

Gefahr/gut

Empfängerstruktur-Analyse 2004

Anzeigenverkauf

Andrea Volz

Telefon: 089/43 72-21 24

Fax: 089/43 72-23 98

E-Mail: andrea.volz@springer-sbm.com

Anzeigenleitung

Stephanie Kleinloh

Telefon: 089/43 72-21 36

Fax: 089/43 72-23 98

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

Gesamtanzeigenleitung:

Oliver Trost

Telefon: 089/43 72-22 25

Fax: 089/43 72-23 97

E-Mail: oliver.trost@springer-sbm.com



Gefahr/gut – das Praxismagazin.



Die monatliche Fachzeitschrift Gefahr/gut ist seit über 10 Jahren das Pflichtblatt für alle, die für den richtigen Umgang mit gefährlichen Gütern verantwortlich sind. Zur Zielgruppe zählen Gefahrgutbeauftragte, sowie beauftragte Personen in Transportunternehmen.

Wir möchten Ihnen in dieser Broschüre die Qualitäten dieser Zielgruppe präsentieren. Basis dafür ist die repräsentative Empfängerstruktur-Analyse 2004, die durch TNS Emnid, Bielefeld durchgeführt wurde. Die Untersuchung entspricht dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen und erfüllt die Voraussetzungen für eine repräsentative Querschnittbetrachtung der Empfänger der Gefahr/gut.

Die Gefahr/gut-Leser investieren hauptsächlich in Lagerausrüstung, Verpackungen und Arbeitsbekleidung. Seminaranbieter und externe Dienstleister rund um das Thema Gefahrgut finden bei uns auch eine entscheidungsfreudige Leserschaft.

Die unabhängige Überprüfung unserer Zielgruppe durch regelmäßige Empfängerstruktur-Analysen gehört seit Jahren zum Service des Verlag Heinrich Vogel. Lernen Sie unsere Leserzielgruppe kompakt und übersichtlich in dieser Broschüre kennen und zögern Sie bitte nicht uns bei weiteren Fragen zu kontaktieren.

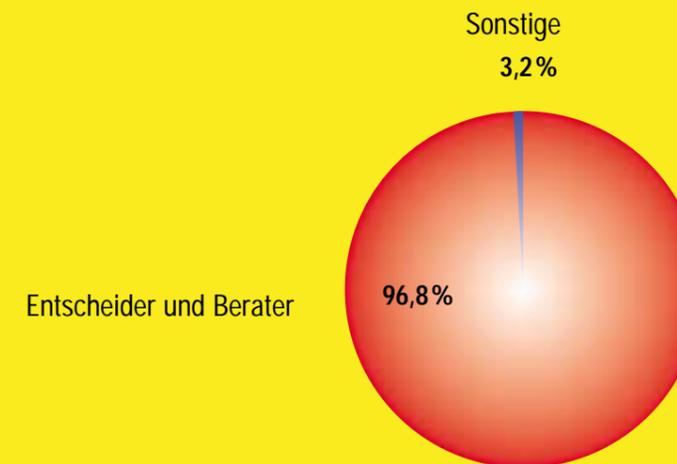
Oliver Trost
Gesamtanzeigenleiter

Gefahr/gut: Das marktführende Magazin für die Gefahrgutpraxis.

Gefahr/gut ist:

- Marktführer:** Höchste verkaufte Auflage bei den Gefahrgutfachzeitschriften (IVW, 2.Quartal 2004)
- Fachkompetent:** liefert marktgerichtete Themenschwerpunkte, seriösen Fachjournalismus und praxisnahe Berichte
- Aktuell:** durch die Kombination von Print, Online und Newsletter vereint das Magazin alle modernen Kommunikationswege

Wer sind die Leser der Gefahr/gut:



Gefahr/gut ist die Zeitschrift der Meinungsbildner in der Gefahrgutbranche!

Die überwiegende Mehrheit der Empfänger sind Alleinentscheider.

