

# LAE 2020

24.06.2020

## Tradition

- **seit 1975 - 24 Studien**
- **Herausgeber:  
seit 2001 „LAE - Leseranalyse Entscheidungsträger e.V.“**

„Er versteht sich als Forum für die kontinuierliche methodische Weiterentwicklung von Erhebungen in diesem sehr anspruchsvollen und spezifischen Zielgruppensegment - hier: die Zielgruppe der Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung in ihrem Einfluss auf betriebliche Entscheidungen darzustellen. Das Medianutzungsverhalten wird daher nur in Bezug auf die berufliche Sphäre der Grundgesamtheit erhoben.“

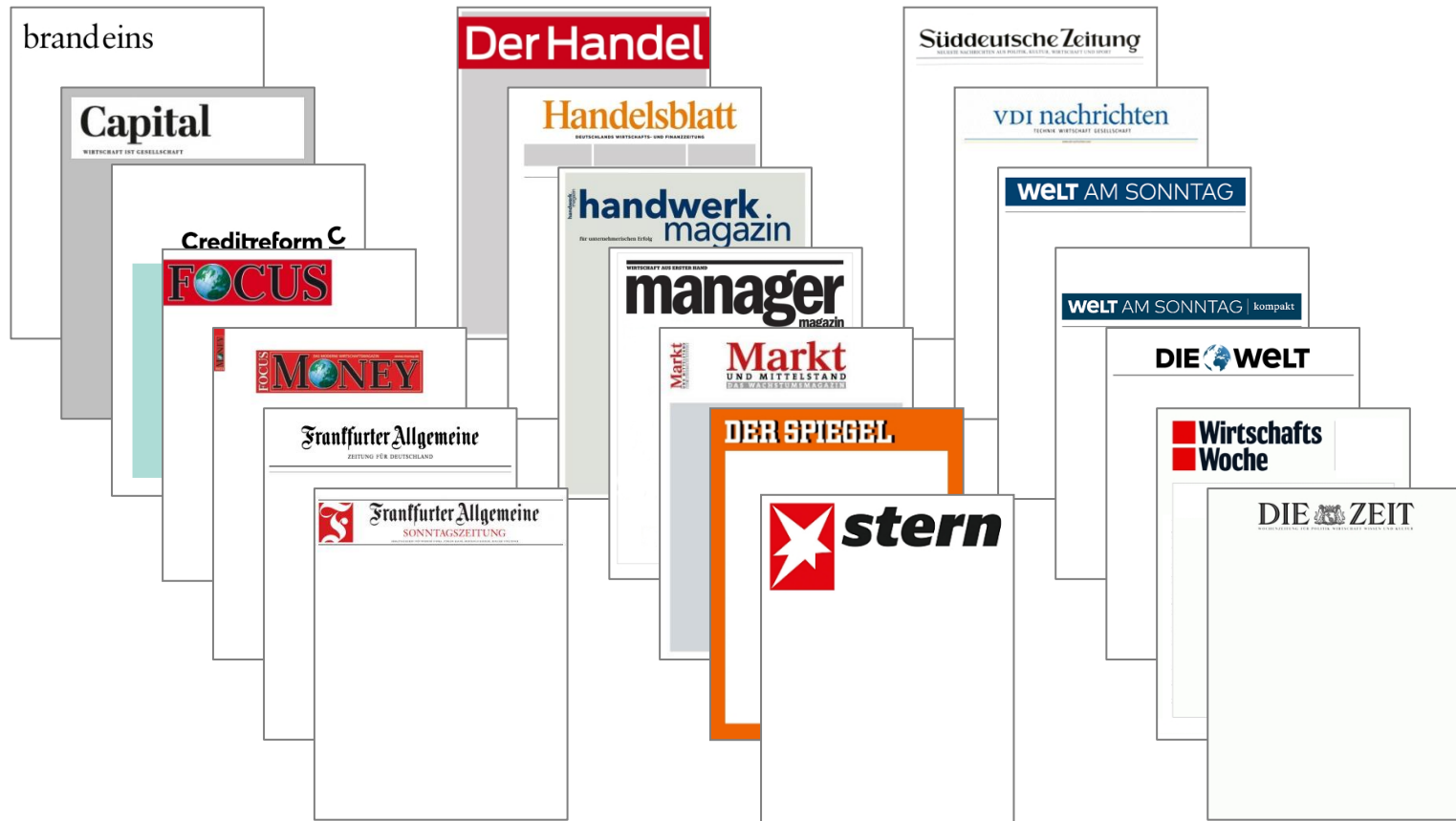
Quelle: Vorwort LAE 2020

## Steckbrief

Herausgeber:

LAE - Leseranalyse Entscheidungsträger e.V.

