

# Ergebnisse der Leser-Struktur-Analyse 2011



© photos.com



**asp**  
AUTO SERVICE PRAXIS

06/2011  
7,50 EUR

mit TÜV aktuell

943 383 D  
Springer Automotive Media

**LIQUI MOLY** Motorenöle  
made in Germany

**Zündkerzen**  
Die nächste Generation der Zündkerzen von Bosch hat eine neue Konstruktionsform. Neofit statt SAE-Mutter.

**Werkstatttechnik**  
**Messe**  
Rückblick auf die 24. Autoparatours in Bologna mit zahlreichen Neuheiten der internationalen Werkzeitanbieter.

**Betriebspraxis**  
**Wettbewerb**  
Werkstattdirektoren 2011: Wer beim Qualitätswettbewerb der Mehrmarkenwerkstätten vorn lag.

**TÜV-Aktuell**  
TÜV Nord „Kundenbarometer“: Erfassung der Kundenzufriedenheit per Fragebogen.

Wir zahlen Steuern und schaffen Arbeitsplätze in Deutschland.

WWW.LIQUI-MOLY.DE  
WWW.TIOPH-MOLY.DE

**asp – AUTO SERVICE PRAXIS**  
Das Fachmagazin für Werkstatt und Service

[www.autoservicepraxis.de](http://www.autoservicepraxis.de)

# asp – AUTO SERVICE PRAXIS

## Das Fachmagazin für Werkstatt und Service

### Verbreitung

- ▶ 24.567 Exemplare verbreitete Auflage (IVW 01.07.10 – 30.06.2011)
- ▶ 20.069 verkaufte Auflage (IVW 01.07.10 – 30.06.2011)
- ▶ 3,3 geschätzte weitere Leser (EMNID-Leser-Struktur-Analyse 2011)

### Empfänger

- ▶ Entscheider in Kfz-Werkstätten
- ▶ Betriebsinhaber, Geschäftsführer
- ▶ Betriebs-, Service- und Werkstattleiter
- ▶ Service-Berater

### Zielgruppe

- ▶ Markengebundene und freie Autohäuser und Werkstätten
- ▶ Autoelektrik- und Bremsendienste
- ▶ Ersatzteil-, Zubehör- und Reifenhandel

### Inhalte

- ▶ Automobil- und Werkstatttechnik
- ▶ Betriebspraxis
- ▶ Neues vom Zubehörmarkt
- ▶ Kundendienst, Servicepraxis und neue Reparaturmethoden
- ▶ Aktuelles zum Automobilmarkt + Tipps zum Fahrzeughandel

### Charakteristische Stärken

- ▶ Hochqualifizierte und preisgekrönte Journalisten – insgesamt sechs Auszeichnungen beim Journalistenpreis „Wort & Werkstatt“ 2006, 2007, 2008 und 2010
- ▶ Hohe redaktionelle Kompetenz, unabhängig und kritisch
- ▶ Als TÜV-Partnerzeitschrift ein wichtiges Informationsmedium für die mehr als 17.000 Servicebetriebe
- ▶ Enge Kontakte zu Machern und Entscheidern der Branche
- ▶ Praxisnahe Beiträge – große Lesernähe



# Inhalt

▶ Betriebliche Strukturdaten	Seite 4
▶ Persönliche Strukturdaten der Leser	Seite 5
▶ Informationsverhalten der Leser	Seite 6
▶ Bewertung von asp – AUTO SERVICE PRAXIS	Seite 8
▶ Kontakt	Seite 9

In dieser Broschüre stellen wir Ihnen die wichtigsten Ergebnisse unserer umfassenden und repräsentativen Leser-Struktur-Analyse 2011 vor.

Das renommierte Marktforschungsinstitut TNS EMNID, Bielefeld, führte die Befragung unter **asp – AUTO SERVICE PRAXIS**-Lesern durch und belegt in der Analyse die hohe Akzeptanz und intensive Nutzung der Fachzeitschrift **asp – AUTO SERVICE PRAXIS**.

