

Reichweitenstudie 2018

Entscheider im Mittelstand

Präsentation der Studienergebnisse

KANTAR TNS

IHK-Zeitschriften eG



Auftraggeber der Studie

IHK-Zeitschriften eG

stellvertretend für 69 IHK-Zeitschriften-Verlage

Sechste gemeinschaftliche Studie

1995 Institut für Demoskopie Allensbach

1999 TNS EMNID

2003 TNS EMNID

2007 TNS EMNID

2012 TNS EMNID

2015 TNS INFRATEST (ehem. EMNID)

2018 TNS KANTAR (ehem. EMNID)

IHK-Zeitschriften eG



KANTAR TNS

IHK-Zeitschriften eG



Die Vermarktungsorganisationen

IHK-Zeitschriften eG

- Bundesweite Vermarktungsorganisation für 69 IHK-Zeitschriften
- Heftauflage der Mitgliedstitel: 2,5 Mio. Exemplare monatlich
- Sitz: Wiesbaden

Zielsetzung der Studie

Informationen...

... über die **besondere Bedeutung des Mittelstandes im Wirtschaftsleben der Bundesrepublik Deutschland**

... zum **Personenkreis der Entscheider** in den mittelständischen Unternehmen

... zum **Leseverhalten** der Entscheider im Mittelstand

... zu den **quantitativen und qualitativen Nutzungsdaten der präsentesten Printmedien** im Mittelstand.

Aktuelle Planungsdaten für die IHK-Zeitschriften, Wirtschaftstitel, Nachrichtenmagazine und überregionale Tageszeitungen.

Basisdaten: Grundgesamtheit

A. Institutionelle Grundgesamtheit

Alle umsatzsteuerpflichtigen Unternehmen der Bundesrepublik Deutschland* mit einem jährlichen Umsatz von 100.000 Euro bis unter 50 Mio. Euro.

= 1.600.000 Unternehmen in Deutschland

B. Personelle Grundgesamtheit

Die erste und zweite Führungsebene der Unternehmen der institutionellen Grundgesamtheit, d.h. Inhaber, Geschäftsführer sowie leitende Angestellte nach der Definition des Betriebsverfassungsgesetzes.

= 3.963.000 Personen

* Statistisches Bundesamt/Umsatzsteuerstatistik 2016, erschienen Februar 2018

Definition: "Entscheider im Mittelstand"

Die Grundgesamtheit der Entscheider im Mittelstand besteht aus

3,963 Millionen Inhaber, Geschäftsführer und Leitende Angestellte in 1,6 Millionen Unternehmen in Deutschland mit einem Jahresumsatz zwischen 100.000 Euro bis unter 50 Millionen Euro.

Das sind durchschnittlich 2,48 Personen je Unternehmen.

Definition Leitende Angestellte:

Leitende Angestellte i.S.d. Betr.VG sind Angestellte, die unternehmerische Teilaufgaben wahrnehmen und im Verhältnis zur Belegschaft den Arbeitgeber vertreten und dessen Interessen wahrnehmen.
Vgl. § 5 Abs. 3 BetrVG.

Methodenbeschreibung (Synopsis)

Durchführung der Studie: KANTAR TNS, Bielefeld (früher TNS Emnid)

Die Untersuchung entspricht in Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem **ZAW Rahmenschema für Werbeträgeranalysen**

in der aktuellen Fassung.

Sie ist daher vergleichbar mit den wichtigsten Standard-Mediauntersuchungen.

Umfang der Stichprobe:

2.003 Personen der personellen Grundgesamtheit

Erhebungszeitraum:

23. April bis 20. Juni 2018

Zähl- und Auswertungsmöglichkeiten

Die Studienergebnisse liegen in folgenden Berichtsbänden vor:

Gesamtbericht (national) sowie Regionalauswertungen zu den Nielsegebieten

Die Berichtsbände können auch als pdf-Dateien bei den Herausgebern der Studie angefordert werden.

Zählsoftware MDS

Die Studienergebnisse werden Agenturen und Werbungtreibenden qua MDS-Download kostenlos durch die ASMI-Marktforschung zugänglich gemacht.

Zudem steht im Internet unter www.ihkzeitschriften.de bzw. www.ihk-kombi-west.de eine Auswertungs- und Zählmöglichkeit zur Verfügung. Allerdings in reduzierter, aber dennoch in komfortabler Form.

Zweck der Studie

Durch den Fokus auf KMU in Deutschland wird die bestehende Lücke in der Landschaft der Markt-Mediastudien (Entscheider, Konsumenten mit hoher Kaufkraft etc.) geschlossen.

Unternehmensdaten

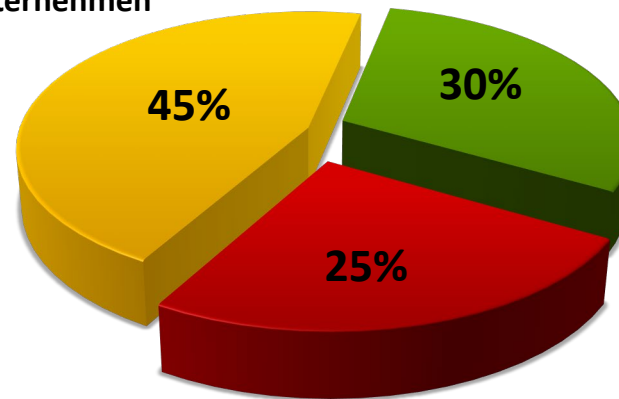
Der Mittelstand nach Wirtschaftsbereichen

