

Leserstruktur-Analyse 2016





Dr. John-Thomas Siehoff,
Verlagsleitung Charles Coleman Verlag

Ihre Zielgruppe liest M&T

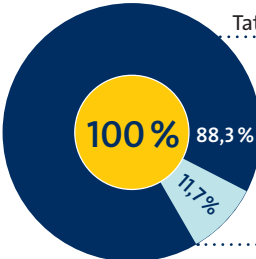
Wer die Chefs, die Entscheider in Unternehmen des Metallhandwerks erreichen will, ist bei M&T richtig. 81 Prozent unserer Leser sind Inhaber oder Geschäftsführer. Das zeigt unsere aktuelle Leserstruktur-Analyse.

Und Metallhandwerks-Unternehmer lesen M&T sehr aufmerksam: 81 Prozent beträgt die Seitenkontaktchance – ein Spitzenwert! Knapp ein Viertel unserer Befragten sind übrigens Exklusivleser, das heißt, Sie lesen von den abgefragten Titeln aus ihrem Fachbereich ausschließlich M&T.

Unsere Leser wollen kräftig investieren und werden für ihre Erkundigungen zu Angeboten und Produkten durch M&T aktiviert. Als Werbetreibender sind Sie also bestens bei uns aufgehoben.

Besonders gut aufgehoben sind Sie auch bei unseren Media-Beraterinnen, die sich Ihnen auf Seite 8 dieses Prospekts präsentieren. Maren Korr und Katja Simon brennen darauf, Ihre Fragen zu beantworten, gerne persönlich bei einem Besuch in Ihrem Haus. Oder Sie kommen zu uns nach Köln – Sie sind herzlich eingeladen.

J.-T. Siehoff

1. Untersuchungsmethode	Leserstruktur-Analyse durch mündliche (telefonische) Erhebung – Stichproben-Erhebung
2. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil)	Grundgesamtheit Tatsächlich verbreitete Auflage (tvA) – 19.909 Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (tvA) – 17.573 Davon in der Untersuchung nicht erfasst – 2.336 
3. Stichprobe	250 Netto-Interviews, 70,8 % Ausschöpfung, Randomauswahl
4. Zielperson der Untersuchung	Hauptsächlicher Leser
5. Zeitraum der Untersuchung	07.03. – 29.04.2016
6. Durchführung der Untersuchung	TNS Infratest MediaResearch, Bielefeld

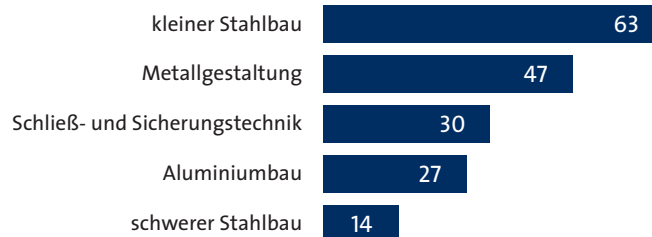
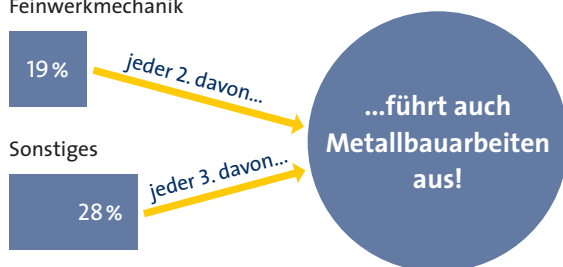
M&T erreicht den Metallbauer – egal wo!

Zu welchem der folgenden Bereiche gehört der Betrieb/das Büro, in dem Sie arbeiten?*

Metallbau

Feinwerkmechanik

Sonstiges



1,1 Mio €
Betriebsumsatz
jährlich

72% in Betrieben
mit bis zu
9 Beschäftigten

Die Empfänger-Betriebe

Das Metallhandwerk ist vielfältig strukturiert. Das Gros der M&T-Leser (72%) arbeitet in Metallbaubetrieben. Ein kleinerer Teil ist im Bereich Feinwerkmechanik o.ä. angesiedelt. Aber auch diese Betriebe haben sich mit Metallbuarbeiten ein zweites Standbein aufgebaut: 47% der Feinwerkmechaniker und 33% der sonstigen Betriebe führen konkrete Metallbauleistungen aus.