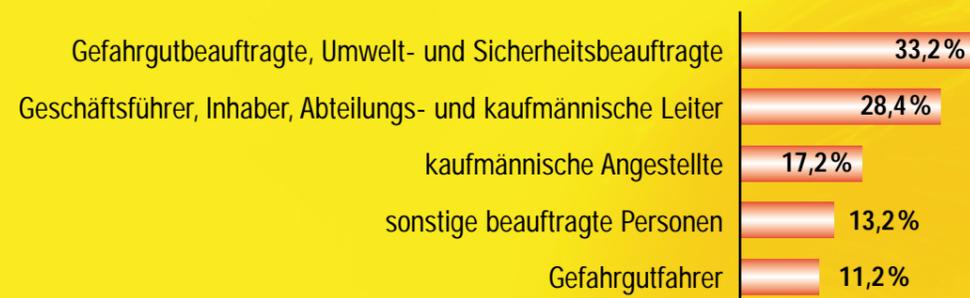
Hier ist der Beweis:
96,8% der Empfänger sind Berater und Entscheider.

DIE LESER DER GEFAHR/GUT

- Sind Entscheider, wenn es um Gefahrgutinvestitionen geht
 - Inhaber, Geschäftsführer, Abteilungsleiter, kaufmännische Leiter: 57,6%
 - Gefahrgutbeauftragte: 25,3%
- Schätzen die hohe Fachkompetenz sowie die praxisorientierten Berichte und gefahrgutrechtlichen Themen
- 97,2% der Leser würden die Gefahr/gut als Lektüre Kollegen oder Geschäftsfreunden weiterempfehlen.

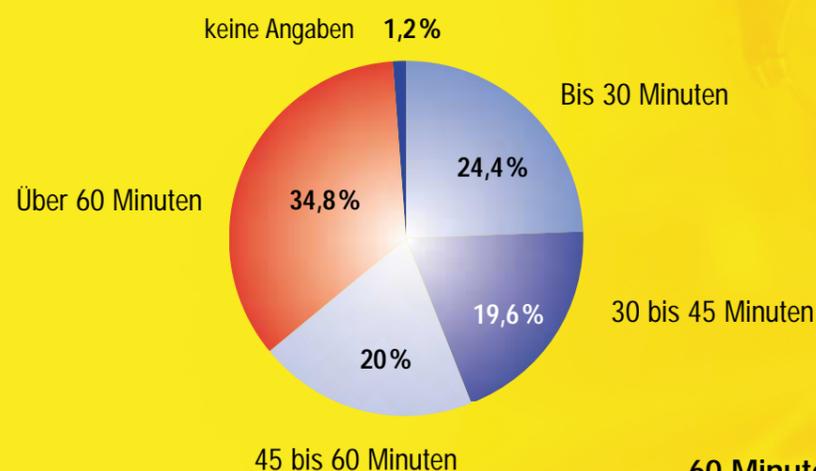
Die Gefahr/gut wird nicht nur vom Empfänger gelesen:

Weitere Leser: Durchschnittlich 3,2 weitere Leser pro Ausgabe.



Daraus ergibt sich eine Reichweite von ca. 19.400 Lesern aus der Gefahrgutbranche!

Wie lange befassen sich die Leser mit Gefahr/gut:

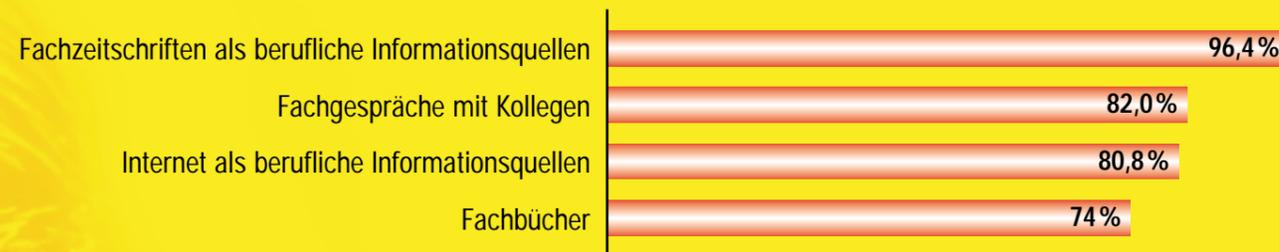


60 Minuten Lesedauer pro Ausgabe im Durchschnitt – für eine Fachzeitschrift ist dies ein TOP Wert.

Wie intensiv wird die Gefahr/gut gelesen?

78,8% durchschnittliche Seitenkontaktchance. Gefahr/gut ist ein intensiv genutzter Fachtitel. Daraus ergibt sich eine entsprechend hohe Seitenkontaktchance

Genutzte Informationsquellen:



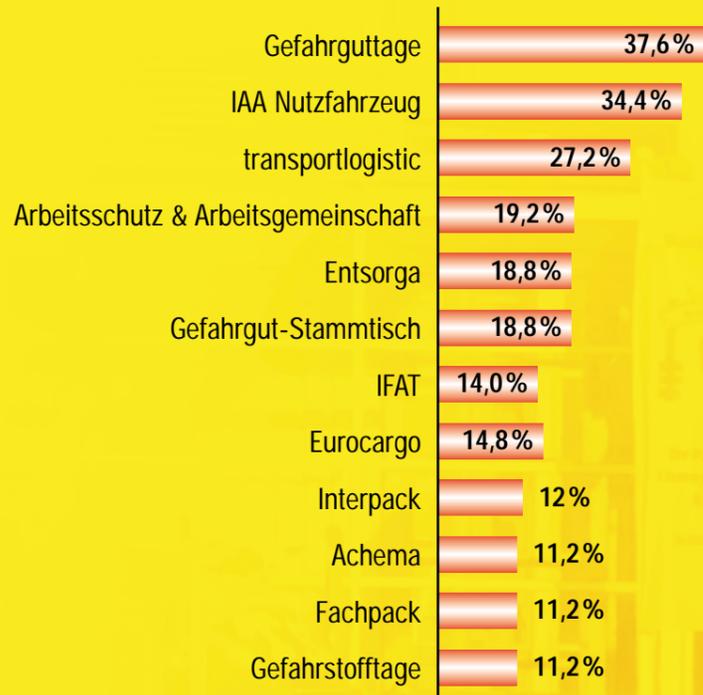
Fachzeitschriften vermitteln Sicherheit! Sie dienen nicht nur als berufliche Informationsquelle, sondern schaffen auch Übersicht – ein unverzichtbarer Werbeträger!

Anzeigen als Entscheidungsvorbereitung:

73,6% der Leser nutzen die Anzeigen als Entscheidungsvorbereitung.

75,2% der Leser nutzen das umfangreiche Bezugsquellenverzeichnis bei der Suche nach Anbietern.

Die regelmäßig besuchten Fachmessen:



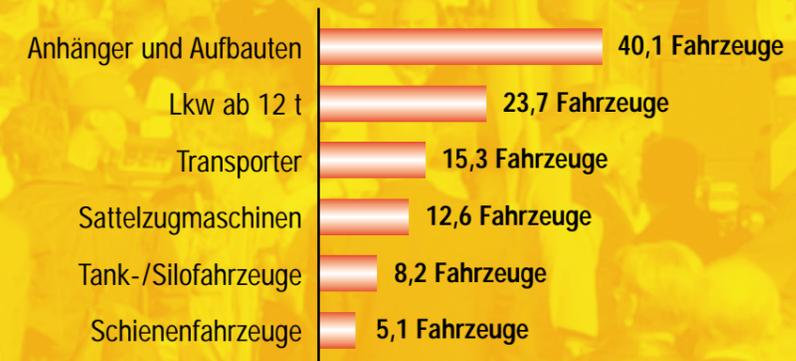
Messen sind eine **wesentliche Informationsquelle** für unsere Leser. Die **umfangreiche Berichterstattung** in der Gefahr/gut bietet ein hervorragendes Umfeld für Ihr Messemarketing.

