

Fachzeitschriftenstudie 2018 der werbetreibenden Wirtschaft

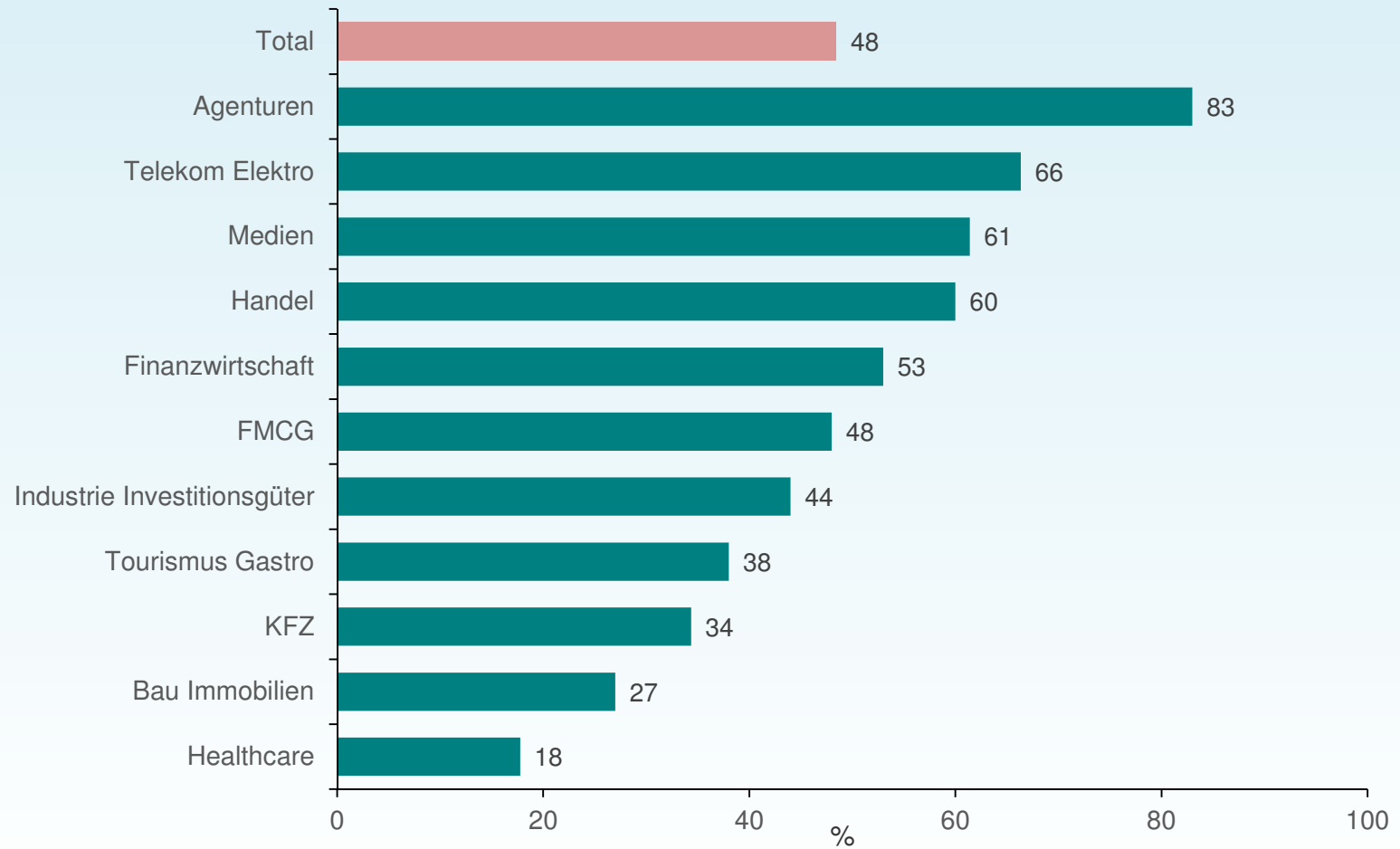


Daten zur Untersuchung

Methode:	Telefonische Befragung
Zielgruppe:	Geschäftsführer/Marketingleiter der werbetreibenden Wirtschaft
Stichprobe:	1.108 Interviews (~100 pro Zielgruppe)
Grundgesamtheit:	werbtreibende Unternehmen der 11 Zielgruppen
Abgefragte Titel:	die 30 werbestärksten Fachzeitschriften des Jahres 2017 (gemessen am Bruttowerbewert)
Erhebungszeitraum:	Mai 2018

