

Aktuelle Leserbefragung **2005**

Seit 10 Jahren: **1995** 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 **2005**

Handelsblatt

Substanz entscheidet.

Inhalt




Untersuchungssteckbrief	Seite	3	Redaktionsschluss/Betreuung	Seite	12
Nutzungsinformationen			Interessenspektrum	Seite	13
- Bekanntheitsgrad	Seite	4	Leserschaftsstruktur	Seite	14
- Informationswert	Seite	5	Reisehäufigkeit	Seite	15
- Aktualität	Seite	6	Top – Entscheider	Seite	16
- Beliebtheit	Seite	7	- Unternehmensgröße	Seite	17
- Lesedauer	Seite	8	Die ideale Ergänzung zur		
- Themeninteresse	Seite	9	Tageszeitung	Seite	18
Ergänzung zur Tageszeitung	Seite	10			
Handelsblatt – Produktfamilie	Seite	11			

Untersuchungssteckbrief.

Handelsblatt News am Abend - Leserbefragung im Februar / März 2005

Grundgesamtheit	Nutzer von Handelsblatt News am Abend als Reisende in den ICE's der Deutschen Bahn, sowie Passagiere auf Inlandsflügen der Deutschen Lufthansa
Stichprobenumfang	546 zurückgesandte Fragebögen;
Erhebung	Schriftliche Befragung im teilstrukturierten Fragebogen; Rücksendung per Fax / Internet
Befragungszeitraum	28.02.2005 - 04.03.2005
Institut	ausgewertet durch: Innofact AG, Düsseldorf

Hoher Bekanntheitsgrad.

Antworten in %			Analyse 2004
Ich kenne News am Abend		92	94
Davon lesen Handelsblatt News am Abend ...			
... mindestens 1 x die Woche		34 ↑	16
... mindestens 1x im Monat		34 ↑	20

Der Bekanntheitsgrad erweist sich über die Jahre hinweg als sehr hoch.
Handelsblatt News am Abend wird von den Geschäftsreisenden regelmäßig gelesen.

Hoher Informationswert.

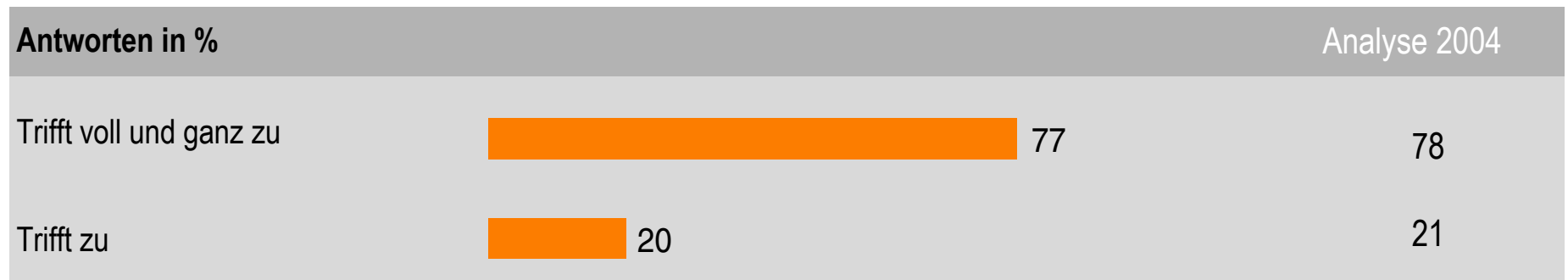
Handelsblatt News am Abend ...
...bietet nützliche Informationen.

Antworten in %		Analyse 2004
Trifft voll und ganz zu / Trifft zu	 99	99
Trifft weniger zu / Trifft nicht zu	 1	1

Nahezu alle Leser stufen das Informationsangebot von Handelsblatt News am Abend als sehr nützlich ein.

Enorme Aktualität.

Handelsblatt News am Abend ...
...ist sehr aktuell



Aktualität ist das besondere Markenzeichen von Handelsblatt News am Abend, so die gleichbleibende Meinung von fast allen Lesern.

