

Ergebnisse der

# Empfängerstrukturanalyse 2008



**Verkehrs-  
Rundschau A**  
Das Fachmagazin  
für Spedition,  
Transport und  
Logistik

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

## »» VerkehrsRundschau A – wir transportieren Erfolg!

Sehr geehrte Kundin,  
sehr geehrter Kunde,

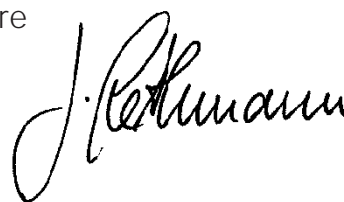
das Wochenmagazin VerkehrsRundschau ist seit über 60 Jahren die Fachzeitschrift für die Transport-, Logistik- und Speditionsunternehmen im deutschsprachigen Raum. Neben dem Magazin erscheint täglich ein topaktueller Newsletter und das Internetportal unterstützt dies durch aktuelle News. Sonderausgaben, Themen- und Branchen-Specials, sowie Fachkonferenzen, das Image Ranking und die Leserreisen komplettieren unser Angebot. Hiermit möchten wir Ihnen die repräsentative Empfängerstruktur-Analyse 2008 vorstellen, die viele interessante Aspekte unserer Zielgruppe aufzeigt. Durchgeführt wurde diese Studie von TNS Emnid in Bielefeld und entspricht dem

Rahmenschema des ZAW für Werbeträgeranalysen.

Zum Service für unsere Kunden zählt seit Jahren die unabhängige Überprüfung unserer Zielgruppe durch Empfängerstruktur-Analysen. Nutzen Sie die Möglichkeit unsere Zielgruppe kompakt und übersichtlich kennenzulernen und zögern Sie bitte nicht uns bei weiteren Fragen zu kontaktieren.

Wir wünschen Ihnen mit Ihrem Werbeträger VerkehrsRundschau viel Erfolg!

Ihre



Jutta Rethmann  
Gesamtleitung Sales und Marketing

# VerkehrsRundschau A – <<<

## Das Fachmagazin für Spedition, Transport und Logistik

### **Verbreitung**

- 17.835 Exemplare verbreitete Auflage  
(IVW 01.07.2007 bis 30.06.2008)
- 9.591 Abonnenten  
(IVW 01.07.2007 bis 30.06.2008)
- 2,0 geschätzte weitere Leser pro Exemplar  
(EMNID-Empfängerstruktur-Analyse 2008)

### **Empfänger/Zielgruppe**

Die VerkehrsRundschau A richtet sich verkehrsträgerübergreifend an Entscheider in Unternehmen, die an der Organisation von Logistikketten beteiligt sind.

### **Inhalte/Redaktionelle Schwerpunkte**

- Nachrichten
- Hintergrundberichte
- Trendthemen
- Checklisten
- Ratgeber
- Produkt- und Marktübersichten aus den Themengebieten Logistik, Politik, Recht, Steuern, Management, Märkte/Unternehmen, IT und Kommunikation sowie Test und Technik

### **Charakteristische Stärken**

- Nah an den Bedürfnissen der Leser
- Unabhängig, hintergründig, stellt Forderungen
- Identifiziert und bewertet Trends
- Enge Kontakte zu den Machern und Entscheidern der Branche
- Kritisch, innovativ, umfassend

# »» Inhalt

<b>Inhalt</b>	<b>Seite</b>
<b>Vorwort</b>	<b>2</b>
<b>Inhalt / Methodik</b>	<b>4</b>
<b>Branchen/Wirtschaftszweige</b>	<b>5</b>
<b>Persönliche Strukturdaten der Leser</b>	<b>6</b>
<b>Betriebliche Strukturdaten</b>	<b>8</b>
<b>Informationsverhalten der Leser</b>	<b>12</b>
<b>Nutzungsdaten der VerkehrsRundschau A</b>	<b>14</b>
<b>Kontakt</b>	<b>16</b>

**In dieser Broschüre stellen wir Ihnen die wichtigsten Ergebnisse unserer umfassenden und repräsentativen Empfängerstruktur-Analyse 2008 vor.**

Das renommierte Marktforschungsinstitut TNS Emnid, Bielefeld, führte die Befragung unter **VerkehrsRundschau A**-Empfängern durch und belegt in der Analyse die hohe Akzeptanz und intensive Nutzung des Fachmagazins **VerkehrsRundschau A**. Die Untersuchung entspricht dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen und erfüllt die Voraussetzungen für eine repräsentative Querschnittbetrachtung der **VerkehrsRundschau A**-Empfänger.

