



Foto: mhp / Fotolia.com

# Lese- und Informationsverhalten von Entscheidern im Handwerk 2017



Repräsentative Untersuchung von Komana im Auftrag der Verlagsanstalt Handwerk

# Inhalt



INHALT

**METHODENSTECKBRIEF**

Seite 4 bis 5

**LESEVERHALTEN**

Seite 6 bis 15

**HANDWERKER 4.0**

Seite 16 bis 21

**ENTSCHEIDER**

Seite 22 bis 25

**INVESTITIONEN**

Seite 26 bis 29

**ZIELGRUPPE**

Seite 30 bis 31

# Methoden- steckbrief



## STUDIENANSATZ

Repräsentative Befragung von Inhabern/Mitinhabern, Geschäftsführern, Betriebsleitern, mithelfenden Ehepartnern in Handwerksbetrieben

## ERHEBUNGSART

CATI-Interviews

## ERHEBUNGSZEITRAUM

16.1. bis 27.2.2017

## STICHPROBENBILDUNG

Quotenverfahren – Abbildung der Grundgesamtheit nach Regionen und nach Gewerbegruppen

## BASIS

n = 800 Empfänger des Deutschen Handwerksblattes (DHB)

## UNTERSUCHUNGSDURCHFÜHRUNG

Komana – Beratung für Kommunikation und Analyse Dr. Appel, Mainz

	—	
	—	
	—	
INHALT	—	Seite 3
METHODEN- STECKBRIEF	—	Seite 4
LESEVERHALTEN	—	Seite 6
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
HANDWERKER 4.0	—	Seite 16
	—	
	—	
	—	
	—	
ENTSCHEIDER	—	Seite 22
	—	
	—	
	—	
INVESTITIONEN	—	Seite 26
	—	
	—	
	—	
ZIELGRUPPE	—	Seite 30
	—	





# Leseverhalten

# 2,0

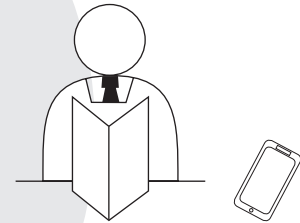
Die Kammertitel genießen ein gutes Image bei den Lesern. Die Glaubwürdigkeit wird mit 2,0 benotet.





LESEVERHALTEN

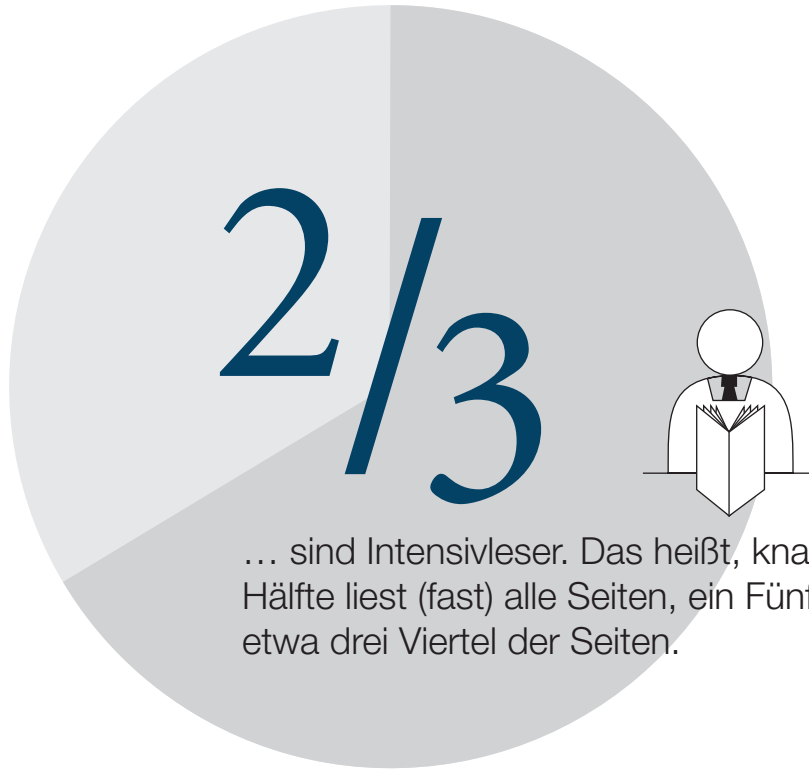
# 84%



... der Leser würden die gedruckte Zeitung  
bzw. Zeitschrift der digitalen Version vorziehen.

Basis: n = 628 Leser

LESEVERHALTEN



... sind Intensivleser. Das heißt, knapp die Hälfte liest (fast) alle Seiten, ein Fünftel liest etwa drei Viertel der Seiten.

LESEVERHALTEN



**27 Minuten**

... beträgt die durchschnittliche  
Nutzungsdauer pro Ausgabe.

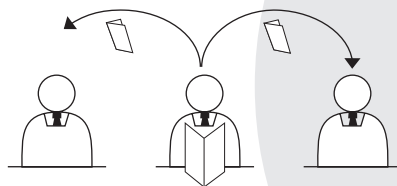
Basis: n = 628 Leser



78%

Rund 4 von 5 Handwerksentscheidern nutzen ihren Kammertitel, um sich über Themen der Betriebsführung zu informieren.

