

handelsrundschau



Informationen für den Lebensmittelhandel



EDEKA Verlagsgesellschaft mbH
New-York-Ring 6
22297 Hamburg

www.edeka-handelsrundschau.de

➔ **Leserstrukturanalyse 2010**

Zielsetzung der Untersuchung

Ausgangslage

Die EDEKA handelsrundschau ist die Kommunikationsplattform der EDEKA-Gruppe und erscheint 2x monatlich jeweils donnerstags mit einer Auflagehöhe von ca. 13.000 Exemplaren.

Das Magazin bietet interessante Unternehmensnachrichten, erfolgreiche Vertriebskonzepte, Porträts engagierter Unternehmer und Hintergrundberichte zu aktuellen Warenthemen.

Eine Leserstrukturanalyse soll Aufschluss geben über

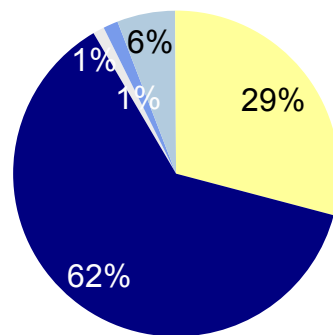
- die Struktur der Leserschaft
- das Lese- und Nutzungsverhalten
- die Bewertung der redaktionellen Inhalte
- die Bewertung der Aufmachung
- die Nutzung anderer fachlicher Informationsquellen

Zielperson	Erstleser der EDEKA handelsrundschau
Stichprobengröße	435 Interviews
Grundgesamtheit	Erstleser einer durchschnittl. Ausgabe im selbstständigen LEH, in den Regiemärkten sowie in der Zentrale und in Regionalgesellschaften
Studienlage	Nach den Vorgaben des ZAW-Rahmenschemas für Werbeträgeranalysen.
Erhebungsmethode	Leserstrukturanalyse durch mündliche Erhebung (CATI)
Erhebungszeitraum	27. April bis 05. Mai 2010
Durchführendes Institut	Produkt + Markt

➤ **Soziodemographie der Leserschaft**

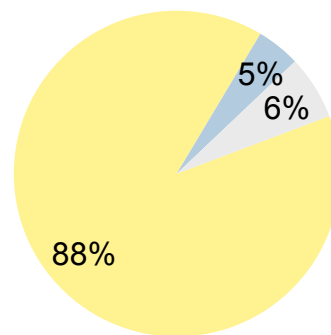
Zielgruppe der handelsrundschau sind Top-Entscheider

Die EDEKA handelsrundschau wird überwiegend von Top-Entscheidern wie Unternehmern und Marktleitern sowie Geschäftsführern und Abteilungsleitern gelesen.



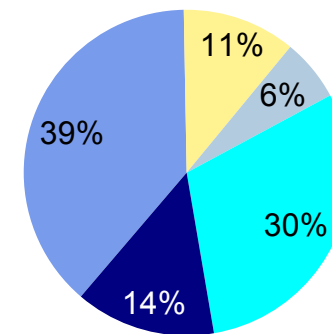
Selbstständiger LEH

- Inhaber/ Eigentümer
- Abteilungsleiter, Sortimentsbetreuer
- Stellvertretender Marktleiter/Substitut



Regiemärkte

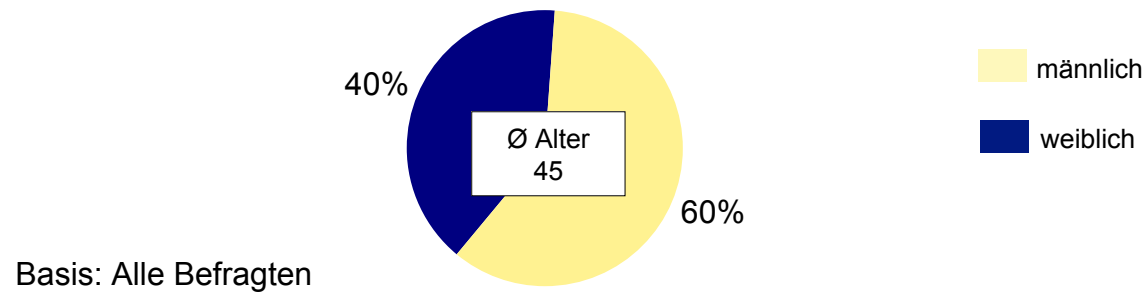
- Marktleiter bzw. Betriebsleiter
- Sonstiger Angestellter



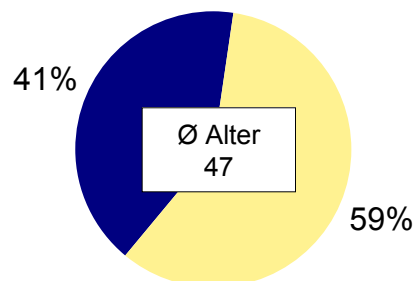
Zentrale/Regionalges.

- Sonstige Angestellte
- Abteilungsleitung
- Vertrieb und Logistik
- Geschäftsführung
- Facheinkäufer

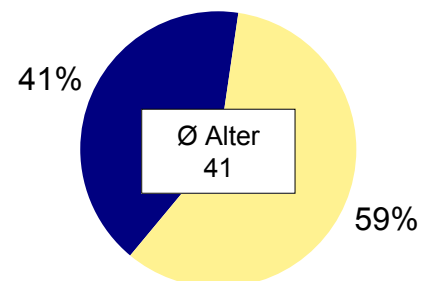
- Das Durchschnittsalter der Leser beträgt 45 Jahre. 60% der Leser sind männlich.



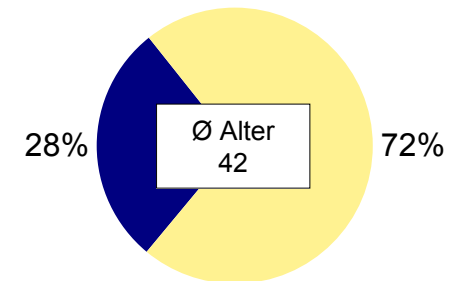
Selbstständiger LEH



Regiemärkte

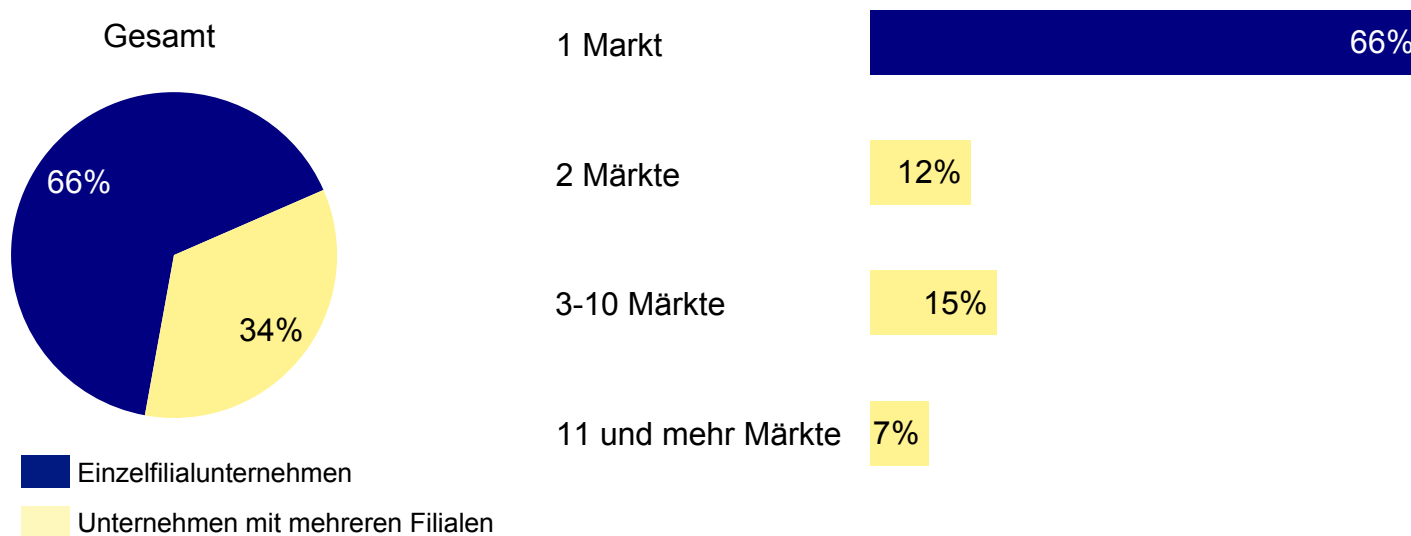


Zentrale/Regionalges.