- **Durchführendes Institut**  
TNS Emnid, Bielefeld
- **Grundgesamtheit**  
Erstempfänger der Zeitschrift VerkehrsRundschau A
- **Methode**  
Mündliche (telefonische) Befragung
- **Stichprobenauswahl**  
Random
- **Brutto-Stichprobe**  
352 gezogene Empfänger
- **Netto-Stichprobe**  
250 tatsächliche Interviews
- **Ausschöpfungsquote**  
71 %
- **Untersuchungszeitraum**  
Von 01.07. bis 29.07.2008

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

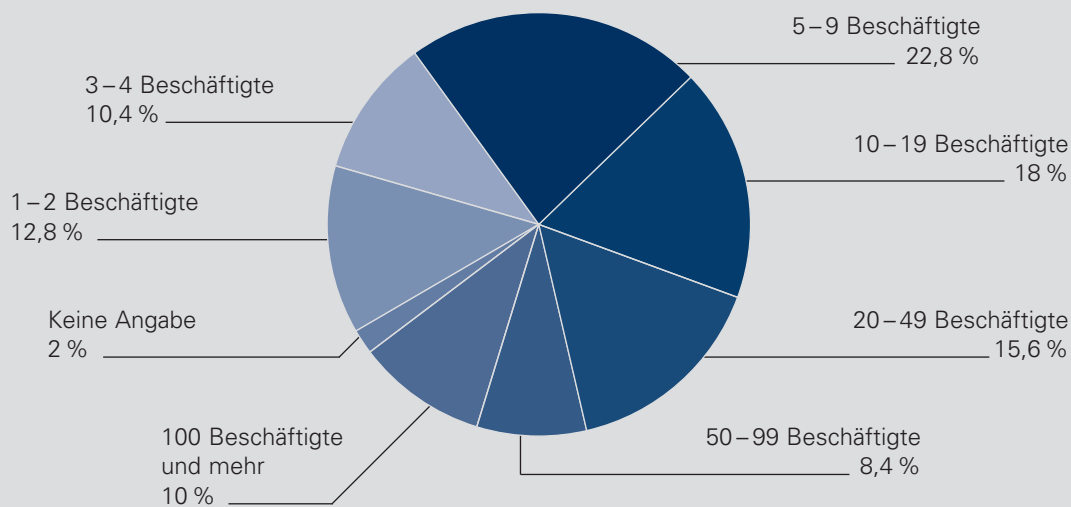
72 % der Leser sind mit der Beförderung von Gütern beschäftigt. Konzentriertes Nachfragepotential für Ihre Produkte und Dienstleistungen

### Branchen/Wirtschaftszweige/Unternehmenstypen



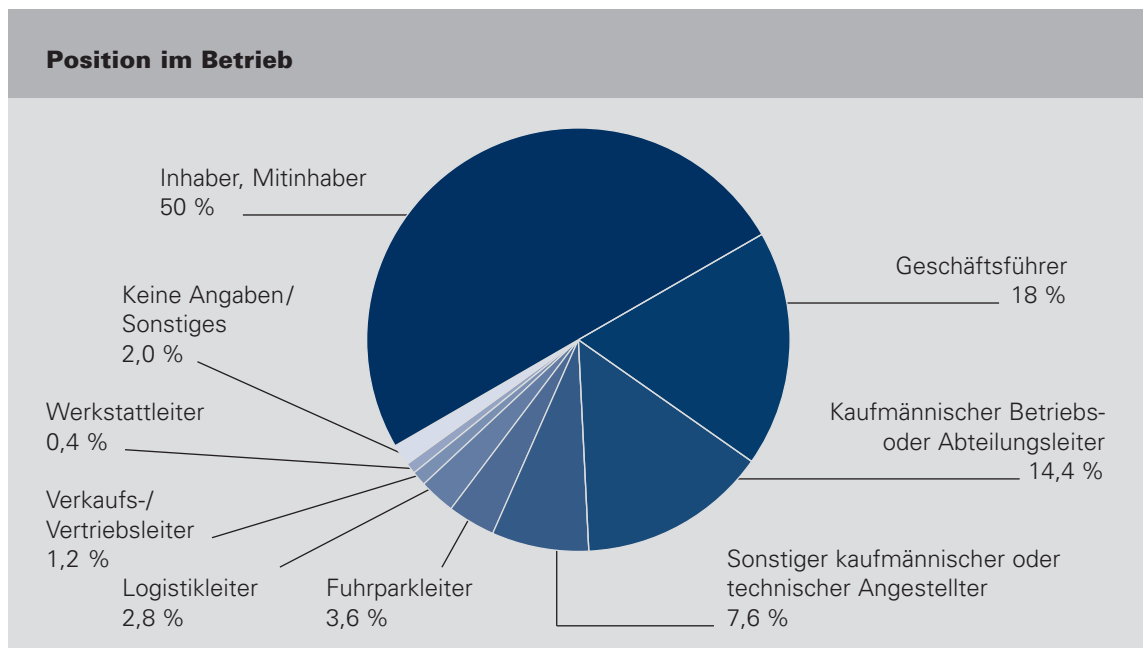
Basis: Empfänger (n = 250)

