

www.workingoffice.de

Online-Nutzer-Analyse 2011

Durchführung



working@office

Management Summary | Kernergebnisse der Untersuchung

- **workingoffice.de erreicht die Entscheider-Zielgruppe:** die Nutzerschaft ist sehr gut ausgebildet und zeichnet sich durch hohe Investitionskompetenz aus.
- **workingoffice.de bietet ein attraktives Werbeumfeld:** die Nutzer attestieren dem Portal eine sehr hohe Qualität und besuchen dieses zielgerichtet.
- **Die nachgewiesene Aktivierungsleistung von Werbung auf workingoffice.de** bietet ein wesentliches Qualitätskriterium für die Werbeplanung.
- Die Nutzer von workingoffice.de haben ein ausgeprägtes Interesse an haben ein ausgeprägtes Interesse an **Produktinformationen und Best Practice-Themen.**

workingoffice.de – das Fachportal für professionelles Büromanagement



The screenshot shows the homepage of workingoffice.de. The header includes the site name and navigation links like 'HOME', 'KARREIERE', 'REISEPLANUNG', etc. The main content area features several articles, including one about 'Finden Sie den richtigen Geschäftsreiseservice' and another about 'Das richtige Layout für Ihre Briefe'. There are also sections for 'WILLKOMMEN' and 'Monatlich: Expertenwissen fürs Office'. The layout is clean and professional, with a focus on providing practical advice for office managers.

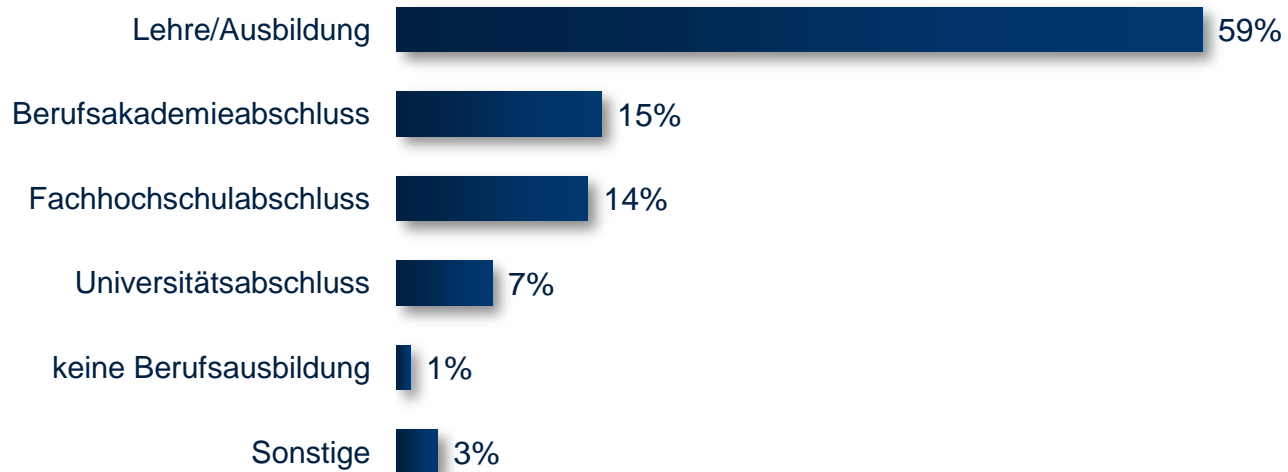
- **workingoffice.de** bietet **aktuelle Trends und Themen** rund um die **Büroorganisation** ergänzt durch Beiträge zu Karriere, Reiseplanung und persönliche Entwicklung.
- Zielgruppe: **Entscheider/-innen im Bereich Büromanagement**, **Vorstandsassistentinnen**, **Chef- und Geschäftsleitungsassistentinnen** und **Teamassistentinnen**
- **Traffic-Daten**
 Visits: 41.700 pro Monat (Ø Quartal 2/2011)
 PI: 133.800 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 workingoffice.de
- **Stichprobe:** n= 1.156
- **Erhebungszeitraum:** 10.05. – 03.06.2011
- **Durchführendes Institut:** eResult GmbH

Die Nutzerschaft von wokingoffice.de ist sehr gut ausgebildet.