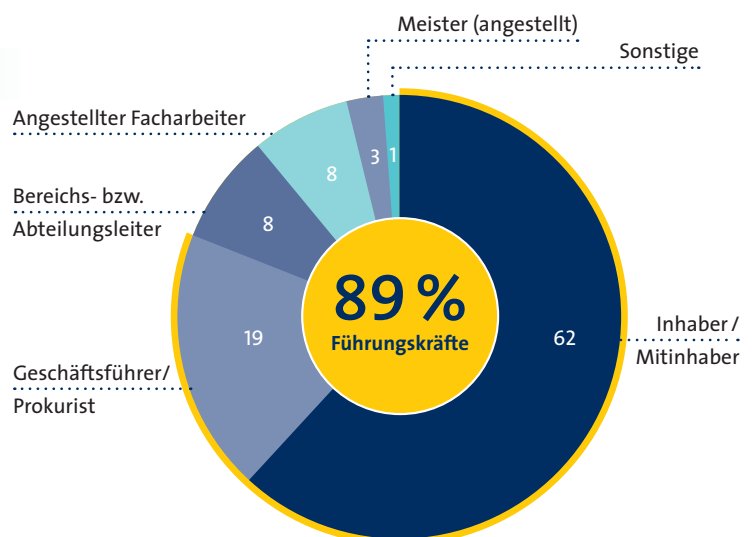
Im Schnitt beschäftigen die M&T-Empfängerbetriebe rund 21 Mitarbeiter. Die überwiegende Zahl der befragten Leser (72%) arbeitet jedoch in Unternehmen mit bis zu 9 Beschäftigten. Der Umsatz liegt durchschnittlich bei rund 1,1 Mio €. Über 6% der Befragten erwirtschaftet sogar einen Jahresumsatz von 5 Mio € und mehr.

Leser = Entscheider = Investoren

Welche Stellung haben Sie in Ihrem Betrieb/Ihrem Büro?*

M&T erreicht die Entscheider ...

M&T-Leser tragen beruflich Verantwortung: 9 von 10 Lesern sind in leitender Position tätig – als Inhaber, Geschäftsführer oder Abteilungsleiter. Und wenn es um Anschaffungen, Einkäufe und Investitionen geht, sind 92% entscheidend tätig.



...mit hoher Investitionsbereitschaft!

Die Bereitschaft, betrieblich zu investieren ist hoch: 86% der M&T-Leser planen in den nächsten 12 Monaten betriebliche Investitionen. Eine kaufkräftige Klientel für Ihre Produkte!

92%*
sind Entscheider in
ihrem
Unternehmen

86%*
planen
Investitionen

Der (Medien-) Kanal zum Erfolg

Wenn es um den Bereich Fachtechnik geht: Welche der folgenden Informationsquellen nutzen Sie, um sich über aktuelle Entwicklungen in Ihrem Fachbereich auf dem Laufenden zu halten?*

A Fachmedien – Top bei den herstellerneutralen Informationsquellen



87%

Wenn Print – dann M&T

Fachmedien bleiben für die Metallhandwerker mit die wichtigste Informationsquelle für technische Entwicklungen. Insgesamt gesehen wird die Zielgruppe über digitale und gedruckte Fachmedien nahezu komplett erreicht (83%). Die Druckversion der Fachzeitschrift wird nach wie vor häufiger genutzt als die digitalen Fachmedien.

Die Unabhängigkeit und das Know-How von Fachmedien machen sie – neben den spezifischen Herstellerinformationen und dem persönlichen Gespräch – zum wichtigsten Ratgeber der Branche.