Titel:



## Steckbrief

Methodische Gesamtverantwortung:	Technischer Ausschuss LAE 2020 (Vertreter der OMG-Media-Agenturen und der Verlage)
Feldarbeit:	forsa marplan Markt- und Mediaforschungs- gesellschaft mbH, Frankfurt a. M. ForschungsWerk GmbH, Nürnberg GIM Gesellschaft für Innovative Markt- forschung mbH, Wiesbaden IFAK Institut GmbH & Co. KG, Taunusstein teleResearch GmbH, Ludwigshafen
Stichprobe/ Koordination/ Erhebungs- software/ Berichterstattung:	IMMEDIATE GmbH, Bremen
Auswertung:	ISBA Informatik Service-GmbH, Hamburg
Adressen Betriebsstätten:	databyte GmbH, Lübeck

# Grundgesamtheit: Berechnung

## Quellen

- Mikrozensus 2015/ 2017/ 2018
  - Unternehmensregister 2018
  - Besoldungsstatistik 2018
- 
- Klassifikation der Wirtschaftszweige  
(WZ 2008)

# Grundgesamtheit: Definition

## Selbstständige

Selbstständige/ Freiberufler mit Betrieben ab 6 Beschäftigte  
außerhalb der Wirtschaftszweige der „klassischen“ Freien Berufe

**Potenzial: 569.000 Personen**

- Quoten:
- Wirtschaftszweig/ Branche
  - Betriebsgrößenklassen
  - Gemeindegrößenklassen (pol.) nach Nielseengebieten
  - Bundesländer

## Grundgesamtheit: Definition

### Freie Berufe

Selbstständige/ Freiberufler mit mind. 1 zusätzlichen Beschäftigten

Rechts-, Steuer-, Unternehmensberatung

Architektur- und Ingenieurbüros

Forschung und Entwicklung

Werbung und Marktforschung

Sonstige freiberufliche, wissenschaftliche und technische Tätigkeiten

Veterinärwesen

Gesundheitswesen ohne Krankenhäuser

Kultur, Unterhaltung und Erholung

**Potenzial: 486.000 Personen**

- Quoten:
- Wirtschaftszweig/ Branche
  - Umsatzgrößenklassen nach Berufszweigen
  - Gemeindegrößenklassen (pol.) nach Nielsegebieten
  - Bundesländer

## Grundgesamtheit: Definition

### Leitende Angestellte

„Angestellte mit selbstständigen, (begrenzt) verantwortlichen Tätigkeiten“  
oder „Angestellte mit Führungsaufgaben und Entscheidungsbefugnissen“

Persönliches Monatsnettoeinkommen  
€ 3.500,- und mehr

**Potenzial: 1.674.000 Personen**

Quoten:

- Wirtschaftszweig/ Branche
- Abteilung im Unternehmen
- Gemeindegrößenklassen (pol.) nach Nielseengebieten
- Bundesländer
- Einkommen nach Gebiet (ABL/ NBL)
- Stellung im Unternehmen
- Tätigkeit als Leitender Angestellter



# Grundgesamtheit: Definition

## Beamte

im mittelbaren und unmittelbaren Dienst  
ab Besoldungsgruppe A14

**Potenzial: 230.000 Personen**

Quoten:

- Besoldungsgruppen (A14, C1/ A15, R1, C2, W1/ A16, R2, C3, W2/ B2, B1/ B4, B3, R4, R3, C4, W3/ B11 - B5, R10 - R5)
- Aufgabenbereiche
- Bundesländer

## Freie Berufe

### Anpassung

„Im Fragebogen des Mikrozensus 2011 wurde erstmals nicht zwischen Selbstständigen und Freiberuflern unterschieden. Die Freien Berufe werden ab LAE 2013 allein über den Wirtschaftszweig abgegrenzt, damit die Berufsgruppen der LAE wie gewohnt dargestellt werden können.“

Quelle: Methodenbeschreibung LAE 2020

# Methode

## Feldarbeit 2019

Screening (Interviewer)/ Hauptinterview
Elektronische Übermittlung an das Feldinstitut (nur C.A.P.I.)
Elektronische Übermittlung an das koordinierende Institut
Abgleich mit den Quoten im koordinierenden Institut und 'just in time' Freigabestatus- anzeige für das Feldinstitut
Falls nur Kontaktinterview: elektronische Rückmeldung an den Interviewer bezüg- lich Freigabestatus für das Hauptinterview

