

VDI nachrichten Titelportrait

AWA 2009 – LAE 2009 – Anzeigenpreise 2010
März 2010



VDI nachrichten in der LAE Highlights



Die VDI nachrichten sind der beste LAE-Titel nach Affinität und Wirtschaftlichkeit* zur Ansprache des technischen Managements.

43 Prozent der VDI nachrichten-Leser sind Entscheidungsträger im Mittelstand – keine andere LAE-Zeitung besitzt einen höheren Anteil. Und keine andere überregionale Zeitung erreicht diese Zielgruppe wirtschaftlicher*.

VDI nachrichten auf Rangplatz Nr. 1 – bester LAE-Zeitungstitel nach Affinität und TKP*:

- Mittelstand
- Technisches Management
- Entscheider Nachhaltigkeit
- Technische & kaufmännische Geschäftsführung
- Leitende Angestellte

Quelle: LAE 2009, * TKP-Basis: Zeitungen 1/3 Seite 4c,, Magazine 1/1 Seite 4c, Bruttopreise 2010

VDI nachrichten in der AWA Highlights



VDI nachrichten auf Rangplatz Nr. 1 – höchster Leserschaftsanteil unter allen AWA-Titeln:

- Leser mit Hochschulabschluss
- TOP 10 Berufstätige nach dem gesellschaftlich-wirtschaftlichen Status
- Leitende Angestellte
- Top-Profis in Technik und Wissenschaft

Höchster Zielgruppen-Anteil unter allen AWA-Zeitungen:

- Innovatoren und Trendsetter – Opinion-Leader für den Massenmarkt

Quelle: AWA 2009

DAS WESENTLICHE.
WÖCHENTLICH.

Das Wesentliche. Wöchentlich.

- VDI nachrichten. Das unverzichtbare Medium für die Top-Entscheider aus dem Technischen Management.
- Sie ist die einzige Wochenzeitung Deutschlands, die aktuell, exklusiv und umfassend über die Themenfelder Innovation, Gesellschaft, Wirtschaft und Technologie berichtet. Hinzu kommen das Magazin Ingenieur Karriere und Sonderbeilagen mit Schwerpunktthemen.
- VDI nachrichten. Die aufregendste Wochenzeitung Deutschlands – für das Technische Management.



■ TECHNIK & GESELLSCHAFT

Das technische Management ist der entscheidende Innovationstreiber in Deutschland. Im Zeitungsteil „Technik & Gesellschaft“ erfährt der Leser die neuesten Informationen und technischen Trends und bekommt die Wechselwirkungen zwischen wirtschaftlich Machbarem und der gesellschaftlichen Akzeptanz aufgezeigt. Die Redaktion weist frühzeitig auf Persönlichkeiten und Innovatoren hin, die mit ihren Ideen und Taten die Diskussion und Entscheidungen prägen werden.

■ TECHNIK & WIRTSCHAFT

Die Redaktion und ihr Expertennetzwerk zeigen, wie Unternehmen Märkte bewegen, welche Produkte den Wettbewerb prägen. Die Berichterstattungsbreite reicht vom Blick ins Forschungslabor bis zu Marktstudien, von der Informations- und Kommunikationsbranche über Energie, Umwelt, Verkehr und Bau bis zur Fahrzeugtechnik und Maschinenbau. Ob Gentechnik oder Internet: Bereits wenn sich etwas Neues im Technologiemarkt andeutet, sind in Technik & Wirtschaft die Analysen, Hintergründe und Perspektiven zu finden.

■ TECHNIK & FINANZEN

Wo wird investiert, wer finanziert, wie wird finanziert und wo schaffen Investitionen neue Arbeitsplätze? Antworten auf diese Fragen stehen im Zeitungsteil „Technik & Finanzen“. Diese Informationen bieten Nutzen sowohl im geschäftlichen, im beruflichen als auch im privaten Bereich. Finanzexperten, Konzernchefs, Investoren und Gründer zeigen, wie sie anlegen, vorsorgen und versichern.

■ MANAGEMENT & KARRIERE

Die VDI nachrichten berichten über den Arbeitsmarkt und Managementtrends sowie Weiterbildung, Vergütung u.a. und bieten viele weitere Services für die Karriere. Junior- und Senior-Professionals profitieren nicht nur von der Karriereberatung – sondern auch von dem wöchentlichen großen Stellenmarkt für technische Fach- und Führungskräfte.

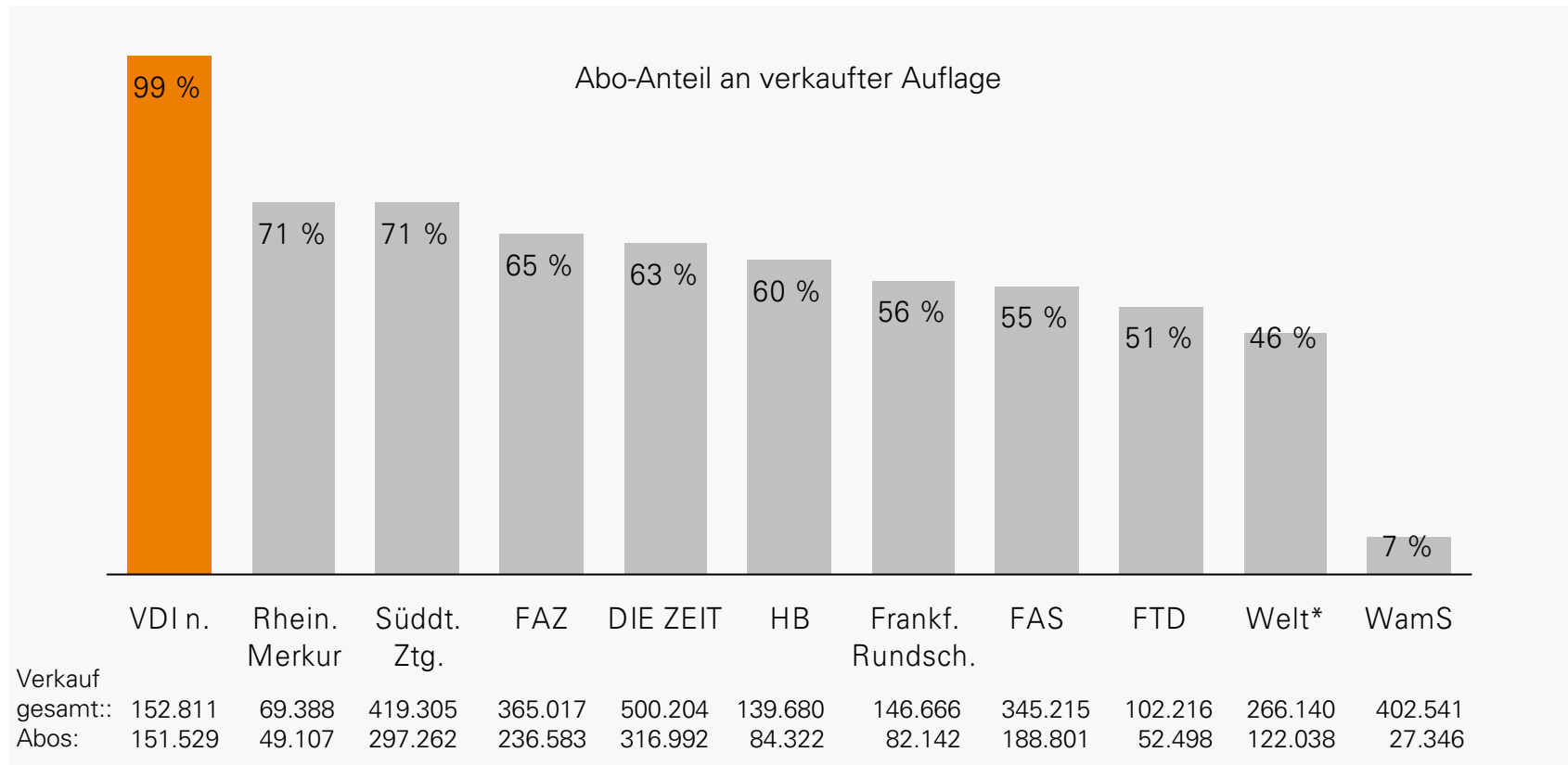
■ INGENIEUR KARRIERE

Das Magazin für Hochschul-Absolventen und junge Ingenieure. Alles zum Thema Einstieg und Aufstieg liefert Ingenieur Karriere, die direkt an den Hochschulen ausliegt und als Beilage in den VDI nachrichten erscheint.

■ SONDERBEILAGEN

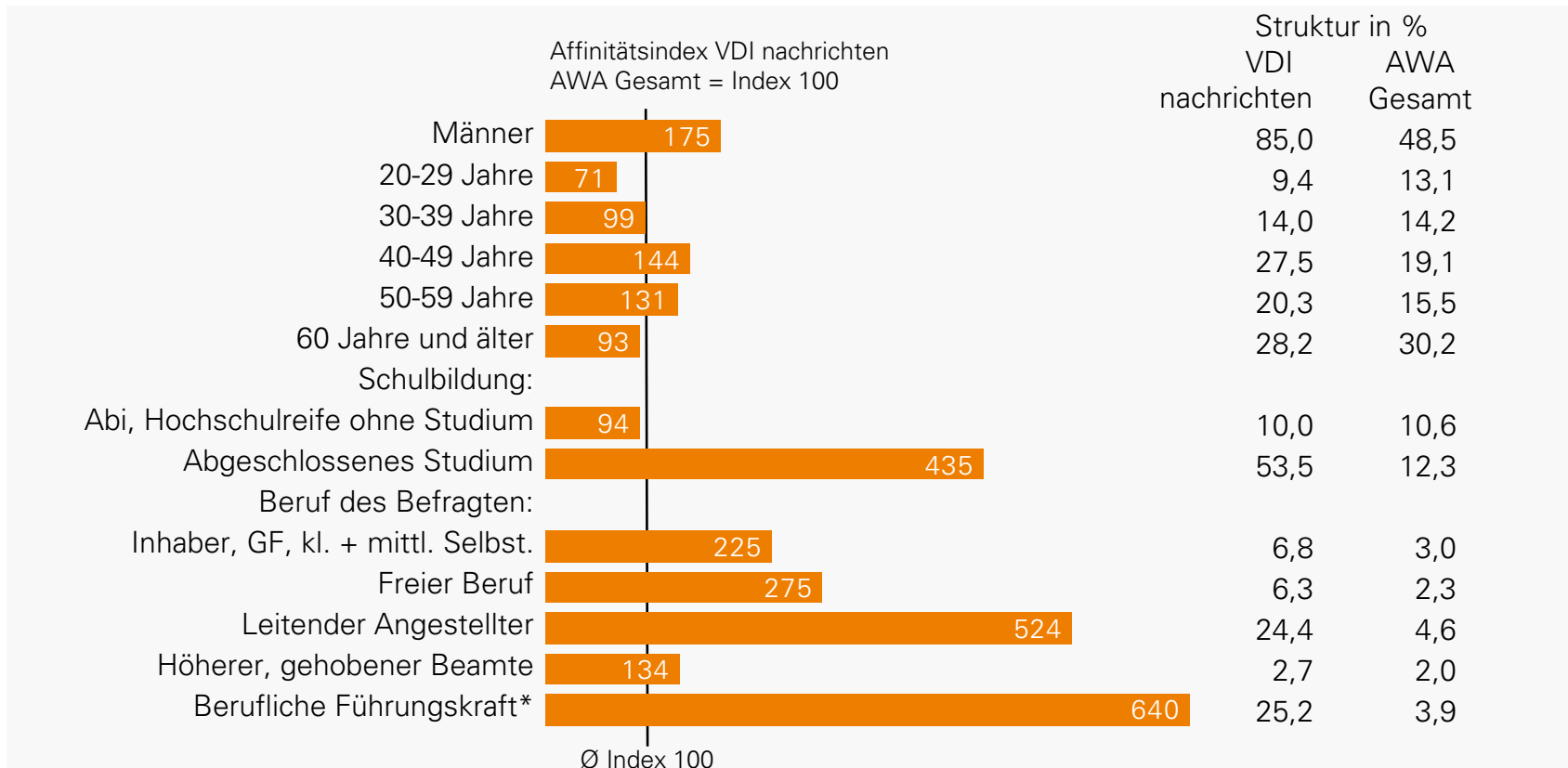
Schwerpunkthemen zeigen Tendenzen und Entwicklungen in bedeutenden wirtschaftlich-technischen Bereichen auf. Diese vertiefende Berichterstattung ist im Jahresprogramm ausgewiesen, wird aber zusätzlich gemäß aktuellen Entwicklungen ergänzt.