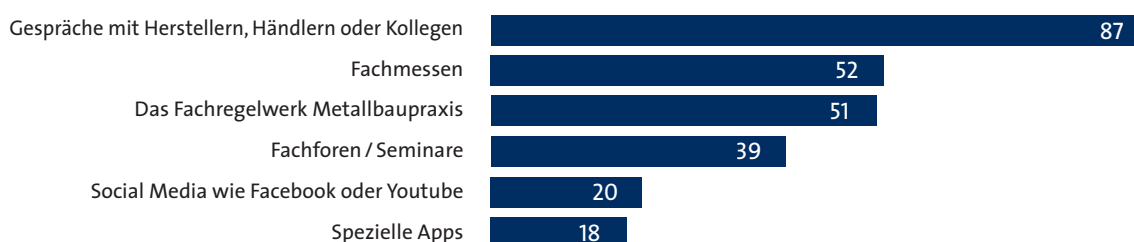
B Herstellerinformationen – gezielte Detailinfos



Herstellerinformationen werden ganz klar genutzt: Online-Angebote in diesem Fall nahezu ebenso stark wie Print-Mailings oder -Broschüren. Denn, wenn der Handwerker eine gezielte Information benötigt, recherchiert er eben beim Hersteller, sei

es Print oder Online. Ausgelöst wird dieses konkrete Interesse an einem Hersteller häufig von Fachmedien, durch redaktionelle Beiträge und durch Anzeigen!

C Weitere Informationsquellen – zur individuellen Ergänzung

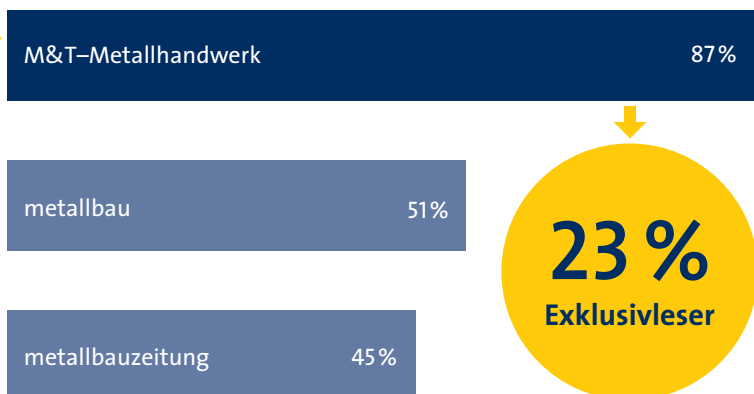


Neben Fachmedien nutzen die Metallhandwerker weitere Informationskanäle, um sich über Entwicklungen auf dem Laufenden zu halten. Hier gewinnt der direkte Austausch: Gespräche mit Fachleuten, aber auch Messen oder Kongresse

rangieren im oberen Bereich. Das Fachregelwerk Metallbaupraxis ist ein fester Infokanal für jeden 2. Leser. Die neuen Medien sind im Kommen.

Die Nr.1 unter den Fachzeitschriften

Ich nenne Ihnen jetzt einige Fachzeitschriften-Titel. Welche davon lesen Sie regelmäßig, das heißt mindestens jede zweite Ausgabe?*



M&T muss es sein!

87 % der Befragten lesen regelmäßig die M&T und informieren sich über Trends und Entwicklungen im Metallbau. Die Ergebnisse der Studie belegen: M&T ist mit Abstand die führende und meistgelesene Fachzeitschrift im Metallbau. Ein verlässlicher Werbeträger, der genutzt und respektiert wird. Davon zeugen auch die hohen Abonnentenzahlen.

Ein gutes Viertel der M&T-Leser nutzt darüber hinaus keine weitere Metallbau-Fachzeitschrift. Bei der verbreiteten Auflage von 19.909 Exemplaren bedeutet das: **4.659 Entscheider im Metallhandwerk erreichen Sie ausschließlich über die M&T!**

Großartige Nutzungswerte!



81 %
Seitenkontaktchance

Beste Kontaktchancen:

Die M&T-Leser geben an, dass sie die M&T intensiv nutzen und nahezu jede Seite – sei es Redaktion, sei es eine Anzeige – ansehen. Im Vergleich mit anderen Fachzeitschriften erzielt die M&T somit eine überdurchschnittlich hohe Seitenkontaktchance von 81%.