### Größe der Wirtschaftseinheit



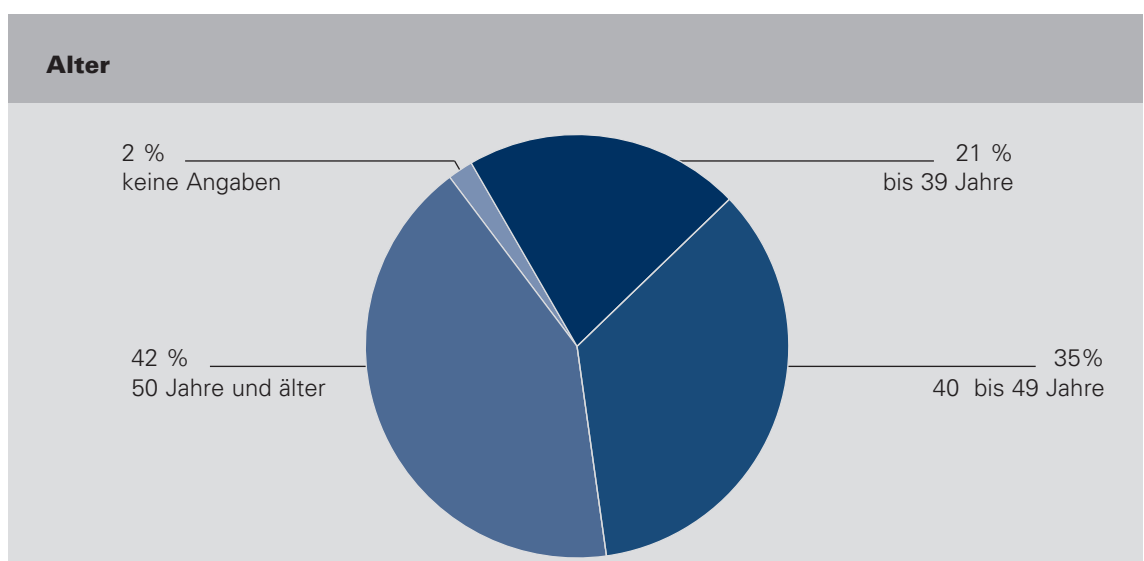
Basis: Empfänger (n = 250)

»» 90 % der Empfänger sind in leitender Position und damit unmittelbar in Entscheidungsprozesse involviert



Basis: Empfänger (n = 250)

»» 68 % der Empfänger sind Geschäftsführer, Inhaber oder Mitinhaber



Basis: 250 Fälle

»» 86,4 % sind männlich und 13,6 % weiblich

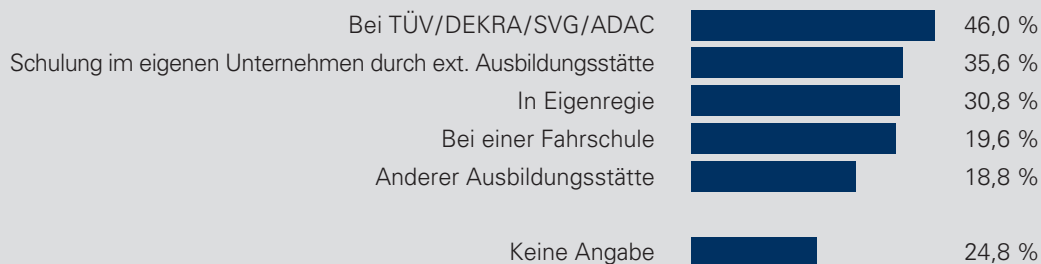
Mit über 64 % investieren die Befragten in den kommenden beiden Jahren vor allem in Aus- und Weiterbildung <<<

**Investitionsplanung in den nächsten zwei Jahren**



Basis: Empfänger (n = 250)

