

# LAE 2022

## Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung

06. JULI 2022



# TRADITION

- **seit 1975 – 26 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 2022

# > STECKBRIEF

**Titel:**

brandeins	<b>Capital</b> WIRTSCHAFT UND GESELLSCHAFT	Creditreform	<b>dt</b> magazin für computer technik	<b>FOCUS</b>	<b>FOCUS MONEY</b>	<b>Frankfurter Allgemeine</b> ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND
<b>Frankfurter Allgemeine</b> SONNTAGSZEITUNG	<b>Handelsblat</b>	<b>handwerk</b> magazin für vaterländischen Erfolg	<b>manage</b>	<b>Markt</b> UND MITTELSTAND	<b>DER SPIEGEL</b>	<b>stern</b>
<b>Süddeutsche Zeitung</b>	<b>VDI nachrichten</b> TECHNIK WIRTSCHAFT GESELLSCHAFT	<b>WELT AM SONNTAG</b>  erscheint Samstags als WELT AM SONNTAG mit dem Hinweis „Zeitung von Morgen“	<b>WELT AM SONNTAG</b>	<b>DIE WELT</b>	<b>Wirtschafts Woche</b>	<b>DIE ZEIT</b>



# STECKBRIEF

Methodische Gesamtverantwortung:

Technischer Ausschuss LAE 2022  
(Vertreter der OMG-Media-Agenturen und der Verlage)

Feldarbeit:

DIMA Marktforschung GmbH, Mannheim  
forsa marplan Markt- und Mediaforschungsgesellschaft  
mbH, Frankfurt a. M.  
explorare Institut für Marktforschung GmbH, Bielefeld  
GIM Gesellschaft für Innovative Marktforschung 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: QUELLEN

- Mikrozensus 2020
  - Unternehmensregister 2020
  - Besoldungsstatistik 2020
- 
- Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ 2008)



# GRUNDGESAMTHEIT: DEFINITION

## **SELBSTSTÄNDIGE**

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

**Potenzial:**                **535.000 Personen**

Quoten:                    Wirtschaftszweig/ Branche  
                                  Betriebsgrößenklasse  
                                  Gemeindegroßenklassen (pol.) nach Nielsegebieten  
                                  Bundesländer



# GRUNDGESAMTHEIT: DEFINITION

## FREIE BERUFE

Selbstständige/ Freiberufler mit mind. 1 zusätzlichen Beschäftigten in den Wirtschaftszweigen

- 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:**                    **452.000 Personen**

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



# GRUNDGESAMTHEIT: DEFINITION

## LEITENDE ANGESTELLTE

„Angestellte mit selbstständigen, (begrenzt) verantwortlichen Tätigkeiten“  
oder „Angestellte mit Führungsaufgaben und Entscheidungsbefugnissen“  
mit persönlichem Monatsnettoeinkommen von € 3.700,- und mehr

**Potenzial:**                    **1.848.000 Personen**

Quoten:

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





# GRUNDGESAMTHEIT: DEFINITION

## BEAMTE

im mittelbaren und unmittelbaren Dienst

ab Besoldungsgruppe A14

**Potenzial:**                **234.000 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



# SELBSTSTÄNDIGE/ 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 2022



# FRAGEBOGENÄNDERUNGEN

## NEU

- **Frage 71** Entscheidungskompetenzen
  - Betriebsversicherungen
- **Frage 74** Wichtige Mediengruppen
  - Podcasts
  - Infoscreens (z.B. am Flughafen, im Hotel)
- **Frage 80** Produkte aus dem Bereich der Büroausstattung und Elektronik
  - CRM Systeme (Customer-Relationship-Management)
- **Frage 88** Generelle Wichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit im Unternehmen

Aufgrund der besonderen Situation durch die Corona-Pandemie wurden einzelne Fragen zu den Geschäftsreisen noch ausgesetzt.



# METHODE – FELDARBEIT

Screening / Hauptinterview

*Nur C.A.P.I.:*

Elektronische Übermittlung an das Feldinstitut

Elektronische Übermittlung an das koordinierende Institut

Abgleich mit den Quoten im koordinierenden Institut und 'just in time' Freigabestatusanzeige für das Feldinstitut

*Falls nur Kontaktinterview:*

Elektronische Rückmeldung an den Interviewer bezüglich Freigabestatus für das Hauptinterview



# METHODE – FELDARBEIT

Wer füllt den Fragebogen aus?