Dienstleistungsgewerbe

1.602.000 Entscheider
in 723.000 Unternehmen

Produzierendes Gewerbe

1.251.000 Entscheider
in 479.000 Unternehmen

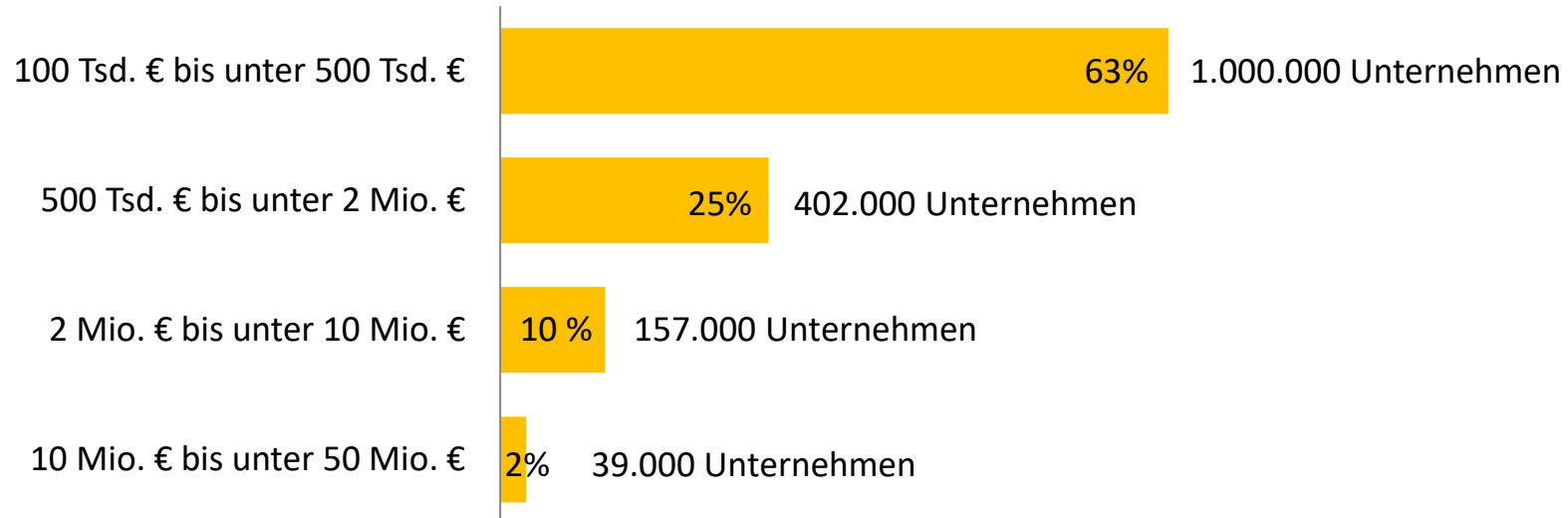


Handel

1.111.000 Entscheider
in 395.000 Unternehmen

Der Mittelstand nach Unternehmensgröße

► Jahresumsatz

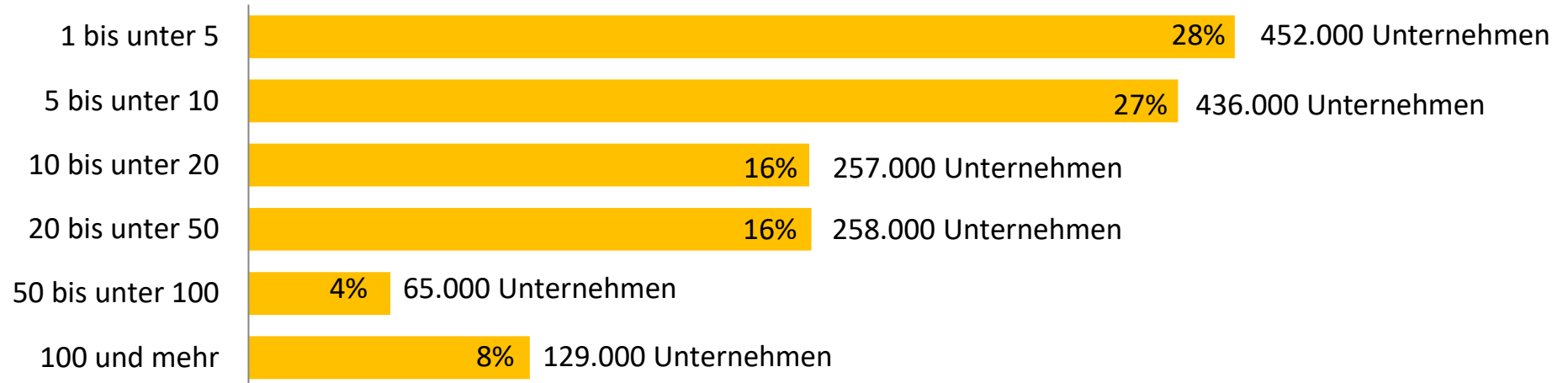


Kerngruppe Kleinunternehmen

- **88%** bzw. **1,40 Mio. Unternehmen** generieren einen Jahresumsatz von **bis zu 2 Millionen Euro**.
- **Nur rund 12%** aller Unternehmen in Deutschland erwirtschaften einen **Jahresumsatz von 2 Millionen bis unter 50 Millionen Euro. Das sind 196.000 Unternehmen.**

Der Mittelstand nach Unternehmensgröße

► Beschäftigte*

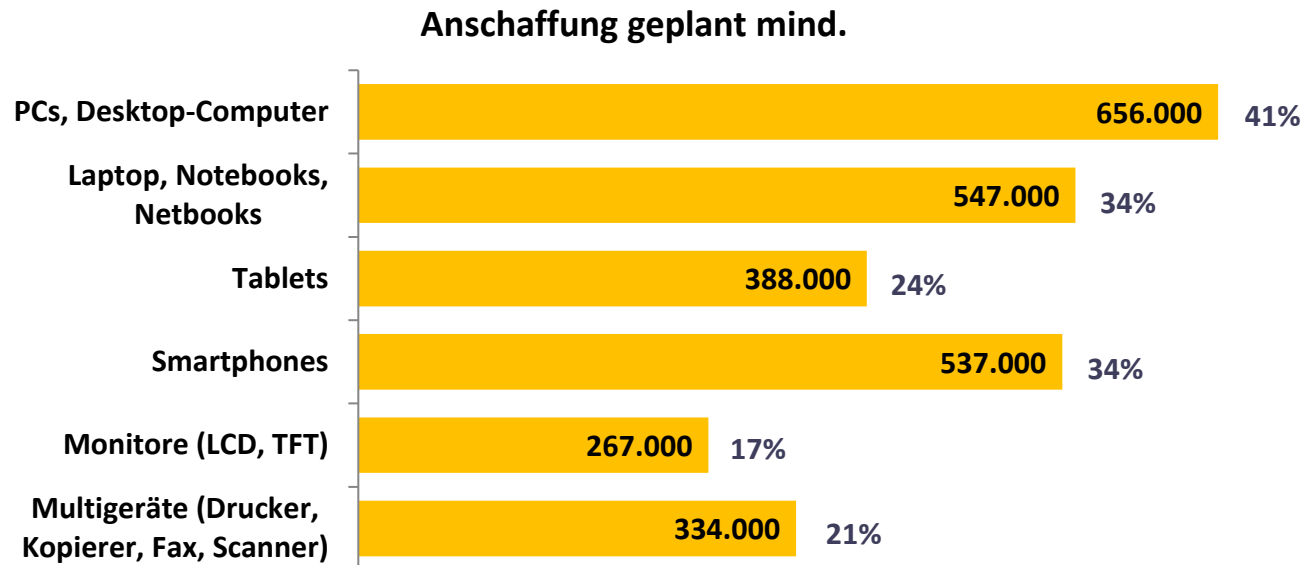


Kerngruppe Kleinunternehmen

- **71%** der mittelständischen Betriebe sind Kleinunternehmen mit bis zu 20 Beschäftigten.
Das sind 1,14 Millionen Unternehmen in Deutschland.

