

Ihre Ansprechpartner:

Anzeigenverkauf

Rainer Büns

Telefon: 089/43 72-22 87

Fax: 089/43 72-23 98

E-Mail: rainer.buens@springer-sbm.com

Martina Konrad

Telefon: 089/43 72-23 11

Fax: 089/43 72-23 98

E-Mail: martina.konrad@springer-sbm.com

Anzeigenleitung

Stephanie Rinsche

Telefon: 089/43 72-21 36

Fax: 089/43 72-23 98

E-Mail: stephanie.rinsche@springer-sbm.com

Jürgen Kathke

Telefon: 089/43 72-29 27

Fax: 089/43 72-23 98

E-Mail: juergen.kathke@springer-sbm.com

Gesamtanzeigenleitung:

Stefan Waldeisen

Telefon: 089/43 72-11 05

Fax: 089/43 72-12 66

E-Mail: stefan.waldeisen@springer-sbm.com

Verkehrsrundschau **C**

Unsere Partner:



TÜV SÜD Gruppe



TÜV NORD Mobilität GmbH & Co. KG



TÜV Rheinland Group

TÜV Rheinland Group



ehemals

transporting

Empfänger-Struktur- Analyse **2005**



Die VerkehrsRundschau C-Ausgabe – wir transportieren Erfolg!



Das Wochenmagazin

Die wöchentliche Fachzeitschrift VerkehrsRundschau ist seit fast 60 Jahren das Pflichtblatt für die Transportbranche in Deutschland.

Die „C-Ausgabe“ erscheint 12x im Jahr und richtet sich an Unternehmer und Führungskräfte in Transportunternehmen, Werkverkehrsfuhrparks und Nutzfahrzeug-Werkstätten.

Um Ihnen die Qualität dieser Zielgruppe zu dokumentieren, führen wir in regelmäßigen Abständen mit TNS Emnid, Bielefeld eine Empfängerstruktur-Analyse durch, deren neueste Ausgabe 2005 Ihnen nun vorliegt.

Die Untersuchung entspricht dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen und erfüllt die Voraussetzungen für eine repräsentative Querschnittbetrachtung der Empfänger der VerkehrsRundschau C-Ausgabe.

Bei den Lesern der VerkehrsRundschau C-Ausgabe handelt es sich um Entscheider in mittelständischen Unternehmen, die eine hohe praxisbezogene Ausbildung haben und das Medium sehr intensiv nutzen. Nahezu drei Viertel der Empfänger planen Investitionen in den Fuhrpark, der durchschnittlich 35 Fahrzeuge groß ist.

Lernen Sie unsere Leserzielgruppe kompakt und übersichtlich in dieser Broschüre kennen und zögern Sie nicht uns bei weiteren Fragen zu kontaktieren.

Stefan Waldeisen
Gesamtanzeigenleiter



VerkehrsRundschau-Online-Portal



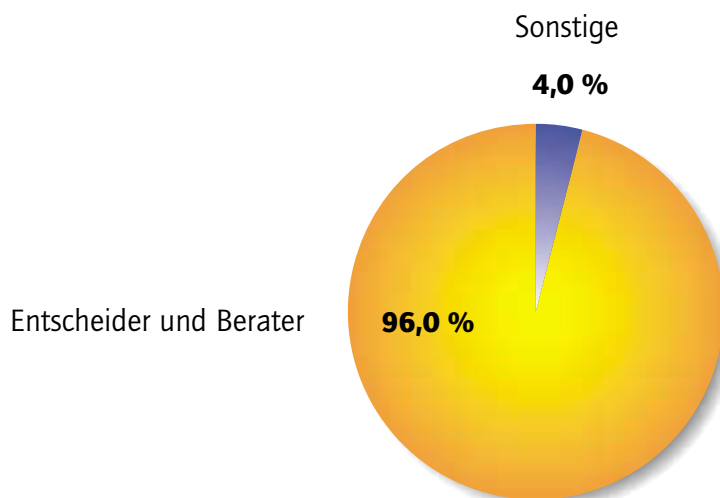
VerkehrsRundschau-Newsletter

VerkehrsRundschau C, das Magazin für Transport, Fuhrparkmanagement und Werkstatt!

