

Leserbefragung vom 19. September
2003 Handelsblatt Weekend Journal.

Inhalt.

- ▶ **1. Der Copytest**
Einleitung
- ▶ **2. Leseverhalten**
 - Lesehäufigkeit
 - Lesedauer
 - Lesemenge
 - Leseort
- ▶ **3. Inhalt und Optik**
 - Optische Gestaltung
 - Redaktionelles Angebot
- ▶ **4. Positive Einschätzung**
- ▶ **5. „time to relax“**
 - Lesehäufigkeit
 - Einschätzung
 - Anzeigennutzung
 - Internet-Nutzung
 - Aufmerksamkeit
 - Beurteilungen

1. Der Copytest

Mit der Ausgabe vom 19. September 2003 wurde erneut eine Leserbefragung des Handelsblatt Wochenend-Extras Weekend Journal durchgeführt.

Kernstück dieser Untersuchung, neben den Erkenntnissen zum Nutzungsverhalten, ist die Ermittlung der Einstellungen und Erwartungen der Leser zum Weekend Journal. In persönlichen Interviews sind 205 repräsentativ ausgewählte Handelsblatt-Abonnenten befragt worden, die zuvor in einer telefonischen Ansprache angaben, das Weekend Journal zu nutzen.

Insgesamt **beurteilen 86%** der Handelsblatt-Abonnenten das Weekend Journal mit **sehr gut oder gut**. Ein erfreulicher Wert, der deutlich macht, dass das Wochenende Extra Weekend Journal von den Handelsblatt-Lesern angenommen wird.

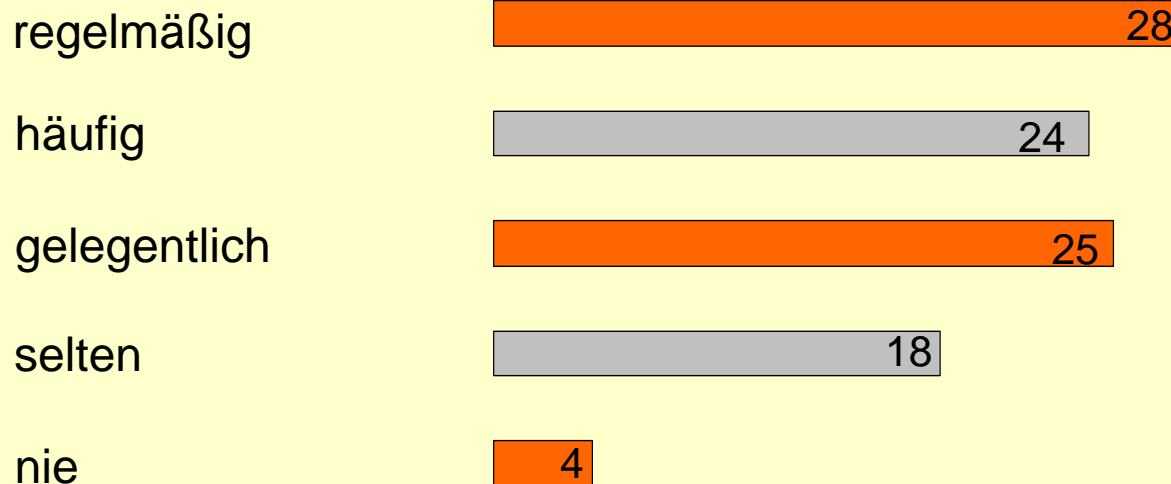
- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

2. Leseverhalten.

- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Lesehäufigkeit.

Angaben in %



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Drei von vier Handelsblatt-Lesern nutzen das Weekend Journal regelmäßig, häufig oder gelegentlich.

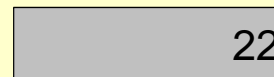
Lesedauer.

Angaben in %

Bis 15 Minuten



16 - 30 Minuten



31 Minuten und mehr



Durchschnittliche Lesedauer: 17 Minuten

Nahezu eine halbe Stunde beschäftigen sich die Leser durchschnittlich mit dem Weekend Journal. Das ist ein Spitzenwert!*

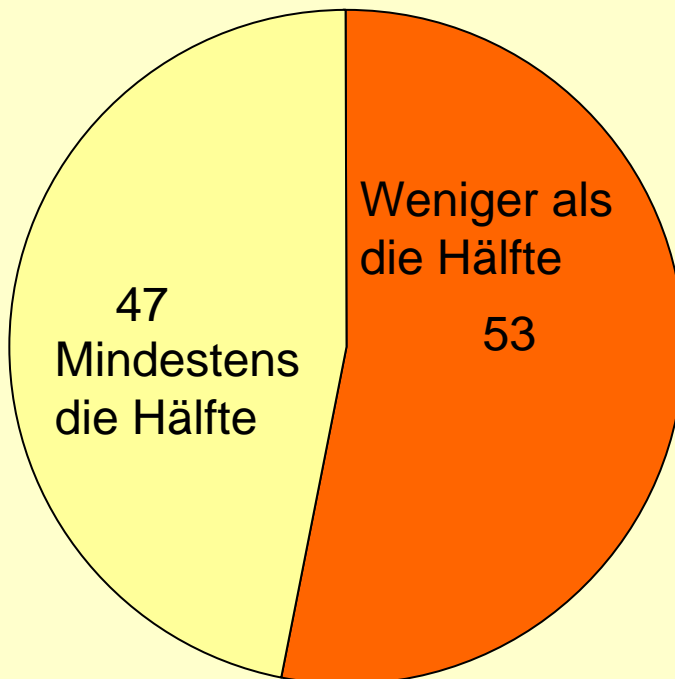
*Die durchschnittliche Lesedauer des HB beträgt 77 Min. (Copytest 2002/1FR-Ausgabe)



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Lesemenge.