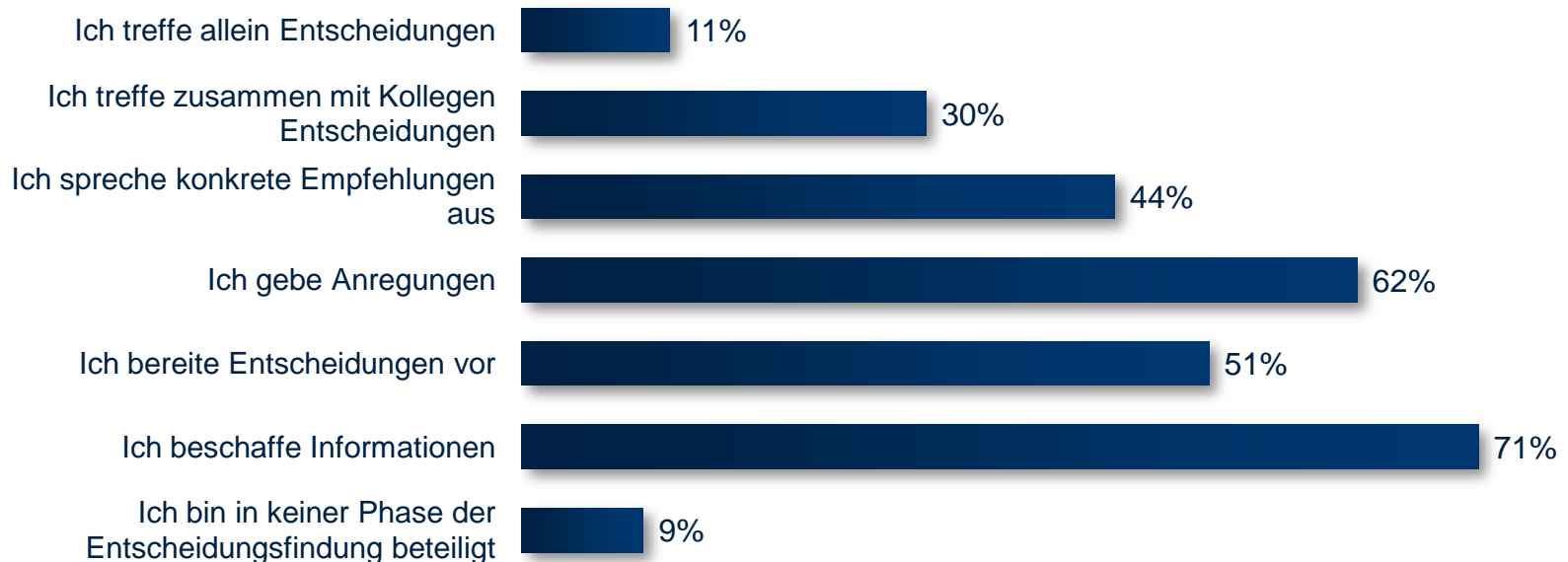
Berufliche Ausbildung



Rundungsdifferenz: 1

Die Nutzer von workingoffice.de sind aktiv in Investitionsentscheidungen ihrer Unternehmen eingebunden.

Investitionskompetenz



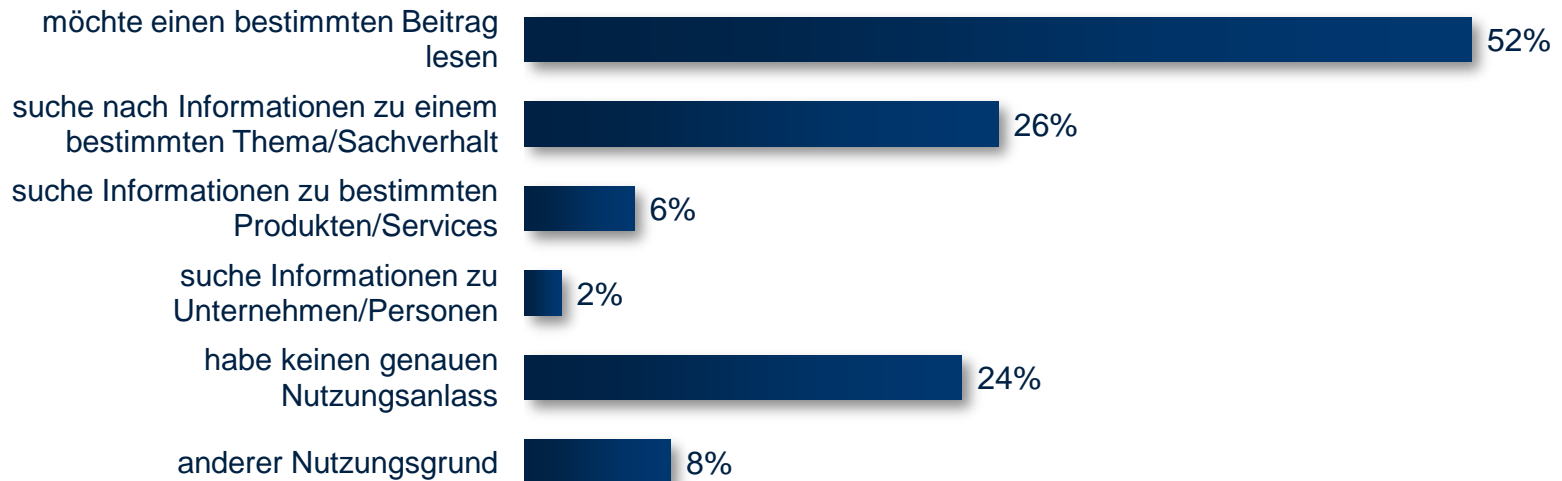
Mehrfachnennung möglich



91% Entscheider und Berater im Investitionsprozess

Die Mehrheit der Nutzer von workingoffice.de besucht das Portal zielgerichtet.

