

weltzeit-Leserstudie

März 2007

Übersicht

- **Zusammenfassung** 2
- **Methodensteckbrief / Stichprobe** 3
- **Zufriedenheit mit der *weltzeit*** 3
- **Nutzungsumfang, Weitergabe und Nutzungsmotiv** 4
- **Bewertung der *weltzeit*** 5
- **Interessenlage** 6
- **Zufriedenheit mit der Erscheinungshäufigkeit** 7
- **Bezugswunsch: Print, elektronisch, zusätzliche Newsletter?** 7
- **Wünsche zu Inhalt und Design** 8

Zusammenfassung

- Die Leser der *weltzeit* sind nahezu ohne Ausnahme mit dem Magazin zufrieden.
- Etwa zwei Drittel der Bezieher aus Politik, Wirtschaft, Kultur, Medien etc. lesen mindestens die Hälfte einer *weltzeit*-Ausgabe, jeder Vierte wählt Beiträge aus.
- Sechs von zehn Multiplikatoren reichen die *weltzeit* an andere weiter und erweitern so den Leserkreis weit über die Auflage hinaus.
- Die redaktionelle Qualität sowie der visuelle Eindruck bzw. die Gestaltung der *weltzeit* erreichen nahezu ausnahmslos Bestnoten von der Leserschaft.
- Topthemengebiete des Heftes, die auf großes Interesse stoßen, sind internationale Politik, deutsche Außenpolitik sowie Kultur, Regionales aus Europa, Wirtschaft und Hintergrundinfo zu Medienmärkten bzw. -politik. Informationen zur DW Unternehmenspolitik und zum Programmangebot werden sehr häufig von DW-Ruheständlern erwartet.
- Das Erscheinungsintervall der *weltzeit* (6 x pro Jahr) trifft die Bedürfnisse ihrer Leserschaft nahezu optimal.
- Fast einstimmig fordern die *weltzeit*-Leser auch weiterhin den Versand des hochwertigen Printproduktes. Für viele Multiplikatoren ist ein zusätzlicher newsletter wünschenswert.
- Gefragt nach den Wünschen an die *weltzeit* hinsichtlich Inhalt und Gestaltung, fällt der große Bedarf nach „noch mehr erklärenden Hintergrundinformationen“ auf; im Design wird am häufigsten der Wunsch „moderner, abwechslungsreicher, größere Bilder/Fotos sowie übersichtlicher“ genannt.

