



Pressemitteilung: LAE 2023

Frankfurt, 05. Juli 2023. Heute erscheint die LAE 2023, die „**Leit-Analyse zur Mediennutzung von Entscheidenden in Wirtschaft und Verwaltung**“ – die Referenzstudie bei Kampagnen für die Entscheider-Zielgruppen.

Stabile Reichweiten der Medienmarken bei Entscheidenden in Wirtschaft und Verwaltung

Die aktuelle LAE bestätigt die starke Stellung der LAE-Medienmarken in Wirtschaft und Verwaltung. Trotz (oder auch wegen) der fortwährend schwierigen ökonomischen und politischen Lage, belegt die Studie ein sehr robustes Mediennutzungsverhalten der Entscheidenden.

Die Entwicklung der digitalen Angebote der LAE-Titel, die sich in konstant hohen Crossmedia-Reichweiten dokumentiert, verdeutlicht erneut den Stellenwert dieser 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; diese Lesepräferenz hat sich seit der LAE 2022 nicht verändert. Die Treue der LAE-Zielgruppen zum Medium Print zeigt sich auch in den starken und nun in toto stabilen Reichweiten.

Die Netto-Reichweite aller 20 mit der LAE erhobenen Printtitel beträgt 69 % LpA (Leser pro Ausgabe). Der korrespondierende Wert für die Nutzer pro Woche der Online-Angebote erreicht ebenfalls rund 69 %. Die hohen Nutzungswerte unterstreichen, dass Print und digitale Angebote bei den LAE-Titeln eine ideale Ergänzung darstellen. Die crossmedialen Medienmarken (Print und digital) der LAE erreichen netto pro Monat 94 % der Entscheidenden.

Die LAE ist die bewährte Markt-Media-Studie, die mit Präzision und der hohen Fallzahl von rund 8.000 Befragten diese exklusive Zielgruppe valide abbildet. Damit besitzt sie vor allem für die B2B Kommunikationsplanung eine hohe Relevanz. In einer aktuellen OMG Umfrage bescheinigen zwei Drittel der befragten Mediaplanenden die Wichtigkeit und Glaubwürdigkeit der LAE in der Planungsarbeit.



Der Fachkräftemangel betrifft nahezu alle Unternehmen

Die LAE hat ein eigenes Entscheider-Panel aufgebaut mit über 1.000 Panelisten. Die Teilnehmenden werden dreimal im Jahr zu aktuellen Themen befragt. Die Befragung im April dieses Jahres hatte u.a. den Fachkräftemangel im Fokus. 71 % der Befragten konstatieren einen Fachkräftemangel in ihrem Unternehmen, lediglich 27 % haben keinen zusätzlichen Bedarf. In diesem Zusammenhang halten 77 % Employer Branding für wichtig bis sehr wichtig für das Unternehmen. 69 % bescheinigen, dass die Bedeutung von Employer-Branding in ihrem Unternehmen in den letzten Jahren zugenommen hat.

LAE-Spezifika

Auf Basis von fast 8.000 Befragten sind innerhalb der mit rund drei Millionen Entscheidenden „kleinen“ Grundgesamtheit der LAE auch sehr spitze Zielgruppen verlässlich planbar. Nach wie vor legt die LAE größten Wert auf die valide Abbildung der Entscheider-Zielgruppen in Wirtschaft und Verwaltung. Der größte Teil der Interviews wird persönlich, face to face oder telefonisch durchgeführt. Der aktuelle Bericht mit ausführlicher Methodenbeschreibung, Basis-Tabellen und Codeplan steht am 5. Juli 2023 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.

Kontakt: **Vorstandsvorsitzender LAE e.V.**
Dr. Michael Halleemann, RTL Data
Tel.: 040 37 03 29 81, E-Mail: michael.halleemann@rtl.de

Vorstand LAE e.V.
Clarissa Moughrabi, Axel Springer SE
Tel.: 015142164012, E-Mail: clarissa.moughrabi@axelspringer.com