



LEISTUNGSANALYSE

Hotel-Fachmedien (Auszug)¹

Repräsentative Image-Studie zur Nutzung und Beurteilung von Fachmedien mit Führungskräften in 3- bis 5-Sterne Hotels

¹ Die vollständige Leistungsanalyse können Sie bei a.rauschendorf@ahgz.de anfordern.

Profil Immediate GmbH

- Full-Service-Institut für Markt- und Medienforschung
- Gegründet 1989
- Mitglied ADM (=Arbeitskreis deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute)
- Mitglied ESOMAR (=Europäische Gesellschaft für Meinungs- und Marketingforschung e.V./ European Society for Opinion and Market Research)
- Sitz in Bremen

Referenzprojekte (Auszug):

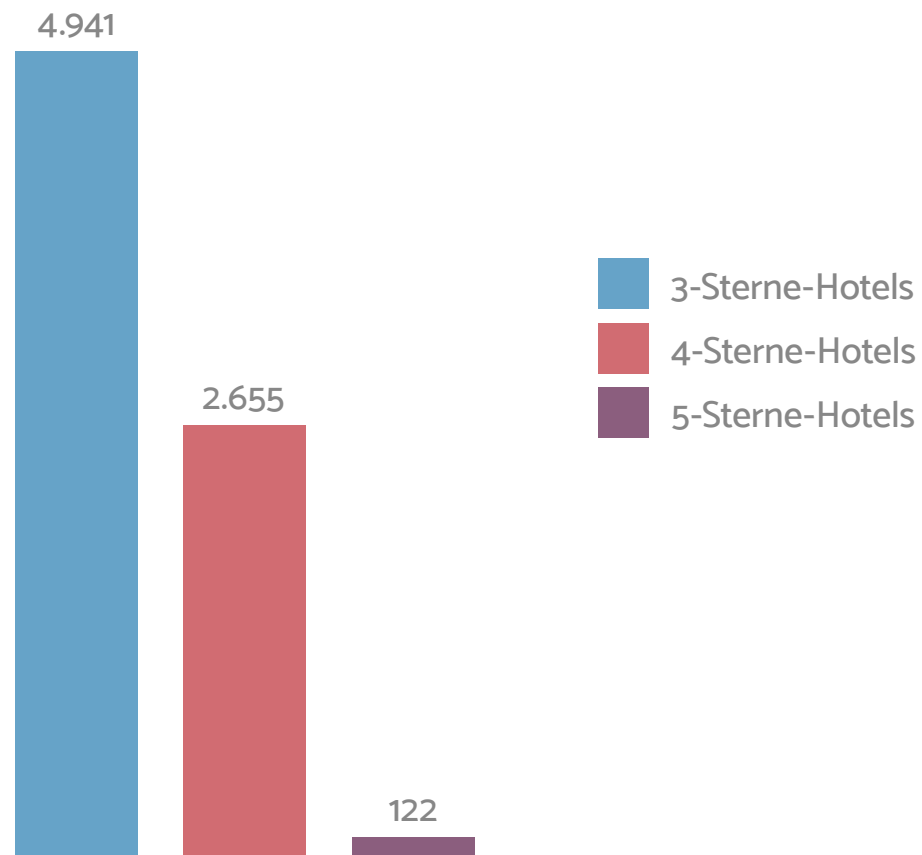
- LAE – Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung
- B2B-Entscheideranalyse der Deutschen Fachpresse
- Investitionspotentiale Mittelstand
- Financial Community – Die Markt-Media-Studie über Finanzprofis
- Anzeigenblatt Qualität (AQ) – Repräsentative Studie zur Medialeistung der Anzeigenblätter
- ADM-Forschungsprojekt ‚Dual-Frame-Ansätze‘

