



Untersuchung im deutschsprachigen Raum

## **Zusammenfassende Präsentation**

# **Leserbefragung CO`MED**

Auswertung von 217 Fragebögen



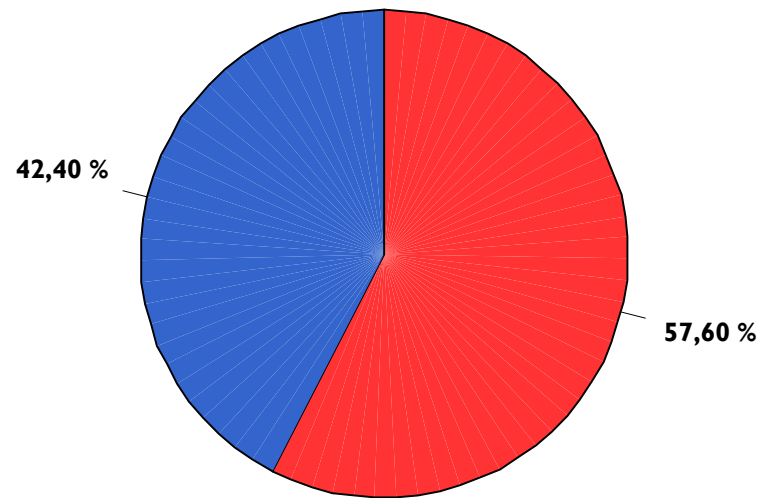
# CO`MED-Leserstudie 2009

Eine im Sommer 2009 durchgeführte Befragung zeigt, dass sich CO`MED in seiner Zielgruppe etabliert hat und zu einem unverzichtbaren Informationsmedium mit hoher Leser-Blatt-Bindung geworden ist.

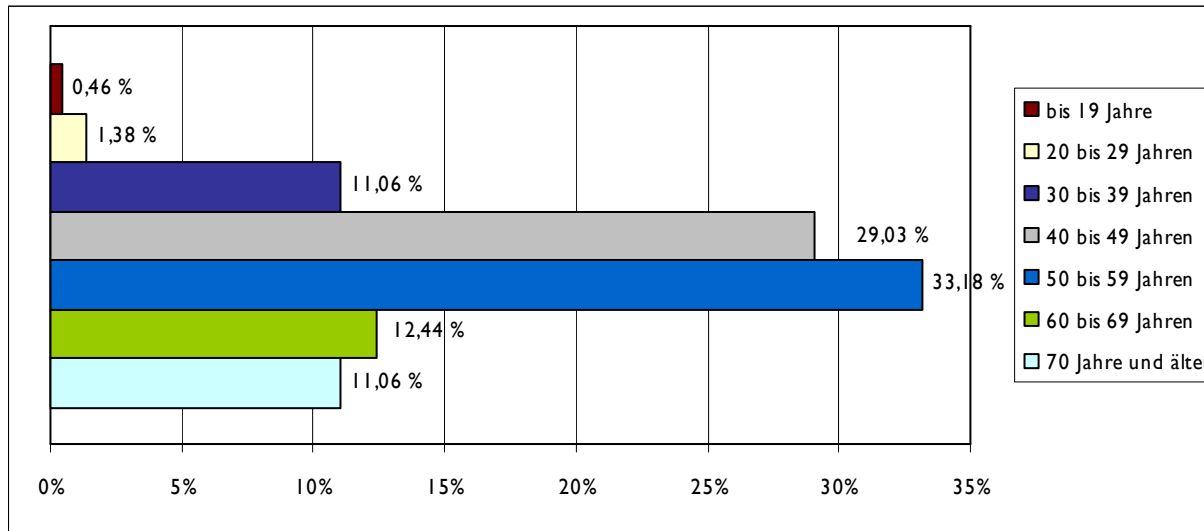
Auf Basis einer akzeptierten crossmedialen Verknüpfung des Print-Magazins und des Internet-Auftritts stellt CO`MED eine attraktive Werbepattform dar und steht dem werbenden Unternehmen somit als planungssicheres Akquise- und Marketinginstrument zur Verfügung.