LESEVERHALTEN



# 1,8

Jedes Exemplar des Kammertitels wird von durchschnittlich 1,8 Personen gelesen.

LESEVERHALTEN



# Leserinteresse

(Themenranking nach Wichtigkeit,  
1 = sehr wichtig 6 = weniger wichtig)

2,4



Regionale  
Kammerinfos

2,5



Steuern  
& Recht

2,5



Technische  
Neuerungen

2,9



Personal  
& Organisation

	—	
	—	
	—	
INHALT	—	Seite 3
METHODEN- STECKBRIEF	—	Seite 4
LESEVERHALTEN	—	Seite 6
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
HANDWERKER 4.0	—	Seite 16
	—	
	—	
	—	
ENTSCHEIDER	—	Seite 22
	—	
	—	
INVESTITIONEN	—	Seite 26
	—	
	—	
ZIELGRUPPE	—	Seite 30
	—	







# Handwerker 4.0

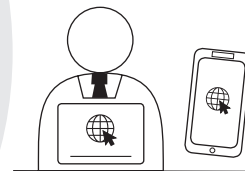
91%



... der Leser sind beruflich  
im Internet unterwegs.

HANDWERKER 4.0

58%

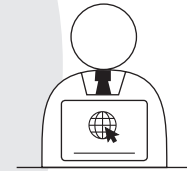


... der beruflichen Nutzer verwenden  
für den Zugang zum Internet auch  
mobile Endgeräte.

Basis: n = 571 Leser, die das Internet beruflich nutzen



32%



Rund ein Drittel der Entscheider im Handwerk,  
die das Internet nutzen, sind privat in sozialen  
Netzwerken aktiv.

Über die Hälfte der Leser, die das Internet nutzen, bevorzugen für folgende Themen eher gedruckte Medien:

Betriebswirtschaftliche  
Informationen

59%



58%

Fachinformationen  
zu ihrem Handwerk



55%

Aktuelle allgemeine  
Nachrichten



53%

Anregungen für ihren Betrieb

	—	
	—	
	—	
INHALT	—	Seite 3
METHODEN- STECKBRIEF	—	Seite 4
LESEVERHALTEN	—	Seite 6
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
HANDWERKER 4.0	—	Seite 16
	—	
	—	
	—	
ENTSCHEIDER	—	Seite 22
	—	
	—	
INVESTITIONEN	—	Seite 26
	—	
	—	
ZIELGRUPPE	—	Seite 30
	—	





# Entscheider

ENTSCHEIDER



# 87%

... der befragten DHB Empfänger  
sind Inhaber oder Geschäftsführer.

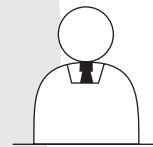
Basis: n = 800 DHB Empfänger



ENTSCHEIDER

66%

Zwei Drittel der DHB Empfänger sind Alleinentscheider, wenn es um Investitionen geht.



Basis: n = 800 DHB Empfänger

	—	
	—	
	—	
INHALT	—	Seite 3
METHODEN- STECKBRIEF	—	Seite 4
LESEVERHALTEN	—	Seite 6
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
HANDWERKER 4.0	—	Seite 16
	—	
	—	
	—	
	—	
	—	
ENTSCHEIDER	—	Seite 22
	—	
	—	
INVESTITIONEN	—	Seite 26
	—	
	—	
	—	
ZIELGRUPPE	—	Seite 30
	—	





# Investitionen



INVESTITIONEN



Basis: n = 628 Leser



Die Investitionsneigung wurde für die Bereiche Werkzeuge, Maschinen, PKW/Kombifahrzeuge, Nutzfahrzeuge, Hardware, Telekommunikation und Büroeinrichtung abgefragt.

INVESTITIONEN

# Zielgruppe





**PLANAUFLAGEN DEUTSCHES  
HANDWERKSBLATT NACH GEWERKEN**

**BAU- & AUSBAUGEWERBE**

85.600 Exemplare

**ELEKTRO- & METALLGEWERBE**

79.600 Exemplare

**GESUNDHEITS- & KÖRPERPFLEGE,  
CHEMISCHE & REINIGUNGSGEWERBE**

62.500 Exemplare.

**HOLZGEWERBE**

30.700 Exemplare

**BEKLEIDUNGS-, TEXTIL- & LEDERGEWERBE**

19.000 Exemplare

**GLAS-, PAPIER-, KERAMISCHE &  
SONSTIGE GEWERBE**

13.100 Exemplare

**LEBENSMITTELGEWERBE**

10.500 Exemplare

ZIELGRUPPE 



## **ANSPRECHPARTNER**

Michael Jansen

Tel. 02 11.39098-85

Fax 02 11.307070

[jansen@verlagsanstalt-handwerk.de](mailto:jansen@verlagsanstalt-handwerk.de)

Verlagsanstalt Handwerk GmbH

Auf'm Tetelberg 7

40221 Düsseldorf