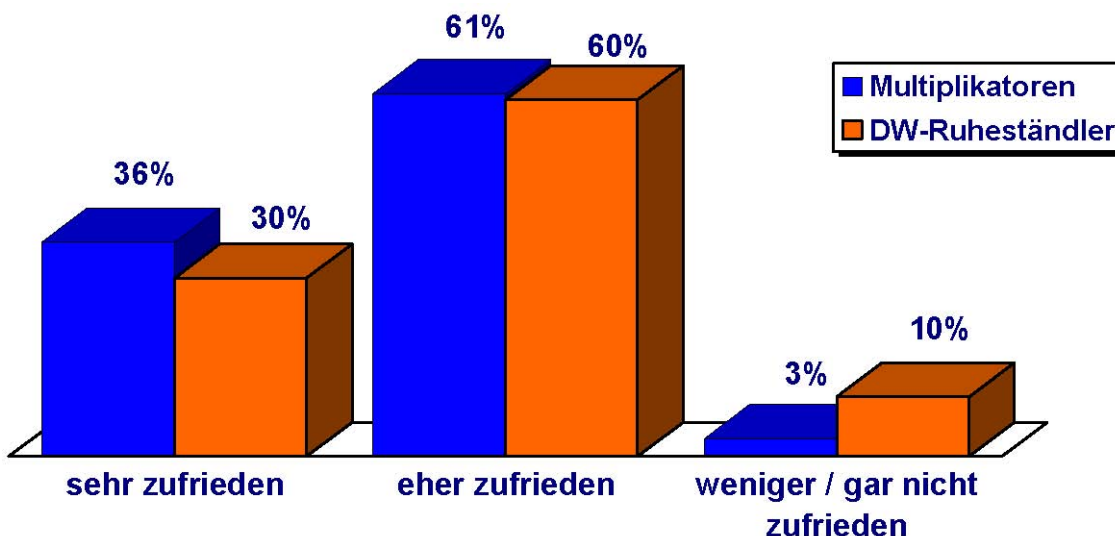
Methodensteckbrief / Stichprobe

- Das Magazin *weltzeit* hat eine Auflage zwischen 8.000 und 11.000 Exemplaren und richtet sich an Multiplikatoren, Politiker, Botschaften und Mittlerorganisationen wie Goethe-Institute, politische Stiftungen etc..
- Methodisch handelt es sich bei der *weltzeit*-Leserstudie 2007 um eine quantitative Kundenbefragung.
- Als Adressen-pool wurde der Verteiler der *weltzeit* eingesetzt: 2.876 Fragebögen wurden an Bezieher aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur, Medien etc. verschickt (im Folgenden als „Multiplikatoren“ bezeichnet), 1.298 gingen an DW-Ruheständler (im Folgenden „DW-Ruheständler“).
- Die Rücklaufquote beträgt insgesamt 11,1 % (Multiplikatoren 9,3%, DW-Ruheständler 15,3%)
- Methodisch darf das Marktforschungsinstrument Kundenbefragung nicht mit einer nationalen Repräsentativstudie verglichen werden. Die durch die Kundenbefragung abgebildeten Ergebnisse stehen nicht 100%ig für die Gesamtheit aller Leser, sie sind jedoch aufgrund der großen Fallzahl sehr aussagekräftig und verdeutlichen Leserverhalten, -meinungen und -wünsche des „typischen, aufgeschlossenen *weltzeit*-Lesers“.
- Befragungszeitraum: Februar / März 2007

Zufriedenheit mit der *weltzeit*

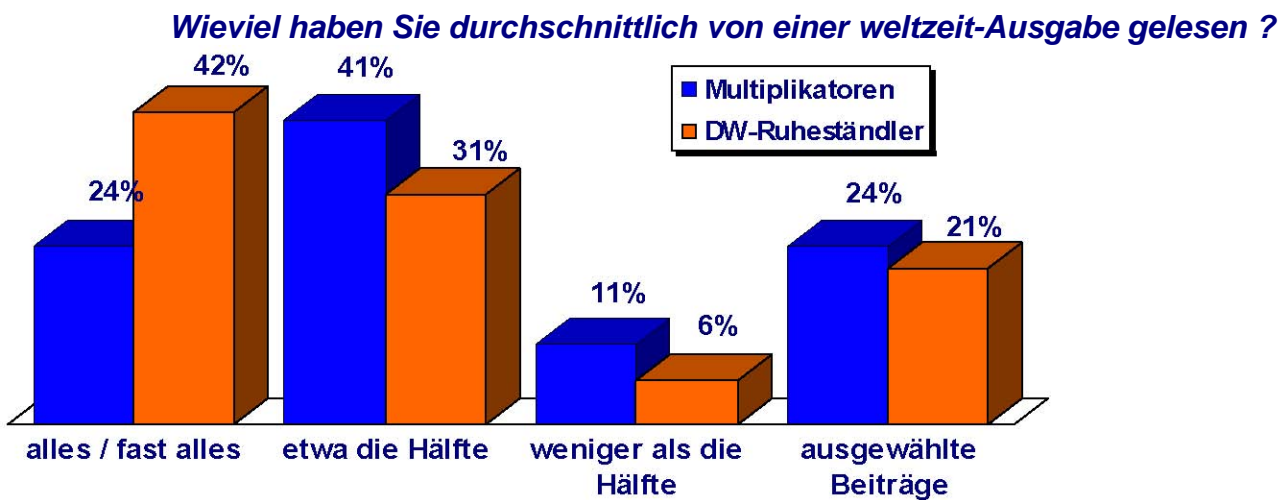
- Die Leser der *weltzeit* sind nahezu ohne Ausnahme mit dem Magazin zufrieden.
- Vollste Zufriedenheit bekunden jeweils etwa ein Drittel der Befragten.