Filialen

Ein Drittel des selbständigen LEHs sind Unternehmen mit mehreren Filialen.



Frage 24: Welcher Betriebsform ordnen Sie sich zu?
Frage 25: Wie viele Märkte gehören zu Ihrem Unternehmen?

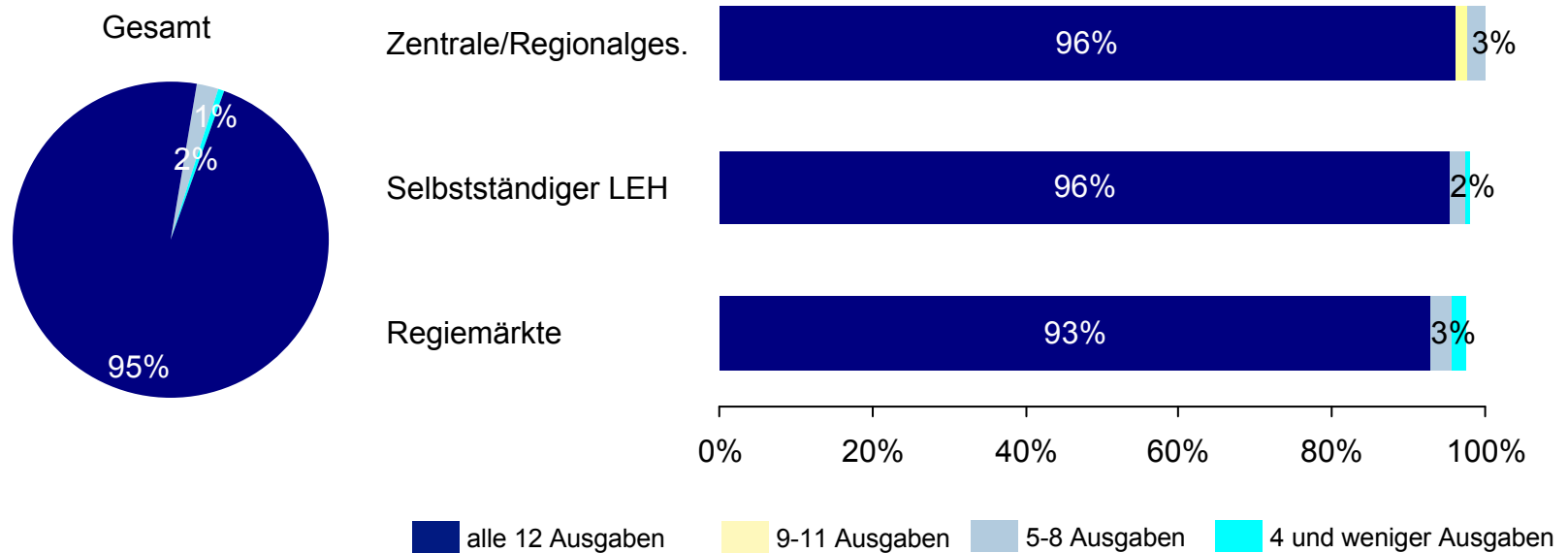
Soziodemographie der Leser

- Besonders im LEH und in den Regiemärkten wird die EDEKA handelsrundschau von Entscheidungsträgern gelesen, aber auch in der Zentrale erreicht die handelsrundschau zu 60% Entscheider.
- Das Durchschnittsalter der Leser beträgt 45 Jahre. Knapp zwei Drittel der Leser sind männlich.
- Ein Drittel des selbstständigen LEHs sind Unternehmen mit mehreren Filialen.

➤ **Zustellung**

Zustellung

Die Erstleser haben fast jede der letzten 12 Ausgaben der EDEKA handelsrundschau erhalten.



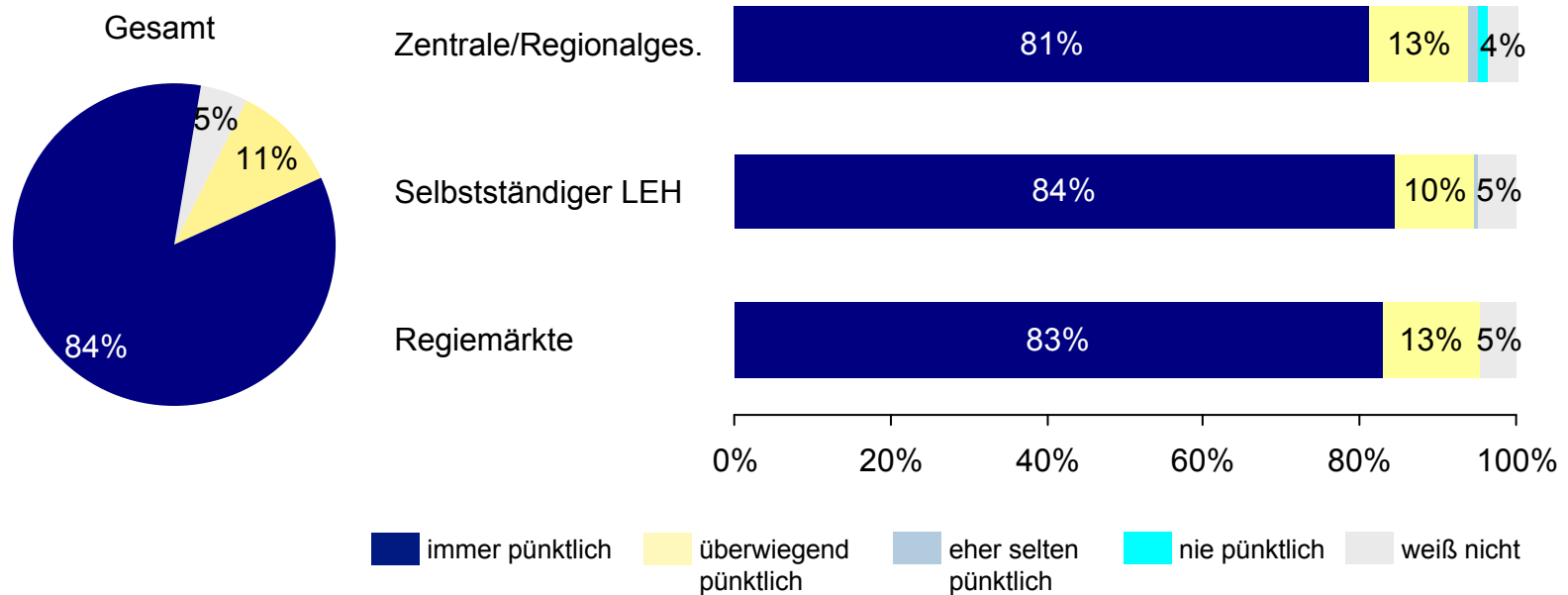
Die Ausgaben wurden immer in einem einwandfreien Zustand geliefert (99%).

Frage 1: Die EDEKA handelsrundschau erscheint alle 2 Wochen. Im Laufe der letzten 6 Monate sind also von der EDEKA handelsrundschau 12 verschiedene Ausgaben erschienen. Wie viele von diesen 12 Ausgaben haben Sie erhalten?

Frage 3: Ist die EDEKA handelsrundschau bei Anlieferung in der Regel in einem einwandfreien Zustand, d.h. nicht geknickt, keine Flecken etc.?

Pünktlichkeit

Die EDEKA handelsrundschau wird überwiegend pünktlich zum Erscheinungstermin zugestellt.



