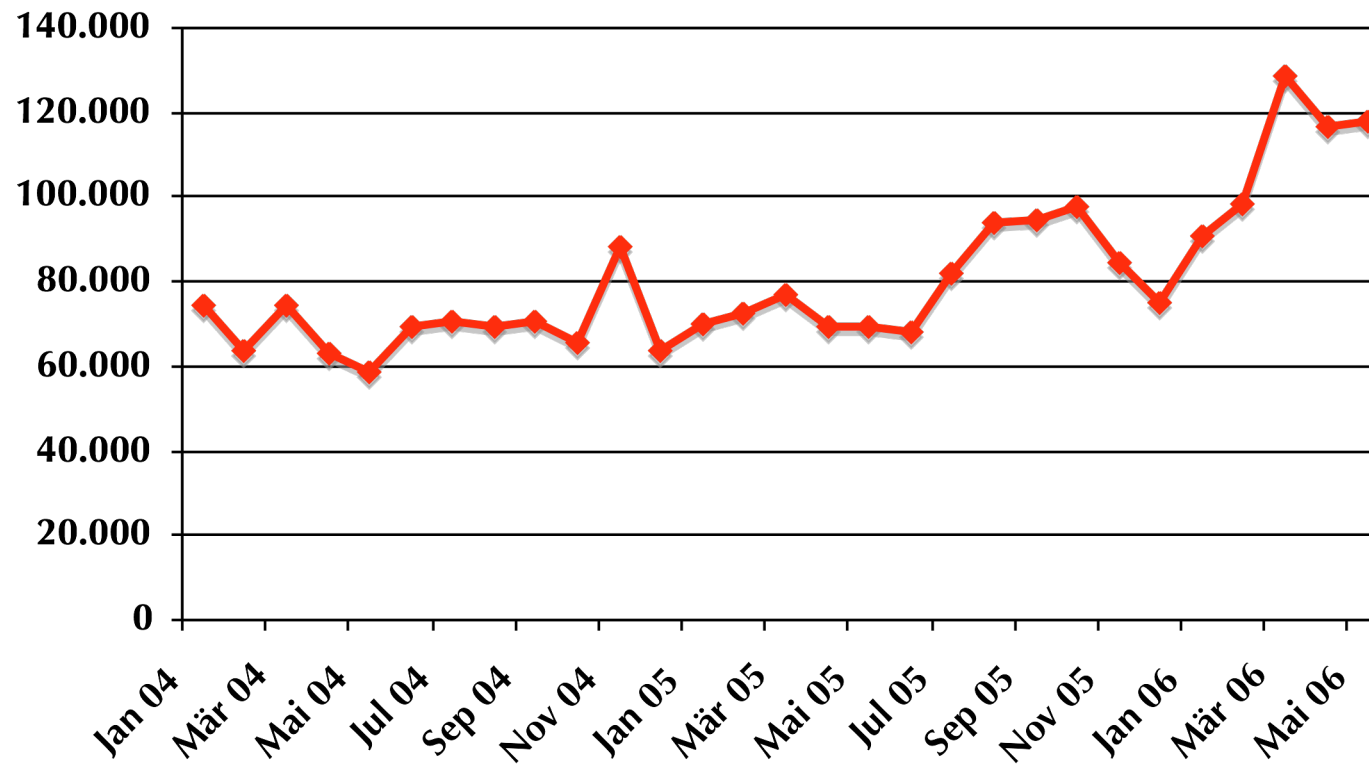




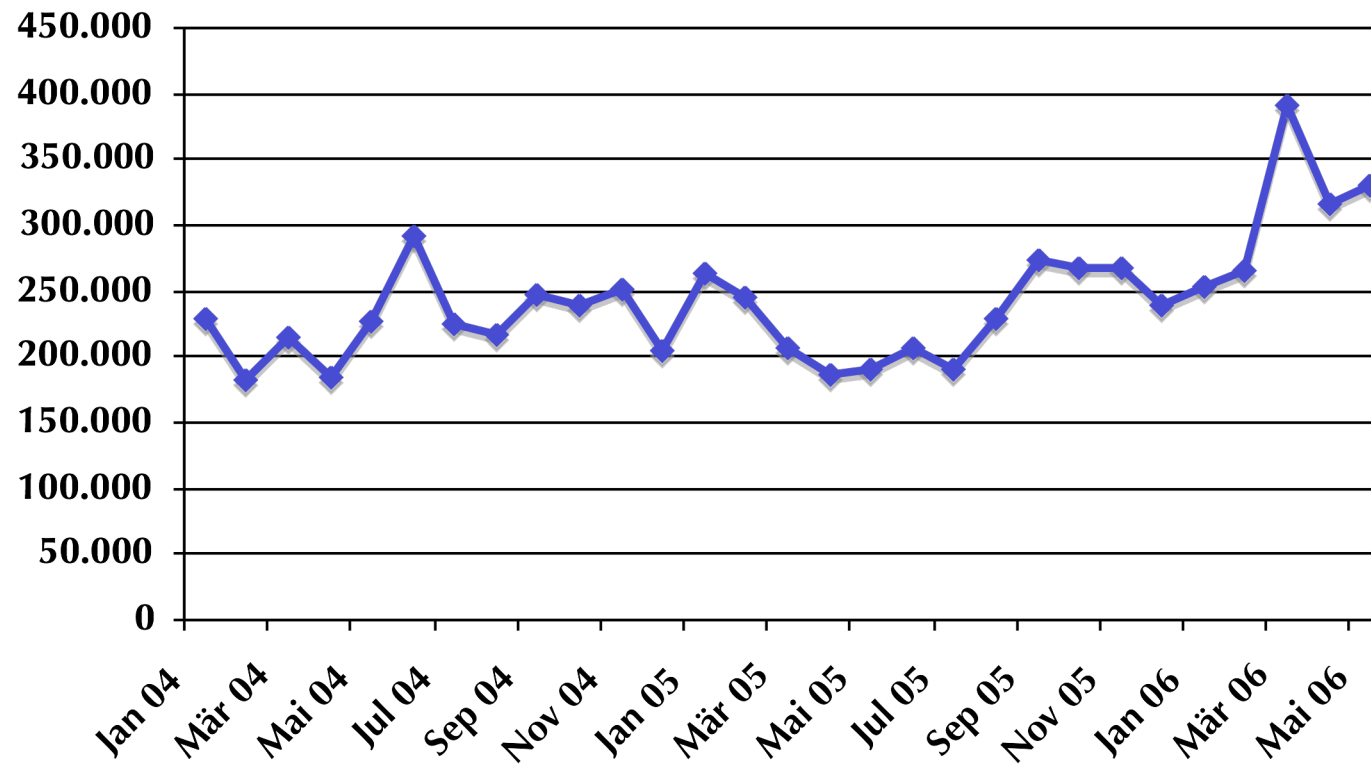
Leserumfrage 2006

- Die Befragung fand im April 2006 statt
- Insgesamt wurden 923 Datensätze ausgewertet
- Die Datenerhebung wurde von **staff**advance durchgeführt
- Angaben hinsichtlich der Nutzerstatistik stammen vom Internetprovider Schlund

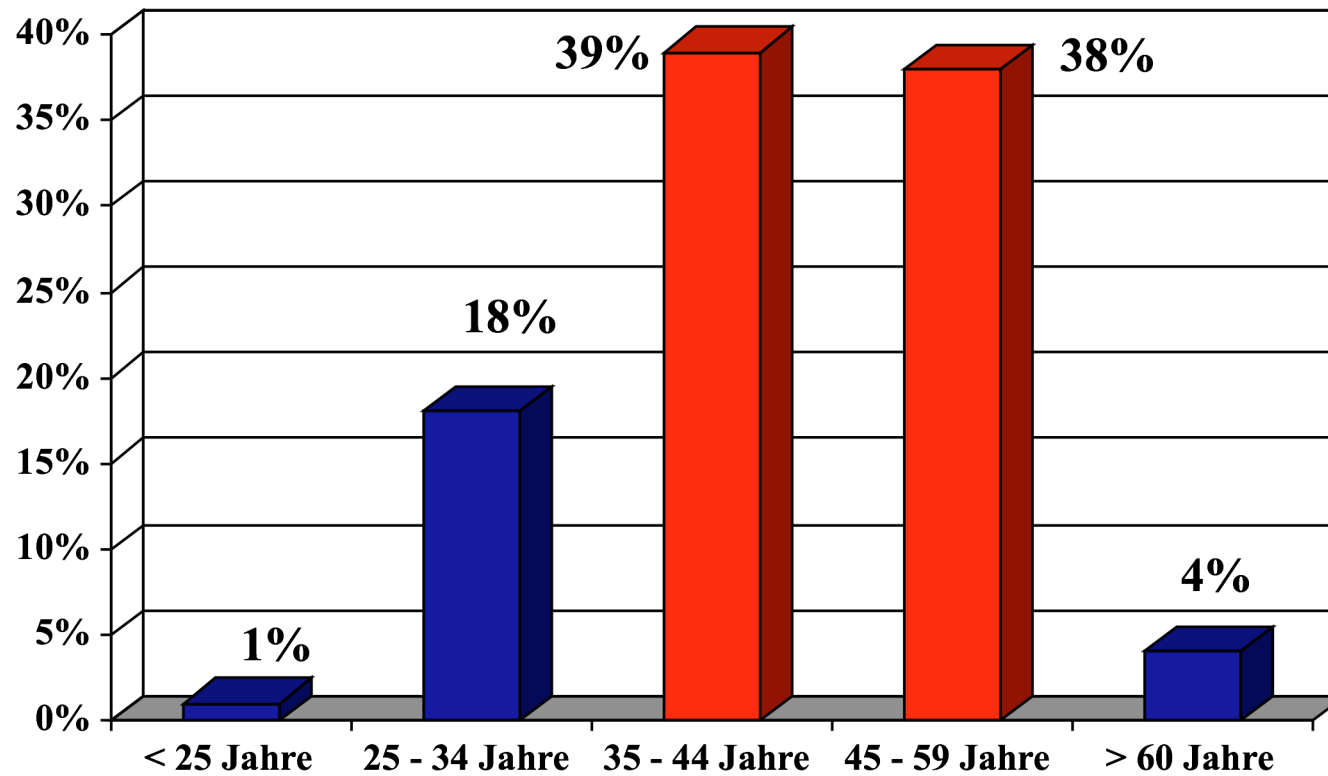
Anzahl monatlicher Besuche: Auf konstant hohem Niveau -
Inzwischen können wir deutlich über 100.000 Besucher pro Monat
begrüßen.



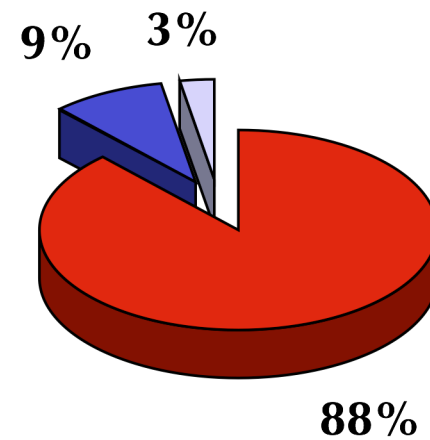
Anzahl Seitenaufrufe: Mit fast 400 Tsd. Seitenaufrufen im März 2006 konnte eine neue Bestmarke erreicht werden.



77 % der MWonline-Nutzer sind zwischen 35 und 59 Jahre alt.



88 % unserer Leser haben einen akademischen Abschluss.

