

**Verlag Technik**

**30.01.91**

**Gründe gegen MP**

**(Ablehnung)**

- genug ähnliche Magazine
- unterscheidet sich nicht von anderen Zeitschriften
- Themen veraltet
- Papier nicht gut
- Themen nicht fachbezogen  
(zu sehr "EX-DDR"-Themen)
- unübersichtlich
- zu unspezifisch
- zu technisch
- zu wenig branchenbezogen
- Layout "altertümlich"

**Gründe für MP**

**(Zustimmung)**

- sehr informativ
- Papier sehr gut (wurde oft erwähnt)
- Virus-Bericht "toll"

**Verlag Technik**

**30.01.91**

Erhebung beruht auf 135 Nettokontakten.  
Insgesamt 297 Nettokontakte

Darüber hinaus wurden 162 Nettokontakte durchgeführt, bei denen die Ansprechpartner nicht beurteilen konnten, ob MP gute oder schlechte Chancen im Markt haben wird. Ebenso wurden keine Wünsche über bestimmte Themen in Computer-Zeitschriften allgemein geäußert.

- liest keine Computerzeitschriften
- wendet sich bei Problemen an Hardware-Hersteller
- hat zu wenig Wissen, um Zeitschrift zu beurteilen
- hat keine Zeit, Zeitschriften zu lesen; zeitlich zu sehr eingespannt

**203 Protokolle**

- (- Telefon-Nummer nicht zu ermitteln,
- 3 x Bruttokontakt
- Gesprächspartner nach mehrmaligen Versuchen nicht erreicht)

**Zielpersonen (ZP) stimmen häufig nicht**

- ZP Aufsichtsratsvorsitzender
- ZP im ausländischen Stammhaus
- ZP kein Bezug zur EDV --> und somit kein Interesse
- ZP bereits angeschrieben ---> Adresse sollte vorher durch Telemarketing qualifiziert werden

<b>Verlag Technik</b>	<b>Statistik</b>	<b>30.01.1991</b>
gute Chancen		21
geringe Chancen		15
nicht gelesen		98
kurz		98
ausführlich		68
Hardware		70
X Software		114
Zubehör		32
Überblicksbeitrag		88
Fachaufsatz		48
erneut MP zuschicken		9
keine Auskunft		1
Invest.empfehlungen		49
X Erfahrungsberichte		108
Informationen		76
X Messe-Neuheiten		103
weitere Themen		23
- Test		3
- Preisvergleiche		4
- Anwender-Tips		9
- Robotron-Themen		1
- Standardsoftware international		2
- Kommunikationsvernetzung		1
- Leserecke		9
- Austauschbörse		3
- Graphik-Programme		1
- Softwarebeschreibungen		1
- Anwenderprogramme		2
- MS Windows		1
- CAD/CAE		1
- Programmiersprachen		1

Verlag Technik

30.01.91

Ich lese regelmäßig Fachzeitschriften

<u>1:</u>	11	<u>2:</u>	16
<u>mehr als 2:</u>	35	<u>keine:</u>	68

Welche:

- CW	15
- PC-Magazin	9
- Chip	28
- PC Pur	3
- MC	4
- Bit	11
- CP	2
- PC Soft	2
- Informatik-Spektrum	1
- CZ	6
- BTX	1
- IMAC	1
- SEL	1
- Misco	1
- MC World	1
- CM	1
- C'T	5

Neues MP-Konzept

Hamburg, den 14.03.1991

Statements zur Produktveränderung der Zeitschrift MP

## Situation Zielsetzung

MP soll im Markt so positioniert werden, daß sowohl die bestehenden Abonnenten gehalten werden können als auch die Gewinnung von neuen Abonnenten ermöglicht wird.

Es handelt sich also um eine ausgesprochen schwierige Situation, da kein klares Konzept vom Start weg möglich ist.

Wir sind der Meinung, daß die Ziele dennoch erreicht werden können wenn

- die optische Erscheinung kurzfristig geändert wird
- die Inhalte schrittweise geändert und auf die neue Zielgruppe abgestimmt werden.

## Zielgruppe

Bei den weiteren Ausführungen konzentrieren wir uns auf die Zielgruppe der mittelständischen Unternehmen.

Begründung: Für mittelständische Unternehmen gibt es im Sinne einer Entscheidungshilfe im Bereich der EDV derzeit keine spezielle Zeitschrift.

Wir gehen davon aus, daß bei der schnellen Entwicklung im EDV-Bereich, insbesondere die mittelständische Industrie aufgrund fehlender Personalkapazitäten speziell in Fachabteilungen ohne Entscheidungshilfen nicht leben kann.

Im Markt befindliche EDV-Zeitschriften oder Magazine decken diesen Bereich nicht ab. Zu den stärksten Wettbewerbern aus dem Computerbereich gehören Computer Woche und Chip. Auch diese beiden Zeitschriften decken den Bereich nicht ab.

Diese Zeitschriften werden, dies zeigt die Auswertung, sehr häufig in der Mittelstandsindustrie von Entscheidern gelesen. Ein weiteres Indiz dafür, daß eine spezielle Zeitschrift eine Marktberechtigung hat.