Untersuchungssteckbrief und Hinweise zur Methodik

Institutionelle Grundgesamtheit	<p>7.718 Hotels der 3-, 4- und 5-Sterne Kategorie Laut Dehoga-Klassifizierung:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 4.941 3-Sterne-Hotels▪ 2.655 4-Sterne-Hotels▪ 122 5-Sterne-Hotels <p>Quelle: Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V., Stand Januar 2018</p>
Personelle Grundgesamtheit	<p>Für die Befragung zugelassen waren ausschließlich Personen der obersten Führungsebene: Tätige Inhaber/Geschäftsführer/Pächter, Hoteldirektoren und Manager. Hochgerechnet über Screening: 20.660 Personen</p>
Datenerhebung	<p>Telefonische Interviews (C.A.T.I.) in der Zeit vom 10. Januar bis 27. Februar 2018 disproportional nach Hotelklassifizierung</p>
Stichprobe	<p>307 Interviews (netto), davon:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ 149 in 3-Sterne-Hotels▪ 133 in 4-Sterne-Hotels▪ 25 in 5-Sterne-Hotels
Redressement	<p>Die Disproportionalität in der Stichprobe wurde mittels Gewichtung anhand der Relationen zwischen den drei Hotelkategorien rückgängig gemacht</p>
Konzeption & Durchführung	<p>Immediate GmbH, Bremen Die Studie entspricht den Anforderungen der DIN EN 15707 („Print-Medienanalysen – Begriffe und Dienstleistungsanforderungen“) sowie dem ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen 2018</p>

Untersuchungssteckbrief und Hinweise zur Methodik

Grundgesamtheit auf Basis der deutschen Hotelklassifizierung



Quelle: Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V., Stand Januar 2018

Untersuchungssteckbrief und Hinweise zur Methodik

Stichprobengröße

7.718 Hotels mit hochgerechnet 20.660 Zielpersonen bilden die Auswahlgrundlage für die vorliegende Untersuchung. Die Beschränkung auf Personen der obersten Führungsebene in Hotels der 3-, 4- und 5-Sterne-Kategorie führt im Vergleich zu anderen Umfragen im B2B-Bereich zu zahlenmäßig eher geringen Grundgesamtheiten und einer entsprechend kleinen Stichprobe.

Mit insgesamt 307 Interviews (netto) lassen sich für die hier beschriebene Befragung dennoch vergleichsweise überdurchschnittliche Relationen zwischen Stichprobengröße und Grundgesamtheit berechnen:

	Verhältnis Stichprobe zu institutioneller GG	Verhältnis Stichprobe zu personeller GG
Gesamtstichprobe	1:25	1:67
3-Sterne-Hotels	1:33	1:74
4-Sterne-Hotels	1:20	1:69
5-Sterne-Hotels	1:5	1:20

Lesebeispiel: In 5-Sterne-Hotels steht demnach ein Befragter für die Meinung von 20 Zielpersonen.

Untersuchungssteckbrief und Hinweise zur Methodik

Kriterien für die Auswahl der einbezogenen Titel

In die Untersuchung wurden Fachzeitschriften und Fachzeitungen einbezogen, die folgenden Kriterien genügen:

- Laut eigener Charakterisierung muss ein inhaltlicher Schwerpunkt auf dem Bereich Hotellerie liegen
- Die Fachzeitschrift/Fachzeitung muss eine IVW-geprüfte verbreitete Inlandsauflage von mindestens 15.000 Exemplaren aufweisen (laut IVW Quartal 1-4/2017)



AHGZ – Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung



first class



GASTGEWERBE MAGAZIN



Gastronomie & Hotel Impulse



gastronomie & hotellerie



Gastrotel



HOGAPAGE



HOTEL+TECHNIK



Superior Hotel



Top hotel

Bekanntheit Fachtitel

Frage (ungestützt)

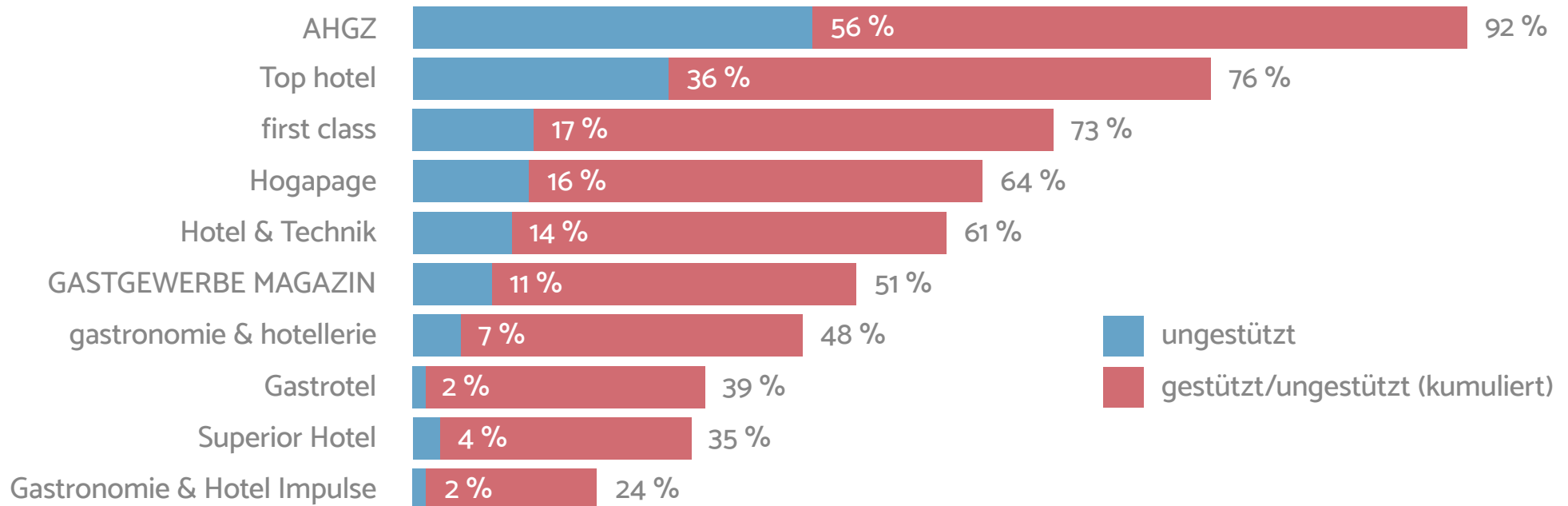
Zunächst geht es um Fachzeitschriften bzw. Fachzeiungen für das Hotelgewerbe.

