

Studienübersicht – Fachzeitschriften (Auswahl)

Studie/Art	Themen	Inhalt	Auftraggeber/Hrsg.	Termin	Preis	Kontakt
ACTA 2007	Computer und Technik	Allensbacher Computer- & Telekommunikations Analyse (ACTA), seit 1997, Basis 10.000 Interviews, Analyse der Trends und Marktchancen	Institut für Demoskopie Allensbach	erscheint Oktober 2007	ab 700 Euro	www.acta-online.de, www.awa-online.de Institut für Demoskopie Allensbach, 78472 Allensbach, Tel: 07533/805-272, Fax: 07533/906-172, acta@ifd-allensbach.de
AWA 2007	Konsumgewohnheiten	Allensbacher Werbeträgeranalyse (AWA), seit 1960, Basis 21.000 Interviews, Mehrthemenumfrage über Konsumgewohnheiten und Mediennutzung		erscheint Juli 2007	ab 650 Euro	www.acta-online.de, www.awa-online.de Institut für Demoskopie Allensbach, 78472 Allensbach, Tel: 07533/805-272, Fax: 07533/906-172, acta@ifd-allensbach.de
LAE Leseranalyse	Leseverhalten von Entscheidungsträgern	Leseranalyse von Entscheidungsträgern in Wirtschaft und Verwaltung, seit 1979, zuletzt 2005, LAE organisiert Verlage mit Special-Interest-Titeln oder Wirtschaftsrubriken	LAE – Leseranalyse Entscheidungsträger e.V. / BIK, GfK, MediaMarkt Analysen, NFO, Infratest, Czaia Marktforschung	erscheint im Juni 2007	auf Anfrage, Basisdaten online verfügbar	www.lae.de, Leseranalyse Entscheidungsträger, Friedensstr. 11, 60311 Frankfurt, Tel: 069/256008-15, Fax: 069/256008-17, info@lae.de
Entscheidungskriterien von Mediaeinkäufern bei Fachzeitschriften	Mediaplanung, Mediaplaner	Entscheidungskriterien von Mediaeinkäufern bei Fachzeitschriften, gibt Auskunft über Auswahlverfahren von Mediaplanern. Kriterien: Bedeutung des Beziehungsmarketings, Verhalten der Verlagsvertreter, Einfluss der Werbetreibenden	zanetti, altstoetter trurnit, IVW, Media-Daten Verlag, Bosch Druck, Deutsche Fachpresse, TNS Emnid	zuletzt Mai 2004	70 Euro für Mitglieder Deutsche Fachpresse, sonst 90 Euro. Zusammenfassung online	www.tns-emnid.com, Klaus Wöhler, TNS Emnid, Stieghorster Str. 90, 33605 Bielefeld, Tel: 0521/9257-334, Fax: 0521/9257-654, klaus.woehler@tns-emnid.com
Wirkungs-Analyse Fachmedien 2006	Leistungsdaten von Fachzeitschriften	Nutzung und Bedeutung der wichtigsten B-to-B-Medien, Nutzung von Cross-Media-Angeboten der Fachverlage, Screening professioneller Entscheider, Image-Profile der wichtigsten B-to-B-Medien	Deutsche Fachpresse	Mai 2006	kostenlos online abrufbar	
Leistungsanalysen Fachmedien 2001 Marktstudie	Entscheidungsverhalten professioneller Entscheider	Die Bedeutung von Fachzeitschriften für das Kauf- und Entscheidungsverhalten von Führungskräften	Deutsche Fachpresse /TNS Emnid	zuletzt 2001	kostenlos online abrufbar, Print vergriffen	www.deutsche-fachpresse.de Martina Seiring, Großer Hirschgraben 17-21, 60311 Frankfurt, Tel: 069/1306-397 seiring@deutsche-fachpresse.de
Motiv Analyse Fachmedien	Entscheider-Typologien	Motive professionellen Entscheidens. Qualitative Studie als Ergänzung zur Leistungsanalyse Fachmedien	Deutsche Fachpresse	2003	kostenlos online abrufbar	
LA MED Leseranalyse	Entscheidungsträger im medizinischen Bereich	LA MED untersucht das Leseverhalten von Ärzten. Die eigentliche Studie LA-MED API untersucht das Leseverhalten von Allgemeinmedizinern, Praktikern und Internisten. Weitere „Unterstudien“ sind LA-MED Facharztstudien (Zielgruppen: HNO, Internisten, Kardiologen, Neurologen, Orthopäden, Urologen, Gynäkologen, Pädiater, Dermatologen und Kliniker), LA-PHARM (Apotheker) und LA-DENT	Arbeitsgemeinschaft LA MED/TNS Infratest MediaResearch und Research International	Neue LA-MED API Studie erscheint August 2007, ansonsten alle Studien August 2006	kostenlose Zusammenfassung online, Berichtsband je 1.700 Euro für Nichtmitglieder	www.la-med.de, Arbeitsgemeinschaft LA-MED Kommunikationsforschung im Gesundheitswesen e. V., Vera Frankenberger, Kirchhohl 36, 65207 Wiesbaden, Tel: 06127/999-843 Fax: 06127/999-845, la-med@la-med.de
agla a+b Leseranalyse	Architekten und planende Bauingenieure	Lese- und Entscheidungsverhalten von Architekten und planenden Bauingenieuren seit 1972. Zurzeit neun Verlage beteiligt. Letzter Stand: Reichweitenanalyse 2006	agla a+b/TNS Emnid	April 2006	auf Anfrage	www.agla-ab.de, Arbeitsgemeinschaft Leseranalyse Architekten und planende Bauingenieure, Peter Mayer BDW c/o Forum-Verlag Zeppelinstraße 116, 73730 Esslingen, Tel: 0711/76 727-158, Fax: 0711/76727-148, peter.mayer@forumverlag.de
LAC Leseranalyse	Computer	Die LAC berücksichtigt das Lese- und Kaufverhalten von 16 Millionen an IT-Interessierten und ca. 5,5 Millionen IT-Entscheidern, Stichprobe: 9.900 IT-Entscheider, Umfang: 26 IT-Titel und 19 Wirtschaftstitel	Arbeitsgemeinschaft Leser-Analyse Computerpresse/ Infratest Burke InCom, MediaMarkt-Analysen MMA, TNS Emnid	erscheint Ende 2007	auf Anfrage	www.lac.de, LAC-Geschäftsstelle, Karl-Heinz Zirkmann, Postfach 18 01 51, 60082 Frankfurt, Tel: 069/905028-15, Fax: 069/905028-16, khzirkmann@lac.de