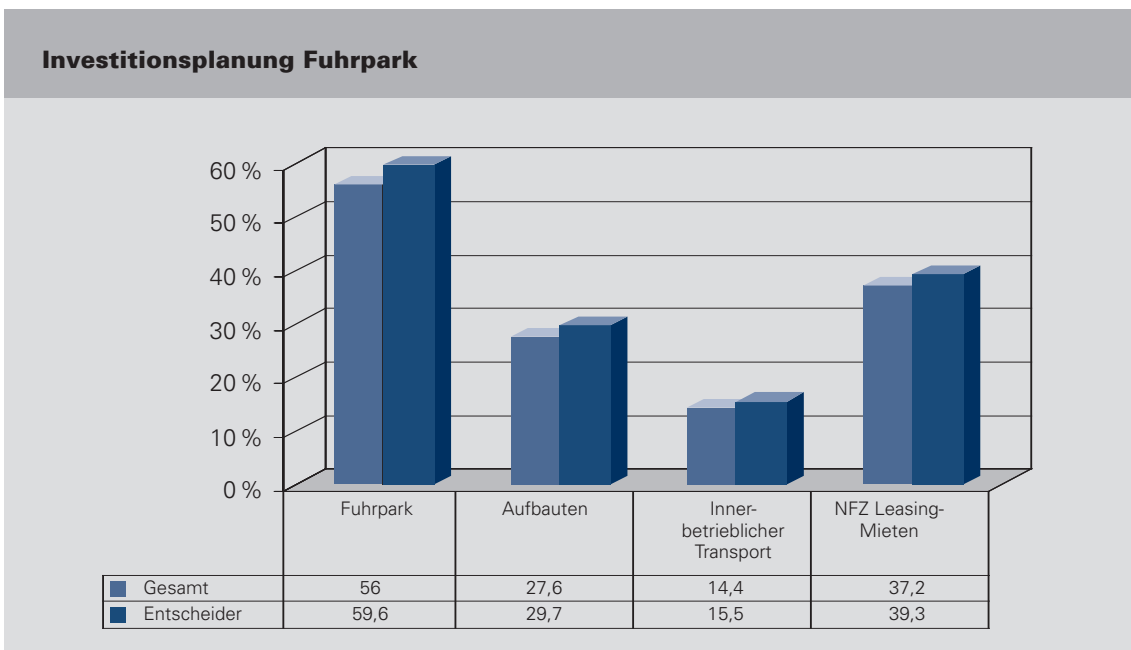
**Kraftfahrerqualifikation: Weiterbildungsaktivitäten der Fahrer gemäß Berufskraftfahrer-Qualifikations-Gesetz**



Basis: Empfänger (n = 250)

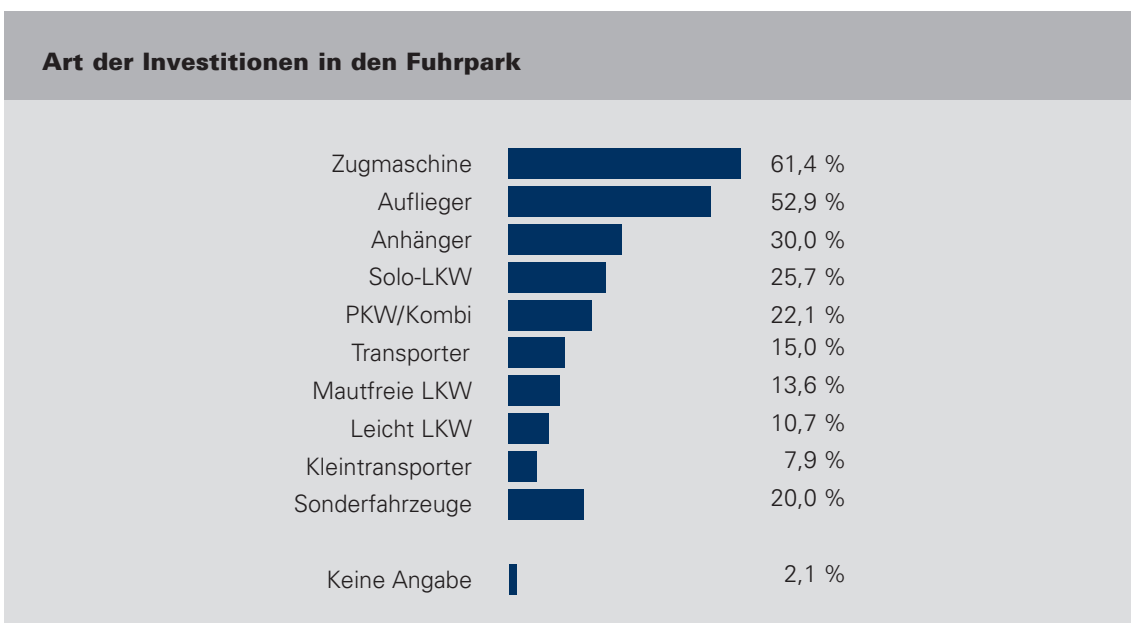
Die Schulungsmaßnahmen werden mit über 61% 2008 und 2009 stattfinden <<<

»»» Investitionen im Bereich Fuhrpark haben nach wie vor höchste Priorität, um sich im Wettbewerb erfolgreich zu behaupten



