

Der Betriebswirt

Theorie und Praxis für Führungskräfte

Sonderdruck Leserstudie

**Aktualität, Verständlichkeit
und Praxisnähe überzeugen die Leser**

**Zur Leserstudie für die Zeitschrift
„Der Betriebswirt“**

Die Studie wurde durchgeführt in
Zusammenarbeit mit dem
Lehrstuhl der Hochschule für Technik, Wirtschaft
und Kultur HTWK Leipzig,
Prof. Dr. Steffen Hillebrecht, Leipzig, Fachbereich
Medien, Buchhandel/Verlagswirtschaft.

E-Mail: hillebrecht@fbm.htwk-leipzig.de

Deutscher
Betriebswirte-Verlag
Gernsbach



Leserstudie

Aktualität, Verständlichkeit und Praxisnähe überzeugen die Leser

Zur Leserstudie für die Zeitschrift „Der Betriebswirt“

Von Regina Meier und Steffen Hillebrecht

Jedes Unternehmen, auch und gerade jedes Medienunternehmen möchte auf der Höhe der Zeit bleiben und seinen Nutzerinnen und Nutzern eine aktuelle, qualitativ hochwertige Dienstleistung bieten. Regelmäßige Marktforschung zählt zu den entsprechenden Instrumenten. In der Ausgabe 2/2006 wurden daher die Leserinnen und Leser des „Betriebswirts“ um ihre Meinung gebeten. Dank der zahlreichen Zuschriften liegt nunmehr ein Meinungsbild vor, das für die anstehende inhaltliche und gestalterische Überarbeitung eine sehr wichtige Basis bildet. Diese Leserstudie wurde durch eine Expertenrunde an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig (FH) im Studiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft ergänzt, die sich vor allem mit den Inhalten und deren Aufbereitung auseinandersetzt. Nachfolgend sollen einige ausgewählte Ergebnisse vorgestellt werden.

Generell zeigt sich unter den Leserinnen und Lesern eine hohe Affinität für Internet, Bücher und Zeitschriften, was sich in den Antworten zu Frage 1* zeigt.

Die Leserinnen und Leser zeigen dabei eine sehr umfangreiche Mediennutzung auf. Die war aus Frage 2 zu erkennen. Auffällig ist eine Tendenz zum selektiven Lesen, d.h. dass interessante Artikel am häufigsten den Anlass zur Nutzung des „Betriebswirts“ bilden. Aber auch die Suche in älteren Ausgaben für bestimmte Studienarbeiten ist relevant.

Für den „Betriebswirt“ selbst sind pro Ausgabe in der Regel maximal 60 Minuten Nutzungszeit erforderlich (siehe Frage 4). Betrachtet man die Einsatzfelder von wirtschaftswissenschaftlichen Medien, so dominiert der Wunsch nach Fortbildung, dies lässt sich ganz deutlich aus Frage 5 herauslesen.

Entsprechend häufig wurde als Nutzungsort auch der Arbeitsplatz und/oder die Bibliothek des eigenen Hauses angegeben. Aber auch Dienstreisen sind ein bevorzugter Raum für die Nutzung wirtschaftswissenschaftlicher Medien, womit vor allem Bücher und Zeitschriften eine gute Zukunft haben dürften. Das Themeninteresse der befragten Leserinnen und Leser des „Betriebswirts“ zeigt eine eindeutige Rangreihenfolge auf (Reihenfolge nach Häufigkeit der Nennung). Dies ist für die Wahl der Themen ganz besonders relevant. Hier zeigt sich eine eindeutige Präferenz zu Themenschwerpunkten wie Management/Führung, Rechnungswesen und Controlling sowie Themen aus einzelnen Branchen. Allerdings kann man anhand der Themenwünsche auch erkennen, dass die Leserinnen und Leser ein eher breit angelegtes Themenfeld schätzen. Dies ist nahe liegend, da für spezifische Fachfragen auch eine große Anzahl an entsprechend spezialisierten Fachzeitschriften angeboten wird. Zum Profil des „Betriebswirts“ lassen sich die Aussagen aus den verschiedenen Fragen in folgender Form verdichten:

- Hohe Aktualität
- Gute Verständlichkeit
- Hoher Praxisbezug
- Thematisch eher ausgewogen, vielfältig und überblicksartig

Entsprechend lange sind die Leserinnen und Leser der Zeitschrift „Der Betriebswirt“ verbunden (siehe Frage 7). Unter den Probanden dominieren die Stammleser. Dies spricht einerseits für eine hohe Verbundenheit mit dem Medium und indirekt auch für eine hohe Zufriedenheit der Probanden mit dem Medium. Die Gewinnung neuer Leserinnen und Leser dürfte vor diesem Hintergrund sowohl eine Aufgabe als auch ein realistisches Ziel sein.