99 % Abos – höchster Anteil unter allen überregionalen Tages- und Wochenzeitungen



Quelle: IVW Ø I.-IV. Quartal 2009, Ausgaben TZ: mo-fr, * Die Welt + Welt Kompakt

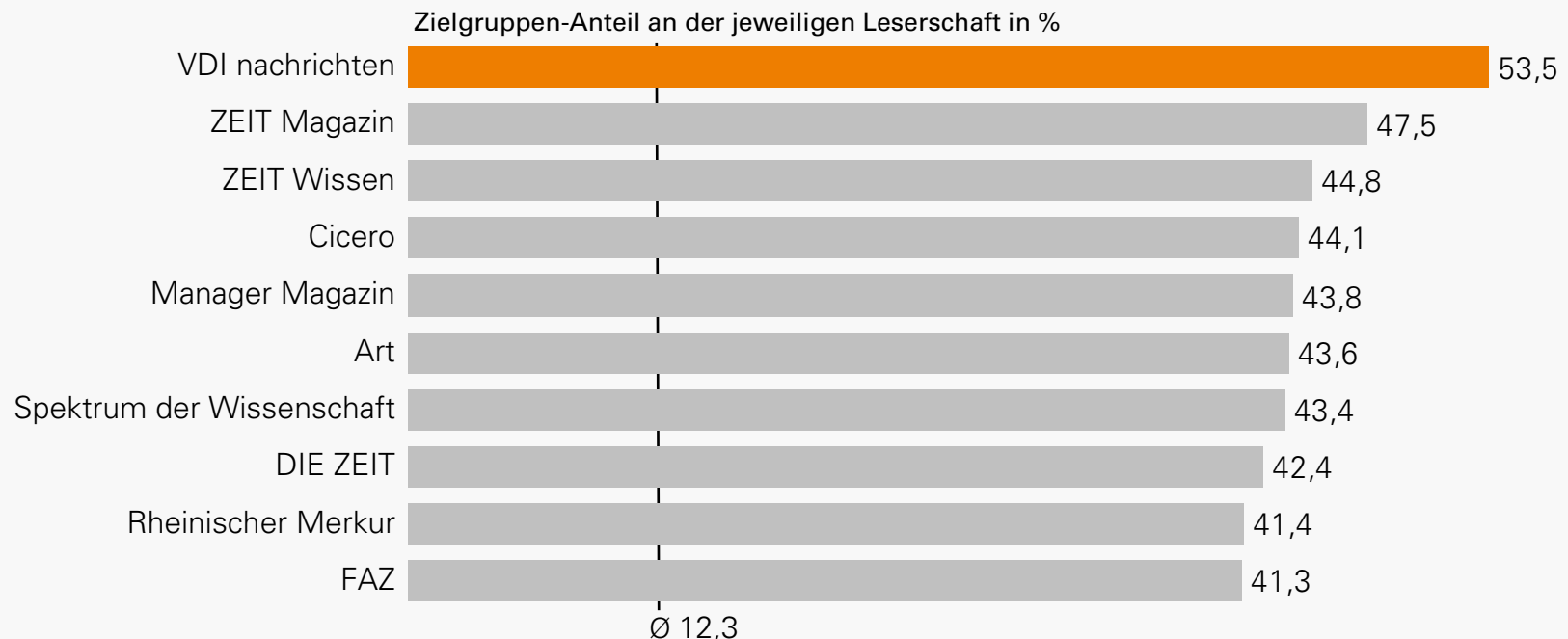
296 Tausend Leser – bestens gebildet und in entscheidenden beruflichen Positionen



Quelle: AWA 2009, * Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status hoch (Stufe 1+2) UND Hauptverdiener-Netto-Einkommen 2.500 Euro und mehr UND berufstätig UND Beruf des Befragten: Selbst., Freie Berufe, Leitende Angestellte, gehobene/ höhere Beamte

Kein anderer Titel hat einen höheren Anteil an Lesern mit Hochschulabschluss

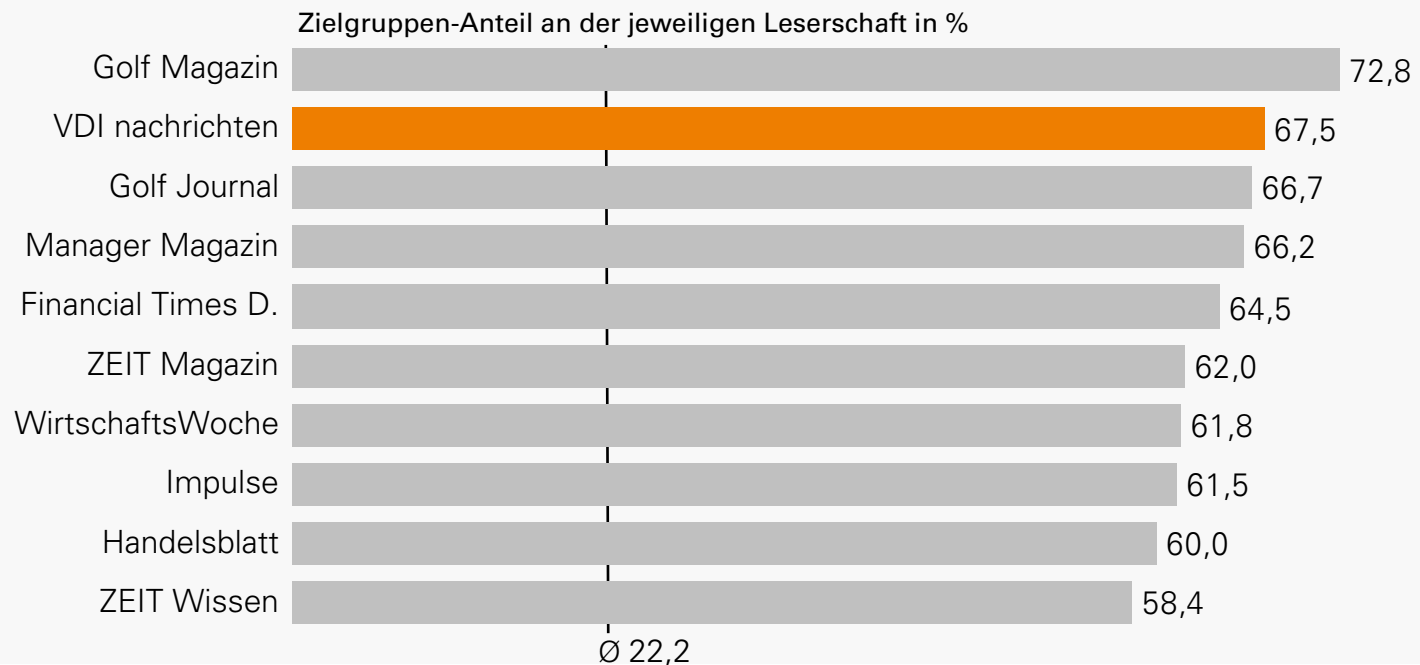
Zielgruppe: Abgeschlossenes (Fach-) Hochschulstudium
= 7.973 Tsd. Personen (12,3% von AWA Gesamt)



Quelle: AWA 2009, TOP 10 Printmedien unter den rund 280 AWA-Titeln nach Zielgruppen-Affinität

Vom gesellschaftlich-wirtschaftlichen Status ganz weit oben

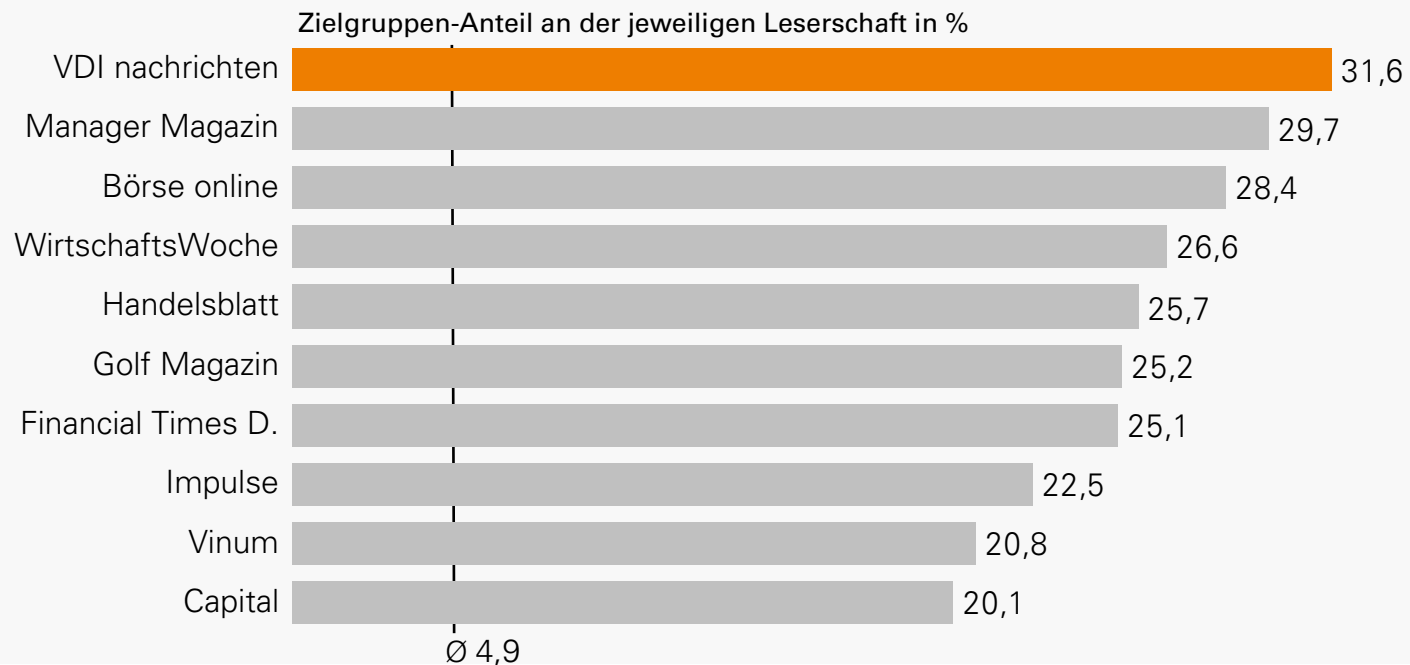
Zielgruppe: Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status Stufe 1+2 (oben, wirtschaftlich leistungsfähigste und gebildetste Schicht) = 14.396 Tsd. Personen (22,2% von AWA Gesamt)