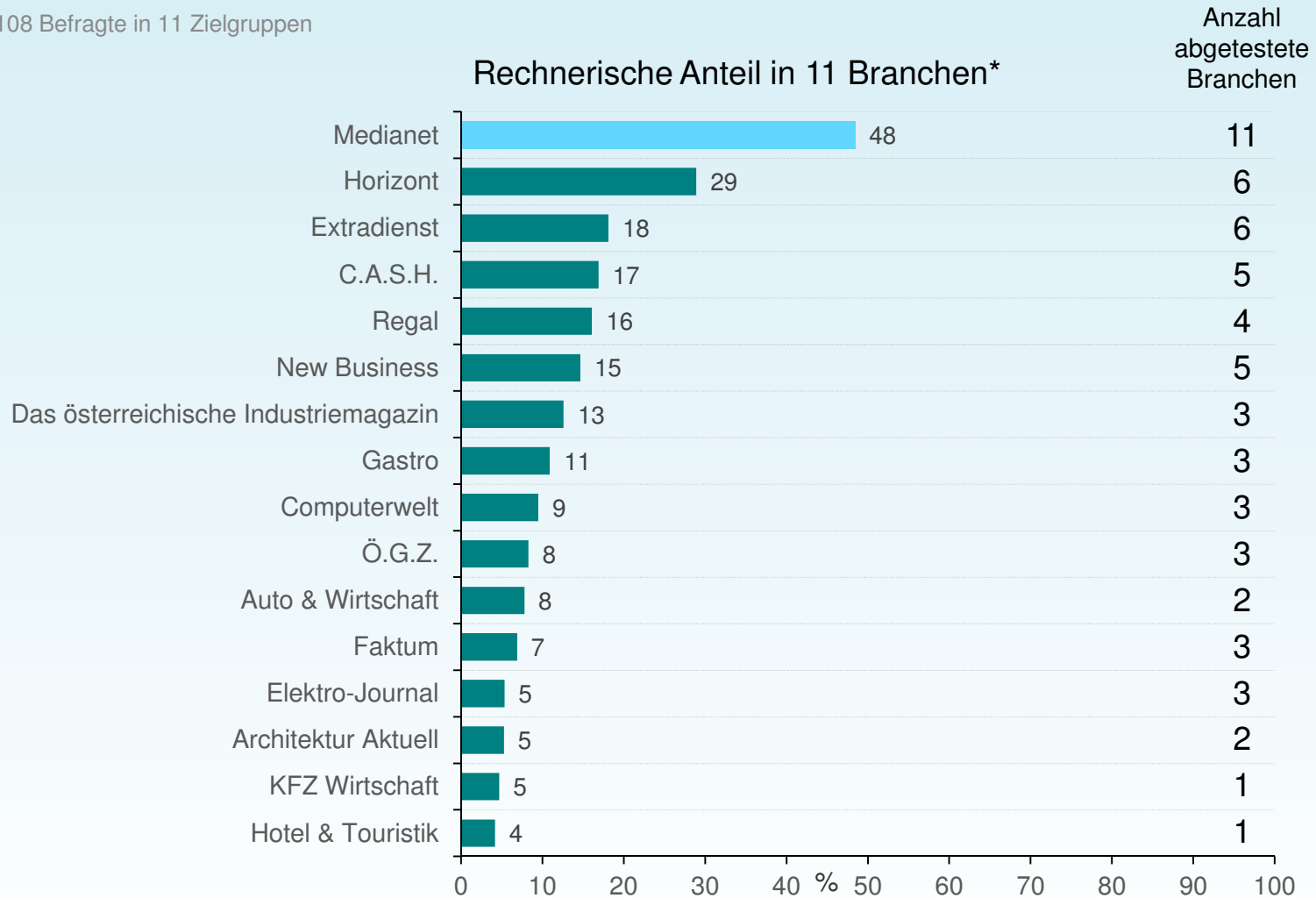
Gesamtreichweite Medianet in %

Basis: 1108 Befragte in 11 Zielgruppen



Summierte Reichweite alle Medien – Teil 1

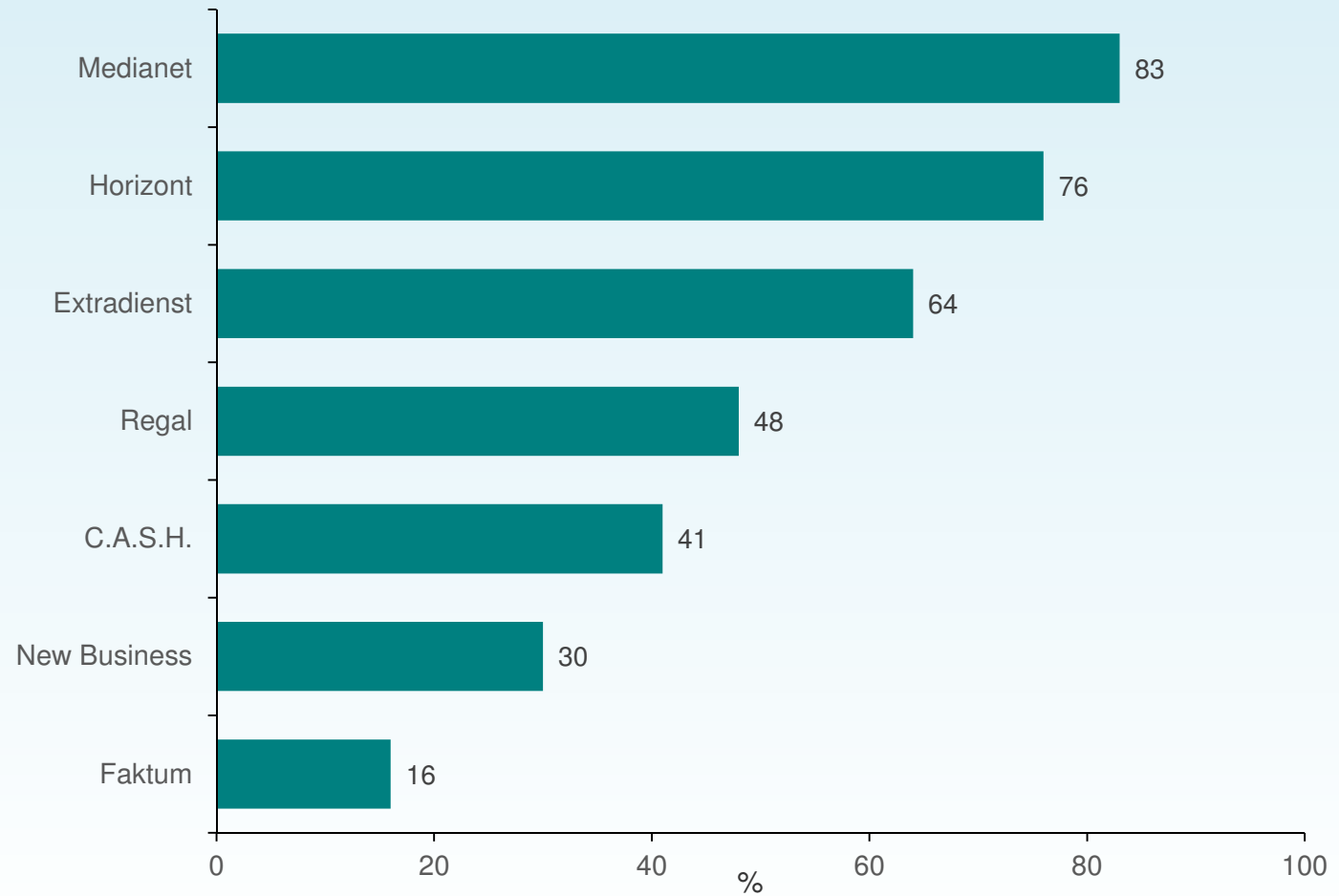
Basis: 1108 Befragte in 11 Zielgruppen



* Da keine Angaben über die Zahl der potenziellen Leser pro Branche verfügbar sind, wurde die kumulierte RW durch die Anzahl der Branchen (=11) dividiert.