## Feldarbeit 2020 – Methoden

„Wer füllt den Fragebogen aus?“

Methode	Screening	Hauptinterview	
		Medien, Entscheidungs- kompetenz	Restliche Fragen
C.A.P.I./ C.A.S.I.	Interviewer	Befragte	Interviewer
C.A.T.I.	Interviewer	Interviewer/ Co-Browsing (49%)	Interviewer
C.A.T.I./ C.A.W.I.	Interviewer	Befragte	Befragte

## Feldarbeit (Rollierendes System)

### ➤ Welle 2019

<u>Feldzeit:</u>	29.10.2018 - 05.03.2019
<u>Interviews:</u>	3.949, davon 1.526 C.A.T.I., 86 C.A.T.I./C.A.W.I.
<u>Beteiligte Institute:</u>	Foerster & Thelen, forsa marplan, IFAK, INFO, teleResearch

### ➤ Welle 2020

<u>Feldzeit:</u>	28.10.2019 - 06.03.2020
<u>Interviews:</u>	3.947, davon 1.434 C.A.T.I., 140 C.A.T.I./C.A.W.I.
<u>Beteiligte Institute:</u>	forسا marplan, ForschungsWerk, GIM, IFAK, teleResearch

➤ **Anzahl Gemeinden** 1.993

## Vergleich

Die interaktive Quoten-Steuerung führt zu institutsspezifischen Abweichungen von der Sollstruktur, so dass die Ergebnisniveaus zwischen den Instituten nicht vergleichbar sind.

## Berichterstattung

- [www.LAE.de](http://www.LAE.de)
- Auswertungs-/ Mediaplanungs-Programme offline/ online
- Berichtsband (PDF als Download)



# Berichterstattung

## Inhalt

[www.LAE.de](http://www.LAE.de)

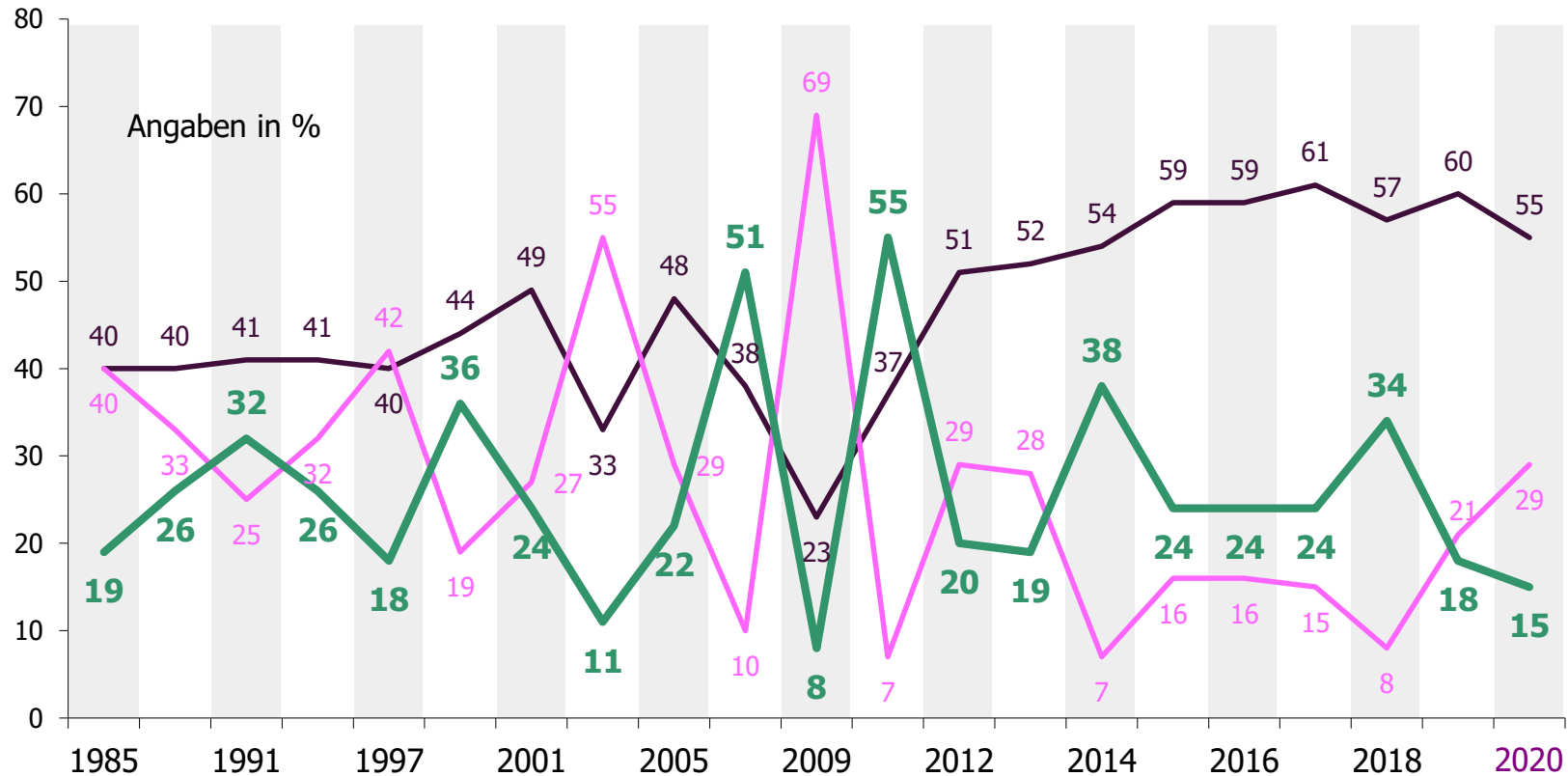
Zusätzlich sind über [www.LAE.de](http://www.LAE.de)  
Informationen zu Satzung, Richtlinien,  
Mitgliedern sowie Kontaktadressen abrufbar.

