



FOKUS UND WEITSICHT IN TURBULENTEN ZEITEN.

LEADER LESEN FACHZEITSCHRIFTEN. BESONDERS JETZT.

96 von 100 Leader lesen regelmässig Fachzeitschriften. Die meisten mehrere.
Gezielte Fachinformationen und effiziente Business-Netzwerke schaffen echten Mehrwert.
Werbung in der Fachpresse ist zielgruppengenau, glaubwürdig und besonders wirksam.

FAKTEN ZU DEN Q-PUBLIKATIONEN.

Die Q-Publikationen im Überblick
MA-Leader 2009
Leser-Analyse Fachpresse
Planungstool Vergo



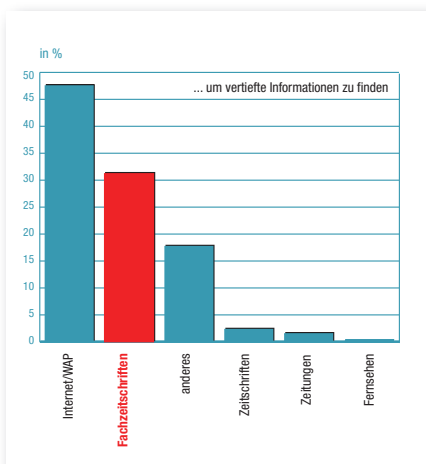
SCHWEIZER PRESSE
PRESSE SUISSE | STAMPA SVIZZERA | SWISS PRESS

DIE FACHPRESSE – INFORMATIONSOURCE UND NETZWERK-PLATTFORM.

DIE MA LEADER 2009 BELEGT ES.

Führungskräfte nehmen aktiv an Business-Netzwerken teil. Weil es ihnen Einfluss und Nutzen bringt. Fachzeitschriften und ihre Online-Versionen sind wichtig für aktuelles Fach-Knowhow und gleichzeitig zentrale Plattform und Drehscheibe für wirksame Beziehungspflege, für Kontakte mit Kunden und für die Interessenvertretung.

Gerade in turbulenten Zeiten zeichnen sich Leader dadurch aus, dass sie sich aktuell auf das Wesentliche konzentrieren und gleichzeitig mit Weitsicht Zukunftsperspektiven konsequent verfolgen. Genau diese Bedürfnisse unterstützen die Q-Publikationen. Werbung in der Fachpresse hat deshalb optimale Chancen, ganze Firmen oder Organisationen anzusprechen.

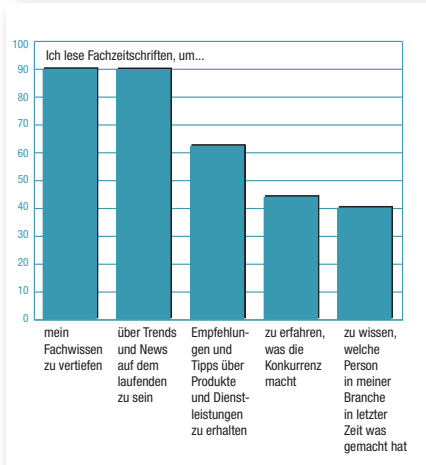


Bevorzugte Medien und Infoquelle der Leader

Internet und Fachzeitschriften ergänzen sich.

Leader beeinflussen ihr Umfeld stärker als andere werberelevante Zielgruppen. Die Fachpresse unterstützt die Meinungsbildung. Weil oft wichtige Exponenten ihr Wissen und ihre Ansichten fokussiert und zielgruppengerecht präsentieren.

Die gleichzeitige Nutzung der Online-Version und der Printausgabe einer Fachpublikation hat keine negativen Auswirkungen – im Gegenteil. Doppelnutzer lesen die Papierausgabe im Schnitt sogar länger und umfassender als die «Nur-Papier-Leser».

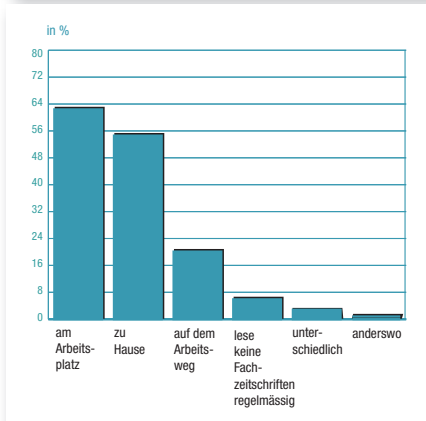


Die wichtigsten Nutzungen für die Fachpresse

Wo Werbung zur wesentlichen Information wird.

