



**BEST AD
MEDIA**

www.atzonline.de

Online-Nutzer-Analyse 2011

Durchführung



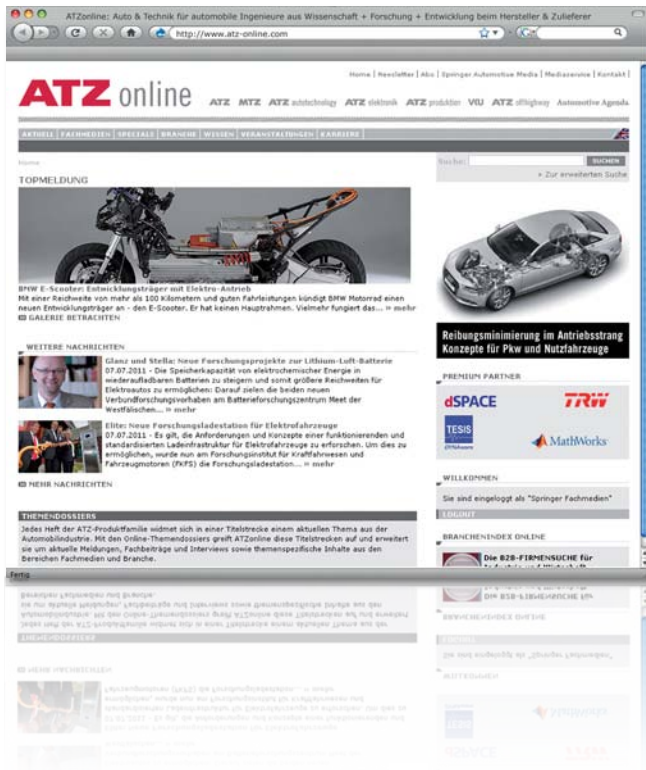
Result
Research & Consulting


ATZ online

Management Summary | Kernergebnisse der Untersuchung

- ATZonline erreicht eine **sehr gut gebildete Nutzerschaft mit Investitionskompetenz.**
- ATZonline bietet ein **attraktives Werbeumfeld**: die Nutzer attestieren dem Portal eine sehr hohe Qualität und besuchen dieses zielgerichtet.
- Die **nachgewiesene Aktivierungsleistung von Werbung** auf ATZonline bietet ein wesentliches Qualitätskriterium für die Werbeplanung.
- Die Nutzer von ATZonline haben ein ausgeprägtes Interesse an aktuellen Forschungs- und Entwicklungsergebnissen sowie konkreten Produktinformationen. Das damit verbundene hohe Involvement ermöglicht **verbesserte Werbemittelkontaktchancen.**