- Vorwort
- ▼ Untersuchungssteckbrief
- Herausgeber
- Beteiligte Titel, Verlage
- Vorstellung Zeitschriften,  
Zeitungen
- Vorstand und technischer  
Ausschuss
- Untersuchungsdaten
- Methode
- Erhebungsdaten
- Berichtsband
- Codeplan
- ▼ Ergebnisse/ interaktive  
Tabellierung (m-cloud)
- Deutsch
- Englisch
- ▼ Titelporraits
- ▶ Tageszeitungen
- ▶ Wochenzeitungen
- ▶ Wöchentliche Zeitschriften
- ▶ Monatliche Zeitschriften
- ▶ Tarfkombinationen
- Präsentation

# Ergebnisse

## Einschätzung der wirtschaftlichen Lage

- in Deutschland in den nächsten 12 Monaten -



■ Besser    ■ Schlechter    ■ Gleichbleibend

# Einschätzung der wirtschaftlichen Lage

- in Deutschland in den nächsten 12 Monaten -

	2019		2020	
	Besser	Schlechter	Besser	Schlechter
Gesamt	18	21	15	29
Selbstständige	24	20	20	28
Freie Berufe	26	21	19	29
Leitende Angestellte	15	22	14	28
Beamte	12	22	8	33

Angaben in %

# Einschätzung der wirtschaftlichen Entwicklung des Unternehmens

- nächste 12 Monate -

	2019		2020	
	Besser	Schlechter	Besser	Schlechter
Gesamt	39	8	34	12
Selbstständige	40	8	36	14
Freie Berufe	39	5	36	5
Leitende Angestellte	38	9	33	14

Angaben in %

# Investitionen in Zukunftstechnologien

In welche Trends und Zukunftstechnologien planen Sie in Ihrem Unternehmen in den nächsten Jahren zu investieren?

	Gesamt 100	Selbstständige 100	Freie Berufe 100	Leitende Angestellte 100	Beamte 100
Gesamt (min. eine genannt)	54	32	36	66	61
Digitale Transformation	38	17	23	48	52
Data & Analytics/ Big Data	28	12	17	37	23
Robotik in Produktion, Dienstleistung, Forschung etc.	20	12	5	28	11
Künstliche Intelligenz/ Maschinenlernen	18	8	6	25	14
Collaboration-Tools für neue Formen des Arbeitens	16	6	6	22	19
Blockchain-Technologie	9	3	3	13	6