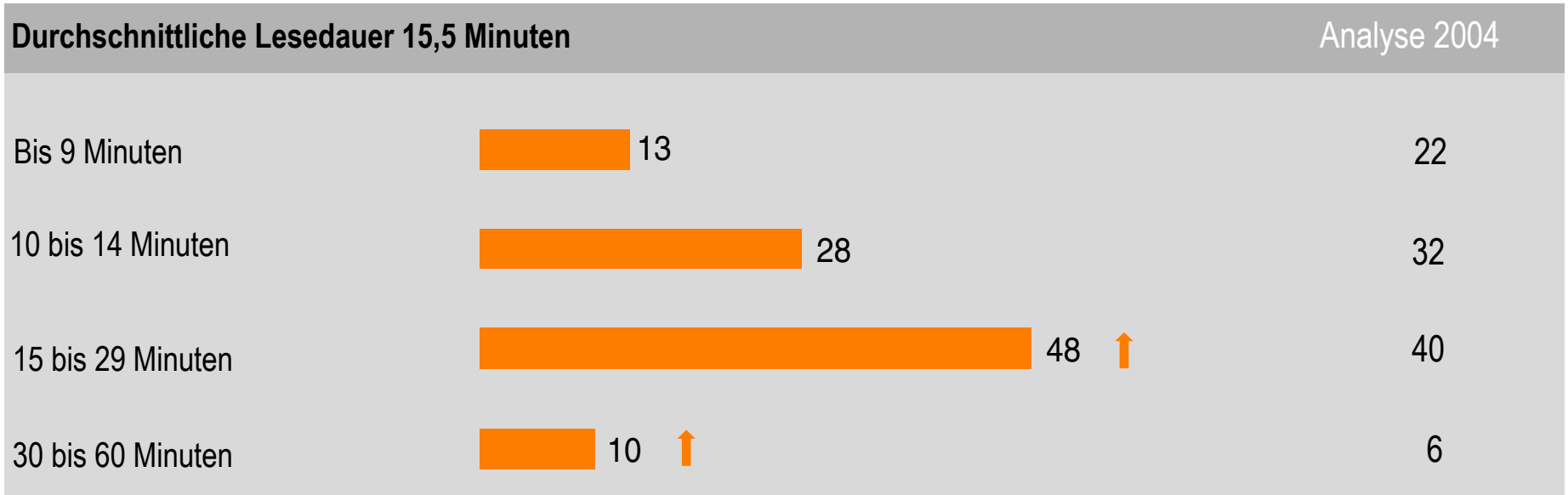
Große Beliebtheit.

Handelsblatt News am Abend ...
...lese ich gerne



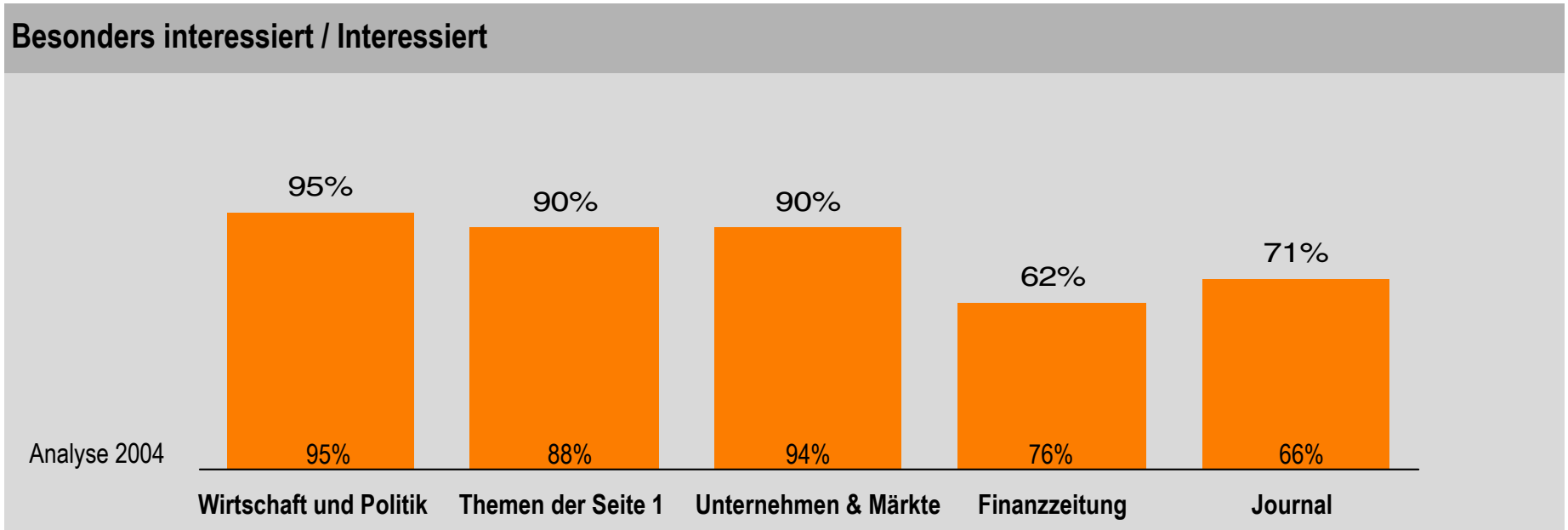
95 Prozent der Befragten freuen sich über den Service und lesen gerne Handelsblatt News am Abend.