ATZonline – das Fachportal für Entscheider der Automobilindustrie



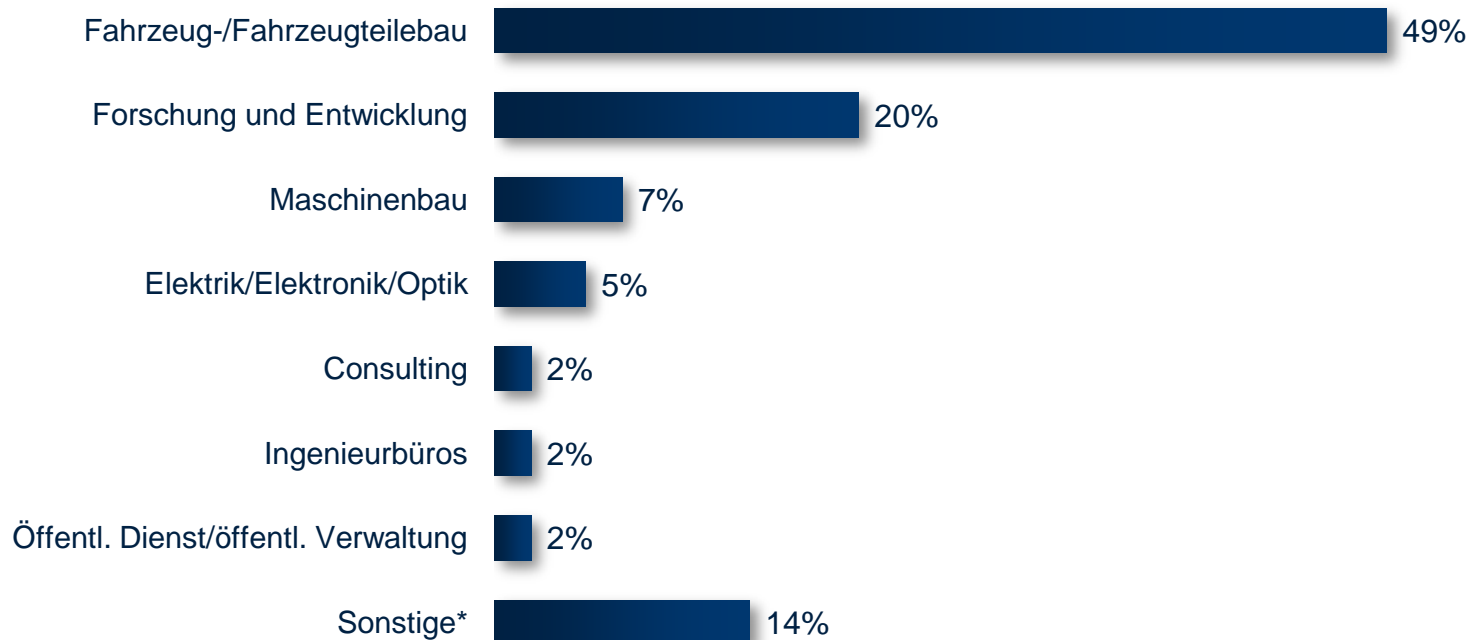
- ATZonline ist das **umfassende Portal** der Fachzeitschriften **ATZ, MTZ, ATZelektronik, ATZproduktion** und **Automotive Agenda**.
- Zielgruppe: **Ingenieure und Entscheider aus der Automobilindustrie**
- Das **einzigartige Titelportfolio** und dessen **exklusiven Inhalte** ermöglicht es, alle Wissensbedürfnisse der User entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu bedienen.
- **Traffic-Daten**
 Visits: 197.000 pro Monat (Ø Quartal 2/2011)
 PI: 663.000 pro Monat (Ø Quartal 2/2011)
 Zugriffskontrolle: IVW 

Vorbemerkung zur Untersuchung

- **Zielsetzung:**
 - Ermittlung von persönlichen und betrieblichen Strukturdaten der Nutzer
 - Ermittlung von Nutzungsdaten
 - Aktivierungsleistung der Nutzer durch Werbung
 - Ermittlung von Daten zur Profil-/Contentbewertung durch die Nutzer
 - Ermittlung von Themeninteressen der Nutzer
- **Untersuchungsmethode:** Onsite-Befragung
- **Grundgesamtheit:** Nutzer des Online-Portals ATZonline
- **Stichprobe:** n= 1.231
- **Erhebungszeitraum:** 10.05. – 03.06.2011
- **Durchführendes Institut:** eResult GmbH

ATZonline erreicht ein weites Branchenfeld.

