

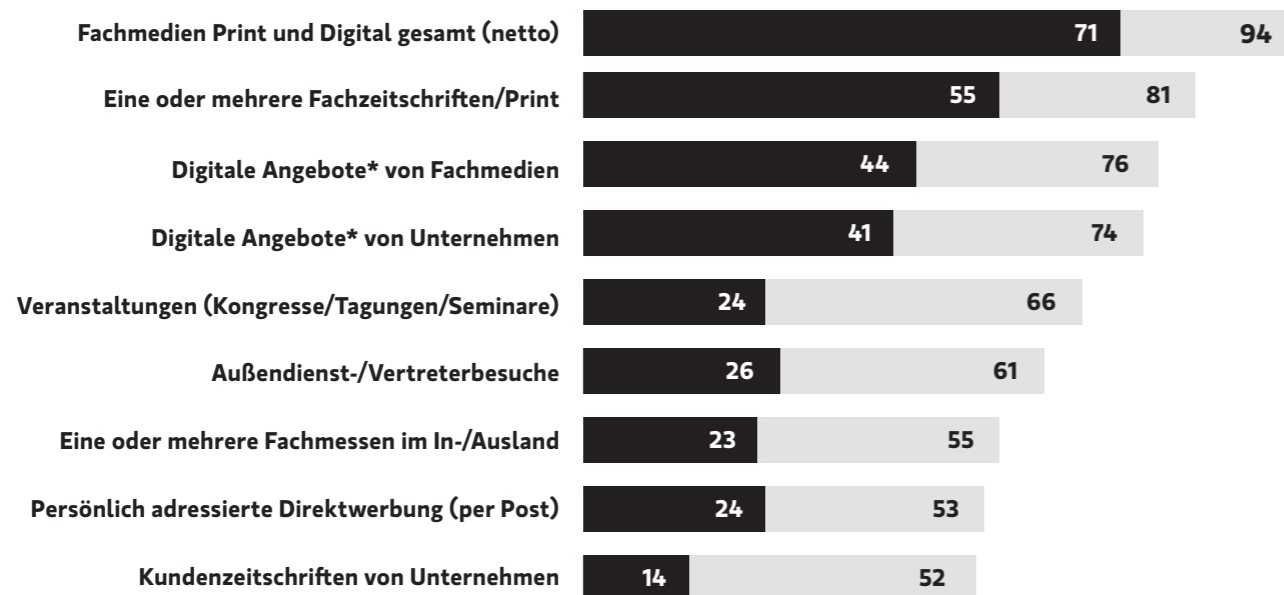
B2B-Entscheideranalyse 2015/16

Fachmedien sind das perfekte B2B-Informationsmedium

Fachmedien sind weiterhin die Informationsquelle Nr. 1 für Professionelle Entscheider und bedienen damit diese B2B-Kernzielgruppe perfekt. Das zeigt die B2B-Entscheideranalyse 2015/16 der Deutschen Fachpresse. Fachmedien informieren und aktivieren darüber hinaus zum konkreten Handeln in Richtung Anbieter, was sie zu perfekten Werbeträgern macht.

Nutzung von B2B-Informationsquellen durch Professionelle Entscheider in den letzten 12 Monaten

Angaben in Prozent. ■ regelmäßige Nutzung letzte 12 Monate ■ mindestens gelegentliche Nutzung (Summe)



*Websites, Social Media, Newsletter, Apps

94 % der 8 Millionen Professionellen Entscheider nutzen Fachmedien.

Fachmedien bleiben die wichtigste berufsbezogene Informationsquelle für Professionelle Entscheider, insgesamt wird die B2B-Kernzielgruppe über digitale und gedruckte Fachmedien weiterhin nahezu komplett erreicht (94 %). Nach wie vor wird auf Fachzeitschriften häufiger regelmäßig zugegriffen als auf digitale Fachmedien, digitale Angebote von Herstellern rangieren erst an dritter Stelle.

DEUTSCHE

FACHPRESSE

das b2b-netzwerk

Die **Lesedauer** von Fachzeitschriften

6%

unter 30 Minuten

17%

30 Minuten bis 1 Stunde

35%

1 Stunde bis 2 Stunden

2 Stunden und mehr

42%

Professionelle Entscheider investieren pro Monat einen kompletten Arbeitstag in die Lektüre von gedruckten Fachzeitschriften.

Fachzeitschriften werden gründlich gelesen, und ihnen wird im Arbeitsalltag richtig viel Zeit eingeräumt: Im Schnitt wenden Professionelle Entscheider pro Woche zwei Stunden für ihre Lektüre auf, auf den Monat hochgerechnet ist das ein kompletter Arbeitstag. Diese Leseintensität belegt einmal mehr die Rolle gedruckter Fachzeitschriften bei beruflichen Entscheidungsprozessen.

80%

mit Dritten über diese Informationen gesprochen



78%

eine Anbieter-Homepage besucht



41%

eine/n Fachkongress/Veranstaltung besucht

Fachmedien aktivieren.

Nach der Nutzung von Fachmedien haben:



66%

persönlichen Kontakt mit Anbietern aufgenommen



44%

einen Anbieter auf einer Messe besucht



49%

Prospektmaterial angefordert

Fachmedien sind wichtige Impulsgeber. Sie stoßen in hohem Maße weitere Aktivitäten an.

Die Lektüre von Fachmedien veranlasst Professionelle Entscheider in hohem Maße, sich weitere Produktinformationen einzuholen. Dabei werden vor allem jüngere Professionelle Entscheider zu weiteren Schritten aktiviert. Sie haben noch öfter als ihre älteren Kollegen aufgrund ihrer Lektüre beim Anbieter weitere Informationen eingeholt oder mit anderen über diese Informationen gesprochen.