



Lärmreport II: Bürokratiewahnsinn Parkplatzbau +++ Sani(un)fair: 70 Cent fürs Pinkeln!

Das Magazin für Fernfahrer

Trucker

SPECIAL FESTIVALS
mit MINI POSTER
SOMMER, SONNE
SUPERTRUCKS! ab Seite 61

IM SUPERTEST
VOLVO FH 500
Seite 36

IAA
23.-30. SEPTEMBER 2010
IN HANNOVER
DAS KOMMT NEU!



EXKLUSIV
**FEINE AIRBRUSH-
KIPPER FÜR
GROBE AUFTRÄGE**
Seite 78

BERGEDIENST-SPECIAL
**LENZ OHNE BENZ:
DIE ABSCHLEPPER
AUS DER EIFEL**
Seite 50

SCHWERPUNKT USA
**URLAUB AM HIGH-
WAY + US-TRUCKS
WERDEN GRÜN**
Seite 66

15-Hammer!
NATIONALER FERNVERKEHR
Wer hat die beste Kabine?
Seite 28

FAHRBERICHT
Volvo FN

SUPERTEST IVECO
**560-PS-STRALIS:
UNTERSCHÄTZTE
FAHRMASCHINE**
Seite 28

TRUCKING IN
**SÜDAFRIKA: FIT
FÜR DIE WM**
Seite 68

Weiterbildung: Realitätsfern? +++ Gesundheit: Gefahr Diabetes +++ Versicherung: Berufsunfähigkeit

Ergebnisse der Leser-Struktur-Analyse



Foto: Marion Vogel

Sehr geehrte Kundin, sehr geehrter Kunde,

der TRUCKER ist seit über 30 Jahren der Special-Interest-Titel für LKW-Fahrer und Fans. Das Magazin informiert monatlich über Themen aus den Bereichen Aktuelles, Test + Technik, Recht, Reportagen, Aus- und Weiterbildung, Gesundheit, Service und Unterhaltung. **Aktuelle Informationen** und Nachrichten erhalten unsere Leser außerdem über das Internetportal www.trucker.de. Mit dem TRUCKER-Club und der TRUCKER-Community schaffen wir zudem eine enge Bindung zu den Lesern bzw. zur Zielgruppe.

Unsere Praxisnähe, die redaktionelle Kompetenz, das technische Know-how und die langjährige Erfahrung werden durch die Treue unserer Leser bestätigt und sind wichtige Maßstäbe für uns. Genauso wichtig sind für uns die regelmäßigen Umfragen und Analysen unserer Zielgruppen und Empfänger.

Per telefonischer Befragung haben wir aktuell unsere Leser zum TRUCKER interviewt. Durchgeführt wurde diese repräsentative Untersuchung, die dem Rahmenschema des ZAW für Werbeträgeranalysen entspricht, von dem unabhängigen Marktforschungsunternehmen TNS Emnid.

Ich freue mich, Ihnen heute die **Ergebnisse dieser aktuellen Leserstrukturanalyse** vorzustellen. Nutzen Sie die Möglichkeit, unsere Leser kennen zu lernen und zögern Sie nicht, uns bei weiteren Fragen zu kontaktieren.

Mit Ihrem Werbeträger TRUCKER wünschen wir Ihnen viel Erfolg!

Ihre

A handwritten signature in blue ink that reads "J. Rethmann". The signature is fluid and cursive.

Jutta Rethmann

Gesamtleitung Sales und Marketing

Was sagen die Kunden?

TRUCKER – kompetent und wichtig

„Die Kommunikation in Richtung Berufskraftfahrer ist für uns äußerst wichtig. Der TRUCKER ist daher als Werbepattform für uns unerlässlich. Das Magazin überzeugt mit seinem zielgruppenaffinen Konzept und spielt deshalb bei unserer Mediaplanung eine wichtige Rolle.“

