



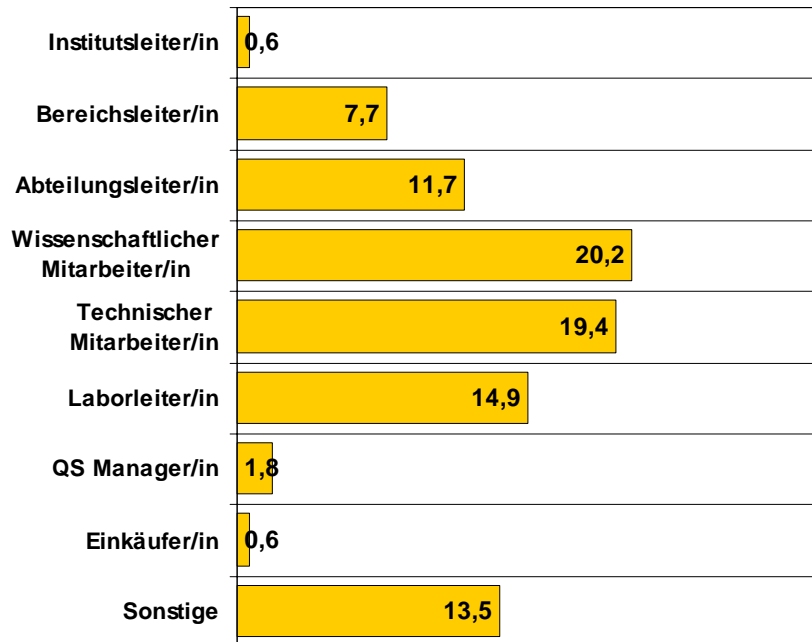
Nutzung der branchenspezifischen Informationsquellen und Medien im Bereich der Chemischen Analytik/Life Science

1. Struktur der Marktuntersuchung

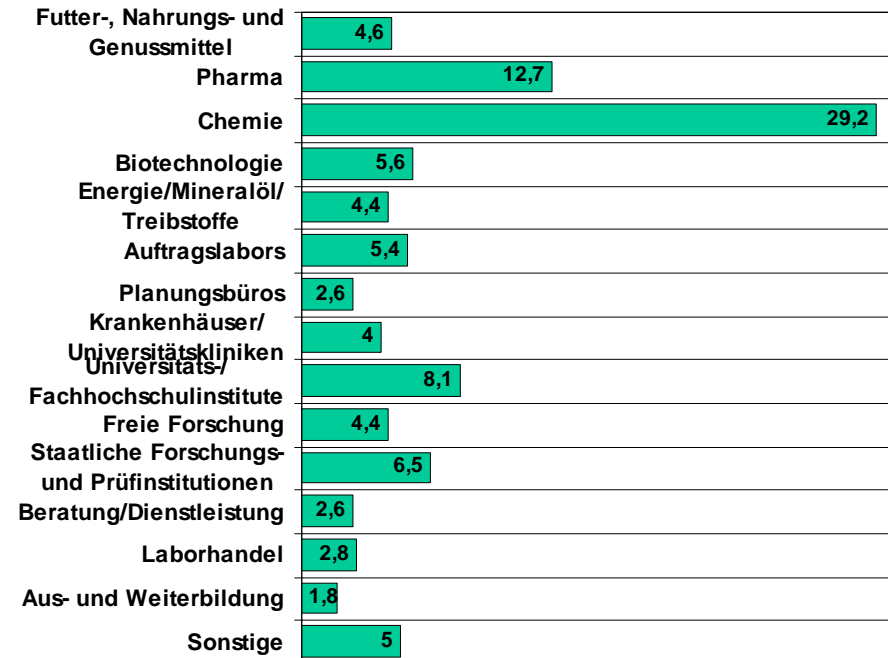
Im Juli 2008 wurden in Deutschland **496** für den **Einkauf von Laborgeräten, Software und Verbrauchsmaterial** zuständige **Entscheidungsträger** nach ihrer Nutzung der branchenspezifischen Informationsquellen und Medien im Bereich Chemische Analytik/Life Science befragt. Ziel war es, die Strukturen ihres Informationsverhaltens und die jeweiligen Präferenzen zu ermitteln und somit valide Basisinformationen für die Marketingplanung zu erarbeiten, die einen differenzierten Einsatz und eine Optimierung der Marketingaufwendungen möglich machen.

Die Stichprobe hat folgende Struktur:

Funktion der Befragten, Anteile %



Branche/Organisation, Anteile %



2. Nutzen der Marktuntersuchung

Befragt wurden Personen, die bei Einkaufsentscheidungen für Laborgeräte, Software und Verbrauchsmaterialien einen ausschlaggebenden, entscheidenden oder beratenden Einfluss ausüben.