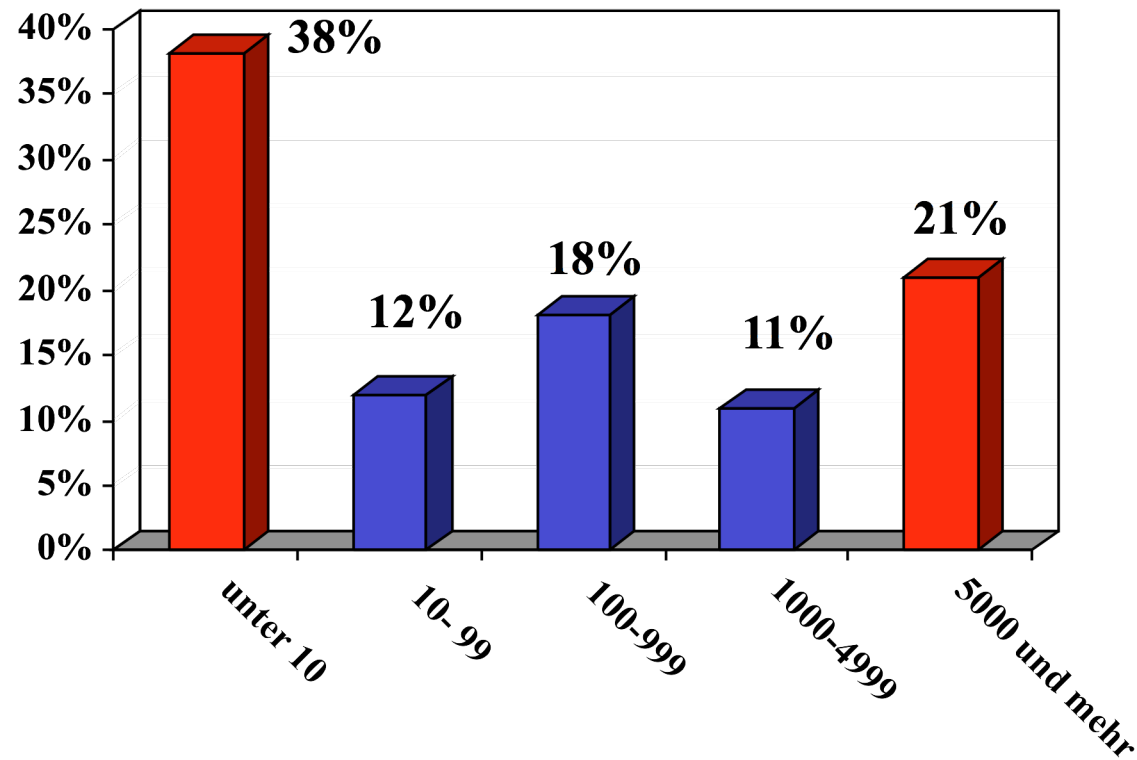


- **Universität / FH / Berufsakademie**
- **Ausbildung/Lehre**
- **Sonstiges**

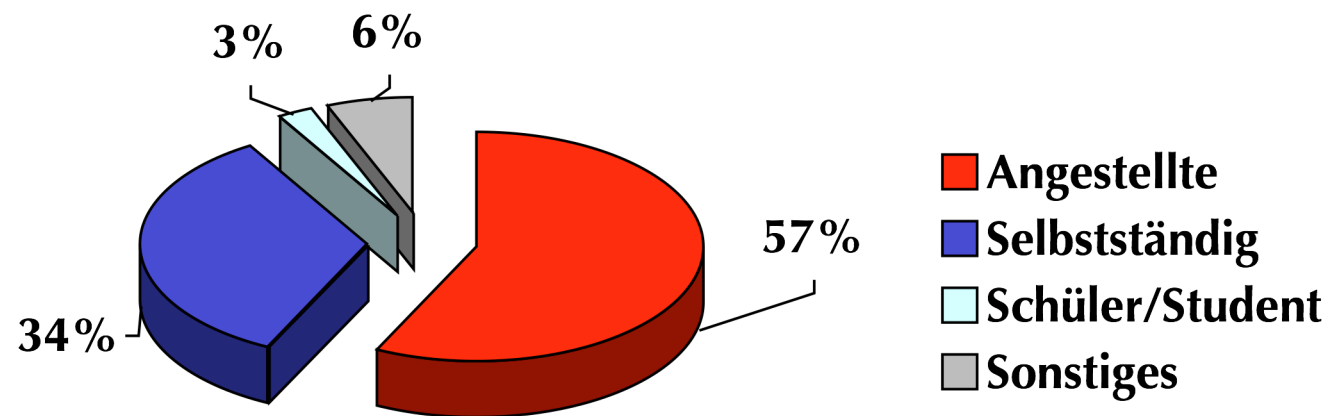
MWonline ist branchenübergreifend bekannt.

Beratung	39%
IT	6%
Sonstiges	4%
BioTech/Chemie/Pharma	4%
Finanzbranche	4%
Dienstleistung	3%
Gesundheitswesen	3%
Auto	2%
Sozialwesen	2%
Bank	2%
Versicherungen	2%
Forschung	2%
Elektronik	1%
Universität	1%
Energie	1%
Maschinenbau	1%
PR, Werbung, Kommunikation	1%
Flug & Verkehr	1%
Medien	1%