Methode	Screening	Hauptinterview	
		Medien, Entscheidungs- kompetenzen	Restliche Fragen
C.A.P.I./ C.A.S.I.	Interviewer	Befragte	Interviewer
C.A.T.I.	Interviewer	Interviewer/ Co-Browsing (54%)	Interviewer
C.A.T.I./ C.A.W.I.	Interviewer	Befragte	Befragte

# > FELDARBEIT – Rollierendes System

- **Welle 2020**

Feldzeit: 26.10.2020 - 05.03.2021  
Interviews: 3.919, davon 1.357 C.A.T.I., 341 C.A.T.I./C.A.W.I.  
Beteiligte Institute: DIMA, forsa marplan, GIM, IFAK, teleResearch

- **Welle 2021**

Feldzeit: 02.11.2021 - 11.03.2022  
Interviews: 3.834, davon 1.349 C.A.T.I., 225 C.A.T.I./C.A.W.I.  
Beteiligte Institute: DIMA, explorare, forsa marplan, GIM, IFAK, teleResearch

- **Anzahl Gemeinden:** 2.026

# > 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/ Codeplan (PDF/ Excel als Download)



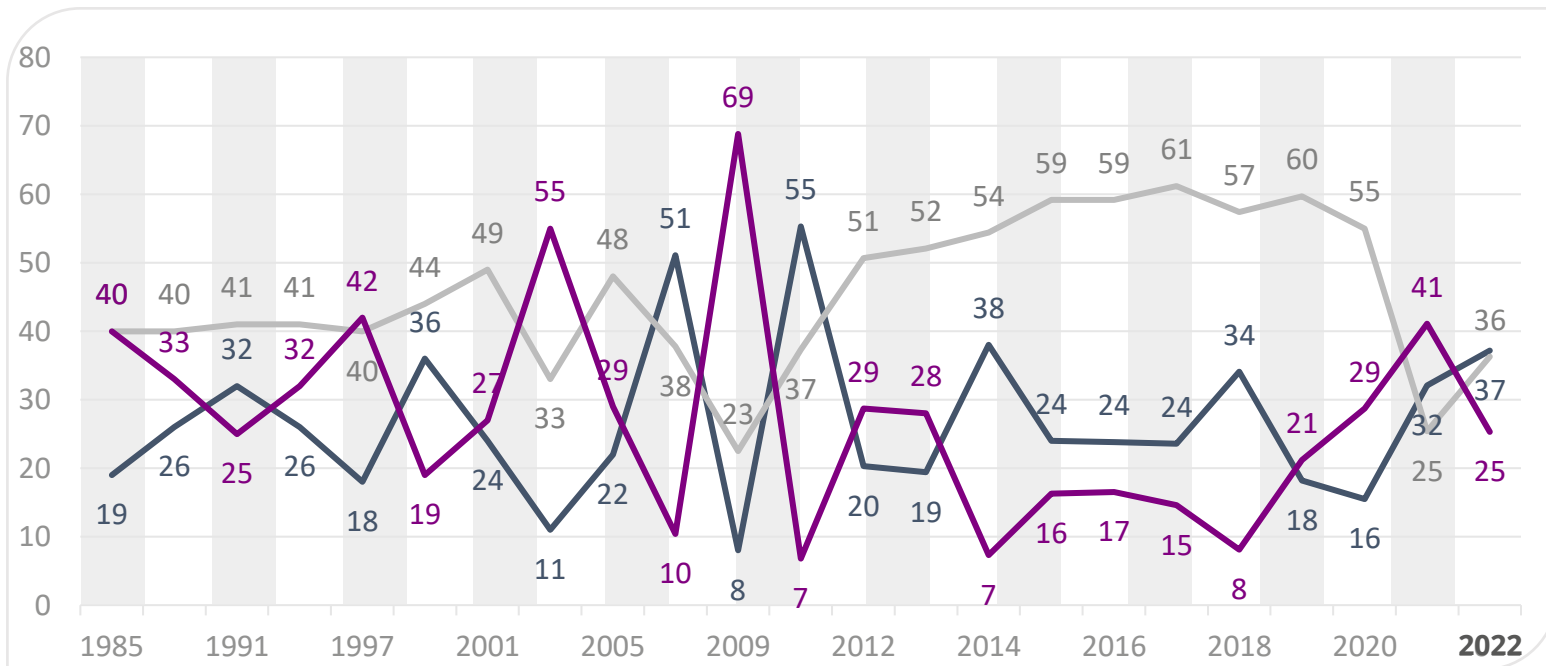


# ERGEBNISSE



# EINSCHÄTZUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN LAGE

- in Deutschland in den nächsten 12 Monaten -



Angaben in %

— Besser — Gleichbleibend — Schlechter



# EINSCHÄTZUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN LAGE

- in Deutschland in den nächsten 12 Monaten -

	2021		2022	
	Besser	Schlechter	Besser	Schlechter
Gesamt	32	41	37	25
Selbstständige	34	42	46	28
Freie Berufe	30	45	37	33