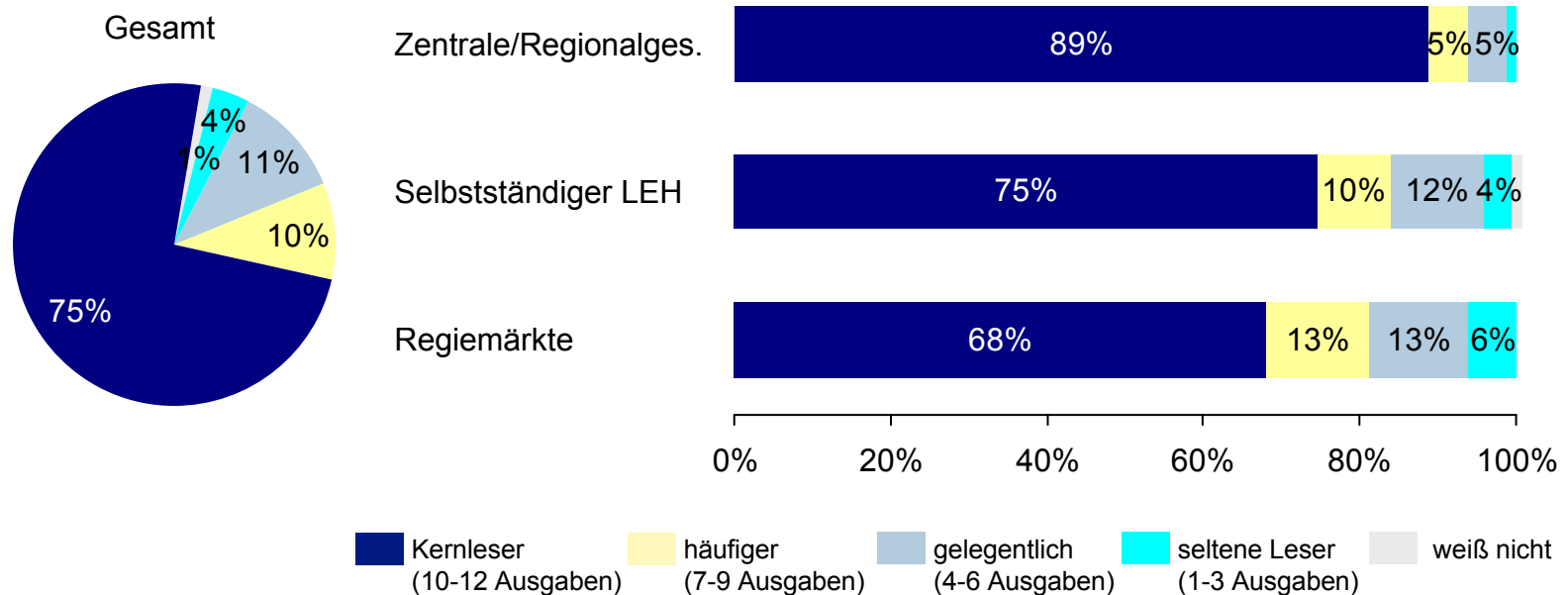
Frage 2: Erfolgt die Zustellung der EDEKA handelsrundschau in der Regel pünktlich, d.h. zum Erscheinungstermin?

➤ **Leseverhalten**

Lesehäufigkeit

75% der Leser sind Kernleser der EDEKA handelsrundschau.

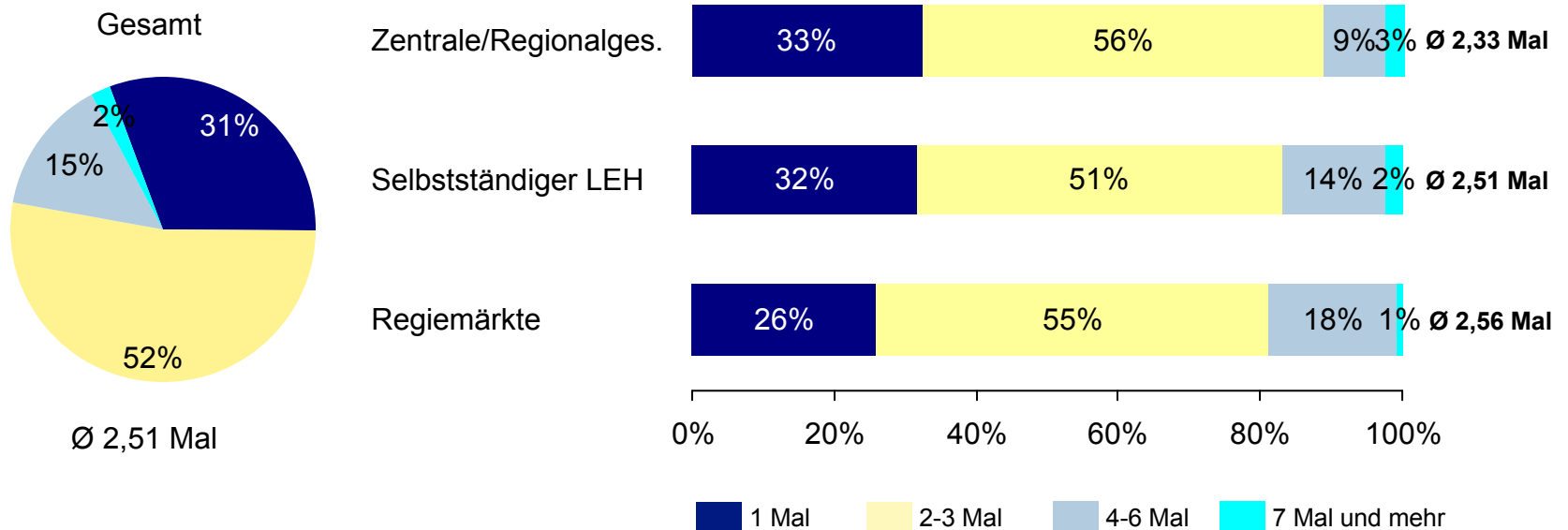
In der Zentrale/den Regionalgesellschaften ist die Nutzung am höchsten, in den Regiemärkten am geringsten.



Frage 4: Wie viele von den ____ Ausgaben, die Sie in den letzten 6 Monaten erhalten haben, haben Sie persönlich durchgeblättert oder gelesen?

Lesedauer

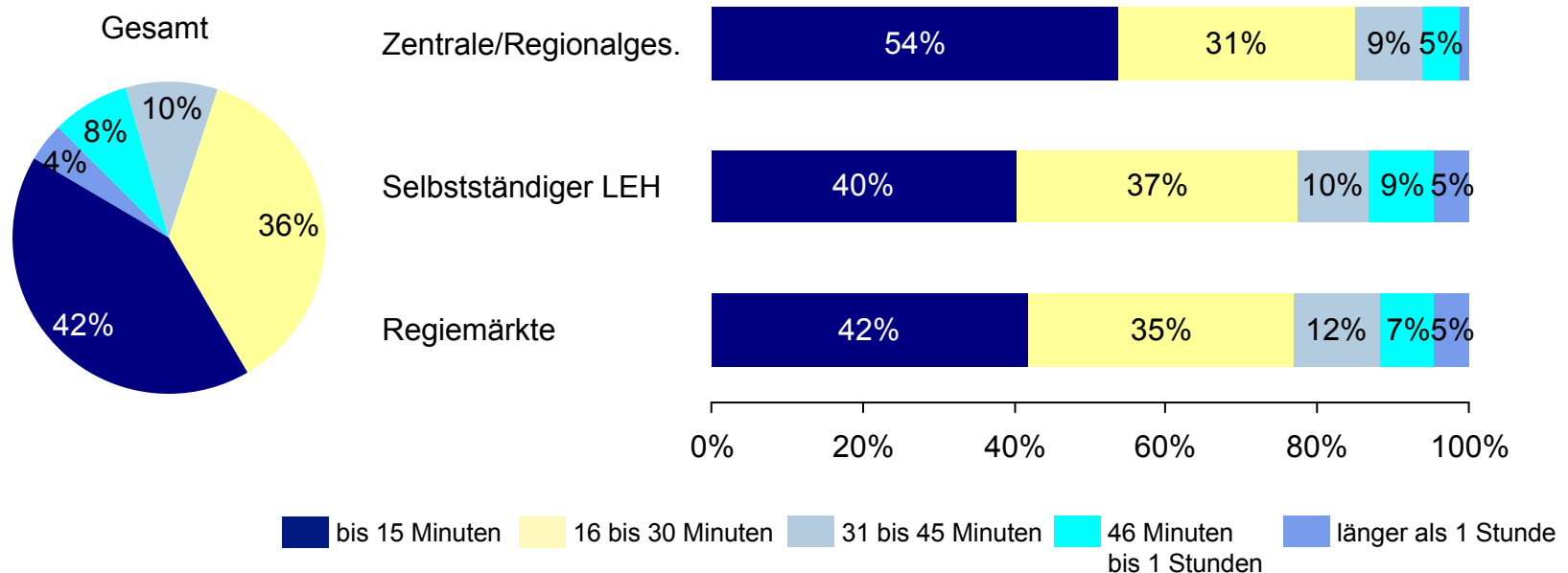
Zwei Drittel der Empfänger nehmen normalerweise eine Ausgabe häufiger zur Hand, um sie zu lesen.