Geplante Investitionen in den nächsten 2 Jahren:



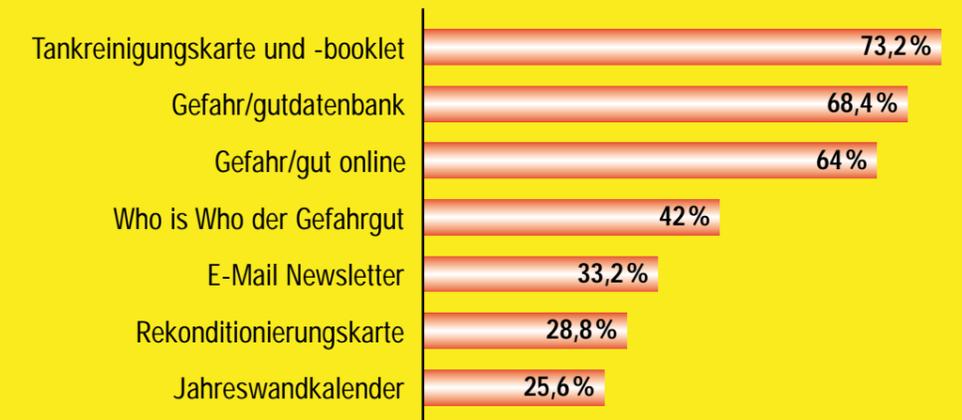
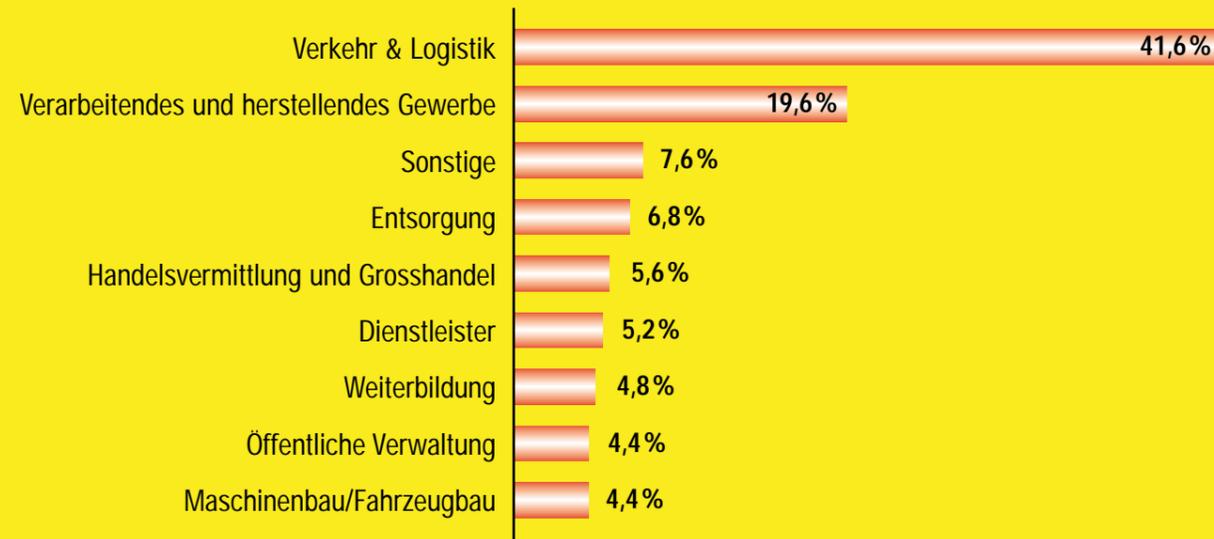
Die Leser investieren hauptsächlich in Aus- und Weiterbildung, Arbeitsbekleidung, **Fässer, IBC und Container**, sowie in **Neufahrzeuge**.