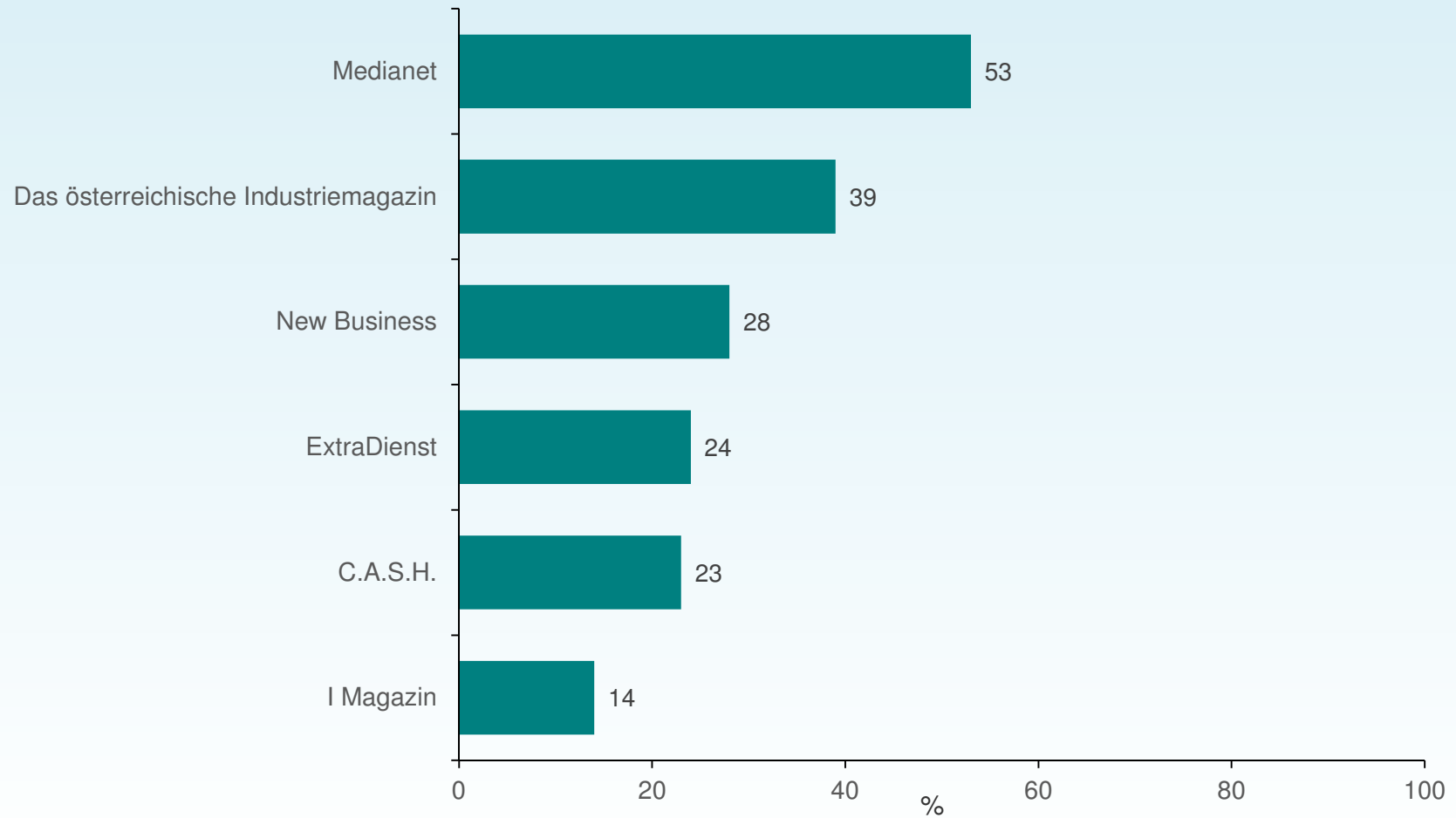
A.2. Reichweite von Fachzeitschriften in %