Zufriedenheit mit der *weltzeit*



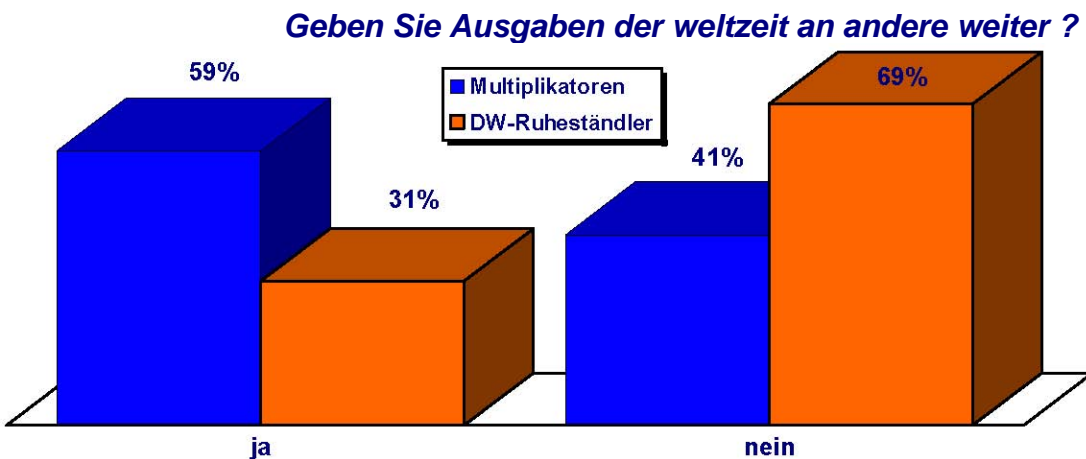
Nutzungsumfang, Weitergabe und Nutzungsmotiv

- Etwa zwei Drittel der Multiplikatoren lesen mindestens die Hälfte der *weltzeit* und mehr, jeder Vierte wählt Beiträge aus.
- DW-Ruheständler wenden im Vergleich zu Multiplikatoren noch mehr Zeit für das Studium der *weltzeit* auf.



Nutzungsumfang, Weitergabe und Nutzungsmotiv II

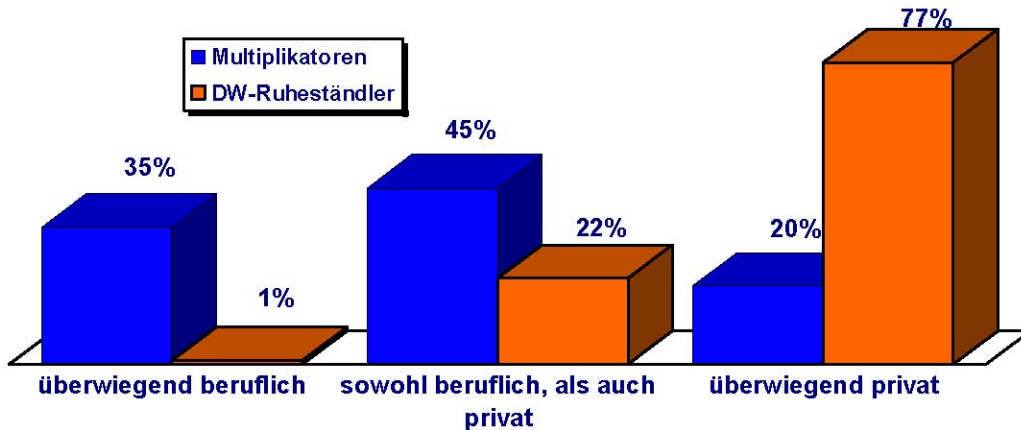
- *weltzeit* ist ein Magazin, das von Multiplikatoren gerne weitergegeben wird: Sechs von Zehn reichen es an andere weiter. Insbesondere Befragte aus den Bereichen Politik (76%) und Kunst (83%) erweitern so den Leserkreis weit über die Auflage hinaus.



Nutzungsumfang, Weitergabe und Nutzungsmotiv III

- Der berufliche Aspekt steht für Multiplikatoren bei der Lektüre der *weltzeit* im Vordergrund. Dies trifft verstärkt für weibliche Multiplikatoren (52% Nennung „überwiegend beruflich“) sowie Befragte aus den Branchen Medien (54%), Politik und Kultur (jeweils 44%) zu.