Die Untersuchung entspricht dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen und erfüllt die Voraussetzungen für eine repräsentative Querschnittbetrachtung der **asp**-Empfänger.

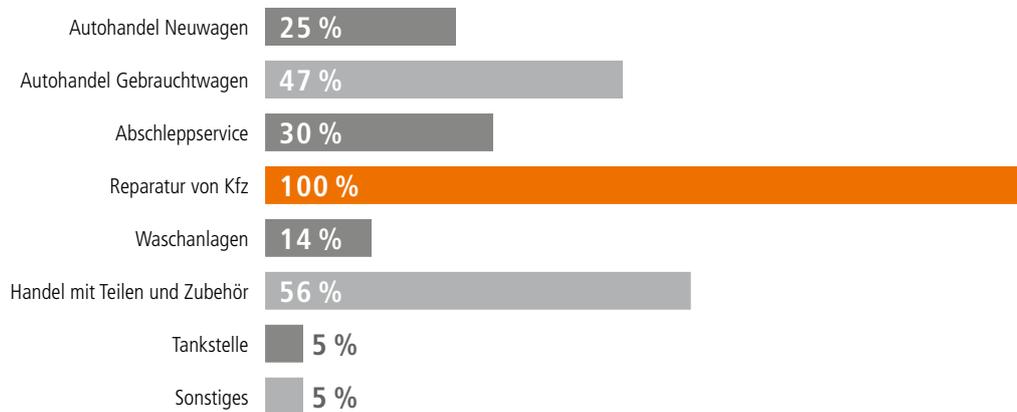
## METHODIK

Durchführendes Institut:	TNS Emnid, Bielefeld, Institut für Markt-, Media- und Meinungsforschung
Grundgesamtheit:	Hauptsächliche Leser der Zeitschrift <b>asp – Auto Service Praxis</b>
Methode:	Mündliche (telefonische) Befragung
Stichprobenauswahl:	Random
Brutto-Stichprobe:	355 gezogene Empfänger
Netto-Stichprobe:	250 tatsächliche Interviews, davon 108 Servicebetriebe
Ausschöpfungsquote:	70,4 %
Untersuchungszeitraum:	28.06.-29.07.2011

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

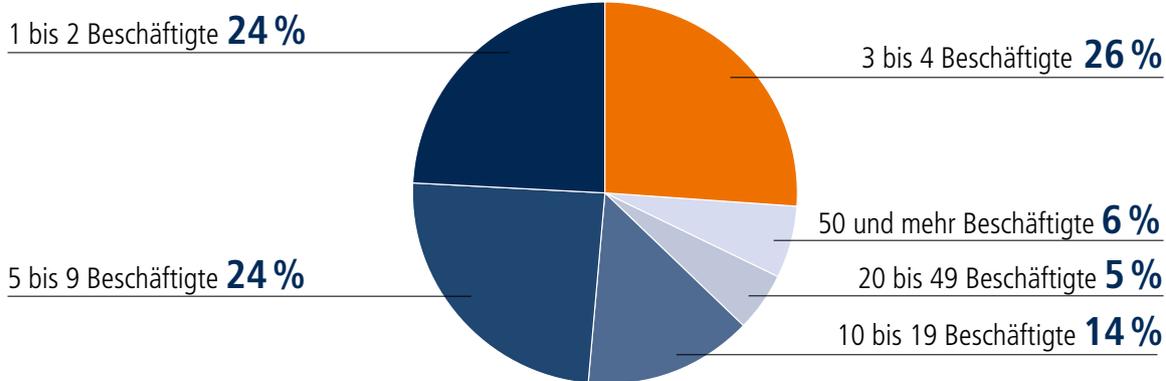
## Empfänger sind kleine und mittlere Betriebe aus den Bereichen Handel und Reparatur