WERBEAGENTUREN



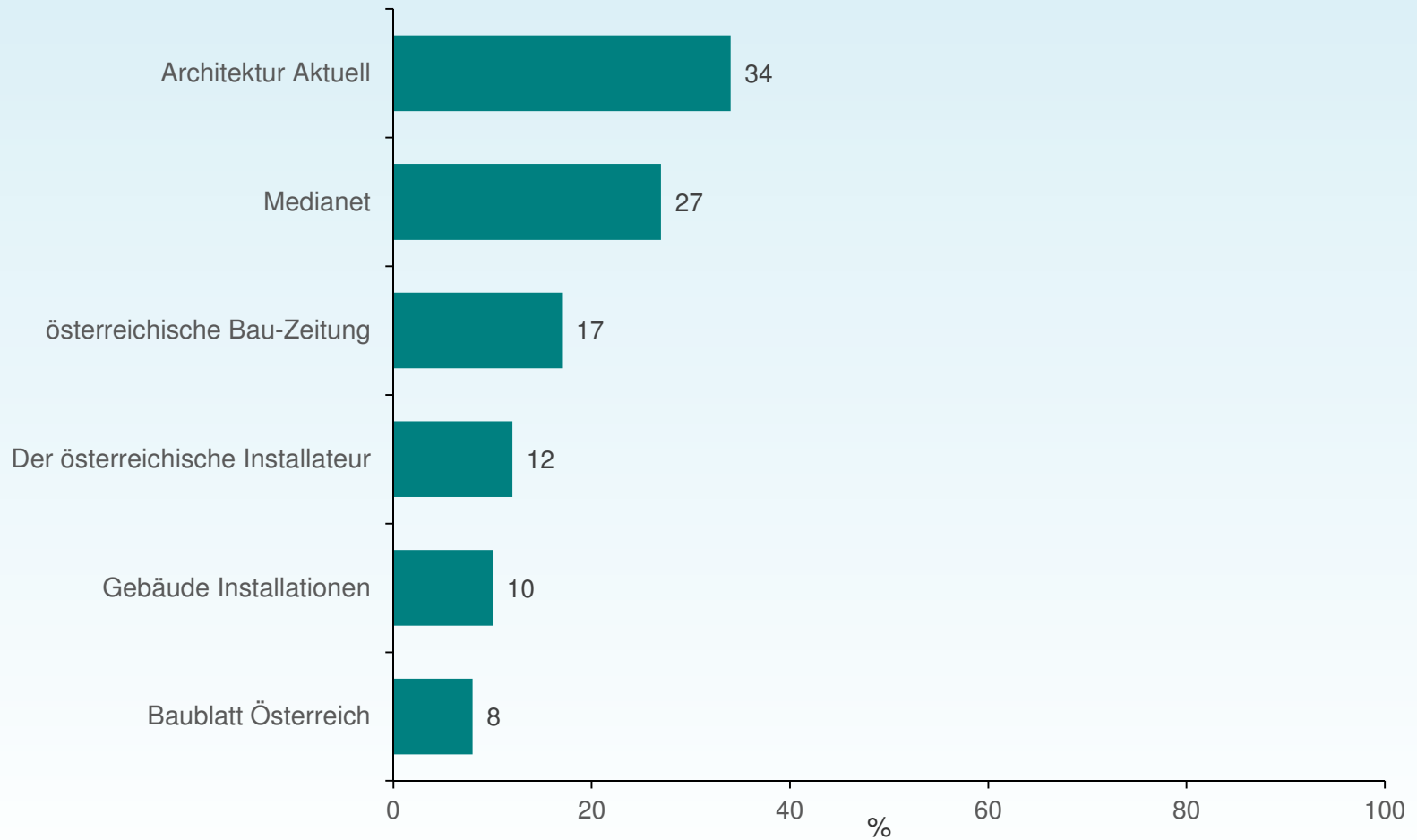
D.2. Reichweite von Fachzeitschriften in %

FINANZWIRTSCHAFT



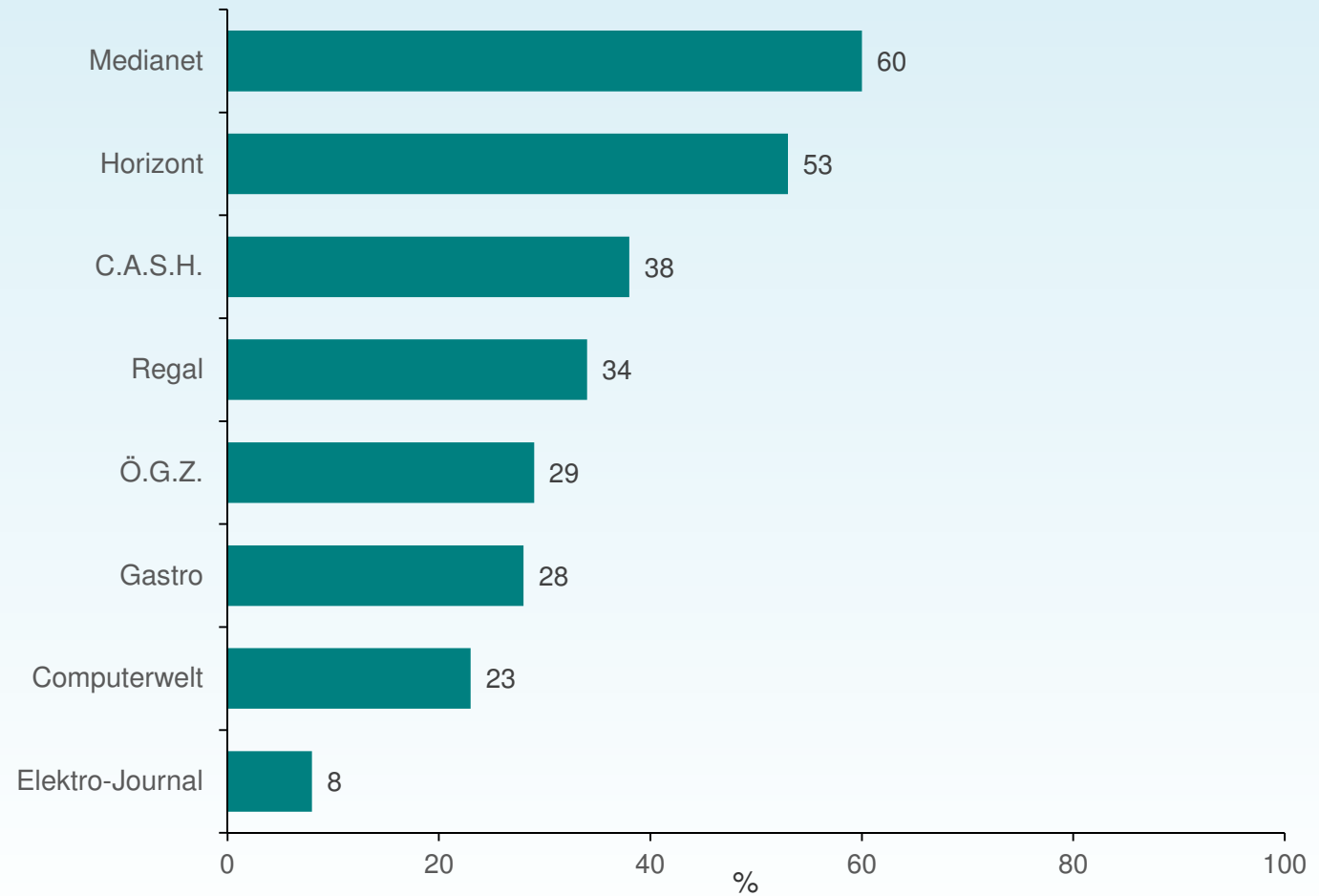
E.2. Reichweite von Fachzeitschriften in %

