

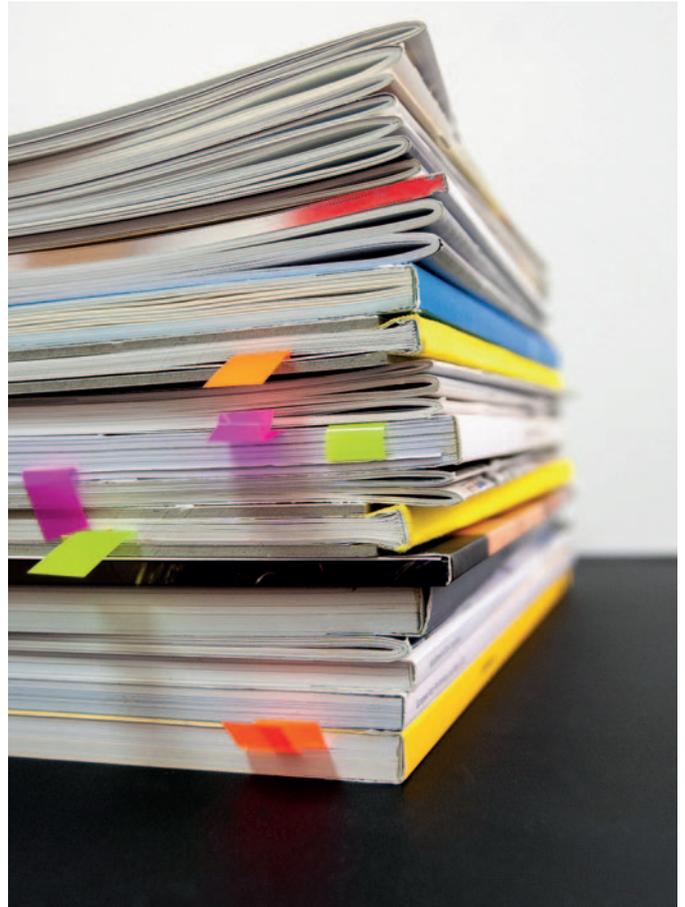
FACHPRESSE KEIN STOFF FÜR DEN SMALL TALK

So langsam kehrt in unserer Redaktion wieder der Normalzustand ein. Die *drupa* 2024 ist Geschichte, Artikel und Kommentare sind geschrieben und die Ausgabe mit unseren letzten Rückblicken auf die Messe liegt Ihnen gerade vor. Ein bisschen Arbeit bleibt noch: Die Bewertung spezieller Lösungen und Techniken, die wir nach und nach veröffentlichen wollen. Doch bisher sind wir mit unserer Arbeit recht zufrieden – was auch die zahlreichen positiven Reaktionen auf unsere zurückliegenden *Druckmarkt*-Ausgaben eindrücklich bestätigen. Was uns natürlich freut.

Und noch etwas freut uns – nein es motiviert uns. Die aktuelle LAE 2024 (die in Deutschland durchgeführte Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung) enthält eine ganz zentrale Aussage auch für die Werbetreibenden, die immer mehr Geld für Online-Medien ausgeben: Nicht die sogenannten Sozialen Medien stellen die relevanteste Mediengruppe dar, sondern die Fachzeitschriften! Denn sie werden von den Menschen gelesen, die Budgets verwalten, die tagtäglich Entscheidungen treffen und über kleine und grosse Investitionen befinden.

Fachmedien sind also im beruflichen Kontext von zentraler Bedeutung. Auch bleiben Fachzeitschriften die am häufigsten genutzte Informationsquelle, gefolgt von Fachmedien-Angeboten wie Websites, Social-Media-Kanälen, Newslettern, Apps, Podcasts und Webcasts. Entscheider nutzen regelmässig Fachmagazine in der Print-Version oder als E-Paper. Insgesamt nutzen 85,5% der Entscheider regelmässig oder gelegentlich Fachzeitschriften als Pflichtlektüre.

Auffallend hoch ist dabei die Nutzungsintensität der Leserinnen und Leser ab 40 Jahren: Diese Altersgruppe informiert sich in Fachzeitschriften (47,6%), bei Fachveranstaltungen (25,0%) bei Online-Events (24,6%) sowie über digitale Fachmedien (23,8%). Aber auch die bis 39-Jährigen schwören auf Fachzeitschriften (36,8%).



Bildquelle: bernidklusch_@_unsplash

Interessant auch – und vielleicht auch ein Fingerzeig für Fachmessen aller Art: Beim Messe-Besuch liegt die Altersgruppe der bis 39-Jährigen mit 18,8% im Vergleich zu 16,7% bei den Älteren vorn. Was nicht eben von grosser Begeisterung für Messen zeugt – aber ein deutliches Votum für professionelle Fachmedien ist, die wichtige Entscheidungshilfen bieten und mit unabhängigen Marktanalysen hohe Reputation und professionelle Kompetenz unter Beweis stellen.

Damit servieren Fachzeitschriften nicht etwa Wissen für den Small Talk auf der nächsten Party, sondern relevantes und nützliches Know-how für Evaluationen und Entscheidungen im beruflichen Umfeld.

Wir wussten das schon immer. Aber die meisten Werbetreibenden und deren Agenturen haben das offenbar vergessen. Gut, dass dies jetzt durch die angesehene Studie bestätigt wird. Und wir haben keinen Zweifel daran, dass das in der Schweiz anders ist.



Wir wünschen Ihnen alles Gute und viel Spass bei der Lektüre.

Klaus-Peter Nicolay
Jean-Paul Thalmann

KOENIG & BAUER

Exceeding Print – because the future is more than impressive.

Maschinen miteinander vernetzen, Daten erfassen, analysieren und Prozesse effizient steuern: Die digitale Transformation der Druckindustrie hat viele Seiten – Koenig & Bauer beschreibt mit durchdachten Innovationen und passgenauen Lösungen ein neues Kapitel, das über das reine Drucken hinausgeht.

Transparente, datengestützte Prozesse sind die Ausgangsbasis für mehr Effizienz und Wirtschaftlichkeit. Durch einen hohen Automatisierungsgrad können Risiken minimiert und der gesamte Druckprozess individuell und zukunftsorientiert gestaltet werden.

Mit wegweisenden digitalen Lösungen und neuen Geschäftsmodellen ebnet Koenig & Bauer den Weg in eine erfolgreiche und nachhaltige Zukunft für seine Kund:innen.

Koenig & Bauer (CH) AG
info@koenig-bauer-ch.com
koenig-bauer.com

we're on it.