Die Untersuchung liefert daher unmittelbar umsetzbare Basisdaten für die

- **Gezielte Nutzung/Einsatz der im Vorfeld von Investitionsentscheidungen bevorzugten Informationsquellen/Medien**
 - Am häufigsten genutzte Informationsquellen
 - Stellenwert der verschiedenen Informationsquellen
 - Messebesuch

- **Zielgruppenspezifische Medienselektion, Anzeigenschaltung und -platzierung in Print- und elektronischen Medien**
 - Bekanntheitsgrad
 - regelmässige Nutzung
 - inhaltliche Interessenschwerpunkte bei Fachzeitschriften und Internetportalen
 - Lese-/Nutzungsverhalten
 - Abonnements von Newsletters etc.

- **Gestaltung und Optimierung der eigenen Kommunikationsmittel/-kanäle**
 - Internetauftritt
 - Firmen-Newsletters
 - RSS-Feeds, Podcasts, Videos
 - Printmedien, Kataloge etc.
 - Messebeteiligung
 - Aussendienst

3. Inhalte der Befragung

1. Daten zur Person des Befragten

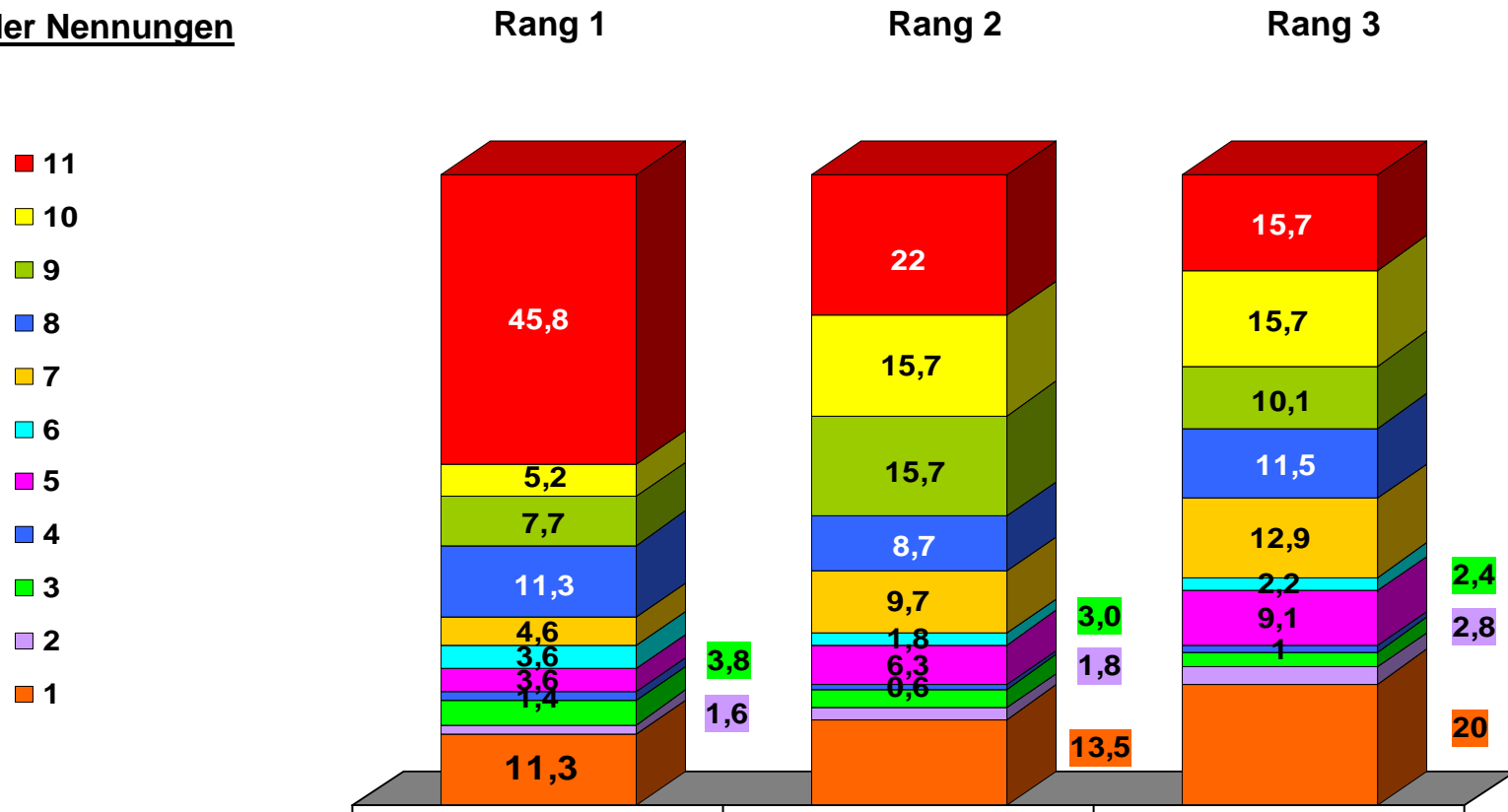
- **Alter und Geschlecht**
- **Berufliche Position/Funktion**
- **Einfluss auf Einkaufs-/Beschaffungsentscheidung**
- **Höhe des verantworteten jährlichen Investitions-/Einkaufsvolumens**
- **Branche/Tätigkeitsbereich des Unternehmens/der Organisation**
- **Persönliches Arbeitsfeld**
- **Tätigkeitsschwerpunkt im eigenen Arbeitsfeld**

