SI

DAS FACHMAGAZIN
FÜR SHK-UNTERNEHMER

GfK Media &
Communication Research

REICHWEITENSTUDIE
ENTSCHEIDER SHK

Wir möchten unseren Werbekunden und den planenden Agenturen fundierte Fakten für ihre Mediaplanung in die Hand geben und gleichzeitig unsere eigene Arbeit im Interesse der Leser und Anzeigenkunden auf den Prüfstand stellen.

Sinn und Zweck einer SHK-Reichweitenstudie ist es, die gesamte SHK-Branche mit ihren mehr als 52.000 Handwerksbetrieben repräsentativ zu erfassen. Von daher können wir mit der Methodik der Studien, die in der Branche im Umlauf sind, in Bezug auf die Wahl der Grundgesamtheit nicht zufrieden sein. In der von uns beauftragten Studie werden über die Geschäftsführer hinaus alle Entscheidungsbeteiligten befragt. Nur damit können wir unserem Anspruch gerecht werden, mit einer umfassenden und professionellen Reichweitenstudie für Markttransparenz zu sorgen. Mit der GfK Media & Communication Research konnten wir einen erfahrenen und kompetenten Partner dafür gewinnen.

Alexander Holzmann
Geschäftsführender Verleger

METHODENBESCHREIBUNG:

Durchführendes Institut:
GfK Media and Communication Research GmbH & Co. KG

Untersuchungsziel:
Ermittlung von Nutzungsdaten der Fachpresse für Betriebe der Sanitär-, Heizungs- und Klima-Branche (Reichweiten) sowie von Entscheiderstrukturen

Grundgesamtheit:
137.194 Zielpersonen bestehend aus SHK-Entscheidern (Geschäftsführer/Inhaber oder Betriebsleiter/Meister im Arbeitnehmerverhältnis sowie sonstige kaufmännische und technische Angestellte in 52.767 SHK Betrieben; Anzahl der Betriebe lt. Jahresbericht 2015 des Zentralverbandes Sanitär Heizung Klima ZVSHK)

Ziehungsdatei der Unternehmensstichprobe:
Selektion der Betriebe gemäß Klassifikation der Wirtschaftszweige Statistisches Bundesamt 2008, Hauptcode 43.220, Gas-, Wasser-, Heizungs- sowie Lüftungs- und Klimainstallation aus dem Unternehmens-Adressdatenbestand von bisnode, Darmstadt

Ziehung der Unternehmensstichprobe:
Sortierung der Ziehungsdatei nach Nielsengebiet und Betriebsgröße. Ziehung der Stichprobe per Randomverfahren (Ziehung jeder n-ten Adresse im jeweiligen Nielsengebiet)

Tag der Ziehung:
11.04.2016

Auswahl der Zielperson:
Screeningstufe: Ermittlung der Zielperson (Definition siehe Grundgesamtheit) im Betrieb, durch Auflistung der Anzahl der Personen in den 4 Zielgruppensegmenten: Geschäftsführer/Inhaber, Betriebsleiter/Meister im Arbeitnehmerverhältnis, sonstige kaufmännische Angestellte sowie sonstige technische Angestellte. Ermittlung der Zielperson per Zufallsauswahl.

Erhebungszeitraum:
Die Feldarbeit wurde in der Zeit vom 16.05. bis 20.07.2016 durchgeführt.

Erhebungsmethode:
Rekrutierung der Zielperson telefonisch nach der CATI-Methode, Verschickung eines personalisierten Fragebogenlinks an die ZP, ZP führt das Interview online am eigenen Computer durch.

Fallzahl: 753 Interviews

Die Anlage und Durchführung der Untersuchung erfolgt gemäß den Richtlinien des ZAW-Rahmenschemas für Werbeträgeranalysen.

GfK Media & Communication Research

GfK Media and Communication Research GmbH & Co. KG
65479 Raunheim bei Frankfurt, www.gfk-mcr.de

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Die GfK Media and Communication Research versteht sich als Spezialist für Medien- und Kommunikationsforschung in klassischen und neuen Medien.