### Geschäftsfelder der Servicebetriebe



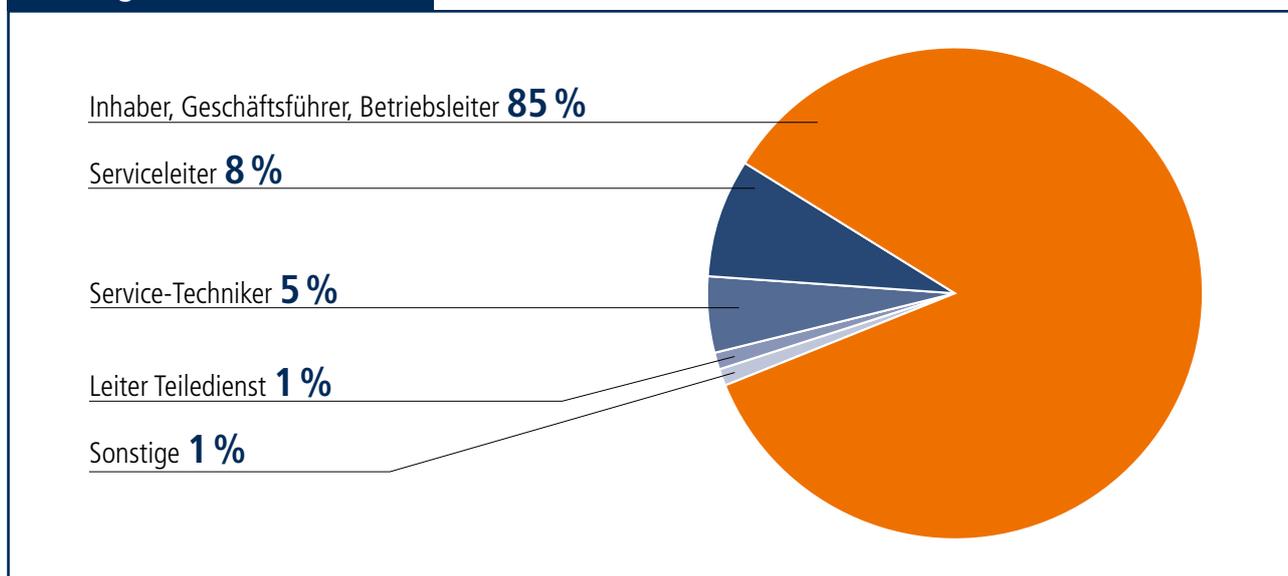
Mehrfachnennungen möglich

### Unternehmensgröße der Servicebetriebe

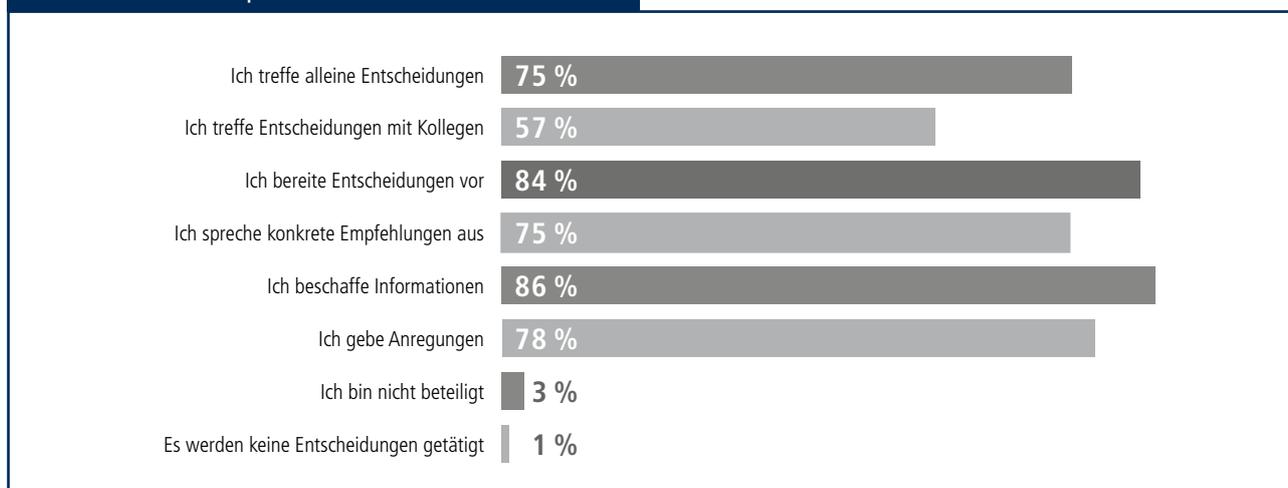


## 96,3 % der Leser von **asp** in