Basis: Gesamt 250 Fälle, Entscheider 219 Fälle

»»» Der Leasing- und Mieten- Anteil spielt hierbei eine wichtige Rolle

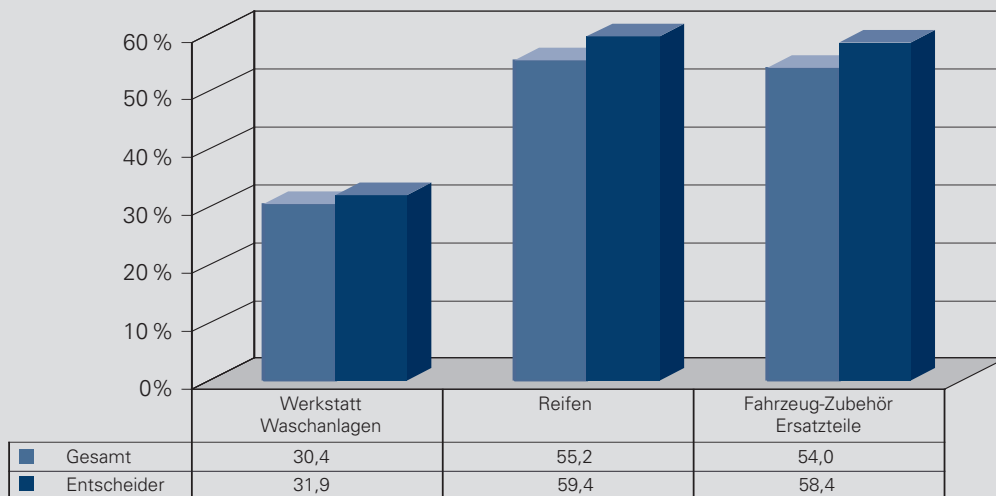


Basis: Investitionen in Fuhrpark geplant (n = 140)



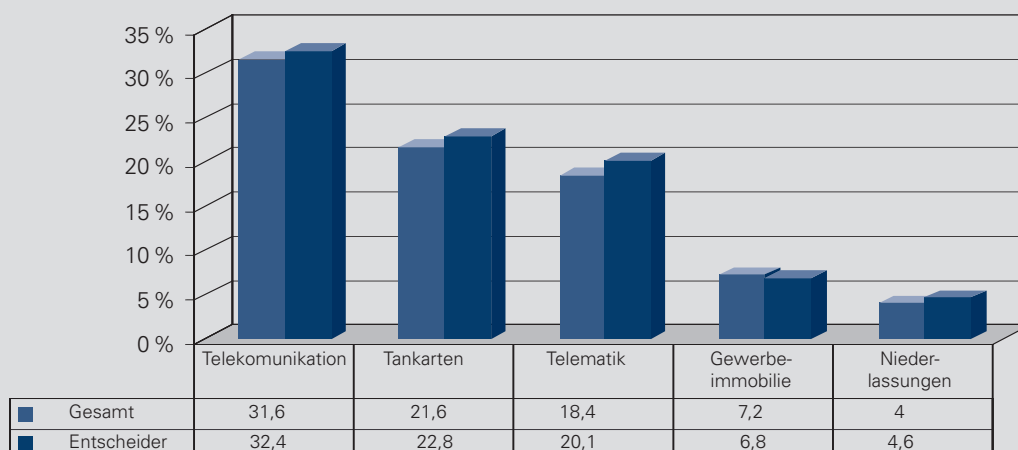
# Fahrzeugpflege und -instandsetzung – ein zunehmend wichtiges Thema in den kommenden Jahren

