

## Die Leser von Bilanzbuchhalter und Controller – Leser-Struktur-Analyse

"Leser geben Bestnoten für BC"



Zeitschrift für Führungskräfte im Finanz- und Rechnungswesen und Controlling – eine entscheidungs- und investitionsstarke Zielgruppe!

## BC – Bilanzbuchhalter und Controller Alles, was Führungskräfte im Finanz- und Rechnungswesen wissen wollen

### **INTENSIVE LESER-BLATT-BINDUNG**

Dass der BC viel mehr als eine Pflichtlektüre ist, zeigt die Tatsache, dass neun von zehn Lesern BC bevorzugt zuhause lesen. Dies sind vor allem Entscheidungsträger aus Finanzbuchhaltung und Controlling in mittleren Unternehmen.

Die persönliche Bindung der hochkarätigen Zielgruppe zu ihrer Fachpublikation ist besonders intensiv.

### **DAS MEDIUM ZUR BERUFLICHEN WEITERBILDUNG UND QUALIFIKATION**

Da die Leser von BC sehr hohes Interesse an ihrer beruflichen Weiterbildung und Qualifikation haben, finden folglich Anzeigen zu diesem Thema ihre ganz besondere Aufmerksamkeit. Dazu gehören Anzeigen zu Fachliteratur oder Schulungen ebenso wie Hard- und Softwareangebote sowie Finanzdienstleistungen.

### **ENTSCHEIDER IN INVESTITIONSFREUDIGEN MITTLEREN UNTERNEHMEN**

Der Großteil der finanzstarken Leser ist in investitionsbereiten mittelständischen Unternehmen tätig, die in den nächsten Jahren ganz konkrete Investitionen planen. Ein deutlicher Zuwachs im Vergleich zur Befragung 1998 ist bei den Entscheidungsträgern zu verzeichnen. Hohe Verantwortung und große Entscheidungsfreiheit machen die BC-Leserschaft zu einer Top-Zielgruppe. Wer sich mit seiner Leistung bei den Entscheidungsträgern gezielt profiliert, kann von diesem Potenzial profitieren.



## Inhalt

BC-Leser	4
Lesewerte	9
Informationsverhalten	14
Investitionen	17
Referenzen	19
Kontakt	20

### **METHODENBESCHREIBUNG**

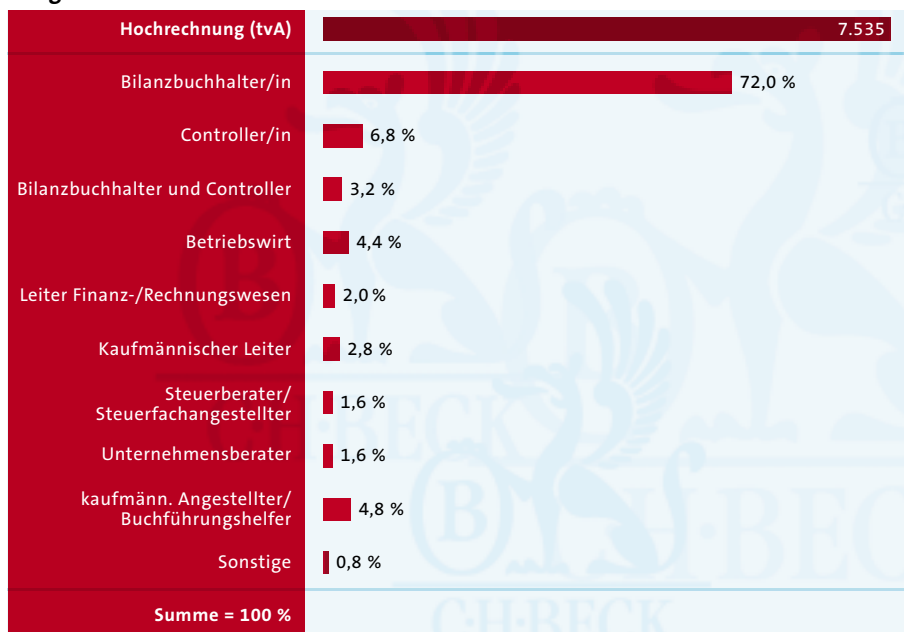
Im Auftrag des Verlages C.H. Beck hat das Marktforschungsinstitut TNS Emnid, Bielefeld, im Mai/Juni 2003 eine Leser-Struktur-Analyse für BC – Bilanzbuchhalter und Controller durchgeführt. Aus der Grundgesamtheit der inländischen Leser wurde eine repräsentative Random-Stichprobe gezogen. Die Daten wurden durch telefonische Erhebung gewonnen.

Die Netto-Stichprobe beträgt 250 Fälle, was einer Ausschöpfung der Brutto-Stichprobe (312 Fälle) von 80,1 % entspricht. Zielperson der Untersuchung war der hauptsächliche Leser in der Institution. Die Ergebnisse sind nach AMF-Standard repräsentativ für alle BC-Leser. Die Untersuchung entspricht dem aktuellen ZAW-Rahmenschema.

## Eine homogene, finanzaffine Zielgruppe: Über 70% Bilanzbuchhalter

**72% DER BC-LESER SIND BILANZBUCHHALTER.** Zur Zielgruppe gehören außerdem Controller, Betriebswirte, kaufmännische Leiter und weitere Berufe mit hoher Affinität zu den Themen Buchhaltung und Controlling. Eine definierte, homogene Leserschaft!