Quelle: AWA 2009, TOP 10 Printmedien unter den rund 280 AWA-Titeln nach Zielgruppen-Affinität

Ganz oben bei den beruflich Erfolgreichen

Zielgruppe: Vollzeit Berufstätige unter den Top Ten der Bevölkerung nach dem gesellschaftlich-wirtschaftlichen Status* = 3.170 Tsd. Personen (4,9% von AWA Gesamt)

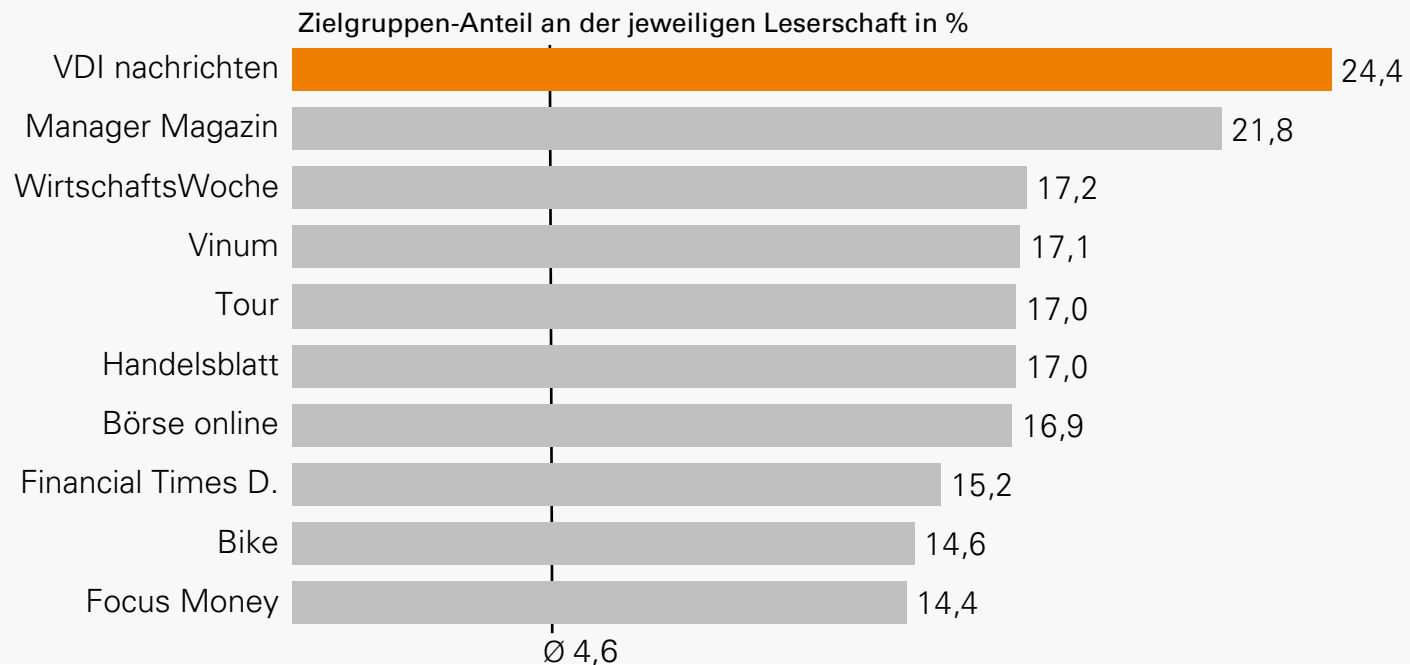


Quelle: AWA 2009, TOP 10 Printmedien unter den rund 280 AWA-Titeln nach Zielgruppen-Affinität

* Vollzeit Berufstätige (35 Std. +), Score-Werte des gesellschaftlich-wirtschaftlichen Status: 111 und mehr

Höchster Anteil an leitenden Angestellten

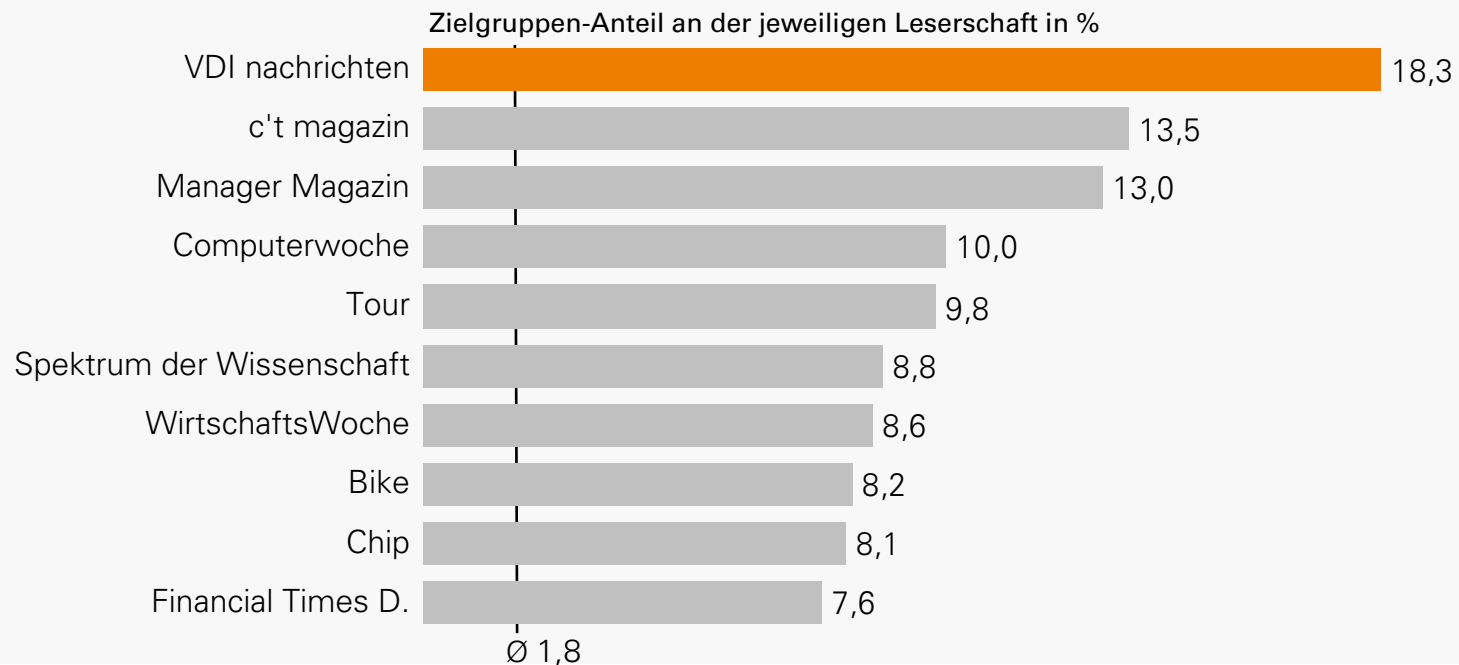
Zielgruppe: Beruf des Befragten: Leitender Angestellter
= 3.012 Tsd. Personen (4,6% von AWA Gesamt)



Quelle: AWA 2009, TOP 10 Printmedien unter den rund 280 AWA-Titeln nach Zielgruppen-Affinität

Top Profis in Technik und Wissenschaft

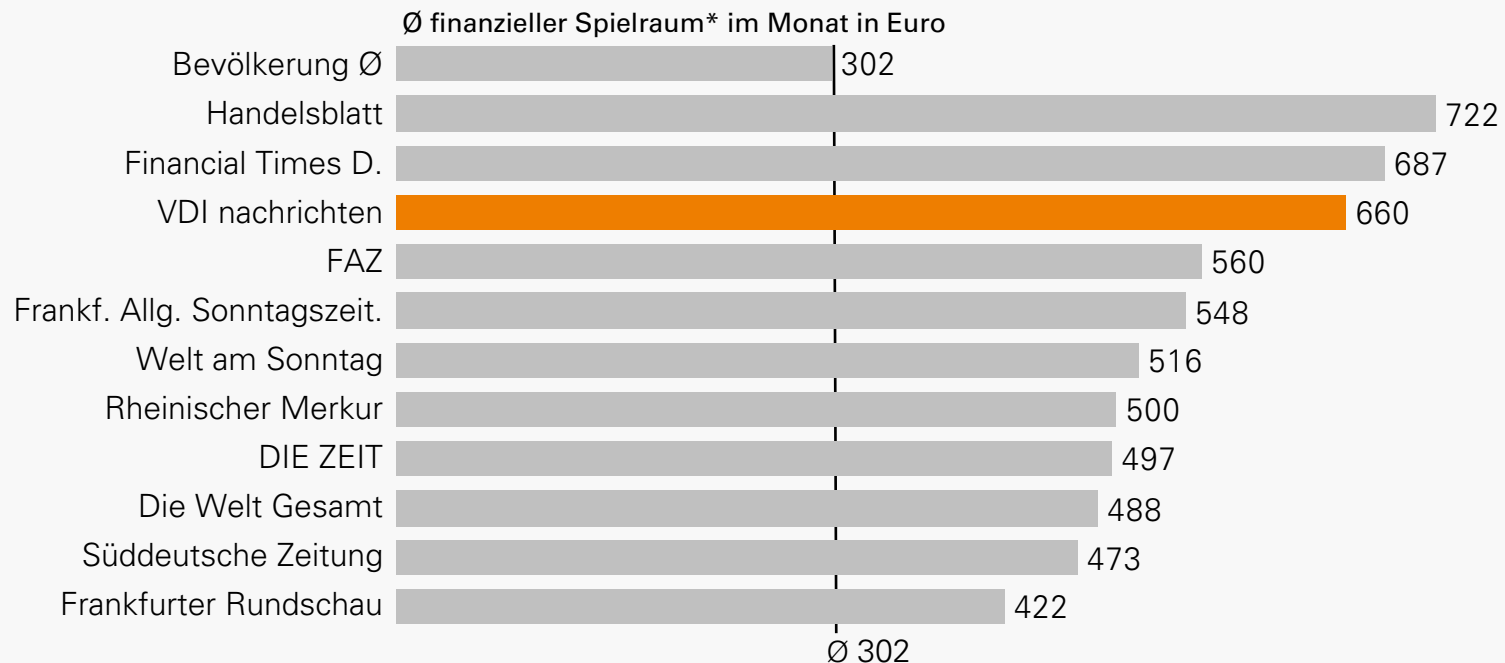
Zielgruppe: Top Profis Ingenieurs-, Naturwissenschaften oder Computer, EDV, Informationstechnologie
= 1.159 Tsd. Personen (1,8% von AWA Gesamt)



Quelle: AWA 2009, TOP 10 Printmedien unter den rund 280 AWA-Titeln nach Zielgruppen-Affinität