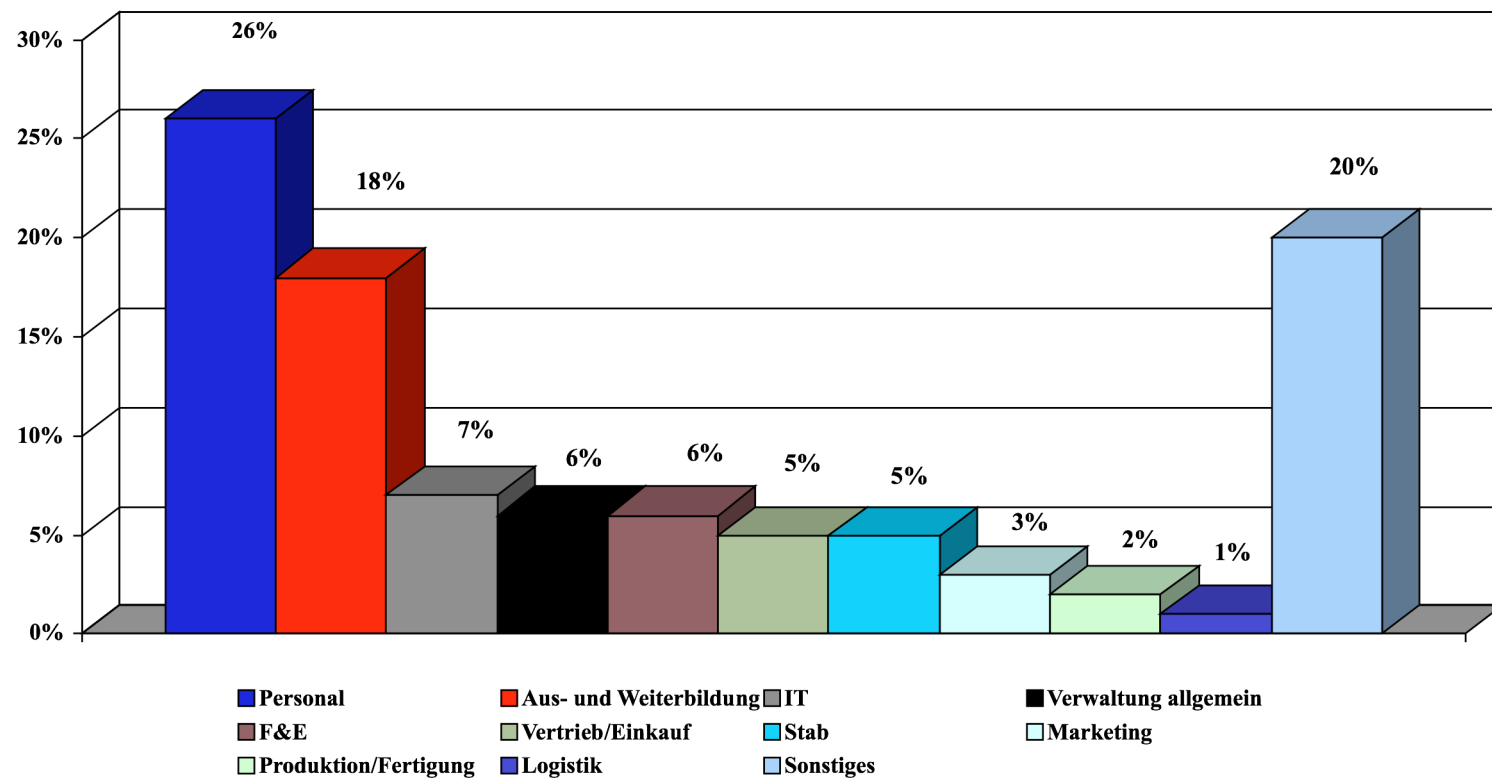
MWonline wird vor allem von selbstständigen Beratern und Trainern genutzt, gefolgt von Mitarbeitern größerer Unternehmen und Konzerne.



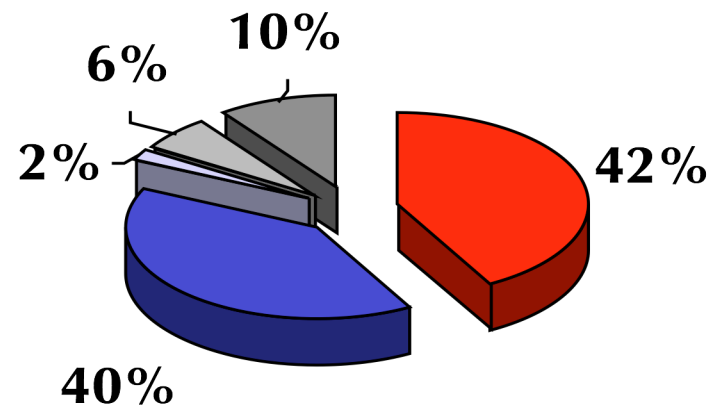
57 % unserer Nutzer sind Angestellte.



MWonline ist funktionsübergreifend bekannt.



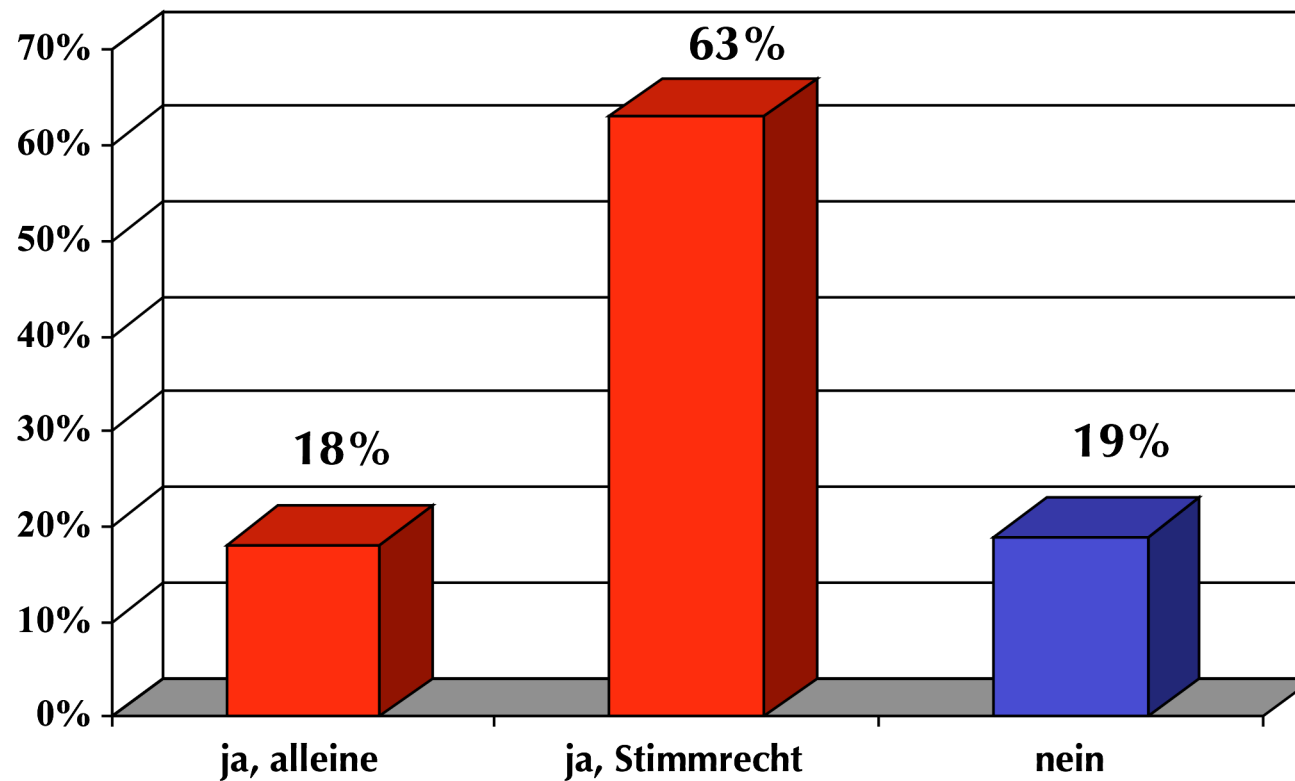
Entscheidungsträger und Spezialisten machen 82 % der Leser aus.