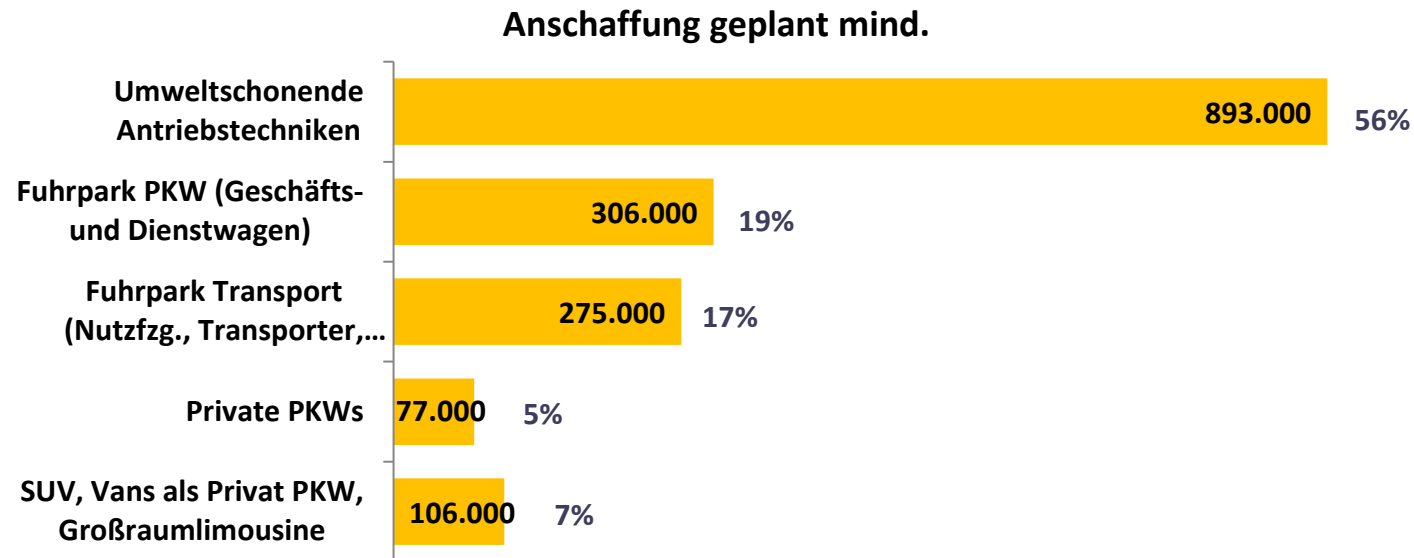
* kA= 1 %

Anschaffungsplanung in den kommenden 18 Monaten (Auswahl)



- ▶ Die Anschaffungsplanung für IT-Geräte weist in allen Segmenten auf hohe Absatzpotential hin. Insbesondere für mobile Endgeräte zeigt sich ein erhöhter Anschaffungsbedarf.

Anschaffungsplanung in den kommenden 18 Monaten (Auswahl)



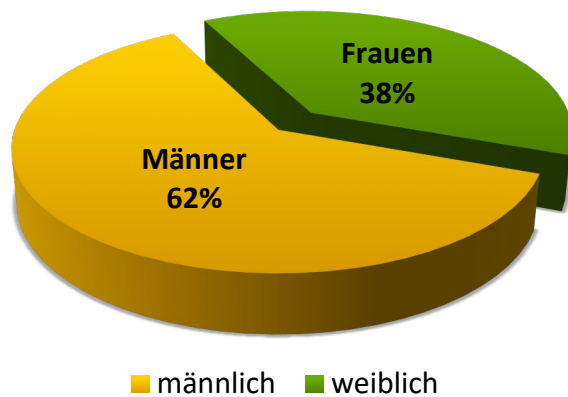
- ▶ **56% der KMU** wollen in den nächsten 18 Monaten in umweltschonende Antriebstechniken investieren. Dies entspricht mind. 893.000 Geräten.
- ▶ Die Anschaffungsplanung für den Fuhrpark umfasst 581.000 Fahrzeuge, die von privaten PKW's 183.000 Einheiten.