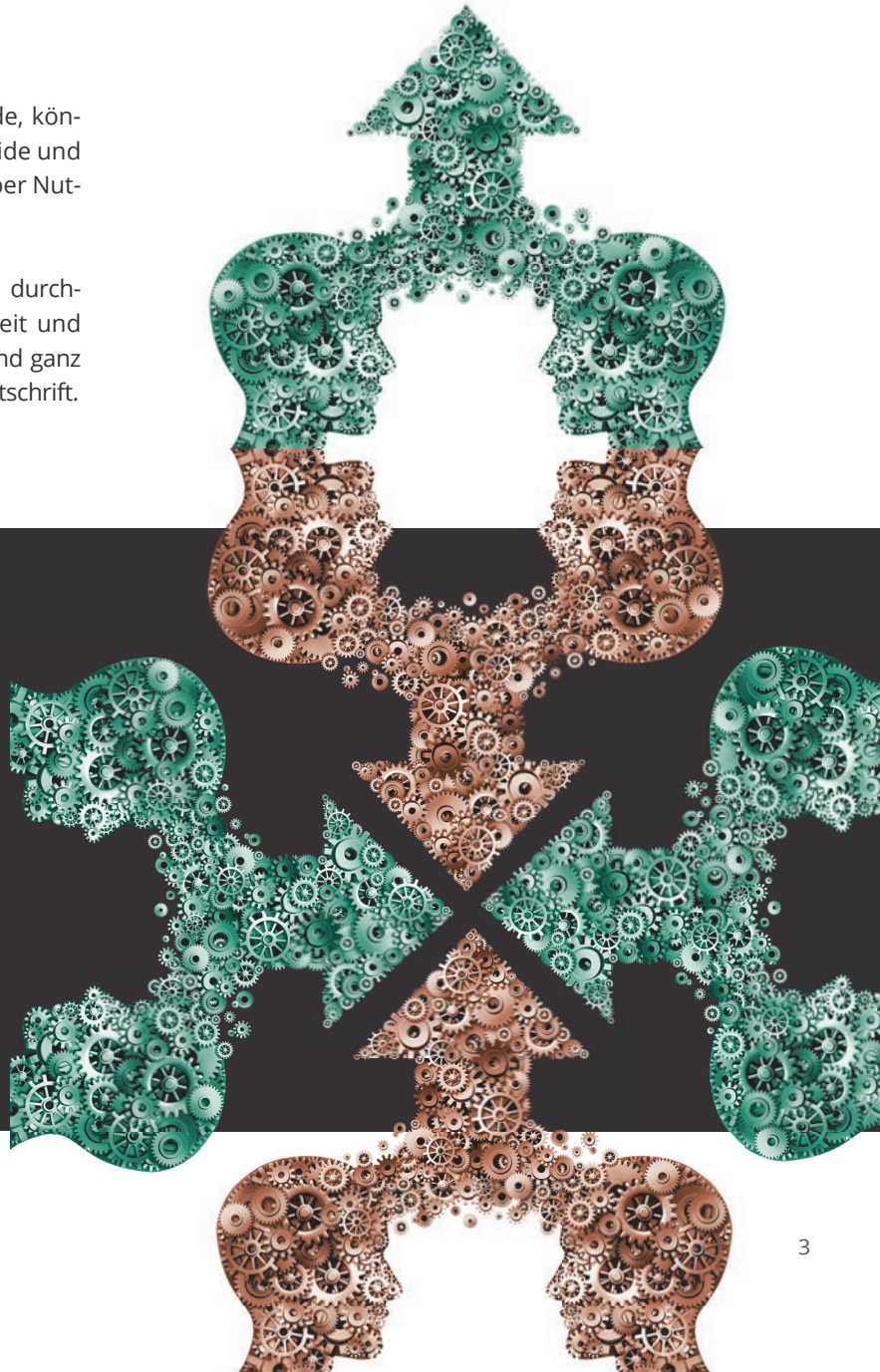
Referenzprojekte Medienforschung Print:
· LAE Leser Analyse Entscheidungsträger seit 1975
· MA Pressemedien (kontinuierlich seit 2001)
· RATE (Reichweitenstudie Kommunikationsfachpresse)
· Copytests für diverse Zeitschriften, Fachzeitschriften und Tageszeitungen
· Leserstrukturanalysen

KLARE ZAHLEN FÜR MEHR TRANSPARENZ
BEI IHRER MEDIAPLANUNG IN DER SHK-BRANCHE

Im Januar 2014 ging 'Si' mit einer erweiterten Auflage und einem neuen redaktionellen Konzept an den Start. Die qualifiziert besetzte Redaktion ist stets am Puls des Marktes und bereitet Monat für Monat die entscheidenden Informationen für die SHK-Branche lesefreundlich und nutzerorientiert in einem modernen Fachmagazin auf.

