

Branchen/Wirtschaftszweige/Fachrichtungen/Berufsgruppen

Abteilung	Empfängergruppen-Struktur lt. Klassifikation der Wirtschaftszweige	Anteil an tatsächlich verbreiteter Auflage			
		%	Exemplare	Inland Exemplare	Ausland Exemplare
7470, 90, 9301, 70-74, 92-93	Anbieter von Gebäudediensten Gebäudereinigungsunternehmen, Anbieter von speziellen Dienstleistungen wie z. B. Abfall- und Wertstoffhandling, Catering, Fassadenreinigung, Hausmeisterdienste, Teppich- und Polsterreinigung, Sicherheitsdienste, Gebäudemanagement etc.	52,8	13.233	9.015	4.218
15-45	Auftraggeber (potenzielle) von Gebäudediensten und Verantwortliche für Eigenreinigung Industrie (Lebensmittelverarbeitung, Maschinenbau, Zement-, Automobil-, Getränkeindustrie etc.)	40,6	10.176	7.586	2.590
52	Einzelhandelsketten und Warenhäuser	10,1	2.541	2.128	413
55, 9304	Hotelketten, Großküchen, Freizeitparks, Erlebnis-, Thermalbäder	0,3	75	59	16
65-66	Hotelketten, Großküchen, Freizeitparks, Erlebnis-, Thermalbäder	6,1	1.517	1.127	390
60, 70, 75, 80, 91	Banken und Versicherungen	0,2	58	44	14
8511, 8531	Öffentliche Verwaltung: Beschaffungs- und Vergabestellen von Bund, Ländern und Gemeinden, Flughäfen, Kongress- und Messegesellschaften, Deutsche Bahn, Telekom, Universitäten, Fachhochschulen, Schulämter, Bundeswehr, Berufsorganisationen	12,2	3.047	1.741	1.306
29241, 50, 51, 51444, 52489	Kliniken/Krankenhäuser, Alten- und Pflegeheime, Seniorenresidenzen-/Anlagen für Betreutes Wohnen	11,7	2.938	2.487	451
	Ausrüster von Gebäudedienstleistern Produktion und Groß-/Handel mit/von Reinigungsbedarf (Maschinen, Reinigungs- und Pflegemittel, Arbeitshilfen)	5,7	1.434	1.170	264
	keine Angaben	0,9	223	44	179
	Tatsächlich verbreitete Auflage	100,0	25.066	17.815	7.251

20 **Größe der Wirtschaftseinheit**
21.1 **Tätigkeitsmerkmal: Aufgabenbereich**
21.2 **Tätigkeitsmerkmal: Position im Betrieb**

} Die Merkmale wurden nicht erhoben, weil die Beurteilung dieser Fachzeitschrift als Werbeträger hiervon nicht abhängig ist.

22.1 **Bildung/Ausbildung: Schulabschluss**
22.2 **Bildung/Ausbildung: Berufliche Ausbildung**
23 **Alter**

} Zu diesem Merkmal stehen für die Dateianalyse keine Daten zur Verfügung

} Die Merkmale wurden nicht erhoben, weil die Beurteilung dieser Fachzeitschrift als Werbeträger hiervon nicht abhängig ist.

Die Untersuchung entspricht in Anlage, Durchführung und Berichterstattung dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträger-Analysen in der aktuellen Fassung.

Kurzfassung der Erhebungsmethode (AMF-Schema 2)

1. Beschaffenheit der Datei:

In der Empfängerdatei sind die Anschriften aller Empfänger erfasst. Aufgrund der vorhandenen postalischen Angaben kann die Datei nach Postleitzahlen bzw. Inland- und Auslandsempfängern sortiert werden.

2. Untersuchungsmethode:

Verbreitungs-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung

3. Tag der Datei-Auswertung: 30. 07. 2009

4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	72.316
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:	
– verkaufte Auflage	6.711
– ständige Freistücke	1.460
– wechselnde Freistücke	16.652
– Einzelverkauf	0
– Werbeexemplare	243
Tatsächlich verbreitete Auflage (ivA)	25.066
– davon Inland	17.815
– davon Ausland	7.251

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (ivA)	25.066	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	289	1,2 %
– Einzelverkauf	0	
– Werbeexemplare	243	
– über Buchhandel geliefert	46	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (ivA)	24.777	98,8 %

6. Beschreibung der Erhebung:

Die Auswertung basiert auf einer Analyse der Gesamtdatei. Die ermittelten Anteile für die Verbreitung im Inland und im Ausland wurde auf die tatsächlich verbreitete Auflage im Jahresdurchschnitt gemäß AMF-Ziffer 17 projiziert.

7. Zielperson der Untersuchung: entfällt

8. Definition des Lesers: entfällt

9. Schwankungsbreite: entfällt

10. Durchführung der Untersuchung: Verlag

11. Zeitraum der Untersuchung: Juli 2009

Kurzfassung der Erhebungsmethode (AMF-Schema 3-E)

1. Beschaffenheit der Datei:

Die Anschriften der Empfänger sind mit Beschreibungsmerkmalen (Branchenkennziffer) und Nutzungsdaten (Abonnement, ständiges Freistück, Wechselsversand) gespeichert.

2. Untersuchungsmethode:

Empfänger-Struktur-Analyse durch Dateiauswertung – Total-Erhebung.

3. Tag der Datei-Auswertung: 30. 07. 2009

4. Struktur der Empfängerschaft:

a) Gesamtzahl der Empfänger in der Datei:	72.316
b) Empfängerstruktur nach Vertriebsformen:	
– verkaufte Auflage	6.711
– ständige Freistücke	1.460
– wechselnde Freistücke	16.652
– Einzelverkauf	0
– Werbeexemplare	243
Tatsächlich verbreitete Auflage (ivA)	25.066
– davon Inland	17.815
– davon Ausland	7.251
c) Gesamtzahl der wechselnden Empfänger (Wechsel nach jeder Ausgabe)	63.363

5. Grundgesamtheit (untersuchter Anteil):

Grundgesamtheit (ivA)	25.066	100,0 %
Davon in der Untersuchung nicht erfasst	289	1,2 %
– Einzelverkauf	0	
– Werbeexemplare	243	
– über Buchhandel geliefert	46	
Die Untersuchung repräsentiert von der Grundgesamtheit (ivA)	24.777	98,8 %

6. Beschreibung der Erhebung:

Die Auswertung basiert auf einer Analyse der Gesamtdatei. Die jeweils ermittelten Anteile wurden auf die tatsächlich verbreitete Auflage gemäß AMF-Ziffer 17 umgerechnet, wobei die wechselnden Empfänger nach ihrer durchschnittlichen Gewichtung berücksichtigt wurden.

Qualifizierung der Adressen durch den Verlag; Adress- und Fernsprehbücher;

Mitteilungen der Empfänger; Messekataloge

Ausschöpfung für das Branchenmerkmal

Keine Angaben in der Datei

	70.067	96,9 %
	2.249	3,1 %
	72.316	100,0 %

7. Zielperson der Untersuchung: entfällt

Angaben entfallen, weil in der Untersuchung keine personenbezogenen Merkmale erhoben worden sind und überdies die Fachzeitschrift nahezu völlig an institutionelle Empfänger-Adressen geliefert wird.

8. Definition des Lesers: entfällt

9. Schwankungsbreite: entfällt

10. Durchführung der Untersuchung: Verlag

11. Zeitraum der Untersuchung: Juli 2009