Die Entscheider im Mittelstand

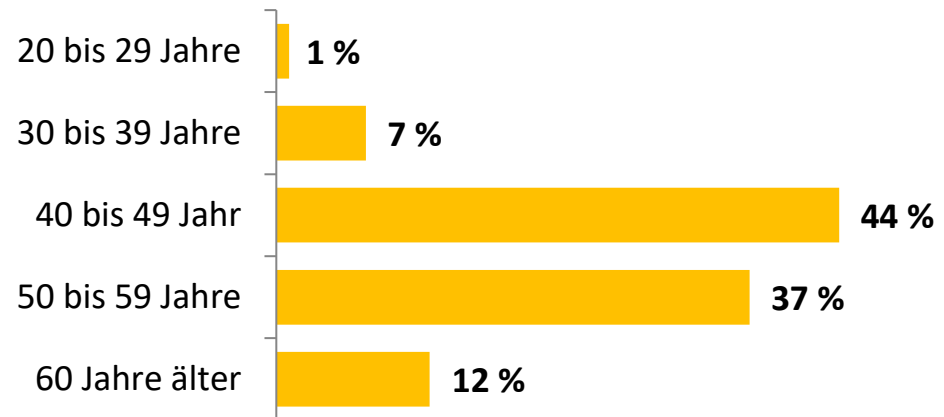
- Personenbezogene Daten -

Entscheider im Mittelstand - Demographische Daten

Geschlecht

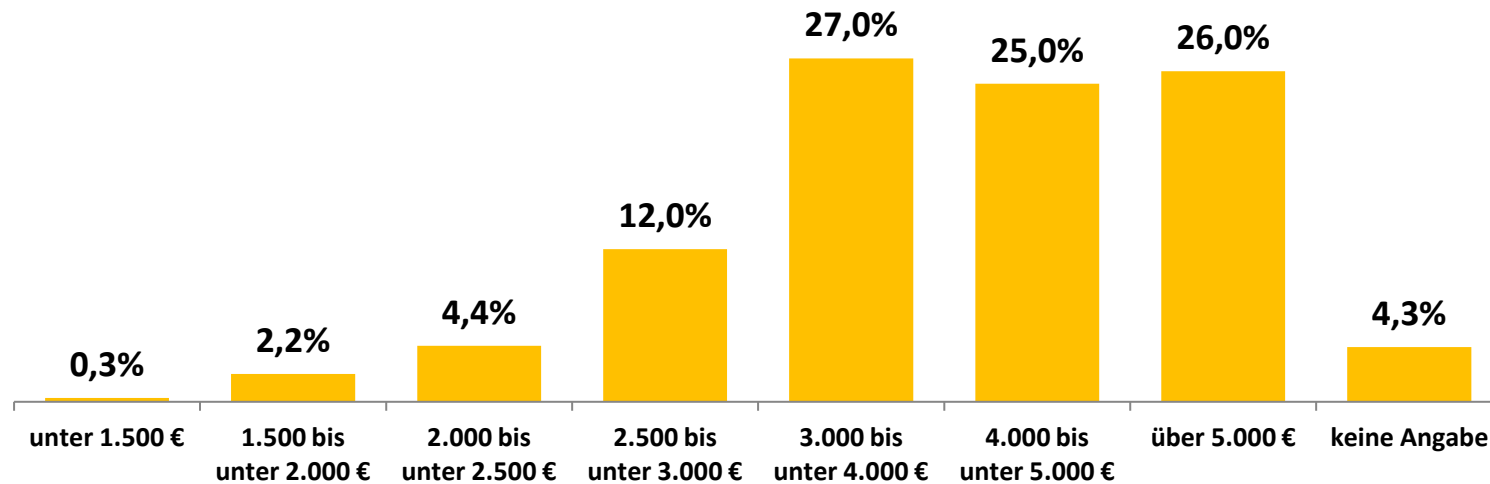


Alter



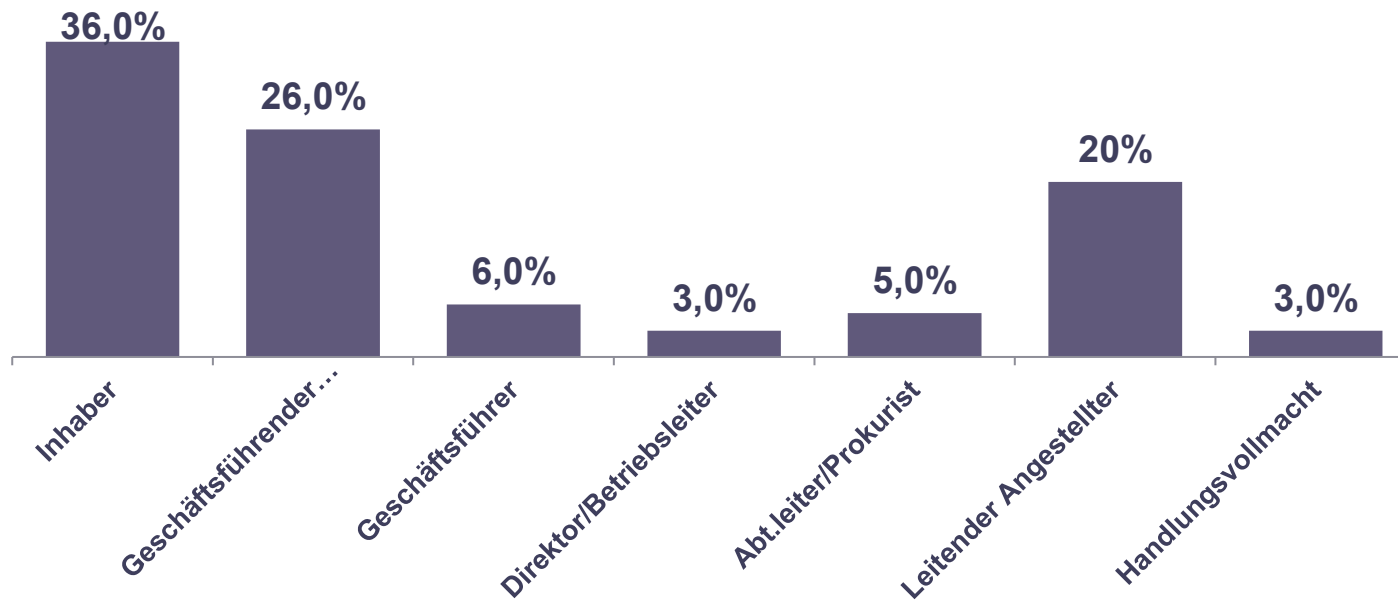
Altersdurchschnitt 49,6 Jahre

Haushalts-Nettoeinkommen der Entscheider in KMU



- ▶ **78% bzw. 3,095 Millionen Entscheider in KMU verfügen über ein monatliches Haushaltsnetto-Einkommen von € 3.000 und mehr.**
- ▶ **1.033.000 Entscheider-Haushalte haben mehr als € 5.000 im Monat zur Verfügung.**