Wirtschaftszweig

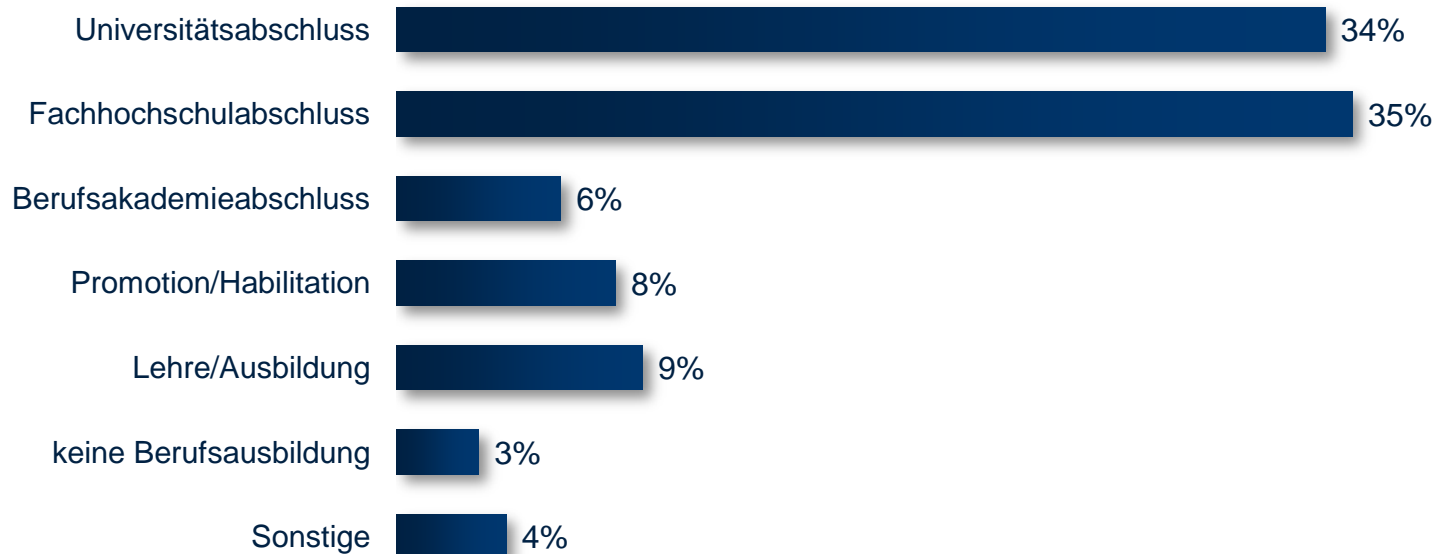


Rundungsdifferenz -1

*Sonstige 14% (u.a. Chemische Industrie 1%, Medien/Verlagswesen 1%, Werbung/Kommunikation 1%, Handel 1%, Verkehr und Lagerei 1%)

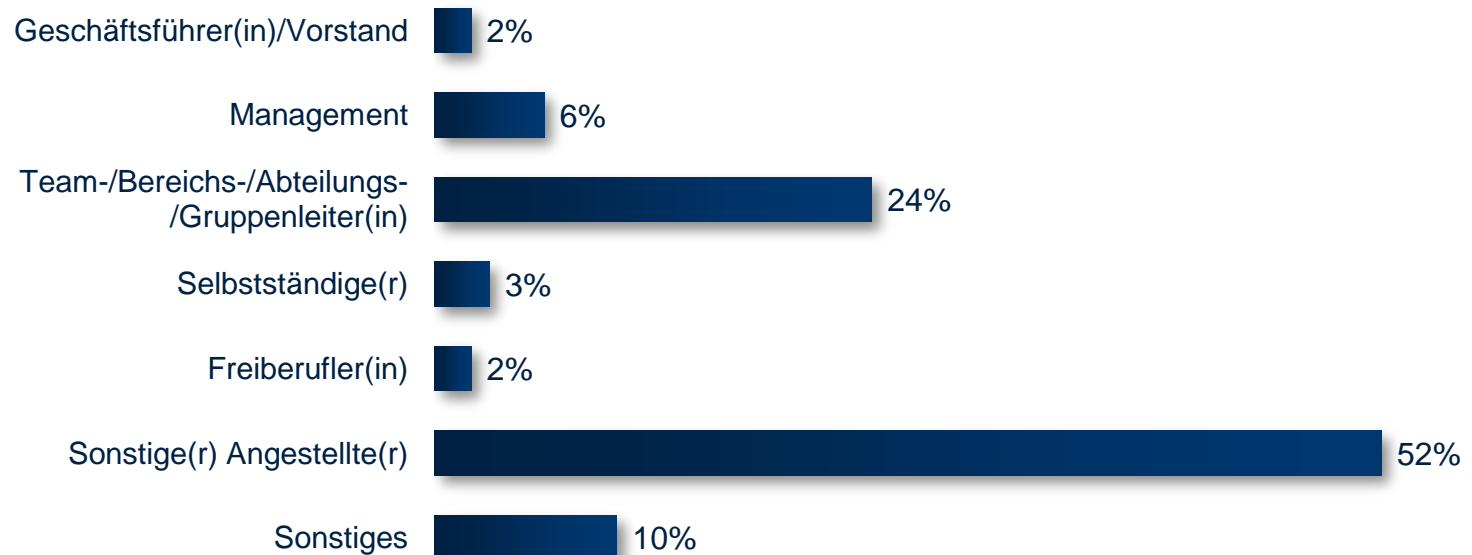
Die Nutzerschaft von ATZonline zeichnet sich durch einen hohen Bildungsgrad aus.