- 2 -

### Konzeptioneller Ansatz

- Schaffung eines speziellen Magazins für den Entscheider (Geschäftsführer, Inhaber) in der mittelständischen Industrie
- Begrenzte Seitenzahl, z. B. 40 Seiten, um die Übersichtlichkeit zu erhalten. Die angesprochenen Wettbewerbsprodukte sind sehr umfassend und unübersichtlich wenn es um Entscheidungshilfen geht
- Übersichtliche Erscheinung, deutlich gegliederte Themenbereiche, die speziell auf die Interessen des Entscheiders zugeschnitten sind
- Kurzfristige Realisierung des äußeren Erscheinungsbildes und der Themengliederung. Kontinuierliche Veränderung der redaktionellen Beiträge zu den angesprochenen Rubriken
- Bezüglich der Anzeigenwerbung klarere Gliederung. Anzeigen als Response-Anzeige durch heraustrennbare Response-Coupons im Leserservice.
- Der Ansatz dieser Konzeption verspricht ein wachsendes Anzeigengeschäft, da die Anzeigenthemen nicht unbedingt aus dem Software-Bereich rekrutiert werden müssen, sondern Allgemeinthemen für die Zielgruppe - Mittelstands-Entscheider - gewählt werden können

### Stellungnahme zu den Seiten

Titel:

Veränderung des Textes - nicht mehr MP Mikroprozessor-technik, Zeitschrift für Mikroelektronik, sondern MP Magazin für Computerpraxis/Computertechnik Hard- und Software -.

Abstimmung der Titelfotos auf die Zielgruppe, keine Titelfotos aus dem technischen Bereich.

- 3 -

- 3 -

Erste Umschlagseite:

Weiterhin für ganzseitige Anzeigen.

Zweite Umschlagseite:

Leserservice - heraustrennbare Antwort-Coupons.

Rückseite:

Als ganzseitige Anzeigenseite.

Innenseiten:

Inhalt

Klarer gegliedert

Aktuelles

Zunächst Beibehaltung der auf die derzeitige Abonnentenzielgruppe zugeschnittenen redaktionellen Beiträge. Auf Sicht redaktionell für die neue Zielgruppe überarbeiten.

Unternehmerreport

Kurzfristige Änderung der Inhalte, speziell zugeschnitten auf die neue Zielgruppe.

Anwendung

Zunächst Beibehaltung der Ansprache der bestehenden Zielgruppe.

Magazin

Zunächst Beibehaltung der Ansprache der bestehenden Zielgruppe.

Test

Auswahl der Themen, die sowohl für die alte als auch für die neue Zielgruppe von Interesse sind.

- 4 -



- 4 -

### Notizen

Allgemeine redaktionelle Anpassung an die Gegebenheiten anderer Magazine.

### Premieren

Dient als Anzeigenraum, jedoch redaktionell dargestellt. Die hier angesprochenen Firmen finden sich im Leserservice als Responseelement wieder.

### Börse

Die Börse dient als Anzeigenraum, z. B. Stellenanzeigen, An- und Verkauf aus dem Bereich der bestehenden und zukünftig aus der neuen Zielgruppe. Auf Sicht kann die Börse als Kommunikation zwischen mittelständischen Unternehmen bzw. Unternehmern gestaltet werden.

### Computer & Recht

Aktuelle Rechtssituationen redaktionell aufarbeiten. Zugeschritten auf die Zielgruppe mittelständischer Unternehmen.

### Literatur

Aktuelle Literaturhinweise, angepaßt an die Wettbewerbssituation wie bisher.

### Neuheiten & Trends

Redaktionell aufbereitete Anzeigenwerbung, die hier inserierenden Firmen finden sich im Leserservice wieder.

### Schlußbemerkung:

Die dargestellten Themen können hinsichtlich der Seitenzahl variiert werden. Die Reihenfolge der Themen kann geändert werden.

# Ihre Meinung interessiert uns

MP 26/91

## Ich bin der Meinung

Sie haben mit MP und den neuen  
Schwerpunktthemen gute Chancen im Markt

Die Chancen sind gering, weil \_\_\_\_\_

## Ich wünsche mir von einem Computer-Magazin, das ich regelmäßig lesen würde

Kurze  oder ausführliche  Berichte  
über  Hardware  Software  Zubehör  
als Überblicksbeitrag  oder Fachaufsatz

Investitionsempfehlungen und Entscheidungs-  
unterstützung durch gezielte Informationen

Erfahrungsberichte und Insider-Tips

Informationen aus der Forschung

Messe-Neuheiten

Weitere Themen Einführungskurse

## Ich lese regelmäßig

1  2  mehr als 2  keine  
Computer-Fachzeitschriften

Welche? CZ

PC-Netze

Absender

Firma \_\_\_\_\_

Name Norbert W. Frank

Funktion Betriebsingenieur

Straße Hutfabrik Rookel  
G.m.b.H

PLZ/Ort D-6320 Alsfeld 1  
Postfach

Telefon \_\_\_\_\_  
Fernruf (0 66 31) 30 01  
Autom. Beantworter: 30 03

**Verlag Technik GmbH**  
**Oranienburger Straße 13/14**

**O-1020 Berlin**