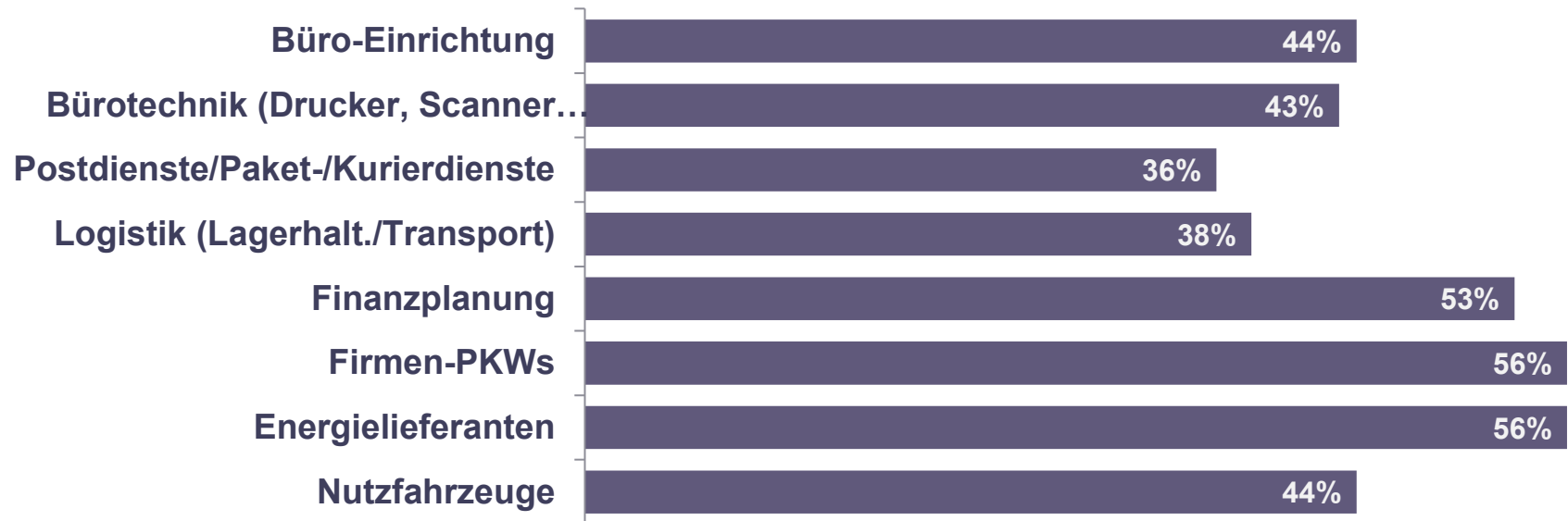
Position im Unternehmen



- ▶ **68% bzw. 2,694 Millionen Entscheider in KMU** sind Inhaber, Mitinhaber oder Geschäftsführer ihres Unternehmens.

Entscheidungskompetenz für... (Auswahl)

Allein- oder mitentscheidend



Z. B. Anschaffung von Firmen-PKWs:

- ▶ **2,2 Millionen Personen** aus der Grundgesamtheit der 3,9 Millionen Entscheider haben **Allein- oder Mitentscheidungskompetenz bei der Anschaffung von Firmen-PKWs.**

Entscheidungskompetenz für... (Auswahl)

Allein- oder mitentscheidend



Z. B. Anschaffung IT-Technologie:

- ▶ **3,13 Millionen Personen** aus der Grundgesamtheit der 3,9 Millionen Entscheider haben **Allein- oder Mitentscheidungskompetenz bei der Anschaffung von IT Hardware, Software und Netzwerktechnik.**

Mediennutzung

Quantitativer und qualitativer Vergleich

Ermittlungsverfahren/Methode

- ▶ Insgesamt wurden 26 Werbeträger untersucht.
- ▶ Auswahl der untersuchten Titel:
Die Auswahl erfolgte aus dem Kreis der mit den IHK-Zeitschriften im Zielsegment Mittelstand konkurrierenden Titel unter Einbeziehung aller in der LAE 2018 erhobenen Titel.
- ▶ Die Vorgaben des ZAW-Rahmenschemas auf dem aktuellen Stand wurden vollumfänglich eingehalten.
- ▶ Die Erhebung der leseranalytischen Daten erfolgte durch Visualisierung von Titelkarten.
- ▶ Für die eingezogenen Zeitschriften wurden entsprechend den ZAW-Standards Bekanntheit, Weitester Leserkreis (WLK) sowie die Lesehäufigkeit und der Leser pro Nummer (LpN) ermittelt.
- ▶ Der zum Reichweitenausweis herangezogene Wert LpA (Leser pro Ausgabe) wurde entsprechend dem MA-Modell anhand der Angaben zur Lesefrequenz errechnet.

Medienauswahl

Monatsmagazine

Brand Eins	Creditreform	IHK-Zeitschriften	Markt und Mittelstand
Capital	Der Handel	Impulse	
Cicero	Handwerk Magazin	Manager Magazin	

