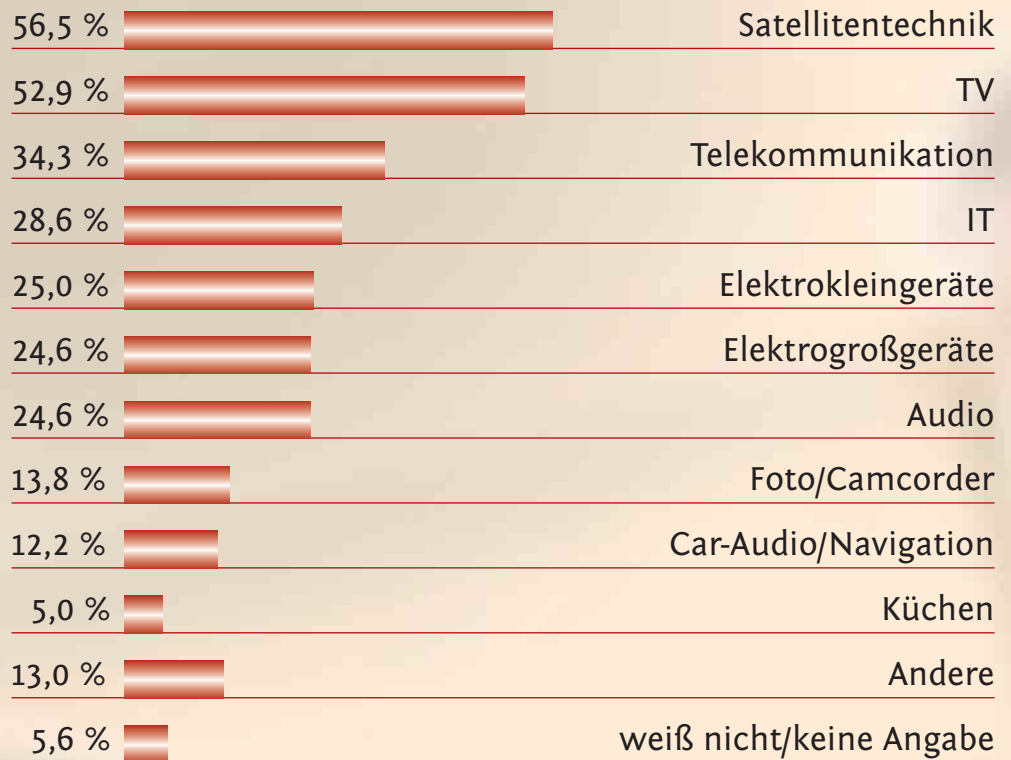


Ihre Hauptumsatzbringer  
im Unternehmen – die  
Hauptthemen in Ihrem  
**rfe-ELEKTROHÄNDLER**

# Wachstumschancen

## Frage

In welchen Geschäftsfeldern sehen Sie zukünftig Wachstumschancen für Ihr Unternehmen bzw. in welchen Bereichen werden Sie investieren?