Servicebetrieben sind bei Investitionsentscheidungen maßgeblich beteiligt

### Stellung im Servicebetrieb

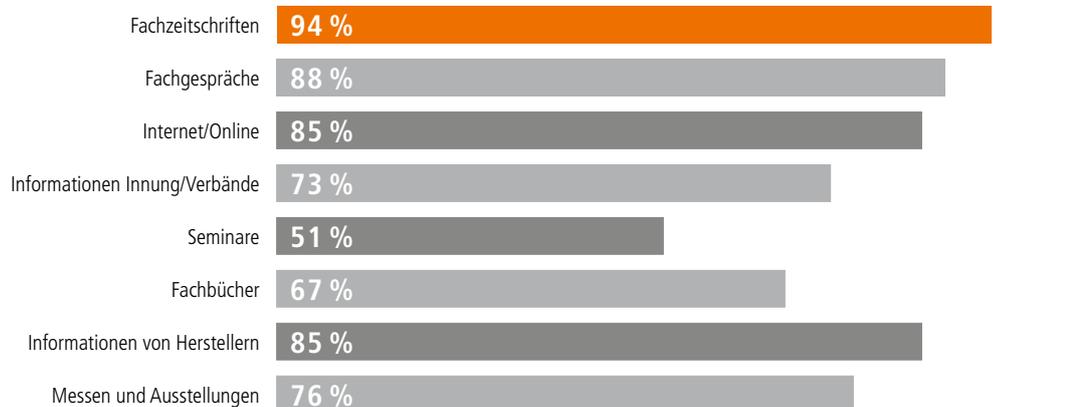


### Investitionskompetenz im Servicebetrieb



**asp** wird regelmäßig und intensiv