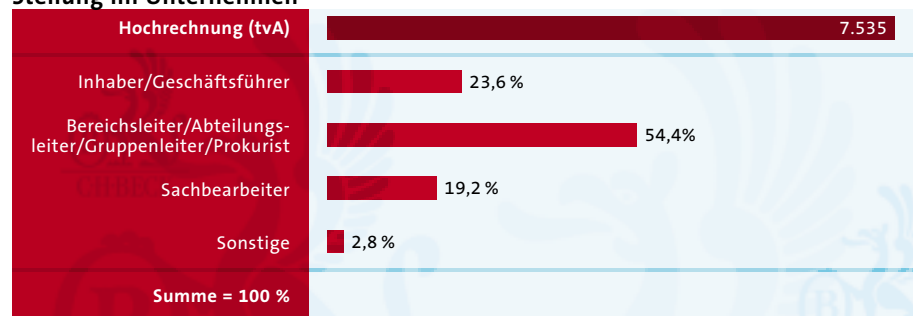
### Ausgeübter Beruf



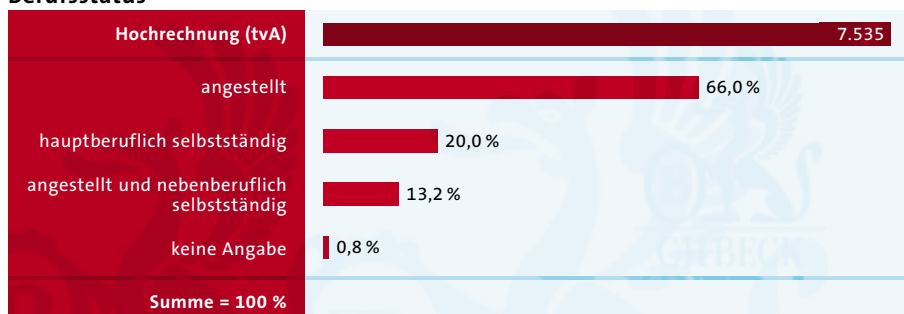
Ein klares Profil:  
Hohe Verantwortung, große  
Entscheidungsfreiheit

**78 % DER LESER BEFINDEN SICH IN LEITENDER FUNKTION**, in Entscheiderpositionen als Inhaber, Geschäftsführer oder Leiter von Bereichen, Abteilungen und Gruppen. Das heißt: BC erreicht direkt die verantwortlichen Entscheider!

#### Stellung im Unternehmen



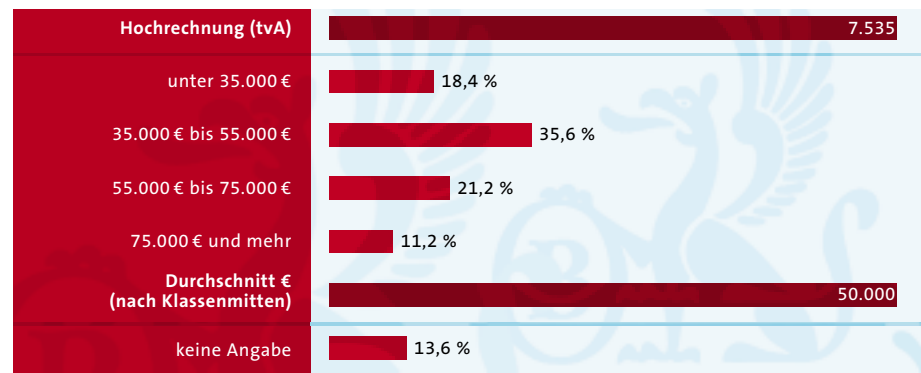
#### Berufsstatus



## Einkommensstarke, etablierte Konsumenten

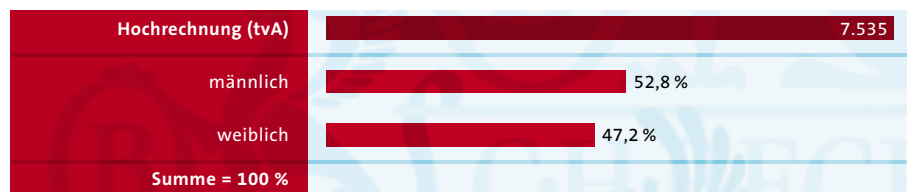
**AUFGRUND IHRER GEHOBENEN STELLUNG** sind BC-Leser eine außerordentlich finanzstarke Klientel mit einem Durchschnittsgehalt von 50.000 Euro jährlich. Ein Drittel von ihnen erzielt ein Bruttoeinkommen von über 55.000 Euro im Jahr. Mehr als jeder Zehnte sogar über 75.000 Euro.

