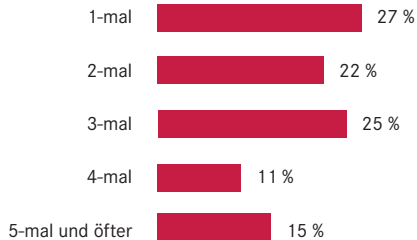


Hohe Affinitäten

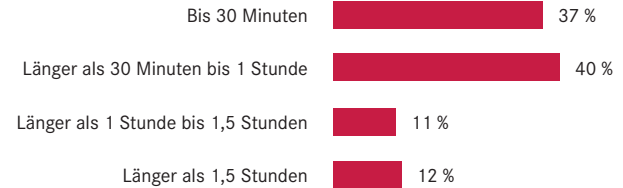
Die befragten Leser von **Die Fleischerei** nehmen das Heft im Durchschnitt **3-mal** zur Hand.

38% archivieren das komplette Heft, bei **43%** geht es in den Umlauf.

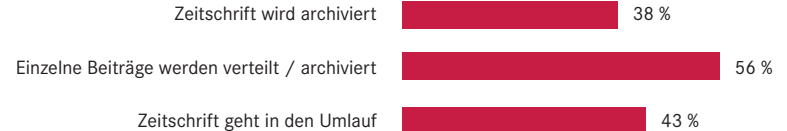
Heftkontakt



Lesedauer



Heftverbleib

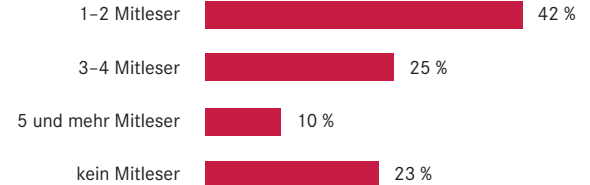


Kompetente Kommunikatoren

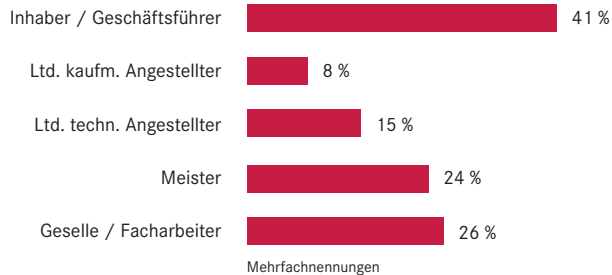
Die **Fleischerei** wird im Durchschnitt von weiteren **2 Personen** gelesen.

50% entscheiden alleine, **46%** entscheiden mit anderen zusammen.