- **Zielgruppe:** Abonnenten und Leser von CO`MED
- **Stichprobe:** 217 Probanden
- **Befragungszeit:** 01. Juli 2009 bis 31. Juli 2009
- **Befragungsart:** Schriftliche Befragung mit standardisierten, vollstrukturierten Fragebogen
- **Auswertung:** Uni- und bivariate Datenanalyse



58 Prozent *Frauen*, 42 Prozent *Männer*.



73 Prozent sind zwischen 30 und 59 Jahre alt, davon 55 Prozent in der besonders aktiven und damit attraktiven Altersklasse zwischen 30 und 49 Jahren.



**Beruf**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	keine Angabe	3	1,4	1,4	1,4
	Arzt / Ärztin	39	18,0	18,0	19,4
	Heilpraktiker/-in	105	48,4	48,4	67,7
	Heilpraktiker für Psychotherapie	3	1,4	1,4	69,1
	Ernährungsberater	6	2,8	2,8	71,9
	Zahnarzt/-ärztin	7	3,2	3,2	75,1
	HPA	6	2,8	2,8	77,9
	Physiotherapeut	1	,5	,5	78,3
	Tier- Heilpraktiker	7	3,2	3,2	81,6
	Sonstiges	40	18,4	18,4	100,0
	Gesamt	217	100,0	100,0	

56 Prozent **Heilpraktiker/ in**, 21 Prozent **Arzt/ Ärztin**  
bzw. **Zahnarzt/ Zahnärztin**, 22 Prozent andere Berufe.



### Neuleser/-abonnenten

Etwa 48 Prozent der Befragten kennen/ abonnieren CO`MED seit 4 Jahren, davon wurden 36 Prozent über Freunde/ Bekannte auf CO`MED aufmerksam.

### Langzeitleser/-abonnenten

Über die Hälfte der Befragten kennen/ abonnieren CO`MED schon länger als 4 Jahre, davon wurden 31,5 Prozent über Freunde/ Bekannte auf CO`MED aufmerksam.

*Empfehlungen im Bekannten- und Freundeskreis besitzen eine große Bedeutung und können deshalb besonders betont werden. In vielerlei Hinsicht hören Menschen eher auf Freunde und Bekannte als auf Werbung, d. h. auf Personen, die einem nahe stehen bzw. denen man vertraut. Empfehlungen sind daher vor allem Vertrauenssache. Gerade bei einer Kaufentscheidung verlässt man sich auf dieses Vertrauen, welches wiederum auf positiven Erfahrungen basiert. Eine hohe Weiterempfehlungsrate spiegelt daher eine hohe Kundenzufriedenheit sowie eine hohe Kunden- bzw. Lesertreue wider.*



**Von wie vielen Personen wird Ihr Heft i.d.R. noch gelesen?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente	
Gültig	1	68	31,3	40,7	40,7	
	2	55	25,3	32,9	73,7	
	3	25	11,5	15,0	88,6	
	4	10	4,6	6,0	94,6	
	5	4	1,8	2,4	97,0	
	6	2	,9	1,2	98,2	
	10	1	,5	,6	98,8	
	50	2	,9	1,2	100,0	
	Gesamt		167	77,0	100,0	
	Fehlend	Keine Angabe	47	21,7		
falsche Angabe		3	1,4			
Gesamt		50	23,0			
Gesamt		217	100,0			

N	Gültig	167
	Fehlend	50
<b>Mittelwert</b>		<b>2,60</b>

Verbreitete Auflage nach IVW im 2. Quartal  
2009 11.817 (Quelle: [www.ivw.de](http://www.ivw.de))

[2,60 \* 11.817 = **30.724 Leser**]

Mit einem für Fachzeitschriften beachtlichen LpN-Wert (2,60) erreicht  
CO`MED 30.700 Leser/innen.

**Reichweite**



**Gefallen im Allgemeinen**

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr gut	77	35,5	36,3
	gut	117	53,9	91,5
	befriedigend	15	6,9	98,6
	ausreichend	2	,9	99,5
	mangelhaft	1	,5	100,0
Gesamt	212	97,7	100,0	
Fehlend	keine Angabe	5	2,3	
Gesamt	217	100,0		

91,5 %

91,5 Prozent der Befragten gefällt die Zeitschrift gut bis sehr gut.