Hohe Kaufkraft

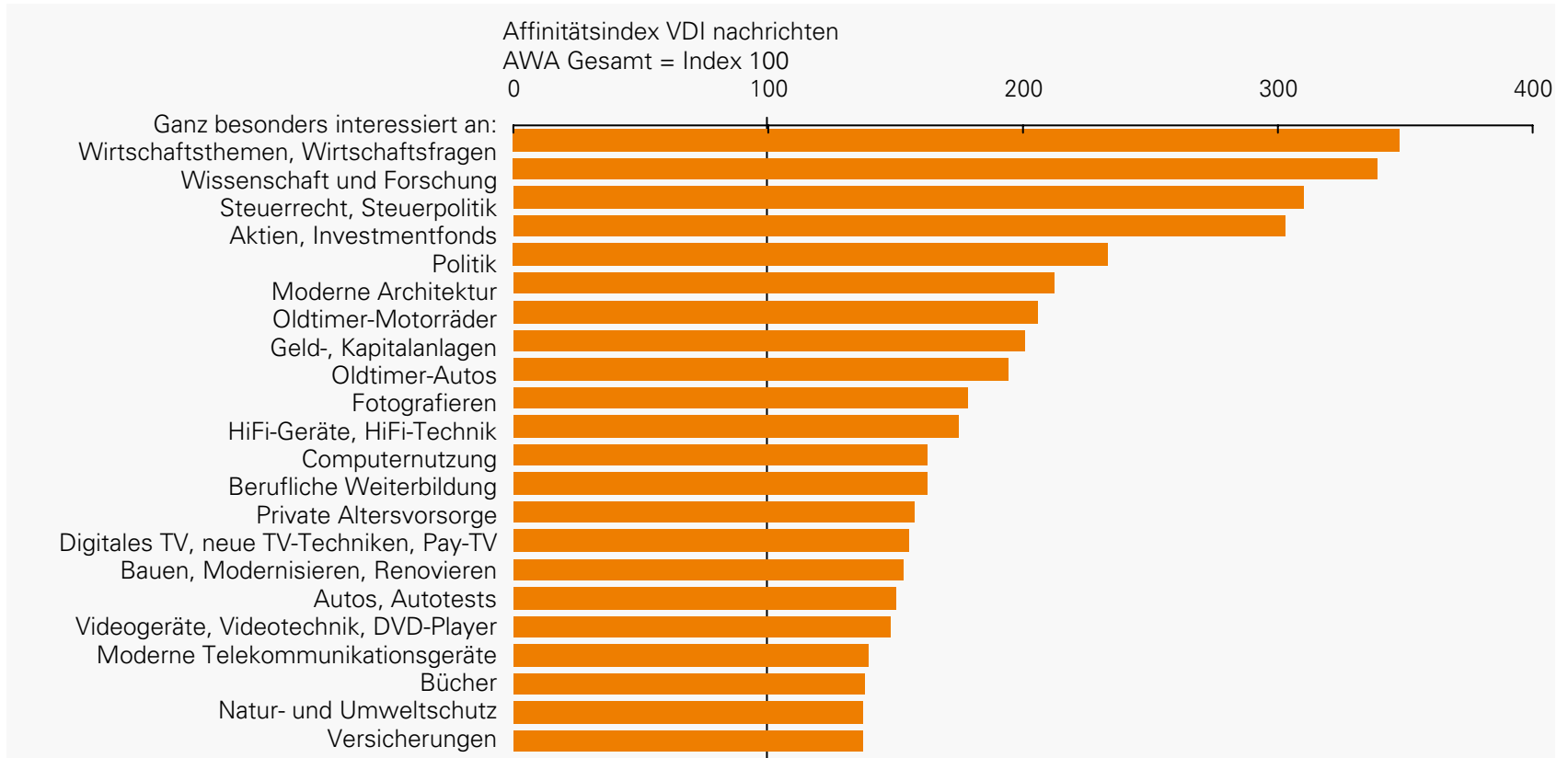
Unter den überregionalen Tages- und Wochenzeitungen nehmen die VDI nachrichten vom finanziellen Spielraum ihrer Leser eine Spitzenposition ein.



Quelle: AWA 2009, überregionale Qualitätszeitungen

* persönlich frei verfügbares Einkommen nach Abzug aller laufenden Kosten wie Miete, Heizung, Kleidung, Essen und Trinken

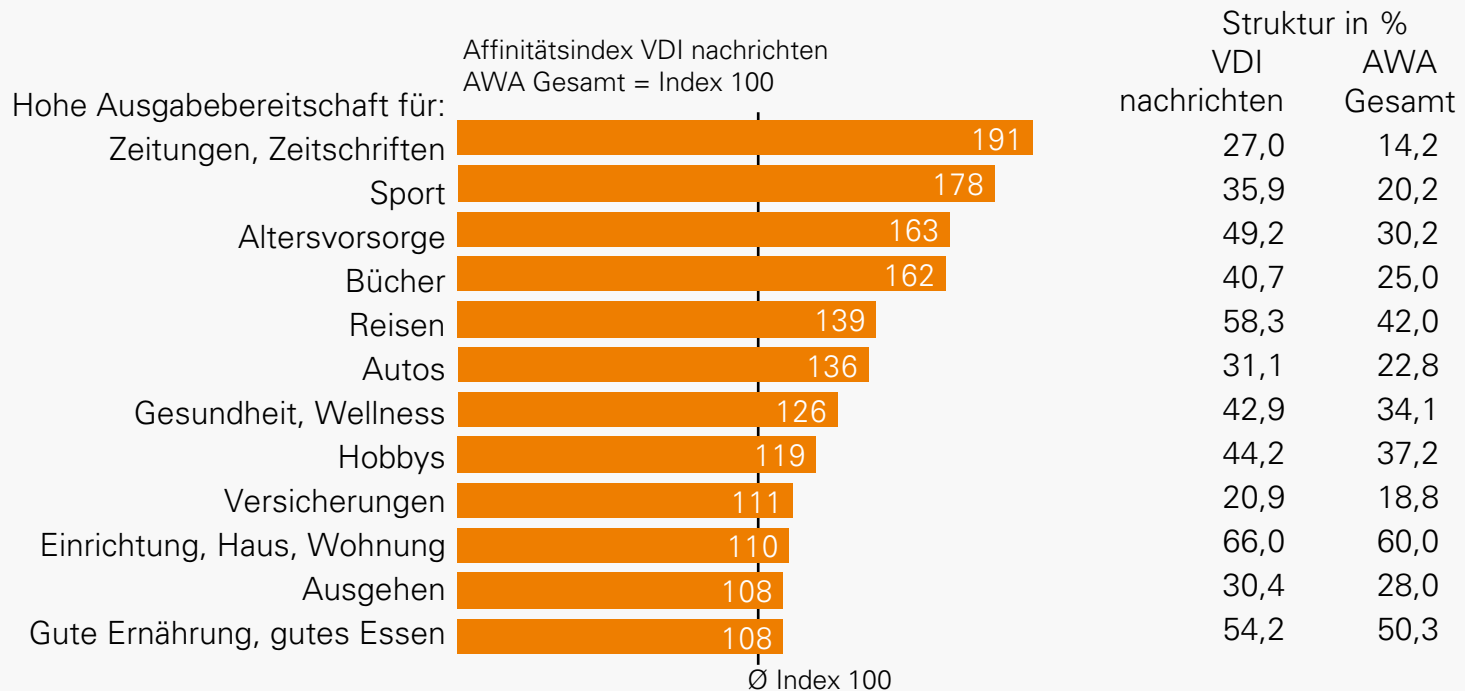
Nicht nur an Technik und Wissenschaft interessiert



Quelle: AWA 2009

Ausgabefreudig und vorsorgend

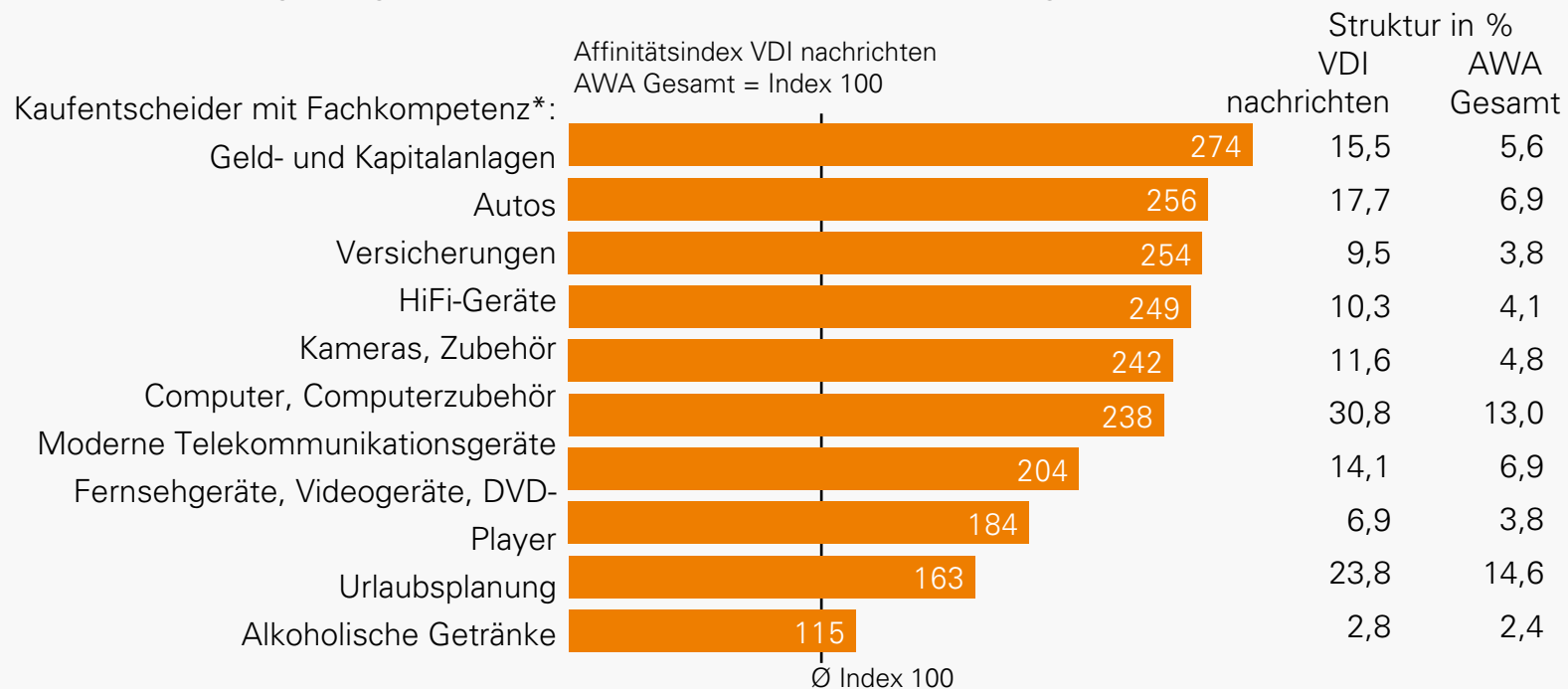
VDI nachrichten-Leser legen ihr Geld an, haben aber auch Spaß daran, es für die schönen Dinge im Leben auszugeben.



Quelle: AWA 2009

Kaufentscheider mit Fachkompetenz

VDI nachrichten-Leser haben ein starkes Interesse an Technik und Finanzen, werden öfter um Rat gefragt und treffen hier Kaufentscheidungen.