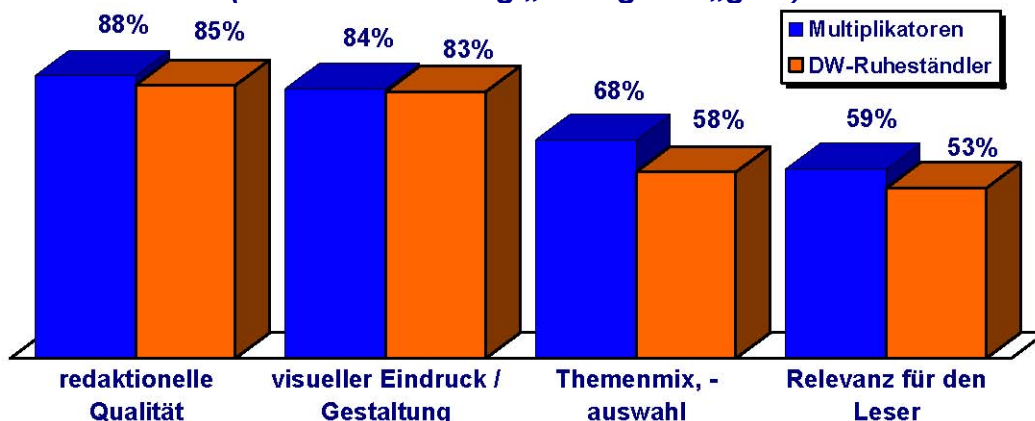
Ist der Nutzen der *weltzeit*-Informationen überwiegend beruflich oder privat ?



Bewertung der *weltzeit*

- Die redaktionelle Qualität sowie der visuelle Eindruck bzw. die Gestaltung der *weltzeit* erreichen nahezu ausnahmslos Bestnoten von der Leserschaft.

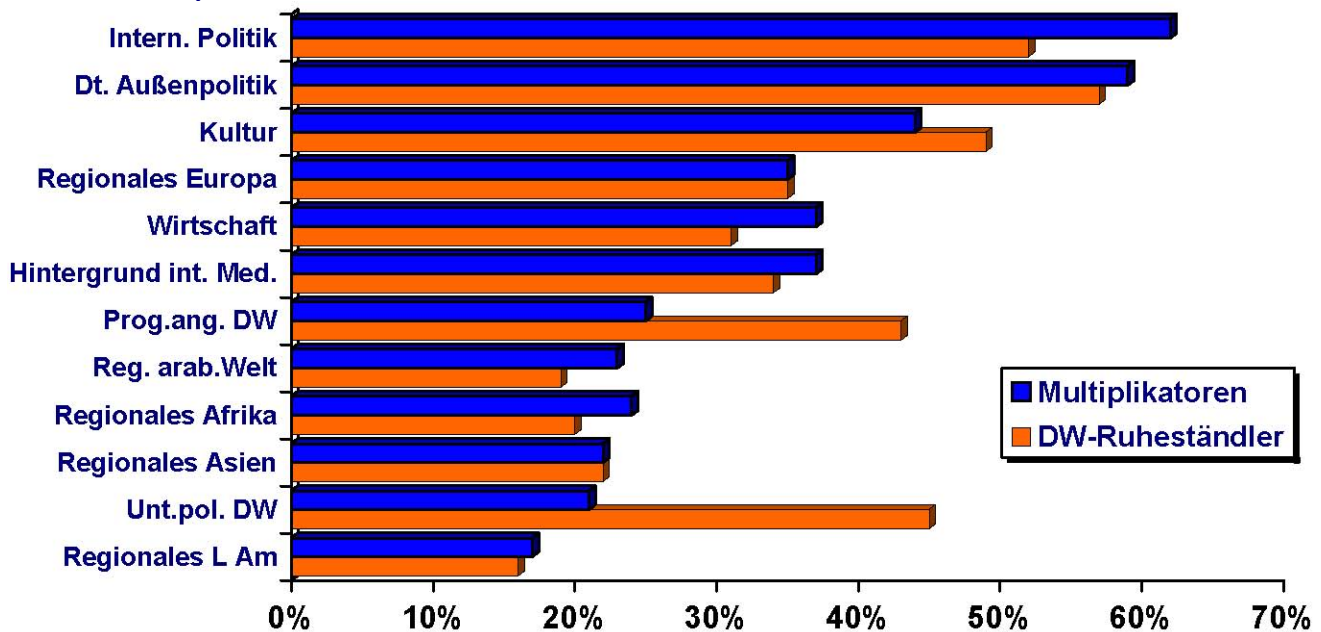
Bewertung unterschiedlicher Aspekte der *weltzeit* nach Noten (%-Anteil Nennung „sehr gut“ / „gut“)