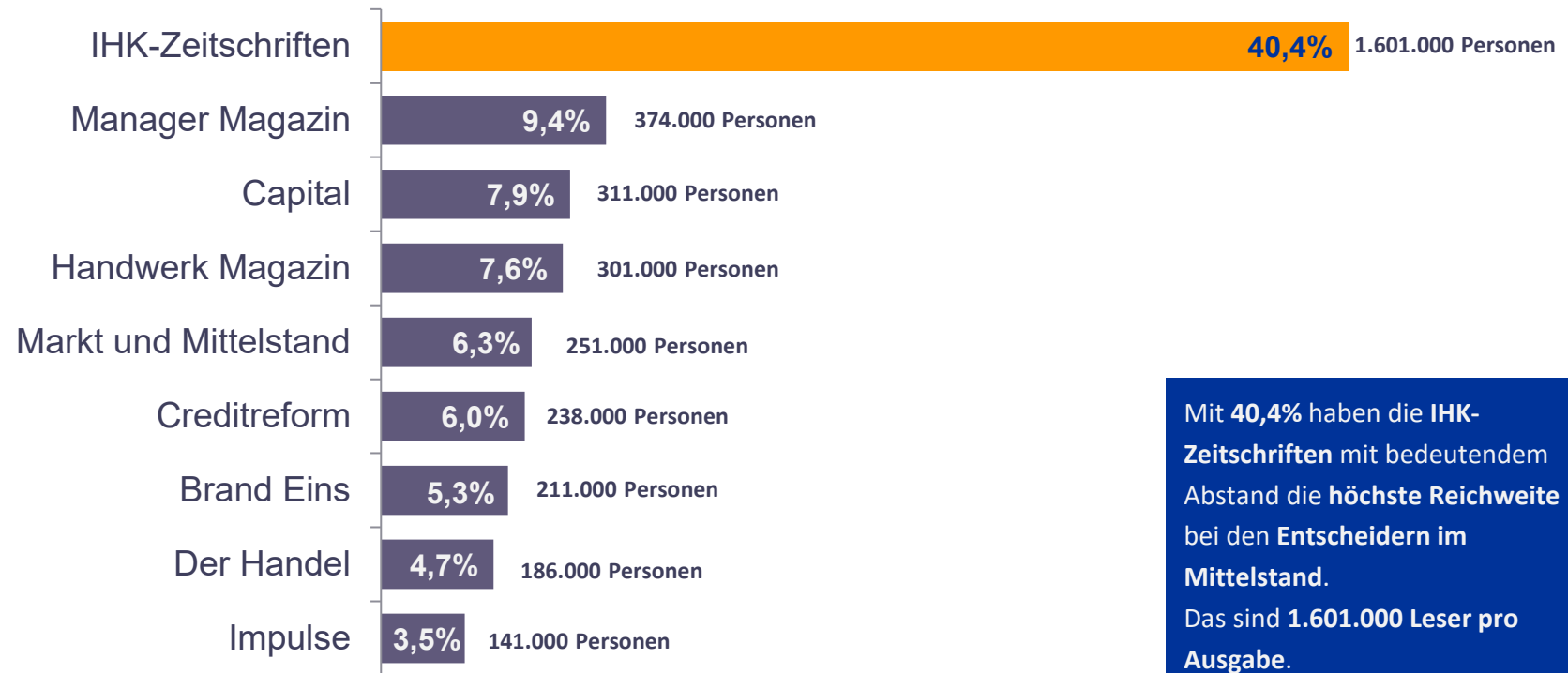
Wochenmagazine/Wochenzeitungen

Focus	Wirtschaftswoche	Frankfurter Allgemeine Woche
Focus Money	VDI Nachrichten	Der Spiegel
Stern	Welt am Sonntag	Die Zeit
FASZ	Welt am Sonntag kompakt	Wirtschaftswoche

Tageszeitungen

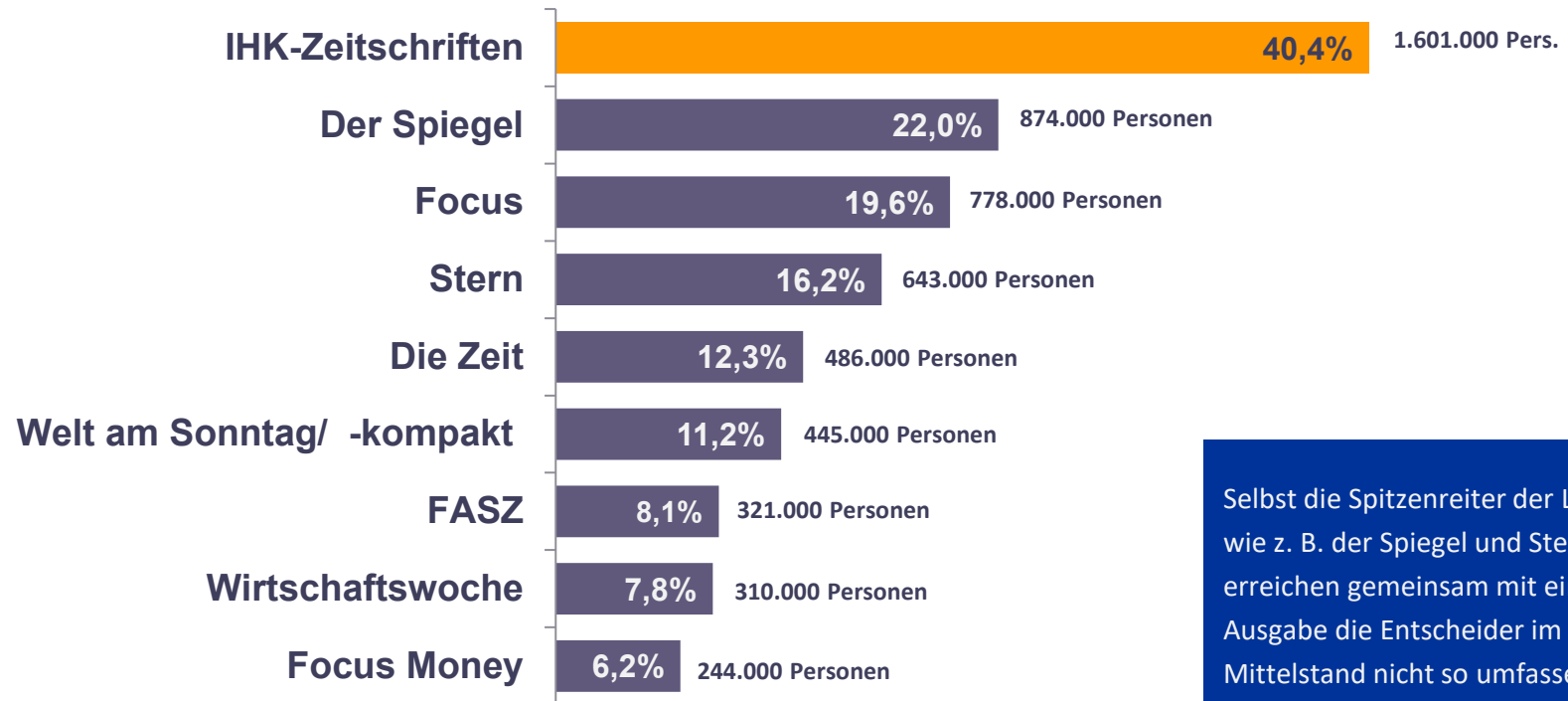
Handelsblatt	Frankfurter Allgemeine Zeitung	Die Welt
Süddeutsche Zeitung	Die Welt/Welt kompakt	

Reichweitenergebnisse LpA (Basis: 3,96 Mio. Entscheider) Monatstitel



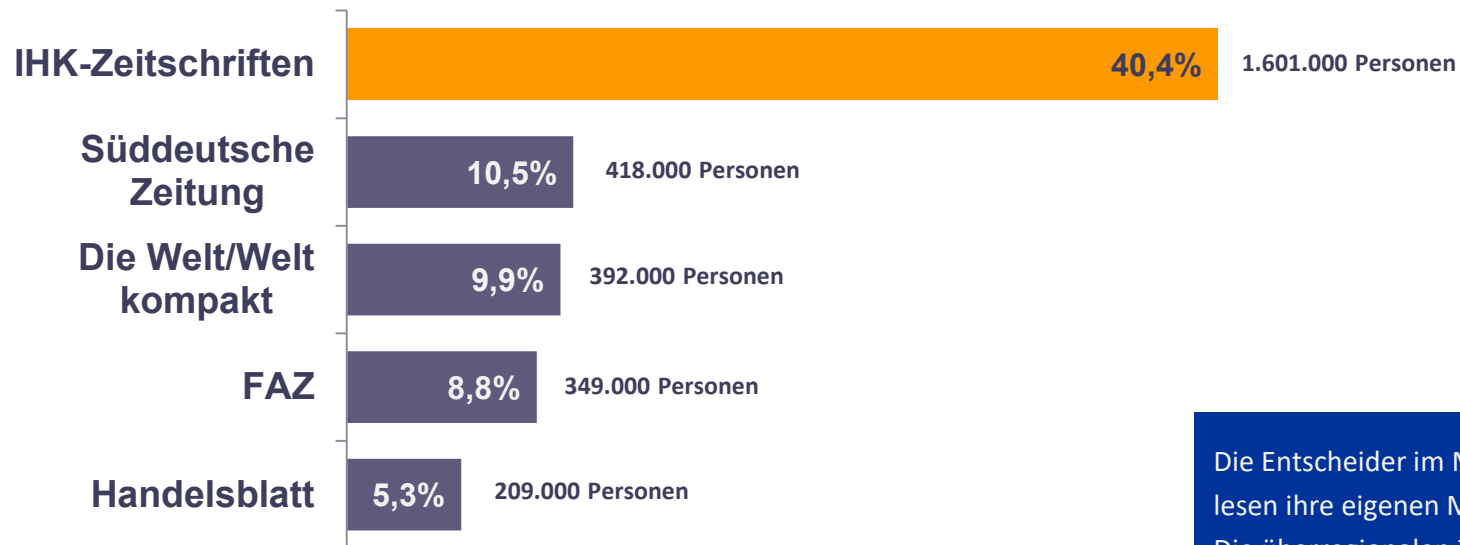
Mit **40,4%** haben die **IHK-Zeitschriften** mit bedeutendem Abstand die **höchste Reichweite** bei den **Entscheidern im Mittelstand**. Das sind **1.601.000 Leser pro Ausgabe**.