Angaben in %

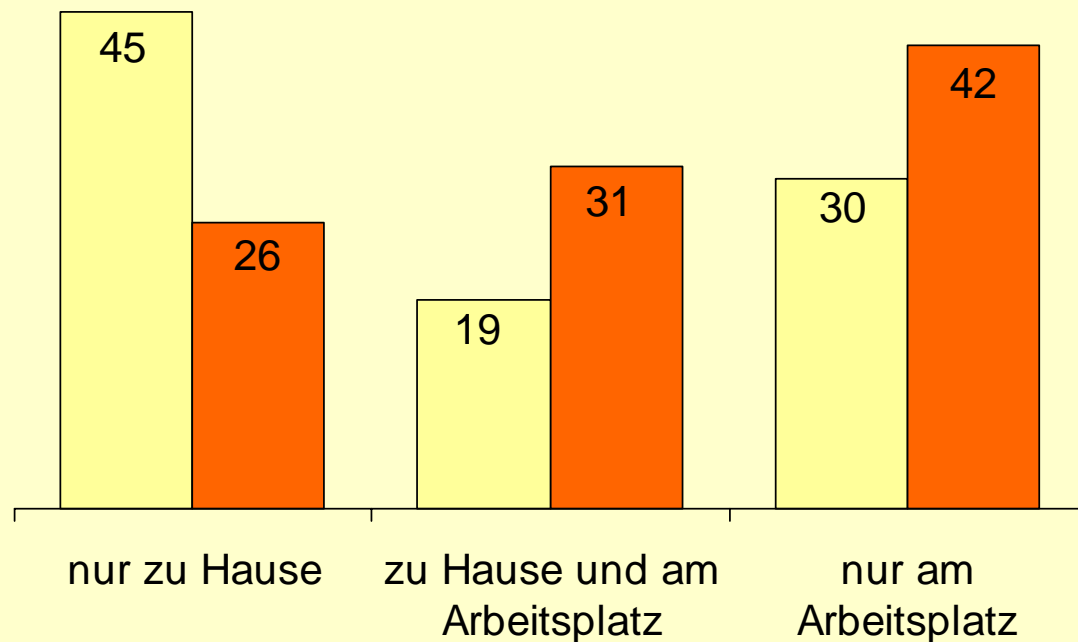


- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Das Weekend Journal wird von den Lesern intensiv genutzt.
Fast jeder Zweite liest mindestens die Hälfte der Artikel.

Leseort.

Angaben in %



□ Weekend Journal ■ Handelsblatt (Copytest Sep/03)

Das Weekend Journal wird vor allem in privater Atmosphäre intensiv genutzt.



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

3. Inhalt & Optik.



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Optische Gestaltung.

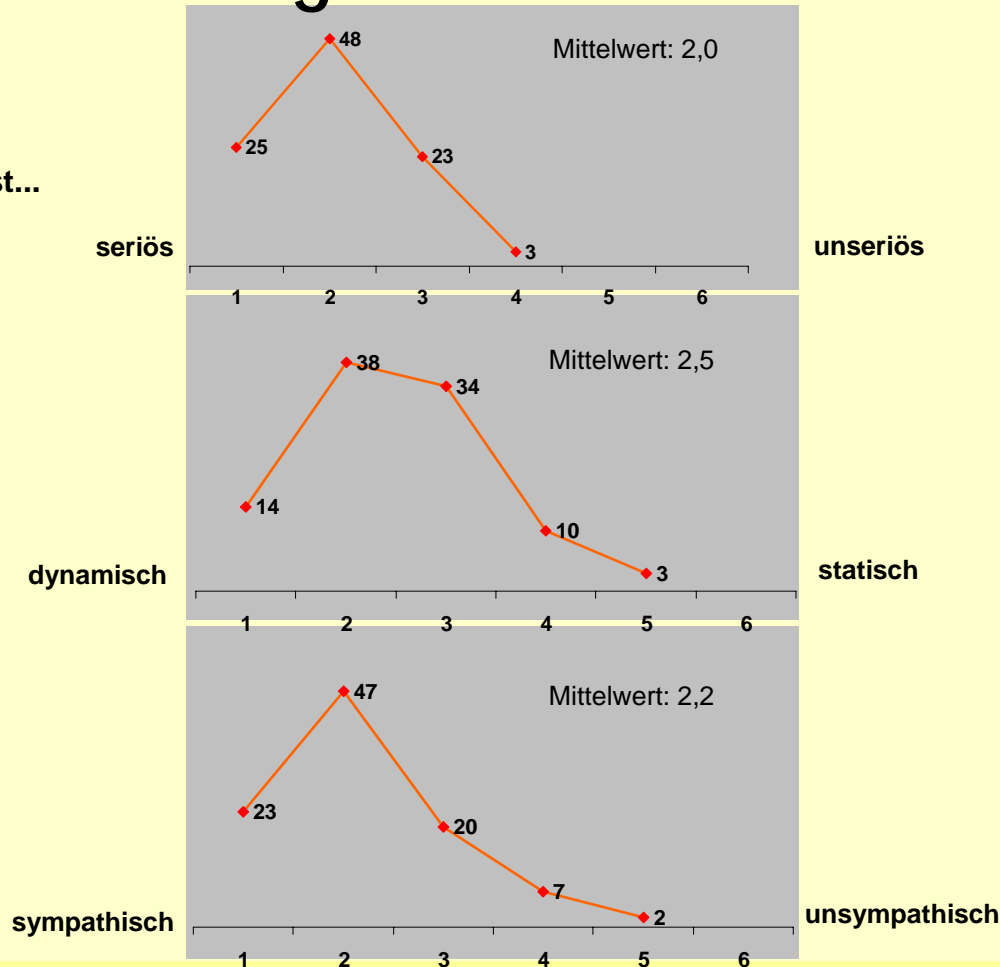
Angaben in %

Die Optik des „Weekend Journals“ ist...