Der Fuhrpark unserer Empfänger:



62% der Leser besitzen einen eigenen Fuhrpark.

Unsere Leser arbeiten in Unternehmen mit **sehr großen Fuhrparks**. Hier steckt großes Absatzpotential für die Fahrzeugindustrie!



Unsere Leser sind hauptsächlich in den Branchen **Verkehr & Logistik** tätig, sowie **verarbeitendes und herstellendes Gewerbe** (z. B. chemische Industrie).

Alle Produkte rund um die Fachzeitschrift Gefahr/gut haben hohe bis sehr hohe Bekanntheitswerte. Damit erzielen Sie eine sehr gute Kontaktchance in der Zielgruppe.

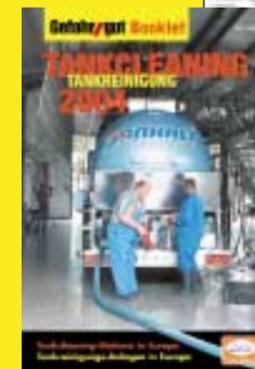
Sonderwerbformen eignen sich hervorragend zur **Differenzierung** von Ihren Wettbewerbern. Erzielen Sie eine hohe Werbewirksamkeit und Aufmerksamkeit!



Who is Who der Gefahr/gutbranche



Firmenportrait



Tankreinigungsbooklet



Tankreinigungskarte



Rekonditionierungskarte



Gefahr/gut Newsletter



Gefahr/gut-online

Wichtigkeit und Zufriedenheit der Themenbereiche

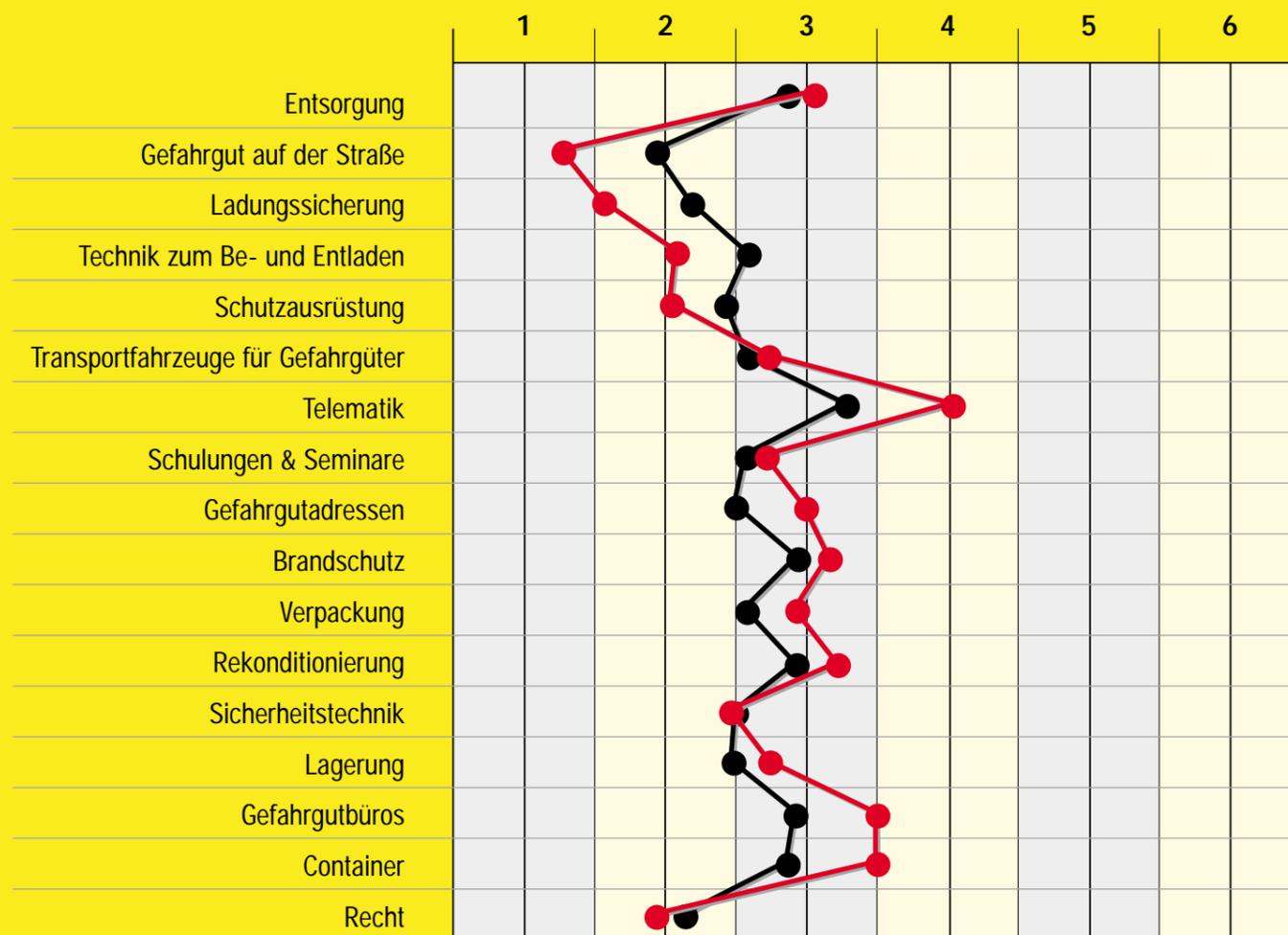
(Durchschnitte)