2. Informationsnutzung und –verhalten

- **Nennung der drei im Vorfeld von Investitionsentscheidungen am häufigsten genutzten Quellen/Medien**
- **Stellenwert der folgenden Informationsquellen:**
 - Außendienstbesuche
 - E-Mail/E-Newsletters
 - Internet generell
 - Homepages der Hersteller/Lieferanten
 - Fachzeitschriften
 - Kataloge
 - Fachkollegen/Netzwerk
 - Laborhandel
 - Firmenzeitschriften
 - Referenzkunden
 - Fachspezifische Internetportale
 - Firmenworkshops und –seminare
 - Herstellerprospekte
 - Produktanzeigen
 - Kongresse/Messen
 - Print-Mailingaktionen und Newsletters der Hersteller/Lieferanten
 - Laborgerätebörse

3.1 Die drei wichtigsten Informationsquellen im Vorfeld von Beschaffungsentscheidungen - Alle Befragten, freie Antworten -

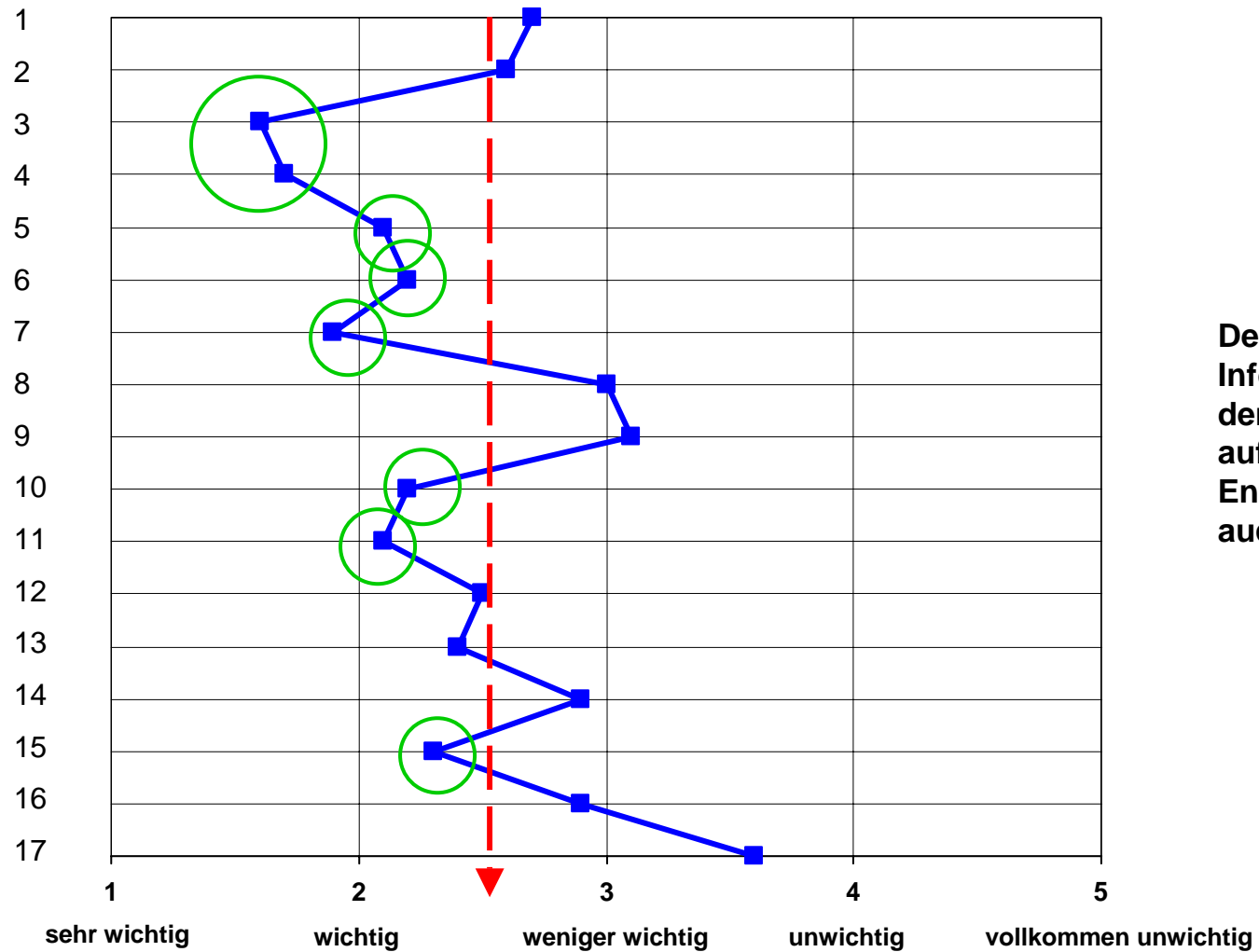
Anteile in % der Nennungen



Folgende Informationsquellen gingen in die Befragung ein:

E-Mail/E-Newsletters, Internet generell, Homepages der Hersteller/Lieferanten, Fachzeitschriften, Kataloge, Fachkollegen/Netzwerk, Laborhandel, Firmenzeitschriften, Referenzkunden, Fachspezifische Internetportale, Firmenworkshops und –seminare, Herstellerprospekte, Produktanzeigen, Kongresse/Messen, Print-Mailingaktionen und Newsletters der Hersteller/Lieferanten, Außendienstbesuche, Laborgerätebörsen