BAU UND REAL ESTATE



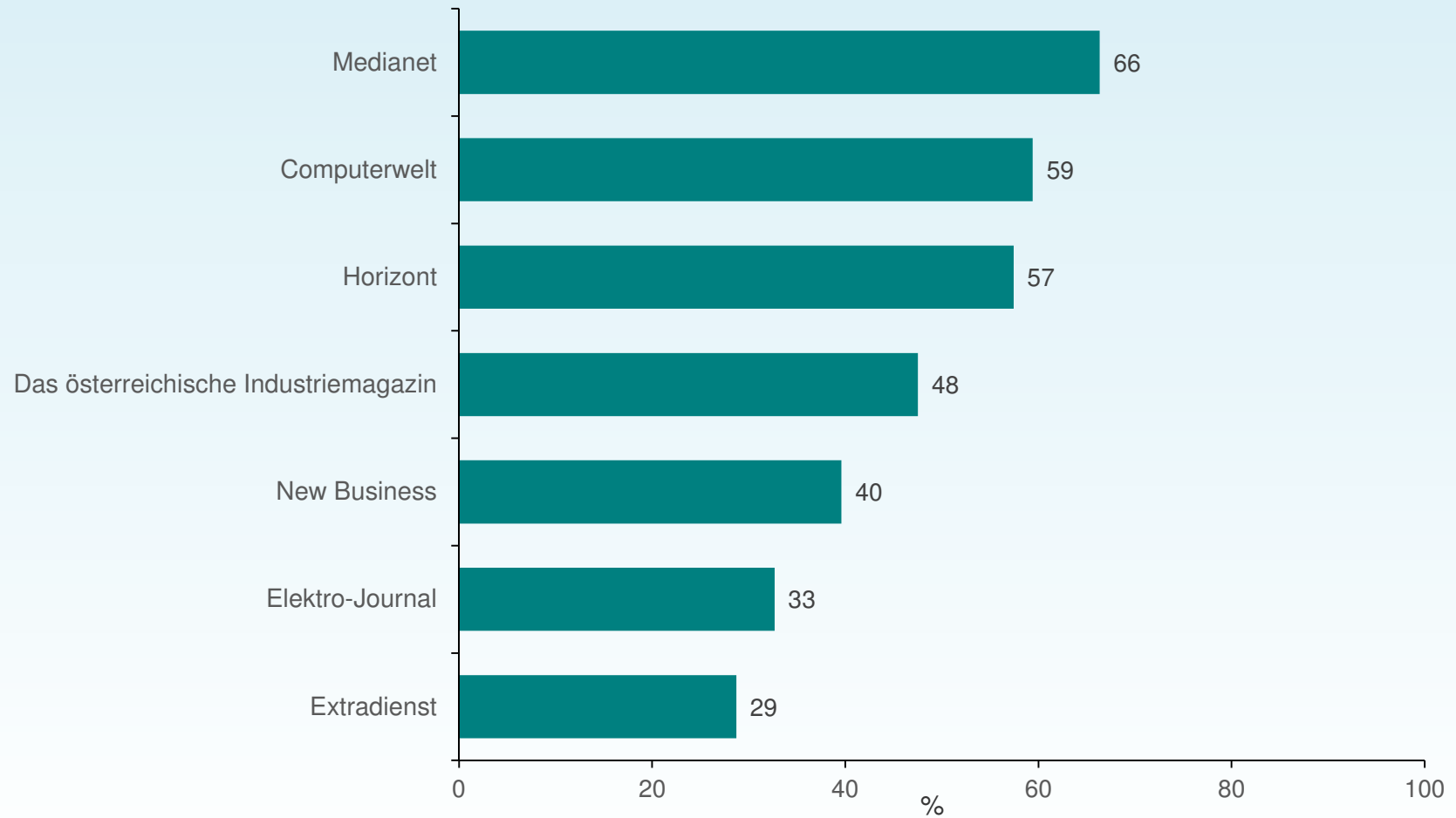
F.2. Reichweite von Fachzeitschriften in %