Reichweitenergebnisse LpA (Basis: 3,96 Mio. Entscheider) Wochenmagazine im Vergleich zu den IHK-Zeitschriften



Selbst die Spitzenreiter der LAE, wie z. B. der Spiegel und Stern, erreichen gemeinsam mit einer Ausgabe die Entscheider im Mittelstand nicht so umfassend wie die IHK-Zeitschriften alleine.

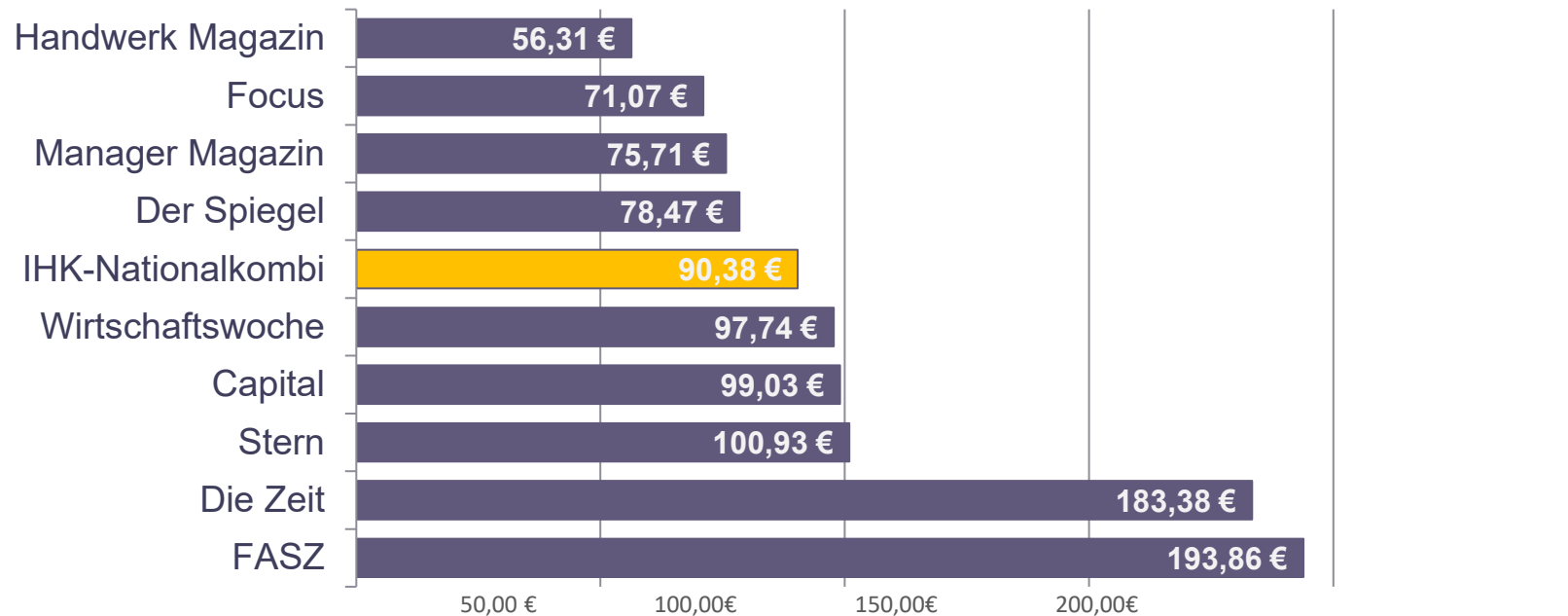
Reichweitenergebnisse LpA (Basis: 3,96 Mio. Entscheider) Überregionale Zeitungen im Vergleich zu den IHK-Zeitschriften



Die Entscheider im Mittelstand lesen ihre eigenen Medien. Die überregionalen Zeitungen haben für diese Zielgruppe eine eher nachrangige Bedeutung.

Tausend-Kontakt-Preise der 10 reichweitenstärksten Titel

Basis: 3,96 Mio. Entscheider / LpA-Hochrechnung



Berechnung der TKPs auf Basis 1/1 4c
gem. Preislisten 2018

Reichweite ist nur ein Vorteil.