Mit der aktuellen Reichweitenstudie Entscheider SHK, die von der GfK Media & Communication Research im Auftrag des AT-Fachverlags durchgeführt wurde, können wir unseren Anzeigenkunden jetzt eine solide und seriöse Zahlenbasis vorlegen, die Aufschluss über Nutzungsdaten und Entscheiderstrukturen gibt.

Die 'Si' belegt dabei in den Reichweitenwerten durchwegs Platz 2. Mit ihrer Verbandsunabhängigkeit und monatlichen Erscheinungsweise erfüllt 'Si' voll und ganz die Erwartungen der Entscheider an eine Fachzeitschrift.



Zu welchem Handwerkszweig der SHK-Branche gehört Ihr Betrieb hauptsächlich, d.h., welcher Zweig hat den größten Teil am Umsatz?

	TOTAL IN %
Installateur und Heizungsbauer	**87,2**
Klempner	**7,6**
Ofen- und Luftheizungsbauer	**3,7**
Behälter- und Apparatebauer	**1,5**

In welchem der folgenden Bereiche ist Ihr Betrieb tätig? *

	TOTAL IN %
Sanitär	**91,0**
Heizung	**90,1**
Klima- und Lüftungstechnik	**51,8**
Erneuerbare Energien	**57,7**
Planung	**38,9**
Großhandel	**4,6**
Anderer Bereich	**4,7**

Stellung des Befragten im Betrieb

	TOTAL IN %
Geschäftsführer/Inhaber	**65,6**
Betriebsleiter/Meister im Arbeitnehmerverhältnis	**5,7**
Sonstige kaufmännische Angestellte	**26,3**
Sonstige technische Angestellte	**2,4**

Grundgesamtheit: 137.194 Personen
Quelle: Reichweitenstudie Entscheider SHK

* Mehrfachnennungen

SO ERREICHEN SIE DIE
TATSÄCHLICHEN ENTSCHEIDER DER BRANCHE

In der SHK-Branche geht es um viel mehr als nur Entscheidungen über Investitionen in Betriebsmittel, Maschinen und Fuhrpark. Inhaber, Geschäftsführer, Meister und Angestellte empfehlen ihren Kunden auch, was bei ihnen installiert wird, wenn es um das neue Bad oder die neueste umweltfreundliche Heizungstechnologie geht. Daher untersuchen wir die Reichweite der SHK-Titel genau bei den Führungskräften, die in all diesen Fragen ein entscheidendes Wörtchen mitreden. Das Ergebnis: Mit der hohen journalistischen Qualität und dem großen Praxisnutzen kann 'Si' bei den Entscheidern punkten.

Nutzen Sie den überdurchschnittlichen Anteil an Alleinentscheidern von 58,2 Prozent, wenn Sie die Entscheider in der SHK-Branche gezielt erreichen möchten.

'Si' wird von überdurchschnittlich vielen Entscheidern gelesen:

58,2 % der Leser im WLK 'Si' sind Alleinentscheider, **12,9 %** geben die Richtung vor, **nur 1,8 %** sind **nicht** an Entscheidungen beteiligt.

Anzahl der Mitarbeiter

	TOTAL IN %
1–4	**57,4**
5–9	**23,2**
10–19	**12,5**
20 und mehr	**6,9**

Wenn es in Ihrem Betrieb um Investitionen in Produkte, Systeme, Einrichtungen und Dienstleistungen geht: In welchem Umfang sind Sie an diesen Entscheidungen beteiligt? *

	TOTAL IN %
Alleinentscheider	**54,6**
Gebe die Richtung vor und delegiere dann die Entscheidungen	**11,7**
Entscheide mit Kollegen im Team	**29,4**
Bereite die Entscheidung vor	**4,4**
Bin an der Entscheidung nicht beteiligt	**4,2**
Entscheidungen fallen nicht an	**0,1**
Keine Angabe	**11,8**

* Mehrfachnennungen

7,5 MITARBEITER
DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSGRÖSSE

LESERKREISE
UND REICHWEITEN

WEITESTER LESERKREIS (WLK)
Nutzung von 12 Erscheinungsintervallen innerhalb eines Zeitraumes von maximal 1 Jahr

Lesebeispiel anhand der 'Si': Der WLK der 'Si' in Höhe von 54 % bedeutet, dass 54 % der Personen der Grundgesamtheit die 'Si' innerhalb der letzten 12 Monate durchgeblättert oder gelesen haben.

