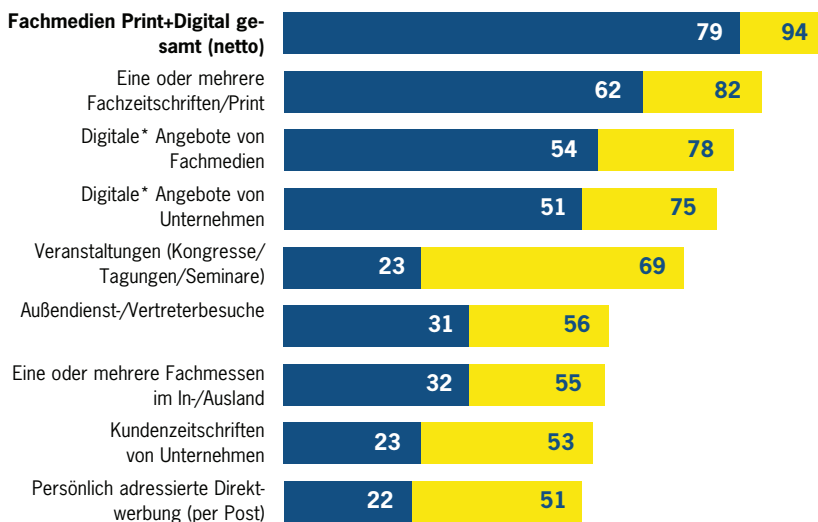


94%

## NUTZUNG VON B2B-INFORMATIONSQLUELLEN DURCH PROFESSIONELLE ENTSCHEIDER



\*Websites, Social Media, Newsletter, Apps

Angaben in %  
■ regelmäßige Nutzung letzte 12 Monate  
■ mind. gelegentliche Nutzung (Summe)

... der 7,6 Millionen  
Professionalen  
Entscheider nutzen  
Fachmedien

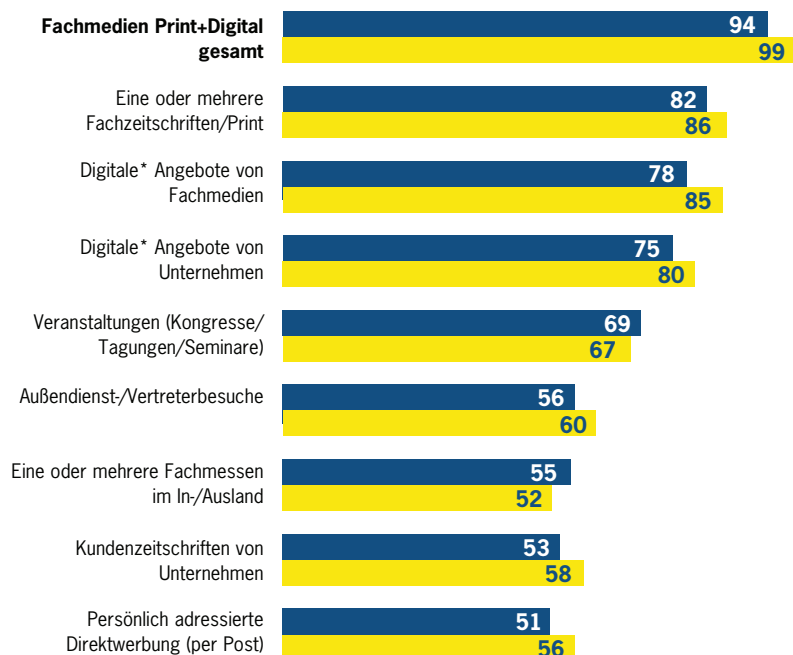
Fachmedien sind weiterhin die wichtigste berufsbezogene Informationsquelle für Professionelle Entscheider, insgesamt wird die B2B-Kernzielgruppe über digitale und gedruckte Fachmedien nahezu komplett erreicht (94 %). Fachzeitschriften werden noch immer häufiger regelmäßig genutzt als digitale Fachmedien, auf digitale Angebote von Herstellern wird erst nachrangig zugegriffen.