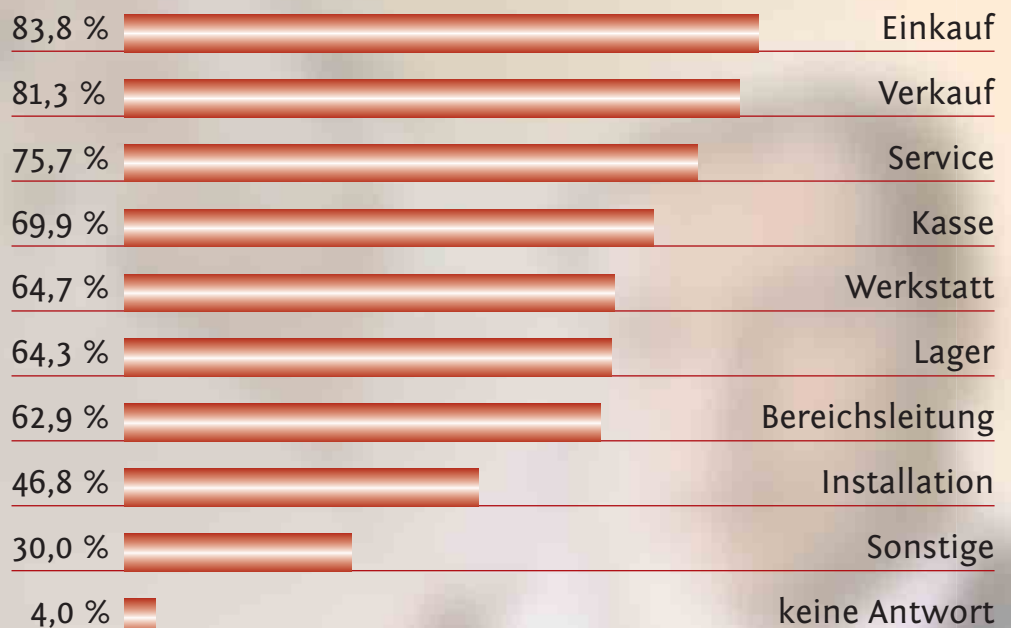


Satellitentechnik, TV, Weiße Ware und Telekommunikation werden als Geschäftsfelder mit den besten Wachstumschancen genannt. Angebote aus diesen Bereichen werden sicher eine besondere Aufmerksamkeit finden.

# Struktur

## Frage

In welchem Bereich Ihres Unternehmens sind Sie tätig?



Der **rfe-ELEKTROHÄNDLER** bietet den Lesern optimale Informationen, um sich gezielt in ihrem Bereich der CE- und Hausgeräte-Branche inhaltlich vorzubereiten.

# Echte Aufmerksamkeit!

Wie viele Seiten schlagen Sie in einer Ausgabe von rfe-ELEKTROHÄNDLER auf, um darin zu lesen oder etwas anzusehen?

