



Zwischen Inhalt und Digitalem: Die wichtigsten Erkenntnisse der Leserbefragung

Regelmäßig stellen Verlag und Redaktion die *massivUMFORMUNG* auf den Prüfstand, um zu ermitteln, was den Leserinnen und Lesern wichtig ist und wo deren Interessen liegen. Die aktuelle Leserbefragung zeigt, wie das Medium in vier zentralen Bereichen abschneidet: Die Ergebnisse bieten Einblick in die Zufriedenheit der Leserinnen und Leser sowie in die Mehrwerte, die das Magazin bietet. Auch die inhaltliche Qualität und grafische Gestaltung wurden unter die Lupe genommen. Darüber hinaus gibt die Befragung Aufschluss über das Leserverhalten und die Nutzung des Magazins, sowohl in gedruckter als auch in digitaler Form.

AUTOR



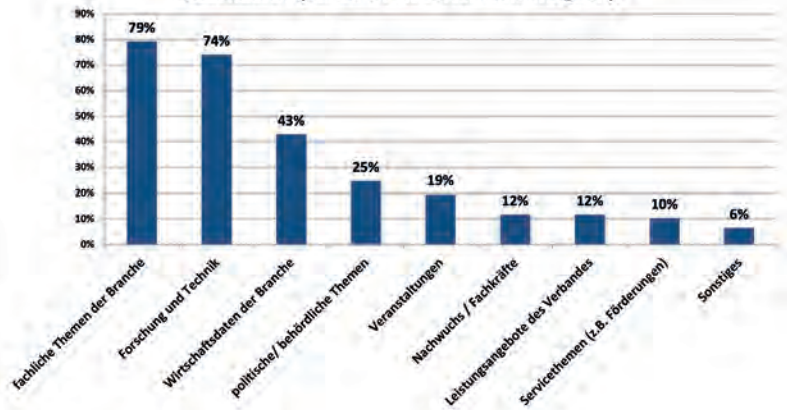
Daniel Günther

ist seit 2005 Inhaber der Agentur
DIALOG Public Relations
mit Sitz in Bremen und Berlin

Wie nutzen Sie die Zeitschrift massivUMFORMUNG?



Welche der folgenden Themenbereiche interessieren Sie besonders? (bis zu 3 Antworten sind möglich)



ZUFRIEDENHEIT UND MEHRWERTE

Die allgemeine Zufriedenheit mit der massivUMFORMUNG ist weiterhin hoch. Die Befragten geben dem Medium 4,2 von 5 Sternen. Gleiches gilt für die Mehrwerte, die die Leserinnen und Leser aus dem Magazin mitnehmen. So geben fast 93 Prozent der Befragten an, sehr zufrieden oder zufrieden mit dem informativen Wert des Magazins zu sein. Der praktische Nutzen wird von knapp 20 Prozent als sehr zufriedenstellend bewertet, 52 Prozent geben an, zufrieden zu sein, und 23 Prozent bewerten den praktischen Nutzen als neutral. Die Relevanz der Inhalte gibt ein ähnliches Bild ab: So sind es knapp 19 Prozent der Befragten, die sehr zufrieden mit der Relevanz der Themen sind, 63 Prozent sind zufrieden und 17 Prozent geben eine neutrale Bewertung ab. In der Kategorie „Inspiration und Ideen“ zeigen sich 15 Prozent der Leserinnen und Leser sehr zufrieden, 50 Prozent zufrieden und 31 Prozent neutral. Die Ergebnisse machen deutlich, dass die Leserinnen und Leser eine hohe Zufriedenheit mit unserem Magazin und dessen Inhalten empfinden.

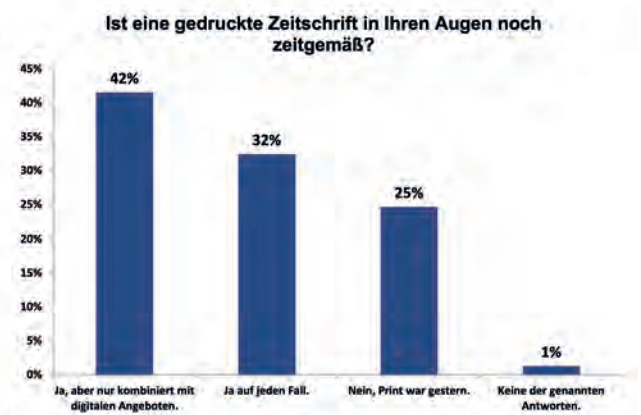
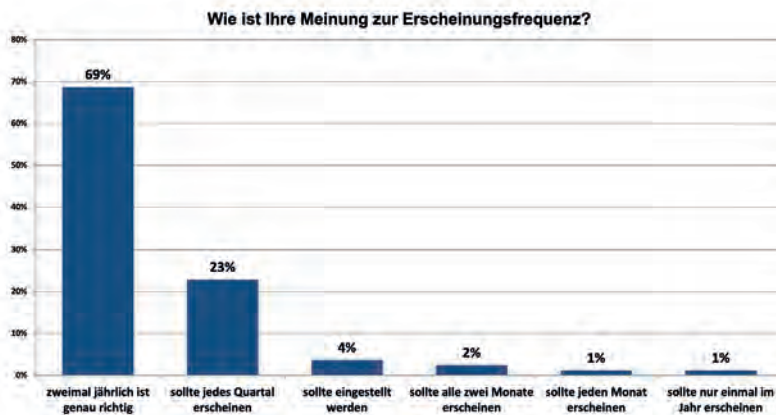
Neben der Zufriedenheit stand auch die Erscheinungsweise der Zeitschrift im Fokus. Aktuell erscheint die massivUMFORMUNG zweimal jährlich. Diese Frequenz empfinden mehr als zwei Drittel (knapp 69 Prozent) als genau richtig. Knapp 23 Prozent der Befragten wünschen sich ein quartalsweises Erscheinen.