Angaben in %

## Demografie

### Geschlecht

Männlich



Weiblich



### Alter

bis 29 Jahre



20 - 39 Jahre



40 - 49 Jahre



50 - 59 Jahre



60 - 64 Jahre



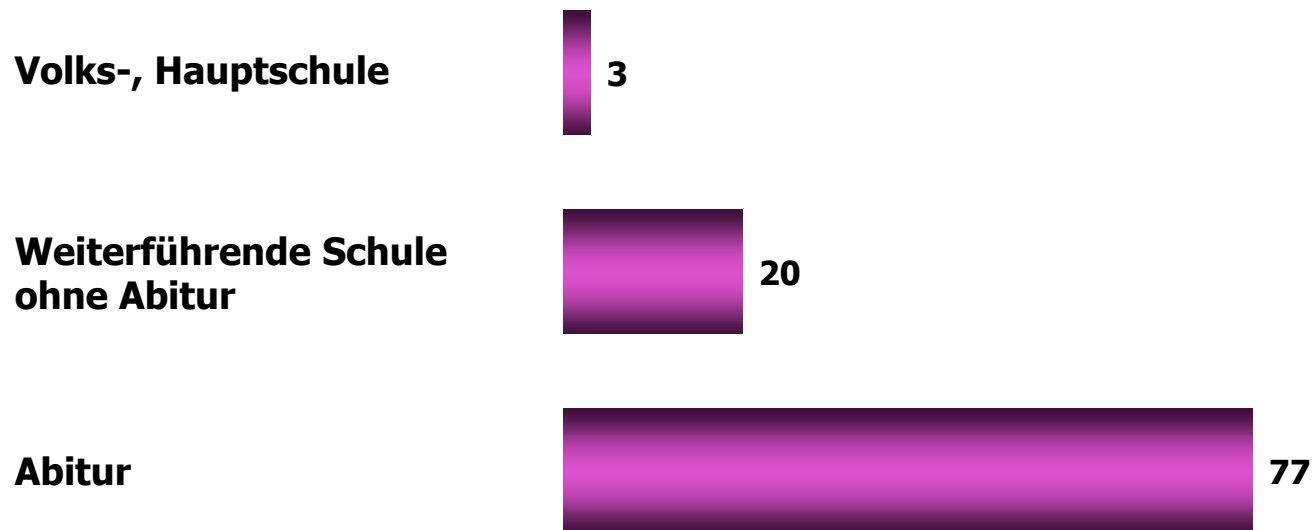
65 Jahre und älter



Angaben in %

# Demografie

## Schulbildung



Angaben in %



# Stellung im Unternehmen

## Leitende Angestellte

Minderheitsbeteiligung: Mit-Inhaber/  
Vorstand/ Geschäftsführender Gesellschafter



4

Geschäftsführer/ Vorstandsmitglied  
ohne Beteiligung am Unternehmen



15

Direktor/ Amts-, Betriebs-,  
Werks-, Filialleiter



14

Abteilungsleiter, Prokurist



37

Sachgebietsleiter/ Referent/ Leitender  
Angestellter in anderer Funktion



30

Angaben in %

# Beschäftigten-Größenklassen

## Leitende Angestellte

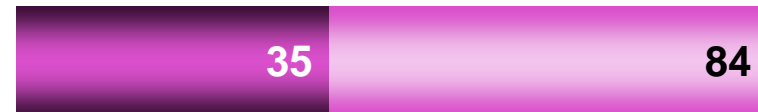
		Unternehmen	Arbeitsstätte
1 bis	49 Beschäftigte	22	30
50 bis	99 Beschäftigte	12	15
100 bis	249 Beschäftigte	15	21
250 bis	499 Beschäftigte	11	12
500 bis	999 Beschäftigte	10	11
1.000 und mehr	Beschäftigte	30	12

Angaben in %

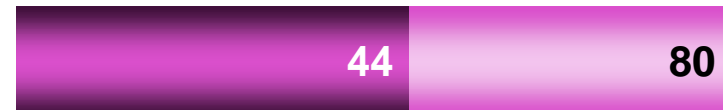
## Selbstcharakterisierung

- trifft voll und ganz zu
- trifft mindestens weitgehend zu

Ich lege großen Wert auf Qualität, habe einen hohen Anspruch.



Bei luxuriösen Dingen gefällt mir ein unauffälliger, diskreter Stil.



Mir gefällt es, wenn man Dingen ansieht, dass sie edel und hochwertig sind.



Mich faszinieren Luxusmarken und, wenn es geht, leiste ich mir solche Produkte auch mal.