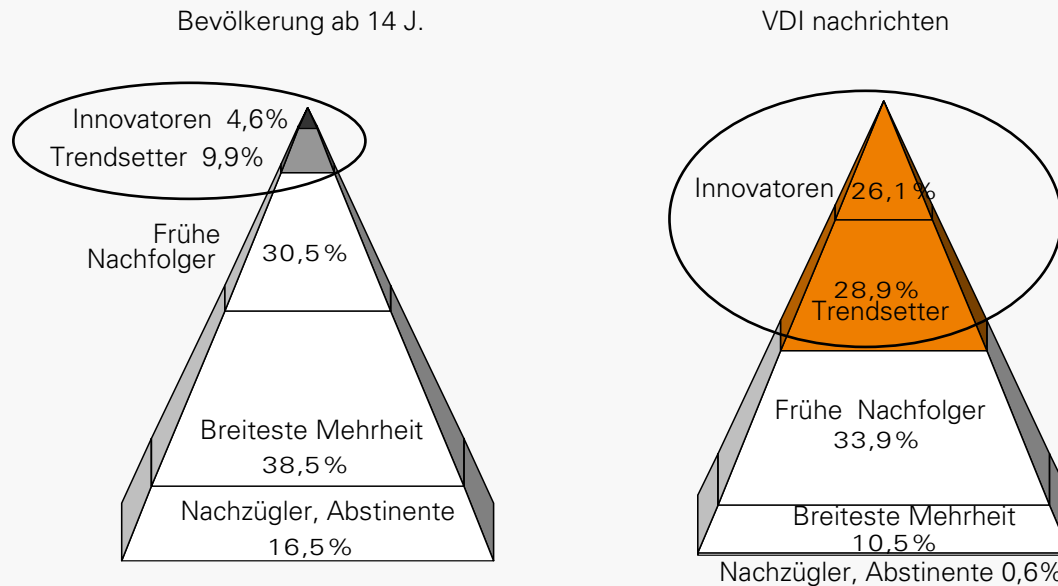


Quelle: AWA 2009

* Kaufentscheider mit besonders hohem Produktinformationsinteresse, die gleichzeitig Ratgeber/Experten sind

Innovatoren und Trendsetter – Opinion-Leader für den Massenmarkt

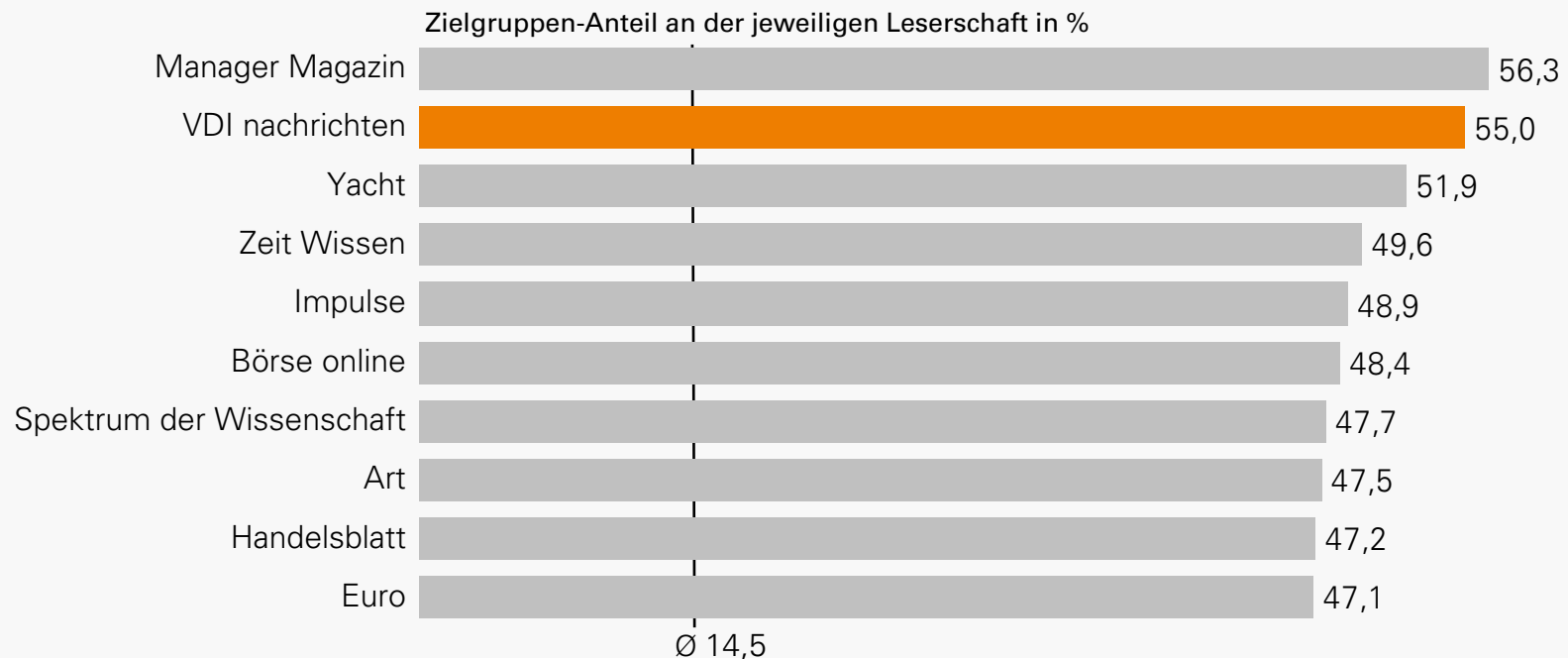
Nur 15 Prozent der Bevölkerung zählt zu den Innovatoren und Trendsettern. In der Leserschaft von VDI nachrichten sind es dagegen beachtliche 55 Prozent.



Quelle: AWA 2009

Top bei Opinion-Leadern für den Massenmarkt

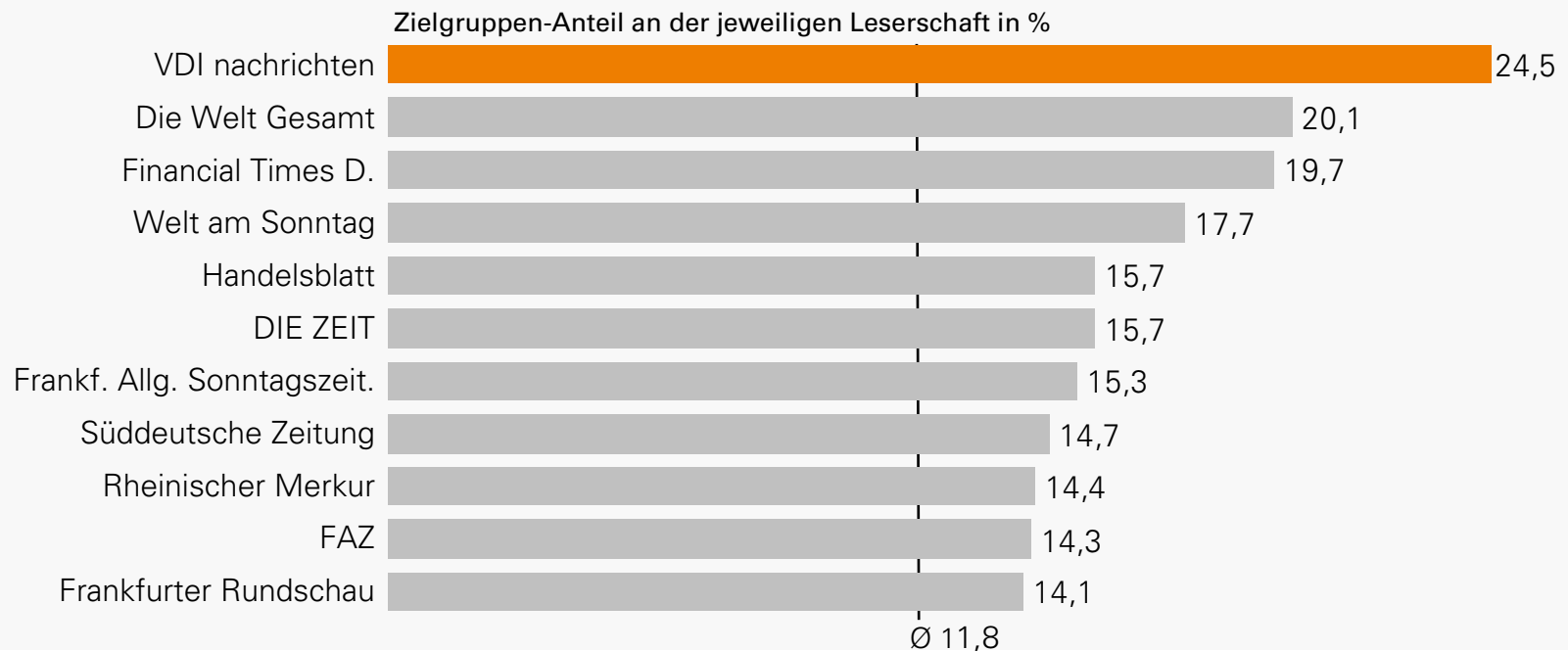
Zielgruppe: Innovatoren, Trendsetter
= 9.435 Tsd. Personen (14,5% von AWA Gesamt)



Quelle: AWA 2009, TOP 10 Printmedien unter den rund 280 AWA-Titeln nach Zielgruppen-Affinität

Meinungsbildende Technik-Fans

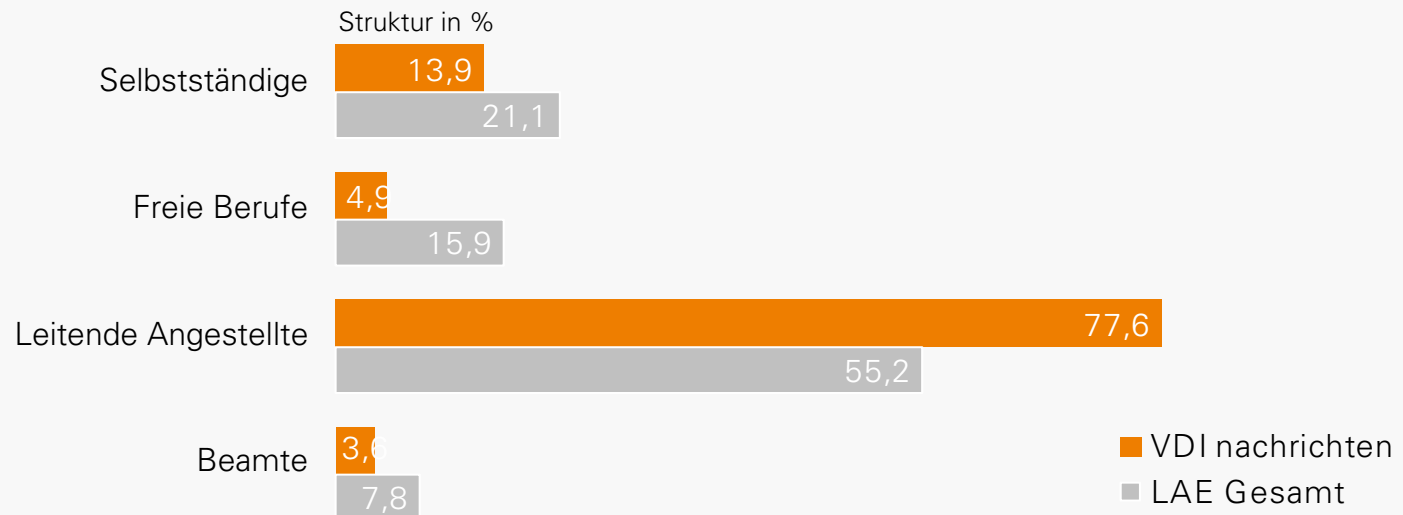
Zielgruppe: TAPs – Technically advanced persons
= 7.670 Tsd. Personen (11,8% von AWA Gesamt)



Quelle: AWA 2009, überregionale Qualitätszeitungen

Entscheider der Wirtschaft

Die VDI nachrichten erzielen in der LAE 2009 eine Gesamt-Reichweite von 176 Tausend Entscheidungsträgern (7,3%). Diese Leser sind vorwiegend leitende Angestellte. Mit 78% liegt ihr Anteil weit über dem LAE-Durchschnitt.