VerkehrsRundschau C

- Steht für nutzwertorientierten Journalismus
- Berichtet seriös, fair, unabhängig, kritisch und besitzt eine hohe Glaubwürdigkeit
- Berichtet als einziges Magazin jeden Monat über und für Nutzfahrzeugwerkstätten
- Erreicht als einziges Magazin sämtliche TÜV-Partnerunternehmen im Bereich Nutzfahrzeuge
- Überzeugt durch hochkarätige Interviews

Wer sind die Leser der VerkehrsRundschau C:



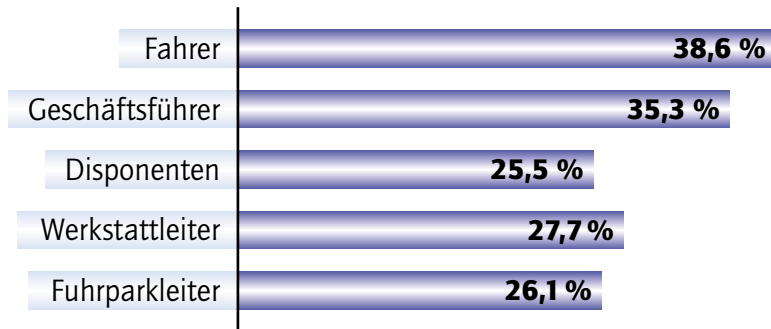
Die Leser der VerkehrsRundschau C

- Sind Entscheider, wenn es um Investitionen in der Transport- und Logistikbranche geht
 - Inhaber, Geschäftsführer: 53,2 %
 - Kaufmännischer Betriebs- u. Abteilungsleiter: 28,8 %
- Schätzen die hohe Fachkompetenz, im speziellen den Werkstattbereich und die Fahrzeugtests
- **95,6 %** der Leser würden die VerkehrsRundschau C als Lektüre Kollegen oder Geschäftsfreunden **weiterempfehlen**

Das Leseverhalten der Empfänger

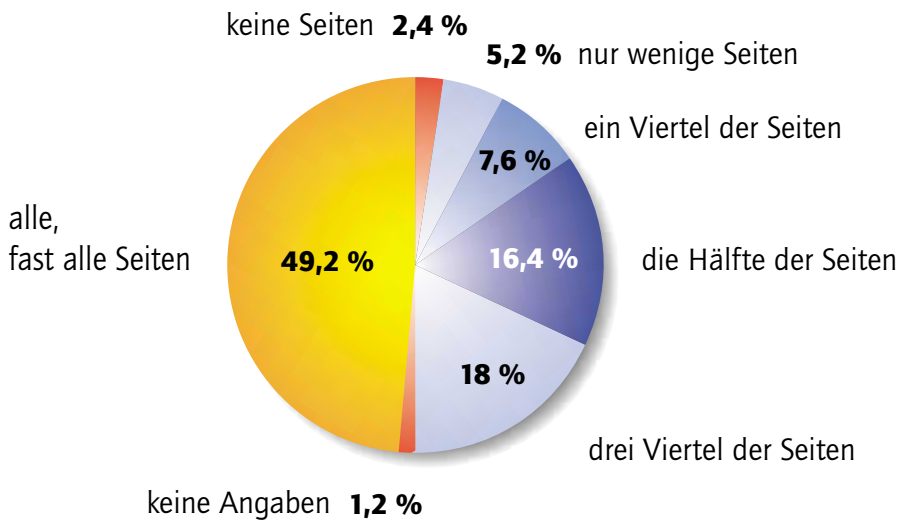
Die VerkehrsRundschau C wird nicht nur vom Empfänger gelesen:

Weitere Leser: Durchschnittlich 3,51 weitere Leser pro Ausgabe.



Daraus ergibt sich eine Reichweite von ca. 115.000 Lesern aus der Transport- und Logistikbranche!