Interessenlage I

- Tophemen sind internationale Politik, deutsche Außenpolitik sowie Kultur, Regionales aus Europa, Wirtschaft und Hintergrundinfo zu Medienmärkten. Informationen zur DW Unternehmenspolitik und zum Programmangebot werden sehr häufig von DW-Ruheständlern erwartet.

Interesse der weltzeit-Leser an unterschiedlichen Themengebieten (%-Nennung „sehr interessiert“)



Interessenlage II

- Die Interessengebiete lassen sich statistisch in drei Gruppen einteilen.

1. Regionale Information (aus der arab. Welt, Asien, Afrika, LAm). Überdurchschnittlich großes Interesse an diesem Themenfeld lässt sich bei Lesern aus dem Bereich Kultur feststellen.

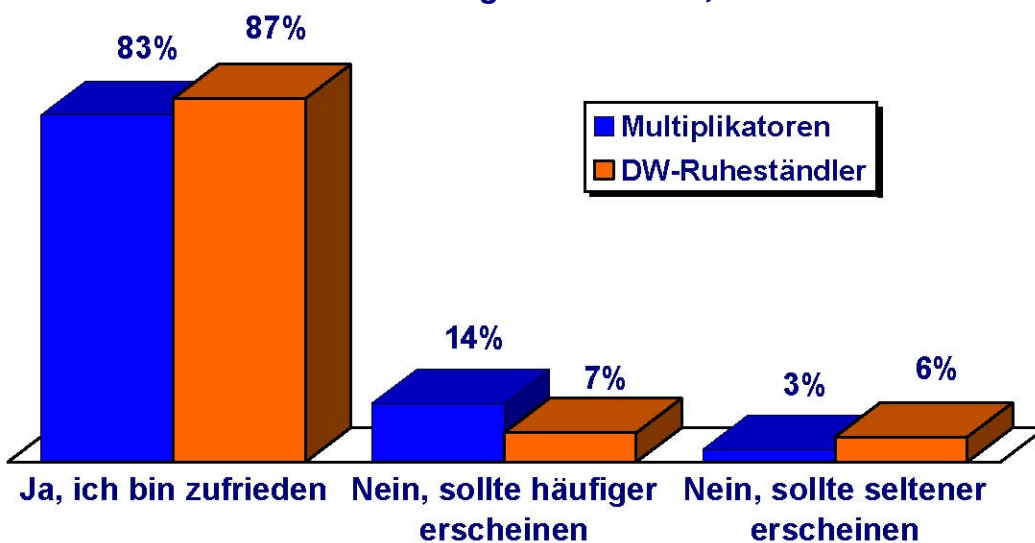
2. Unternehmenspolitik und Programmangebot der DW sowie Hintergrundinformationen zu Medienpolitik und –märkten. Besonders stark sind die Leser, die in der Medienbranche arbeiten oder arbeiteten (DW-Ruheständler), an diesem Themenkomplex interessiert.

3. Deutsche Außenpolitik und internationale Politik. Leser aus den Bereichen Politik oder Wirtschaft sind besonders an diesem Themenfeld interessiert.

Zufriedenheit mit der Erscheinungshäufigkeit

- Das Erscheinungsintervall der *weltzeit* trifft die Bedürfnisse ihrer Leserschaft nahezu optimal. Unter den weiblichen Multiplikatoren liegt die Zufriedenheit mit einem Wert in Höhe von 92% noch deutlich darüber.
- Eine Erhöhung der Ausgaben pro Jahr vor dem Hintergrund des Kundenwunsches der Bezieher aus Politik, Wirtschaft etc. (14%) kann überlegt werden.