HANDEL



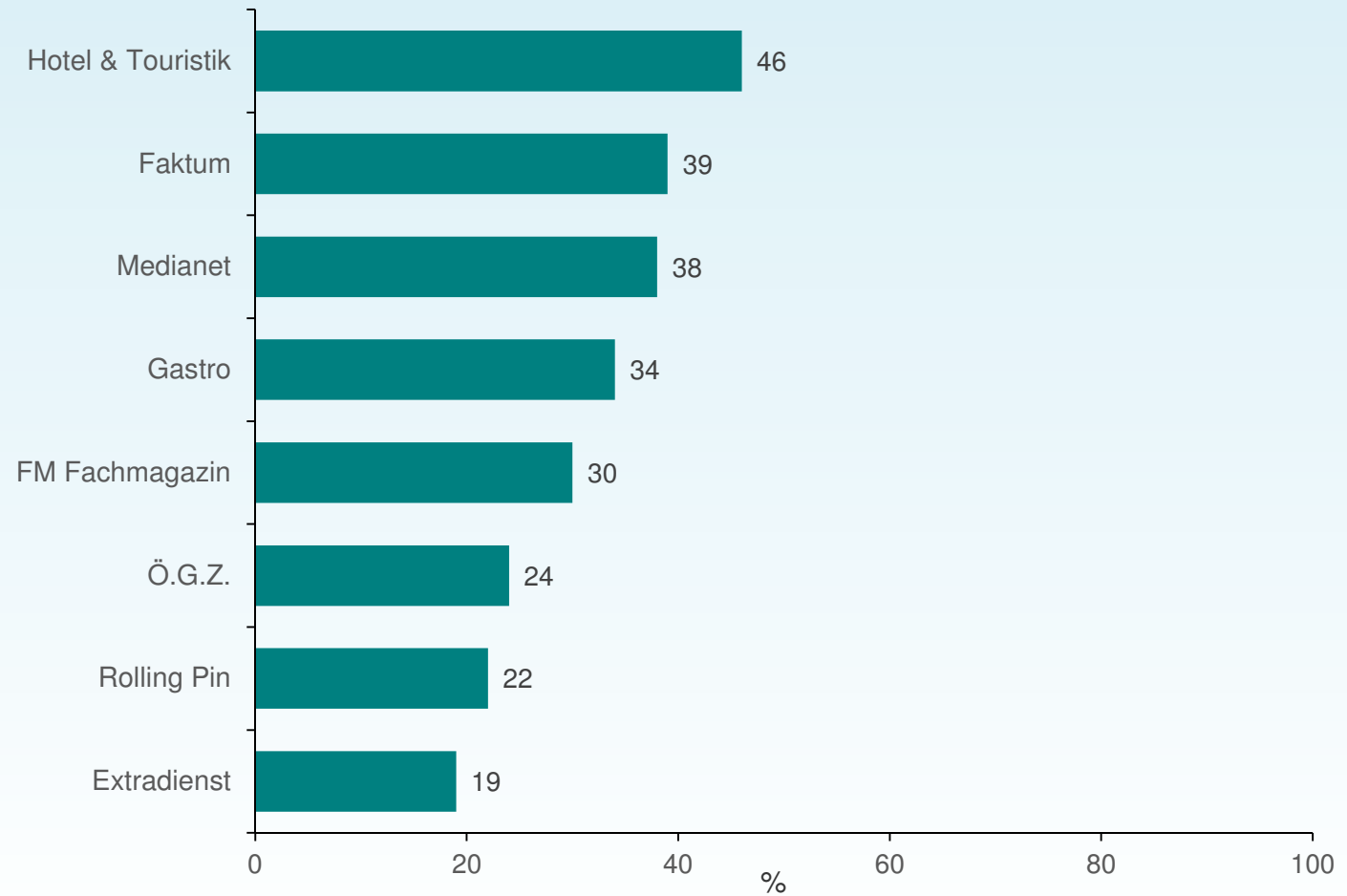
G.2. Reichweite von Fachzeitschriften in %