Anmutungseinschätzung bei Neulesern/-abonnenten (1 + 2 Jahre)

lesen seit ... Jahren	Gefallen im Allgemeinen					Gesamt
	sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend	mangelhaft	
1	10	18	2			30
2	12	15				27
3	6	8		1	1	16
4	3	5	1			9
5	4	8	2			14
6	5	4				9
7	4	4	1			9
8	3	9	1			13
9	3	6	2			11
10	7	5	1			13
11	1	3	1			5
12		1				1
13		1	1			2
14	7	10				17
Gesamt	65	97	12	1	1	176

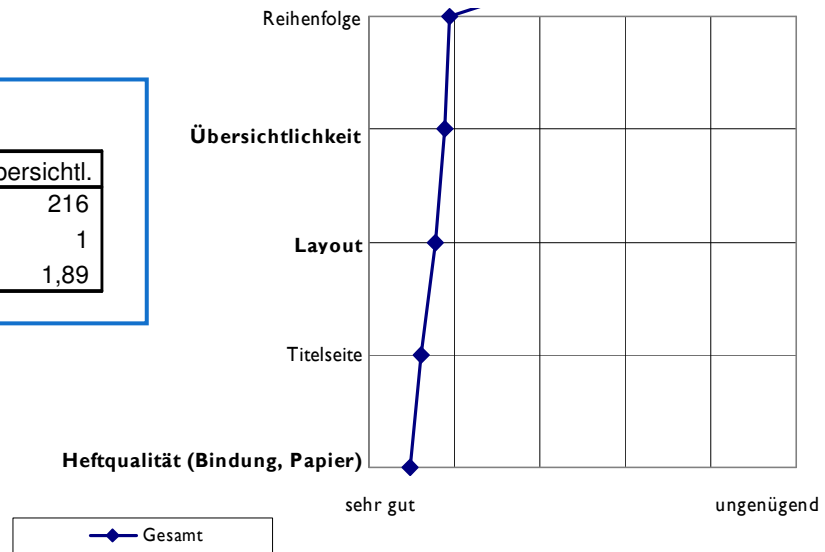
**96,5 %**

$[(55 : 57) * 100 = 96,5 \%]$

Fast alle Neuleser/-abonnenten gefällt das CO`MED Fachmagazin gut bzw. sehr gut (96,5 % der Neuleser, die CO`MED erst seit ein bis zwei Jahren nutzen), was auf eine sehr hohe Kundenbindungsquote schließen lässt.



		Mittelwert		
		Heftqualität	Layout	Übersichtl.
N	Gültig	217	216	216
	Fehlend	0	1	1
Mittelwert		1,48	1,77	1,89



Die Heftqualität, das Layout und die Übersichtlichkeit wurden ausschließlich mit gut bis sehr gut beurteilt.





**Weiterempfehlungsbereitschaft**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr wahrscheinlich	162	74,7	76,1	76,1
	eher wahrscheinlich	44	20,3	20,7	96,7
	eher unwahrscheinlich	6	2,8	2,8	99,5
	sehr unwahrscheinlich	1	,5	,5	100,0
	Gesamt	213	98,2	100,0	
Fehlend	keine Angabe	4	1,8		
Gesamt		217	100,0		

**76,1 %**

76 Prozent der Befragten würden die Zeitschrift unabhängig der Erfahrungsdauer sehr wahrscheinlich weiterempfehlen.



Differenziert nach Erfahrungsdauer – *Neuabonnenten* vs. *Langzeitleser*

Neuleser/-abonnenten

Sehr wahrscheinlich und wahrscheinlich weiterempfehlen würden sogar 95,1 % bei den *Neuabonnenten* (Leser bis 4 Jahre Nutzungsdauer).

Langzeitleser/-abonnenten

Sehr wahrscheinlich und wahrscheinlich weiterempfehlen würden sogar fast 99 % bei den *Langzeitlesern* (treue Leser ab 5 Jahren Nutzungsdauer).



**Zufriedenheit: Service**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr zufrieden	97	44,7	51,3	51,3
	eher zufrieden	92	42,4	48,7	100,0
	<b>Gesamt</b>	<b>189</b>	<b>87,1</b>	<b>100,0</b>	
Fehlend	keine Angaben	28	12,9		
<b>Gesamt</b>		<b>217</b>	<b>100,0</b>		