Hohe Lesedauer.



Handelsblatt News am Abend genießt eine sehr hohe Aufmerksamkeit.

Richtige Themen.



News am Abend Leser sind überdurchschnittlich interessiert an Wirtschaftsthemen.

Ideale Ergänzung.

8.00 Uhr



16.00 Uhr

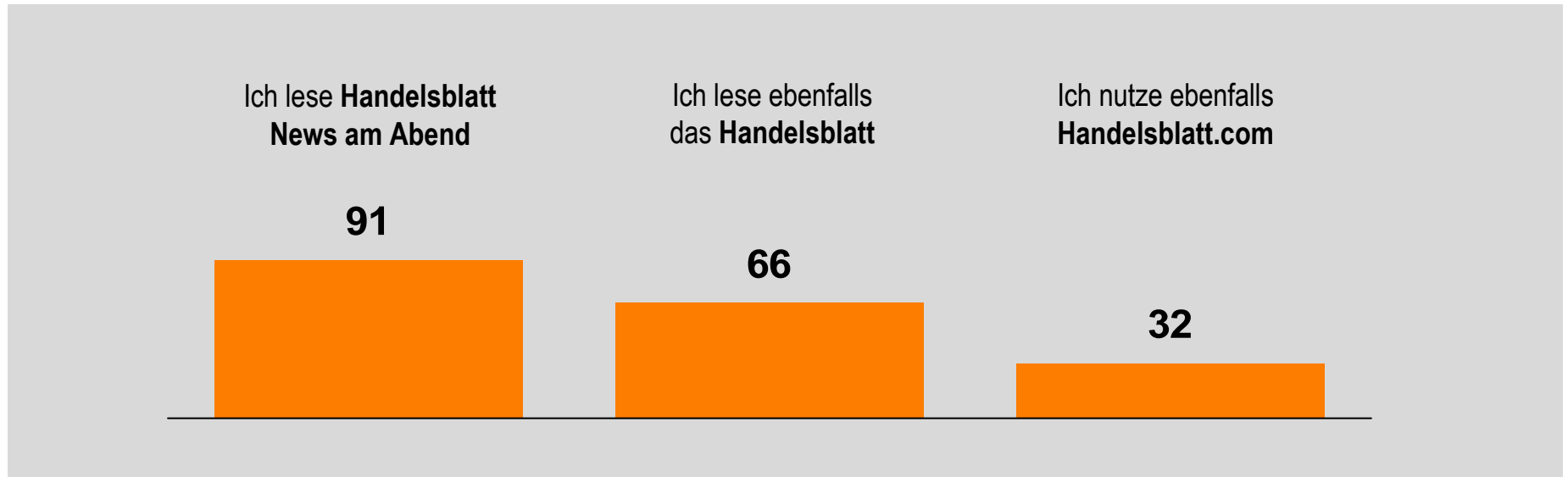


77% der Leser sehen Handelsblatt News am Abend als echte Ergänzung zur Tageszeitung.

Handelsblatt

Substanz entscheidet.

Attraktive Produktfamilie.



Handelsblatt, Handelsblatt News am Abend und Handelsblatt.com ergänzen sich optimal zu Handelsblatt-Crossmedia.

Redaktionsschluss/Betreuung.