Frage:

Hier sind einige Begriffspaare zur Beurteilung des redaktionellen Angebotes.

Bitte verteilen Sie die Noten 1-6
1= sehr zutreffend
6=gar nicht zutreffend.



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Das redaktionelle Angebot findet bei den Lesern große Zustimmung.

Optische Gestaltung.

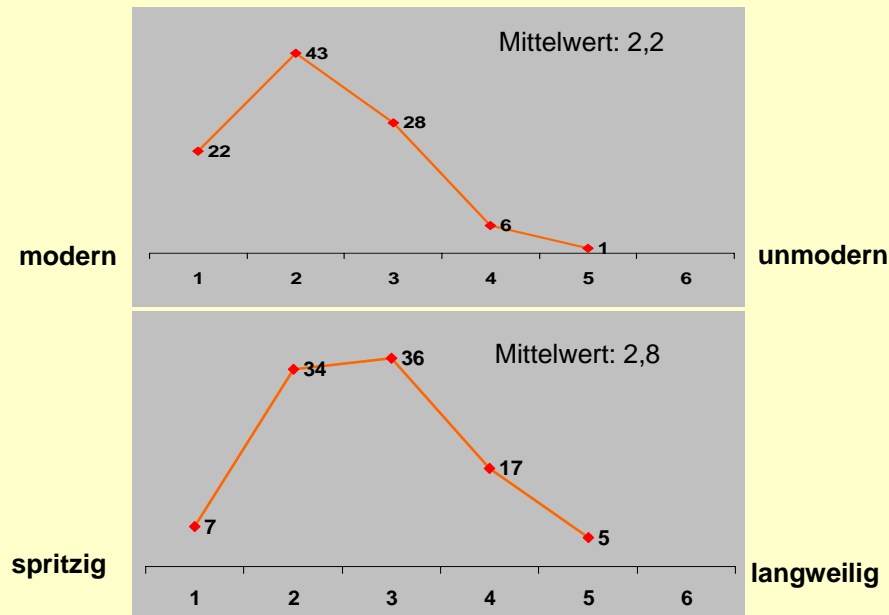
Angaben in %

Die Optik des
„Weekend Journals“ ist...

Frage:

Hier sind einige
Begriffspaare zur
Beurteilung des
redaktionellen
Angebotes.

Bitte verteilen Sie
die Noten 1-6
1= sehr zutreffend
6=gar nicht
zutreffend.



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Die Weekend Journal-Leser sind mit der optischen Gestaltung des Wochenend-Extras sehr zufrieden.

Optische Gestaltung.

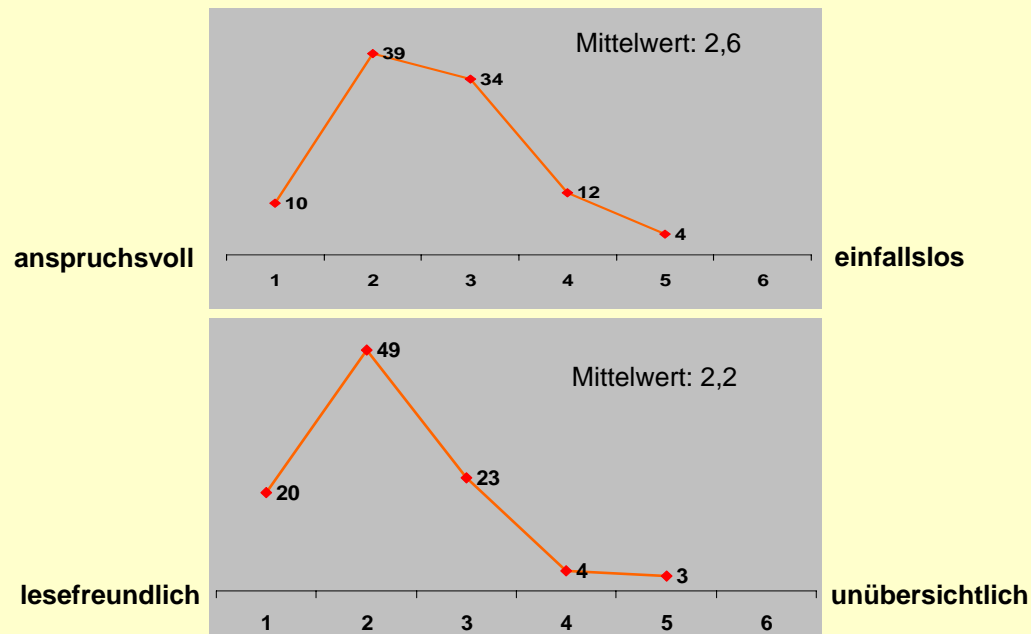
Angaben in %

Die Optik des
„Weekend Journals“ ist...

Frage:

Hier sind einige
Begriffspaare zur
Beurteilung des
redaktionellen
Angebotes.

Bitte verteilen Sie
die Noten 1-6
1= sehr zutreffend
6=gar nicht
zutreffend.



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Die Weekend Journal-Leser sind mit der optischen Gestaltung des Wochenend-Extras sehr zufrieden.

Redaktionelles Angebot.