## Geplante Investitionen in Werkstatt, Ersatzteile und Zubehör



Basis: Gesamt 250 Fälle

## Weitere geplante Investitionen für den Betrieb

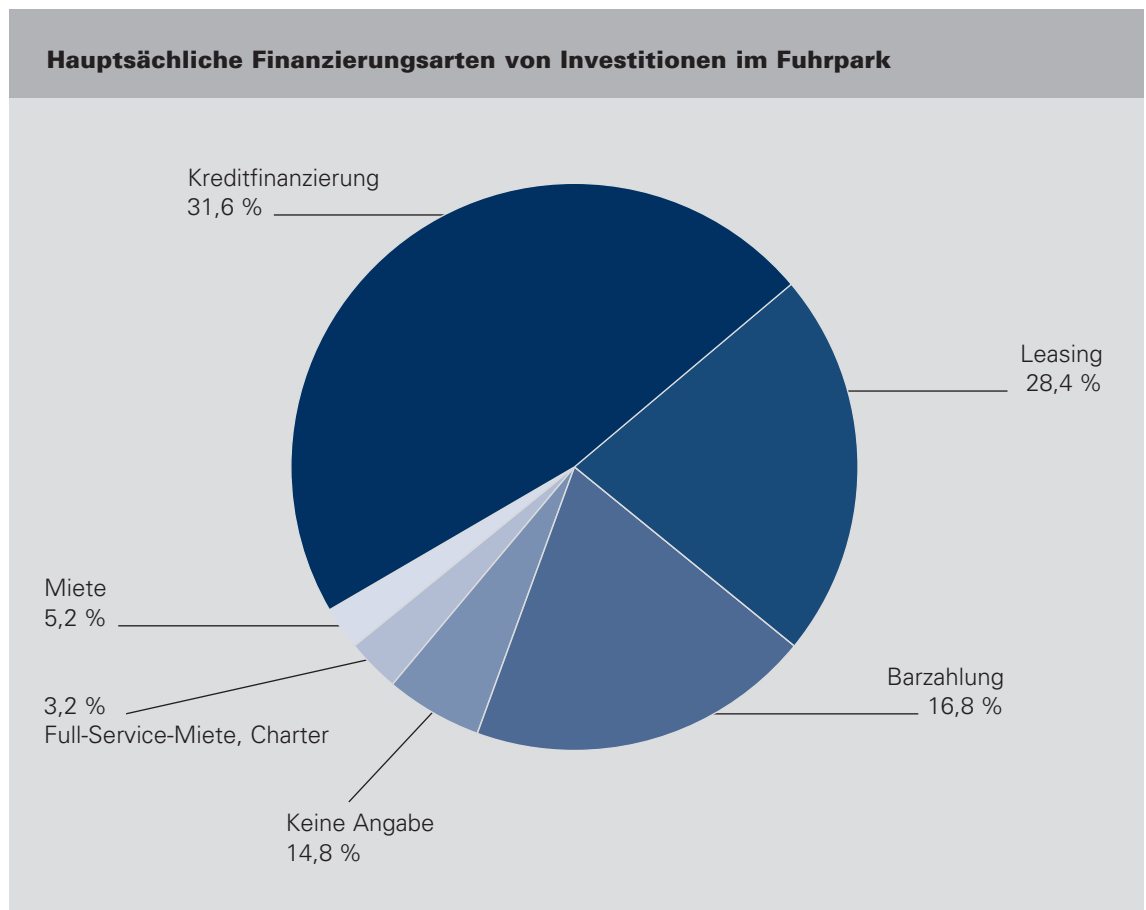


Basis: Gesamt 250 Fälle, Entscheider 219 Fälle



Der Erwerb von Gewerbeimmobilien und der Aufbau von Niederlassungen im In- und Ausland wird weiter zunehmen

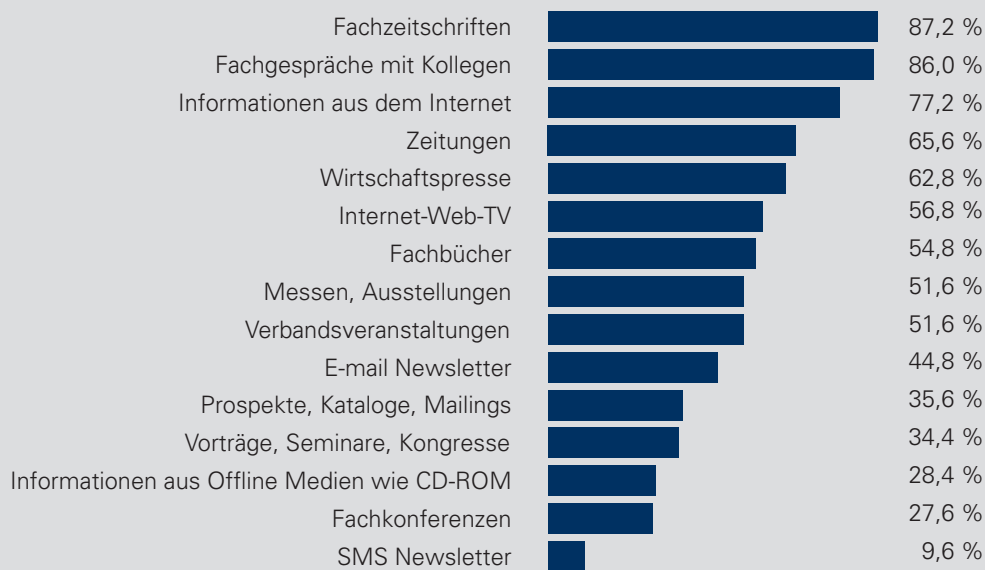
## »»» Fuhrparkinvestitionen werden zum Großteil über Kredite und Leasing abgesichert



Basis: Empfänger (n = 250)

# Fachzeitschriften sind auch heute noch die erste Informationsquelle für Fachinformationen <<<

## Genutzte Informationsquellen



Basis: Empfänger (n = 250)

## Wichtige Messen und Veranstaltungen der Leser

IAA Nutzfahrzeuge, Hannover	62,8 %
Hausmessen von Nutzfahrzeug-Herstellern	46,4 %
Verbandstagungen und Seminare	35,2 %
Branchenmessen	29,2 %
transport logistic, München	28,8 %
bauma, München	28,0 %
automechanika, Frankfurt	21,2 %
Auto Mobil International (AMI), Leipzig	16,0 %
Truck Grand Prix, Nürburgring	12,0 %
RAI, Amsterdam	10,4 %

