



# Auffallend anders

## Banken+Partner

Zahlen, Daten, Fakten, die für sich sprechen

### Wir werden wahrgenommen ...



Investitionen werden heute mehr denn je auf ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg geprüft. Immer in der Diskussion sind Investitionen in Bekanntheit und Image, sprich fürs Marketing.

Aus diesem Grund ist es uns besonders wichtig, Ihnen Sicherheit zu geben, wenn Sie in Anzeigen, Advertorials und Sonderdrucke

im Fachmagazin Banken+Partner investieren – oder in ganze Sonderausgaben.

Wir haben für Sie eine Leserbefragung durchgeführt. Auf den folgenden Seiten präsentieren wir Ihnen die aktuellen Zahlen, Daten und Fakten zum Magazin Banken+Partner und hoffen, Ihnen damit Ihre Investitionsentscheidungen zu erleichtern.

Aktuell, neutral, kompetent, fachlich relevant und für die tägliche Arbeit direkt einsetzbar – so haben die Leser Banken+Partner bewertet!

### ... Sie auch! Unser Erfolg macht Sie erfolgreich.

Banken+Partner wird von den wichtigsten Zielgruppen der Finanzdienstleistungsbranche – den Entscheidern – nicht nur gelesen, nicht nur für gut befunden, sondern auch weiterempfohlen! Darauf sind wir besonders stolz. Und noch mehr:

- ◆ Bei einer Auflage von 12.000 Exemplaren erreichen wir regelmäßig über 45.600 Leser, die für die unterschiedlichsten Bereiche in einer Bank oder Sparkasse Entscheidungen treffen.
- ◆ Zwei Mal pro Ausgabe nehmen die Empfänger Banken+Partner durchschnittlich in die Hand und studieren den Inhalt.

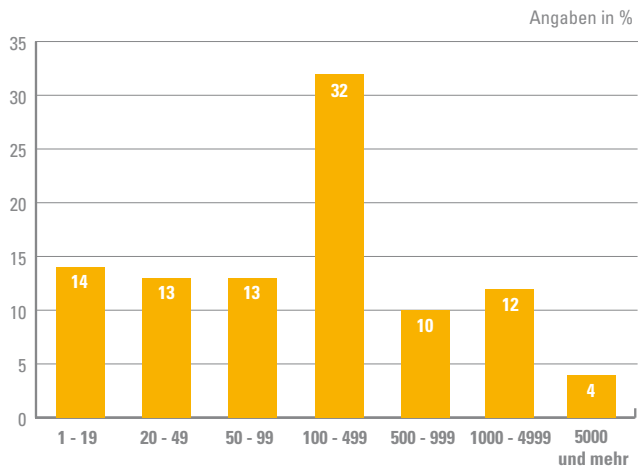
- ◆ Jede Ausgabe hat im Durchschnitt 3,8 Mitleser!

Diese und weitere aussagekräftige Ergebnisse der aktuellen Leserbefragung haben wir für Sie zusammengestellt.

**Das Fazit für Sie: Jede Investition in das Magazin Banken+Partner – sei es in Form von Zeit für ein Interview oder in bezahlte Präsentationen – ist gut investiert. Überzeugen Sie sich selbst.**

## Themen für Führungskräfte: 71 Prozent der Institute haben über 50 Mitarbeiter.

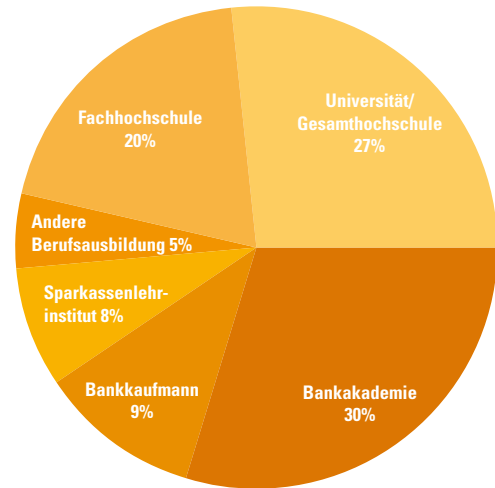
### Anzahl der Beschäftigten



Quelle: Wilhelm R. Gläsel, Medienberatung mit System, Köln.  
Zeitraum der Befragung: November 2007 bis März 2008, n=210

## Fundiertes Wissen: 85 Prozent der Leser haben einen höheren Bildungsabschluss.

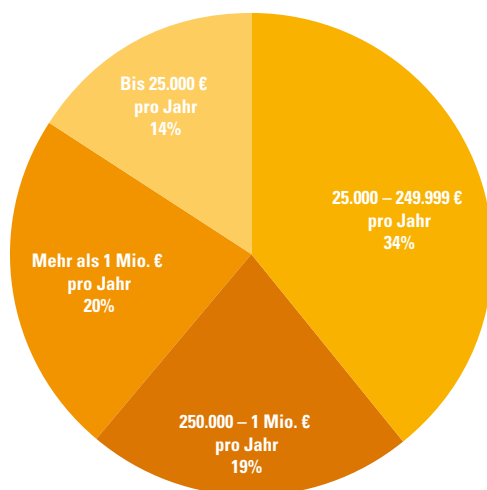
### Bildungsabschluss



Quelle: Wilhelm R. Gläsel, Medienberatung mit System, Köln.  
Zeitraum der Befragung: November 2007 bis März 2008, n=210