### Jährliches Bruttoeinkommen



**BC ERREICHT ZU ANNÄHERND GLEICHEN TEILEN WEIBLICHE WIE MÄNNLICHE LESER.**

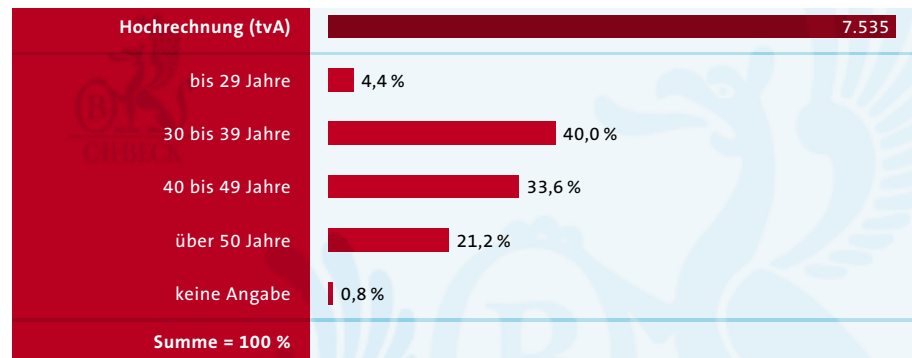
### Geschlecht



## Kauffreudige, junge Leser mit hohem Bildungsniveau

**73,6% SIND IM KAUFFREUDIGEN ALTER ZWISCHEN 30 UND 49 JAHREN.**

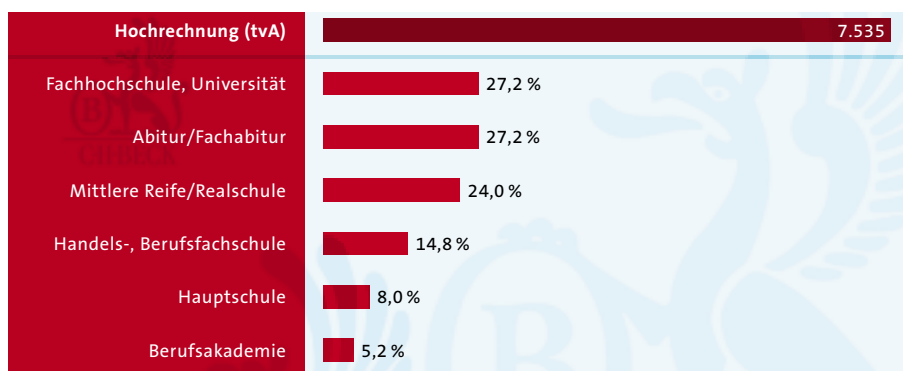
### Alter



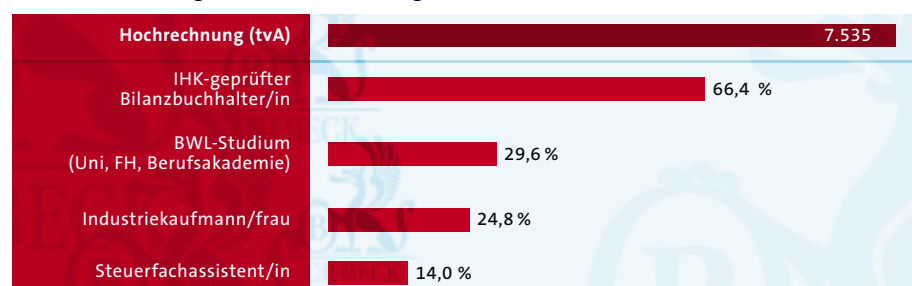
**BC-LESER SIND HOCHQUALIFIZIERT UND UMFASSEND AUSGEBILDET.**

Zwei Drittel sind IHK-geprüfte Bilanzbuchhalter, ein Drittel hat ein BWL-Studium absolviert, und ein Viertel ist Industriekaufmann oder -frau. Insgesamt haben die befragten Leser im Schnitt 1,9 Ausbildungen abgeschlossen, sind also besonders gut ausgebildet.

### Bildung (Mehrfachnennung)



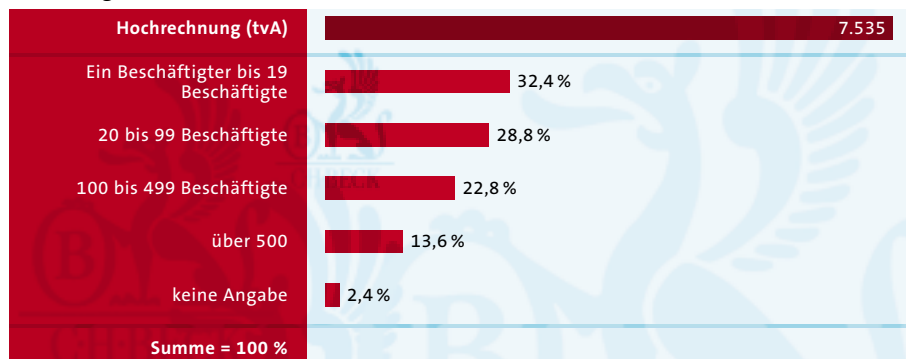
### Berufsausbildung (Mehrfachnennung)



## Multiplikatoren in mittelgroßen Unternehmen

**DER GRÖSSTE TEIL DER BC-LESER** ist in Unternehmen mittlerer Größe auf der Entscheidungs- oder Beraterebene tätig. Also im Mittelstand, der für seine kurzen Entscheidungswege bekannt ist. Dabei liegt die durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten bei knapp 200 Mitarbeitern.