Allerdings äußerten die Leserinnen und Leser auch eine Reihe von Kritikpunkten, die zum einen die äußere Anmutungsqualität in Gestalt von Layout und Druckqualität betreffen, zum anderen die Art der Themenfindung und deren redaktionelle Bearbeitung. Die anstehende Überarbeitung des „Betriebswirts“ wird diese Kritikpunkte aufgreifen und eine entsprechende qualitative Anpassung berücksichtigen. Dabei wird auch die mehrfach erwähnte Erscheinungsweise – einige Leser wünschten sich sechs oder gar zwölf Ausgaben pro Jahr – auf den Prüfstand gestellt.

Die Zusammenschau von positiven und verbesserungswürdigen Merkmalen des „Betriebswirts“ führte zu einer eindeutigen Gesamtbewertung und in der zentralen Frage 8 mündete.

Abschließend sei noch auf die Soziodemographie eingegangen. Inte-

Leserstudie

ressant ist, dass „Der Betriebswirt“ einerseits eine altersmäßig sehr breitbandige Zielgruppe anspricht, allerdings hinsichtlich des Geschlechts der Leserinnen und Leser eine sehr deutliche Tendenz zum männlichen Bevölkerungsteil erkennen lässt (siehe Frage 9 und 10). Der angegebene Berufsstatus

(Frage 11) zeigt desweiteren auf, dass „Der Betriebswirt“ sowohl in der Wissenschaft als auch in der beruflichen Praxis beachtet wird.

Die Redaktion des „Betriebswirtes“ und das Auswertungsteam der HTWK Leipzig danken allen Leserinnen und Lesern für ihre Beteiligung

und die vielen, sehr fundierten Anregungen. Der demnächst anstehende Relaunch der Zeitschrift wird den in der Leserstudie erkannten positiven wie verbesserungswürdigen Merkmalen Rechnung tragen – lassen Sie sich überraschen!

Leipzig/Gernsbach, November 2006

Frage 1: Welche Medien nutzen Sie regelmäßig, um sich über wirtschaftswissenschaftliche Fragen zu informieren? (Mehrfachantworten waren zulässig)

Frage 1	Fernsehen	Radio	AV-Medien	Internet	Bücher	Zeitschriften
Nicht genutzt	75,7 %	91,9 %	86,5 %	29,7 %	10,8 %	2,7 %
Genutzt	8,1 %	8,1 %	13,5 %	70,3 %	89,2 %	97,3 %

Frage 2: Bitte kreuzen Sie maximal drei Aussagen an, die Ihr Nutzungsverhalten am besten beschreiben: (Angaben jeweils Prozentzahlen; Mehrfachantworten waren zulässig):

Frage 2	Jede Ausgabe sofort nach Erhalt	Jede Ausgabe mit Zeit dazwischen	Eher selten	Schlage in älteren Ausgaben nach für Studienarbeiten	Jede Ausgabe nur auf der ersten Seite	Wenn interessante Artikel enthalten sind	Gelegentlich	Auf Hinweis von Kollegen
Nein	96,6 %	73,0 %	83,8 %	73,0 %	91,9 %	27,0 %	62,2 %	97,3 %
Ja	5,4 %	27,0 %	16,2 %	27,0 %	8,1 %	73,0 %	37,8 %	2,7 %

Frage 6: Welche Themenkreise sind Ihnen besonders wichtig? (es waren maximal drei Antworten zulässig):

Frage 6	Bin daran interessiert
Managementthemen/Führung	64,9 %
Rechnungswesen und Controlling	51,3 %
Spezielle Branchen-BWL (Banken, Handel,..)	47,8 %
Marketing und Marktforschung	27,0 %
Personalwirtschaft, Aus- und Fortbildung	24,3 %
Rezensionen	24,3 %
Finanzwirtschaft	21,6 %
Nachrichten aus den Hochschulen	18,9 %
VWL-Themen	10,8 %
Wirtschaftsrecht	8,1 %
Informatik	5,4 %
Wirtschaftsmathematik/Statistik	5,4 %
Steuern und Wirtschaftsprüfung	2,7 %
Anzeigen	2,7 %

Frage 3: Wie viel Zeit verwenden Sie im Monat für die Nutzung wirtschaftswissenschaftlicher Medien?