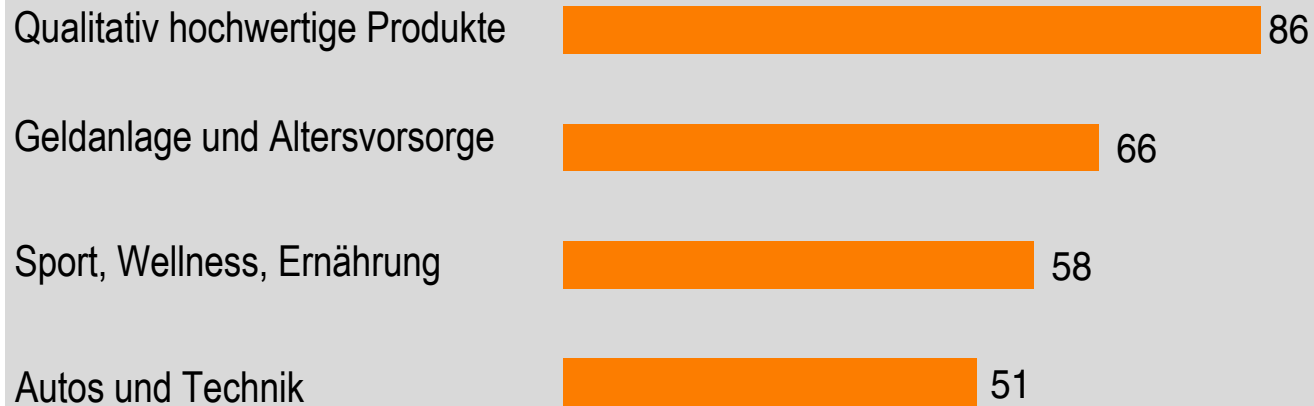
... Redaktionsschluss um 14 Uhr macht NaA zu einem der aktuellsten Tagesmedien (in %)		Analyse 2004
Trifft voll und ganz zu	42	44
Trifft zu	42	43
... Ich finde es gut, wenn NaA mir persönlich überreicht wird(in %)		Analyse 2004
Trifft voll und ganz zu/trifft zu	72	70

Die Tagesaktualität und die persönliche Aushändigung von Handelsblatt News am Abend wird von der überwiegenden Mehrheit der Leser sehr geschätzt.

Qualität steht im Vordergrund.

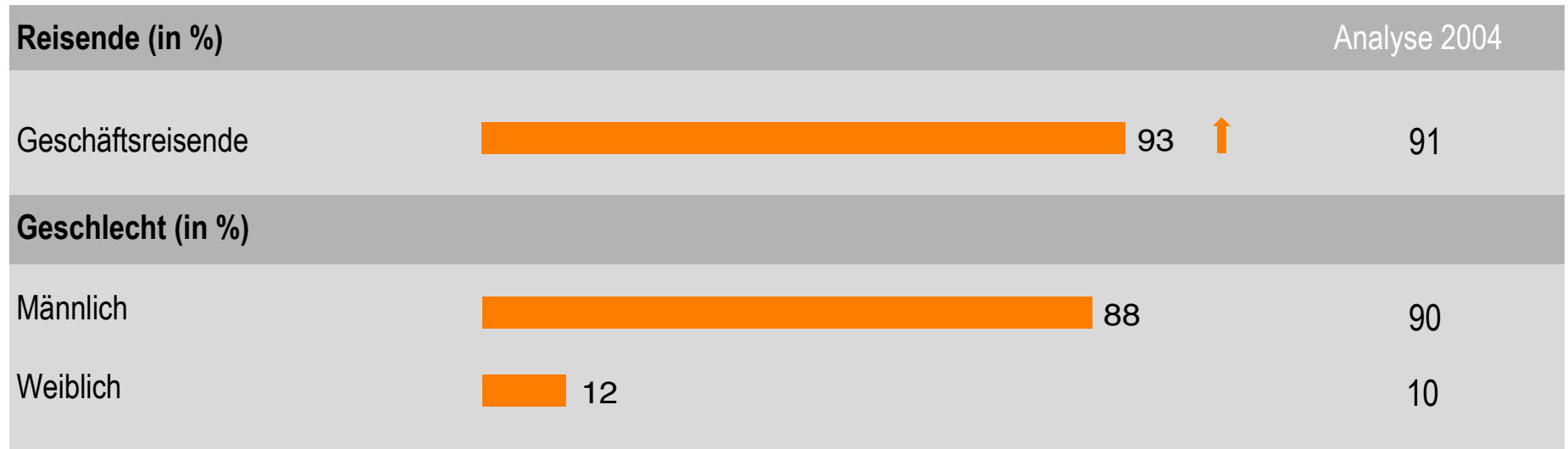
Ich interessiere mich für...