K1-WERT
Der K1-Wert ist der Reichweitenwert bei einmaliger Insertion. Er gibt die Kontaktwahrscheinlichkeit einer durchschnittlichen Nummer einer Zeitschrift an. Er errechnet sich aus der Frequenzangabe. Der K1-Wert berücksichtigt das für Fachzeitschriften typische Stapellesen oder Parallellesen.

Lesebeispiel anhand der 'Si': Der K1 der 'Si' in Höhe von 33 % bedeutet, dass 33 % der Personen der Grundgesamtheit eine durchschnittliche Ausgabe der 'Si' durchgeblättert oder gelesen haben.

KERNLESER
Sind besonders regelmäßige Leser, die über die Frequenzabfrage definiert wurden.

Sanitärjournal (5/6 Ausgaben), Heizungsjournal (8/9 Ausgaben), SHK Profi (8/9 Ausgaben), SHK-Report (8/9 Ausgaben), Sanitär+Heizungstechnik (10-12 Ausgaben), **Si (10-12 Ausgaben),** IKZ-Haustechnik (15-21 Ausgaben), SBZ (15-21 Ausgaben)

Weitester Lesekreis (WLK)

	TOTAL IN %	TOTAL IN TSD.
SBZ	58,7	80.591
Si	53,6	73.526
IKZ-Haustechnik	51,6	70.752
Heizungsjournal	44,5	61.038
SHK Profi	36,5	50.083
Sanitärjournal	33,5	45.977
SHK-Report	26,2	35.967
Sanitär+Heizungstechnik	24,2	33.161

K1

	TOTAL IN %	TOTAL IN TSD.
SBZ	36,4	49.981
Si	32,8	45.031
IKZ-Haustechnik	29,0	39.734
Heizungsjournal	25,2	34.611
Sanitärjournal	21,5	29.496
SHK Profi	19,0	25.998
SHK-Report	14,1	19.378
Sanitär+Heizungstechnik	14,0	19.232

Kernleser

	TOTAL IN %	TOTAL IN TSD.
SBZ	26,9	36.930
Si	21,0	28.788
IKZ-Haustechnik	19,7	26.975
Heizungsjournal	12,4	17.065
Sanitärjournal	11,6	15.906
Sanitär+Heizungstechnik	8,8	12.060
SHK Profi	7,9	10.830
SHK-Report	6,2	8.461

Grundgesamtheit: 137.194 Personen
Quelle: Reichweitenstudie Entscheider SHK

Ausgewiesen werden nur ausgewählte Titel.
Projektion (ca.) auf die Grundgesamtheit

DIESE REICHWEITE BEI SHK-ENTSCHEIDERN
BRINGT SIE IN DER BRANCHE WEITER

'Si' trägt Ihre Werbebotschaft entscheidend weiter. 73.526 Leser haben 'Si' in den vergangenen 12 Monaten gelesen oder durchgeblättert. 28.788 sind besonders regelmäßige Leser, die 10 bis 12 Ausgaben der 'Si' gelesen haben. Mehr als 45.000 Entscheider in der SHK-Branche nutzen im Durchschnitt eine Ausgabe der 'Si'.

Nutzen Sie die hohe Auflage und die große Reichweite für Ihre Werbekampagne und profitieren Sie von einem anerkannt kompetenten redaktionellen Umfeld und der hohen journalistischen Qualität unseres Fachmagazins für die Entscheidungträger in Sanitär- und Heizungshandwerk.