### Betriebsgröße

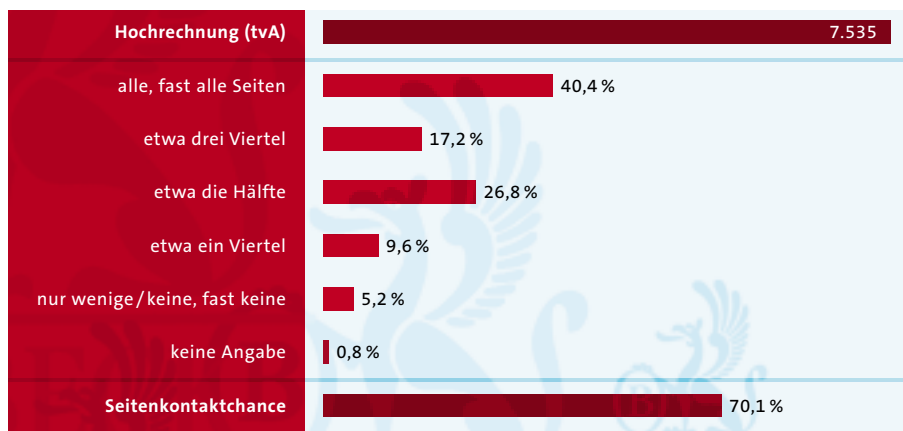




## Alle Achtung! Spitzennutzwerte bei der Seitenkontaktchance

**DIE SEITENKONTAKTCHANCE VON ÜBER 70 %** zeigt die hohe Nutzung von BC.  
40 % der Leser lesen fast das gesamte Heft, 84 % sehen sich mindestens die Hälfte aller Seiten an.

### Seitenkontaktchance

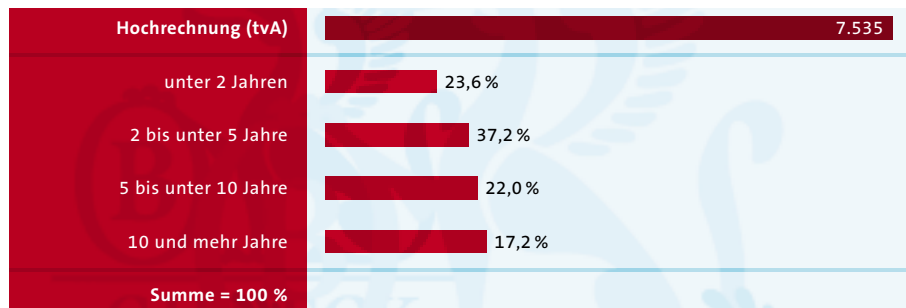


## Diese Zeitschrift – immer dabei

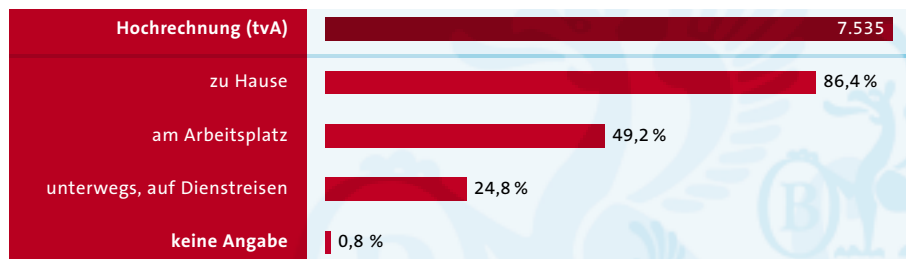
**76 % DER LESER LESEN BC BEREITS ZWISCHEN 2 UND 10 JAHREN**, ein sehr guter Wert für eine Fachzeitschrift, die seit 9 Jahren im freien Aboverkauf auf dem Markt ist (vorher BVBC-Verbandszeitschrift).

Neun von zehn Lesern lesen BC auch zu Hause, entweder ausschließlich oder zusätzlich zur Lektüre am Arbeitsplatz oder auf Dienstreisen. Zeichen einer außergewöhnlich hohen Leser-Blatt-Bindung!

### Lesezeitraum in Jahren



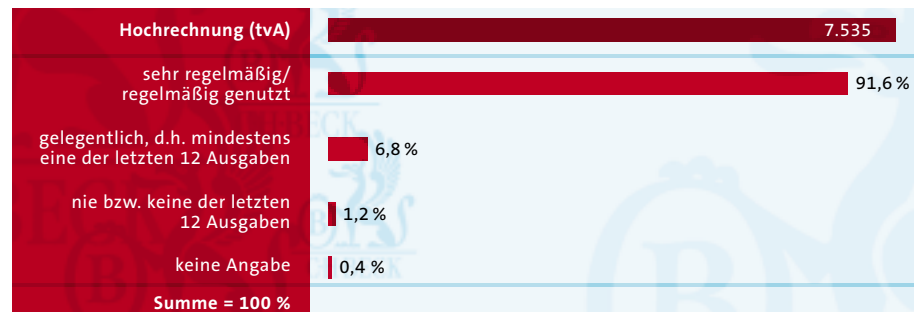
### Leseort (Mehrfachnennung)



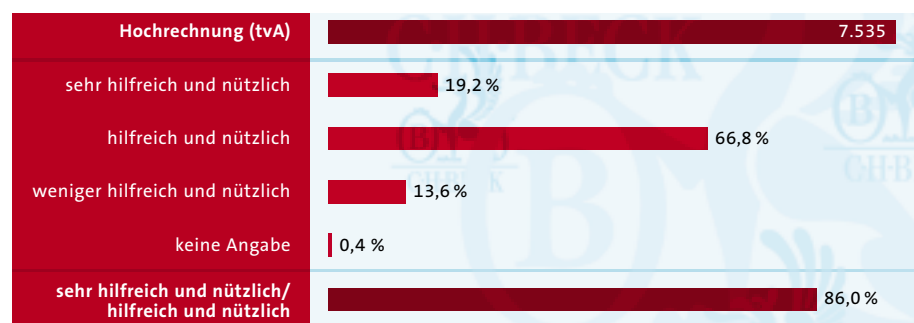
## Außerordentlich hoch: Nutzen und Praxiswert