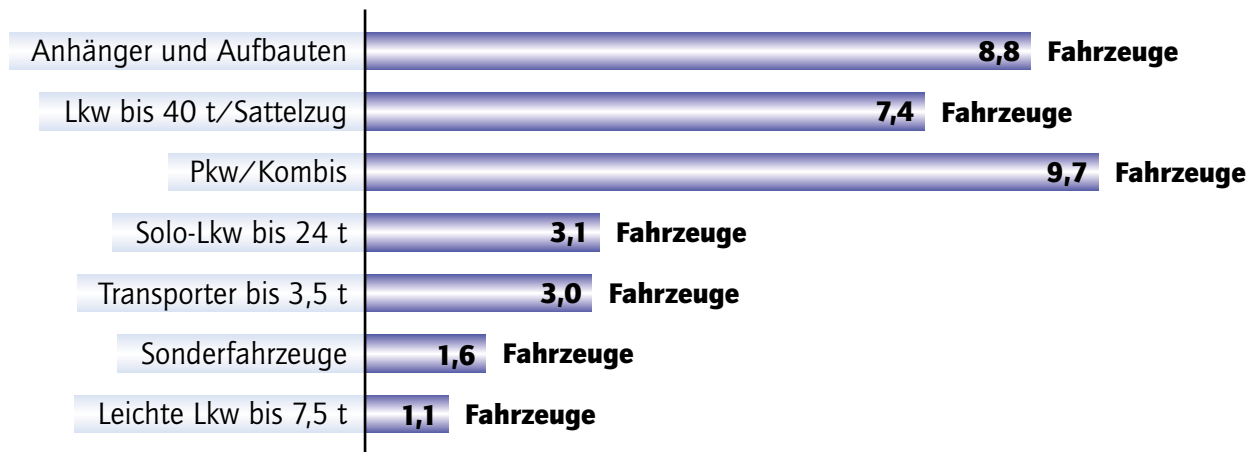
Wie intensiv wird die VerkehrsRundschau C gelesen?



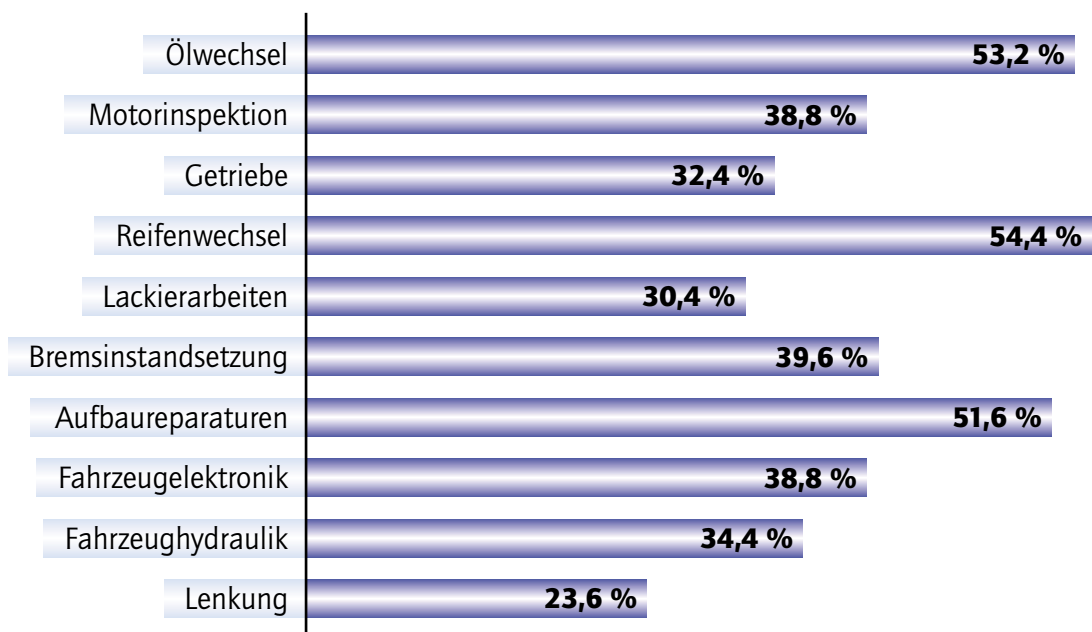
Wie intensiv wird die VerkehrsRundschau C gelesen?

83,6 % aller Leser lesen mehr als die Hälfte der Seiten. Daraus ergibt sich eine durchschnittliche Seitenkontaktchance von 74,6%.

Der Fuhrpark unserer Empfänger:

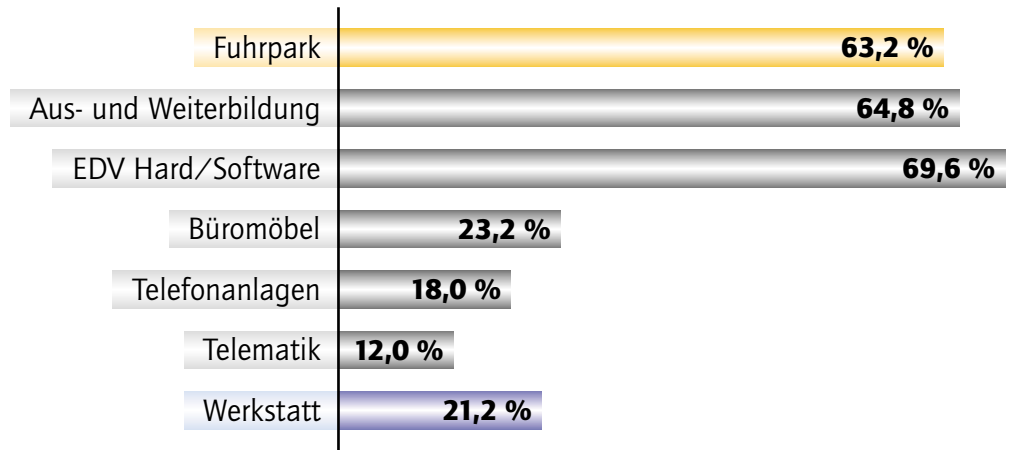


Ausgeführte Wartungs- und Reparaturarbeiten:

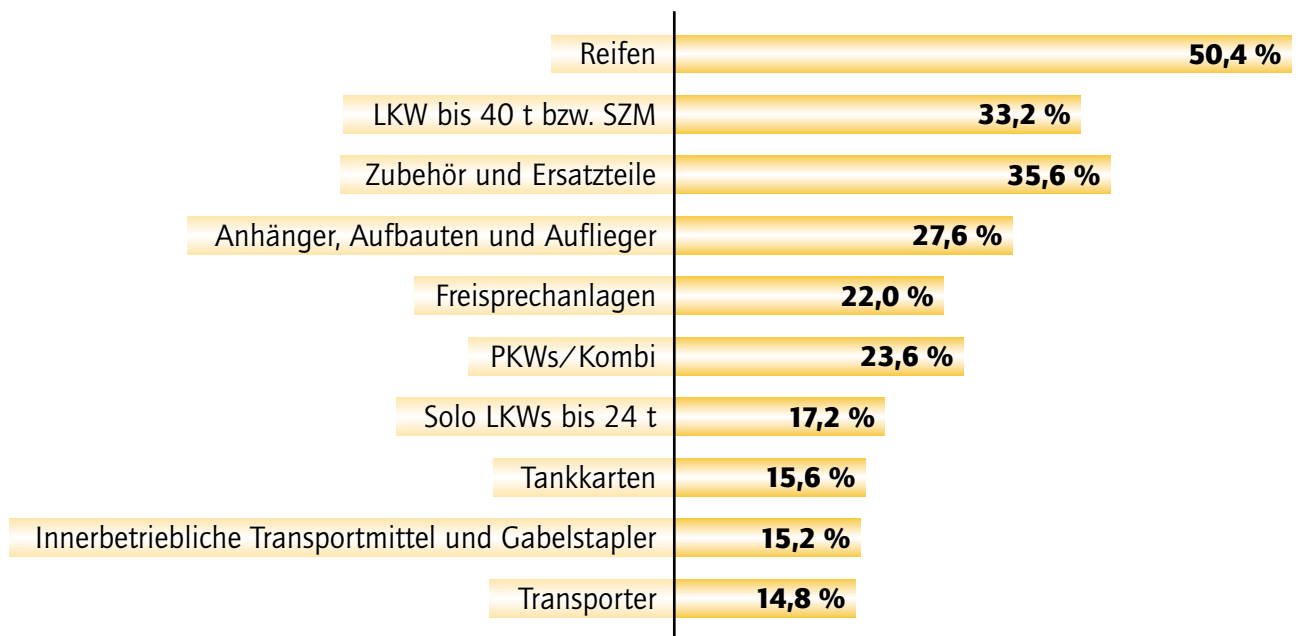


Investitionsverhalten der Leser

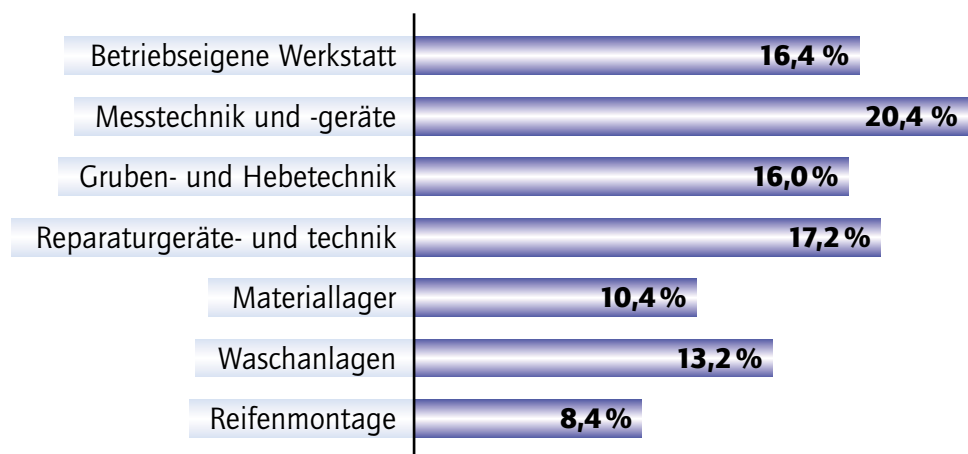
Geplante Investitionen in den nächsten 2 Jahren:



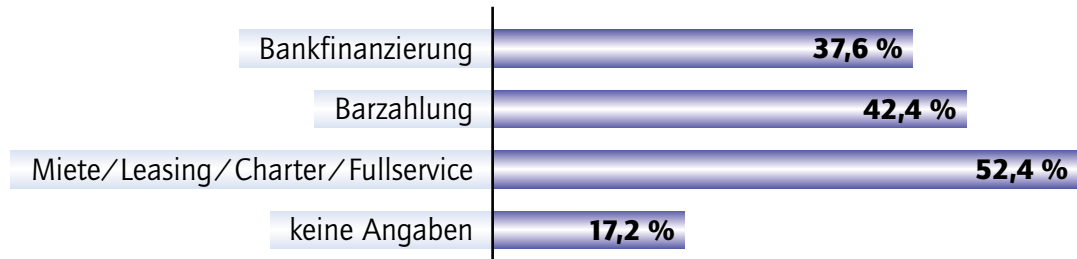
Investitionen in den Fuhrpark geplant:



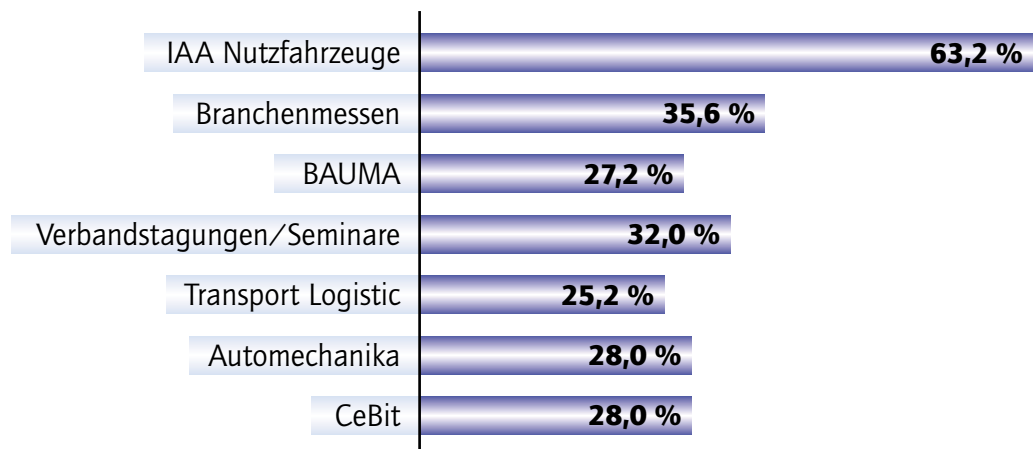
Investitionen im Bereich Werkstatt:



Hauptsächliche Finanzierungsarten im Bereich Fuhrpark:



Wichtige Messen der Branche:



Messen sind wichtige Informationsquellen für unsere Leser. Die umfangreiche Berichterstattung in der VerkehrsRundschau C bietet ein hervorragendes Umfeld für Ihr **Messemarketing**.