99%

... aller  
Entscheider  
unter 40 Jahren  
nutzen Fachmedien

Jüngere Professionelle Entscheider nutzen B2B-Informationquellen generell intensiver als ihre älteren, oftmals vermutlich erfahreneren Kollegen. Außer bei Veranstaltungen und dem Besuch von Fachmessen liegen sie im direkten Vergleich vorne. Fachmedien werden sogar von 99 Prozent aller Entscheider unter 40 Jahren genutzt (alle Professionellen Entscheider: 94 %).

## NUTZUNG VON B2B-INFORMATIONSQLUELLEN NACH ALTER

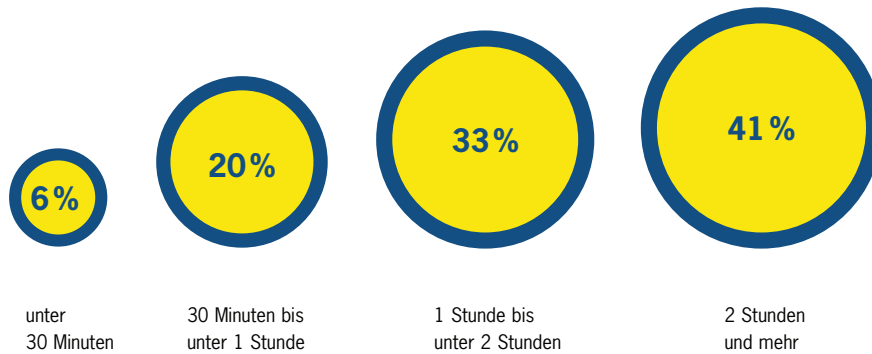


\*Websites, Social Media, Newsletter, Apps

Angaben in %  
 mind. gelegentliche Nutzung letzte 12 Mon.  
■ alle Entscheider ■ bis 39 Jahre

## LESEDAUER FACHZEITSCHRIFTEN (PRINT)

Ø-LESEDAUER PRO WOCHE



Der Durchschnitt liegt bei 113 Minuten  
 = fast 2 Stunden Fachzeitschriftenlektüre pro Woche  
 = 7,5 Stunden Fachzeitschriftenlektüre pro Monat!

Professionelle Entscheider

... investieren pro Monat einen Arbeitstag in die Lektüre von Fachzeitschriften

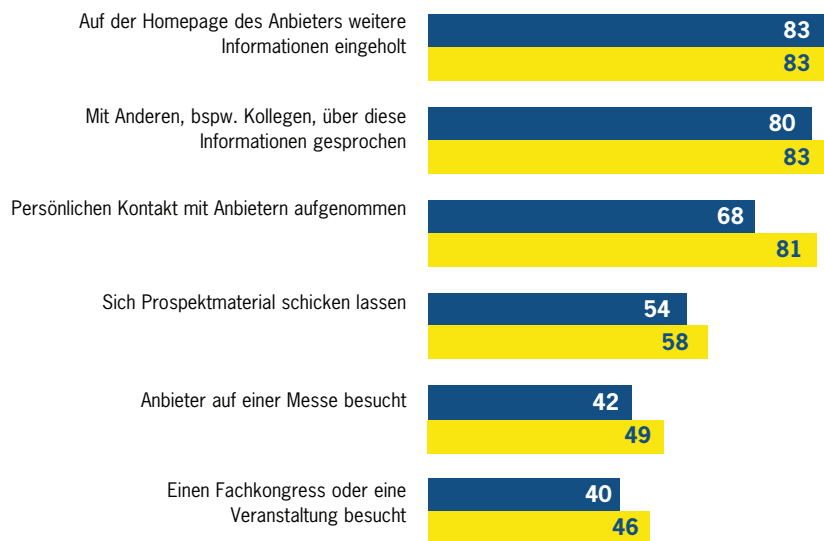
Nur mal kurz durchblättern ist offenkundig nicht ausreichend, um sich beruflich zu informieren: Im Schnitt wenden Professionelle Entscheider pro Woche zwei Stunden für die Lektüre von Fachzeitschriften auf. Auf einen Monat hochgerechnet entspricht dies fast einem kompletten Arbeitstag, der dieser Lektüre gewidmet ist.

