



LESERANALYSE ENTSCHEIDUNGSTRÄGER E.V.

Pressemitteilung: LAE 2022

Frankfurt, 06.Juli 2022. Heute erscheint die LAE 2022, die Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung – die Referenzstudie bei Kampagnen für die Entscheider-Zielgruppen.

Stabile bis steigende Reichweiten der Medienmarken bei der Entscheiderzielgruppe Weiter gestiegener Stellenwert der Digitalangebote der LAE Titel

Die aktuelle LAE bestätigt erneut die starke Stellung der LAE Medienmarken für die Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung. Die Studie wurde vor dem Ukraine Krieg erhoben; die LAE weist „normale“ Nutzungsdaten ohne Sondereffekte aus. Sie ist damit ereignisunabhängig planungsrelevant.

Die Entwicklung der digitalen Angebote der LAE Titel, die sich in gestiegenen Crossmedia-Reichweiten dokumentiert, verdeutlicht erneut den wachsenden Stellenwert der digitalen Angebote. Dennoch lesen weiterhin fast die Hälfte (49 %) der Befragten längere Texte lieber auf Papier, 39 % nutzt Print und Digital gleich gern, lediglich 12 % lesen längere Texte lieber am Bildschirm.

Die Nettoreichweite aller 21 mit der LAE erhobenen Print-Titel (erstmalig ausgewiesen wird der Titel c't magazin und das Onlineangebot heise.de) beträgt rund 70 % (LpA Leser pro Ausgabe); der korrespondierende Wert für die „Nutzer pro Woche“ der Online-Angebote, einschließlich Smartphone- und Tablet-Apps, beträgt 71 %. Die hohen Nutzungswerte unterstreichen, dass Print und digitale Angebote der LAE-Titel eine ideale Ergänzung darstellen. Die crossmedialen Medienmarken der LAE erreichen netto pro Monat 95 % der Entscheider.

Die LAE ist die einzige Studie, die mit dieser Präzision und mit der hohen Fallzahl von rund 8.000 befragten Entscheidern die exklusive Entscheider-Zielgruppe valide abbildet und damit vor allem für die B2B-Kommunikationsplanung eine hohe Relevanz besitzt. Dies bestätigen auch die Planer in den Mediaagenturen. In Umfragen in OMG Media-Agenturen wird die LAE wiederholt von knapp Zweidrittel der Planer für ihre Arbeit als sehr wichtig bis wichtig eingeschätzt. 94 % gegenüber 80 % bei der letzten Erhebung halten die LAE für die führende Planungsdatei bei B2B-Kampagnen.



Energiekrise betrifft nahezu alle Unternehmen

Die LAE hat ein eigenes Entscheider-Panel aufgebaut mit ca. 1.000 Panelisten. Die Teilnehmer werden dreimal im Jahr zu aktuellen Themen befragt. Die letzte Befragung im April dieses Jahres hatte Auswirkungen des Ukraine Krieges als Hauptthema. 49 % der Befragten sind gegen einen vollständigen Boykott der Energie-Importe aus Russland. Immerhin 45 % plädieren für einen Stopp des Energie-Importes. Die steigenden Energiekosten beeinflussen 90 % der Unternehmen (stark bis weniger stark betroffen). Dies wird Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland nach sich ziehen.

LAE Spezifika

Mit knapp 8.000 Befragten sind innerhalb der mit rund drei Millionen Entscheidungsträgern „kleinen“ Grundgesamtheit der LAE auch sehr spitze Zielgruppen planbar. Nach wie vor legt die LAE größten Wert auf die valide Abbildung der Entscheider-Zielgruppen in Wirtschaft- und Verwaltung. Der weit-aus größte Teil der Interviews wird persönlich, face-to-face oder telefonisch, durchgeführt.

Die LAE 2022 hat durch die Möglichkeit von Crossmedia-Analysen einen hohen Praxisbezug. Der Einbezug und die aktive Mitarbeit von Experten aus Mediaagenturen unterstützt die Planungsrelevanz der Studie.

Der aktuelle Bericht mit ausführlicher Methodenbeschreibung, Basis-Tabellen und Codeplan steht am 6. Juli 2022 ab 09.00 Uhr ebenso wie ein interaktives Auswertungs-Tool unter www.lae.de zur Verfügung. Die LAE kann ab dann mit den gängigen Mediaplanungstools ausgewertet werden.

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

LAE - Leseranalyse Entscheidungsträger e.V.

Kontakt:

Vorstandsvorsitzender LAE e.V.

Dr. Michael Halleemann, RTL Data, Gruner + Jahr GmbH,
Tel.: 040 37 03 29 81, email: halleemann.michael@guj.de

Sprecher Technischer Ausschuss LAE

Christoph Bahn, Frankfurter Allgemeine Zeitung,
Tel.: 069 75 91 12 53, email: c.bahn@faz.de

Marion Sperlich, Media Market Insight, BurdaVerlag
Tel.: 040 41 31 13 61, email: marion.sperlich@burda.com