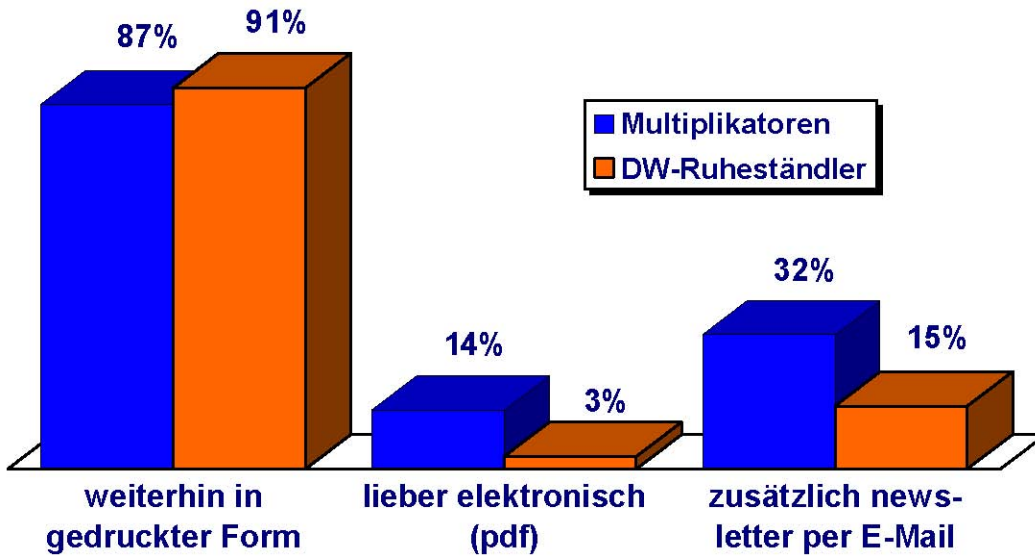
Sind Sie mit der Häufigkeit zufrieden, in der die weltzeit erscheint (6 x pro Jahr)?



Bezugswunsch: Print, elektronisch, zusätzliche Newsletter?

- Nahezu einstimmig fordern die *weltzeit*-Leser auch weiterhin den Versand des hochwertigen Printproduktes. Für viele Multiplikatoren ist ein zusätzlicher newsletter wünschenswert.

Möchten Sie die weltzeit weiterhin in gedruckter Form / lieber elektronisch im PDF-Format / zusätzlich einen monatlichen Newsletter per E-Mail? (%-Anteil „ja“-Nennungen)



Wünsche zu Inhalt und Design I

„Was sollte inhaltlich geändert bzw. ergänzt werden?“

Multiplikatoren-Antworten:

35% gaben mindestens eine Antwort (insgesamt 285 Nennungen).

Davon häufigste Nennungen:

„mehr Hintergrundinformation“ (15% aller Antwortbereiten)

„mehr wirtschaftliche Themen“ (13%)

DW-Ruheständler-Antworten:

36% gaben mindestens eine Antwort (insgesamt 181 Nennungen).

Davon häufigste Nennungen:

„mehr Hintergrundinformation“ (13%)

„weniger Eigenlob“ (10%)

Wünsche zu Inhalt und Design II

„Was sollte bei der Gestaltung geändert werden?“

Multiplikatoren-Antworten:

20% gaben mindestens eine Antwort (insgesamt 133 Nennungen).

Davon häufigste Nennungen:

„abwechslungsreicher werden“ (11%)

„moderner werden / nicht so konservativ, starr“ (9%)

„größere Bilder / Fotos“ (9%)

„übersichtlicher werden“ (9%)

DW-Ruheständler-Antworten:

16 % gaben mindestens eine Antwort (insgesamt 75 Nennungen).

Davon häufigste Nennung:

„moderner werden / nicht so konservativ, starr“ (19%)

Wünsche zu Inhalt und Design III

Abschlusskommentare

Multiplikatoren-Kommentare:

31% gaben mindestens eine Antwort (insgesamt 168 Nennungen).

Davon häufigste Nennungen:

„bin sehr zufrieden mit der *weltzeit*, weiter so!“ (59%)

DW-Ruheständler-Kommentare:

35% gaben mindestens eine Antwort (insgesamt 153 Nennungen).

Davon häufigste Nennungen:

„bin sehr zufrieden mit der *weltzeit*, weiter so!“ (39%)

„tolle Berichte, Themen, Artikel etc.“ (17%)