Frage 5: Man liest ja eine Zeitschrift nicht immer auf Anhieb ganz durch, sondern nimmt sie häufiger zur Hand. Sagen Sie bitte, wie häufig Sie normalerweise eine Ausgabe dieser Zeitschrift insgesamt zur Hand nehmen um darin zu lesen oder zu blättern?

Lesedauer

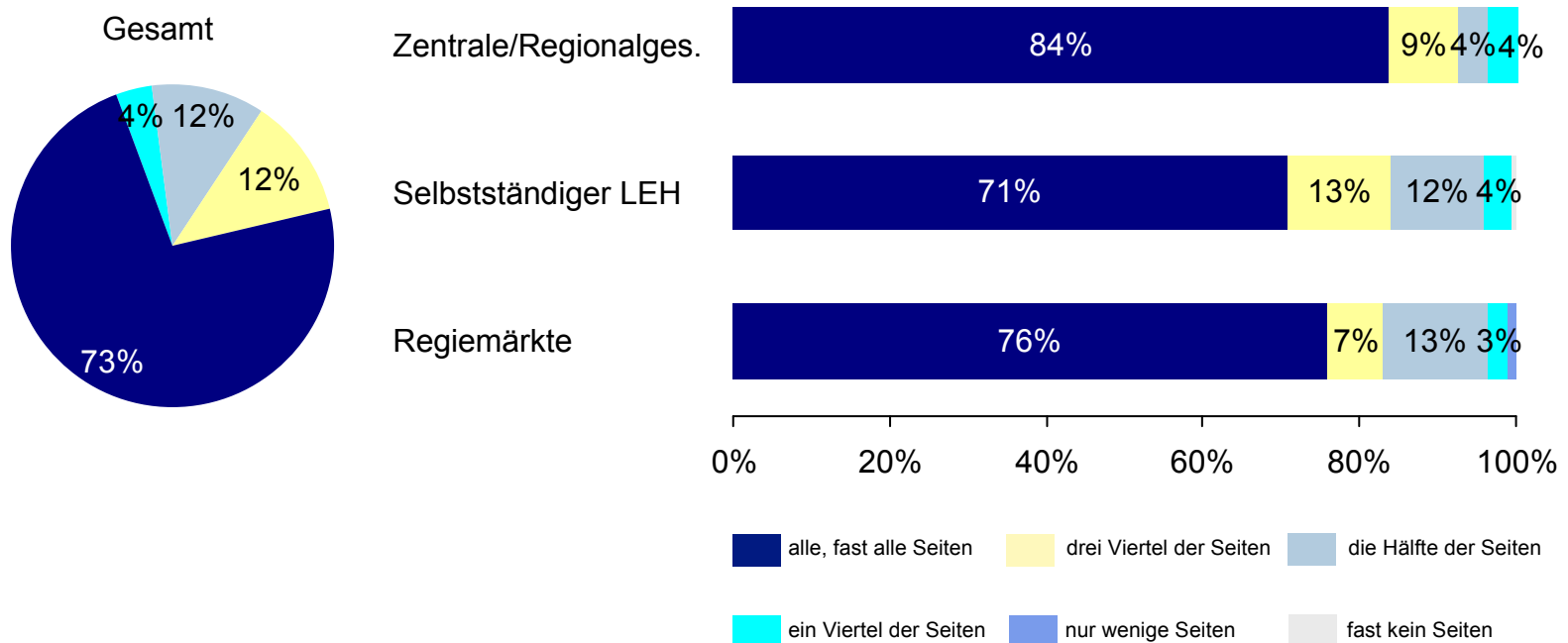
Die Lesedauer ist sehr unterschiedlich. Der überwiegende Teil der Befragten beschäftigt sich ca. 15 Minuten mit der EDEKA handelsrundschau. 20% nehmen sich eine halbe Stunde und länger Zeit zum Lesen.



Frage 6: Wie lange lesen Sie üblicherweise in einer Ausgabe der EDEKA handelsrundschau, bis Sie diese ausgelesen haben und zur Seite legen?

Leseintensität

Die EDEKA handelsrundschau weckt das Interesse der Leser. 73% geben an, „alle, fast alle Seiten“ aufzuschlagen, um sich etwas anzuschauen oder zu lesen.



Frage 7: Wie viele Seiten schlagen Sie in einer durchschnittlichen Ausgabe der EDEKA handelsrundschau auf, um sich etwas anzusehen oder etwas zu lesen?

Leseverhalten

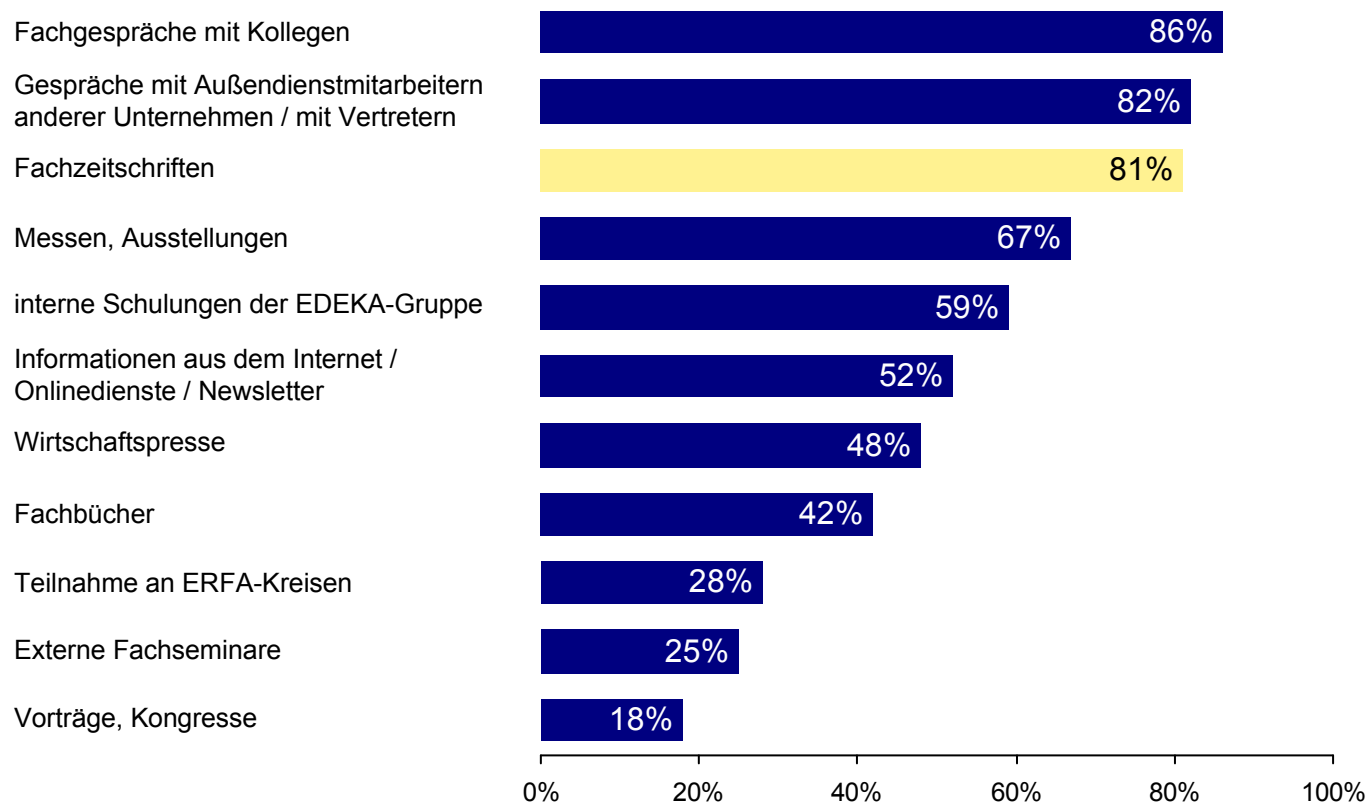
- Drei Viertel der Leser sind Kernleser der EDEKA handelsrundschau. In der Zentrale und in den Regionalgesellschaften wird die Zeitschrift am häufigsten genutzt.
- Die Lese- und Nutzungsgewohnheiten sind nach wie vor sehr hoch.
- Die handelsrundschau erreicht in erster Linie die Entscheider in den Unternehmen, aber auch deren Mitarbeiter.
- Viele Leser nehmen die Zeitschrift mehrmals zu Hand, was die Seitenkontaktchance erhöht. Wenn die Zeitschrift dann „ausgelesen“ ist, wird sie in den meisten Fällen an Mitarbeiter weitergegeben, so dass die eigentliche Leserschaft wesentlich größer ist.
- Die meisten Nutzer nehmen die Zeitschrift mehrmals zur Hand und lesen mind. 16 Minuten, oft aber länger in der EDEKA handelsrundschau.
- 73% der Leser schlagen alle oder fast alle Seiten auf, besonders in der Zentrale/den Regionalgesellschaften wird die handelsrundschau sehr ausführlich gelesen.