Bewertung der VerkehrsRundschau C

Wichtigkeit und Zufriedenheit der Themenbereiche

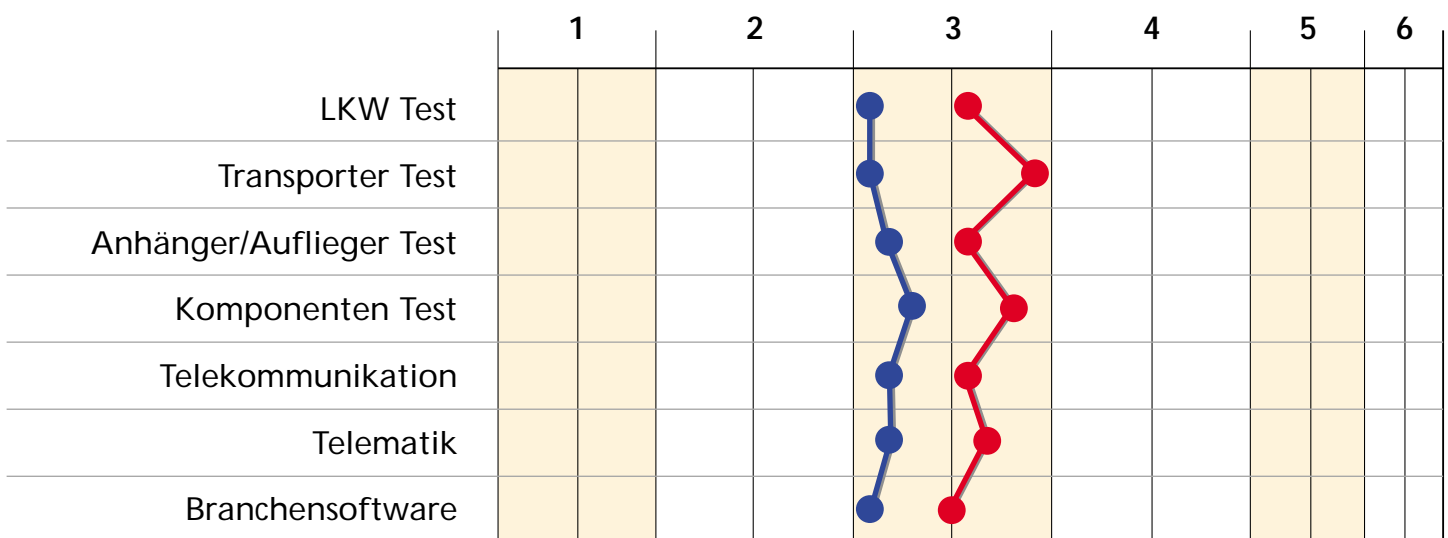
(Durchschnitt)

Wie wichtig sind Ihnen folgende Rubriken ? Sie haben dafür eine Skala von

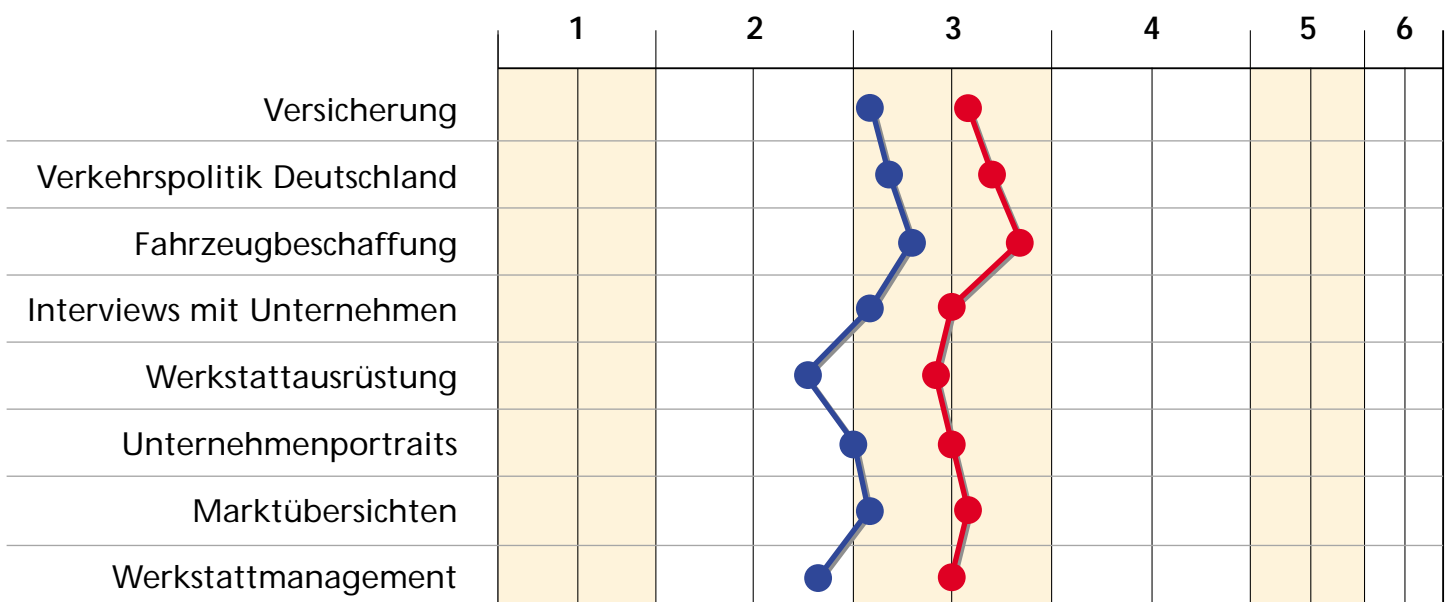
1 = Sehr wichtig bis 6 = Überhaupt nicht wichtig