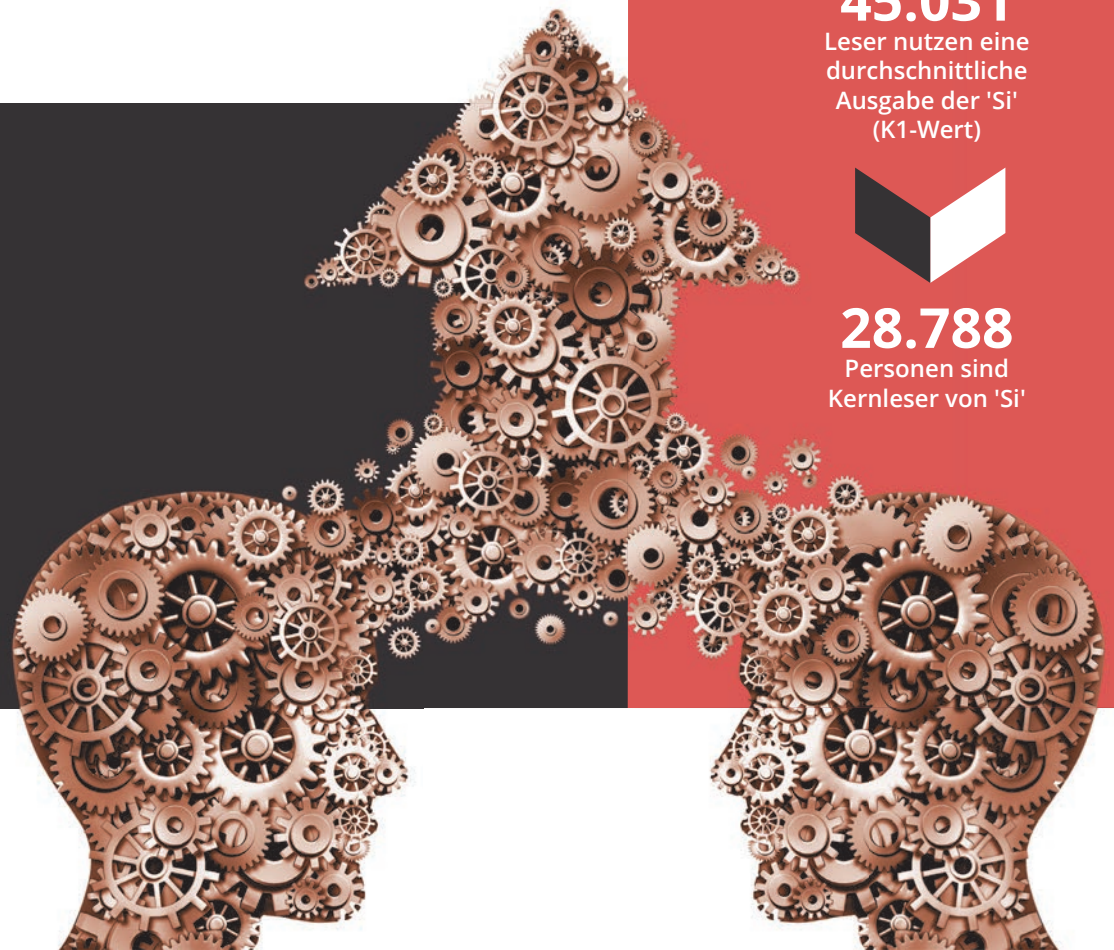
73.526
Weitester Leserkreis – WLK 'Si' Leser innerhalb der letzten 12 Monate