**ÜBER 90 % NUTZEN DEN BC REGELMÄSSIG**, 86 % beurteilen ihn als „hilfreich und nützlich“ bzw. „sehr hilfreich und nützlich“ in der beruflichen Praxis. Sehr hohe Werte, die den außerordentlichen Stellenwert von BC für die Leser deutlich zeigen und ihn als ideales Umfeld für die gezielte Werbeansprache profilieren.

### Nutzung BC



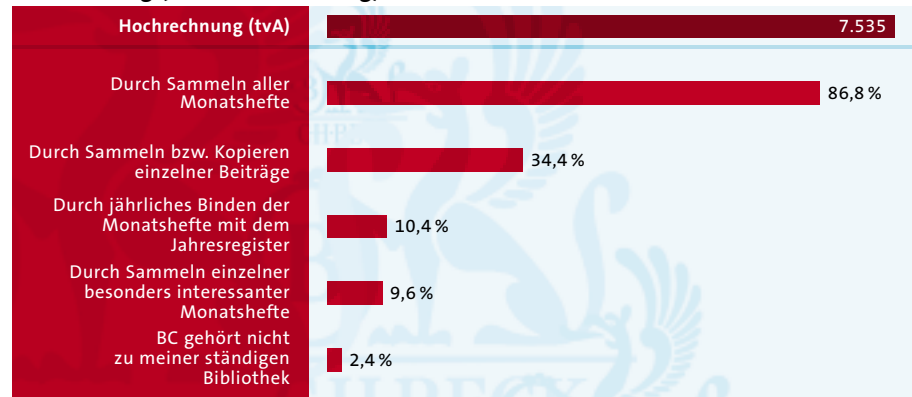
### Praxisrelevanz BC



## Ein attraktives und unentbehrliches Nachschlagewerk

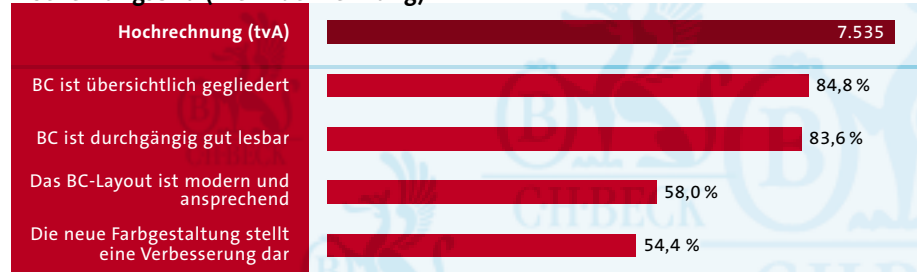
**DIE HOHE PRAXISRELEVANZ** von BC zeigt sich bei der Archivierung. Über 97 % der Leser archivieren BC durch Sammeln oder Binden aller Monatshefte.

### Archivierung (Mehrfachnennung)



**DAS ERSCHEINUNGSBILD VON BC** wird von über 80 % als übersichtlich gegliedert und durchgängig gut lesbar beurteilt. 58 % finden das Layout modern und ansprechend. 54 % der BC-Leser ist die neue Farbgestaltung positiv aufgefallen.

### Erscheinungsbild (Mehrfachnennung)

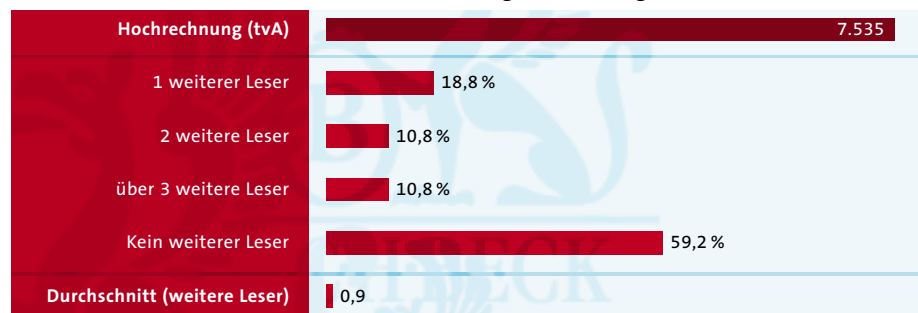


## BC – ein geschätztes Medium

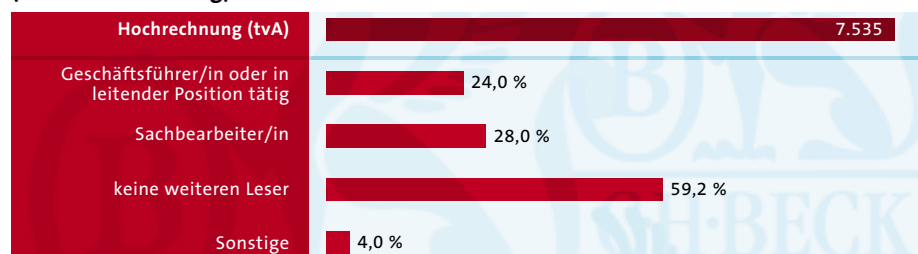
### LAUT AUSSAGE DER BEFRAGTEN ERSTLESER DIESER LESER-STRUKTUR-ANALYSE LESEN DURCHSCHNITTLICH NOCH 0,9 WEITERE PERSONEN BC MIT.