Antworten in % (Trifft voll und ganz zu / Trifft zu)



Das Interessenspektrum der Leser von Handelsblatt News am Abend ist qualitativ hoch und breit ausgerichtet. (Neue Abfrage 2005)

Leserschaftsstruktur.



Der vielreisende Entscheider liest Handelsblatt News am Abend.

„Die absolute Zahl der Premium-Passagiere erhöhte sich um 6,6 Prozent von 6,9 Millionen im Vergleichszeitraum auf über 7,3 Millionen in 2004.“

Auszug aus den Ausführungen von Dr. Karl-Ludwig Kley, Finanzvorstand Deutsche Lufthansa AG, zur Vorstellung der Jahresergebnisse 2004 im März 2005 in Frankfurt.

„Keine andere europäische Airline bietet ihre Kunden eine Business-Class in dieser Form an.“

Thierry Antinori, Marketing- und Vertriebsvorstand der Lufthansa Passage Airlines (Auszug aus einem Interview vom Juni 2004)

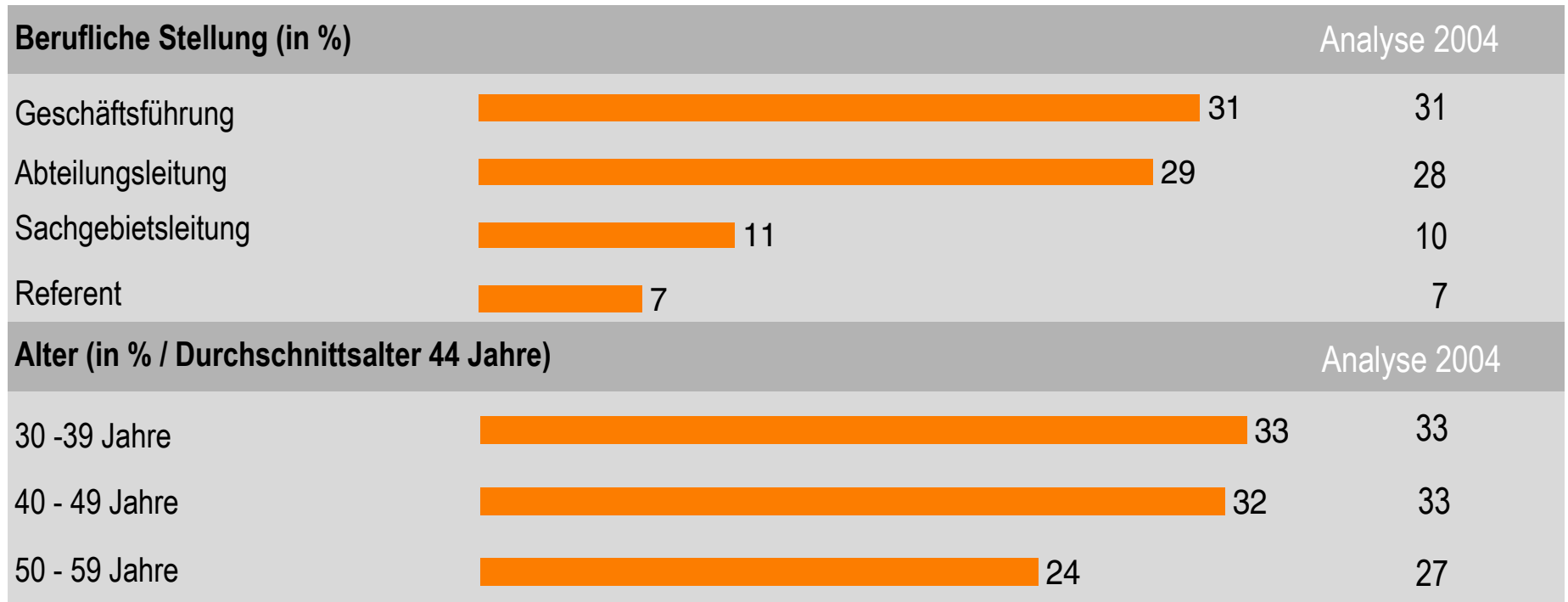
Häufig unterwegs.

Die Lufthansa-Business-Class erfreut sich weiterhin einer großen Beliebtheit. Durch ein gesteigertes Komfortangebot und mehr Bewegungsfreiheit wird eine weitere Steigerung im Bereich der Business-Class angestrebt.