3.1.1 Stellenwert der Informationsquellen - Alle Befragten -



Der Stellenwert der Informationsquellen wird in der Studie separat aufgeschlüsselt nach Entscheidungsträgern und auch nach Branchen

3. Inhalte der Befragung - Fortsetzung -

➤ Bekanntheitsgrad der Fachzeitschriften

Deutschsprachige

- Bioforum
- BIOSpektrum
- BioTec
- CHEManager
- Chemie-Technik
- Chemische Rundschau
- CLB Chemie in Labor und Biotechnik
- GIT Laborfachzeitschrift
- Labo
- Laborjournal
- LaborPraxis
- Laborwelt
- L&B Lebensmittel und Biotechnologie
- Nachrichten aus Chemie und Technik
- Process
- Transkript
- VDI Nachrichten
- Bild der Wissenschaft
- Spektrum der Wissenschaft
- Labor & More
- Chemie in unserer Zeit
- LaborPlus
- Chemie Plus

Europäische

- Bioforum Europe
- CHE Manager Europe
- European Biotechnology News
- GIT Laboratory Journal Europe
- International Spectroscopy
- International Labmate
- LC/GC Europe
- Lab Times
- Spectroscopy Europe

Internationale

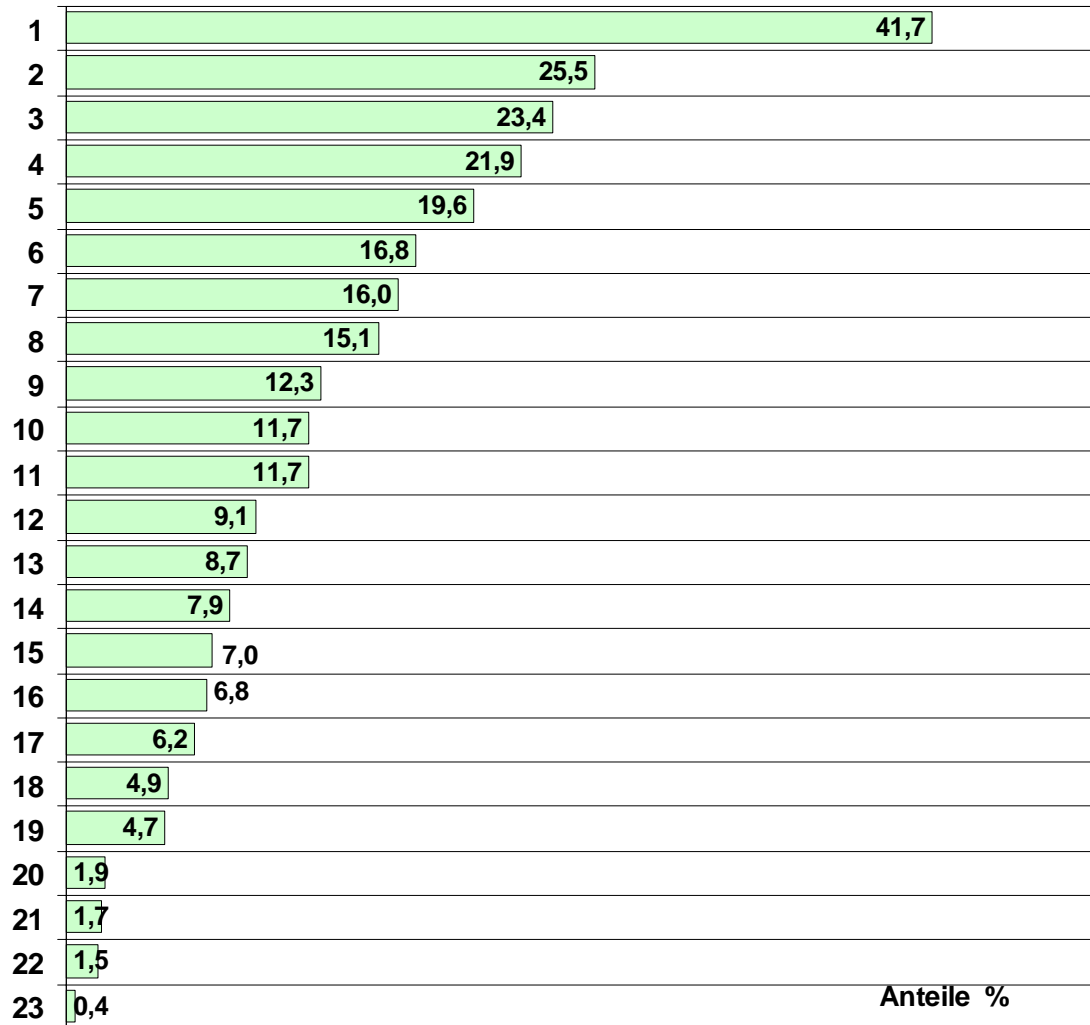
- Biotechniques
- Biotech International
- Biotechnology Journal
- Lab Plus International
- Nature
- Science
- Bio-IT World Magazine