Studie/Art	Themen	Inhalt	Auftraggeber/Hrsg.	Termin	Preis	Kontakt
LA Bau Leseranalyse	Bauindustrie (Bauunternehmer im Hoch-, Tief- und Straßenbau)	Das Leseverhalten von Bauunternehmern in Hoch-, Tief- und Straßenbau. Unter Beteiligung von sechs Fachverlagen der Baubranche	Arbeitskreis LA BAU/ TNS Emnid	zuletzt 2003	auf Anfrage	Verlagsgruppe Rudolf Müller, Sabine Jahn, Leitung Markt- und Mediaforschung, Tel: 0221/5497-373, Fax: 0221/5497-326, keyaccount@rudolf-mueller.de oder TNS Emnid, klaus.woehler@tns-emnid.com
agriMA 2005 Leseranalyse	Landwirtschaft	Media-Analyse landwirtschaftlicher Fachzeitschriften (Nutzung, Rangreihen, Reichweiten etc.)	Arbeitsgemeinschaft der organisationsgebundenen Landpresse AOL/ Produkt + Markt GmbH	zuletzt 2005	Basisdaten kostenlos online abrufbar	www.agrar-mediaservice.de, Ulrich Toholt, Landwirtschaftsverlag GmbH, 48084 Münster, Tel: 02501/8012- 80, Fax: 02501/8013-34, toholt@lv-h.de
RATE Leseranalyse	Top-Entscheider Marketingbranche	Reichweitenanalyse Top-Entscheider in Marketing und Kommunikation (RATE), untersucht das Medienverhalten von Budgetverantwortlichen der Werbe- und Kommunikationsbranche	Verlagsgruppe Handelsblatt/Media Markt Analysen	erscheint Mitte 2007	kostenlos	www.absatzwirtschaft.de Verlagsgruppe Handelsblatt, Regina Hamdorf, Kasernenstr. 67, 40213 Düsseldorf, Tel: 0211/8871484, r.hamdorf@vhb.de
LA ELFA	Entscheider Elektronikbranche	Reichweitenstudie über Zielgruppenpotenziale, Anschaffungsabsichten und Mediennutzung von Entscheidern der Elektrotechnik- und Elektronikindustrie	WEKA Fachzeitschriften Verlag mit den Verbänden ZVEI und FBDI	zuletzt 2005	Basisdaten kostenlos MDS-Software für LA ELFA 200 Euro	www.la-elfa.de, WEKA Fachzeitschriften Verlag, Matthäus Hose, Gruberstr. 46a, 85586 Poing, Tel: 08121/951302, Fax: 08121/951396, mhose@weka.de
Entscheideranalyse Fachzeitschriften	Professionelle Entscheider	Analyse der Fachzeitschriftenleser aus der mittleren und oberen Führungsebene	Zenithmedia	zuletzt 2006	auf Anfrage	www.zenithmedia.de, Implersstr.11 81371 München, Miriam Fonfé, Tel: 089/7105186203
IT Entscheider Studie	Entscheider in der IT-Branche	u. a. Informationsverhalten (Informationsquellen, Beurteilung der Medienkompetenz, Mediennutzung)	IDG Business Media	zuletzt 2006	kostenlos online mit Zählservice abrufbar	www.it-entscheiderstudie.de IDG Business Media GmbH, Lyonel-Feiningergasse 26, 80807 München, Tel: 089/360 86-0, Fax:089/360 86-118
Reichweitenstudie Maschinen- und Anlagebau	Entscheider im Maschinen- und Anlagebau	Qualitative Nutzung von Zeitschriften bei Investitions- und Einkaufsentscheidern im Maschinen- und Anlagebau	Verband Deutscher Maschinen- und Anlagebau (VDMA)	Dez 2006	3.900 Euro	www.vdma-verlag.de, VDMA Verlag GmbH Lyoner Str. 18, 60528 Frankfurt, Manfred Otawa, Tel: 069/66031580, Fax: 069/66032580

Daten und Fakten Fachmedien Warum Fachmedien wichtig sind und wie sie wirken

In ihrer letzten Studie untersuchte die Deutsche Fachpresse, wie Fachmedien und Fachwerbung funktionieren. Besonders

Augenmerk legten die Herausgeber dabei auf die Nutzung des Internets. Danach ist die Fachzeitschrift für die Entscheider im-

mer noch das am meisten genutzte Medium. Websites werden inzwischen von 39 Prozent der Entscheider genutzt.

