

WIRKUNGS-ANALYSE FACHMEDIEN 2006

Die Kernergebnisse der Studie

Das Screening: Die quantitative Ermittlung Professioneller Entscheider

Ausgangsbasis:
Gesamtbevölkerung

2006:

davon:
Berufstätige

29,1 Mio.
100%

davon:
Professionelle Entscheider
und Entscheidungsbeteiligte

14,1 Mio.
48,5%

davon:
Professionelle Entscheider

7,2 Mio.
24,9%

davon:
Top-Entscheider

1,8 Mio.
6,3%

Die Zahl Professioneller Entscheider in Deutschland bleibt gegenüber 2001 weitestgehend konstant.

4

WIRKUNGS-ANALYSE FACHMEDIEN 2006

Die Kernergebnisse der Studie

Der aktuelle Vergleich: Genutzte Informationsquellen Basis: 7,2 Millionen Professionelle Entscheider

Fachzeitschriften

89%
90%

Internet

69%
89%

Direktwerbung

70%
77%

Außendienst

60%
57%

Messen

50%
46%

Wirtschaftspresse

48%
40%
2001
2006

Im Zuge der vielfältigen neuen Möglichkeiten elektronischer Medien halten Fachzeitschriften ihr hohes Nutzungs-Niveau

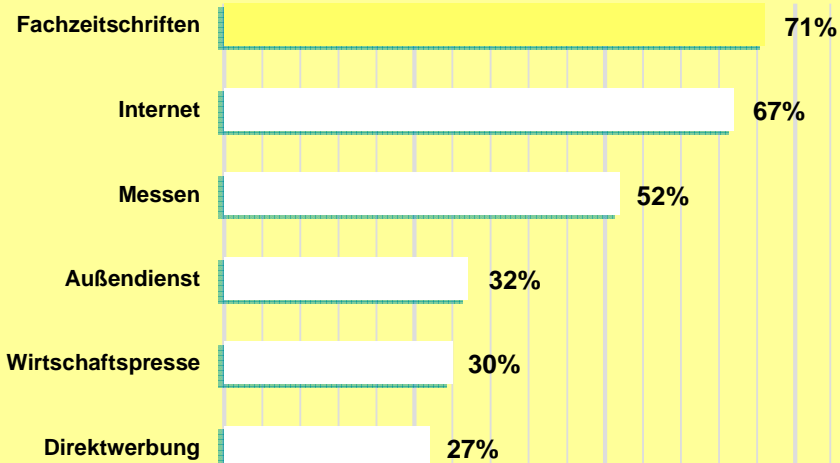
6

Strategische Wirkungs-Voraussetzungen Fünf Phasen der professionellen Kaufentscheidung



12

PHASE 1: Kontinuierliche Marktinformation ohne Beschaffungsbedarf

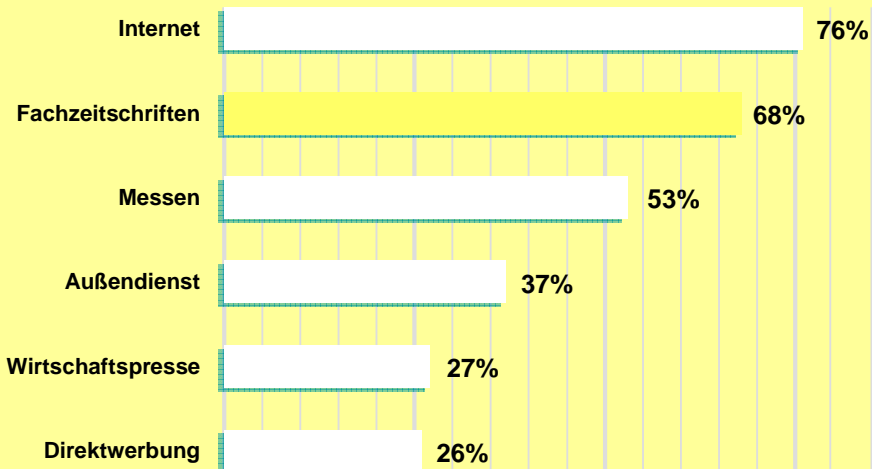


In den frühen Phasen des Entscheidungsprozesses sind Fachzeitschriften und Internet die wichtigsten Informationsquellen für Professionelle Entscheider.

