



Leaders

reicht die Kundenzeitung TIP der Woche deutsche Haushalte mit einer verteilten Auflage von mehr als 15,9 Millionen Exemplaren. Über 360 verschiedene Regionalausgaben stellen sicher, dass jeder Empfänger eine auf seinen Markt vor Ort zugeschnittene Zeitung erhält. Produziert und verteilt wird der TIP der Woche vom TIP Werbeverlag, Heilbronn, einem Tochterunternehmen der Kaufland-Gruppe. Der Verlag verfügt über eigene Vertriebsstrukturen, die er auch Dritten anbietet, insbesondere zählen dazu Beilagenverteilung und Anzeigenschaltung. Seine Verteilqualität untermauert der TIP Werbeverlag durch laufende und transparente Qualitätskontrollen.

TNS Emnid untersuchte sowohl Leser als auch Nicht-Leser in jenen Bundesländern, in denen Kaufland mit eigenen Filialen ausreichend vertreten ist sowie in ausgewählten Verteilgebieten in Kroatien, Polen, Slowakei und Tschechien. Die Kundenzeitung firmiert dort unter dem Namen *Kaufland Zeitung*.

Kernergebnis für Deutschland:

- **Hohe Reichweiten**
TIP der Woche wird in fast 13 Millionen Haushalten gelesen. Gemessen an der Auflage gibt es also kaum Streuverluste.
- **Gute Nutzungsdaten**
Lesedauer, Nutzungsintensität und die Anzahl weiterer Leser können sich – auch und gerade im Benchmark-Vergleich mit andern Kundentiteln – sehen lassen.
- **Große Akzeptanz für den Mix aus Redaktion und Anzeigen**
Die Mischung aus Produktanzeigen und Redaktion kommt bei den Lesern sehr gut an. Der redaktionelle Teil wird insbesondere wegen seines Unterhaltungswerts geschätzt. Der Anzeigenteil hat sich als nahezu unverzichtbare Orientierungshilfe und als Ratgeber für die Einkaufsplanung etabliert.
- **Ideale Plattform für Marketing und Kommunikation**
Obwohl der Anzeigenteil häufiger und intensiver als der Redaktionsteil genutzt wird, macht die Kombination von Anzeigen (= Nutzwert) und Informationen (= Unterhaltungswert) TIP der Woche zur idealen Marketing- und Kommunikations-Plattform.
- **Überdurchschnittliche Leser-Blatt-Bindung**
TIP der Woche hat eine im Benchmark-Vergleich deutlich über-

durchschnittliche Leser-Blatt-Bindung: Drei Viertel der befragten Leser würden die Zeitung vermissen, wenn es sie nicht mehr gäbe, und ebenso viele würden sie an Freunde und Bekannte empfehlen.

Die Abfrage des Themeninteresses zeigt, welche Informationen von einer Kundenzeitung wie TIP der Woche gewünscht werden:

- **Haushaltstipps,**
- **Gesundheitstipps sowie**
- **Ernährungstipps und Rezepte**

Abgerundet wird die Redaktion mit den für Kaufzeitschriften üblichen Elementen (Witze, Kreuzworträtsel, Horoskope, Gewinnspiele etc.). Vergleicht man die Interessen von Lesern und Nicht-Lesern ist festzustellen, dass sich Lesern viel stärker für die Kernthemen interessieren. Über die Themennähe scheint sich zu entscheiden, ob ein Empfänger zum Leser wird.

Die Ansprache der Kaufland-Kunden mit TIP der Woche funktioniert sehr gut. Neben guten Nutzungs- und Bewertungsdaten lässt sich auch eine positive Wirkung auf den Herausgeber belegen. Die Kundenzeitung erzeugt nicht nur eine positive Einstellung zu Kaufland, sie bewirkt auch, dass Leser deutlich häufiger dort einkaufen. Die Resultate in den anderen Ländern sehen sehr ähnlich aus. Neben einigen länderspezifischen Abweichungen, die aus unterschiedlichem Nutzungsverhalten resultieren, gelten die meisten Erkenntnisse auch für das Ausland.

Fazit: Kaufland gelingt es mit TIP der Woche, seine Kunden im richtigen Mix von Nutzwert und Unterhaltung effektiv anzusprechen und eine positive Wirkung zu erzielen.



Walter Freese ist als Senior Research Consultant bei TNS Emnid für den Bereich Corporate Publishing verantwortlich

Montag 18. Juni 2008

TIP DER WOCHE

Das weiß doch jedes Kind!

STARS: Er steht seit mehr als 30 Jahren auf der Bühne: Jürgen von der Lippe verliert, warum er immer noch so erfolgreich ist.

VERLOSUNG: Die Freiluftbäder in vollen Zügen genießen: Gewinnen Sie eine hochwertige Markise für Ihre Terrasse.

Cordula Stratmann

Ihr fällt immer etwas ein

Mehr dazu im Innenteil!

Gutes kann so billig sein!

Seit 09.06. **Preissenkung!**

- Palmbio Duschgel: 41% billiger, € 7.99
- Coca-Cola* Sprite: 26% billiger, € 6.96
- Dash 2 in 1: 17% billiger, € 5.95
- Mackfleisch: 21% billiger, € 1.49

Kaufland

Gutes kann so billig sein!

16259 Bad Freienwalde, Eduardshof 3, Tel.: 0 33 44 / 4 28 80, Öffnungszeiten: Mo. – Mi. 7.00 – 20.00 Uhr, Do. – Sa. 7.00 – 22.00 Uhr

Handelszeitung voll bestätigt

TNS Emnid untersuchte mit seinem Instrument CP Standard die Wirkung von TIP der Woche, Handelszeitung der Kaufland-Gruppe.

von Walter Freese

Immer mehr Handelsunternehmen finden Gefallen an einer regelmäßigen Kommunikation mit ihren Kunden per Kundenmagazin und -zeitung. Dazu zählt auch Kaufland.

Ende 2007 hat Kaufland das Markt- und Medienforschungsinstitut TNS Emnid beauftragt, auf Basis einer repräsentativen Untersuchung Reichweite, Nutzung, Bewertung und Wirkung der Kundenzeitung TIP der Woche zu prü-

fen. Zum Einsatz kam CP Standard, ein Instrument von TNS Emnid zur Effizienzmessung von Kundenmagazinen.

Die Kaufland-Gruppe hat mehr als 750 Märkte in Deutschland, Tschechien, der Slowakei, in Polen, Kroatien, Rumänien und Bulgarien. In Deutschland zählt sie zu den führenden Lebensmittel-Handelsunternehmen, bekannt unter „Kaufland“, „Handelshof“ und „KaufMarkt“. Jeden Samstag er-