● Wichtigkeit ● Zufriedenheit

Rund um die Technik



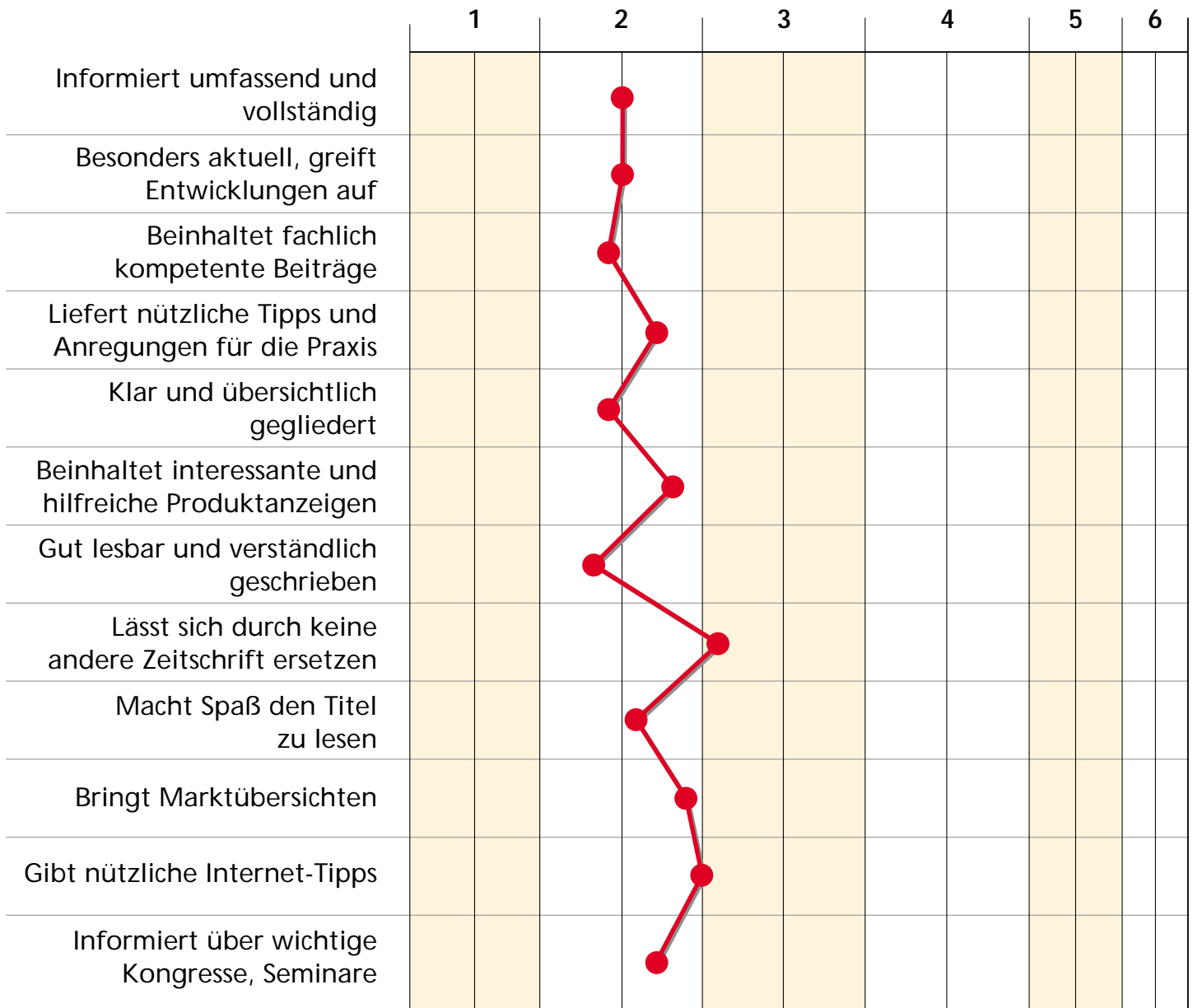
Rund um das Geschäft



Die Leser sind mit der Auswahl und Aufbereitung der Themen in der VerkehrsRundschau C sehr zufrieden.