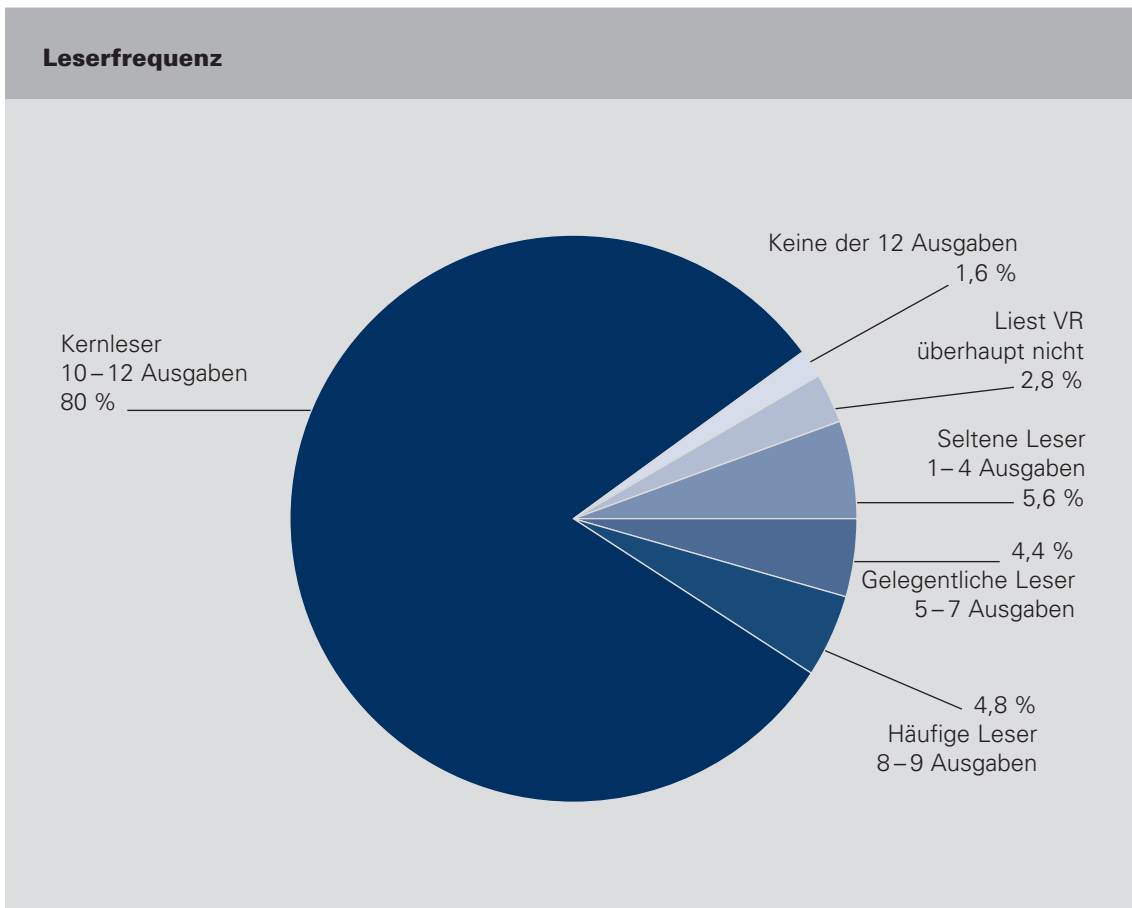
Basis 250 Fälle

»» Die Nutzung der Online-Informationsangebote ist in den letzten Jahren überproportional stark gestiegen



Basis: Empfänger (n = 250)

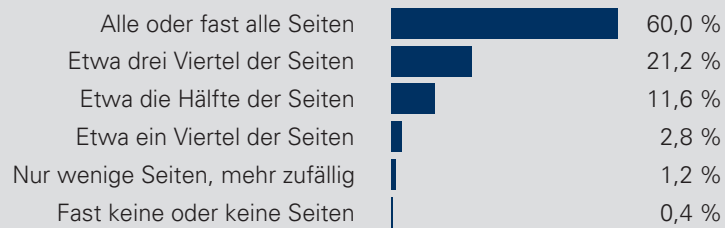
Mit einem durchschnittlichen Kernleserwert von 80,8 % liegt VerkehrsRundschau A weit über der Benchmark von 72 %



Basis: Empfänger (n = 250)