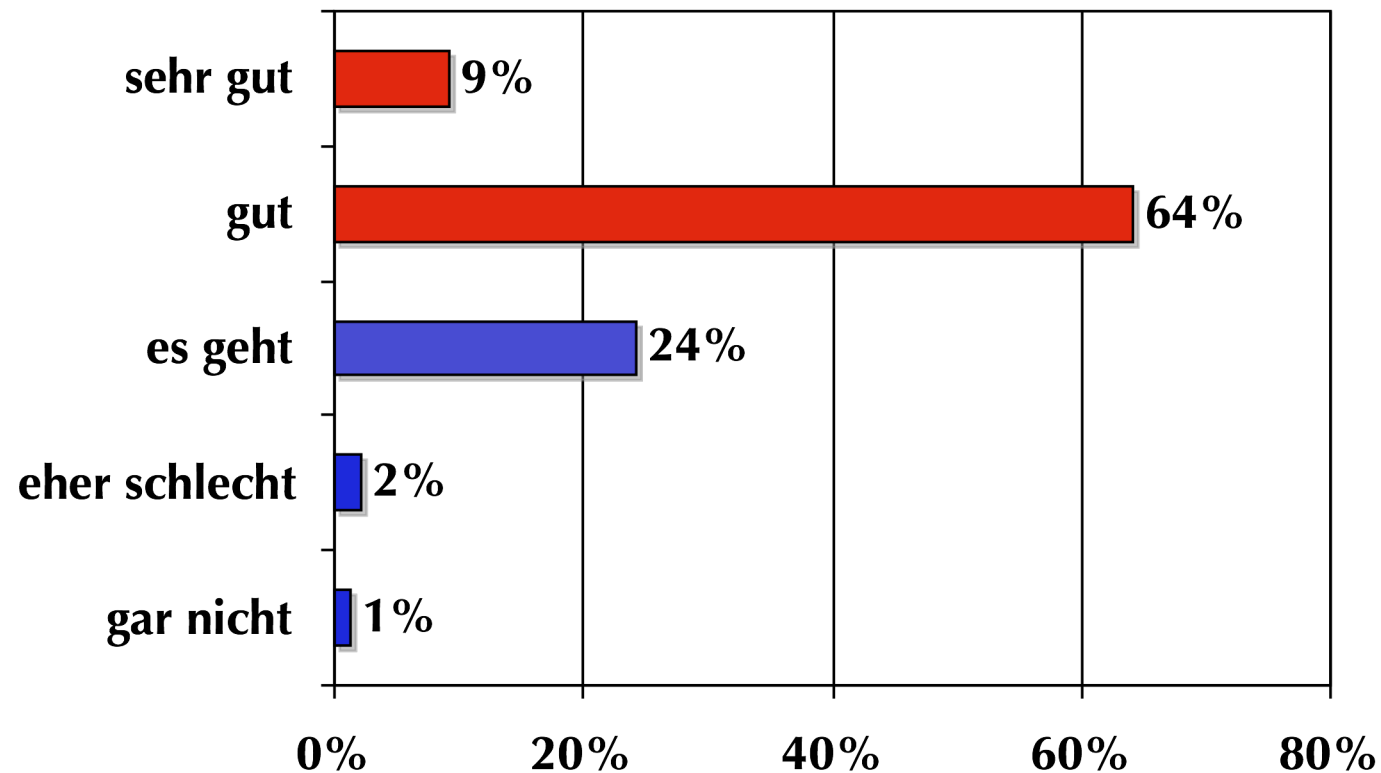
- Entscheidungsträger (Geschäftsführer, Bereichsleiter, Teamleiter)
- Referent/Spezialist
- Assistent
- Sachbearbeiter
- Sonstiges

MWonline erreicht Entscheidungsträger.