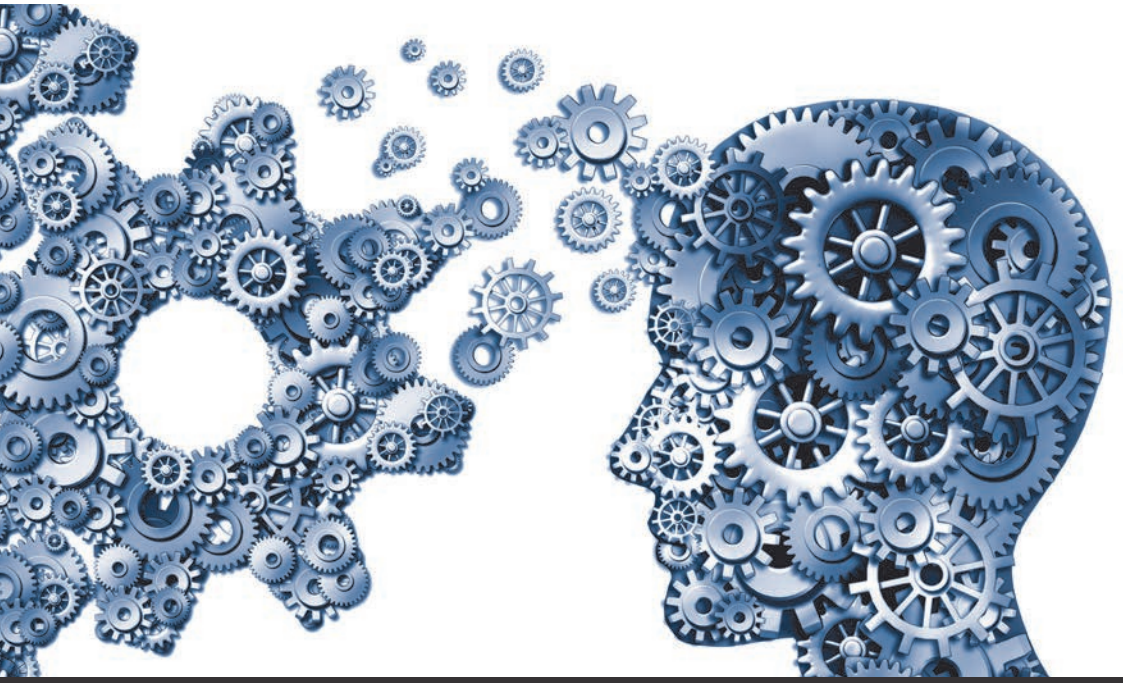
45.031
Leser nutzen eine durchschnittliche Ausgabe der 'Si' (K1-Wert)

28.788
Personen sind Kernleser von 'Si'

Reichweitenwachstum bei Mehrfachschaltung 'Si'

BELEGTE AUSGABEN	TOTAL IN %	TOTAL IN TSD.
1	32,8	45.031
2	39,7	54.460
3	43,5	59.655
4	45,9	62.914
5	47,5	65.130
6	48,6	66.721
7	49,5	67.909
8	50,2	68.821
9	50,7	69.539
10	51,1	70.114
11	51,4	70.582
12	51,7	70.968





Die Verbandsunabhängigkeit einer Fachzeitschrift ist für die Mehrzahl der Befragten wichtig oder sehr wichtig. Noch deutlicher ist ihre Präferenz der monatlichen Erscheinungsweise.

Welche Erscheinungsweise bevorzugen Sie bei einer Fachzeitschrift für die SHK-Branche?

	TOTAL IN %
Wöchentlich	**0,2**
14-tägig	**10,3**
Monatlich	**65,5**
Seltener	**24,0**

Wie wichtig ist Ihnen, dass die Fachzeitschrift, die Sie im beruflichen Alltag lesen, verbandsunabhängig ist?

	TOTAL IN %
Sehr wichtig/wichtig	**56,1**
Weniger wichtig/gar nicht wichtig	**44,0**
Rundungsdifferenz	**-0,1**

Grundgesamtheit: 137.194 Personen
Quelle: Reichweitenstudie Entscheider SHK

MIT 'Si' ERREICHEN SIE ENTSCHEIDER
AUF IHREN BEVORZUGTEN KANÄLEN

68,3 Prozent der Befragten nutzen Fachzeitschriften, um sich beruflich zu informieren. Bei den Lesern der 'Si' sind dies sogar 82,1 Prozent. Das bedeutet, fachliche Kompetenz, praxis- und nutzenorientierte Informationen sind für sie besonders wichtig. Mit 'Si' erreichen Sie in hohem Maße SHK-Entscheider, die für sie relevante Informationen rund um das tägliche Geschäft gerne "schwarz auf weiß" in Händen halten.

Der hohe Nutzwert des Informationsangebots, die Neutralität und Seriosität unserer Redaktion wirkt sich positiv auf die Wahrnehmung und Akzeptanz Ihrer Werbebotschaft aus. Mit 'Si' treffen Sie die Entscheider der SHK-Branche in ihrem bevorzugtem Medium. Das Internetangebot von 'Si' kann Ihre Print-Kampagne sinnvoll ergänzen und Ihrer Botschaft zusätzliche Strahlkraft und Wirkung verleihen.