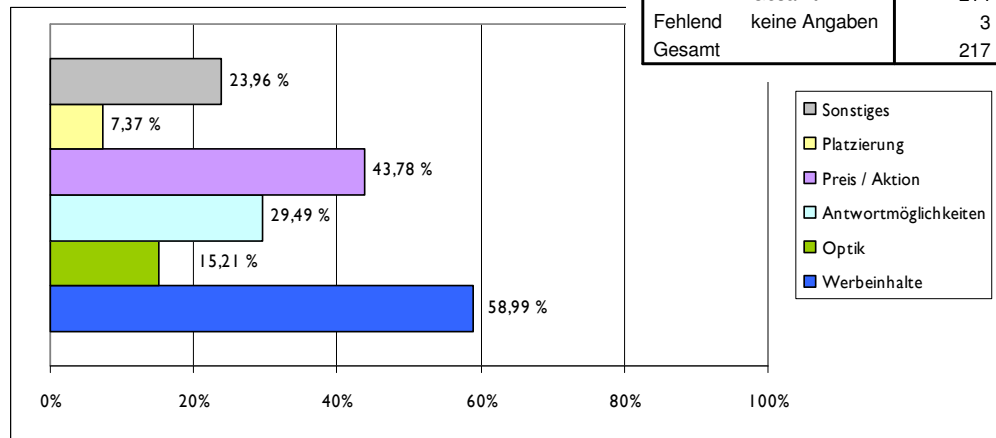
**100 %**

Der Service wurde ausschließlich als positiv bewertet.



76,6 Prozent der Befragten reagieren auf Anzeigenangebote.

**76,6 %**



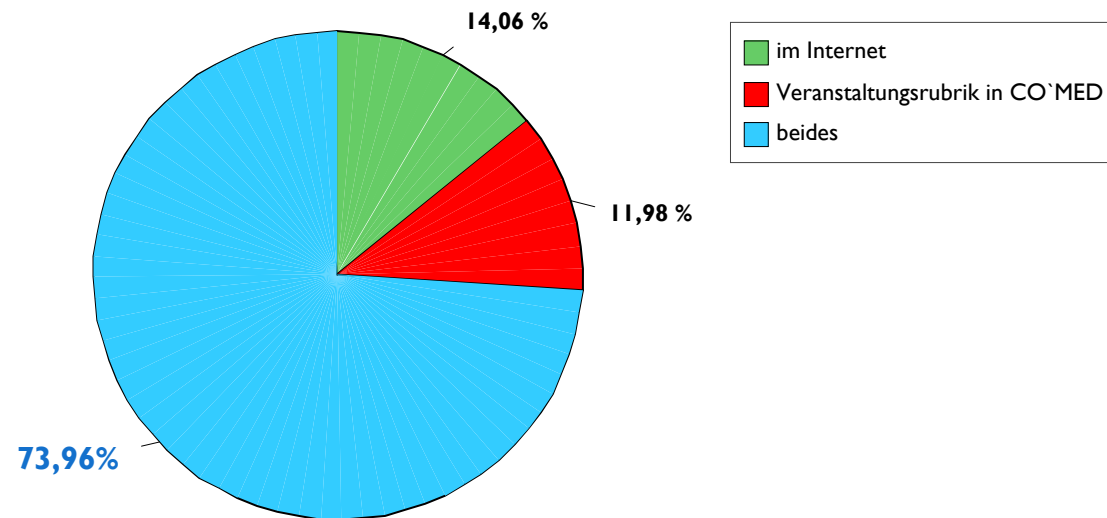
Reaktion auf Anzeigenangebote

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozepte	Kumulierte Prozepte
Gültig	nie	50	23,0	23,4	23,4
	sporadisch	152	70,0	71,0	94,4
	regelmäßig	12	5,5	5,6	100,0
Gesamt		214	98,6	100,0	
Fehlend	keine Angaben	3	1,4		
Gesamt		217	100,0		

Insbesondere die Werbeinhalte mit 59 Prozent gefolgt von den Preis / Aktionen mit 43,8 Prozent und den Antwortmöglichkeiten mit 29,5 Prozent sind die reaktionsentscheidenden Kriterien.

## Reaktion auf Anzeigenangebot





74 Prozent der Befragten orientieren sich bei ihrer Terminplanung sowohl im Internet als auch über die Veranstaltungsrubrik in der CO`MED Fachzeitschrift.



**Dietmar Pfaff**

Geschäftsführender Inhaber  
dp@infomarketing.de

infomarketing 

Gesellschaft für  
Informationsanalyse  
und Marketingberatung mbH

Am Dornbusch 5  
60320 Frankfurt am Main  
Tel (069) 4699 8000  
<http://www.infomarketing.de>