Zahl der Geschäftsreisenden im Monat (in %)		Analyse 2004
5 Geschäftsreisen oder häufiger im Monat	59	46
Bis zu 4 Geschäftsreisen im Monat	12	13
Bis zu 3 Geschäftsreisen im Monat	10	13
Maximal 2 Geschäftsreisen im Monat	19	28

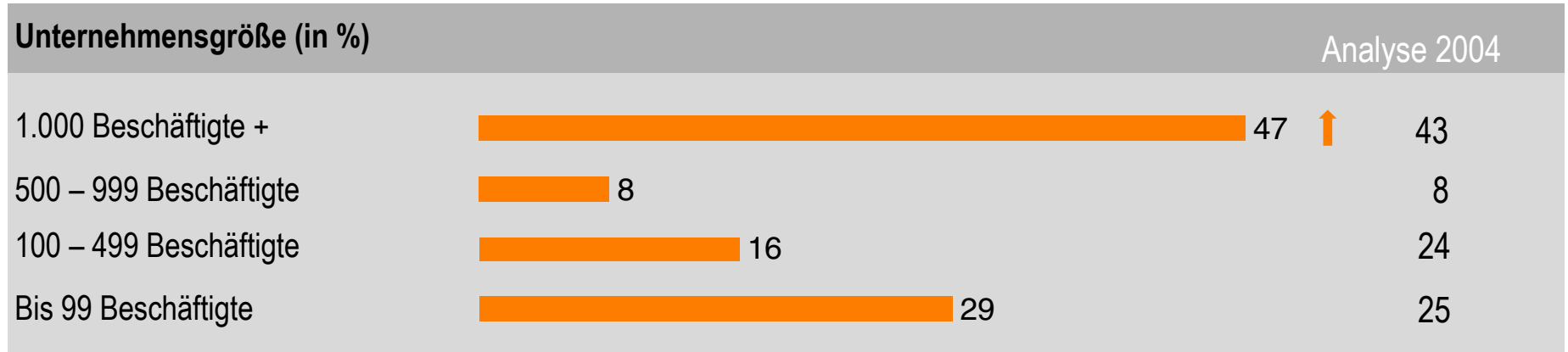
Entscheider sind häufig unterwegs und haben damit auch gute „Kontaktchancen“ als Leser mit dem Handelsblatt News am Abend in Berührung zu kommen.

Die Top - Entscheider.



Mehr als 2/3 unserer Leser sind Führungskräfte im mittleren Alter.

Die Unternehmen der Top - Entscheider.



Fast die Hälfte der Geschäftsreisenden sind Entscheider aus Großunternehmen.

Die ideale Ergänzung zur Tageszeitung.

Handelsblatt News am Abend

- Besitzt einen hohen Bekanntheitsgrad.
- Bietet aktuelle und hochwertige Informationen.
- Genießt eine sehr hohe Aufmerksamkeit:
48% der Leser beschäftigen sich bis zu 30 Minuten damit.
- Ist bei den Lesern sehr beliebt, da es anspruchsvolle Themen behandelt, die interessieren.

Erreichen Sie Ihre Zielgruppe dort, wo sie sich aufhält: unterwegs

- 93 % der Leser sind Geschäftsreisende, ca. 2/3 sind Führungskräfte im mittleren Alter.
- Nahezu die Hälfte (47%) kommen aus Unternehmen mit über 1.000 Beschäftigten.
- 59% der Leser reisen geschäftlich monatlich mindestens fünf Mal und mehr.

Eine weltweit einmalige Publikation.

Handelsblatt News am Abend bietet eine signifikanten Wissensvorsprung und spricht gezielt den Informationsbedarf von Entscheidern an.

Wir kommen der Zielgruppe nicht nur entgegen, sondern auch bei ihr an. Treten Sie in Kontakt mit einer der attraktivsten Leserschaften überhaupt.

SCHALTEN SIE JETZT!

GWP media-marketing

Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH

GWP media-marketing

Postfach 10 26 63

D-40017 Düsseldorf

Kasernenstraße 67

D-40213 Düsseldorf

Telefon 0211 887-1327 -1328

Telefax 0211 88797-1327 -1328

Internet www.gwp.de

E-Mail gwp.hb@vhb.de

GWP
media-marketing