gelesen – 80,6 % Seitenkontaktchance und 50,7 Min. durchschnittliche Lesedauer

### Regelmäßig genutzte Informationsquellen



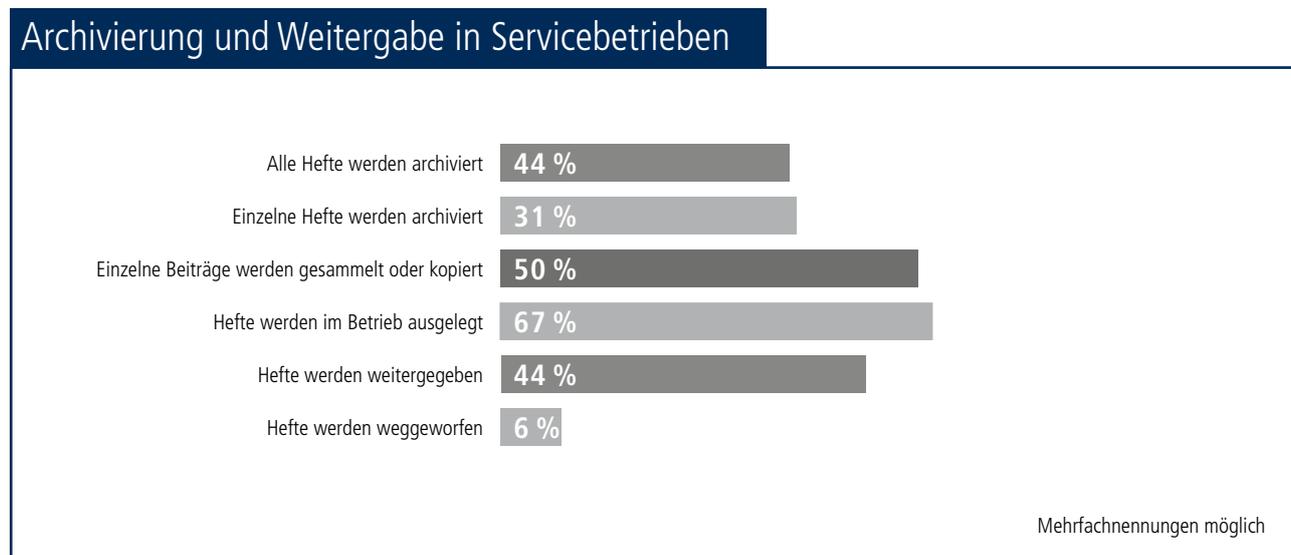
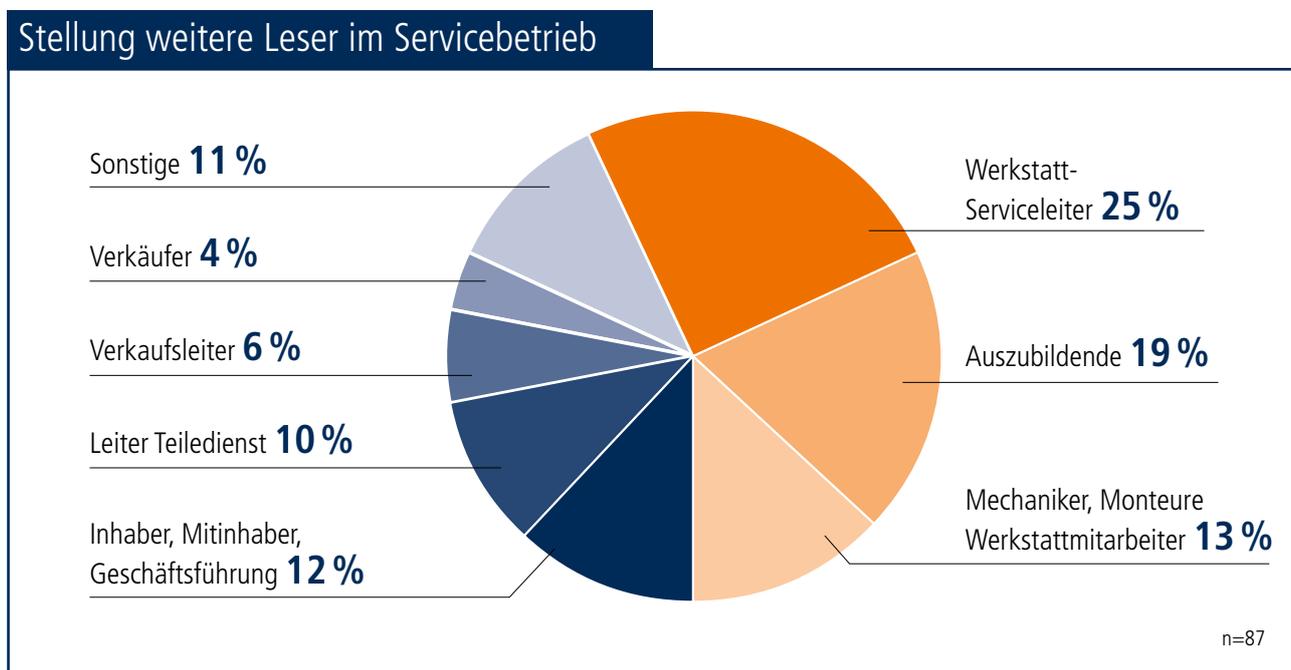
Mehrfachnennungen möglich