Ein Viertel aller Exemplare wird dabei an Geschäftsführer oder an andere Personen in leitender Funktion weitergegeben.

#### Geschätzte Anzahl weiterer Leser laut Aussage der befragten Leser



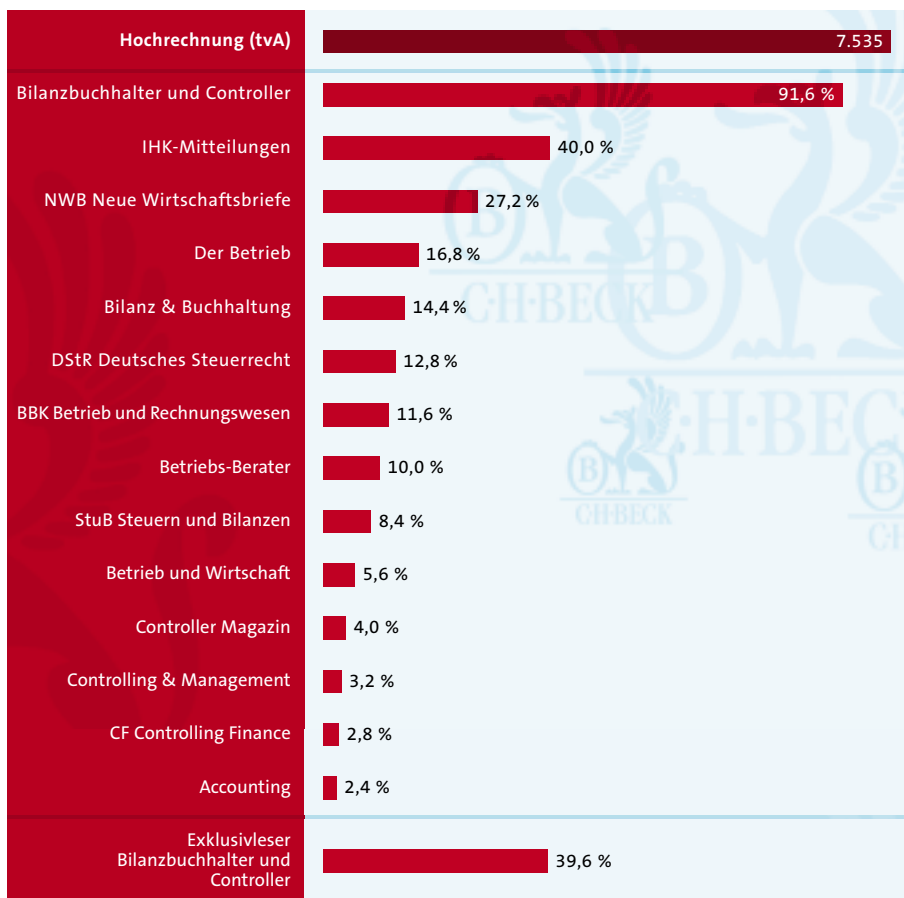
#### Berufliche Stellung der weiteren Leser laut Aussage der befragten Leser (Mehrfachnennung)



## Intensive Nutzung – ein Spitzenwert für BC

**BEI EINEM VERGLEICH MIT DEN LESEWERTEN** anderer relevanter Fachzeitschriften bestätigt sich der Spitzenwert von BC: 92% der befragten BC-Leser dieser Leser-Struktur-Analyse nutzen BC „regelmäßig“ oder „sehr regelmäßig“. Beachtenswerte 40% BC-Exklusivleser unterstreichen die große Bedeutung des Titels.

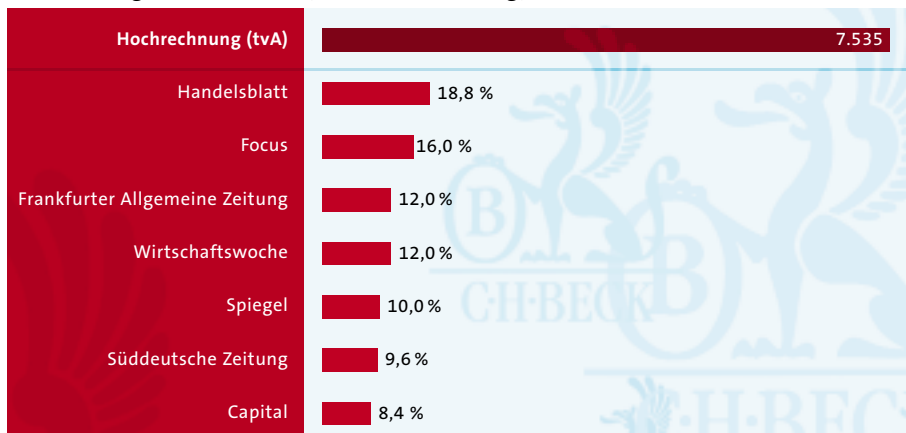
## Nutzung von Fachzeitschriften nach Aussage der BC-Leser (Mehrfachnennung)