Qualitative Stärken der IHK-Zeitschriften

Mittelstandsrelevanz der 10 reichweitenstärksten Titel

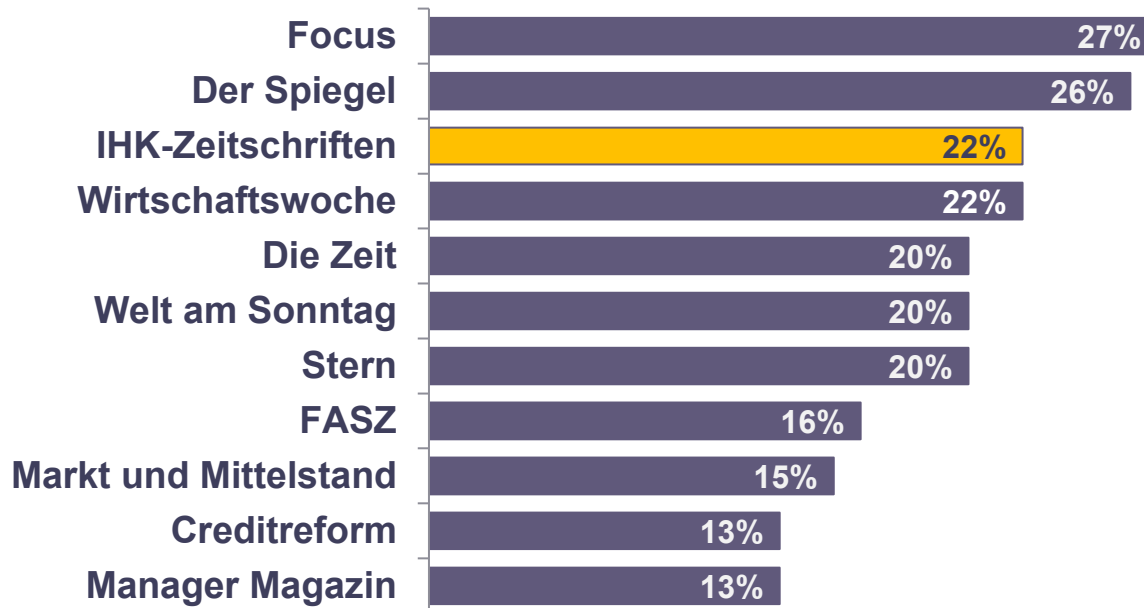
Bestätigung: "... ist mittelstandsrelevant"



- ▶ Der Mittelstand bestätigt "sein" Medium. Unter den TOP Ten der reichweitenstärksten Titel erreichen **die IHK-Zeitschriften die höchste Mittelstandsrelevanz.**

Seitenkontaktchance der 10 reichweitenstärksten Titel

Basis: Entscheider im Mittelstand (3,96 Mio. Personen) – Nutzung (fast) aller Seiten

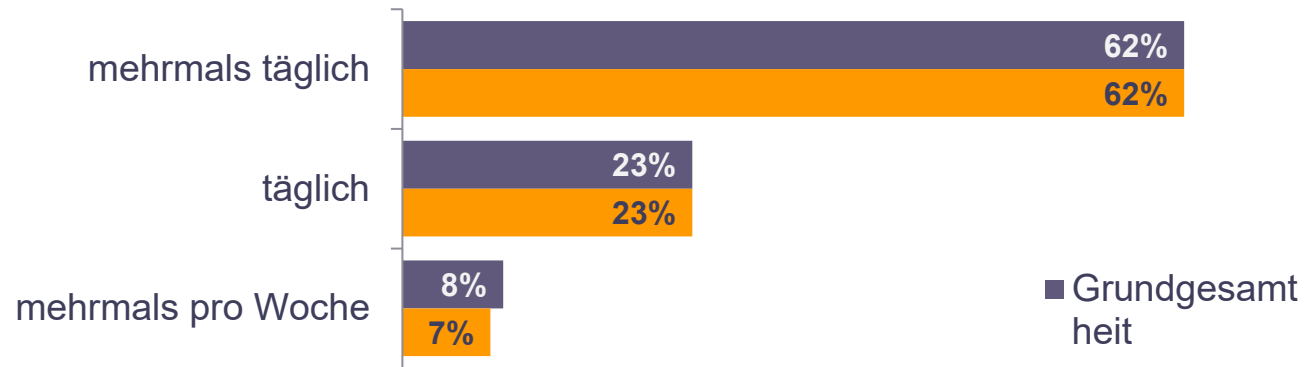


- ▶ Eindrucksvoll widerlegt: Das Vorurteil, die IHK-Zeitschriften werden nicht genutzt, stimmt nicht. Bei der Nutzung (fast) aller Seiten sind die IHK-Zeitschriften **den sog. Image Titeln ebenbürtig**.

Internet-Nutzung

Nutzungshäufigkeit Internet (berufliche Nutzung)

Basis: 3,96 Mio. Personen



- ▶ 92% der personellen Grundgesamtheit nutzen das Internet mehrmals täglich bis mehrmals pro Woche. Dies sind 3,64 Mio. Entscheider.
- ▶ Die Internet-Nutzung (1,48 Mio. Personen) der IHK-Zeitschriften-Leser unterscheidet sich nicht von der Grundgesamtheit aller Entscheidungsträger.

Zusammenfassung

- ▶ Die 1,60 Mio. zumeist kleinen und mittleren Unternehmen zersplittern sich in kleinste Einheiten. 71% bzw. 1,14 Mio. Unternehmen sind kleine Betriebe mit bis zu 20 Mitarbeitern.
- ▶ Die kleinen und mittleren Unternehmen haben in der Summe eine hohe wirtschaftliche Bedeutung und Kaufkraft. Sie investieren in Milliardenhöhe. Auch in IT-Technologie.
- ▶ Anschaffungsprozesse und Entscheidungswege sind kurz, denn 68,0 % aller Entscheider sind Inhaber, Geschäftsführende Gesellschafter oder Geschäftsführer, also die höchste betriebliche Instanz. Das sind 2,69 Millionen Personen.
- ▶ 78 % bzw. 3,1 Mio. KMV-Entscheider verfügen über ein HHNE von 3.000 € und mehr. Ein interessantes Potential auch für die Ansprache mit Markenartikel-Anzeigen.
- ▶ Der Mittelstand als Absatzmarkt ist ein Massenmarkt. Zur relevanten und wirkungsvollen Marktpenetration muss daher ein Massenmedium zum Einsatz kommen. Hierzu eignen sich die IHK-Zeitschriften vor allen anderen untersuchten Medien bezüglich Reichweite, Mittelstandsrelevanz und Kosten-Leistungs-Verhältnis.
- ▶ Kein anderes Medium erreicht den Mittelstand so streuverlustfrei sowie in dieser Breite und Qualität.

Zusammenfassung

- ▶ Die IHK-Presse ist Medien auch mit hohem Image in vielen Punkten überlegen. Wenn es um die Seitenkontaktchance/Nutzung (fast) aller Seiten durch die Entscheider geht, so sind die IHK-Zeitschriften hier ebenbürtig.
- ▶ Durch ihre hohe Kontaktdichte eignen sich die IHK-Zeitschriften ideal zum Aufbau nachhaltiger Geschäftsbeziehungen.
- ▶ Interferenzfreie Anzeigenplatzierung sichert zudem eine hohe Werbewirkung durch hohe Wahrnehmungs-Exposition und Aufmerksamkeitswirkung.

Ihre Ansprechpartner:

IHK-Zeitschriften eG, Wiesbaden: www.ihkzeitschriften.de