Die Fachpresse spricht Leader an. Und Leader sind sie, weil sie sich auf das Wesentliche konzentrieren können. Dabei spart die Vorselektion der Information durch Profis Zeit und Irrwege im Informationsdschungel.

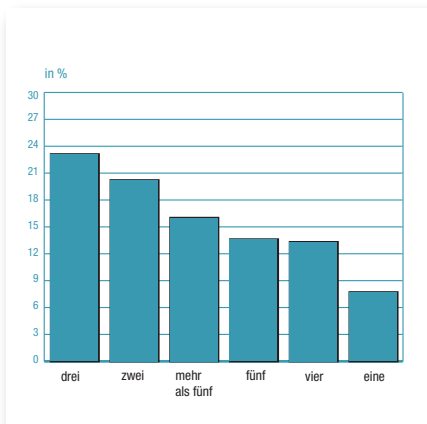
Ob es sich um Trends & News aus der Branche, Innovationen, Fachwissen, oder Informationen über Märkte und Konkurrenten handelt. Inhalte werden weitergegeben und diskutiert – im Unternehmen und in Business-Netzwerken. Werbung in der Fachpresse hat damit gute Chancen, ganze Firmen oder Organisationen anzusprechen und zu überzeugen.



Leseort

Leader sind die Premium-Zielgruppe schlechthin. Sie lesen mehrere Fachzeitschriften.

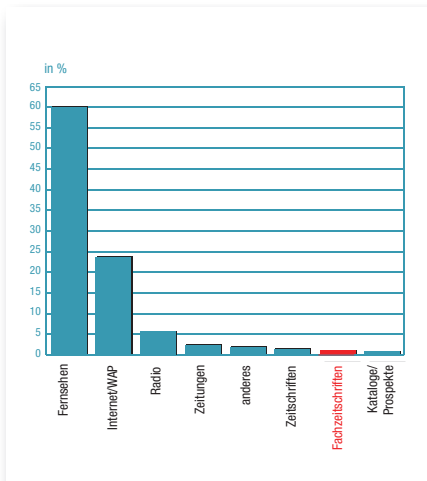
Führungskräfte lesen im Schnitt mehrere Fachzeitschriften. Aus guten Gründen nehmen sie sich Zeit dafür. Beispielsweise für ihr Verbandsorgan, Fachpublikationen zum Spezialgebiet und zu Management, Personalführung, oder Marketing und Kommunikation. Sie sind auch an ungewöhnlichen und interessanten Beispielen aus anderen Bereichen interessiert.



Anzahl gelesene Fachzeitschriften

Wo Inserate ständig präsent sind.

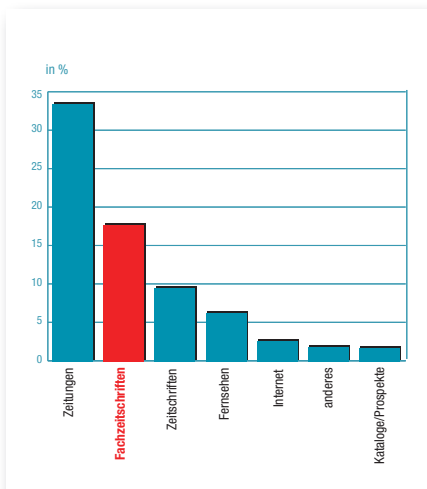
Werbung in Fachpublikationen wird wahrgenommen. Weil sie am Arbeitsort, zu Hause und auf dem Arbeitsweg gelesen werden. Wo immer Leader Zeit und Musse haben, in ihren Fachpublikationen zu blättern, sie zu überfliegen oder vertieft zu studieren. Um sich beruflich zu informieren und zu inspirieren.



Da ist Werbung am störendsten

Werbung darf nicht nerven. Sonst ist sie eine Fehlinvestition. Zapp!

Werbung, die nervt, ist hinausgeworfenes Geld. Gerade bei knappen Budgets zahlt es sich besonders aus, dass Werbung durch die Top-Leader und Leader voll akzeptiert ist. Die Fachpresse bietet dazu das optimale Umfeld.



Da ist Werbung am glaubwürdigsten

Wo Werbung Teil der Information ist, sind Inserenten Brancheninsider.

Eine anerkannte Fachpublikation ist Plattform der Branche und ihrer Leader. Sie ist nicht nur wichtig für das fachliche Knowhow, sondern unterstützt oft auch die Interessenvertretung. Werbung profitiert vom redaktionellen Teil und wird ohne Streuverlust in der Premier-Zielgruppe der Leader zur «Insiderinformation». Dies macht sie besonders glaubwürdig und wirkt sich im Entscheidungsprozess positiv aus.