Titelprofil VerkehrsRundschau C (Durchschnitt)

Wie stark treffen folgende Eigenschaften auf die Zeitschrift VerkehrsRundschau C zu?
 Sie haben dafür eine Skala von 1 = trifft sehr stark zu bis 6 = trifft gar nicht zu



Die guten Werte sprechen für sich:

95,6 % der Leser würden die VerkehrsRundschau C als Lektüre Kollegen oder Geschäftsfreunden weiterempfehlen.

Demographische Daten

Berufsausbildung

Kaufmännische Lehre	46,8 %
Technische Lehre	45,2 %
Ausbildungsmeister/Meisterprüfung	22,8 %
Technisches Studium	12,8 %
Betriebswirtschaftliches Studium	8,4 %
Sonstige	9,6 %
Keine Angaben	1,6 %

Die Empfänger haben eine **hohe praxisbezogene Ausbildung**.

Alter

Bis 29 Jahre	4,4 %
30-39 Jahre	21,6 %
40-49 Jahre	27,2 %
50-59 Jahre	32,8 %
65 Jahre und älter	12,8 %

Mit einem **Durchschnittsalter von 47,5 Jahren** handelt es sich bei den VerkehrsRundschau C-Empfängern um eine Lesergruppe, die jung genug ist um noch weiter expandieren zu wollen und alt genug um schon kapitalkräftig zu sein.

Betriebsgröße

1-2 Beschäftigte	7,6 %
3-4 Beschäftigte	8,8 %
5-9 Beschäftigte	14,4 %
10-19 Beschäftigte	20,8 %
20-49 Beschäftigte	17,2 %
50-99 Beschäftigte	13,2 %
100-199 Beschäftigte	9,6 %
200 Beschäftigte und mehr	6,0 %

Die VerkehrsRundschau C Empfänger leiten **mittelständische Betriebe** mit einer durchschnittlichen Betriebsgröße von 49,9 Beschäftigten.

1. Beschaffenheit der Datei

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen sortiert werden.

2. Untersuchungsmethode

Empfänger-Struktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung: Stichproben-Erhebung

3. Stichprobenziehung

Tag der Stichprobenziehung 21. Mai 2005

4. Struktur der Empfängerschaft VR C

Gesamtzahl der Empfänger in der Datei	33.071
Struktur einer Ausgabe nach Vertriebsformen:	
Verkaufte Auflage (Abos)	12.238
Ständige Freistücke	3.501
Sonstige Verkäufe (Mitgliederabos)	17.332
Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA)	33.071
Davon	
Bundesrepublik Deutschland	32.748
Ausland	323

5. Grundgesamtheit

Grundgesamtheit (tvA)	33.071 = 100,0%
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	323 = 1,0%

6. Beschreibung der Stichprobe

Ausgangs-Stichprobe	418 = 100,0%
Stichprobenneutrale Ausfälle	
Außerhalb der Zielgruppe	5 = 1,2%
Kein Empfänger ermittelbar	47 = 11,2%
Adresse/Telefonnummer falsch und nicht ermittelbar	10 = 2,4%
Brutto Stichprobe	356 = 100,0%

Ausfälle

Zielperson nicht erreicht	29 = 8,1%
Zielperson im Urlaub	22 = 6,2%
Kein Termin zustande gekommen	27 = 7,6%
Beantwortung der Fragen verweigert	28 = 7,9%
Netto (auswertbare) Fälle	250 = 70,2%

7. Zielperson der Untersuchung

In der Grundgesamtheit wird die Fachzeitschrift an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der Erstempfänger der VerkehrsRundschau C in dem Betrieb, dem Unternehmen/in der Dienststelle.

8. Definition des Leser

entfällt

9. Schwankungsbreiten

Die Ergebnisse einer auf Random-Auswahl basierenden Untersuchung unterliegen statistischen Schwankungsbreiten. Die maximale gemäß ZAW anzugebende Schwankungsbreite beim Mittelwert von 50% (höchster theoretischer Wert) bei einer 90%igen Sicherheit und bei 250 ausgewerteten Nettofällen beträgt: +/-5,2%.

10. Durchführung der Untersuchung

TNS EMNID, Institut für Markt- und Meinungsforschung, Bielefeld

11. Befragungszeitraum

Die Durchführung der telefonischen Befragung erfolgte in der Zeit vom 24. Mai bis zum 29. Juni 2005

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