Frage

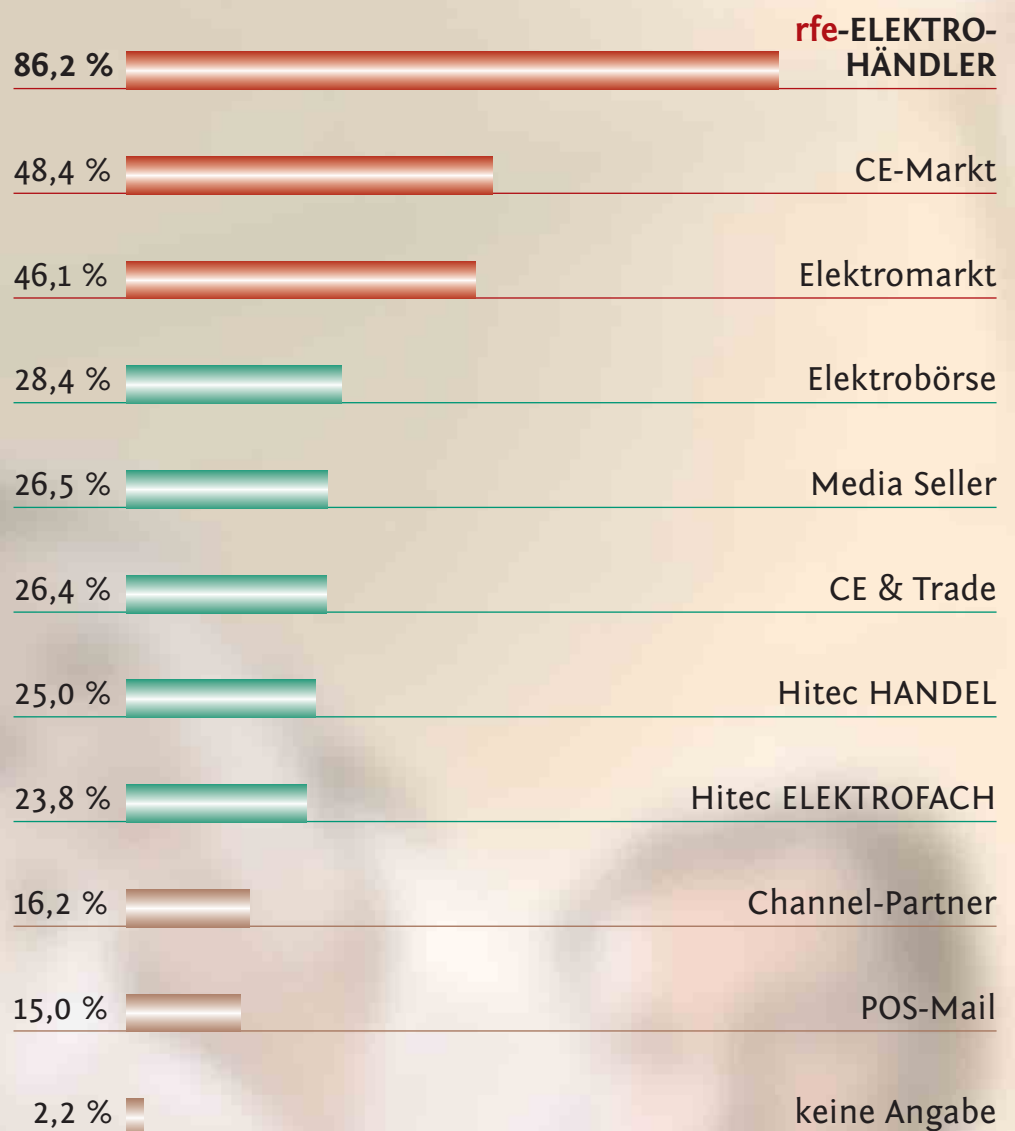


Mit einer hohen Seitenkontaktchance von **66,1 %** hat Ihre Werbung in **rfe-ELEKTROHÄNDLER** die optimale Aufmerksamkeit.

# Häufigkeit? Nutzung/Informationsquellen

Frage

Welche Zeitschriften der CE- und Hausgeräte-Branche lesen Sie regelmäßig?



Unsere Leser haben sich entschieden, **rfe-ELEKTROHÄNDLER** ist für sie die Nummer 1.

# Nutzung/Lesefrequenz

Wie viele Ausgaben rfe-ELEKTROHÄNDLER haben Sie in den letzten 12 Monaten gelesen?

Frage

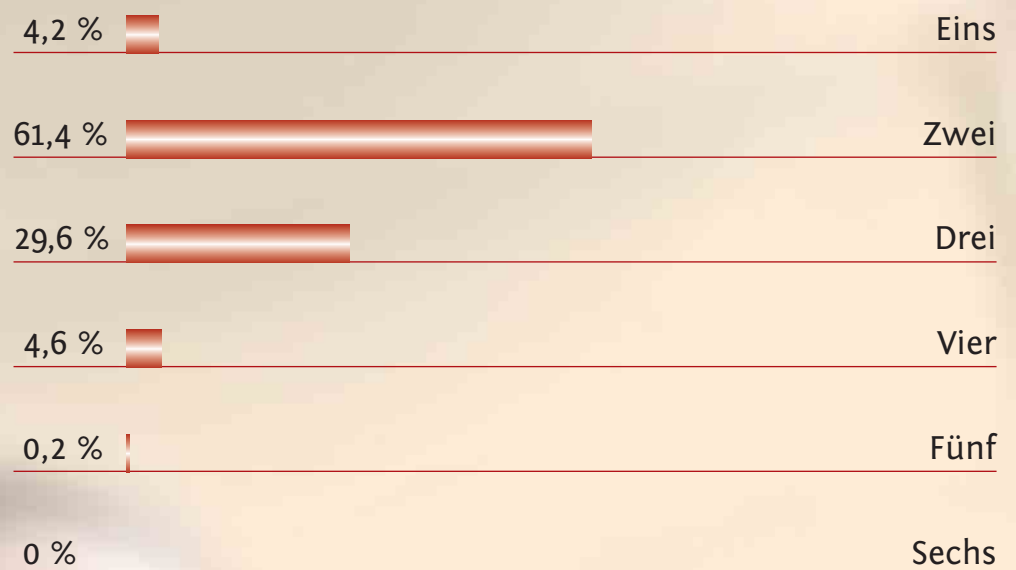


Über die Hälfte unserer Leser hat sich mit allen Ausgaben von **rfe-ELEKTROHÄNDLER** beschäftigt.

# Attraktivität

Frage

Wie beurteilen Sie **rfe-ELEKTROHÄNDLER** insgesamt?  
Geben Sie Noten von eins (sehr gut) bis sechs (ungenügend).