Leitende Angestellte	31	39	35	23
Beamte	40	44	35	25

Angaben in %



# EINSCHÄTZUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN ENTWICKLUNG DES UNTERNEHMENS - in den nächsten 12 Monaten -

	2021		2022	
	Besser	Schlechter	Besser	Schlechter
Gesamt	37	18	45	12
Selbstständige	43	21	52	13
Freie Berufe	30	17	33	17
Leitende Angestellte	37	17	46	10

Angaben in %



# THEMA NACHHALTIGKEIT

Und wie ist das ganz generell, wie wichtig ist das Thema Nachhaltigkeit in Ihrem Unternehmen?

	Gesamt	Selbstständige	Freie Berufe	Leitende Angestellte	Beamte
Sehr wichtig	41	35	19	49	35
Wichtig	45	57	49	40	46
Weniger wichtig	11	7	25	9	15
Unwichtig	1	2	3	1	2



# ZUKUNFTSTECHNOLOGIEN

In welche Trends und Zukunftstechnologien haben Sie in Ihrem Unternehmen in den letzten 2 Jahren bereits investiert/ in welche planen Sie in den nächsten Jahren zu investieren?

	In den letzten 2 Jahren investiert	Investitionen in den nächsten 2 Jahren geplant
Basis	100	100
Gesamt (min. eine genannt)	75	69
Einrichtung von Mobile-/Homeoffice-Arbeitsplätzen	59	45
Digitale Transformation	53	40
Data & Analytics/ Big Data	32	30
Collaboration-Tools für neue Formen des Arbeitens	23	22
Robotik in Produktion, Dienstleistung, Forschung etc.	19	21
Künstliche Intelligenz/ Maschinenlernen	17	21
Blockchain-Technologie	8	12