Angaben in %

## Luxusgüter

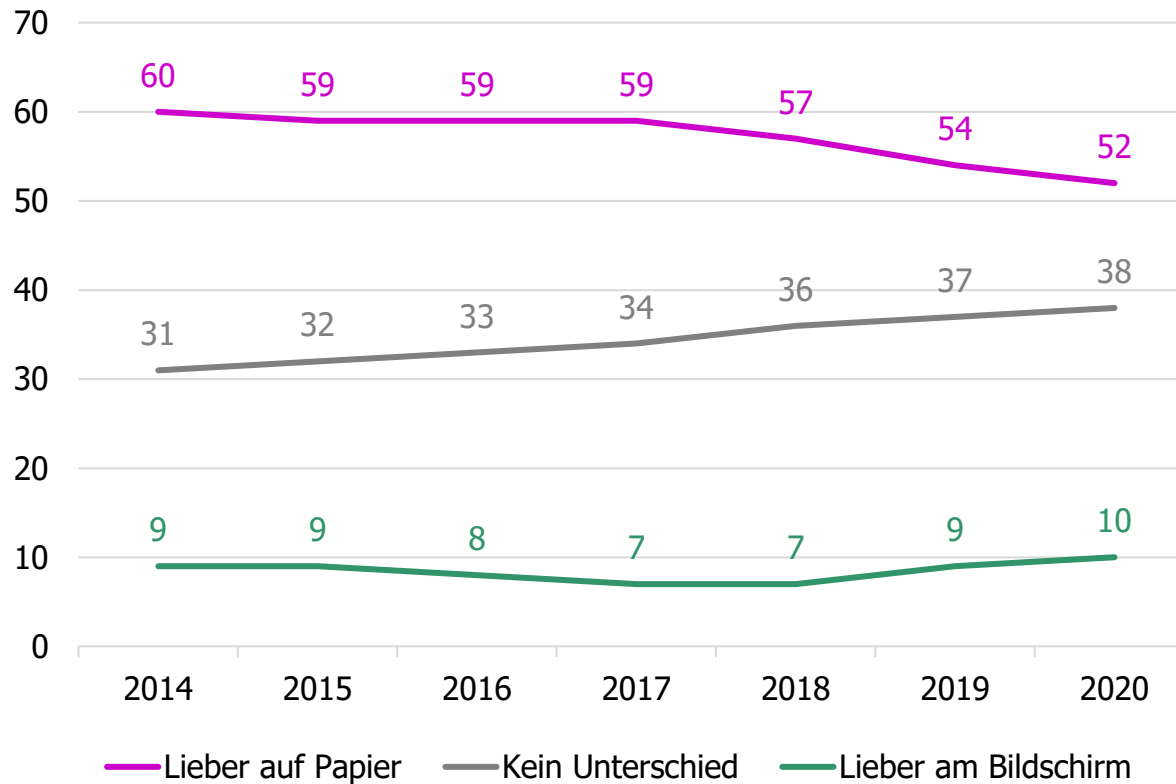
Bei welchen der folgenden Produktbereiche sind Sie bereit, richtig viel Geld auszugeben?

	Gesamt 100	Selbstständige 100	Freie Berufe 100	Leitende Angestellte 100	Beamte 100
Gesamt (min. ein Produkt)	81	76	84	82	79
Reisen	45	30	43	48	59
Möbel, Wohnungseinrichtungen	33	27	34	34	35
Schuhe	28	28	28	29	18
Mode, Kleidung	26	27	29	26	21
Autos	26	29	30	25	21
Smartphones/ Tablets	22	18	16	26	20
Armbanduhren	20	21	21	21	13
Fernsehgeräte, Videogeräte	18	14	14	20	15
Exklusive Hotels	14	10	11	15	16
Kosmetik, Düfte	13	13	15	13	10
Alkoholische Getränke wie Wein, Whisky, Cognac	13	13	9	13	16
Foto-, Videokameras, Zubehör	11	7	11	13	11
Kreuzfahrten	10	9	11	10	11

Angaben in %

## Lesen längerer Texte

Lesen Sie längere Texte lieber auf Papier oder lieber am Bildschirm oder macht das für Sie keinen Unterschied?



Angaben in %

## Lesen längerer Texte

Lesen Sie längere Texte lieber auf Papier oder lieber am Bildschirm oder macht das für Sie keinen Unterschied?