Frage 3	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente
bis zu 2 Stunden	1	2,7	2,7
2 bis 5 Stunden	6	16,2	16,2
5 bis 10 Stunden	8	21,6	21,6
mehr als 10 Stunden	22	59,5	59,5
Gesamt	37	100,0	100,0

Frage 4: Wie viel Zeit benötigen Sie insgesamt für die Lektüre eines Heftes?

Frage 4	Prozent
bis zu 30 Minuten	37,8
30 bis 60 Minuten	40,5
mehr als 60 Minuten	18,9
Gesamt	97,3
fehlender Wert	2,7
Gesamt	100,0

Frage 5: Wofür nutzen Sie bevorzugt wirtschaftswissenschaftliche Medien?

Frage 5	Prozent
Keine Angabe	2,7
für Studium	10,8
für Weiterbildung Beruf	73,0
für Weiterbildung privat	8,1
sonstiger Zweck	5,4
Gesamt	100,0

Leserstudie

Frage 7: Wie lange nutzen Sie bereits den „Betriebswirt“?

Frage 7	Prozent
Keine Angabe	8,1
Dies ist die erste Ausgabe seit Anfang des Jahres	8,1
1 bis 2 Jahre	10,8
2 bis 5 Jahre	8,1
Mehr als 5 Jahre	21,6
Gesamt	43,2
	100,0

Frage 8: Welche Gesamtnote würden Sie dem Betriebswirt geben?

Frage 8	Prozent
sehr gut	2,7
gut	56,8
befriedigend	35,1
ausreichend	2,7
ungenügend	2,7
Gesamt	100,0

Frage 9: Welcher Altersgruppe gehören Sie an?

Frage 9	Prozent
Gültig 25–30	8,1
31–35	5,4
36–40	13,5
41–45	10,8
46–50	16,2
51–55	18,9
56–60	10,8
61–65	5,4
66 +	10,8
Gesamt	100,0

Frage 10: Frage nach dem Geschlecht

Frage 10	Prozent
Gültig Weiblich	8,1
Männlich	91,9
Gesamt	100,0

Frage 11: Welchen Status haben Sie?

Frage 11	Prozent
Gültig Rberufstätig in Wirtschaft und Verwaltung	21,6
Selbstständig	13,5
Hochschullehrer	43,2
Hochschulassistent	13,5
Berufstätig	2,7
Gesamt	94,6
Fehlend fehlender Wert	5,4
Gesamt	100,0

* Die Nummerierung der Fragen wurde erst für diesen Artikel vorgenommen. Innerhalb des Fragebogens waren die Fragen nicht nummeriert.

Theorie und Praxis für Führungskräfte

Überzeugen Sie sich von den Vorteilen!

Hiermit bestellen wir gegen Rechnung

..... Exemplar(e) „Der Betriebswirt“, Ausgabe
 zum Preis von je 15,- € + Porto. Der Preis versteht sich inkl. MwSt.
 Abonnement „Der Betriebswirt“, ab Ausgabe
 Preis pro Jahr 52,- € + Porto.
 kostenloses Probeheft „Der Betriebswirt“

Bitte Anschrift deutlich schreiben:

Firma:
 Name:
 Straße:
 PLZ/Wohnort:

Bitte Ihrem Buchhändler geben oder an:



DBV
Deutscher Betriebswirte Verlag
 Bleichstr. 20-22
 D-76593 Gernsbach

Datum _____ Stempel/Unterschrift _____

Bitte einsenden oder weiterleiten an

Der Betriebswirt · Bleichstr. 20–22 · 76593 Gernsbach – info@betriebswirte-verlag.de
 Fax 07224 9397 905