➤ **Nutzung von fachlichen Informationsquellen**

Informationsquellen für unsere Leser

Fachzeitschrift führen bei den Medien die Liste der genutzten Informationsquellen an.

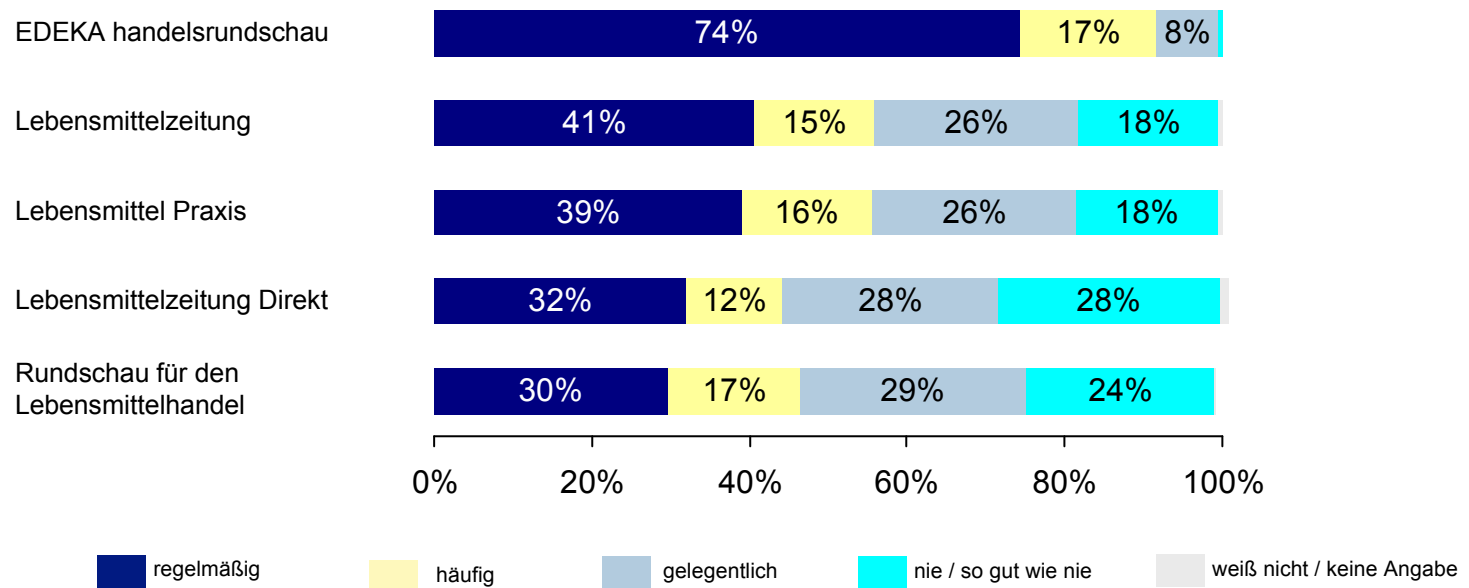
Um Informationen auszutauschen und zu erhalten führen der Großteil der Leser Fachgespräche mit Kollegen oder Außendienstmitarbeitern anderer Unternehmen, aber auch Fachzeitschriften werden von über 81% als Informationsquelle herangezogen.



Frage 19: Welche der folgenden Informationsquellen und Informationsmittel nutzen Sie persönlich regelmäßig? (Sonstige ungestützt 7%)

Nutzung von Fachzeitschriften

Drei Viertel aller Befragten lesen regelmäßig die EDEKA handelsrundschau.



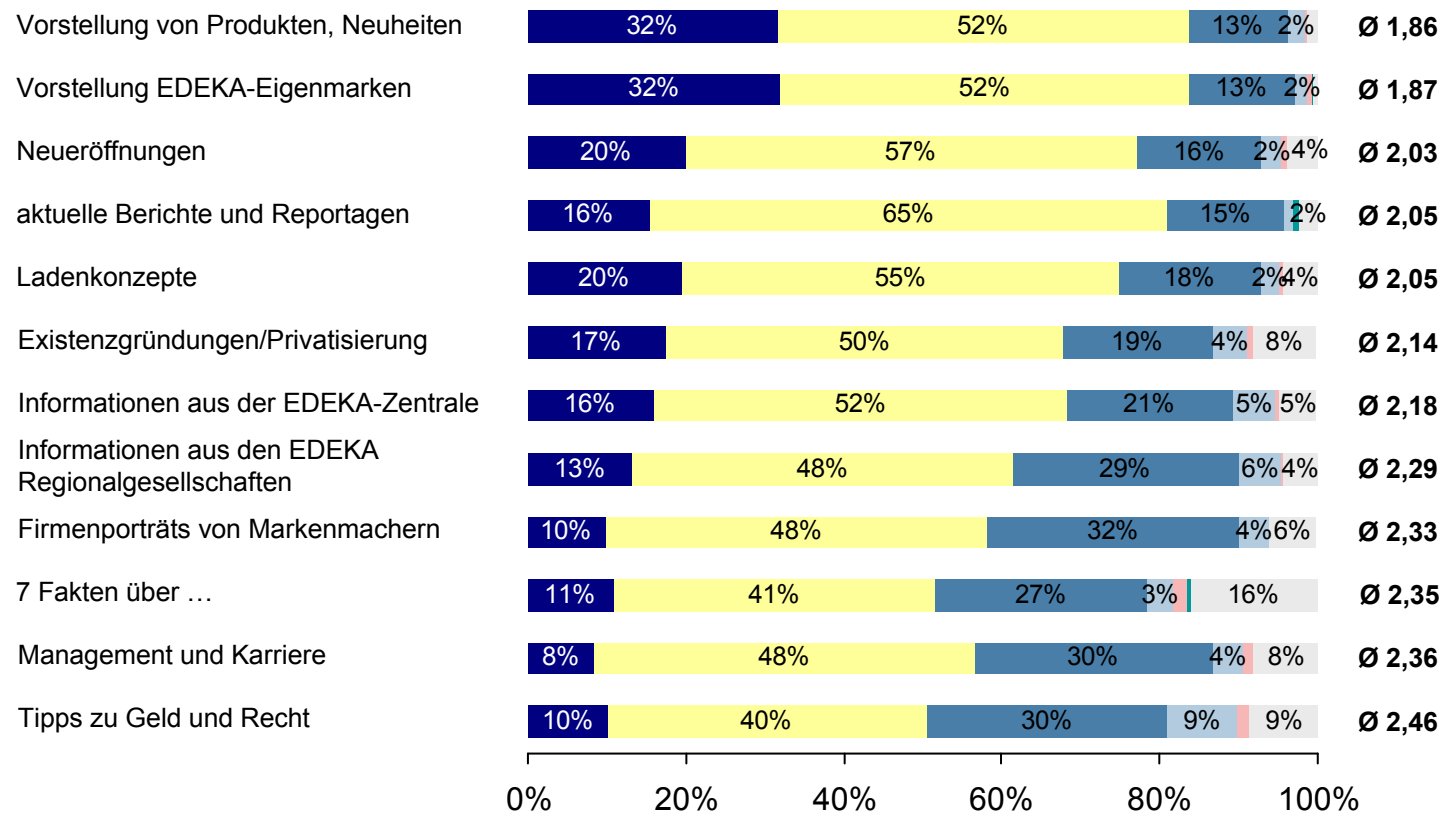
Frage 20: Welche der im Folgenden genannten Fachzeitschriften lesen Sie regelmäßig (jede Ausgabe), häufig (fast jede Ausgabe), gelegentlich (fast jede zweite/dritte Ausgabe), oder so gut wie nie/nie?