Bitte nennen Sie mir alle Fachzeitschriften für die Hotellerie, die Sie kennen – wenn vielleicht auch nur dem Namen nach.

Frage (gestützt)

Ich nenne Ihnen jetzt einige weitere Fachzeitschriften bzw. Fachzeiungen für das Hotelgewerbe.

Sagen Sie mir bitte zu jedem Titel, ob Sie diesen kennen, wenn vielleicht auch nur dem Namen nach.



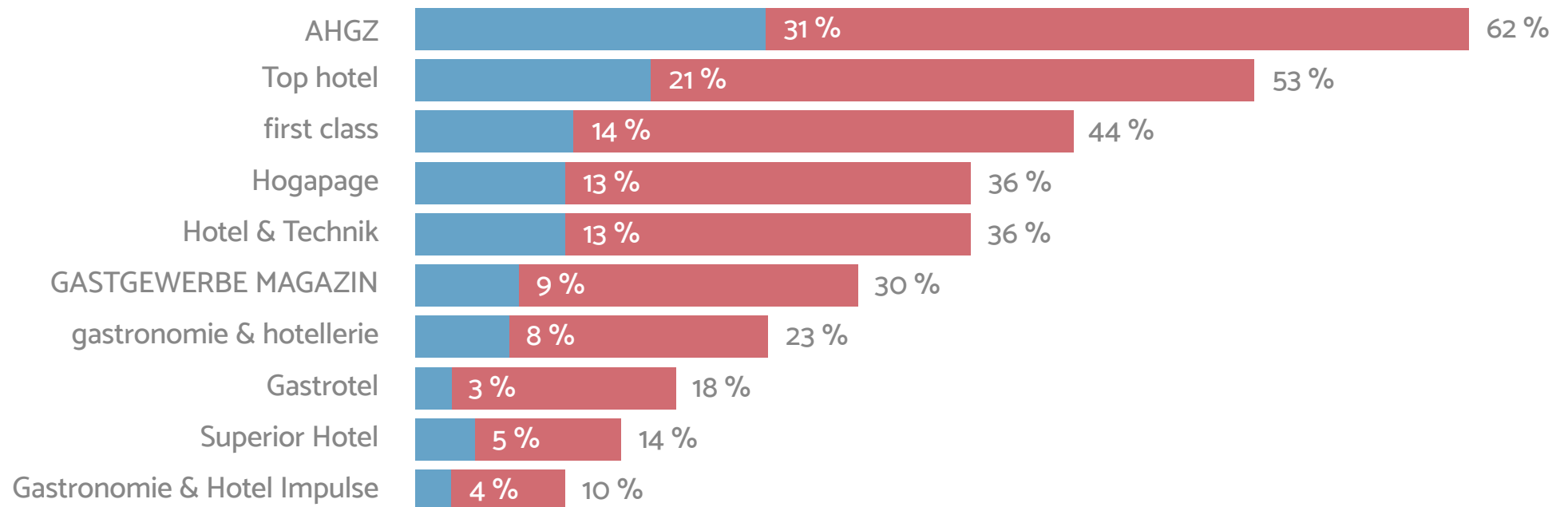
 Mehrfachnennungen

Nutzung Fachtitel

Frage

Ich nenne Ihnen die Titel, die Sie kennen, noch einmal. Sagen mir bitte zu jedem, wie häufig Sie diesen lesen. Ist das regelmäßig, d.h. jede/ fast jede Ausgabe, häufig, d.h. etwa jede 2. Ausgabe, gelegentlich, d.h. jede 3. bis 4. Ausgabe, seltener oder nie?