## Ein Plus für Fachzeitschriften

**WEDER PUBLIKUMSZEITSCHRIFTEN NOCH WIRTSCHAFTSTITEL**  
stellen die intensive Nutzung der Fachzeitschrift BC in Frage.

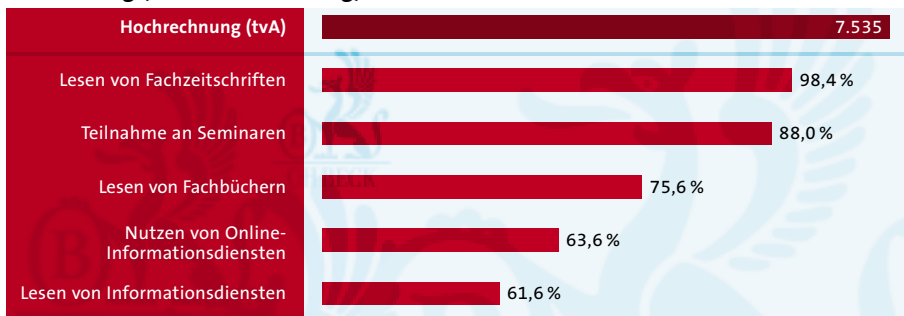
**Nutzung von Publikums- und Wirtschaftstiteln sowie Tageszeitungen  
nach Aussage der BC-Leser (Mehrfachnennung)**



Besonders gefragt: Fortbildung und Anzeigen zu Fachliteratur, Schulungen sowie Software

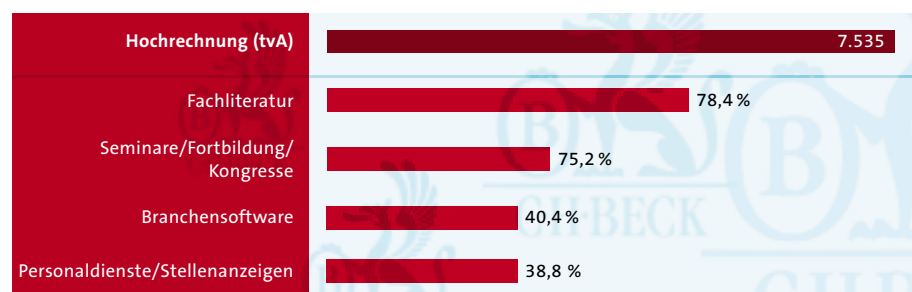
**BC-LESER BILDEN SICH INTENSIV FORT.** Neben dem Lesen von Fachzeitschriften nehmen 88% der BC-Leser an Seminaren teil, 76% lesen Fachbücher und 64% nutzen zusätzlich Online-Informationendienste.

#### Fortbildung (Mehrfachnennung)



**BC-LESER BEACHTEN** vorrangig Informationen aus ihrem Fachgebiet. Deshalb interessieren sie sich in BC besonders für Anzeigen zu Fachliteratur, Schulungen, Seminaren und Tagungen sowie Software – ein Zeichen für ihr hohes Interesse an beruflicher Qualifikation und Weiterbildung. Bemerkenswert: 4 von 10 Lesern zeigen ein regelmäßiges Interesse an Anzeigen zum Thema Branchensoftware und betriebswirtschaftlicher Software. Mehr als ein Drittel der BC-Leser interessieren sich für Personaldienst-/Stellenanzeigen in BC.

#### Beachtung ausgewählter Anzeigenrubriken in BC (Mehrfachnennung)

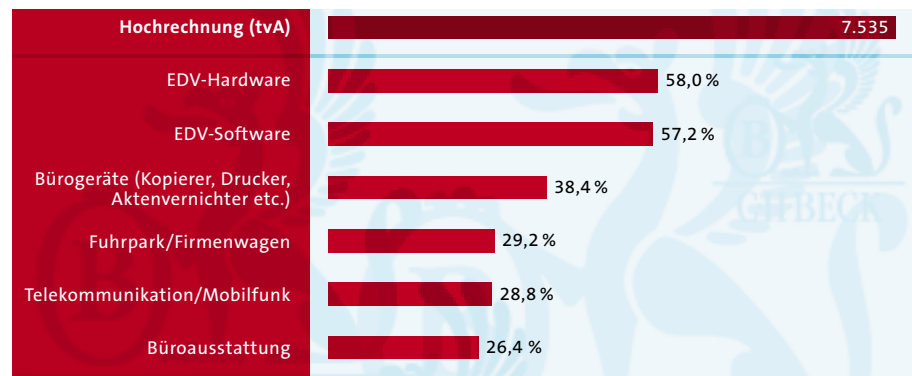




## Vielseitige Investitionsbereiche, investitionsbereite Entscheider

**EDV HARD- UND SOFTWARE**, Bürogeräte, Fuhrpark, Telekommunikation und Büroausstattung sind Produkt-/Geschäftsbereiche und Branchen, in denen die Unternehmen, bei denen BC-Leser tätig sind, in den nächsten zwei Jahren konkrete Investitionen planen. Anzeigen zu diesen Themen treffen also auf eine Klientel mit hoher Investitionsbereitschaft!