Fachmedien

... aktivieren B2B-Entscheider zu konkreten Schritten in Richtung Anbieter

Die Lektüre von Fachmedien veranlasst Professionelle Entscheider in starkem Maße, sich weitere Informationen einzuholen. Vor allem Top-Entscheider werden aufgrund von Informationen über Produkte und Anbieter, die sie in Fachmedien gelesen haben, dazu aktiviert, mit dem Anbieter persönlichen Kontakt aufzunehmen oder andere Schritte in dessen Richtung zu gehen.

## AKTIVIERUNG DURCH FACHMEDIEN NACH NUTZUNG FOLGENDES GETAN

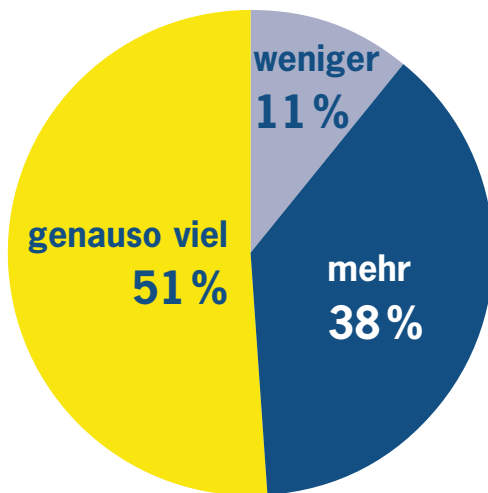


Angaben in %, letzte 12 Monate, einmal oder mehrmals  
 ■ Entscheider ■ Top-Entscheider

89%

## NUTZUNGSHÄUFIGKEIT VON FACHMEDIEN

PRINT UND DIGITALE ANGEBOTE  
IM VERGLEICH ZU VOR ZWEI JAHREN



**... nutzen Fachmedien heute genauso viel oder mehr als vor zwei Jahren**

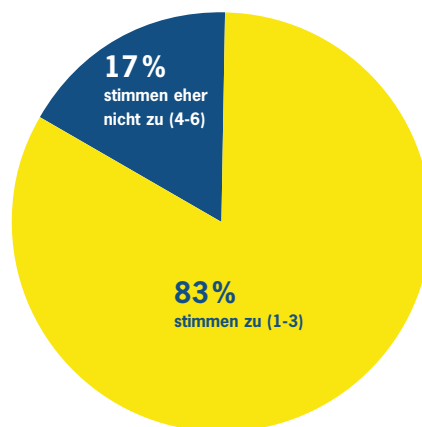
Fachmedien werden intensiv genutzt. Allen Veränderungen der Medienlandschaft zum Trotz: 38 Prozent der Professionellen Entscheider nutzen Fachmedien heute sogar häufiger als vor zwei Jahren, weitere 51 Prozent greifen noch genauso häufig zu. Damit nutzen 89 Prozent Fachmedien heute genauso viel oder mehr als vor zwei Jahren.

83%

**... befinden Werbung als nützlichen Bestandteil in Fachmedien**

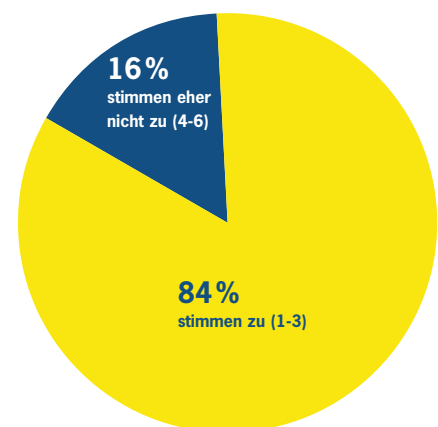
Fachmedien sind ideale Werbeträger. Goutiert werden bei der Lektüre von Fachmedien nicht nur redaktionell aufbereitete Informationen. Für die allermeisten Professionellen Entscheider ist Werbung ein nützlicher Bestandteil in Fachmedien – die in ihren Augen zugleich das Image der werbenden Unternehmen und ihrer Produkte stärkt (das bestätigen 84% der Befragten).

## WERBUNG IN FACHMEDIEN IST NÜTZLICHER BESTANDTEIL



Angaben in %, 1 = stimme voll und ganz zu, 6 = stimme überhaupt nicht zu

## WERBUNG IN FACHMEDIEN STÄRKT POSITIV DAS IMAGE



Angaben in %, 1 = stimme voll und ganz zu, 6 = stimme überhaupt nicht zu