➤ Bekanntheitsgrad der Internetportale

- analytik.de
- analytik-news.de
- analytica-world.com
- biocompare.com
- bionity.com
- chemie.de
- chemlin.de
- chemie-technik.de

- labo.de
- laborpraxis.de
- laboratorytalk.com
- process.de
- pro-4-pro.com
- Select
- chemeurope.com
- Directindustry.com

3.2.1 Regelmässig gelesene deutschsprachige Fachzeitschriften

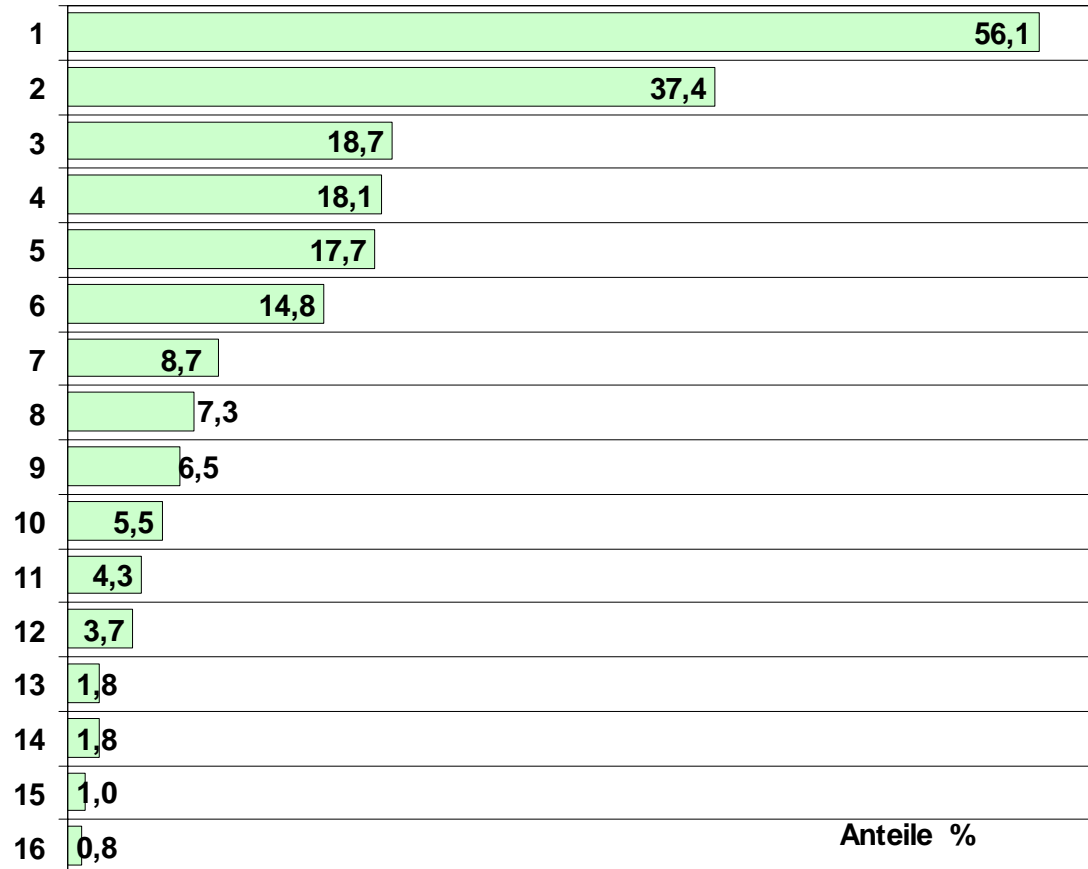


Nach folgenden Zeitschriften wurde gefragt:

- Bioforum
- BIOSpektrum
- BioTec
- CHEManager
- Chemie-Technik
- Chemische Rundschau
- CLB Chemie in Labor und Biotechnik
- GIT Laborfachzeitschrift
- Labo
- Laborjournal
- LaborPraxis
- Laborwelt
- L&B Lebensmittel und Biotechnologie
- Nachrichten aus Chemie und Technik
- Process
- Transkript
- VDI Nachrichten
- Bild der Wissenschaft
- Spektrum der Wissenschaft
- Labor & More
- Chemie in unserer Zeit
- LaborPlus
- Chemie Plus

Die Befragung wird nach Branchen und auch nach Entscheidungsträgern ausgewertet

3.2.2 Regelmässig besuchte fachspezifische Internetportale - Alle Befragten -



Nach folgenden Portalen wurde gefragt:

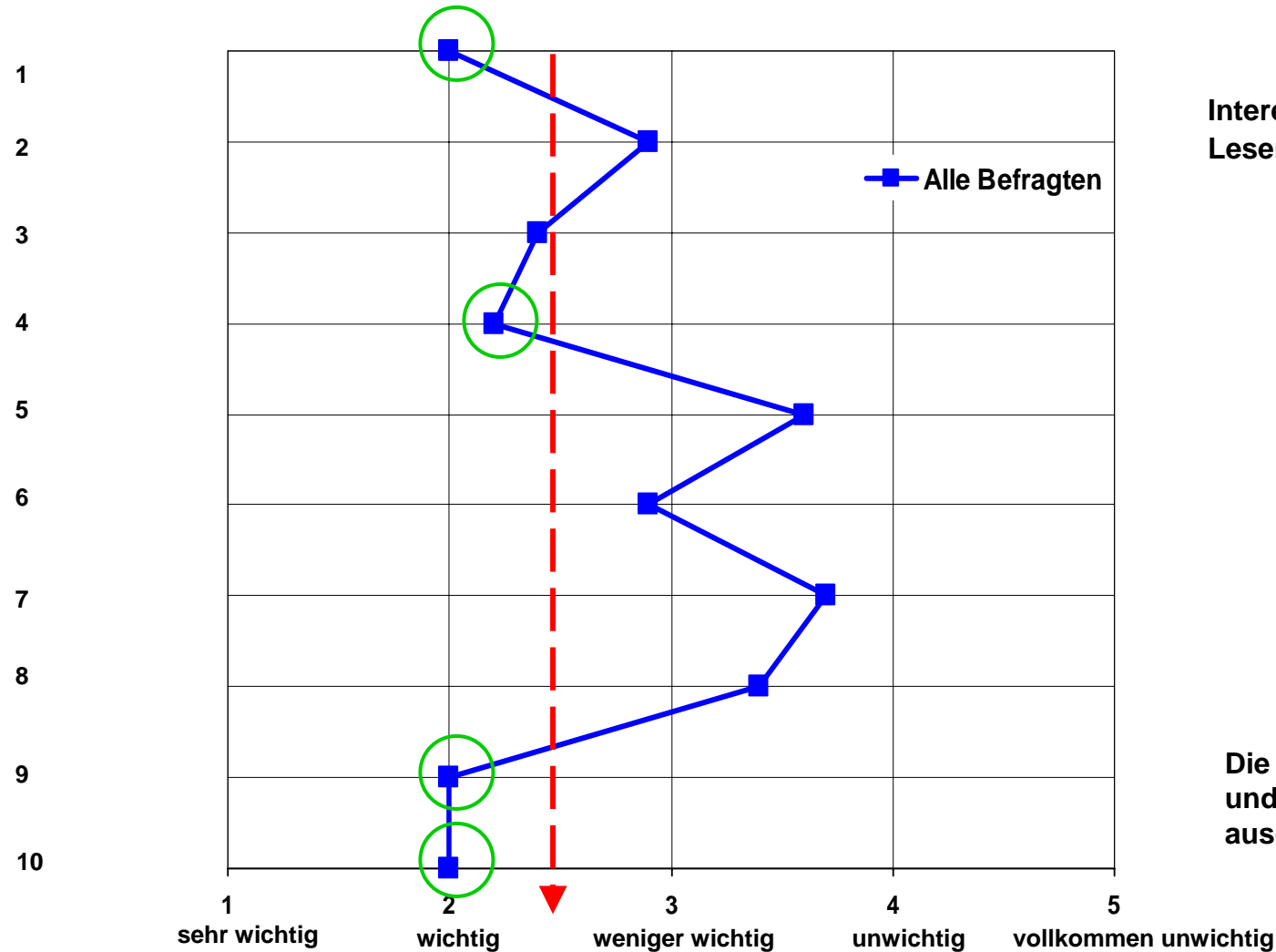
- analytik.de
- analytik-news.de
- analytica-world.com
- biocompare.com
- bionity.com
- chemie.de
- chemlin.de
- chemie-technik.de
- chemeurope.com
- directindustry.com
- labo.de
- laborpraxis.de
- laboratorytalk.com
- process.de
- pro-4-pro.com
- SelectScience.com