Berufliche Ausbildung



Mehr als 1/3 der ATZonline-Nutzer sind in leitenden Positionen tätig.

Position im Unternehmen



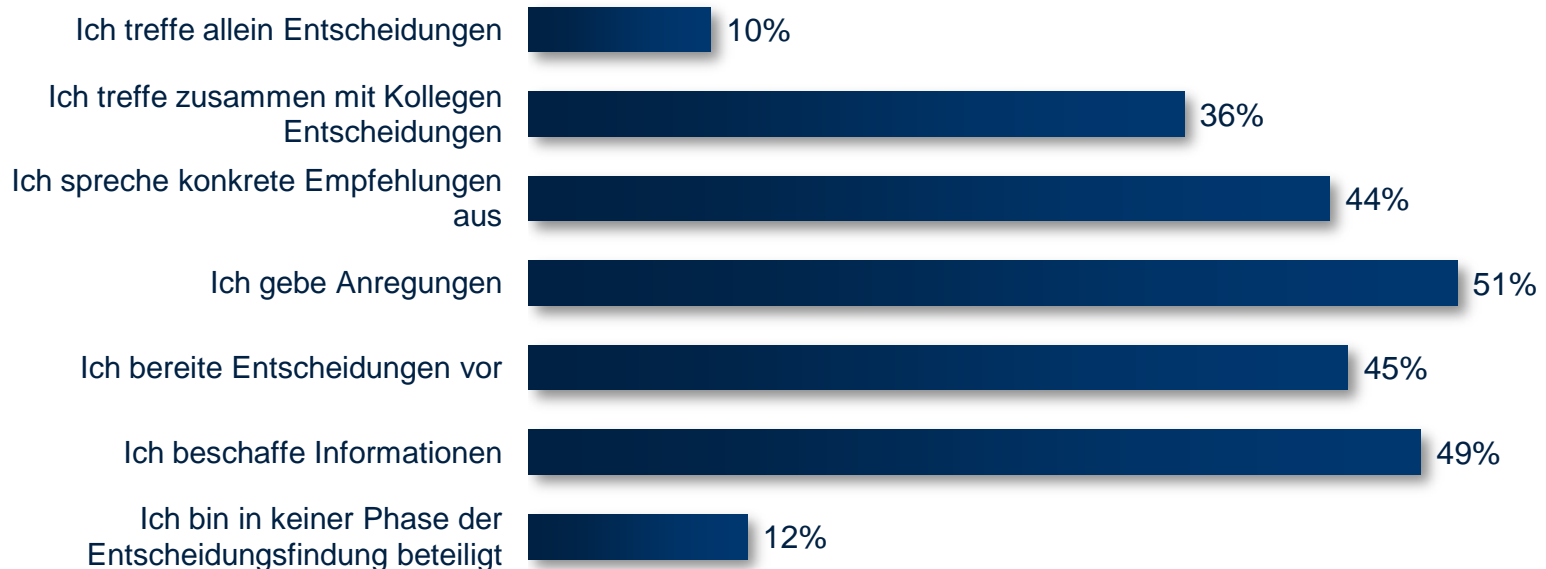
Rundungsdifferenz 1



37% in Führungspositionen

Die Nutzer von ATZonline sind aktiv in Investitionsentscheidungen ihrer Unternehmen eingebunden.