	Gesamt	Selbstständige	Freie Berufe	Leitende Angestellte	Beamte
	100	100	100	100	100
Lieber auf Papier	52	50	52	49	72
Lieber am Bildschirm	10	10	7	12	5
Kein Unterschied	38	39	41	39	22

Angaben in %

## Wichtige Mediengruppen für den Beruf

Bitte markieren Sie alle Mediengruppen, die für Ihre berufliche Tätigkeit besonders wichtig sind

	Gesamt 100	Selbstständige 100	Freie Berufe 100	Leitende Angestellte 100	Beamte 100
Branchenspezifische Fachzeitschriften	73	71	87	70	69
Internetseiten von Herstellern, Händlern, Dienstleistern	49	59	41	51	31
Internetseiten der Zeitschriften und Zeitungen	38	31	27	41	53
Überregionale Tages- und Wochenzeitungen	37	33	31	37	63
Soziale Netzwerke	37	38	35	37	30
Politik- und Wirtschaftsmagazine/ -zeitschriften	35	26	24	38	55
Newsletter von Zeitschriften und Zeitungen	20	20	12	21	24
Fernsehen	19	18	16	18	34
Nichts davon/ Keine Angabe	13	16	6	15	4

Angaben in %

## Interesse an redaktionellen Themen

– sehr interessiert (Pos. 1 einer 3-er-Skala) –

	Gesamt 100	Selbstständige 100	Freie Berufe 100	Leitende Angestellte 100	Beamte 100
Politik	47	42	40	47	66
Wissenschaft, Forschung, neue Technologien	47	40	44	49	50
Lokale Berichterstattung	46	59	42	42	49
Wirtschaft	44	42	31	51	32
Beruf & Karriere	40	45	52	37	24
Natur und Umwelt	39	41	50	34	45
Sport	36	37	29	40	29
Fremde Länder/ Völker/ Kulturen	33	34	44	29	37
Finanz- und Kapitalmärkte	23	25	20	24	18
Kultur/ Feuilleton	21	21	22	19	28

Angaben in %



# Medien

## IHK Zeitschriften

Lesehäufigkeit	Gesamt	Selbst- ständige
	%	%
Jede/ fast jede Ausgabe	16	21
Mindestens jede 2. Ausgabe	26	36
Mindestens jede 3. bis 4. Ausgabe	34	45
Mindestens selten	43	56

# Reichweiten

## Reichweiten

(Leser pro Ausgabe)

	%
Brand Eins	3,3
Capital	6,1
Creditreform	4,0
Der Handel	3,9
Handwerk Magazin	7,8
Manager Magazin	9,3
Markt und Mittelstand	5,6

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	6,6
VDI Nachrichten	7,0
Die Zeit	12,1

	%
Focus	14,9
Focus Money	3,3
Der Spiegel	27,6
Stern	14,9
Wirtschaftswoche	9,0

Handelsblatt	7,8
Frankfurter Allgemeine Zeitung	9,7
Süddeutsche Zeitung	12,9
Welt Print Werktag	8,3

## Reichweiten Selbstständige

(Leser pro Ausgabe)

	%
Brand Eins	1,2
Capital	6,1
Creditreform	3,0
Der Handel	4,5
Handwerk Magazin	18,9
Manager Magazin	7,0
Markt und Mittelstand	7,3

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	5,1
VDI Nachrichten	3,4
Die Zeit	4,2

	%
Focus	16,0
Focus Money	3,6
Der Spiegel	22,7
Stern	14,6
Wirtschaftswoche	6,4

Handelsblatt	7,3
Frankfurter Allgemeine Zeitung	5,8
Süddeutsche Zeitung	7,0
Welt Print Werktag	8,4

## Reichweiten Freie Berufe

(Leser pro Ausgabe)

	%
Brand Eins	3,3
Capital	5,3
Creditreform	4,1
Der Handel	0,8
Handwerk Magazin	1,5
Manager Magazin	8,8
Markt und Mittelstand	2,0

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	10,0
VDI Nachrichten	5,3
Die Zeit	21,7

	%
Focus	16,1
Focus Money	2,4
Der Spiegel	44,2
Stern	17,5
Wirtschaftswoche	9,3

Handelsblatt	7,4
Frankfurter Allgemeine Zeitung	11,8
Süddeutsche Zeitung	12,4
Welt Print Werktag	7,7

## Reichweiten Leitende Angestellte

(Leser pro Ausgabe)

	%
Brand Eins	4,3
Capital	6,8
Creditreform	4,7
Der Handel	4,9
Handwerk Magazin	6,6
Manager Magazin	11,3
Markt und Mittelstand	6,7

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	5,8
VDI Nachrichten	9,2
Die Zeit	11,0