Quelle: LAE 2009

Leitende Angestellte – bester LAE-Titel nach Affinität und TKP*



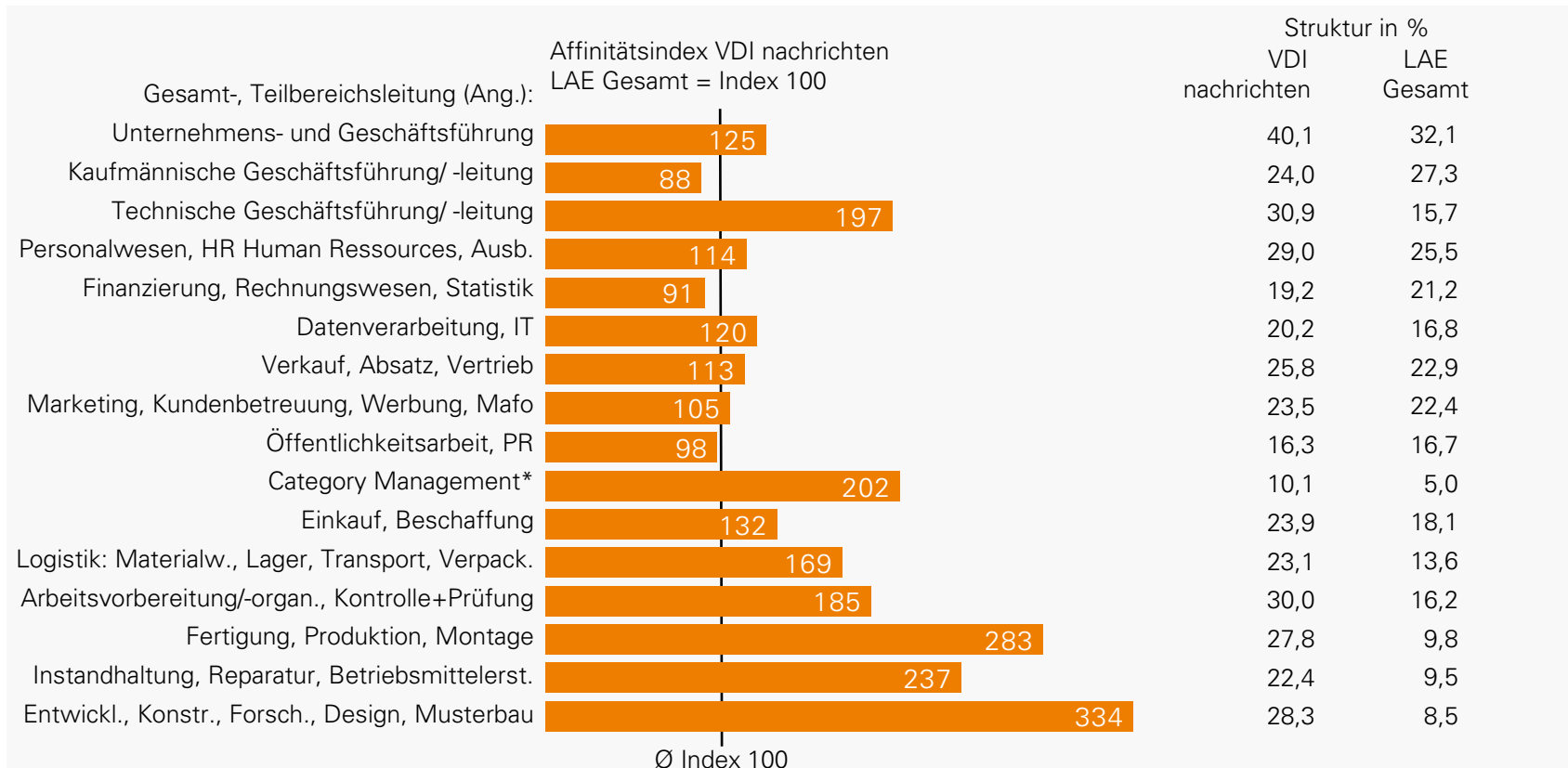
Zielgruppe: Leitende Angestellte Gesamt
 = 1.322 Tsd. Personen (55,2% von LAE Gesamt)

	Affinitätsindex LAE Gesamt = Index 100	Struktur in %		1000-Kontakt-Preis* in Euro	Reichweite in %
VDI nachrichten	141	77,6	VDI nachrichten	84	10,3
Financial Times D.	135	74,6	Handelsblatt	91	16,1
Manager Magazin	134	74,0	Creditreform	101	8,7
Handelsblatt	129	71,4	FAZ	111	14,3
Brand eins	124	68,3	Die Welt	116	8,3
FAZ	124	68,2	Süddeutsche Zeitung	120	13,6
Börse online	120	66,2	WirtschaftsWoche	128	14,4
Süddeutsche Zeitung	118	65,2	Manager Magazin	132	13,0
WirtschaftsWoche	117	64,4	Handwerk magazin	141	7,1
Frankf. Allg. Sonntagszeit.	116	63,9	Frankf. Allg. Sonntagszeit.	144	9,1

Quelle: LAE 2009, TOP 10 unter allen Zeitungen und Magazinen der LAE nach Affinität bzw. Wirtschaftlichkeit

* TKP-Basis: Zeitungen 1/3 Seite 4c, Magazine 1/1 Seite 4c, Bruttopreise 2010

Entscheider in Leitungspositionen



Quelle: LAE 2009, * Strategische Führung von Warengruppen durch Handel und Hersteller

Technisches Management – bester LAE-Titel nach Affinität und TKP*



Zielgruppe: Gesamt-/ Teilbereichsleitung technische Unternehmens-/ Geschäftsführung
 = 376 Tsd. Angestellte (15,7% von LAE Gesamt)

	Affinitätsindex LAE Gesamt = Index 100	Struktur in %		1000-Kontakt-Preis* in Euro	Reichweite in %
VDI nachrichten	197	30,9	VDI nachrichten	211	14,5
Manager Magazin	138	21,6	Handwerk magazin	342	10,3
Impulse	130	20,3	Handelsblatt	383	13,4
Handwerk magazin	125	19,6	Creditreform	433	7,2
WirtschaftsWoche	121	19,0	Markt und Mittelstand	433	7,5
Markt und Mittelstand	116	18,2	WirtschaftsWoche	435	15,0
Der Handel	113	17,7	Manager Magazin	451	13,4
Brand eins	111	17,4	FAZ	461	12,1
Capital	109	17,2	Focus	493	25,7
Handelsblatt	108	16,9	Süddeutsche Zeitung	505	11,4

Quelle: LAE 2009, TOP 10 unter allen Zeitungen und Magazinen der LAE nach Affinität bzw. Wirtschaftlichkeit

* TKP-Basis: Zeitungen 1/3 Seite 4c, Magazine 1/1 Seite 4c, Bruttopreise 2010

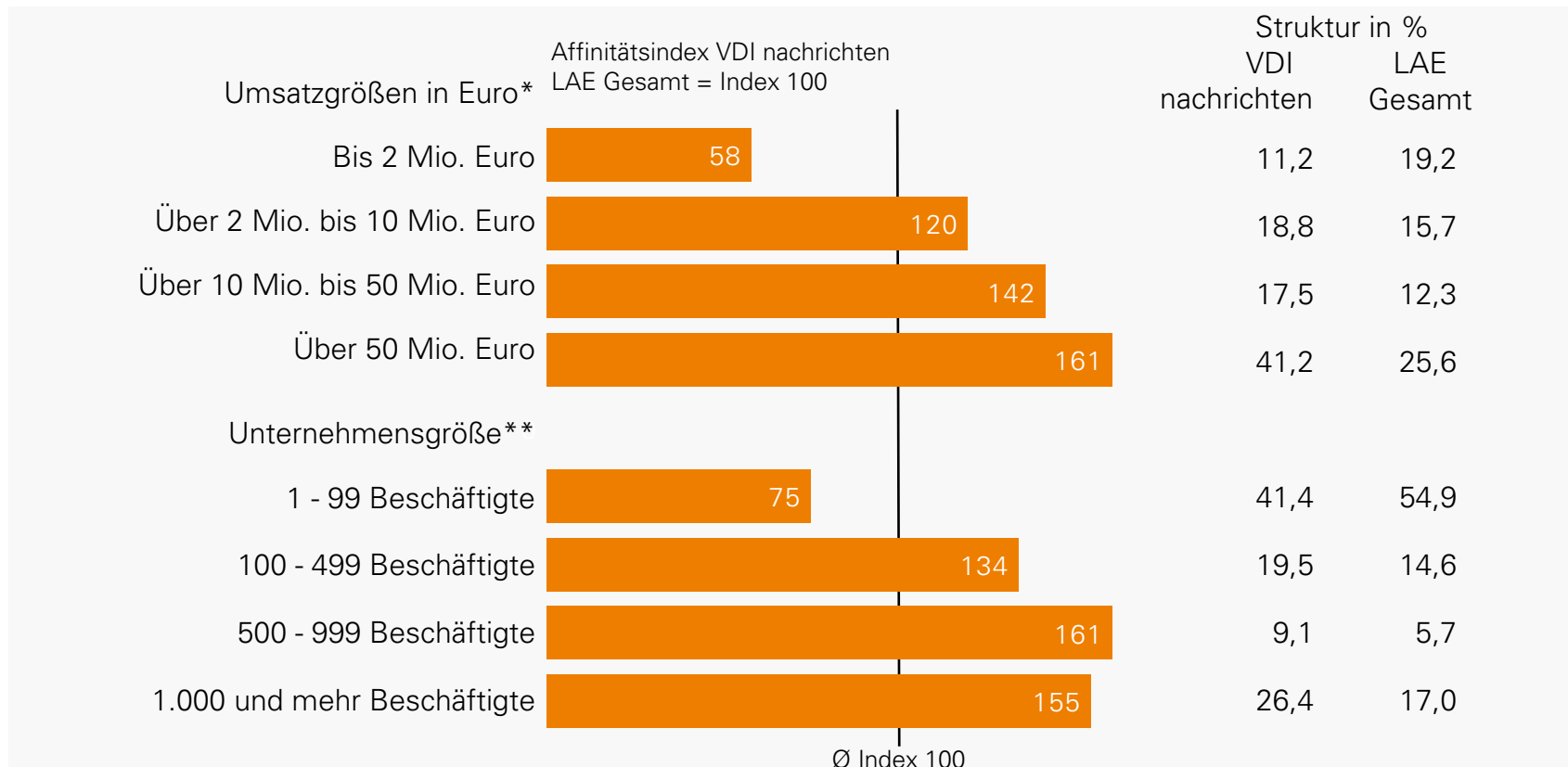
Technische & kaufmännische GF – bester Zeitungstitel nach Affinität und TKP*

Zielgruppe: Gesamt-/ Teilbereichsleitung technische UND kaufmännische Unternehmens-/ Geschäftsführung
= 261 Tsd. Angestellte (10,9% von LAE Gesamt)

	Affinitätsindex LAE Gesamt = Index 100	Struktur in %		1000-Kontakt-Preis* in Euro	Reichweite in %
VDI nachrichten	136	14,9	VDI nachrichten	439	10,0
Euro am Sonntag	127	13,8	Handelsblatt	500	14,8
Frankf. Allg. Sonntagszeit.	124	13,5	FAZ	602	13,4
Financial Times D.	123	13,4	Frankf. Allg. Sonntagszeit.	683	9,7
Handelsblatt	119	13,0	Süddeutsche Zeitung	685	12,1
FAZ	116	12,6	Die Welt	806	6,7
Süddeutsche Zeitung	105	11,4	Financial Times D.	820	6,1
DIE ZEIT	100	10,9	DIE ZEIT	837	9,4
Welt am Sonntag	90	9,8	Welt am Sonntag	1.040	6,8
Die Welt	73	8,0	Euro am Sonntag	2.901	1,5