Investitionskompetenz



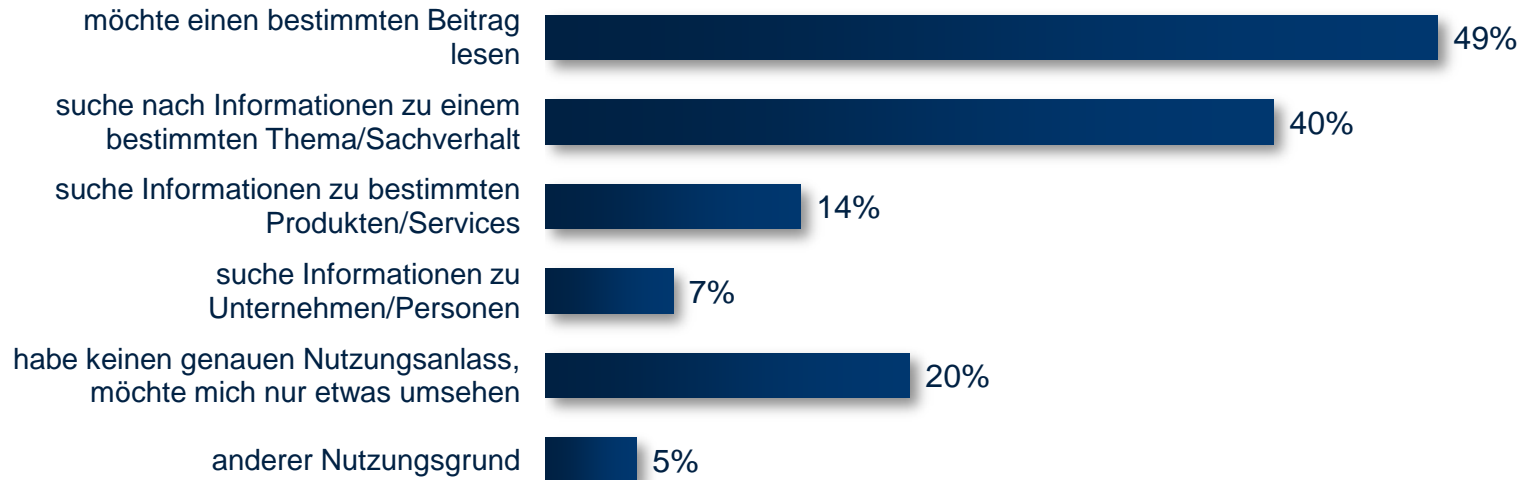
Mehrfachnennung möglich



88% Entscheider und Berater im Investitionsprozess

Die Mehrheit der Nutzer von ATZonline besucht das Portal zielgerichtet.

Besuchsabsicht



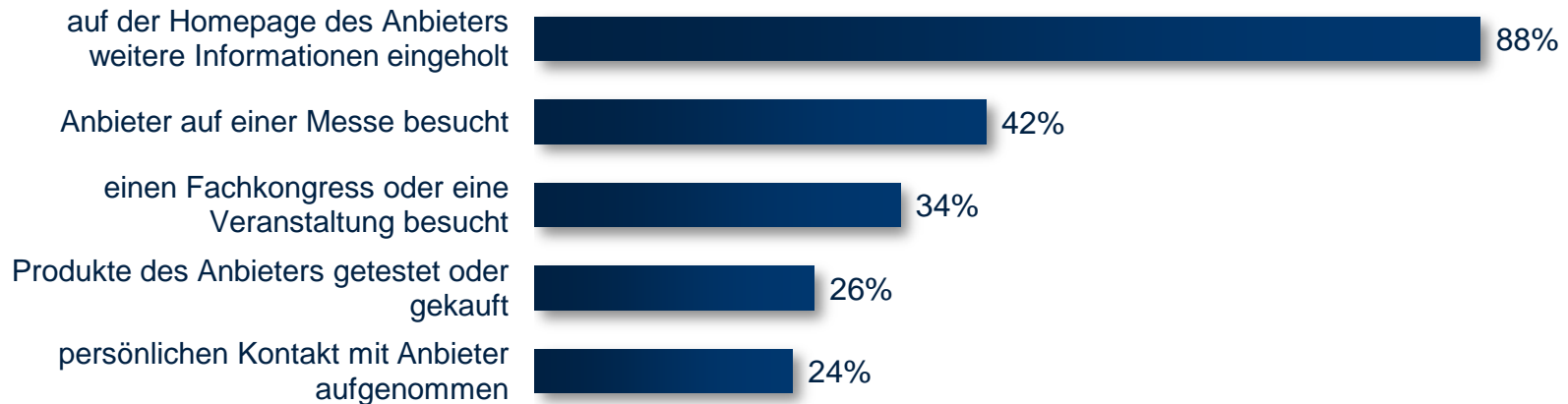
Mehrfachnennung möglich



80% Besuche mit konkretem Nutzungsanlass

Werbung auf ATZonline aktiviert die Nutzer.