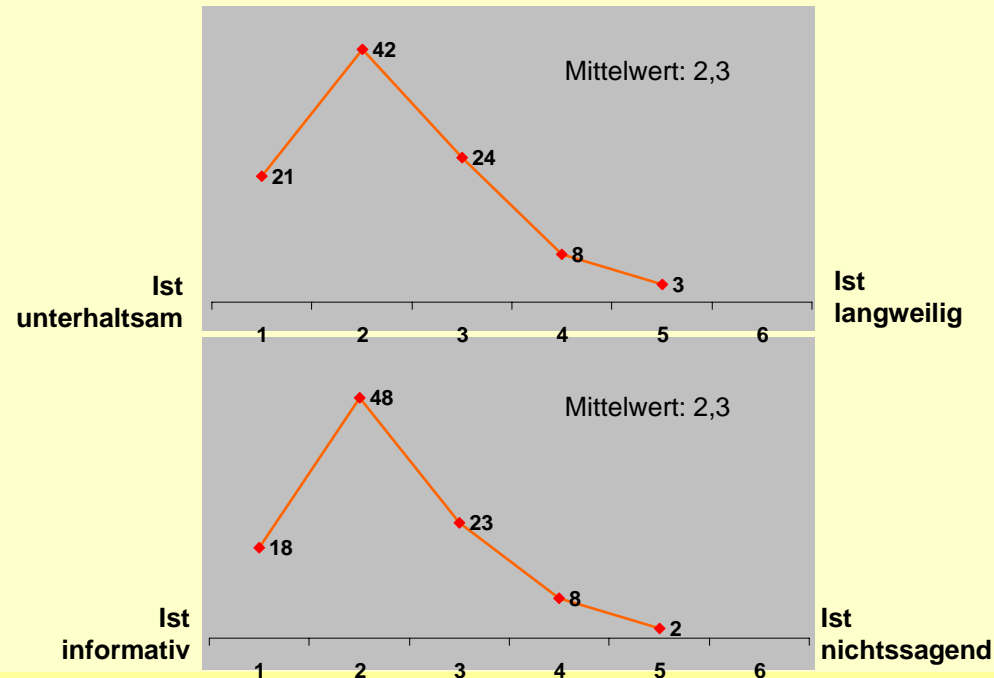
Angaben in %

Das redaktionelle Angebot
des „Weekend Journal“ ...

Frage:

Hier sind einige
Begriffspaare zur
Beurteilung des
redaktionellen
Angebotes.

Bitte verteilen Sie
die Noten 1-6
1= sehr zutreffend
6=gar nicht
zutreffend.



Das redaktionelle Angebot findet bei den Lesern große
Zustimmung.



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Redaktionelles Angebot.

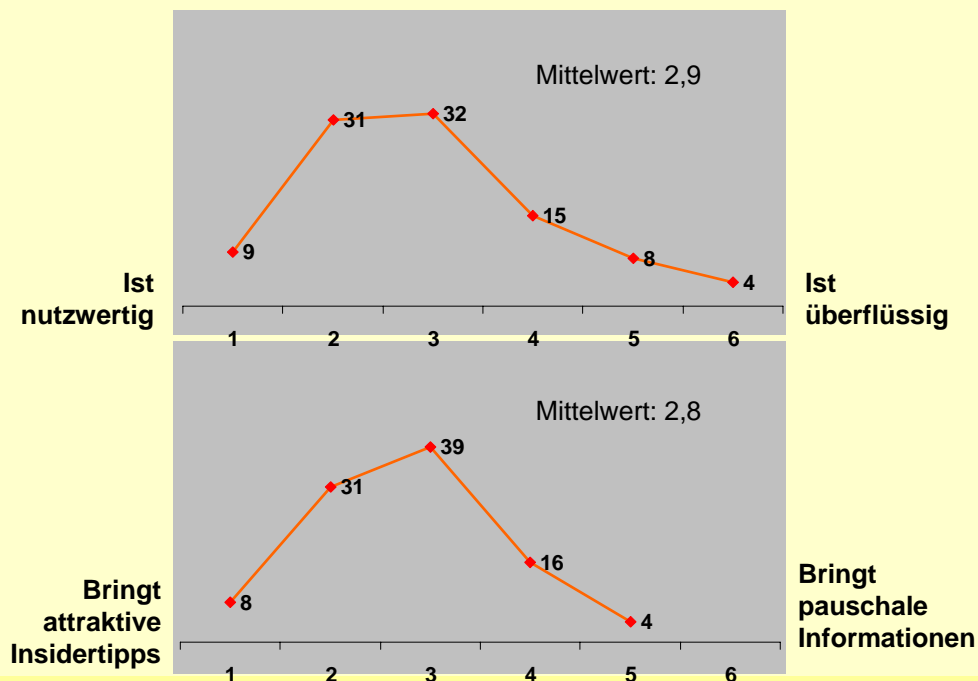
Angaben in %

Das redaktionelle Angebot
des „Weekend Journals“ ...

Frage:

Hier sind einige
Begriffspaare zur
Beurteilung des
redaktionellen
Angebotes.

Bitte verteilen Sie
die Noten 1-6
1= sehr zutreffend
6=gar nicht
zutreffend.



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Das redaktionelle Angebot findet bei den Lesern große
Zustimmung.

Redaktionelles Angebot.

