



LESERANALYSE ENTSCHEIDUNGSTRÄGER E.V.

Pressemitteilung: LAE 2016

Frankfurt, 29. Juni 2016. Heute erscheint die LAE 2016, die Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung - die Referenzstudie bei Kampagnen für die Entscheider-Zielgruppe.

Die Führungselite präferiert unverändert Print und Digital

Die aktuelle LAE dokumentiert die starke Stellung der Printmedien für Entscheider. Deutlich mehr als die Hälfte der Befragten (59%) lesen längere Texte lieber auf Papier. Der Anteil derer, die lieber auf dem Bildschirm lesen, beträgt lediglich 8%. Die Online-Angebote sind - unabhängig von der persönlichen Lesepräferenz - für alle Entscheider sehr wichtig. Die LAE macht diese auch wieder für crossmediale Zählungen planbar: Die Netto-Reichweite der 22 in der LAE abgebildeten Print-Titel beträgt 82% (LpA). Der entsprechende Wert für die „Nutzer pro Woche“ der Online-Angebote einschließlich Smartphone- und Tablet-Apps beträgt 71%. Diese Ergebnisse sind ein Beleg dafür, dass die starken Printmarken mit ihren digitalen Angeboten eine hohe Relevanz für die Entscheider-Zielgruppen haben. Über die crossmedialen Medienmarken der LAE werden 93% der Entscheider pro Ausgabe und Woche erreicht.

Die exklusiven Entscheiderzielgruppen, die nur die LAE in dieser Präzision und mit ausreichender Fallzahl abbildet, können über das Gesamtinventar der LAE-Medien sehr gut und mit hoher Affinität werblich angesprochen werden.

Hohe Relevanz der LAE wurde erneute von den Mediaagenturen bestätigt

Eine aktualisierte Umfrage in OMG Agenturen bei Geschäftsführern und Mediaplanern bestätigt die hohe Relevanz der LAE. Für 2/3 der Befragten ist diese Studie für die tägliche Arbeit sehr wichtig/wichtig. Sie ist für über 80% die führende Planungsdatei für BtB Kampagnen Gleichwohl äußern die Befragten den Wunsch nach weiteren Werbeträgern sowohl aus dem Print- als auch aus dem Online-Bereich. Die LAE-Teilnehmer diskutieren diese Anregungen insbesondere unter dem Aspekt der optimalen Abbildung der Entscheider-Zielgruppe.

Einschätzung der wirtschaftlichen Lage in Deutschland



Die Lage der deutschen Wirtschaft wird – aus Sicht der Entscheidungsträger – unverändert positiv gesehen („Besser“ 24% 2016 zu 2015). Eine gleichbleibende Wirtschaftsentwicklung für die nächsten 12 Monate nehmen wie im Vorjahr 59% an. Etwas optimistischer gegenüber dem Vorjahr sehen die Entscheider die Entwicklung ihres Unternehmens. Gegenüber dem Vorjahr erwarten 35% eine bessere wirtschaftliche Entwicklung ihres Unternehmens in den nächsten 12 Monaten, 2015 waren es 34%.

Wie bei anderen Markt-Media-Studien wird bei der LAE ein rollierendes Verfahren eingesetzt, bei dem jeweils zwei aufeinander folgende Erhebungswellen zusammengefasst werden. Mit über 8000 Befragten sind innerhalb der „kleinen“ Grundgesamtheit der LAE (7,5% aller Berufstätigen) auch spitze Zielgruppen planbar.

Die LAE 2016 hat durch die erneute Möglichkeit von Crossmedia-Analysen einen hohen Praxisbezug. Durch den Einbezug und aktive Mitarbeit von Experten aus Mediaagenturen werden alle Entwicklungen auf Praxisrelevanz überprüft.

Der aktuelle Bericht mit ausführlicher Methodenbeschreibung, Basis-Tabellen und Codeplan steht am 29. Juni 2016 ab 11.00 Uhr ebenso wie ein interaktives Auswertungs-Tool unter www.lae.de zur Verfügung. Die LAE kann ab dann mit den gängigen Mediaplanungstools und über den Service der beteiligten Medienhäuser ausgewertet werden.

Für den schnellen Überblick ist eine Präsentation mit den Key-Facts zum Download ebenfalls auf der LAE Homepage hinterlegt.

LAE - Leseranalyse Entscheidungsträger e.V.

Kontakt: **Vorstandsvorsitzender LAE e.V.**
Dr. Michael Halleemann, Gruner + Jahr,
Tel.: 040.3703.2981, email: hallemann.michael@guj.de

Sprecher Techn. Ausschuss LAE

Harald Fritsch, iq media,
Tel. 0211.887.2351, email: harald.fritsch@iqm.de

Andrea Nagel, Spiegel Verlag
Tel: 040.3007.2612, email: Andrea_Nagel@spiegel-qc.de