Nutzung von fachlichen Informationsquellen

- Der weitaus größte Teil der Leser tauscht regelmäßig Informationen in Fachgesprächen mit Kollegen oder anderen Personen aus. Auch Fachzeitschriften stellen ein wichtiges Informationsmedium dar, insbesondere in der Zentrale und den Regionalgesellschaften.
- Die EDEKA handelsrundschau wird von den befragten Lesern häufiger genutzt als die vier anderen aufgeführten Fachzeitschriften.

➤ **Bewertung der redaktionellen Inhalte /
Aufmachung der
EDEKA handelsrundschau**

Die Vorstellung von Produkten, Neuheiten und auch EDEKA-Eigenmarken wird am besten beurteilt.



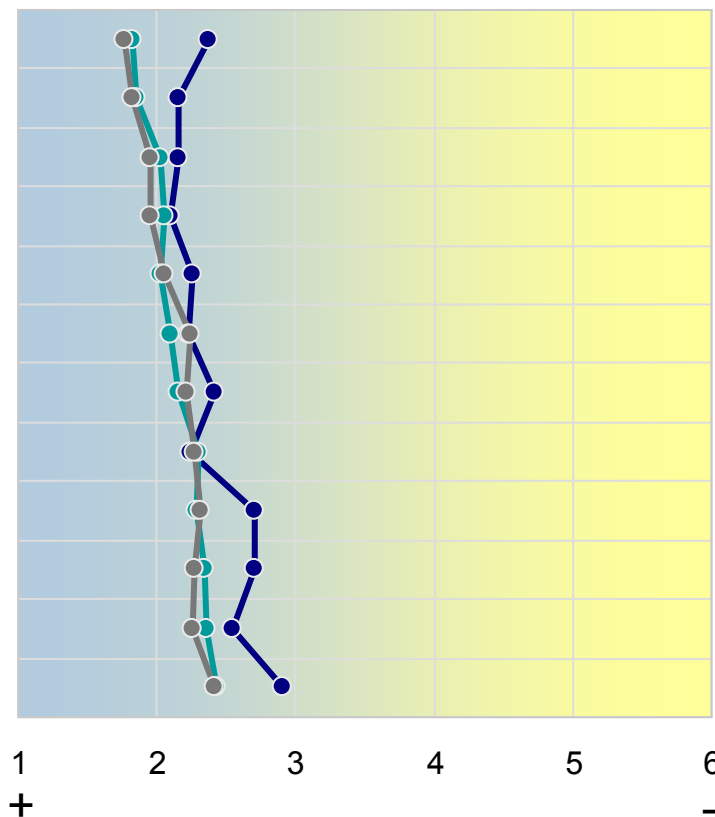
1 = sehr gut 2 3 4 5 6 = ungenügend weiß nicht/keine Angabe

Frage 12: Wie bewerten Sie die folgenden Themen bzw. Rubriken der EDEKA handelsrundschau? (Ranking nach den Mittelwerten)

Bewertung der Rubriken

Während die Leser der selbstständigen LEH und der Regiemärkte die einzelnen Rubriken annähernd gleich positiv beurteilen, sind die Leser der Zentrale/der Regionalgesellschaften besonders bei der ‚Vorstellung von Produkten, Neuheiten‘, ‚Firmenportraits von Markenmachern‘ und ‚Tipps zu Geld und Recht‘ kritischer.

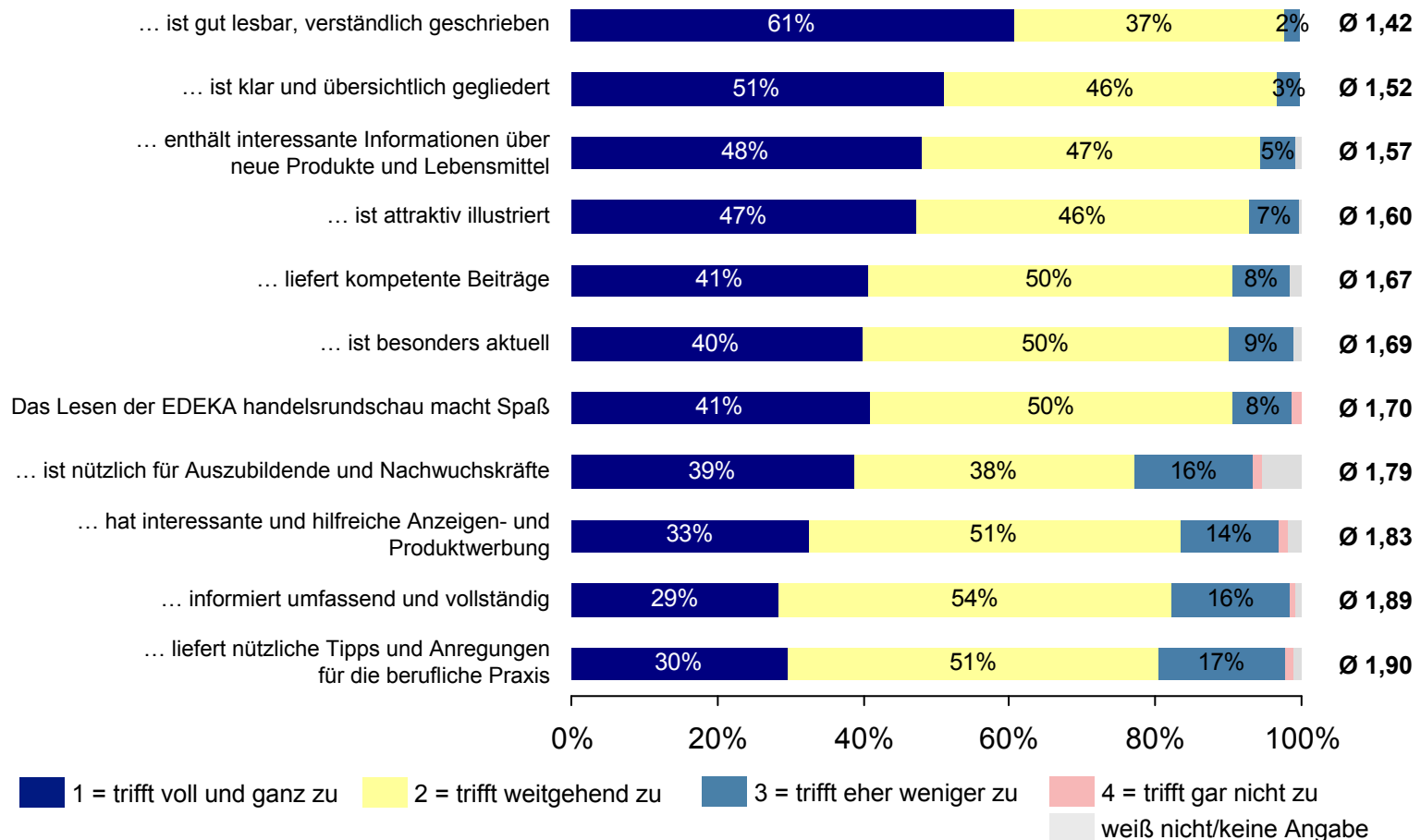
- Vorstellung von Produkten, Neuheiten
- Vorstellung EDEKA-Eigenmarken
- Neueröffnungen
- aktuelle Berichte und Reportagen
- Ladenkonzepte
- Existenzgründungen/Privatisierung
- Informationen aus der EDEKA-Zentrale
- Informationen aus den EDEKA Regionalgesellschaften
- Firmenporträts von Markenmachern
- 7 Fakten über ...
- Management und Karriere
- Tipps zu Geld und Recht



Frage 12: Wie bewerten Sie die folgenden Themen bzw. Rubriken der EDEKA handelsrundschau?
Mittelwerte, Schulnoten/Skala von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend

Bewertung der Aufmachung und Inhalte

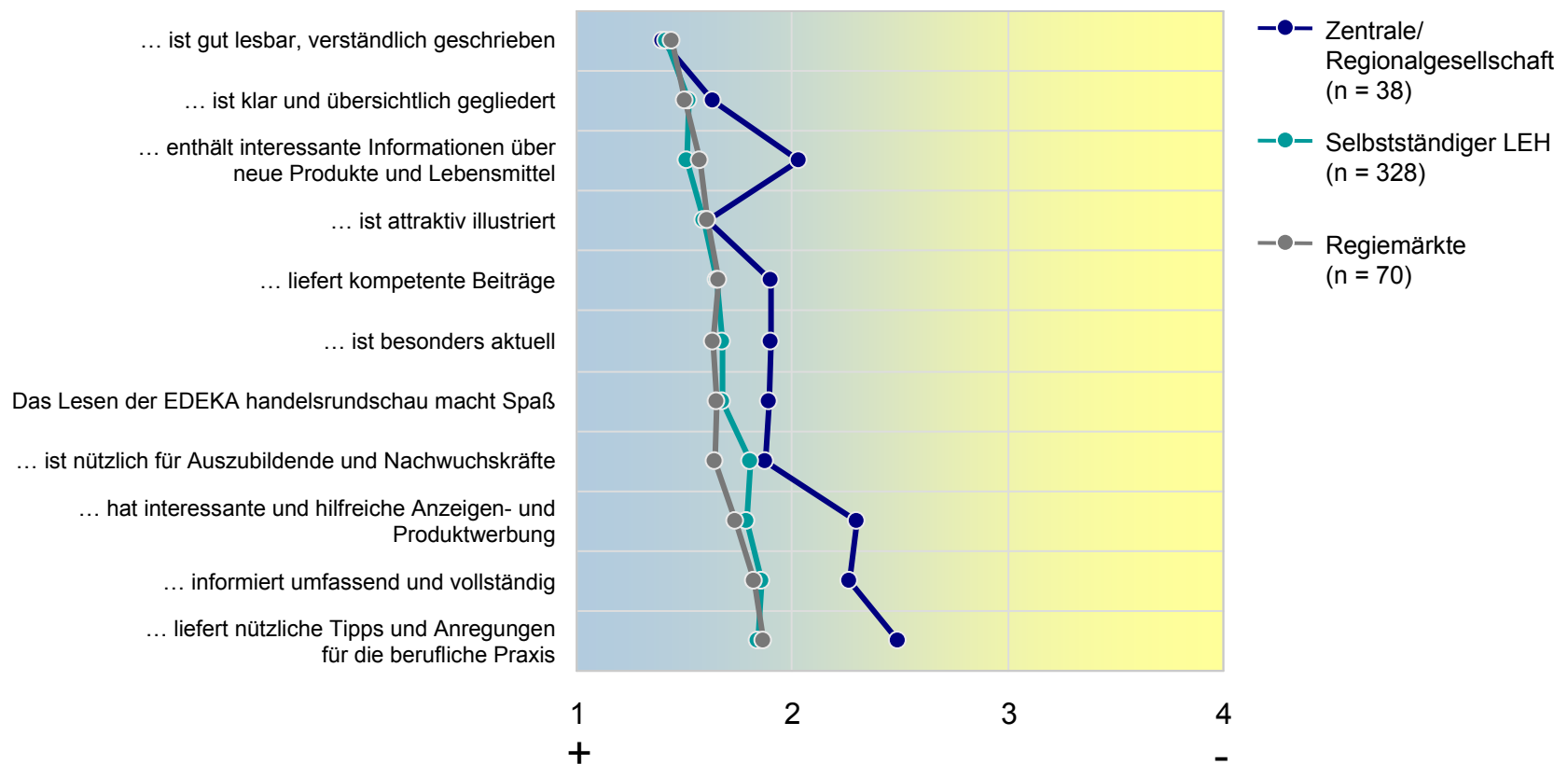
Die EDEKA handelsrundschau ist in erster Linie gut lesbar und verständlich geschrieben und bietet dem Leser interessante Informationen in übersichtlich gegliederter Form.



Frage 13: Nachfolgend lese ich Ihnen einige Aussagen vor. Bitte geben Sie an, in wie weit Ihrer Meinung nach die einzelnen Aussagen auf die EDEKA handelsrundschau zutreffen. (Ranking nach den Mittelwerten)

Bewertung der Aufmachung und Inhalte

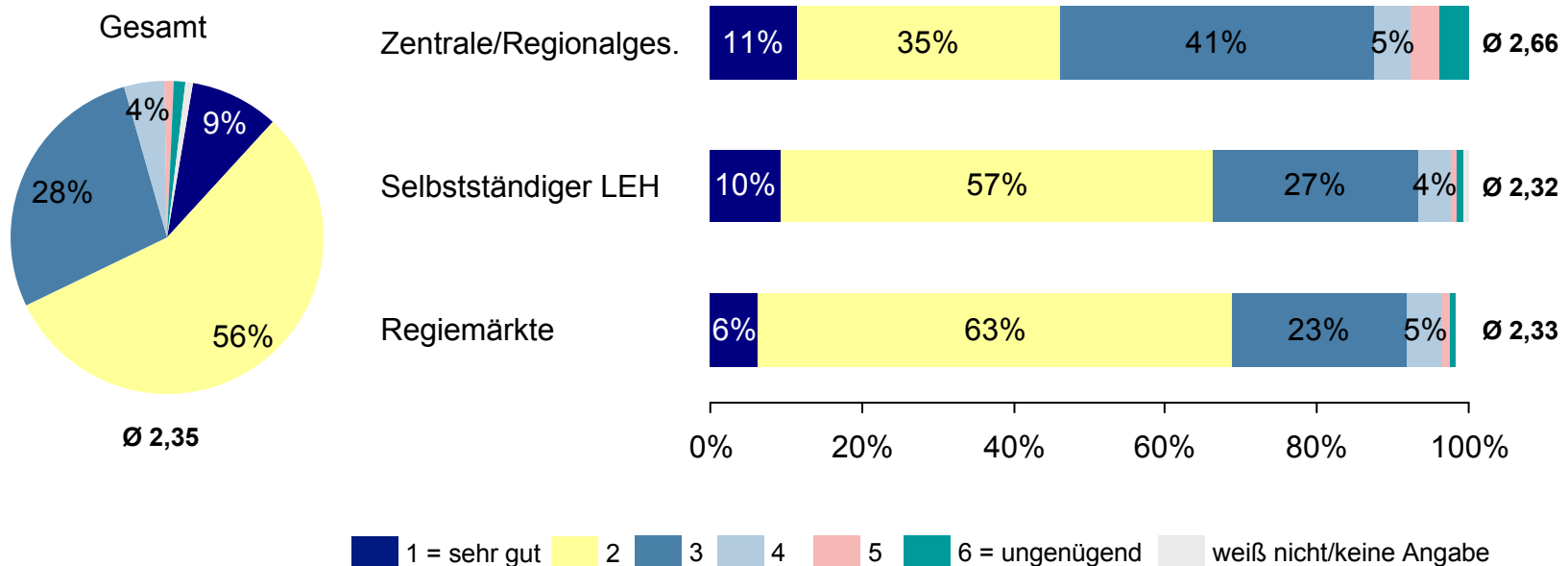
Wie auch bei der Bewertung der Rubriken beurteilen die Leser der selbstständigen LEHs und der Regiemärkte die Aufmachung und Inhalte der EDEKA handelsrundschau annähernd gleich und sehr positiv. Die Befragten aus der Zentrale/den Regionalgesellschaften sind insbesondere hinsichtlich des Informationsinhaltes kritischer.



Frage 13: Nachfolgend lese ich Ihnen einige Aussagen vor. Bitte geben Sie an, in wie weit Ihrer Meinung nach die einzelnen Aussagen auf die EDEKA handelsrundschau zutreffen. Mittelwerte, Skala von 1 = trifft voll und ganz zu bis 4 = trifft überhaupt nicht zu