Ø 2,8
Leser pro Ausgabe

Die Multiplikator-Funktion:

Neben den befragten Lesern erreicht jede Ausgabe der M&T im Schnitt geschätzte weitere 1,8 Leser. Und mit durchschnittlich 2,8 Lesern pro Heft generiert jede Ausgabe hochgerechnet über 55.700 Leserkontakte – und damit 55.700 potenzielle Kunden!

Ø 32
Minuten Lesedauer

Die heilige halbe Stunde:

Die Zeitbudgets sinken - dennoch nehmen sich M&T-Leser in ihrem immer schneller werdenden Berufsalltag regelmäßig eine kleine Aus- bzw. Lesezeit und investieren eine gute halbe Stunde in jede M&T-Ausgabe.

Ø 6
Jahre treuer Leser

Hohe Leserbindung:

Und wer den Nutzwert von M&T einmal erkannt hat, der bleibt auch dabei! Im Schnitt sind die Befragten seit 6 Jahren unsere Leser, nahezu ein Drittel vertraut der M&T aber auch schon länger als 10 Jahre.

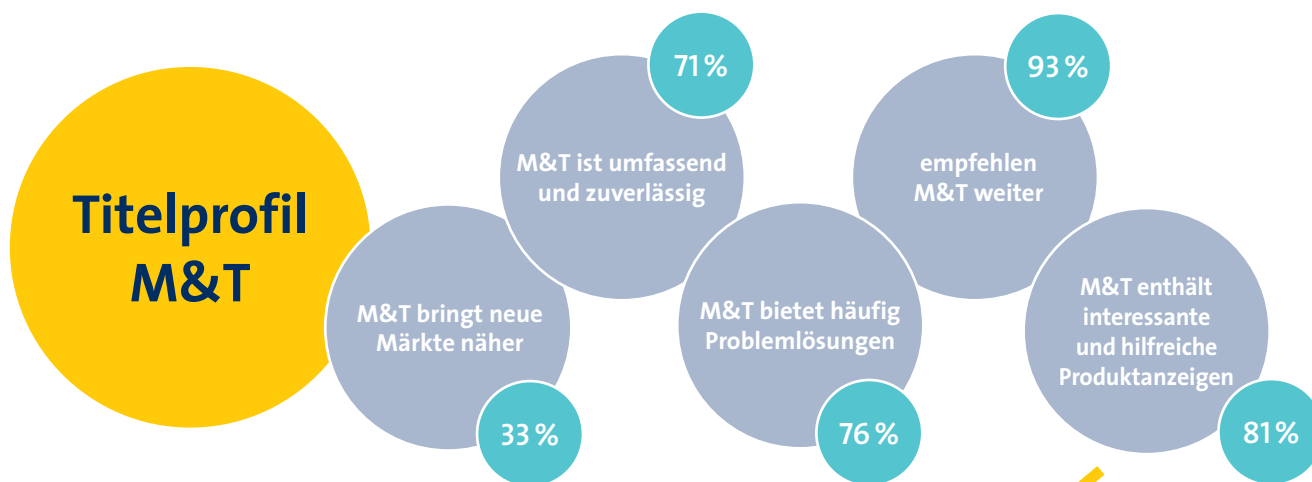
Außerordentlich wertgeschätzt!

Ich lese Ihnen nun einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob diese auf die Fachzeitschrift M&T-Metallhandwerk besonders zutreffen.*

Top-Werte für die M&T

Die M&T zeichnet sich durch eine hervorragende Beurteilung im Titelprofil aus, sie überzeugt die Leser nachweislich auf inhaltlicher, formaler und struktureller Ebene. Die hohen Zustimmungswerte bestätigen aufs Neue die außerordentliche

Wertschätzung unserer Leser. Neben der Redaktion werden auch die Produktanzeigen als hilfreich angesehen – M&T verschafft Ihrer Werbebotschaft somit die ideale Startposition!



Starke Aktivierungsleistungen!

Haben Sie in den letzten 12 Monaten aufgrund von Informationen über Produkte und Anbieter, die Sie in M&T-Metallhandwerk gelesen haben, einmal, mehrmals oder überhaupt nicht.... Ja, und zwar...