Besuchsabsicht



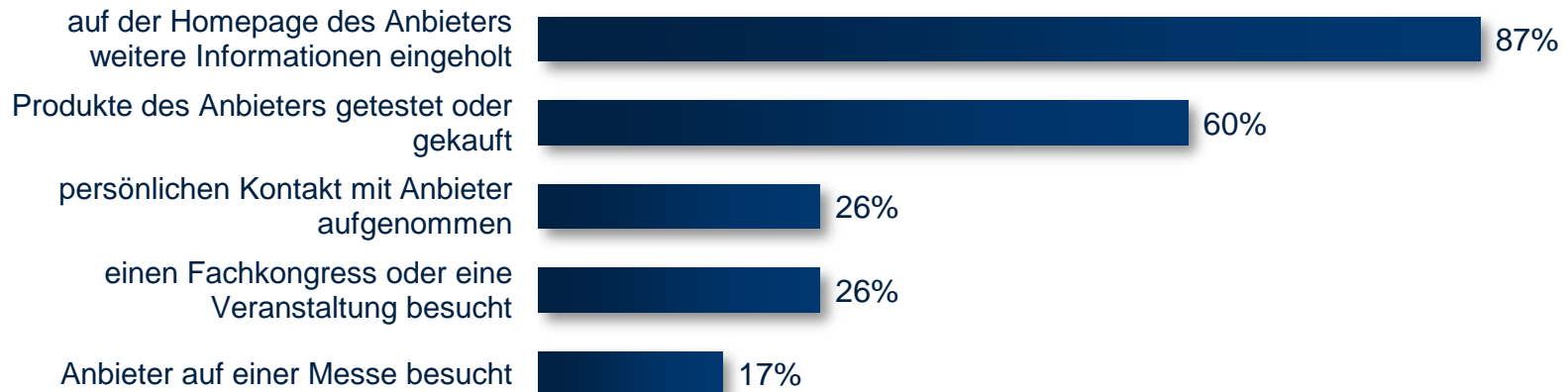
Mehrfachnennung möglich



76% Besuche mit konkretem Nutzungsanlass

Werbung auf workingoffice.de aktiviert die Nutzer.

Ausgelöste Handlung durch Produkt-/ Anbieterinfo auf workingoffice.de



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 workingoffice.de bietet ein hervorragendes Werbeumfeld.

Portaleigenschaften (sehr gut/gut)

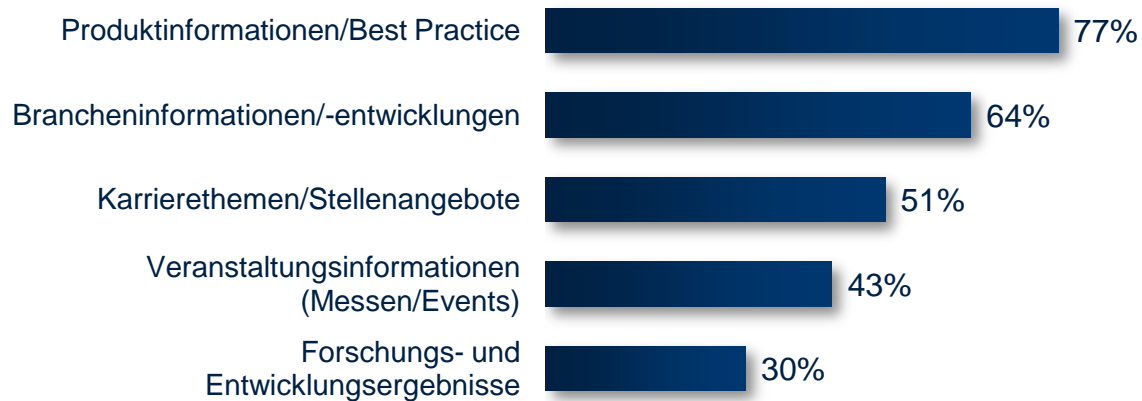


Inhaltseigenschaften (sehr gut/gut)



Die Nutzer von workingoffice.de haben ein ausgeprägtes Interesse an Produktinformationen und Best Practice.

Interesse an Themengebieten



Mehrfachnennung möglich

Nutzeraussagen zu workingoffice.de (Auszug)

„An workingoffice.de schätze ich insbesondere die hohe Themenvielfalt sowie den hohen Praxisbezug.“

„Am meisten nutze ich die Praxistipps sowie Informationen zur Büroorganisation.“

„ Besonders gut finde ich die Aktualität der Informationen z.B. News zur DIN mit Beispielen und Tipps zu Programmen.“

„Die aktuellen Informationen zu neuen Produkten für den Büroalltag finde ich sehr gut.“

„Ein toller Dienst - möchte ich nicht missen - Danke weiter so ...“

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