Nutzung von Internetangeboten/Online-sites regelmäßig oder gelegentlich*

	TOTAL IN %
www.haustechnikdialog.de	18,8
www.sbz-online.de	18,0
www.si-shk.de	14,8
www.ikz.de	11,9
www.heizungsjournal.de	10,9
www.shk-journal.de	10,7
www.sht-online.de	10,0
www.shk-profi.de	9,9
www.shk-tv.de	8,5
www.sanitaerjournal.de	7,5

Wie informieren Sie sich, wenn es um Ihre Arbeit geht?*

	TOTAL IN %
Internetseiten der Hersteller, Händler	78,0
Fachzeitschriften	68,3
Internetseiten der Fachzeitschriften	29,0
Newsletter von Fachzeitschriften (epaper, Pdf)	26,0
(Überregionale) Tageszeitungen und Wochenzeitungen	16,8
Publikumszeitschriften (wie z.B. Stern, Spiegel, Focus)	8,2
Fernsehen, TV	6,8
Keine davon	5,0
Sonstiges	27,5

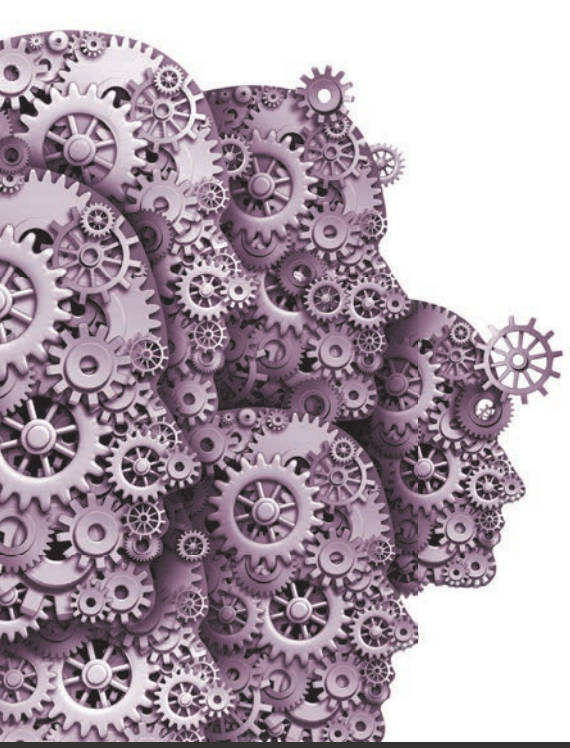
65,5 %
bevorzugen eine monatliche Erscheinungsweise

56,1 %
ist es sehr wichtig/wichtig, dass die Fachzeitschrift verbandsunabhängig ist

68,3 %
nutzen Fachzeitschriften für berufliche Informationen

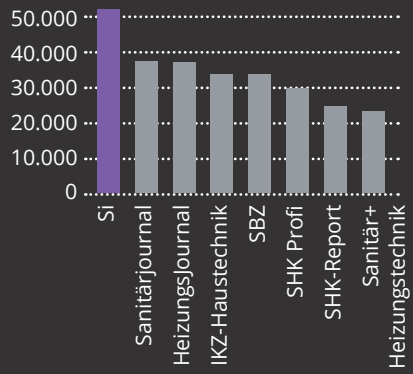
82,1 %
der **'Si'-Leser** nutzen Fachzeitschriften für berufliche Informationen

* Mehrfachnennungen
Ausgewiesen werden nur ausgewählte Angebote.



SHK-WISSEN IN PRINT UND DIGITAL
AWARDS UND VERANSTALTUNGEN

Auflagen* SHK-Titel



Si

Der auflagenstärkste deutschsprachige SHK-Fachtitel informiert mit Objekt- und Anwenderberichten, Fachartikeln und Interviews, Messeberichten sowie Produkt- und Servicerubriken umfassend über die SHK-Branche.

ERSCHEINUNGSWEISE:
monatlich
TATSÄCHLICH VERBREITETE AUFLAGE:
50.318 Exemplare
(IVW 2/2016)

Online

www.si-shk.de
Die Website der 'Si' liefert tagesaktuell Neuigkeiten aus der SHK-Branche, stellt neue Produkte vor und bietet zahlreiche nützliche Tipps und Informationen.

15.083 Visits
30.129 PageImpressions
(IVW 8/2016)

Newsletter Si aktuell

Der Newsletter 'Si aktuell' informiert im zweiwöchigen Rhythmus über die topaktuellen Ereignisse der SHK-Branche.