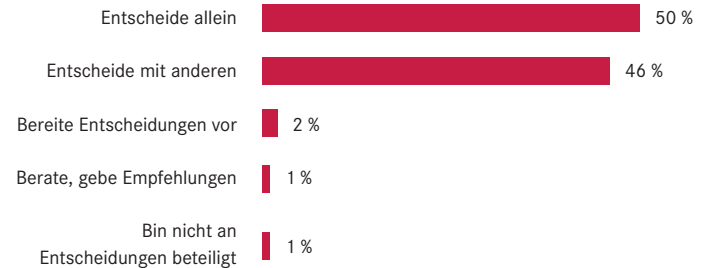
Mitleser



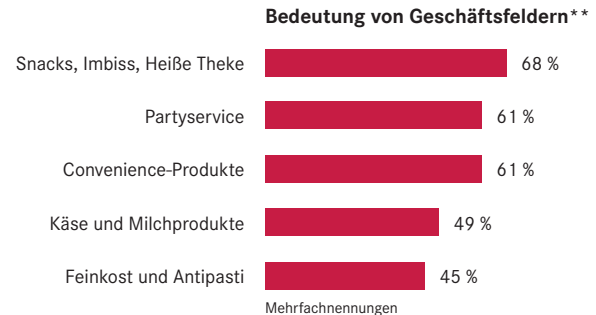
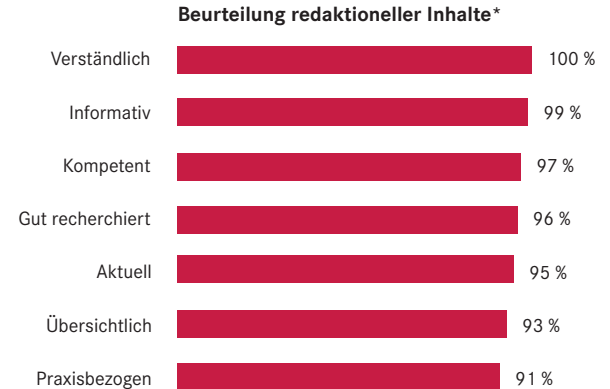
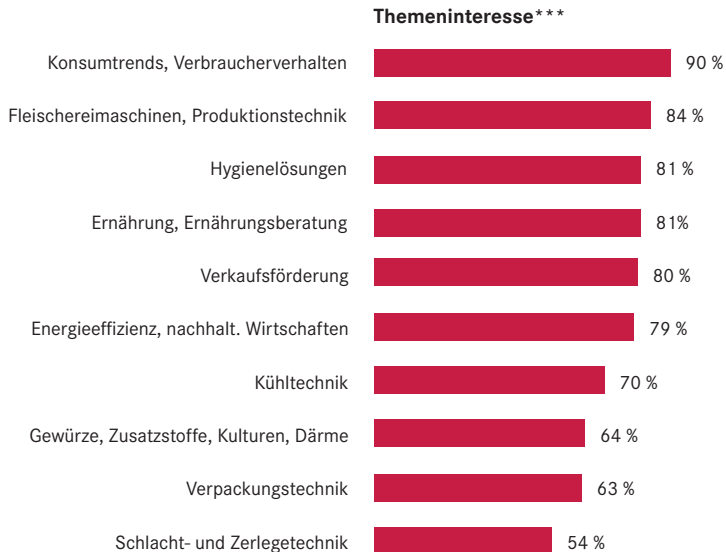
Funktion / Position der Mitleser



Entscheidungskompetenz



Heftakzeptanz | Themeninteresse | Geschäftsfelder



Quelle: Leseranalyse 2017

Basis: 150 Empfänger; * Kategorien „trifft sehr zu“ und „trifft eher zu“ auf 4er-Skala;

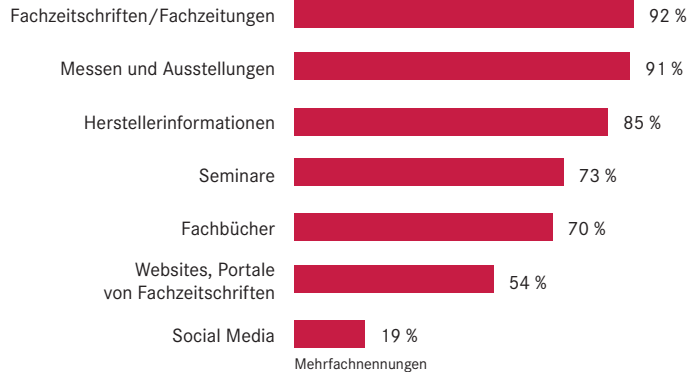
** Kategorien „sehr wichtig“ und „wichtig“ auf 4er-Skala; *** Kategorien „sehr wichtig“ und „wichtig“ auf 4er-Skala;

Anzeigenwirkung | Investitionen | Betriebliche Angaben

Investitionsbereitschaft innerhalb von 2 Jahren



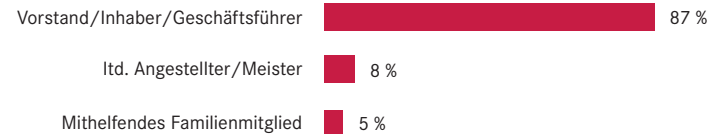
Sonstige berufliche Informationsquellen



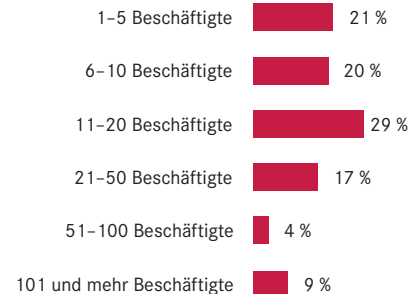
Anzeigenwirkung



Funktion/Position des Befragten



Betriebsgröße



Zur Untersuchung:

Telefonische Befragung bei 150 Empfängern Empfängern (vorwiegend Abonnenten). Stichprobe analog zur Empfängerdatei nach Berufsgruppen.

Durchführung der Untersuchung: teleResearch GmbH, Ludwigshafen

Juni 2017