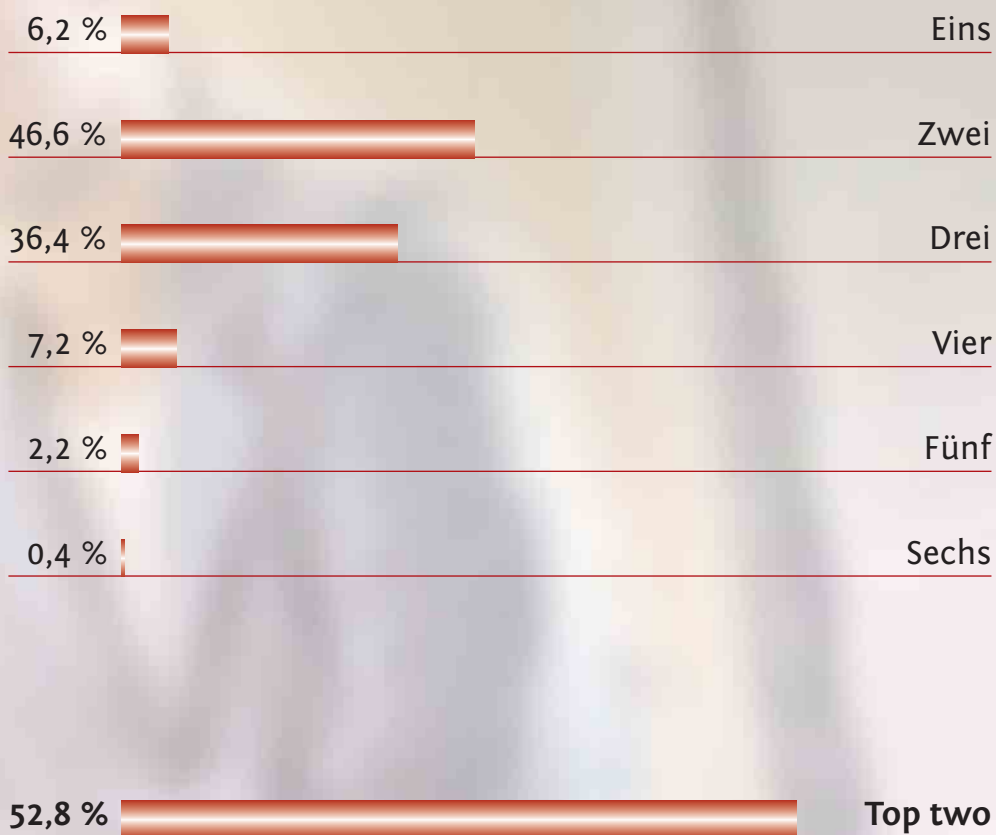
Über **65 %** unserer Leser beurteilen **rfe-ELEKTROHÄNDLER** mit Bestnoten.



# Praxisrelevanz

Wie beurteilen Sie **rfe-ELEKTROHÄNDLER** hinsichtlich des Nutzens für Ihre berufliche Praxis?  
Geben Sie Noten von eins (sehr gut) bis sechs (ungenügend).

Frage



Über die Hälfte unserer Leser beurteilen **rfe-ELEKTROHÄNDLER** hinsichtlich des Nutzens für ihre berufliche Praxis ebenfalls mit Bestnoten.

# Leser-Blatt-Bindung

## Frage

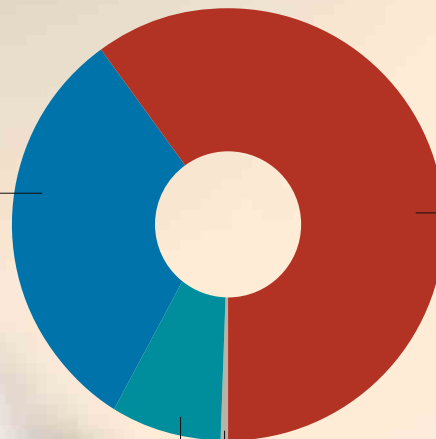
Einmal angenommen, **rfe-ELEKTROHÄNDLER** könnte aus irgendwelchen Gründen nicht mehr erscheinen.

Würden Sie **rfe-ELEKTROHÄNDLER**:

- a) sehr vermissen
- b) vermissen
- c) weniger vermissen
- d) überhaupt nicht vermissen