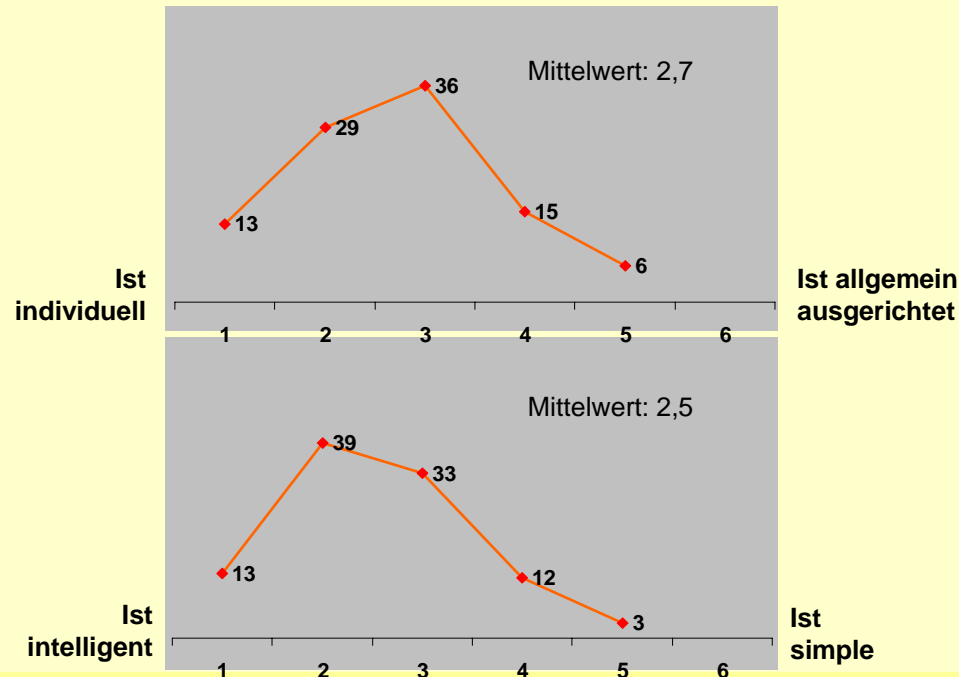
Angaben in %

Das redaktionelle Angebot
des „Weekend Journals“ ...

Frage:

Hier sind einige
Begriffspaare zur
Beurteilung des
redaktionellen
Angebotes.

Bitte verteilen Sie
die Noten 1-6
1= sehr zutreffend
6=gar nicht
zutreffend.



Das redaktionelle Angebot findet bei den Lesern große
Zustimmung.



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Redaktionelles Angebot.

Angaben in %

Das redaktionelle Angebot
des „Weekend Journals“ ...

Frage:

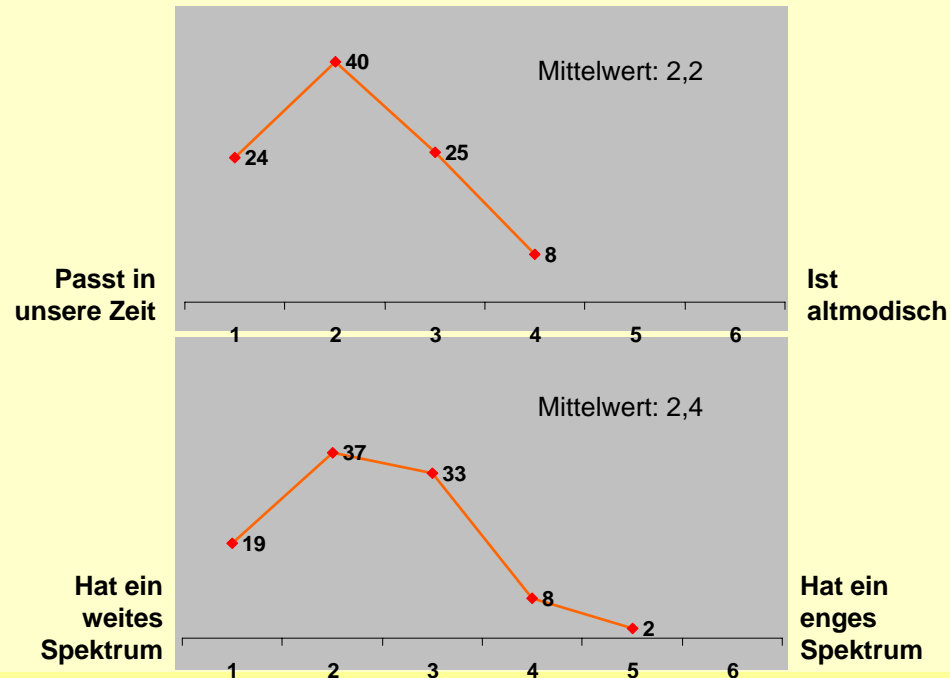
Hier sind einige
Begriffspaare zur
Beurteilung des
redaktionellen
Angebotes.

Bitte verteilen Sie

die Noten 1-6

1= sehr zutreffend

6=gar nicht
zutreffend.



Das redaktionelle Angebot findet bei den Lesern große
Zustimmung.