Die Befragung wird nach Branchen und auch nach Entscheidungsträgern ausgewertet

3. Inhalte der Befragung - Fortsetzung -

- **Welche der als bekannt genannten Zeitschriften werden bezogen/zirkulieren im Unternehmen/in der Organisation?**
- **Welche davon werden regelmäßig gelesen?**
- **Interessenschwerpunkte beim Lesen/Durchschauen der Zeitschriften**
 - Methoden
 - Termine/Veranstaltungen/Seminare
 - Produktvergleiche/Marktübersichten
 - Applikationen
 - Interviews
 - Firmennews/Wirtschaftsnachrichten
 - Personalien
 - Stellenanzeigen
 - Produktvorstellungen/Neuheiten
 - Fachaufsätze
- **Regelmässig genutzte Internetportale**
- **Interessenschwerpunkte bei der Nutzung von fachspezifischen Internetportalen**
 - Methoden
 - Termine/Veranstaltungen/Seminare
 - Produktvergleiche/Marktübersichten
 - Applikationen
 - Einkaufsführer
 - Lieferantensuche
 - Interviews
 - Firmennews/Wirtschaftsnachrichten
 - Personalien
 - Stellenanzeigen
 - Produktvorstellungen/Neuheiten
 - Fachaufsätze
- **Zeitaufwand pro Woche für das Lesen von Fachzeitschriften/Nutzen der Internetportale**