weniger  
vermissen  
**31,8 %**

sehr vermissen  
oder vermissen  
**60,0 %**



überhaupt nicht vermissen  
**7,8 %**

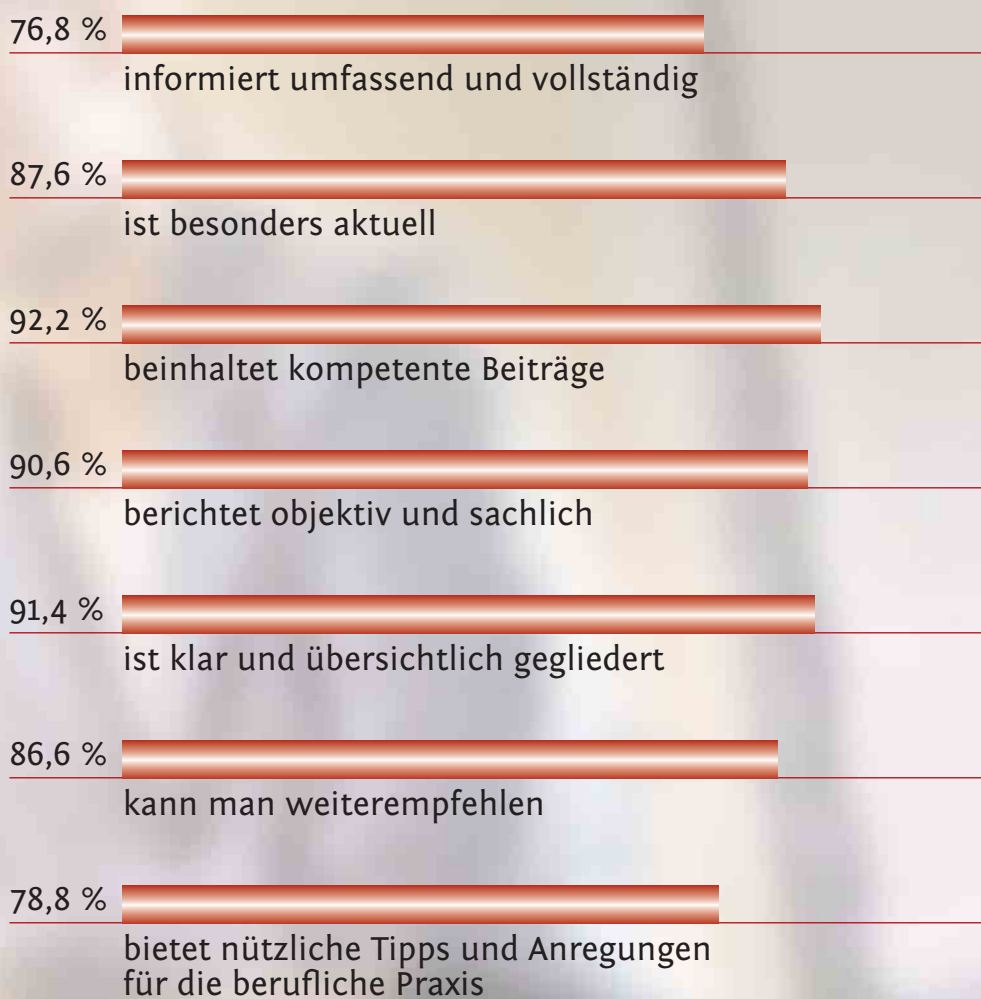
keine Angaben  
**0,4 %**

**rfe-ELEKTROHÄNDLER** ist nicht mehr vom Markt wegzudenken, denn **60 %** der befragten Leser würden uns vermissen.

## Welche Eigenschaften treffen auf rfe-ELEKTROHÄNDLER zu?

Frage

Übersicht Top Two (trifft sehr zu/trifft zu)



Anhand der von TNS Emnid ermittelten Zahlen haben Sie sicher sofort erkannt, welches hochinteressante Leserpotential Ihnen **rfe-ELEKTROHÄNDLER** bietet.

# Leser-Struktur-Analyse

## Kurzfassung der Erhebungsmethode rfe-ELEKTROHÄNDLER

### 1 Untersuchungsmethode:

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

### 2 Beschreibung der Empfängerschaft zum Zeitpunkt der Datenerhebung:

#### a) Beschaffenheit der Datei:

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

b) Gesamtzahl Empfänger in der Datei: **13.103**

c) Gesamtzahl wechselnder Empfänger:  
(Wechsel nach jeder 2. Ausgabe) **9.456**

#### d) Struktur der Empfängerschaft einer durchschnittlichen Ausgabe nach Vertriebsformen:

verkaufte Auflage **3.583**

davon Abonnenten **3.323**

davon Mitglieder-Abonnenten **243**

Mehrfach-Abo **25.205**

davon Einzelverkauf **0**

davon sonstiger Verkauf **17**

ständige Freistücke **748**

wechselnde Freistücke **10.439**

tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) **14.770**

davon Bundesrepublik Deutschland **14.558**

davon Ausland **212**

### 3 Beschreibung der Untersuchung:

Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):  
Grundgesamtheit (tvA) **14.770 = 100,0 %**

Davon in der Untersuchung nicht erfasst:

Abonnenten  
nicht deutschsprachiges Ausland **36 = 0,2 %**

Freistücke nicht deutschsprachiges Ausland **4 = 0,0 %**

Abonnenten  
über den Buchhandel, Bibliotheken **77 = 0,5 %**

Mehrfachbezieher **12 = 0,1 %**

Summe **129 = 0,9 %**

Die Untersuchung repräsentiert  
von der Grundgesamtheit (tvA)

**14.641 = 99,1 %**

Tag der Stichproben-Ziehung: 28. Mai 2010

### 4 Beschreibung der Stichprobe:

Random-Auswahl per Schrittziffer  
aus der Datei der Empfänger

Ausgangs-Stichprobe: **416 = 100,0 %**

Stichprobenneutrale Ausfälle:

Leser nicht zu ermitteln **41 = 9,9 %**

Adresse/Telefonnummer falsch **21 = 5,0 %**

Ausfälle gesamt: **62 = 14,9 %**

Brutto-Stichprobe: **354 = 100,0 %**

Ausfälle:

Zielperson nicht erreicht **33 = 9,3 %**

Zielperson verreist, krank **0 = 0,0 %**

Beantwortung der Befragung verweigert **72 = 20,3 %**

Ausfälle gesamt **105 = 29,7 %**

Netto (auswertbare Fälle): **250 = 70,3 %**

### 5 Zielperson der Untersuchung:

Befragt wurde der hauptsächlichste Leser.

### 6 Definition des Lesers:

Befragt wurde der hauptsächlichliche Leser.

### 7 Zeitraum der Untersuchung:

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 10. Juni bis 01. Juli 2010.

### 8 Durchführung der Untersuchung:

TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH,  
Bielefeld

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

# Das rfe-ELEKTROHÄNDLER-Team

Anzeigen- und  
Marketingleitung:



Bringfriede Trester  
Tel.: 030 42151-447  
Fax: 030 45151-293  
E-Mail: bringfriede.trester@hussberlin.de

Mediaberatung:



Daniela Schunke  
Tel.: 030 42151-415  
Fax: 030 45151-293  
E-Mail: daniela.schunke@hussberlin.de

Redaktion:



Horst Winkler (verantwortlich)  
Tel.: 030 42151-280  
Fax: 030 45151-208  
E-Mail: horst.winkler@hussberlin.de



Matthias Zschunke (verantwortlich)  
Tel.: 030 42151-313  
Fax: 030 45151-208  
E-Mail: m.zschunke@hussberlin.de



Hoger Kötzsch  
Tel.: 030 42151-418  
Fax: 030 45151-208  
E-Mail: holger.koetzsch@hussberlin.de

Vertrieb:



Olaf Weinert  
Tel.: 030 42151-274  
Fax: 030 42151-232  
E-Mail: olaf.weinert@hussberlin.de

Leserservice:



Sandra Pirl  
Tel.: 030 42151-404  
Fax: 030 42151-232  
E-Mail: sandra.pirl@hussberlin.de

Herstellung:

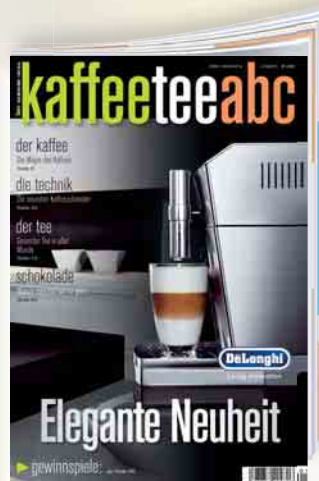


Fabian Renner  
Tel.: 030 42151-279  
Fax: 030 42151-266  
E-Mail: fabian.renner@hussberlin.de

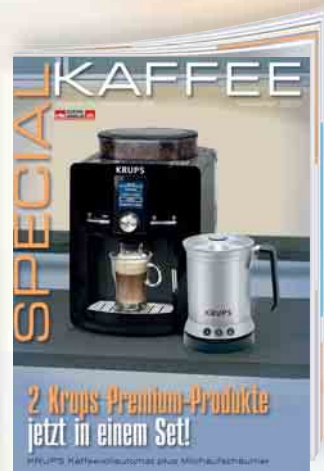
# Damit Sie Ihre Kunden zielsicher erreichen, lassen wir uns immer etwas Neues einfallen!

Sonderausgaben der HUSS-MEDIEN GmbH:

Mit der erfolgreichen Vertriebschiene zum Endverbraucher und Fachhändler



Specials rfe-ELEKTROHÄNDLER:



**huss**

HUSS-MEDIEN GmbH  
Am Friedrichshain 22  
10407 Berlin