TELEKOMMUNIKATION / EDV / ELEKTRONIK



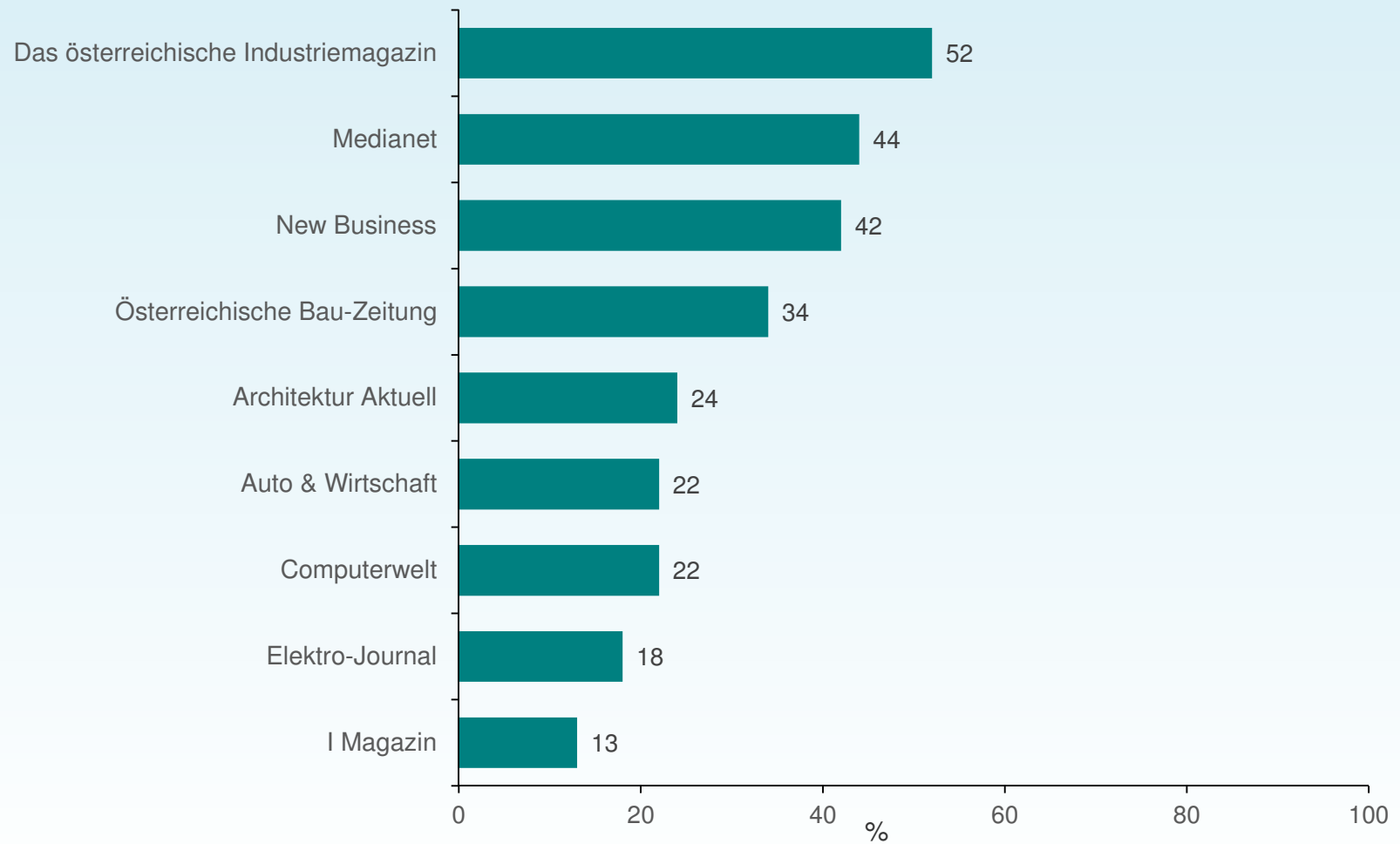
H.2. Reichweite von Fachzeitschriften in %

TOURISTIK



I.2. Reichweite von Fachzeitschriften in %

INDUSTRIE



J.2. Reichweite von Fachzeitschriften in %

KFZ