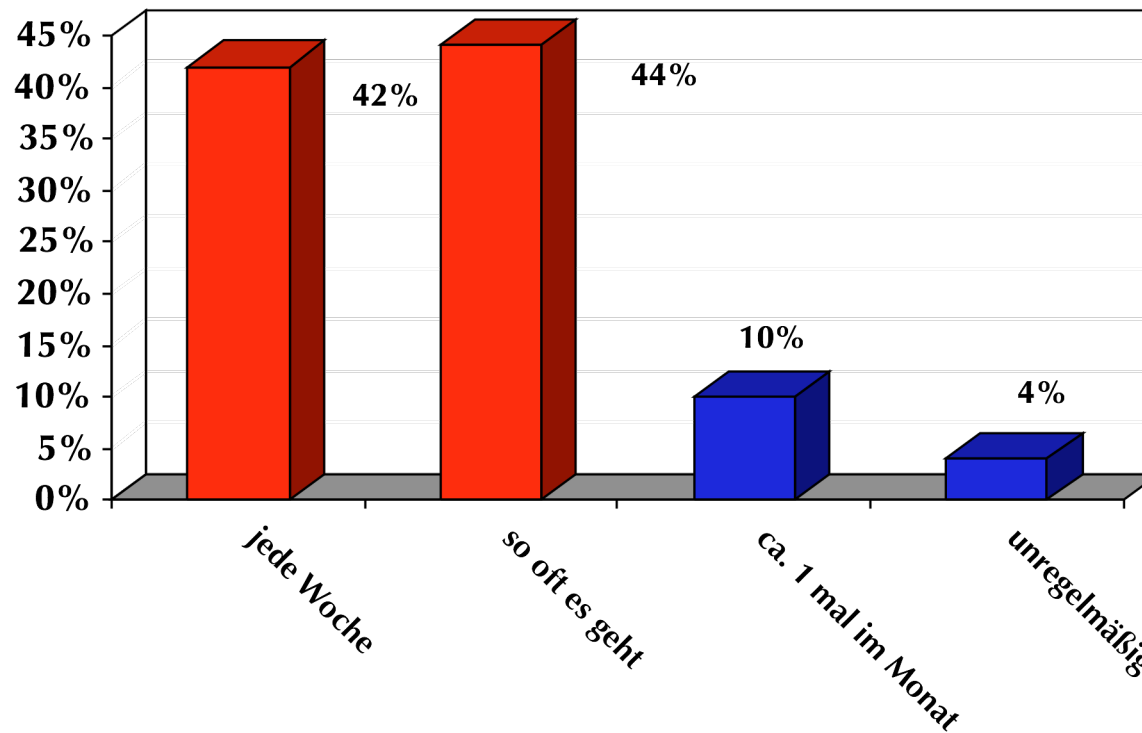
Unsere Frage lautete: Haben Sie Einfluss auf Entscheidungen bezüglich der Investition in Personalentwicklungsmaßnahmen / Beratungsleistungen / der Nutzung von Informationsdiensten / der Anschaffung von Medien?



Knapp drei Viertel aller Befragten finden sich auf www.mwonline.de gut bis sehr gut zurecht.

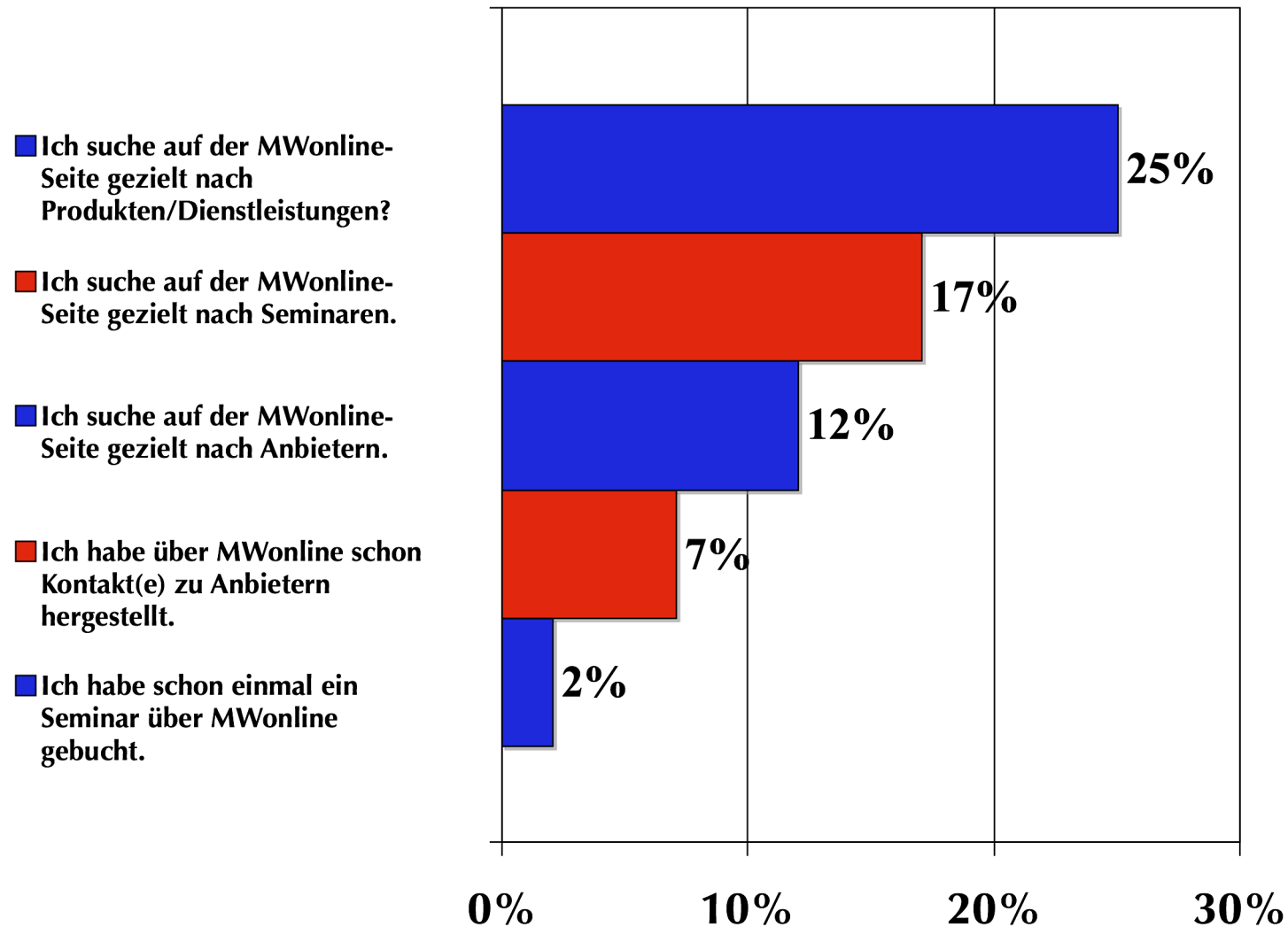


86% der Newsletterempfänger lesen den Newsletter „so oft es geht“ oder „jede Woche“