Kay Otte, Leiter Marketing, UNION TANK Eckstein GmbH & Co. KG

„Der TRUCKER ist für uns eine bedeutende Fachzeitschrift, da er den LKW-Fahrer in den Mittelpunkt stellt. Auch Scania rückt den LKW-Fahrer seit Jahrzehnten in den Fokus seiner Tätigkeit. Ob mit zahlreichen Innovationen für den Fahrer Arbeitsplatz, einem Fahrerhaus, das den hohen Anforderungen des Schweden-Crash-Tests entspricht, dem weltweiten Scania Fahrerwettbewerb oder der Scania Truck Gear Kollektion. Der Fahrer ist uns wichtig, genauso wie der Redaktion des TRUCKERS.“

Mikael Lundqvist, Direktor Strategie, Kommunikation und Marketing Scania Deutschland Österreich

„Der TRUCKER ist einer der traditionsreichsten Titel für LKW-Fahrer im deutschsprachigen Raum. Die hohe redaktionelle Qualität, die anspruchsvollen Fahrzeug-Tests, die große Nähe zur Praxis und zu den Fahrern macht den TRUCKER zum idealen Medium für uns. Damit erreichen wir die relevanten Fahrer, aber auch Unternehmer effizient und erfolgreich.“

Dr. Frank Albers, Leiter Marketing/Leiter Vertrieb National, FAHRZEUGWERK BERNARD KRONE GMBH

„Der TRUCKER ist für uns ein wichtiges Medium, weil er nach unserer Erfahrung sowohl bei den Fahrern wie auch bei Unternehmern eine kompetente Informationsquelle und Entscheidungshilfe ist.“

Fabian Obinger, Teamleiter Marketingkommunikation, MAN TRUCK & BUS DEUTSCHLAND GMBH

„Der TRUCKER ist für uns ein wichtiges Medium, weil Fahrer eine wichtige Zielgruppe für uns sind. Und wir sind sicher, dass der TRUCKER diese Zielgruppe auch erreicht.“

Dr. Hans Geesmann, Director Marketing Region Central Europe, Volvo Trucks

Wofür steht der TRUCKER?

Für Authentizität und Lesernähe

Nach dem Motto „TRUCKER – näher dran“ arbeitet die Redaktion mit vielen im Fahrberuf erfahrenen Mitarbeitern. Das schafft **Authentizität**. Die permanente Präsenz bei Festivals, auf Autohöfen, Stammtischen und vor allem im Alltag der Transportunternehmen verschafft dem TRUCKER eine enge Vernetzung mit der Branche. Dadurch entsteht besondere Lesernähe.

Unter dem Dach der Marke TRUCKER werden die Inhalte in verschiedene Medienkanäle integriert. Ob Zeitschrift, Online, TRUCKER-Club, Sponsoring oder auch Festivals – der TRUCKER ist immer ein verlässlicher Partner.

Mit über 13.000 Mitgliedern zählt der **TRUCKER-Club** zur festen Säule der TRUCKER-Community. Persönlich und vor allem erlebbar präsentiert sich der Club auf zahlreichen Veranstaltungen und Autohöfen, um den Mitgliedern nicht nur Sonder- und Rabattaktionen anzubieten, sondern vor allem die Gemeinschaft für LKW-Fahrer und LKW-Liebhaber zu leben.