Quelle: MA Leader 2009, Deutschschweiz

Die Medienanalyse MA Leader untersucht mit Schwerpunkt Printmedien, das Medienverhalten sowie die betrieblichen Entscheidungs- und Führungskompetenzen von Führungskräften. Sie wird alle zwei Jahre von der WEMF neu erhoben. Nähere Einzelheiten unter www.wemf.ch.



ZIELGRUPPENGENAUE BUSINESS-TO-BUSINESS-KOMMUNIKATION.

ETABLIERT UND ANERKANNT.

Fokussierte Leserschaft

Die mit dem Gütesiegel «Q-Publikation» ausgezeichneten Printmedien erscheinen regelmässig und werden in einem klar definierten Markt vertrieben. Sie werden über den Lesermarkt und den Anzeigenmarkt sowie durch weitere Einnahmen aus Mitgliederbeiträgen, Sponsoring usw. finanziert. Sie sind in ihrem Markt etabliert und anerkannt.

Inhaltlich kompetent, publizistisch unabhängig.

Eine Q-Publikation wird von einem publizistisch unabhängigen Redaktor/Chefredaktor verantwortlich geleitet. Redaktionelle Texte sind von Anzeigen klar getrennt. Redaktionelle Inserate, Publiereportagen und andere bezahlte Beiträge sind als Inserat oder PR-Beitrag gekennzeichnet. Die Grundsätze der schweizerischen Lauterkeitskommission werden beachtet und eingehalten.

Hoher Nutzen als Werbeplattform.

Die Marktpartner einer Q-Publikation können sich auf konkrete, überprüfte Leistungen im redaktionellen Bereich, als Werbeträger und in der Zusammenarbeit mit den Werbeauftraggebern verlassen. Titel der Fach- und Spezialpresse mit diesem Gütesiegel werden von einem Verlag herausgegeben, der die Standards des Verbandes SCHWEIZER PRESSE anerkennt und unterstützt.

Mediatechnisch transparent.

Eine Q-Publikation sorgt für die notwendige Transparenz. Die Auflage eines Titels ist von der WEMF beglaubigt oder bestätigt. Die Auflagedaten werden in der Mediadokumentation und im Impressum veröffentlicht.

Das Gütesiegel «Q-Publikation» – eine Verpflichtung.

Das Fachgremium des Verbandes SCHWEIZER PRESSE für die Zertifizierung vergibt das Gütesiegel «Q-Publikation» an einen Titel der Fach- und Spezialpresse nach einer formellen und inhaltlichen Bewertung sowie Überprüfung der Einhaltung der geforderten Standards. Firmenzeitschriften, Event- und Messepublikationen sowie Werbepublikationen sind in der Regel ausgeschlossen.



QUALITÄT SETZT SICH DURCH. DIE Q-PUBLIKATIONEN:

Folgende Publikationen* haben nach Überprüfung durch das Fachgremium des Verbandes SCHWEIZER PRESSE für die Zertifizierung das Gütesiegel «Q-Publikation» für 2010 erhalten:

SPEZIALPRESSE

- Cigar
- Cockpit
- Gartenfreund
- JAGD+NATUR
- Online PC Magazin
- SCHWEIZ Das Wandermagazin
- SCHLUSSGANG – Die Schwingerzeitung
- Schweizer Garten
- Swiss Wedding
- Tierwelt
- TraumHaus
- VINUM, Europas Weinmagazin
- Zeitlupe

FACHPRESSE

WIRTSCHAFT / MANAGEMENT / INFORMATIK / DIENSTLEISTUNGEN

- CONTEXT – Das Magazin für Bildung und Beruf
- GDI Impuls
- GS1 network
- HR Today – Das Schweizer Human Resource Management-Journal
- HR Today – Le journal suisse des ressources humaines
- Immobilien Business
- KMU-Magazin
- Management + Qualität
- Organisator
- Sicherheit Sécurité Sicurezza
- Swiss IT Magazine
- WIRTSCHAFTSflash

BANKEN / VERSICHERUNG / TREUHAND / RECHT

- Der Schweizer Treuhänder
- PLÄDOYER
- Private Banking
- Schweizer Bank
- Schweizer Versicherun

LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT

- Agri
- BauernZeitung
- die grüne

- La Forêt
- Schweizer Bauer
- St. Galler Bauer
- WALD und HOLZ

LEBENSMITTEL / KÖRPERPFLEGE

- ALIMENTA
- Journal Coiffure Suisse
- panissimo

GRAPHISCHE INDUSTRIE / VERPAKUNG

- DRUCKMARKT SCHWEIZ
- Pack aktuell
- viscom print & communication

BAUWIRTSCHAFT / ARCHITEKTUR

- applica
- Architektur & Technik
- Bâtitech
- Die SchreinerZeitung
- Haustech
- HK-Gebäudetechnik
- idea
- Interieur
- Schweizer Bauwirtschaft
- Schweizer Holzbau
- TEC21
- TRACÉS

MASCHINEN-, METALLINDUSTRIE / KUNSTSTOFFVERARBEITUNG / CHEMIE

- CHemie plus
- Chemische Rundschau
- MSM Le Mensuel de l'industrie
- SMM Schweizer Maschinenmarkt
- SwissPlastics
- Technica
- Technische Rundschau

ENERGIE- / ELEKTROTECHNIK

- Aktuelle Technik
- Bulletin SEV/VSE
- electro revue
- ET Elektrotechnik
- Gas Wasser Abwasser
- Megalink

TOURISMUS / HOTEL- UND GASTGEWERBE

- EXPRESSO DEUTSCH
- EXPRESSO FRANZ.
- EXTRA
- FOOD + BEVERAGE
- GastroJournal
- Hotelier
- htr hotel revue
- Salz&Pfeffer
- Schweizer Hotel Journal
- SWISS GASTRO KOMBI
- TRAVEL INSIDE (deutsch)
- TRAVEL INSIDE (français)
- travel manager

KOMMUNIKATION

- EXPODATA
- Marketing&Kommunikation
- «persönlich»
- Werbewoche

STAAT UND ÖFFENTLICHKEIT

- POLICE
- Schweizer Gemeinde
- 118 swissfire.ch (Schweizerische Feuerwehr-Zeitung)

GESUNDHEIT / WISSENSCHAFTEN

- CARDIOVASC
- Competence
- Curaviva
- HAUSARZT PRAXIS
- OTX WORLD
- OTX World Romandie
- pharmaJournal
- Schweizer Monatszeitschrift für Zahnmedizin SSO
- Schweizer Optiker
- VSAO-Journal

*Stand vom Oktober 2009. Die Basis der Titelliste kann sich im Laufe des Jahres wegen Nichteinhaltung einzelner qualitativer Merkmale und der Aberkennung des Gütesiegels verändern. Die aktuelle Liste ist unter www.qpublikation.ch oder www.schweizerpresse.ch abrufbar.



DETAILLIERTE NUTZUNGSDATEN VON ÜBER 50 PUBLIKATIONEN.

Mit der «Leser-Analyse Fachpresse» machen immer mehr Fach- und Spezialzeitschriften ihre Leistungen für Mediaplaner und Inserenten transparent. In einem standardisierten Verfahren erhebt das Marktforschungsinstitut GfK Schweiz in Wellen Daten zu den einzelnen Titeln im Branchenumfeld. Dieses Verfahren erlaubt den einzelnen Publikationen, die individuellen Werte ihrer eigenen Publikation mit dem Benchmark zu vergleichen.

Die Ergebnisse mit Bedeutung für die Werbung sind teilweise über Vergo abrufbar oder können bei den jeweiligen Verlagen verlangt werden.



ONLINE PLANUNG AUCH FÜR DIE FACH- UND SPEZIALPRESSE.

Vergo, das wichtige Onlineprogramm von Publicitas Publimedia, eröffnet der Mediaplanung ganz neue Dimensionen. Mediaplaner können dort Leistungswerte von Print- und Onlinemedien in den gängigen Medienstudien effizient analysieren und berechnen.

Neu und für jedermann zugänglich sind Informationen zur Fach- und Spezialpresse unter www.vergo.ch:

Q-Publikationen

Alle zertifizierten Fach- und Spezialzeitschriften mit dem Q-Gütesiegel.

Leser-Analyse Fachpresse

Eine Übersicht aller an der Leser-Analyse Fachpresse beteiligten Fachpublikationen. Darunter zahlreiche Titel mit Auswertungen. Ebenfalls Benchmarks für verschiedene Branchen.

MA Leader 09

Leader lesen die Fachpresse. Übersichtliche grafische Darstellungen mit den wichtigsten Daten über die Fachpresse.

AUSKÜNFTE ERTEILT

Verband SCHWEIZER PRESSE
Konradstrasse 14
Postfach
8021 Zürich

Tel. 044 318 64 64 / Fax 044 318 64 62
contact@schweizerpresse.ch
www.schweizerpresse.ch
www.qpublikation.ch