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

4. Positive Einschätzung.

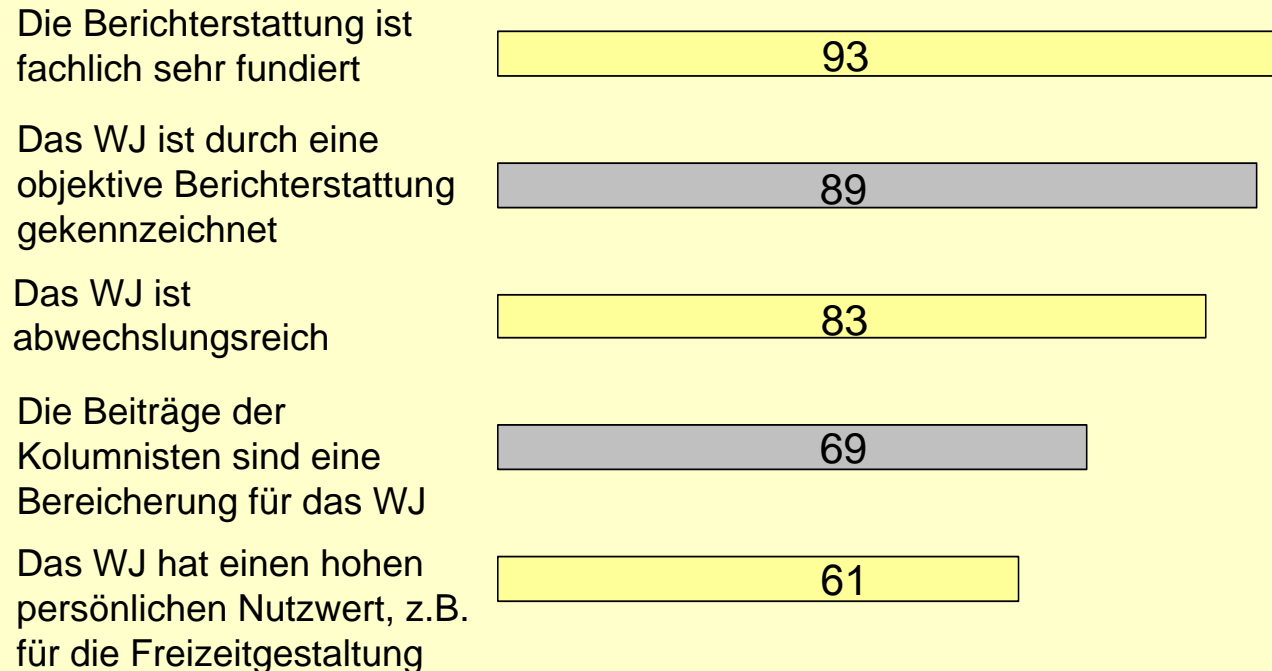


- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Einschätzungen zum Weekend Journal.

Trifft voll und ganz zu / trifft im großen und ganzen zu

Angaben in %



Die Leser sind mit „ihrem“ Weekend Journal sehr zufrieden.

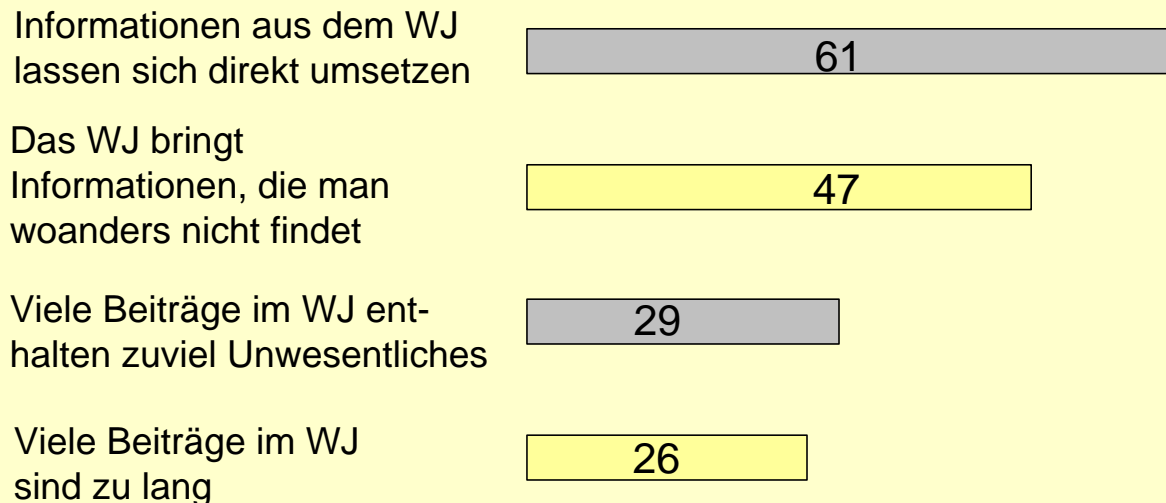


- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Einschätzungen zum Weekend Journal.

Trifft voll und ganz zu / trifft im großen und ganzen zu

Angaben in %



Das Weekend Journal zeichnet sich durch einen hohen Nutzwert aus.



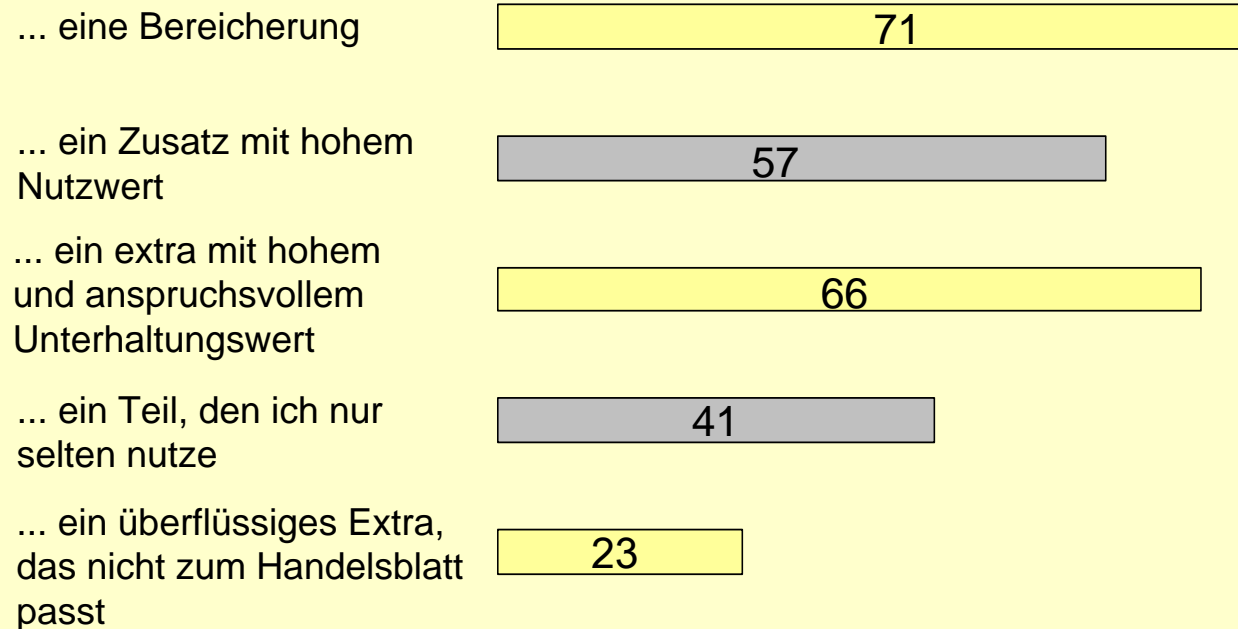
- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Einschätzungen zum Weekend Journal.