Angaben in %

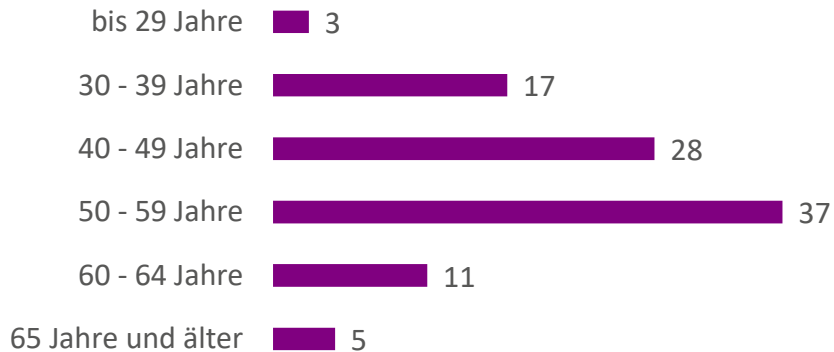


# DEMOGRAFIE

## Geschlecht



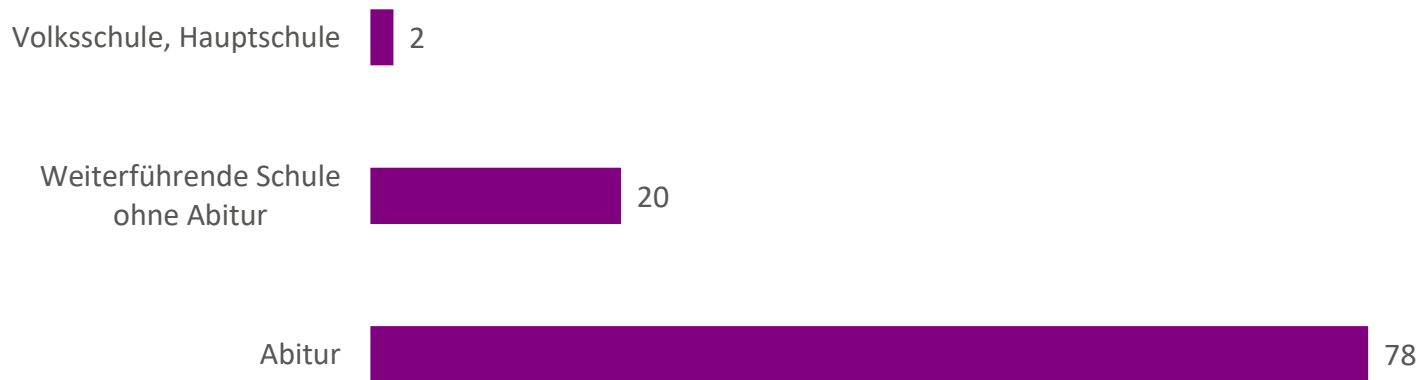
## Alter





# DEMOGRAFIE

## Schulbildung



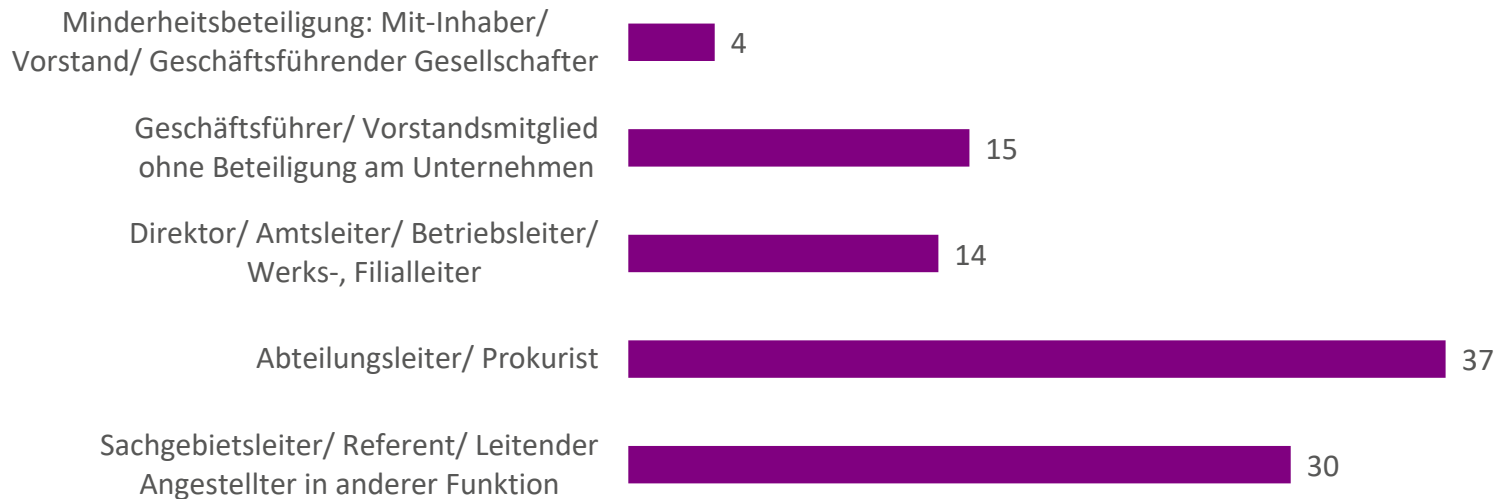
Angaben in %





# STELLUNG IM UNTERNEHMEN

## Leitende Angestellte

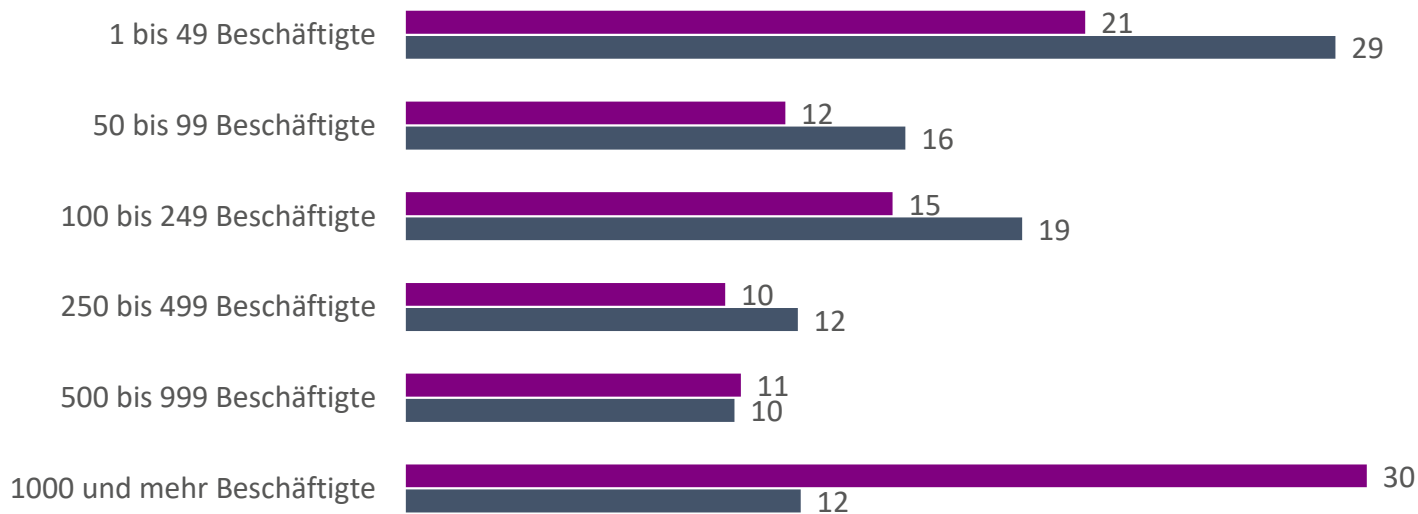


Angaben in %



# BESCHÄFTIGTEN GRÖßENKLASSEN

## Leitende Angestellte

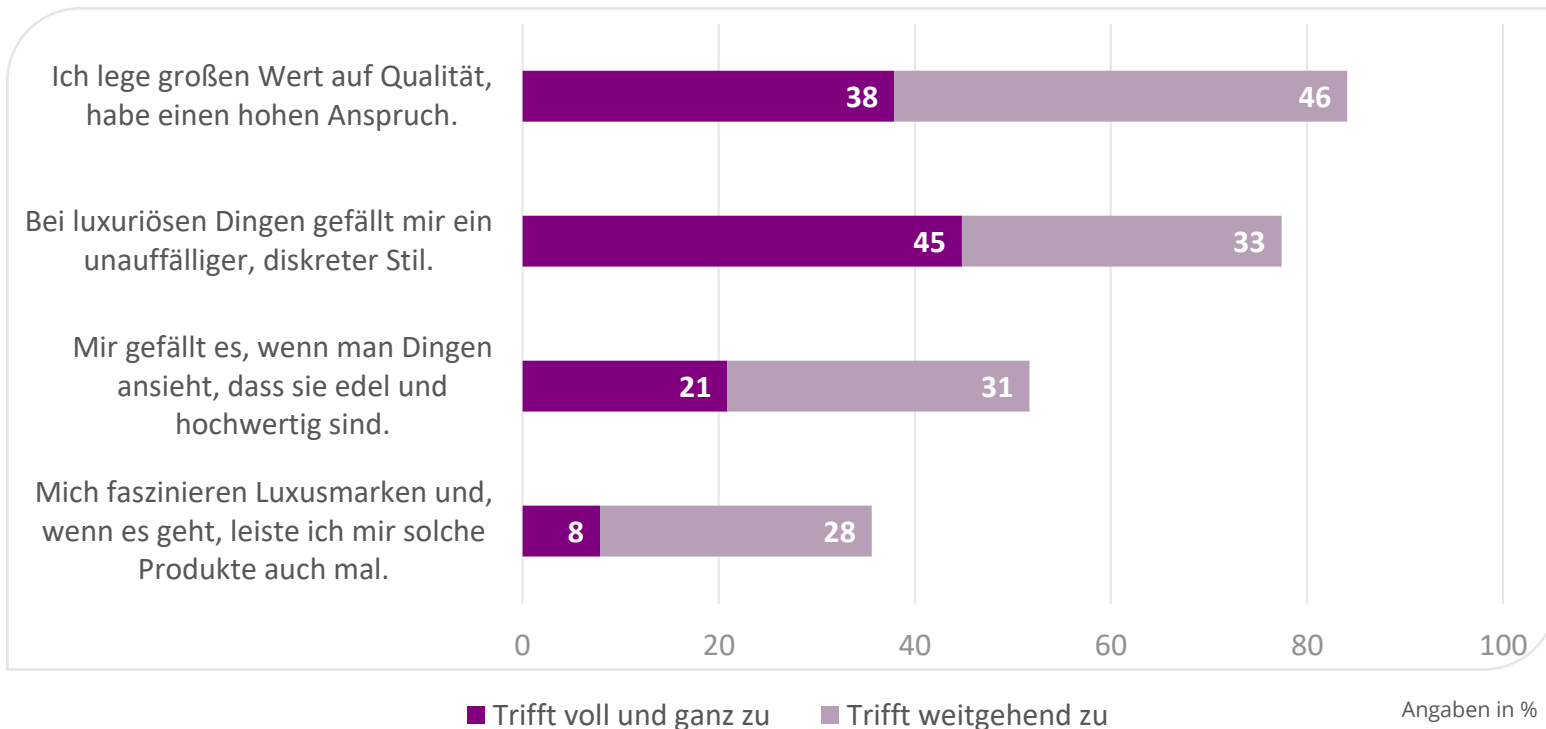


■ Unternehmen ■ Arbeitsstätte

Angaben in %



# SELBSTCHARAKTERISIERUNG





# LUXUSGÜTER

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

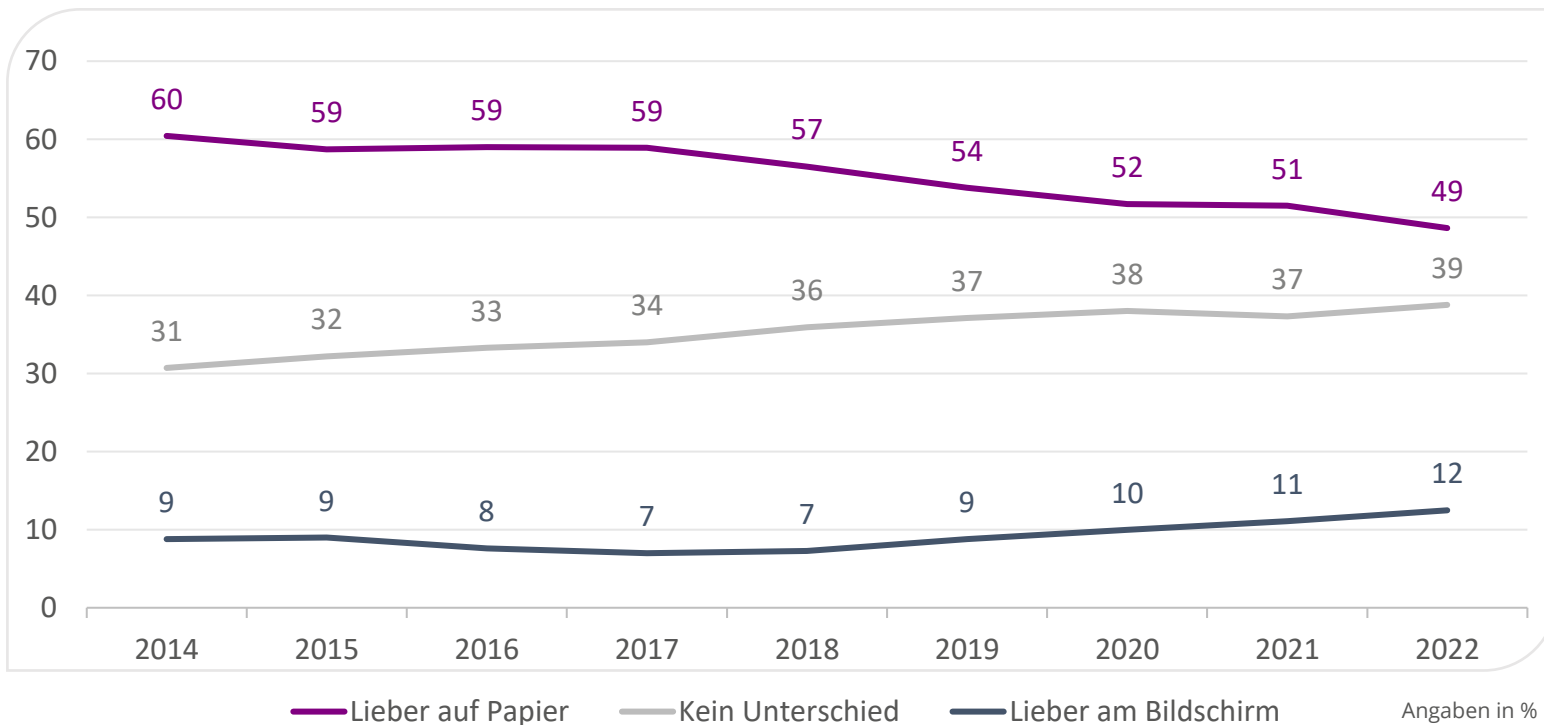


Angaben in %



# LESEN LÄNGERER TEXTE

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





# 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
Basis	100	100	100	100	100
Lieber auf Papier	49	42	49	48	70
Lieber am Bildschirm	12	12	7	15	5