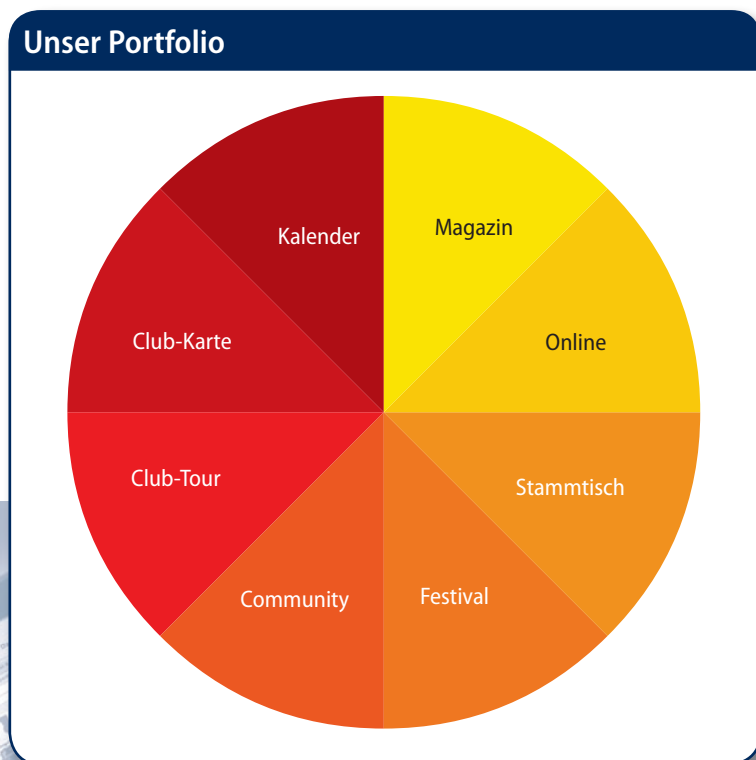


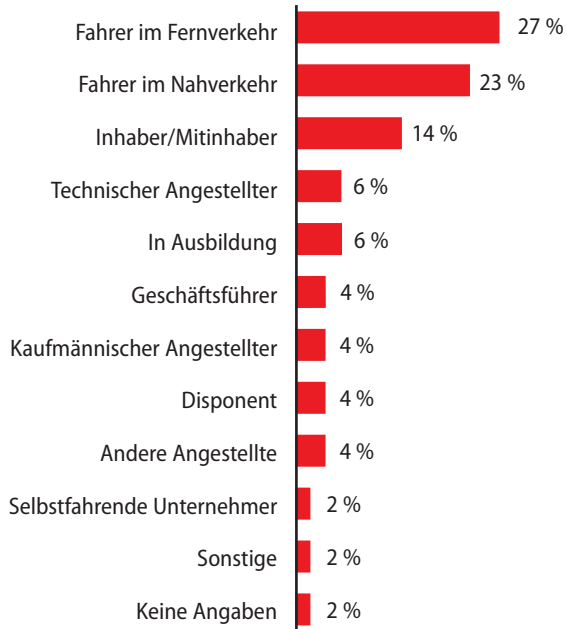


Foto: Johannes Reichel

Was kennzeichnet die Leser?

Die TRUCKER-Leser sind LKW-Fahrer, die beruflich hauptsächlich im Fern- und Nahverkehr unterwegs sind oder als Inhaber eines Transportunternehmens die Geschäfte leiten und auch selbst fahren.

Stellung im Betrieb



Bei den wichtigsten Investitionen sind unsere Leser maßgeblich mit am **Entscheidungsprozess beteiligt**. Sie fungieren als wertvolle Berater, wenn es um Neuanschaffungen bei LKW, Anhängern, Aufbauten, Fahrzeugzubehör oder anderen Produkten rund um die Ausstattung geht.

A blurred background image showing a person's hands holding and reading a newspaper. The text on the newspaper is partially visible but illegible due to the blur.

Wie wird der TRUCKER genutzt?

Intensiv – Print und Online

Durchschnittliche Lesedauer:	62 Minuten
Geschätzte Anzahl weiterer Leser:	1,8 weitere Leser pro Ausgabe
Reichweite pro Ausgabe:	144.791 Leser *
Durchschnittliche Nutzung:	über 12 Jahre

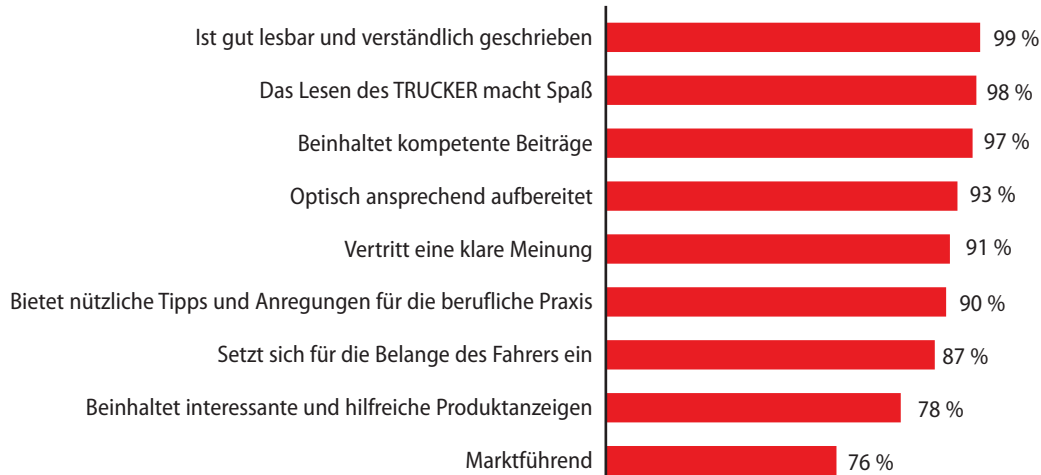
Die Zahlen beweisen: Interessante Artikel sowie die hohe Authentizität kommen bei den Lesern gut an. Das Magazin wird intensiv gelesen und es entsteht eine ausgeprägte **Leser-Blatt-Bindung**. Das belegt auch die durchschnittliche Lesedauer von über 60 Minuten.