Trifft voll und ganz zu / trifft im großen und ganzen zu

Das Weekend Journal ist für das Handelsblatt ...

Angaben in %



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Die Leser sind mit „ihrem“ Weekend Journal sehr zufrieden.

Leserbefragung vom 19. September 2003 Handelsblatt Weekend Journal

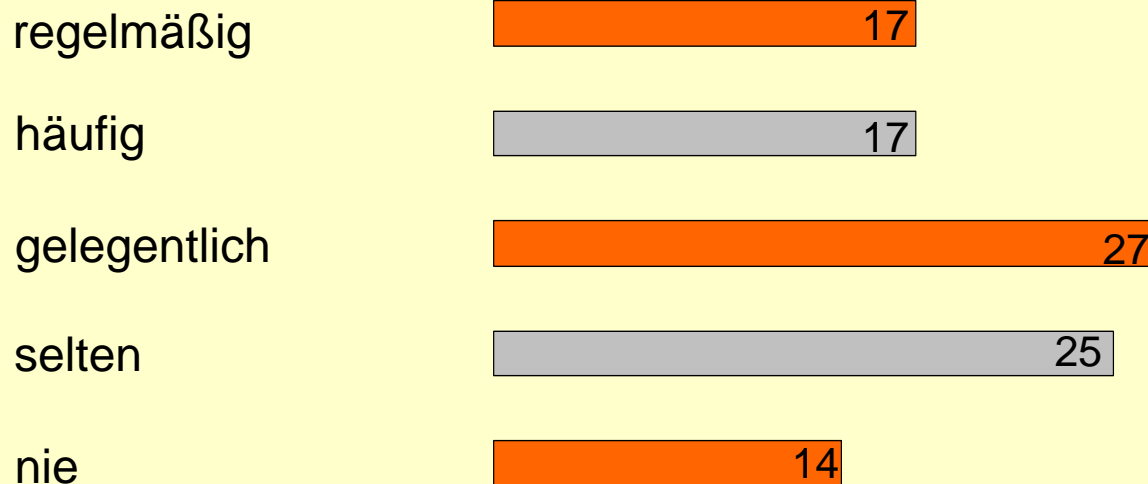
time to relax



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Lesehäufigkeit.

Angaben in %

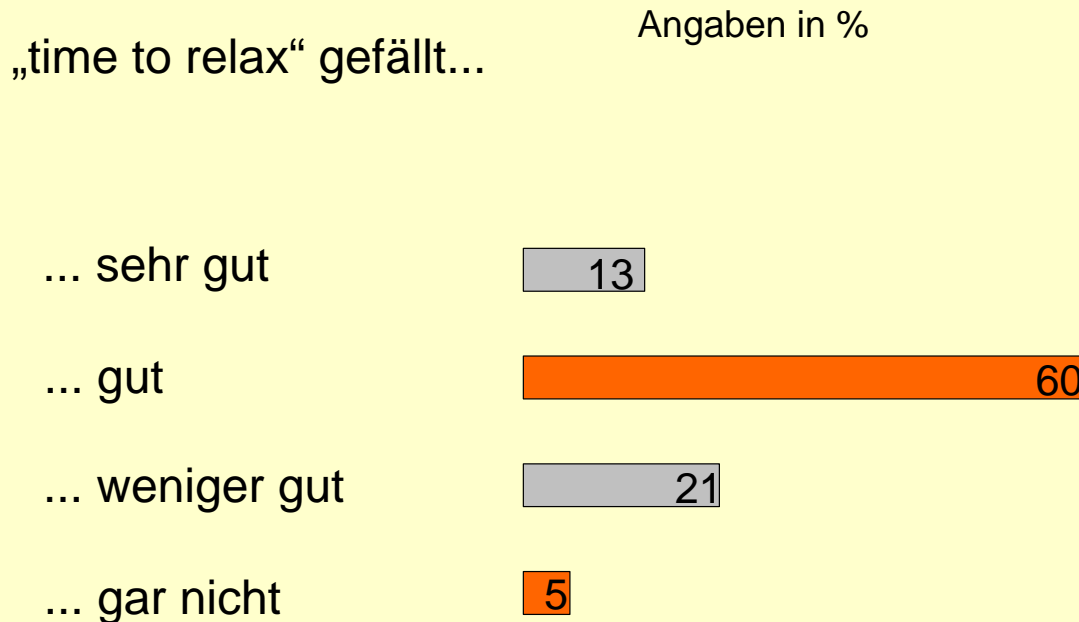


86% der Handelsblatt-Leser nutzen das Reisemagazin „time to relax“ im Weekend Journal.