3.3.1 Interessenschwerpunkte beim Lesen von Fachzeitschriften - Alle Befragten -

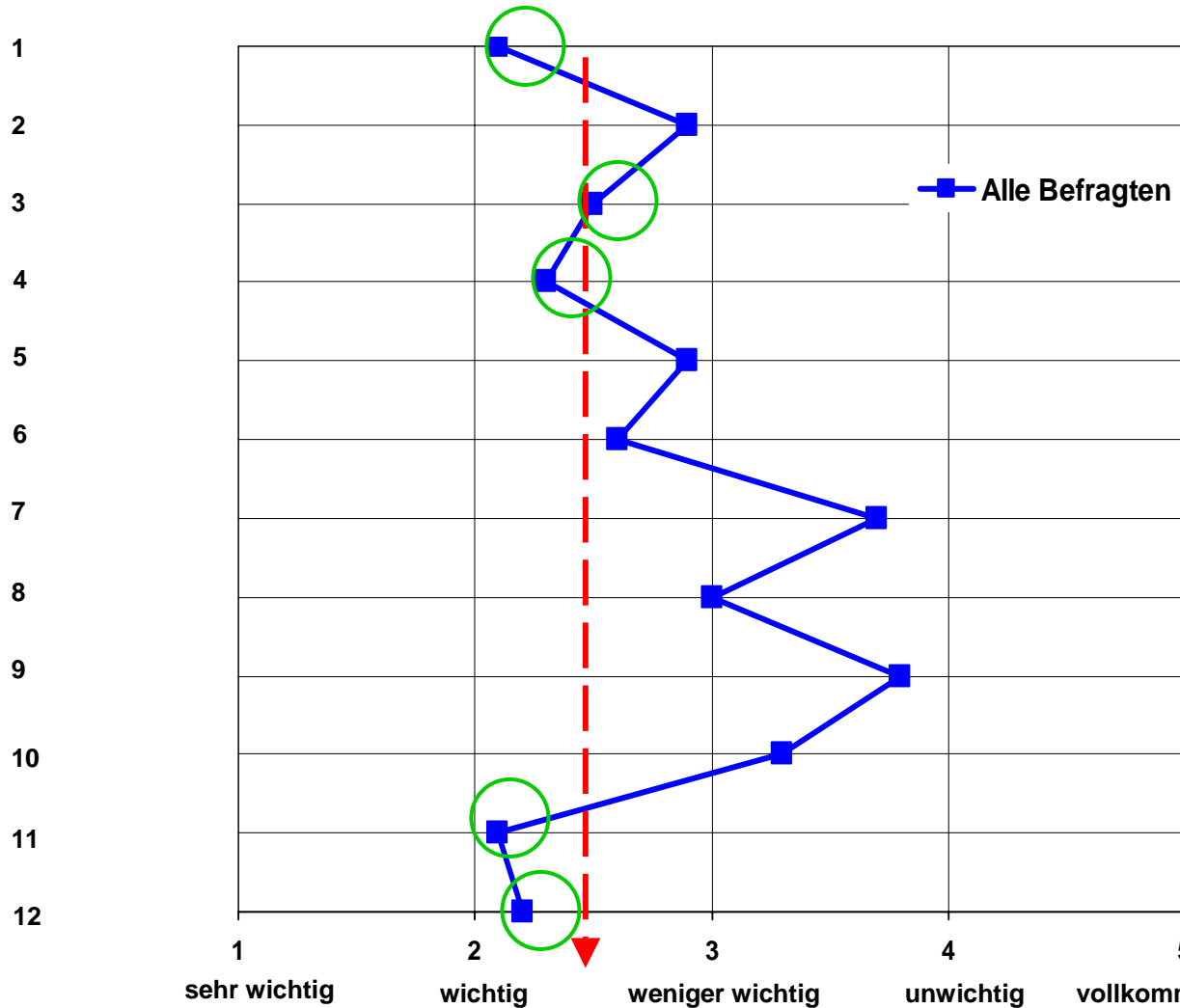


Interessenschwerpunkte beim Lesen/Durchschauen der Zeitschriften

- Firmennews/Wirtschaftsnachrichten
- Methoden
- Produktvergleiche/ Marktübersichten
- Applikationen
- Interviews
- Produktvorstellungen/Neuheiten
- Personalien
- Stellenanzeigen
- Termine/Veranstaltungen/Seminare
- Fachaufsätze

Die Befragung wird nach Branchen und auch nach Entscheidungsträgern ausgewertet

3.3.2 Interessenschwerpunkte bei der Nutzung fachspezifischer Internetportale - Alle Befragten -



Folgende Schwerpunkte wurden bewertet:

- Produktvorstellungen/ Neuheiten
- Termine/Veranstaltungen/ Seminare
- Stellenanzeigen
- Applikationen
- Einkaufsführer
- Lieferantensuche
- Interviews
- Firmennews/Wirtschaftsnachrichten
- Personalien
- Methoden
- Fachaufsätze
- Produktvergleiche/Marktübersichten

Die Befragung wird nach Branchen und auch nach Entscheidungsträgern ausgewertet

3. Inhalte der Befragung - Fortsetzung -

➤ **Abonnierte Newsletters**

- analytik.de
- analytik-news.de
- analytica-world.com
- bionity.com
- chemie.de
- chemlin.de
- chemie-technik.de
- Laborpraxis.de
- Labo.de
- pro-4-pro.com
- process.de
- selectscience.com
- Firmen-Newsletter
- Andere.....welche?

➤ **Für welche der genannten Informationen sind sie bereit, Ihre Daten (Name, Postanschrift, e-Mail, Telefon etc.) bei der Registrierung abzugeben**

- Grundsätzliche Produktinformationen
- Download von Produktbroschüren/Katalogen
- Download von Applikationen/Methoden
- Anwenderberichte/Whitepaper
- Videos/Webcasts/Podcasts
- Download Handbuch
- Kontaktdaten des Lieferanten/Herstellers
- Produktpreis

➤ **RSS-Feeds, Podcasts, Videos**

3. Inhalte der Befragung - Fortsetzung -

- **Bedeutung von Besuchen des Außendienstes der Hersteller**
 - Häufigkeit

- **Regelmäßig besuchte Fachmessen**
 - Analytica
 - Achema
 - Biotechnica
 - HET Instrument
 - Ilmac
 - K
 - Powtec
 - Medica
 - Andere.....Welche?
 - Keine

- **Wichtigkeit der Messen zur Informationsbeschaffung**

- 3. **Statistik**
- **Anzahl Mitarbeiter**
- **Sitz des Unternehmens/der Organisation: Land, bei Deutschland auch Bundesland**

- 4. **Trend (Vergleich mit 2005)**

HT-CON Unternehmerberatung
Düppelstr. 1 B
56179 Vallendar

Fax: ++49/261/96240300

Fon: ++49/261/9739902

Marktuntersuchung

- Nutzung der branchenspezifischen Informationsquellen und Medien im Bereich der Chemischen Analytik/Life Science -

**Hiermit bestellen wir verbindlich die Studie
“Nutzung der branchen-spezifischen Informationsquellen“ zum Preis von**

EURO 1.950,00 zuzüglich MwSt.

Firma Tel.:

Name Fax:

Abteilung e-mail:

Strasse Datum

PLZ Ort Unterschrift/Stempel

Versand per:

CD-ROM

E-Mail