10.770 Abonnenten
(Stand 11.08.2016)

* tatsächlich verbreitete Auflage (IVW 2/2016)
Ausgewiesen werden nur ausgewählte Titel.

Si-Messeguide

Der ‘Si Navigator‘ erscheint wieder zur ISH und ist – im praktischen Taschen-Format – ein hilfreicher Begleiter für einen effizienten Messebesuch.

AUFLAGE:
52.000 Exemplare

Marketingpreis SHK

Mit dem 'Marketingpreis für das deutsche SHK-Handwerk' vergibt 'Si' bereits seit dem Jahr 1998 Auszeichnungen für die besten Marketingkonzepte des Handwerks.

Best of SHK Award

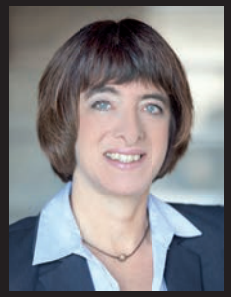
Der 'Best of SHK Award' würdigt seit 2011 Leistungen der SHK-Industrie.

Si Gipfeltreffen

Beim 'Si GIPFELTREFFEN' lädt das Magazin die SHK-Branche zum Zukunftskongress.

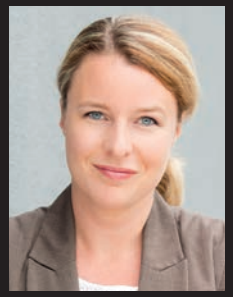
BRANCHENKENNTNIS
UND FACHKOMPETENZ

Hinter 'Si' steht ein starkes und kompetentes Team. Wie Sie diese Qualität für Ihre effiziente und erfolgreiche Werbeplanung nutzen können, dazu beraten wir Sie gerne.

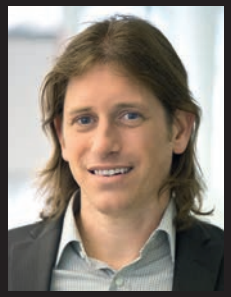


Christine Keller
Anzeigenleitung
Telefon +49 8247 354-159
Telefax +49 8247 354-4159
christine.keller@at-fachverlag.de

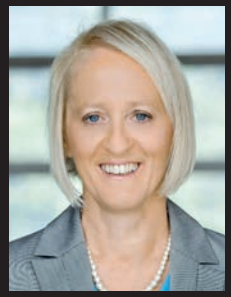
Monika Raiser
Media-Service/
Auftragsmanagement
Telefon +49 711 952951-22
Telefax +49 711 952951-99
monika.raiser@at-fachverlag.de



Inga Ervig
Redaktion
Sanitär, Installation & MSR,
Büro & Baustelle
Telefon +49 8247 354-208
Telefax +49 8247 354-4208
inga.ervig@at-fachverlag.de



Michael Pecka
Redaktion
Heizung, Installation & MSR,
Büro & Baustelle
Telefon +49 8247 354-207
Telefax +49 8247 354-4207
michael.pecka@at-fachverlag.de



Inge Holzmann
Chefin vom Dienst
Online-Redaktion
Telefon +49 8247 354-106
Telefax +49 8247 354-4106
inge.holzmann@at-fachverlag.de

Maximilian Döller
Chefredakteur
Lüftung & Klima
Branche/Aktuelles
Telefon +49 8247 354-206
Telefax +49 8247 354-4206
maximilian.doeller@at-fachverlag.de

UNSERE VERLAGSVERTRETUNGEN:
Hagen Döhner, Telefon +49 511 55 23 25
Dipl.-Wirt.-Ing. Helge-Bodo Feigenbutz, Telefon+49 6103 87 07 11
Hüller&Roloff Medienservice, Telefon +49 7151 92 22 20
Dipl.-Kfm. Michael Nieter M.A., Telefon +49 221 9 72 52 22

AT-Fachverlag GmbH
Wilhelm-Pfitzer-Straße 28 | 70736 Fellbach Telefon +49 711 952951-0 | Telefax +49 711 952951-99 | www.at-fachverlag.de
Die AT-Fachverlag GmbH ist ein Unternehmen der Holzmann Medien GmbH & Co. KG

WIR SIND SHK!