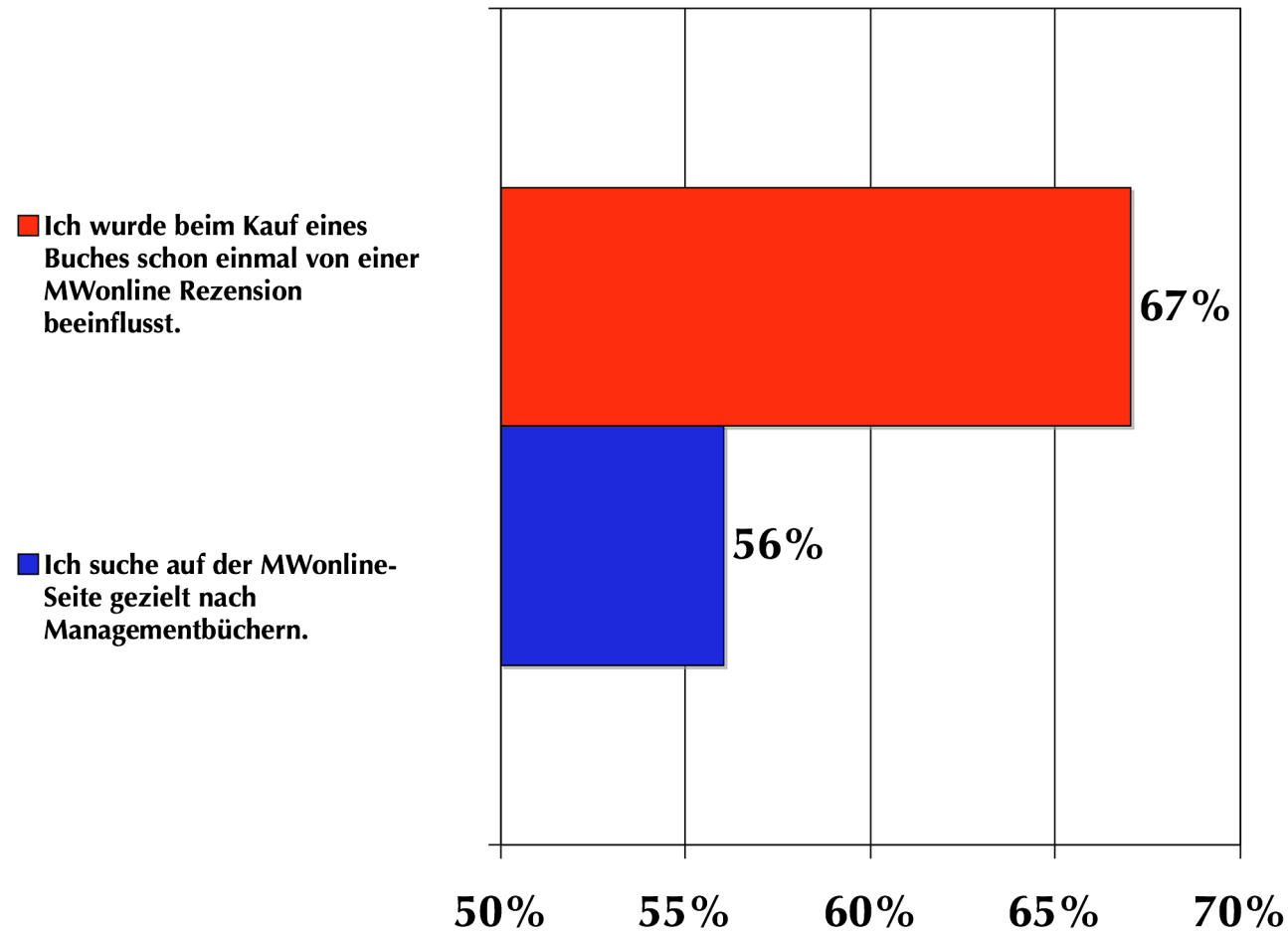
MWonline-Nutzen für unsere Leser

Unsere Frage lautete: Welcher Satz trifft auf Sie zu?