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Einschätzung.



Das Reisemagazin „time to relax“ kommt gut bei den Lesern an.
73% gefällt es sehr gut oder gut.

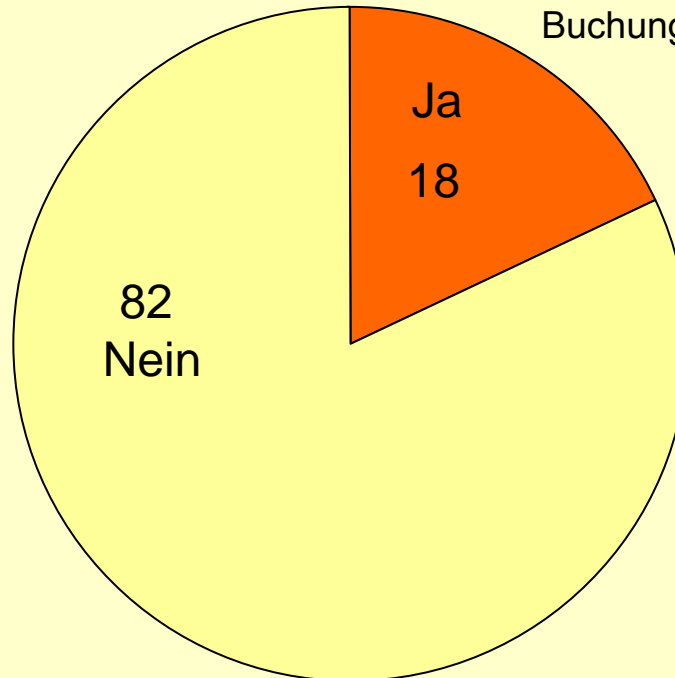


- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Anzeigennutzung.

Angaben in %

Haben Sie schon einmal Empfehlungen bzw. Anzeigen aus „time to relax“ für Ihre persönliche Buchungsentscheidung genutzt?



Jeder fünfte Handelsblatt-Leser hat schon einmal Informationen aus dem Reisemagazin für seine persönliche Buchungsentscheidung genutzt.

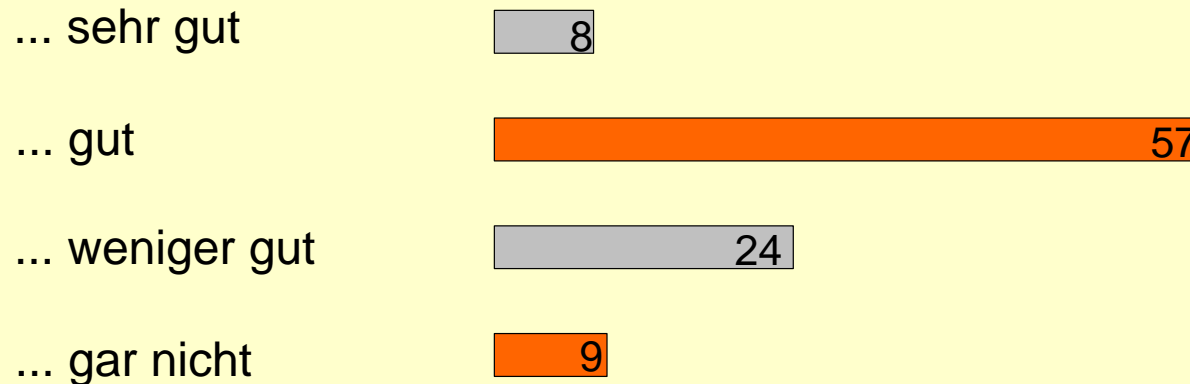


- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Einschätzung.

Tabellenteil
„Ferienimmobilien zum
Mieten“ gefällt...

Angaben in %



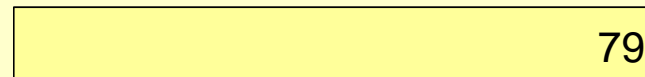
65% der „time to relax“-Nutzer gefällt der Tabellenteil sehr gut oder gut.

Einschätzungen zu „time to relax“.

Trifft voll und ganz zu / trifft im großen und ganzen zu

Angaben in %

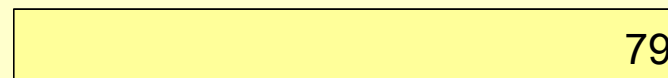
Die gesamte Optik von t-t-r wirkt durch Aufbau und Farbigkeit der Artikel jugendlich und frisch



Die Seiten von t-t-r heben sich positiv vom Handelsblatt ab und animieren zum Lesen



Die Tabelle „Ferienimmobilien zum Mieten“ ist übersichtlich strukturiert und einfach zu lesen



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Das Reisemagazin kommt bei den Lesern gut an.

Einschätzungen zu „time to relax“.

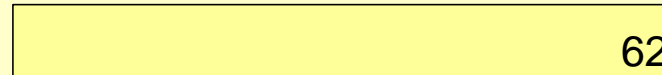
Trifft voll und ganz zu / trifft im großen und ganzen zu

Angaben in %

t-t-r hat einen hohen
Nutzwert für die
Freizeitgestaltung



t-t-r passt gut zum
Handelsblatt



- ▶ 1. Der Copytest
- ▶ 2. Leseverhalten
- ▶ 3. Inhalt und Optik
- ▶ 4. Positive Einschätzung
- ▶ 5. „time to relax“

Das Reisemagazin kommt bei den Lesern gut an.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.