## Strategie notwendig: Die Leser entschei- den im Schnitt über 426.505,40 Euro Investitionen pro Jahr.

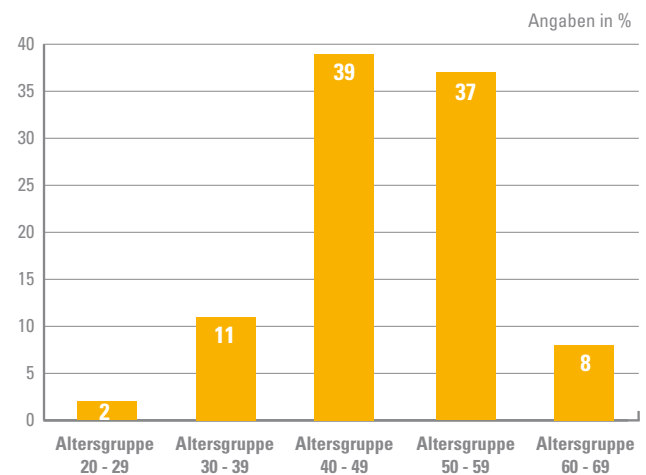
### Entscheidungsvolumen



Quelle: Wilhelm R. Gläsel, Medienberatung mit System, Köln.  
Zeitraum der Befragung: November 2007 bis März 2008, n=210

## Erfahrung erwünscht: Das durchschnitt- liche Alter der Leser beträgt 48,5 Jahre.

### Alter



Quelle: Wilhelm R. Gläsel, Medienberatung mit System, Köln.  
Zeitraum der Befragung: November 2007 bis März 2008, n=210

## Die Wertschätzung von Banken+Partner bei den Lesern ist hoch.

- 69 Prozent** der Bezieher lesen pro Ausgabe alle oder fast alle Beiträge, etwa drei Viertel oder zumindest die Hälfte.  
**33 Minuten** beträgt die durchschnittliche Lesedauer.

### Banken+Partner wird weitergegeben und archiviert

- 23 Prozent** archivieren das komplette Magazin.  
**19 Prozent** bewahren einzelne Beiträge auf.  
**20 Prozent** kopieren einzelne Beiträge und verteilen diese.  
**39 Prozent** geben das Heft in den Umlauf.

**Auflage: 12.000 Exemplare (IVW-geprüft)**

**Durchschnittliche Anzahl der Leser pro Ausgabe: 3,8**

**Mit Banken+Partner erreichen Sie regelmäßig 45.600 Leser!**

## Hohe Ansprüche – große Zufriedenheit

Von den befragten Lesern sagen über Banken+Partner

- 96 Prozent** „Die Zeitschrift ist gut lesbar und interessant geschrieben.“  
**90 Prozent** „Das Magazin hat ein ansprechendes Erscheinungsbild.“  
**90 Prozent** „In jeder Ausgabe gibt es interessante und wichtige Artikel sowie Nachrichten.“  
**96 Prozent** „Die Zeitschrift bietet fachlich kompetente Beiträge.“  
**88 Prozent** „Das Magazin bietet praxisrelevante und nützliche Informationen.“  
**91 Prozent** „Die Zeitschrift kann man weiterempfehlen.“  
**66 Prozent** „Die Redaktion greift interessante Entwicklungen besonders früh auf.“  
**92 Prozent** „Das Magazin berichtet objektiv und sachlich.“  
**46 Prozent** „Die Zeitschrift enthält interessante und hilfreiche Produktanzeigen.“  
**31 Prozent** „Das Magazin lässt sich durch keine andere Fachzeitschrift ersetzen.“  
**45 Prozent** „Die Zeitschrift bietet einen hohen bis sehr hohen Nutzwert.“  
**76 Prozent** „Ich würde Banken+Partner vermissen oder sogar sehr vermissen.“

Quelle: Wilhelm R. Gläsel, Medienberatung mit System, Köln.  
Zeitraum der Befragung: November 2007 bis März 2008, n=210

**Gerne stehen wir Ihnen für weitere  
Informationen zur Verfügung**



**Uwe Wagschal**  
Tel.: (0 61 22) 70 54-55  
Fax: (0 61 22) 70 54-70  
E-Mail: [wagschal@bankenundpartner.de](mailto:wagschal@bankenundpartner.de)  
[www.bankenundpartner.de](http://www.bankenundpartner.de)