INHALT UND GRAFIK

Neben der allgemeinen Betrachtung ging es auch darum, in den verschiedenen Bereichen einen genaueren Blick auf die Lesermeinung zu werfen, um gegebenenfalls Anpassungen am Konzept vorzunehmen. Auf die Frage, inwiefern sich das Themenspektrum der Zeitschriften mit den eigenen beruflichen Interessen deckt, antworten knapp 16 Prozent der Befragten mit „voll und ganz“ und knapp 77 Prozent attestieren, „zu einem großen Teil“ eine Deckung. Die drei Themenbereiche, die bei der Leserschaft auf besonders großes Interesse stoßen, sind:

- fachliche Themen der Branche
- Forschung und Technik
- Wirtschaftsdaten der Branche

Im mittleren Bereich des Interesses liegen politische und behördliche Themen, Veranstaltungen und Nachwuchsthemen der Branche. Für die Übersichtlichkeit des Magazins, sprich die Struktur und die Rubriken, vergeben die Befragten im Schnitt eine Schulnote von 1,7. Der inhaltliche Aufbau, also beispielsweise die Reihenfolge von Themen sowie die Abwechslung zwischen langen und kurzen Texten, wird mit 1,8 bewertet. Für die Ausgewogenheit von Text und Bild erhält das Magazin eine 2,0. Auf die Frage, ob Texte ansprechend formuliert sind und Lust darauf machen, sie zu lesen, vergeben die Befragten die Schul-



note 1,9 – genauso wie für Qualität beziehungsweise Niveau der Themenzusammenstellung. Die Zahlen deuten darauf hin, dass es der Redaktion gelingt, eine relevante Themenauswahl für die Zielgruppen zusammenzustellen. Für die grafische Gestaltung des Magazins vergeben die Befragten 2,8 von 5 Punkten: Dies bedeutet ein Signal für die Notwendigkeit der optischen Modifizierung des Mediums.

LESEVERHALTEN UND NUTZUNG

Aufschlussreich sind die Ergebnisse zur Nutzung der Zeitschrift: So geben 41 Prozent der Befragten an, nicht gezielt nach Themen zu suchen, beim Durchblättern jedoch auf Beiträge zu stoßen, die sie lesen. Knapp 32 Prozent der Leser hingegen schauen zunächst ins Inhaltsverzeichnis und suchen dort gezielt Artikel, die für sie wichtig sind. 15 Prozent der Befragten geben an, das Magazin von vorne bis hinten zu lesen. Etwa 12 Prozent der Befragten blättern das Heft nur kurz durch und lesen kaum ganze Artikel. Bei der Frage, wieviel Zeit sich die Leserinnen und Leser nehmen, um das Magazin zu lesen, geben 43 Prozent an, bis zu 30 Minuten, und 36 Prozent geben an, bis zu einer Stunde in der Zeitschrift zu lesen. Bei 60 Prozent der Befragten liegt die

massivUMFORMUNG im Unternehmen oder der Organisation aus, und knapp 57 Prozent geben an, dass das Magazin sogar in den Umlauf geht. Das Heft erfährt bei etwa 39 Prozent auch eine langfristige Wirkung, indem sie das Magazin archivieren, um es später noch einmal hervorzuholen und Informationen nachzuschlagen.

DIGITALES

77 Prozent der Befragten geben an, die Zeitschrift analog zu lesen, knapp 23 Prozent nutzen das bestehende Onlineangebot und lesen das Magazin digital. Die Frage, ob ein gedrucktes Magazin noch zeitgemäß ist, beantwortet ein Drittel mit einem klaren Ja, zusätzliche 42 Prozent der Zustimmungden wünschen sich jedoch eine Kombination mit digitalen Angeboten. Ein Viertel der Befragten empfinden eine Printausgabe als nicht mehr zeitgemäß. Eine Mehrheit von 52 Prozent der Befragten wünscht sich zusätzlich zur gedruckten Zeitschrift weitere digitale Angebote. Damit wird deutlich, dass sowohl Print als auch Digital gewünscht ist. Darin liegen für Verlag, Redaktion und den Verband wichtige Potenziale für die Weiterentwicklung der Fachzeitschrift als wichtiges Leitmedium der Branche.

Wie lesen Sie die Zeitschrift überwiegend?