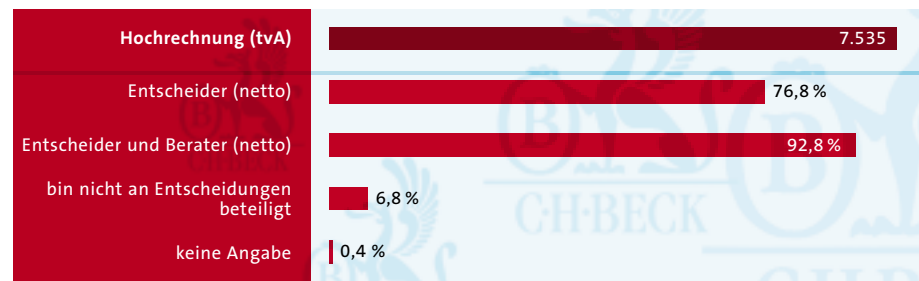
### Geplante Investitionen (Mehrfachnennung)



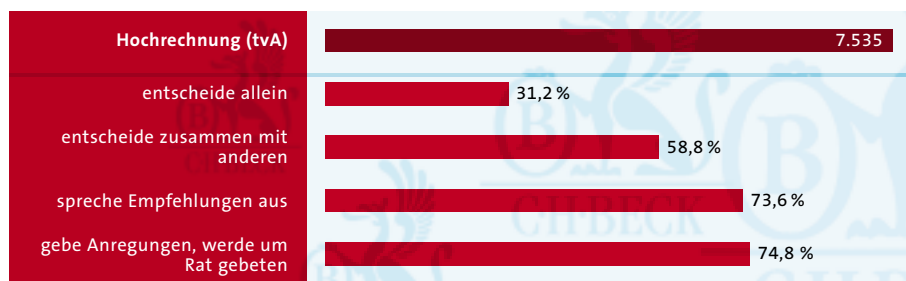
## BC-Leser entscheiden über Investitionen

**DIE ZAHL DER ENTSCHEIDUNGSTRÄGER** unter BC-Lesern ist deutlich gewachsen. Ob allein, zusammen mit anderen oder in Form von Empfehlungen und Anregungen: Ihr Urteil ist maßgeblich, wenn es um Investitionen geht. 77% aller Befragten entscheiden alleine oder zusammen mit anderen über Investitionen. Deutlich über 90% der BC-Leser sind zumindest beratend an Investitionsentscheidungen beteiligt.

### Position im Entscheidungsprozess (Mehrfachnennung)



### Beteiligung an Investitionsentscheidungen (Mehrfachnennung)



## BC – Bilanzbuchhalter und Controller: Ein erfolgreicher Werbeträger – nicht nur für Produkte und Dienstleistungen aus dem Finanz- und Rechnungswesen

Ob Anbieter von betriebswirtschaftlicher Software, Markenprodukten aus der Bürokommunikation, Anbieter von Seminaren und Kongressen oder Fachliteratur: Auf der Referenzliste der BC-Anzeigen- und Beilagenkunden finden sich ausschließlich renommierte Unternehmen. Ein Beleg für BC als geschätzten und erfolgreichen Werbeträger.

Für die Suche nach hochqualifiziertem Personal aus dem Finanz- und Rechnungswesen ist BC ebenfalls ein idealer Werbeträger.

Auszug aus der Inserentenliste:

AWS Arbeitskreis für Wirtschafts- und Steuerrecht  
Beltool-Systeme  
CFC Controlling & Finanzen Consulting  
Cognos  
Conciliat Personalberatung  
DCW Software  
Diamant Software  
Dr. H. W. Endriss  
Marcus Evans  
FAS  
FiRe  
GeneralCologneRe – Kölnische Rückversicherungs-Gesellschaft  
GET A HEAD Recruitment Consultants  
GWI  
Institut für Personalmarketing und Personalmanagement  
IKOBIS – Institut für Kostenrechnung  
Institut für Management Informationssysteme  
IWW – Institut für Wirtschaftspublizistik  
Lexware  
Management Circle  
Management Institut Herrenhausen  
Peweco – Institut für angewandte Betriebswirtschaft  
Pro Consult Management- und Systemberatung  
Ricoh  
Sage KHK Software  
SAP  
Syska  
Technische Akademie Wuppertal  
uni-X Software  
Weka Media

und viele renommierte Fachverlage!





## Ihre Ansprechpartner im Verlag

### **Fritz Lebherz**

Anzeigenleitung  
Tel. (089) 3 81 89-600  
fritz.lebherz@beck.de

### **Bertram Götz**

Anzeigenverkaufsleitung  
Tel. (089) 3 81 89-610  
bertram.goetz@beck.de

### **Monika Luderboeck**

Media-Service  
Tel. (089) 3 81 89-607  
Fax (089) 3 81 89-782  
monika.luderboeck@beck.de

## Verlagsvertretung

Nordrhein-Westfalen

Übrige Bundesländer und Ausland  
Media-Beratung im Verlag

### **JÜRGEN WEBER**

Moselstraße 10  
41564 Kaarst  
Tel. (02131) 6 11 59  
Fax (02131) 66 78 60  
h.j.weber@online-club.de

### **INA SIMONEIT**

Tel. (089) 3 81 89-645  
Fax (089) 3 81 89-782  
ina.simoneit@beck.de

## VERLAGSANSCHRIFT

Verlag C.H. Beck oHG  
Wilhelmstraße 9  
80801 München  
Postfach 40 03 40  
80703 München

Tel. (089) 3 81 89-781  
Fax (089) 3 81 89-782  
media-service@beck.de  
www.beck.de