Bewertung für die berufliche Tätigkeit und Entscheidungen

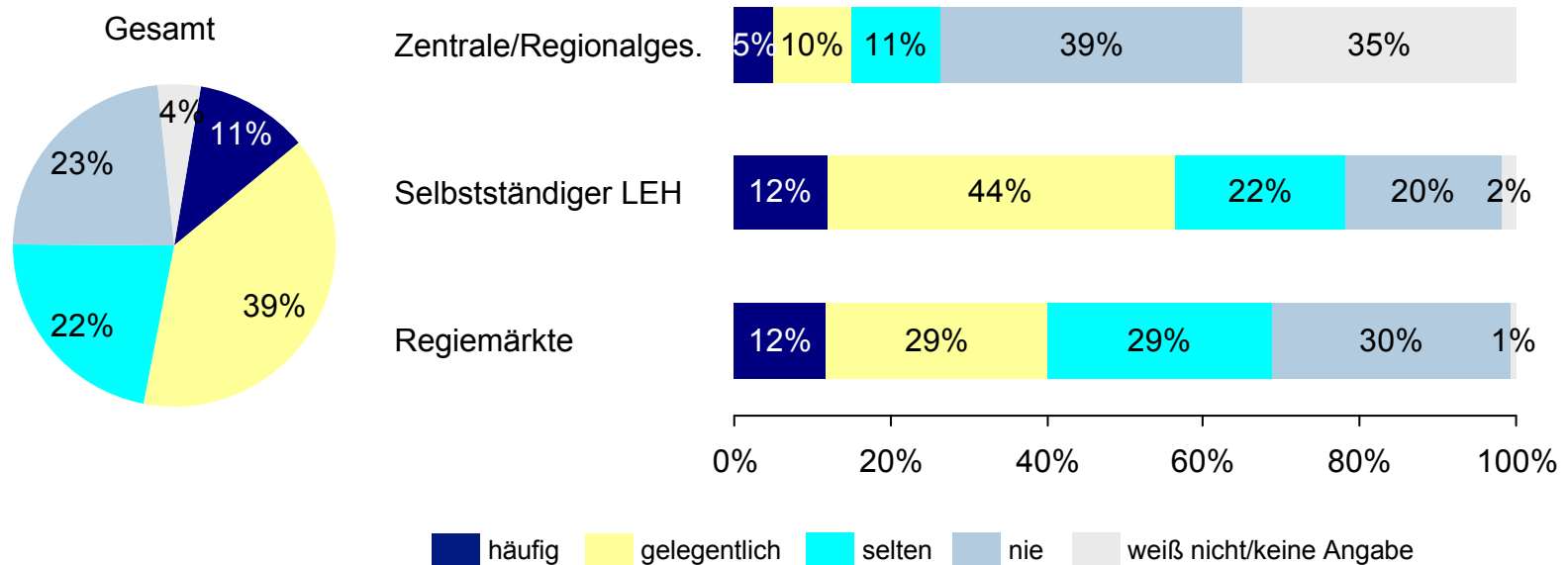
Zwei von drei Befragten in der Gruppe der selbstständigen LEHs und der Regiemärkte bewerten die Relevanz für den Beruf mit „sehr gut“ bis „gut“.



Frage 14: Alles in Allem: Wie bewerten Sie den Nutzen, den die EDEKA handelsrundschau für Ihre berufliche Tätigkeit/Ihre Entscheidungen hat?

Nutzung von Anzeigen speziell für die Entscheidungsvorbereitung

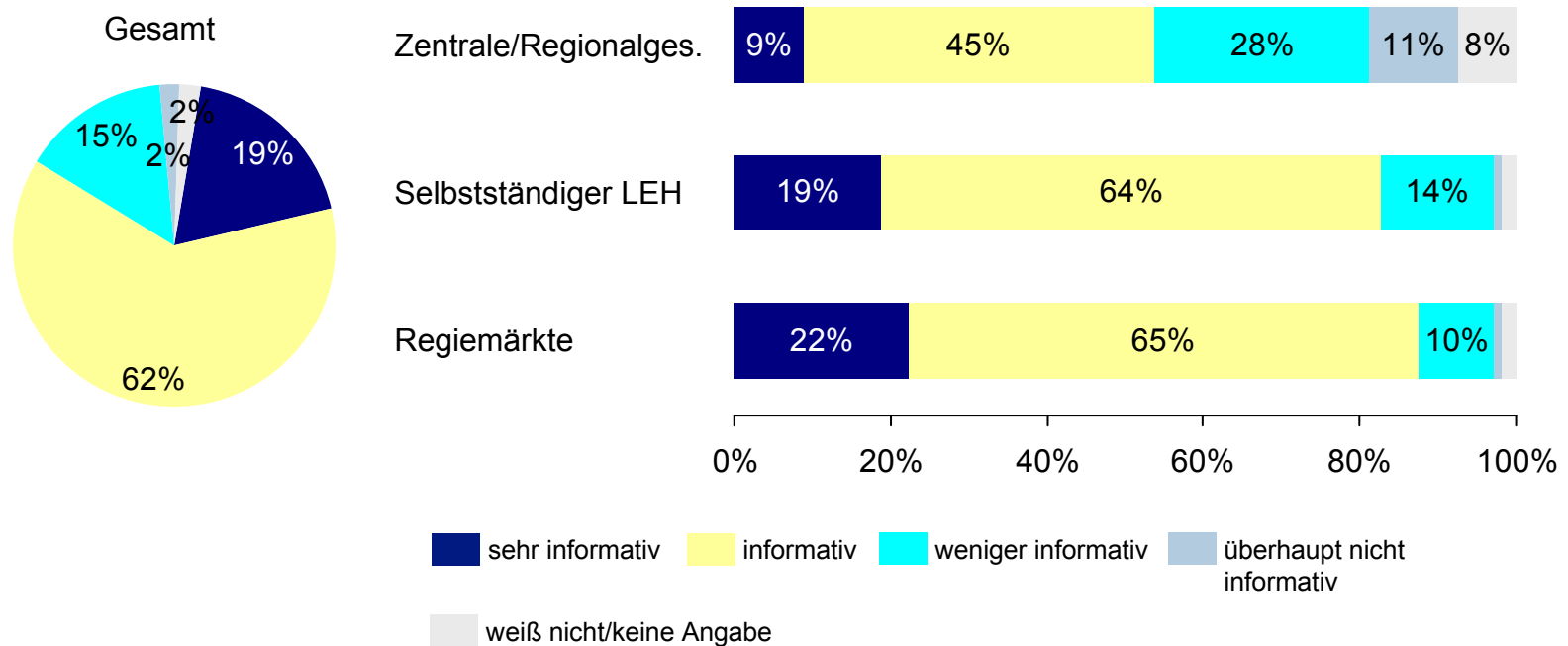
Besonders selbstständige LEHs nutzen Anzeigen aus der handelsrundschau für Sortimentsentscheidungen.



Frage 15: Wenn bei Ihnen entsprechende Planungen oder Sortimentsentscheidungen anstehen: Wie oft nutzen Sie dann neben anderen Informationsquellen auch Anzeigen speziell aus der EDEKA handelsrundschau für Ihre Entscheidungsvorbereitung?

Bewertung des Informationswertes von werblichen Beilagen

Der Informationswert von Beilagen wird von den selbstständigen LEHs und den Regiemärkten überwiegend positiv beurteilt.



Frage 16: Der EDEKA handelsrundschau liegen ja häufig werbliche Beilagen oder Warenproben diverser Produkte bei. Wie schätzen Sie den Informationswert dieser Beilagen im allgemeinen ein?

Bewertung der redaktionellen Inhalte und der Aufmachung

- Besonders positiv werden die Rubriken „Vorstellung von Produkten, Neuheiten“ und „Vorstellung von EDEKA-Eigenmarken“ beurteilt.
- Die EDEKA handelsrundschau ist, nach Meinung ihrer Leser, gut lesbar, verständlich geschrieben und bietet interessante Informationen in übersichtlich gegliederter Form.
- In der Gruppe der selbstständigen LEHs und der Regiemärkte wird der EDEKA handelsrundschau ein recht hoher Nutzen für die berufliche Tätigkeit zugesprochen.
- Anzeigen aus der handelsrundschau werden am häufigsten von selbstständigen LEHs für Planungen oder Sortimentsentscheidungen genutzt.
- Auch werbliche Beilagen und Warenproben werden überwiegend als informativ eingestuft.

Im Verlag

Verlags-/Anzeigenleitung

Marina Haarhaus
Tel: 040/ 63 77 -22 24
marina.haarhaus@edeka.de

Verkaufsberatung/Disposition

Sylvia Bente
Tel: 040/ 63 77 -21 66
sylvia.bente@edeka.de

Clarissa Heidenwolf
Tel: 040/ 63 77 -21 53
clarissa.heidenwolf@edeka.de

Bei Ihnen vor Ort

Verlagsbüro Nielsen 1, 2/ Ausland

m3 Verlag GmbH
Marc Hoffmann
Tel: 040/21 99 60 -21
Fax: 040/21 99 60 -35
marc_hoffmann@m3verlag.de

Ricarda Obrikat
Tel: 040/21 99 60 -26
Fax: 040/21 99 60 -35
ricarda_obrikat@m3verlag.de

Verlagsbüro Nielsen 3a, 3b, 4

HS-Werbedienst
Heike Schaefer
Tel: 06404/69588 -0
Fax: 06404/69588 -12
heike.schaefer@hs-werbedienst.de