Quelle: LAE 2009, * TKP-Basis: Zeitungen 1/3 Seite 4c, Bruttopreise 2010

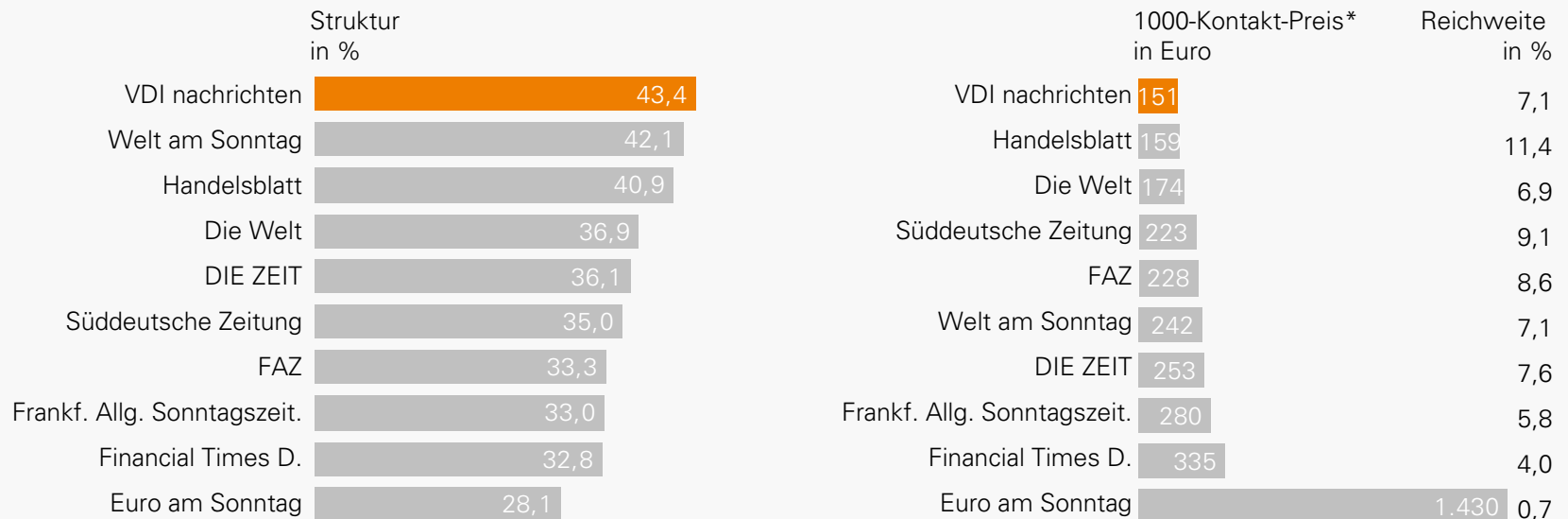
Führungskräfte in mittelständischen und großen Unternehmen



Quelle: LAE 2009, * Selbstständige/ Leitende Angestellte ** Selbstständige/ Freie Berufe/ Leitende Angestellte

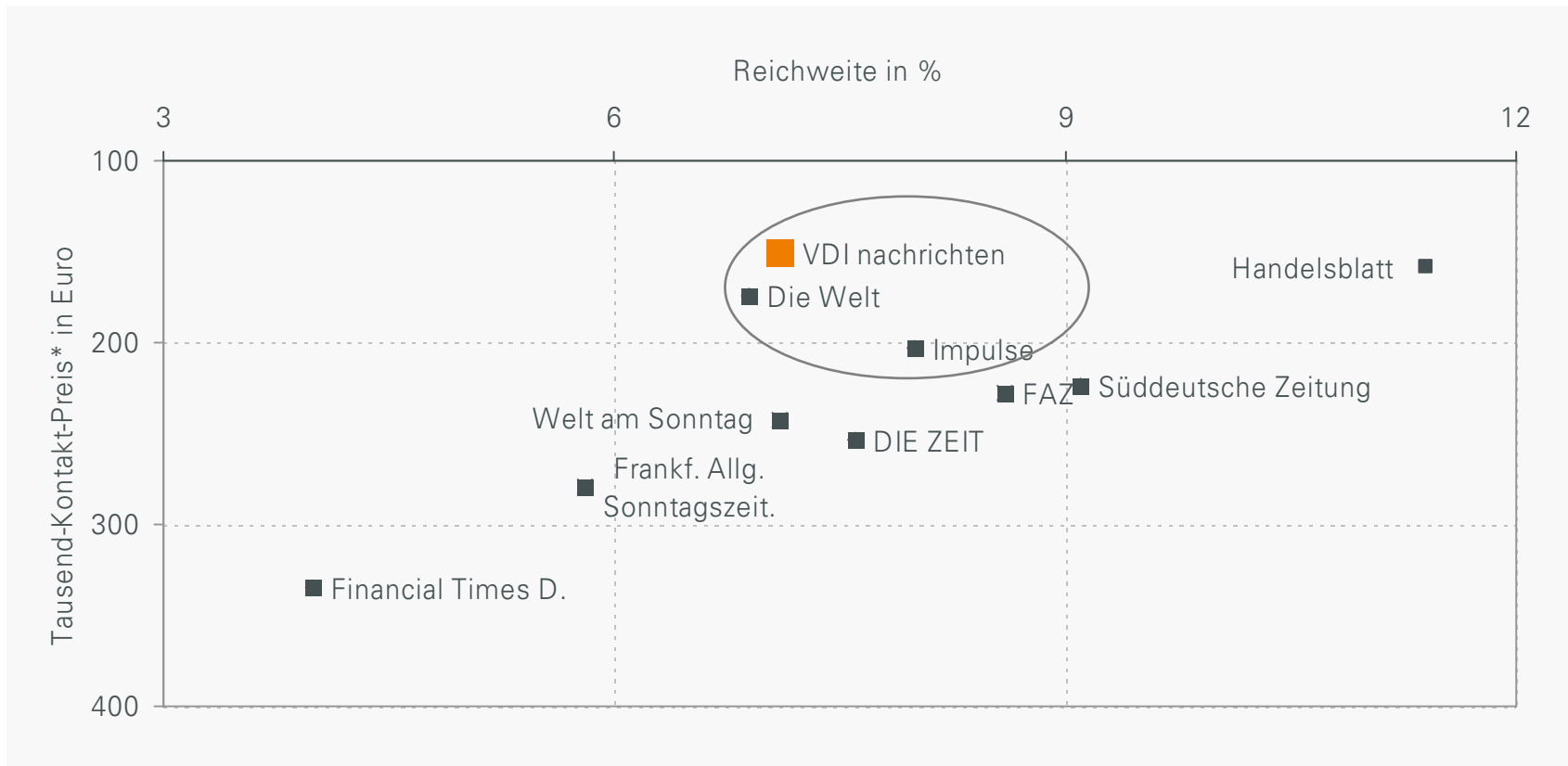
Mittelstand – bester Zeitungstitel nach Affinität und TKP*

Zielgruppe: Mittelstand (KMU) insgesamt (< 500 Beschäftigte und bis 50 Mio. Euro Umsatz)
= 1.066 Tsd. Personen (44,5% von LAE Gesamt)



Quelle: LAE 2009, * TKP-Basis: Zeitungen 1/3 Seite 4c, Bruttopreise 2010

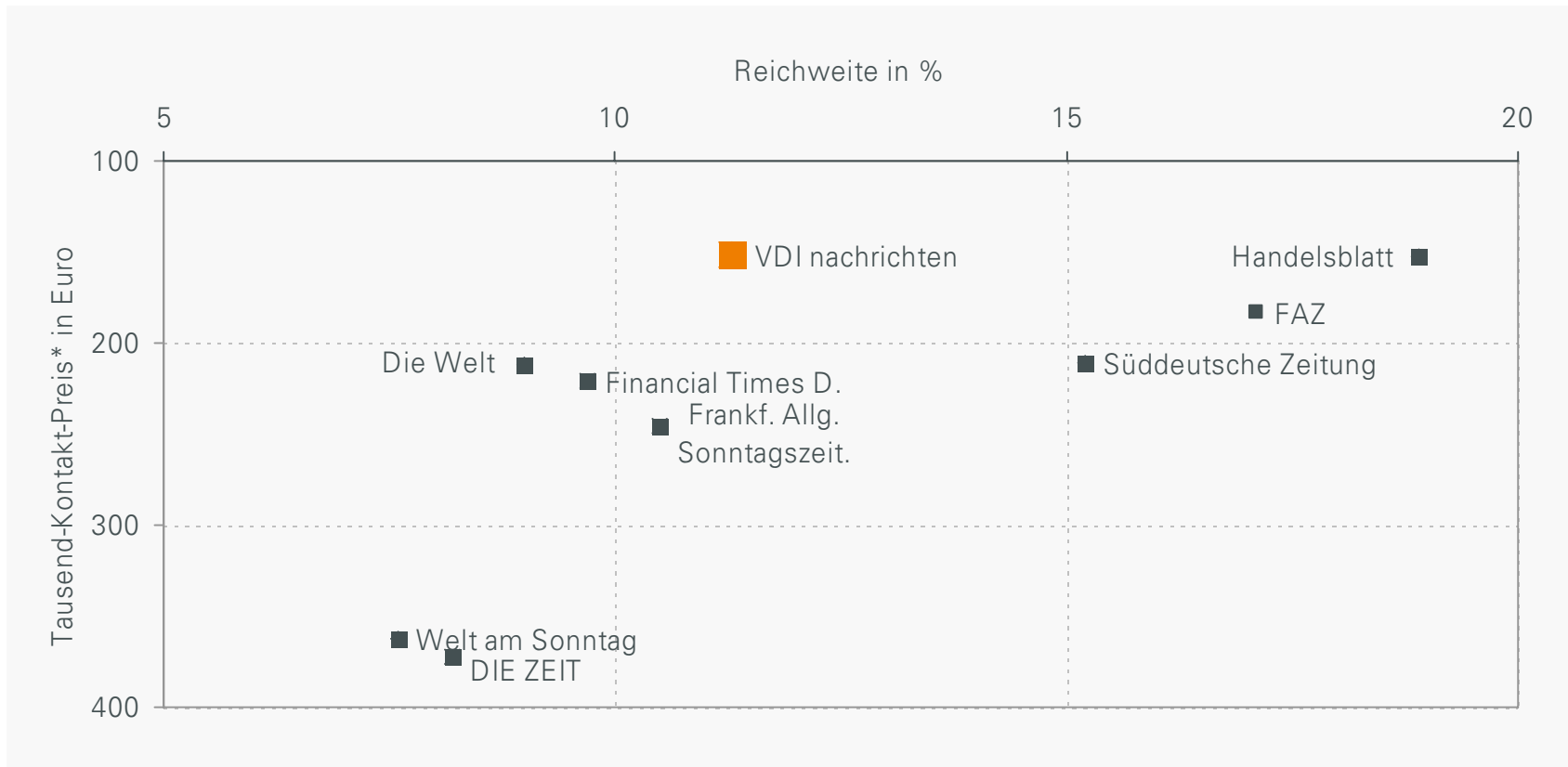
Wirtschaftlichster* Zeitungstitel im Mittelstand (und wirtschaftlicher als Impulse)