**81,4 %** der Befragten lesen 10 bis 12 Ausgaben von **asp** (Kernleser).

**10,8** Ausgaben von 12 jährlich erscheinenden **asp-Ausgaben** werden durchschnittlich gelesen.

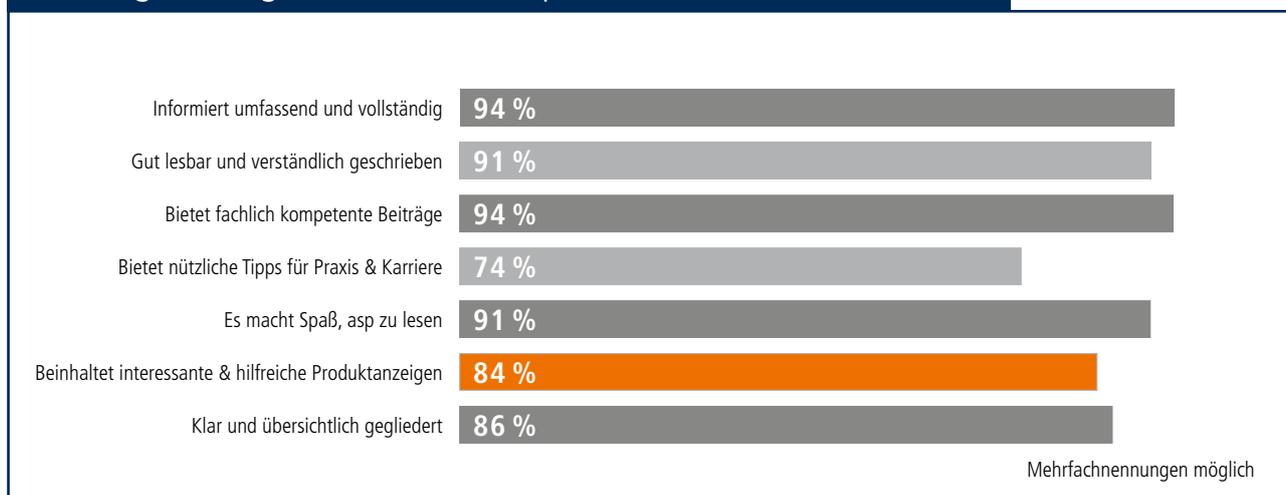
**92,3 %** nutzen das Internet täglich oder mehrmals wöchentlich beruflich.

Durch durchschnittlich 3,3 weitere **asp-Leser** wird ein hoher Multiplikatoreneffekt erzielt



72,4 % der **asp-Leser** haben aufgrund einer Anzeige einmal oder häufiger Kontakt mit dem Anbieter aufgenommen oder nähere Informationen eingeholt

### Grundlegende Eigenschaften von asp aus Sicht der Servicebetriebe



**59,1 %** der **asp-Leser** fallen beim Lesen der **asp** auch inhaltlich passende Anzeigen auf.

**65,3 %** der Servicebetriebe geben an, dass **asp** relevante und aktuelle Informationen liefert, um mitreden zu können.

**57,1 %** der **asp-Leser** sind der Meinung: Wer in **asp** wirbt, ist wichtig und spielt auf dem Markt eine wichtige Rolle.

---

## Kontakt



**Sanja Klöppel**

Key Account Managerin  
sanja.kloeppel@springer.com  
Telefon +49 89 203043-1224  
Fax +49 89 203043-1240



**Doris Kester-Frey**

Mediaberaterin autojob.de  
Karriere-/Anzeigenmarkt  
doris.kester-frey@springer.com  
Telefon +49 89 203043-1133  
Fax +49 89 203043-1240