- regelmäßig d. h. jede / fast jede Ausgabe
- mindestens gelegentlich (kumuliert)

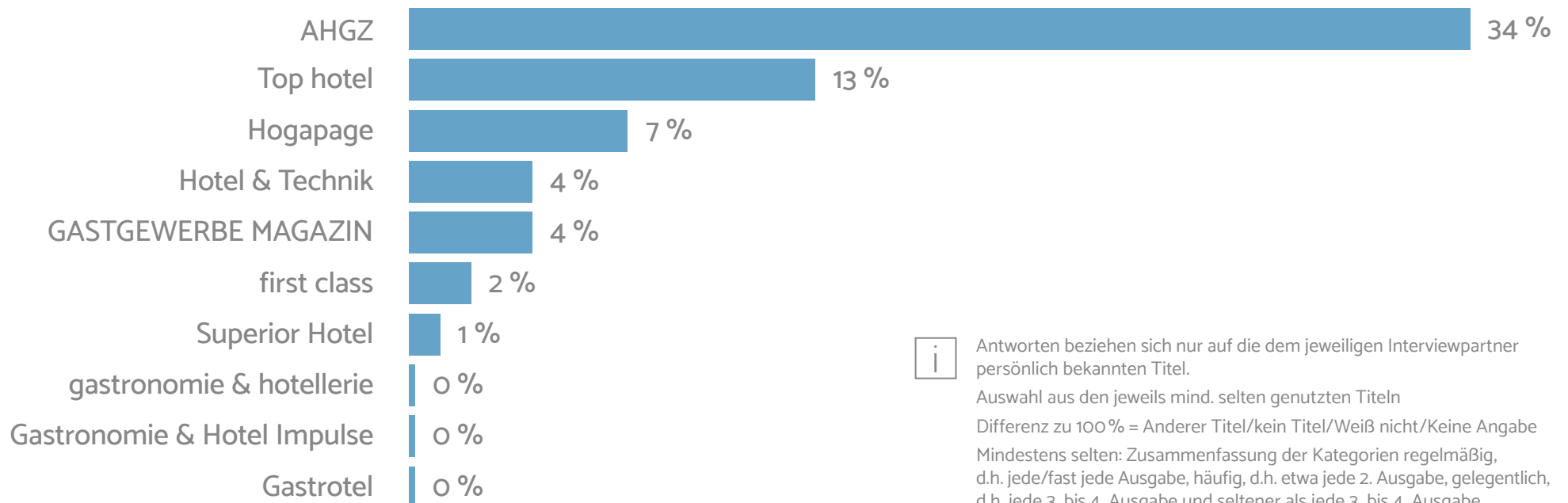


Vergleich der Fachtitel

Der wichtigste Fachtitel für die Hotellerie ist ...

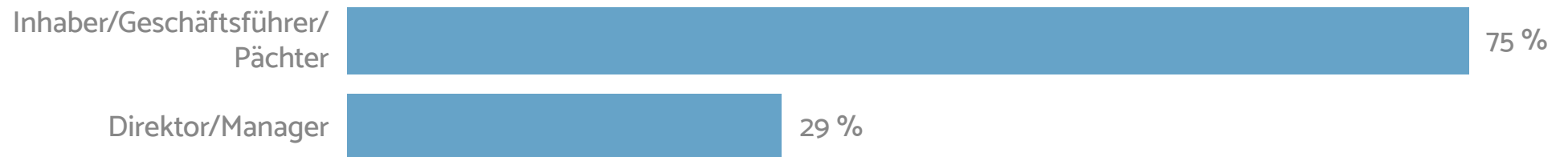
Frage

Von den Fachtiteln, die Sie kennen:
Welcher Fachtitel ist Ihrer Meinung
nach der wichtigste für die Hotellerie?



Demographie

Funktion/Stellung im Unternehmen



 Mehrfachnennungen

Interesse an weiteren Ergebnissen?

Gerne präsentieren wir Ihnen persönlich die vollständige Leistungsanalyse Hotel-Fachmedien.
Schicken Sie uns einfach eine kurze Nachricht an sales@ahgz.de