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



Die hohe Zufriedenheit der Themenauswahl und -aufbereitung ist ein Indiz dafür, dass die Gefahr/gut bei den Lesern eine **hohe redaktionelle Kompetenz** genießt.

97,2% der Leser würden die Gefahr/gut als Lektüre Kollegen oder Geschäftsfreunden **weiterempfehlen**.

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 (Abonnenten und Freistücke)

3. Stichprobenziehung

Tag der Stichprobenziehung: 10. Juni 2004

4. Struktur der Empfängerschaft

Gesamtzahl der Empfänger in der Datei 6.059
 Struktur einer Ausgabe nach Vertriebsformen:
 Verkaufte Auflage 2.765
 Ständige Freistücke 3.089
 Sonstiger Verkauf 205

Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) 6.059
Davon
 Bundesrepublik Deutschland 5.903
 Ausland 156

5. Grundgesamtheit

Grundgesamtheit (tvA) 6.059 = 100,0 %
 Davon in der Untersuchung nicht erfasst 398 = 6,6 %
 Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit 5.661 = 93,4 %

6. Beschreibung der Stichprobe

Ausgangs-Stichprobe 415 = 100,0 %
 Stichprobenneutrale Ausfälle
 Außerhalb der Zielgruppe 23 = 5,5 %
 Kein Empfänger ermittelbar 21 = 5,1 %
 Adresse/Telefonnummer falsch und nicht ermittelbar 17 = 4,1 %
 Brutto Stichprobe 354 = 100,0 %

Ausfälle

Zielperson nicht erreicht 28 = 7,9 %
 Zielperson im Urlaub 5 = 1,4 %
 Kein Termin zustande gekommen 26 = 7,3 %
 Beantwortung der Fragen verweigert 45 = 12,7 %
 Netto (auswertbare) Fälle 250 = 70,6 %

7. Zielperson der Untersuchung

In der Grundgesamtheit wird die Fachzeitschrift an persönliche und an betriebliche Anschriften geliefert. Befragt wurde der Erstempfänger von Gefahr/gut 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 14. Juni bis zum 20. Juli 2004

Diese Untersuchung entspricht in der Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen, 9. Auflage.