	%
Focus	14,8
Focus Money	3,7
Der Spiegel	24,1
Stern	15,1
Wirtschaftswoche	10,4

Handelsblatt	8,5
Frankfurter Allgemeine Zeitung	10,1
Süddeutsche Zeitung	14,7
Welt Print Werktag	8,6

## Reichweiten Beamte

(Leser pro Ausgabe)

	%
Brand Eins	1,4
Capital	2,5
Creditreform	1,0
Der Handel	1,2
Handwerk Magazin	2,6
Manager Magazin	1,7
Markt und Mittelstand	1,0

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	9,1
VDI Nachrichten	3,5
Die Zeit	20,0

	%
Focus	10,4
Focus Money	1,6
Der Spiegel	29,2
Stern	8,3
Wirtschaftswoche	5,7

Handelsblatt	4,6
Frankfurter Allgemeine Zeitung	11,9
Süddeutsche Zeitung	15,0
Welt Print Werktag	7,2



# Online-Angebot

unabhängig vom Endgerät/ ohne App-Nutzung  
(Nutzer pro Monat)

	%
brandeins.de*	3,3
capital.de	6,9
etailment.de	2,8
faz.net	22,7
focus.de	26,7
handelsblatt.com	18,2
handwerk-magazin.de	3,9
ingenieur.de	7,1

	%
manager-magazin.de	11,4
marktundmittelstand.de*	3,9
spiegel.de	41,3
stern.de	18,6
Süddeutsche.de	24,2
welt.de	20,9
wirtschaftswoche.de	14,1
zeit.de	21,1

\* Angebot ohne IVW-Ausweisung

# App

(Nutzer pro Monat)

	%
F.A.Z./ F.A.S.	3,5
Focus/ Focus Online/ Focus-Magazin	5,2
Handelsblatt*	2,9
Manager Magazin	1,2
Der Spiegel/ Spiegel Online	9,2
Stern	3,0
Süddeutsche Zeitung	5,8
VDI Nachrichten*	1,6
Welt	3,3
Wirtschaftswoche*	2,0
Die Zeit/ Zeit Online	3,0

\* Angebot ohne IVW-Ausweisung

## Crossmedia + App-Monats-Reichweiten

(Print + Online + (falls vorhanden) App)

	%		%
Brand eins + brandeins.de	5,9	Manager Magazin + manager-magazin.de + App(s)	17,5
Capital + capital.de	11,7	Markt und Mittelstand + marktundmittelstand.de	8,6
Creditreform	4,0	Der Spiegel + spiegel.de + App(s)	62,2
Der Handel + etailment.de	5,7	Stern + stern.de + App(s)	38,9
F.A.Z. + faz.net + App(s)	33,5	Süddeutsche Zeitung + Süddeutsche.de + App(s)	36,9
F.A.Z. + F.A.S. + faz.net + App(s)	36,0	VDI Nachrichten + ingenieur.de + App(s)	13,1
Focus + focus.de + App(s)	43,5	Welt Print Werktag + welt.de + App(s)	33,1
Focus + Focus Money + focus.de + App(s)	45,0	Welt Print Gesamt + welt.de + App(s)	37,2
Handelsblatt + handelsblatt.com + App(s)	26,7	Wirtschaftswoche + wirtschaftswoche.de + App(s)	24,0
Handwerk Magazin + handwerk-magazin.de	9,5	Die Zeit + zeit.de + App(s)	31,4

[www.LAE.de](http://www.LAE.de)

- **Berichterstattung**
- **Codeplan Deutsch/ Englisch**
- **Titelportraits**
- **Online-Zähltool**

# Auswertungs- und Planungssoftware

## ➤ M-Cloud

Immediate Software für Marketing und Media GmbH, Kleiner Ort 1, Bremen  
Telefon: (0421) 20 71 500 - Telefax: (0421) 20 71 330  
E-Mail: [info@immediate.de](mailto:info@immediate.de) - Web: [www.m-cloud.de](http://www.m-cloud.de)

## ➤ mds Mediaplanungs-Dialog-System

Axel Springer SE, Marktforschung, Axel-Springer-Platz 1, 20350 Hamburg  
Telefon: (040) 34 72 25 07  
E-Mail: [mds-service@axelspringer.de](mailto:mds-service@axelspringer.de)

## ➤ mediMACH

COMsulting GmbH, Höppnerweg 1, 23669 Timmendorfer Strand  
Telefon: (04503) 35 35 17 - Telefax: (04503) 35 35 13  
E-Mail: [info@medimach.com](mailto:info@medimach.com)