Aber nicht nur das Magazin wird intensiv genutzt, auch der korrespondierende Internetauftritt www.trucker.de zieht die Leser in seinen Bann. **Knapp 70 %** unserer Leser sind mit dem Internetportal vertraut und **nutzen die Website regelmäßig** in ihrer Freizeit. Die TRUCKER-Community wächst täglich. Die Gruppen und das Forum stehen als ideale Plattform für den Austausch von Fachinformationen, Unterhaltung und nicht zuletzt zum Finden neuer Freunde.

Wie wird der TRUCKER bewertet?

TRUCKER wird geliebt

Titelprofil



Die Werte belegen eindeutig:

Mehr als 98 % aller Leser sind überzeugte Fans und **haben Spaß am Lesen** des Magazins. Die Leser identifizieren sich mit dem TRUCKER und schätzen die **redaktionellen Tipps** für ihre berufliche Praxis. Darüber hinaus nutzen knapp 80 % der Leser die Produktanzeigen für ihre **Kaufentscheidungen**.



Methodik

In dieser Broschüre stellen wir Ihnen die wichtigsten Ergebnisse unserer umfassenden und repräsentativen Leser-Struktur-Analyse 2010 vor. Das renommierte Marktforschungsinstitut TNS Emnid, Bielefeld, führte die Befragung unter TRUCKER-Lesern durch und belegt in der Analyse die hohe Akzeptanz und intensive Nutzung des Fachmagazins TRUCKER. In der Empfängerdatei (Abonnement) sind die Anschriften aller Empfänger aufgeführt. Aufgrund der postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inlands- und Auslands-empfängern sortiert werden. Zur Befragung von Lesern der Teilaufgabe „Freier Verkauf“ wurden nach einem Zufallsverfahren Leser im freien Verkauf über einen der Ausgabe 7/2010 beiliegenden Kontaktbogen rekrutiert. Dieses Vorgehen bei der Stichprobenerstellung entspricht nicht vollständig den Regeln des ZAW, ist im vorliegenden Fall aber die einzig praktikable Möglichkeit, mithilfe eines Zufallsverfahrens eine repräsentative Stichprobendatei dieser Teilaufgabe zu erstellen. Die Untersuchung entspricht dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen und erfüllt die Voraussetzungen für eine repräsentative Querschnittbetrachtung der TRUCKER-Leser.

- › Durchführendes Institut: TNS Emnid, Bielefeld
- › Grundgesamtheit: Hauptsächliche Leser der Zeitschrift TRUCKER
- › Methode: Mündliche (telefonische) Befragung
- › Stichprobenauswahl: Random
- › Brutto-Stichprobe: 353 gezogene Empfänger
- › Netto-Stichprobe: 250 tatsächliche Interviews
- › Ausschöpfungsquote: 70,3 %
- › Untersuchungszeitraum: 15.06.2010 bis 07.07.2010

Die Befragung beruht auf wissenschaftlichen Verfahren und ist deshalb repräsentativ für die abzubildende Grundgesamtheit.

Wir beraten Sie gerne!

Verlag Heinrich Vogel
Springer Fachmedien München GmbH
Aschauer Straße 30 | 81549 München
Tel. +49 89 20 30 43 - 0 | Fax: +49 89 20 30 43 - 23 98