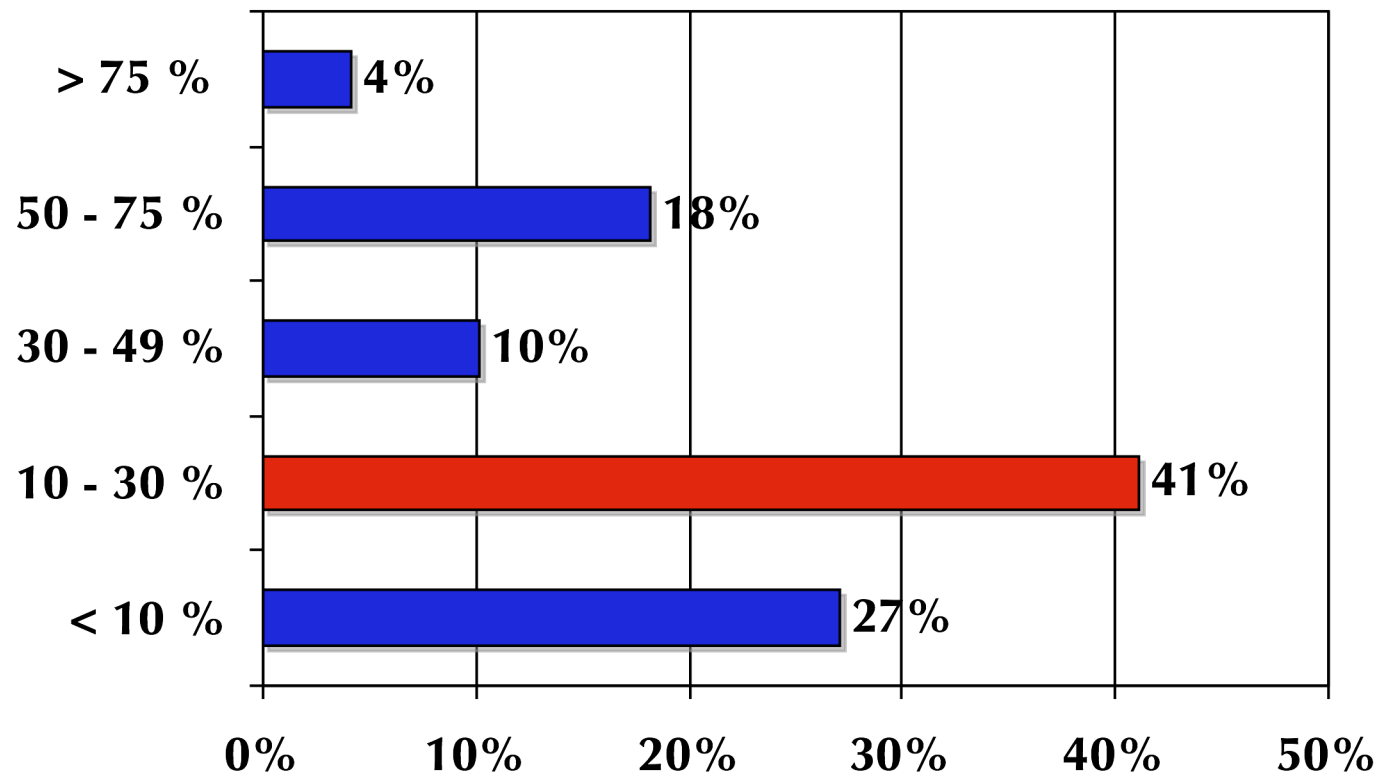
MWonline-Nutzen für unsere Leser

Unsere Frage lautete: Welcher Satz trifft auf Sie zu?

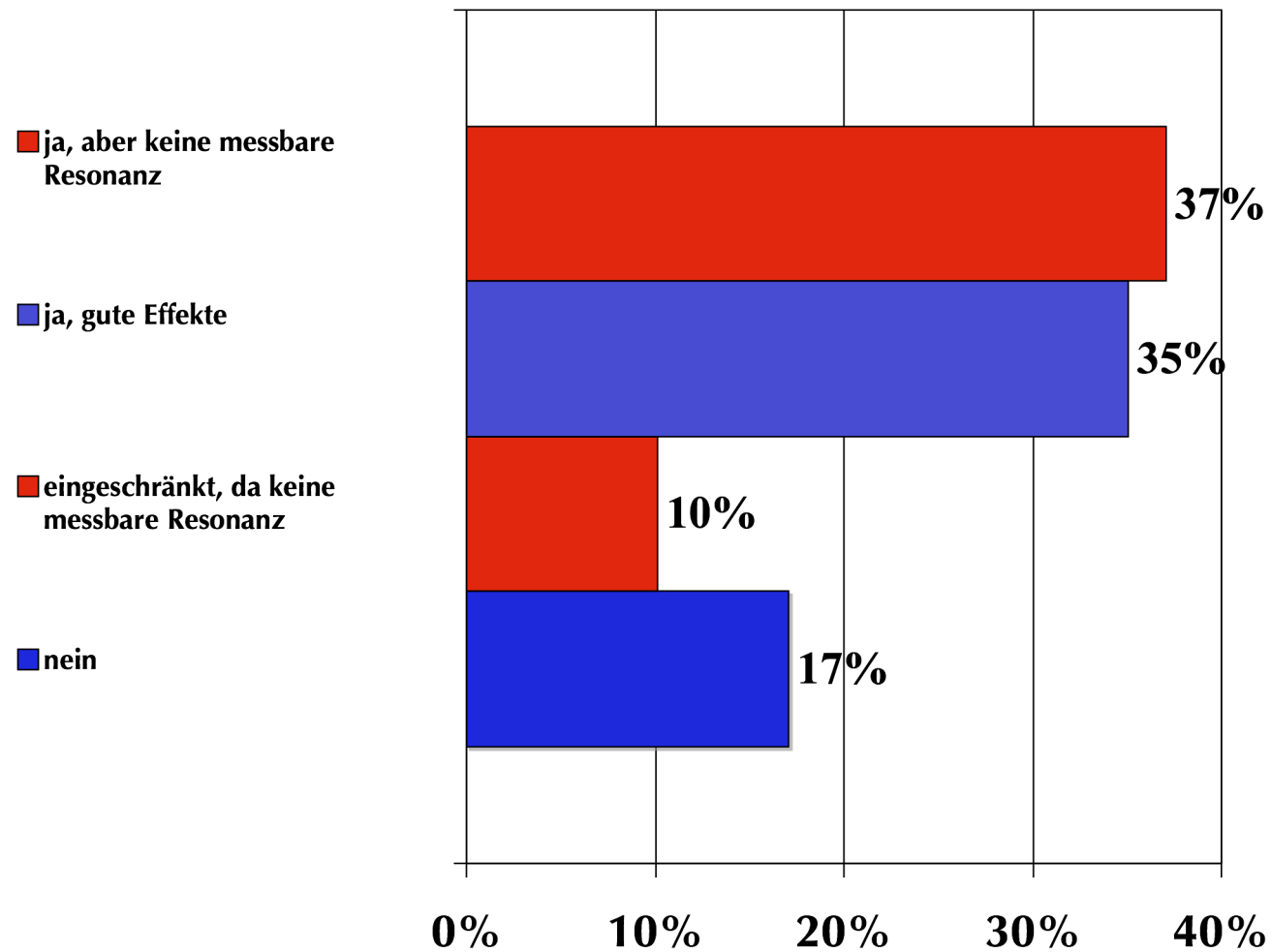


Lohnt sich Werbung auf MWonline auch für Anbieter, die nicht allein auf Online-Marketing setzen?

Unsere Frage lautete: Wie hoch ist der prozentuale Anteil von Online-Marketing an Ihrem gesamten Werbebudget?



Würden Sie MWonline als Marketing-Plattform weiter empfehlen?



Diese Schlagworte beschreiben MWonline der Mehrzahl der Befragten zufolge am besten:

„aktuell“

„humorvoll“

„unabhängig“

„informativ“

„konstruktiv“

„kompetent“

„zeitsparend“

„kurz“

„übersichtlich“

Was können wir tun, damit MWonline aus Ihrer Arbeitswoche nicht mehr wegzudenken ist?

30% sagen: „Weiter so!“

6% sagen: „Nichts!“

5% sagen: „Mehr Zeit!“