Quelle: LAE 2009, * TKP-Basis: Zeitungen 1/3 Seite 4c, Magazine 1/1 Seite 4c, Bruttopreise 2010

Zielgruppe: Mittelstand (KMU) insgesamt (< 500 Beschäftigte und bis 50 Mio. Euro Umsatz) = 1.066 Tsd. Personen (44,5% von LAE Gesamt)

Wirtschaftlichster* Zeitungstitel in großen Unternehmen



Quelle: LAE 2009, * TKP-Basis: Zeitungen 1/3 Seite 4c, Magazine 1/1 Seite 4c, Bruttopreise 2010

Zielgruppe: 1000 und mehr Beschäftigte im Unternehmen ODER Umsatz 50 Mio. Euro und mehr = 670 Tsd. Personen (27,9% von LAE Gesamt)

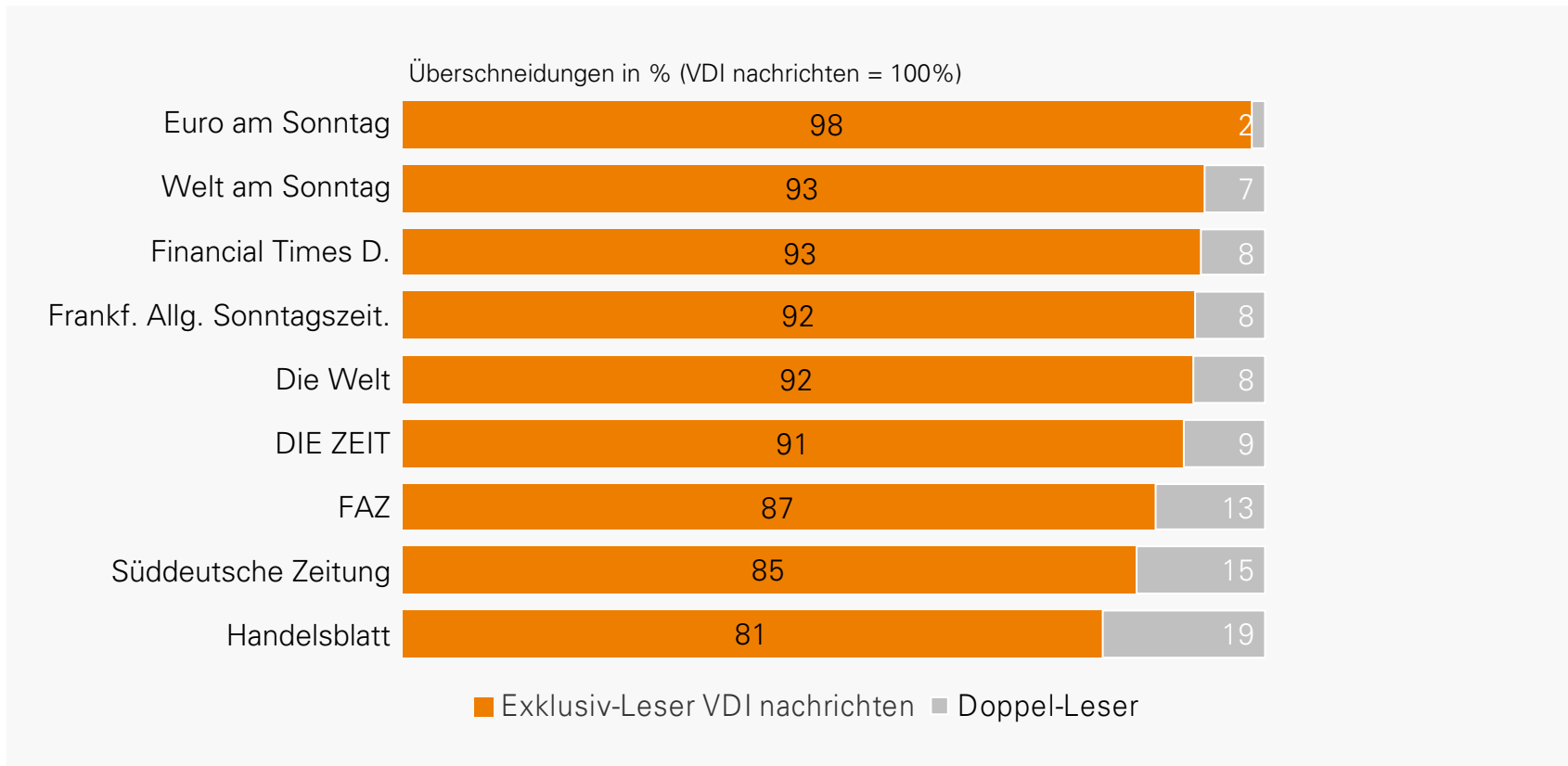
Entscheider Nachhaltigkeit – bester Zeitungstitel nach Affinität und TKP*

Zielgruppe: Allein-Entscheidung/ Delegation/ Mit-Entscheidung: Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit/ Sustainability = 1.196 Tsd. Personen (49,9% von LAE Gesamt)

	Affinitätsindex LAE Gesamt = Index 100	Struktur in %		1000-Kontakt-Preis* in Euro	Reichweite in %
VDI nachrichten	106	53,0	VDI nachrichten	123	7,8
Welt am Sonntag	106	52,7	Die Welt	132	8,1
Frankf. Allg. Sonntagszeit.	101	50,2	Handelsblatt	138	11,7
Die Welt	97	48,5	Süddeutsche Zeitung	167	10,8
DIE ZEIT	96	47,7	FAZ	167	10,5
Handelsblatt	94	47,0	Frankf. Allg. Sonntagszeit.	184	7,9
Süddeutsche Zeitung	94	46,9	DIE ZEIT	192	9,0
FAZ	91	45,3	Welt am Sonntag	193	8,0
Financial Times D.	90	45,0	Financial Times D.	243	4,9
Euro am Sonntag	87	43,6	Euro am Sonntag		921 1,0

Quelle: LAE 2009, *TKP-Basis: Zeitungen 1/3 Seite 4c, Bruttopreise 2010

Hoher Anteil von Exklusiv-Lesern, der von anderen Zeitungen nicht erreicht wird



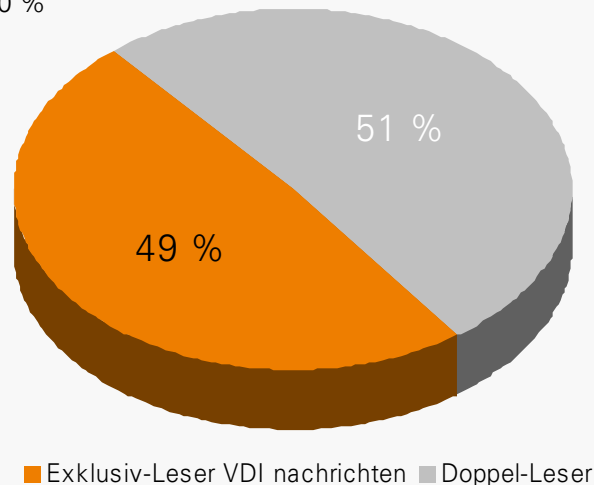
Quelle: LAE 2009, Zielgruppe LAE Gesamt, Basis: 1 Einschaltung

Hoher Anteil von Exklusiv-Lesern, der von anderen Zeitungen nicht erreicht wird

49 Prozent der VDI nachrichten-Leser in der LAE nutzen keine andere überregionale Tages- oder Wochenzeitung. Sie werden exklusiv über die VDI nachrichten erreicht.

Überschneidungen VDI nachrichten / überregionale Tages- und Wochenzeitungen*

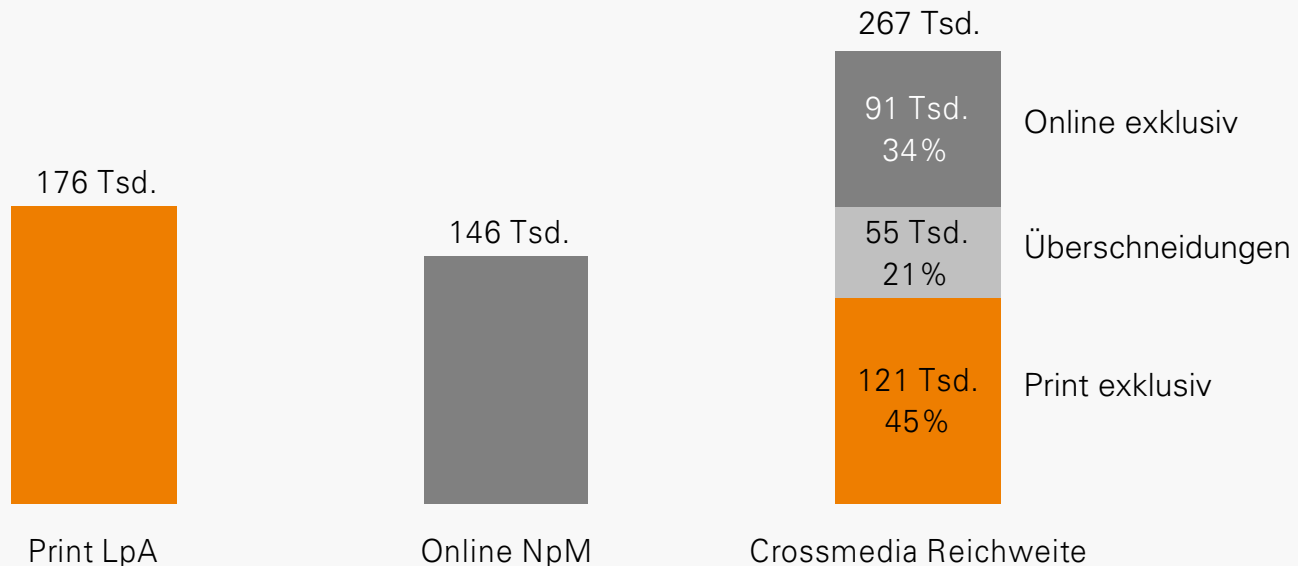
Basis: 176 Tsd. VDI nachrichten-Leser = 100 %



Quelle: LAE 2009, Zielgruppe LAE Gesamt, Basis: 1 Einschaltung, * Handelsblatt, FAZ, FAS, SZ, Die Welt, FTD, DIE ZEIT, WamS, EuramS

Die VDI nachrichten erreichen cross medial 267.000 Entscheidungsträger

VDI nachrichten Print und Online erreichen zusammen 267 Tausend Entscheidungsträger. 55 Tausend (21%) nutzen beide Angebote.



Quelle: LAE 2009, Zielgruppe LAE Gesamt, Print: Leser pro Ausgabe (LpA), Online: Nutzung mind. 1x pro Monat (NpM),

Basisdaten VDI nachrichten



■ Erscheinungsweise	wöchentlich
■ Copypreis	3,00 Euro
■ Reichweite	
■ AWA 2009	296 Tsd. Leser = 0,5%
■ LAE 2009	176 Tsd. Leser = 7,3%
■ Auflage	IVW Ø I.-IV. Quartal 2009
■ Verbreitete Auflage:	163.502 Exemplare
■ Verkaufte Auflage:	152.811 Exemplare
■ Abonnenten:	151.529 Exemplare
■ Einzelverkauf:	856 Exemplare
■ Anzeigenpreise	Bruttopreise 2010
■ 1/1 Seite s/w + farbig	34.425,60 Euro