Ausgelöste Handlung durch Produkt-/ Anbieterinfo auf ATZonline



Mehrfachnennung möglich



91% (Netto-) Aktivierungsleistung*

*Als „aktiviert“ gilt ein Teilnehmer, wenn er mindestens eine Aktion (persönlicher Kontakt, weitere Informationen eingeholt, Produkt getestet/gekauft, Messe besucht oder Fachkongress besucht) ausgeführt hat.

Die hohe redaktionelle Qualität von ATZonline bietet ein hervorragendes Werbeumfeld.

Portaleigenschaften (sehr gut/gut)

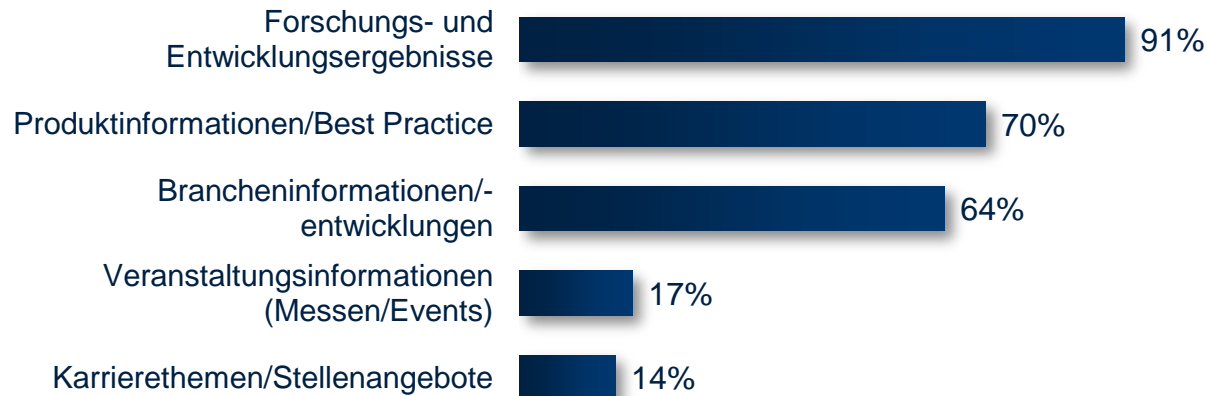


Inhaltseigenschaften (sehr gut/gut)



70% der Nutzer bekunden Ihr Interesse an Produktinformationen und Best Practice.

Interesse an Themengebieten



Mehrfachnennung möglich

Nutzeraussagen zu ATZonline (Auszug)

„Ein authentisches Sprachrohr der KFZ-Branche.“

„Nutze ATZonline gerne für den täglichen, schnellen Überblick.“

„ATZonline ist für mich ein rundum gelungenes Wissensportal.“

„Besonders gut finde ich den Informationsgehalt auf dieser Seite und die fundierten Fachberichte, man kann sich auf die Informationen von der ATZ verlassen, es ist eine verlässliche Quelle.“

„Besonders gut: die hohe Qualität der Informationen und die Alleinstellung im Markt.“

Kontakt

Profitieren Sie von unserer Qualität.

Gerne kalkulieren wir für Sie ein auf Ihr Unternehmen zugeschnittenes Online-Angebot.

Carolin Habermann
Verkaufsleitung Online

tel +49 (0) 611.7878-211

carolin.habermann@best-ad-media.de

Mandy Braun
Mediaberatung

tel +49 (0) 611.7878-211

mandy.braun@best-ad-media.de

Best Ad Media | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH
Abraham-Lincoln-Straße 46
65189 Wiesbaden

www.best-ad-media.de