Anzeigen in M&T aktivieren

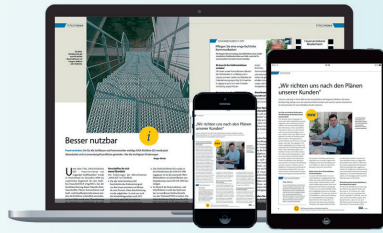
Das Zusammenspiel zwischen redaktioneller Leistung und werblich relevanter Information funktioniert perfekt in der M&T: Ihre Anzeige wird gesehen. Und löst in hohem Maße eine Reaktion bei den Metallhandwerkern aus. Nämlich die, sich auf unterschiedlichen Wegen, nähere Produktinformationen einzuholen.

Am häufigsten besuchen die Leser eine Website, um zusätzliche Informationen zu erhalten. Aber auch die persönliche Kontaktaufnahme, das Anfordern von Prospektmaterial oder den Besuch Ihres Messestandes kann Ihre Anzeige in M&T bewirken. Nutzen Sie diese Chance!

Quelle: M&T-Leserstruktur-Analyse, TNS-Infratest, 2016. Alle Angaben in Prozent. N = 250 = Gesamtmenge der Befragten, *Mehrfachnennungen möglich



M&T-Ratgeber
das themenbezogene
Sonderheft



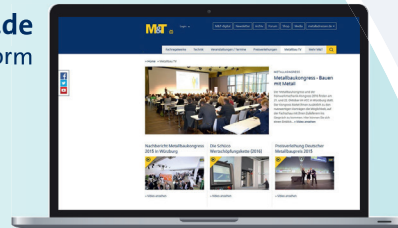
M&T-digital
Monats- und Sonderhefte
für alle digitalen Endgeräte

Bestens platziert in den Infokanälen der M&T!

Sei es in den Print-Magazinen, sei es in den digitalen Angeboten oder auch im persönlichen Austausch: mit den M&T-Medien erreichen Sie stets Ihre Zielgruppe im optimalen Umfeld – qualitativ herausragend, nutzbringend und hoch geschätzt!

Aus den unterschiedlichen Kanälen erstellen wir Ihren ganz individuellen Mix – ein crossmediales M&T-Paket, um die Botschaft Ihres Unternehmens reichweitenstark und zielgruppengenaue zu kommunizieren.

www.mt-metallhandwerk.de
die Online-Plattform



M&T-Newsletter
der monatliche
Wissensvorsprung



M&T-Metallhandwerk
das monatliche Magazin



Metallbau TV
das Web-Video-Portal

Metallbaupraxis
das multimediale
Fachregelwerk



Metallkongress
Vorträge, Fachschau, Preisverleihung



Facebook, Twitter, Youtube
die Social-Media-Kanäle der M&T

Wow!

Das war
interessant.

Darüber möchte ich mehr erfahren!

Sehr gerne!

- wir kommen bei Ihnen vorbei
- wir präsentieren Ihnen die Ergebnisse und erläutern Hintergrundinfos
- wir schicken Ihnen die pdf-Version per Mail und unterstützen am Telefon
- wir schicken Ihnen die Mediadaten und die Sonderwerbeformen der M&T-Metallhandwerk
- wir erstellen individuelle Angebote und Mediakonzeppte für Ihr Unternehmen

Was können wir für Sie tun?



Maren Korr
Anzeigenverkauf



0221 5497-229



m.korr@coleman-verlag.de



Katja Simon
Anzeigenverkauf



0221 5497-252



k.simon@coleman-verlag.de

Wir freuen uns auf Sie!



Ein Unternehmen der
Rudolf Müller Mediengruppe

Charles Coleman Verlag GmbH & Co. KG
Postfach 41 09 49, 50869 Köln
Stolberger Straße 84, 50933 Köln

Telefon: 0221 5497-200
Fax: 0221 5497-326
E-Mail: info@coleman-verlag.de
AG Köln HRA 21393

Vertretungsberechtigter
Geschäftsführer:
Rudolf M. Bleser
Telefon: 0221 5497-214

Verantwortlicher /
Komm. Anzeigenverkaufsleiter:
John-Thomas Siehoff
Telefon: 0221 5497 - 271