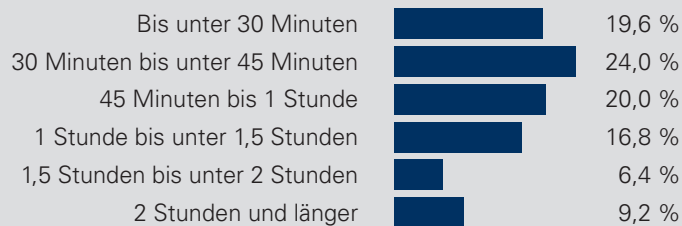
»» Mit einer durchschnittlichen Seitenkontaktchance von 84,9 % liegt die VerkehrsRundschau A weit über der Benchmark von 72,0 %

**Leseverhalten – von den Befragten lesen:**



Basis: Empfänger (n = 250)

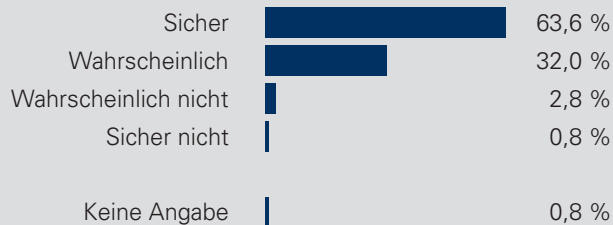
**Lesedauer in Minuten**



»» Ø Lesedauer: VerkehrsRundschau A 58 Minuten (Benchmark 45 Minuten)

Basis: Empfänger (n = 250)

**Weiterempfehlung der VerkehrsRundschau A**



»» Leser-Blatt-Bindung (Top-Two):  
VerkehrsRundschau A 95,6 % (Benchmark 91,4 %)

Basis: Empfänger (n = 250)

88 % aller VerkehrsRundschau A-Empfänger nutzen Anzeigen für ihre Entscheidungsvorbereitung <<<

**Welche Anzeigen für Produkte oder Dienstleistungen in der VerkehrsRundschau A interessieren besonders**



Basis: Empfänger (n = 250)

## Wir beraten Sie gerne

### Ihre Ansprechpartner im Bereich Transport & Logistik



**THOMAS MERZ**  
Anzeigenleiter Transport & Logistik  
thomas.merz@springer.com  
**Fon 0 89/43 72 - 21 36**  
Fax 0 89/43 72 - 23 98



**SUSANNE NIEMC**  
Mediaberaterin  
susanne.niemc@springer.com  
**Fon 0 89/43 72 - 22 17**  
Fax 0 89/43 72 - 23 98



**BIRGIT ZIPFEL**  
Mediaberaterin  
birgit.zipfel@springer.com  
**Fon 0 89/43 72 - 21 46**  
Fax 0 89/43 72 - 23 98



**ANDREA VOLZ**  
Key Account Manager Online  
andrea.volz@springer.com  
**Fon 0 89/43 72 - 21 24**  
Fax 0 89/43 72 - 23 98



**EVA LOIBL**  
Anzeigenverwaltung  
anzeigen.verkehrsrundschau@springer.com  
**Fon 0 89/43 72 - 23 75**  
Fax 0 89/43 72 - 21 58

### Ihre Ansprechpartner im Bereich Handel, Miete, Leasing sowie Aufbauten und -zubehör



**VIVICA SCHENDEL**  
Anzeigenleiterin Handel  
vivica.schendel@springer.com  
**Fon 0 89/43 72 - 22 21**  
Fax 0 89/43 72 - 23 98



**GUNNAR SCHMIDT**  
Regionalleiter  
gunnar.schmidt@springer.com  
**Fon 0 30/84 70 94 94**  
Fax 0 30/84 70 92 22  
Neue Bundesländer, Polen



**GEROLD LOHSE**  
Regionalleiter  
gerold.lohse@springer.com  
**Fon 0 41 72/9 80 92 92**  
Fax 0 41 72/9 80 92 93  
Hamburg/Bremen, Dänemark,  
Großbritannien, Irland



**GUIDO GÖLDENITZ**  
Regionalleiter  
guido.goeldenitz@springer.com  
**Fon 0 53 03/94 13 17**  
Fax: 0 53 03/94 13 18  
Hannover, Kassel, Köln,  
Nordrhein-Westfalen



**NORBERT DIETZ**  
Regionalleiter  
norbert.dietz@springer.com  
**Fon 0 70 21/97 62 98**  
Fax 0 70 21/97 62 99  
Südwestdeutschland,  
Frankreich, Schweiz,  
Nordrhein-Westfalen,



**ACHIM WENDLAND**  
Regionalleiter  
achim.wendland@springer.com  
**Fon 02 11/2 88 04 07**  
Fax 02 11/2 88 04 08  
Belgien, Niederlande



**RALF SCHMIDT**  
Regionalleiter  
ralf.schmidt@springer.com  
**Fon 0 87 42/91 99 94**  
Fax 0 87 42/91 99 95  
Bayern, Österreich,  
Tschechien