13

PHASE 2:

Information bei aufkommendem Beschaffungsbedarf

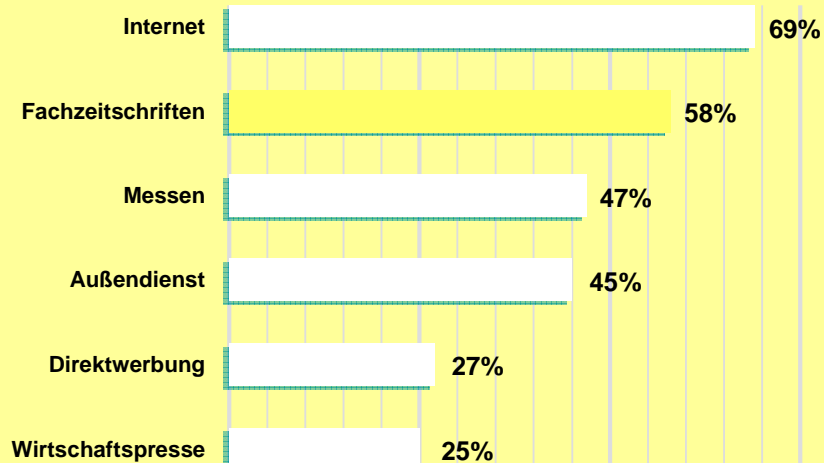


Wenn erste wichtige Weichen gestellt werden, spielen Mailings, Wirtschaftspresse und Außendienst eine eher untergeordnete Rolle.

14

PHASE 3:

Eingrenzung in Frage kommender Lieferanten

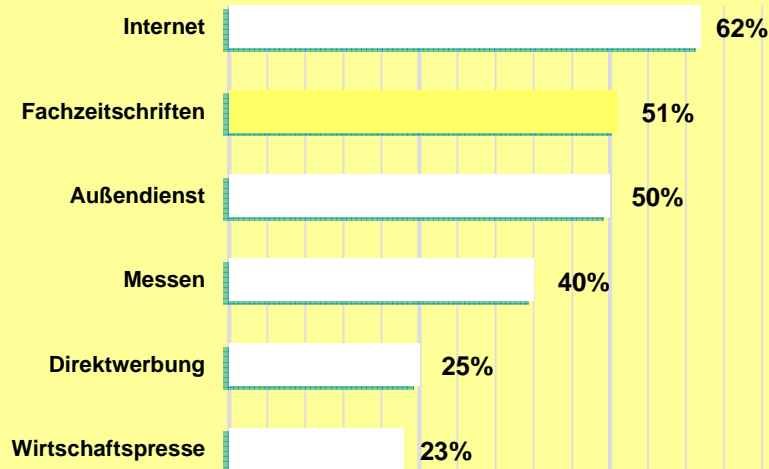


Erst wenn der „Relevant Set“ steht, gewinnt insbesondere der Außendienst an Bedeutung. Fachzeitschriften und Internet bleiben auch in dieser Phase wichtig.

15

PHASE 4:

Letztes Abwägen und endgültige Entscheidung

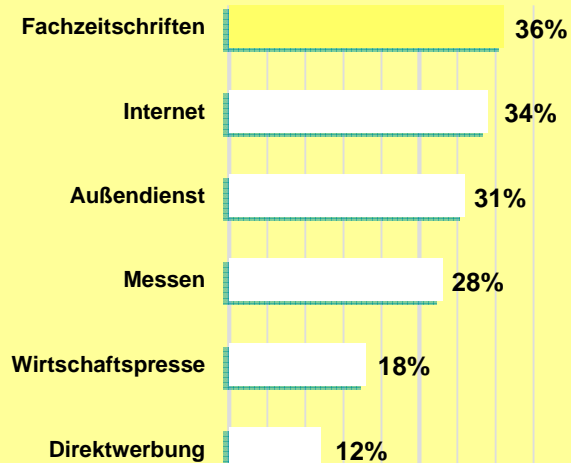


Direktwerbung und Wirtschaftspresse sind die Verlierer aufgrund der neuen, wichtiger gewordenen Informationsquelle Internet.

16

PHASE 5:

Informationsbeschaffung nach der Entscheidung



Auch in Phasen nach einer Entscheidung besteht Informationsbedarf. Fachzeitschriften und Internet helfen bei der Bestätigung, die richtige Wahl getroffen zu haben.

17