Macht keinen Unterschied	39	46	44	37	25

Angaben in %



# WICHTIGE MEDIENGRUPPEN FÜR DEN BERUF

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

	Gesamt	Selbstständige	Freie Berufe	Leitende Angestellte	Beamte
Basis	100	100	100	100	100
Branchenspezifische Fachzeitschriften/ -Medien	75	78	87	72	70
Internetseiten von Herstellern, Händlern oder Dienstleistern	55	68	47	57	29
Internetseiten der Zeitschriften und Zeitungen	44	45	29	46	60
Politik- und Wirtschaftsmagazine/ -zeitschriften	40	40	32	40	57
Soziale Netzwerke	40	41	41	40	34
Überregionale Tages- und Wochenzeitungen	40	39	35	39	58
Newsletter von Zeitschriften und Zeitungen	22	28	15	22	24
Fernsehen	21	25	18	19	35
Podcasts	14	12	11	14	20
Infoscreens (z.B. am Flughafen, im Hotel)	5	5	3	6	5

Angaben in %



# INTERESSE AN REDAKTIONELLEN THEMEN

- sehr interessiert - (Position 1 einer 3-er-Skala)

	Gesamt	Selbst- ständige	Freie Berufe	Leitende Angestellte	Beamte
Basis	100	100	100	100	100
Wirtschaft	47	51	37	49	36
Lokale Berichterstattung	46	61	44	42	49
Politik	43	29	39	46	68
Wissenschaft, Forschung, neue Technologien	42	37	43	44	45
Natur und Umwelt	39	38	47	36	45
Beruf & Karriere	36	40	48	34	19
Sport	33	36	23	35	26
Fremde Länder/ Völker/ Kulturen	31	29	40	30	33
Finanz- und Kapitalmärkte	28	32	29	28	21
Kultur/ Feuilleton	18	20	20	16	22

Angaben in %





# IHK-ZEITSCHRIFTEN

	Gesamt	Selbst- ständige
<b>Lesehäufigkeit</b> (kumuliert)		
Jede/ fast jede Ausgabe	16	27
Mindestens jede 2. Ausgabe	27	45
Mindestens jede 4. Ausgabe	35	57
Mindestens selten	46	68

Angaben in %



# REICHWEITEN

Leser pro Ausgabe

Nutzer pro Monat



# REICHWEITEN

## Leser pro Ausgabe - in %

### Monatliche Zeitschriften

Brand eins	2,2
Capital	4,7
Creditreform	3,1
Handwerk Magazin	7,0
Manager Magazin	8,4
Markt und Mittelstand	5,4

### Wöchentliche Zeitschriften

Focus	12,4
Focus Money	3,3
Der Spiegel	24,4
Stern	12,2
Wirtschaftswoche	6,7

### 14-tägige Zeitschriften/ Zeitungen

c't Magazin	3,6
VDI Nachrichten	5,2

### Wochenzeitungen

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	5,8
Welt am Sonntag	7,4
Die Zeit	11,8

### Tageszeitungen

Frankfurter Allgemeine Zeitung	8,1
Handelsblatt	8,5
Süddeutsche Zeitung	11,4
Die Welt	6,7



# REICHWEITEN – SELBSTSTÄNDIGE

Leser pro Ausgabe – in %

## Monatliche Zeitschriften

Brand eins	2,0
Capital	5,2
Creditreform	3,7
Handwerk Magazin	18,7
Manager Magazin	4,9
Markt und Mittelstand	8,3

## Wöchentliche Zeitschriften

Focus	15,3
Focus Money	5,2
Der Spiegel	22,7
Stern	14,8
Wirtschaftswoche	6,8

## 14-tägige Zeitschriften/ Zeitungen

c't Magazin	2,4
VDI Nachrichten	2,2

## Wochenzeitungen

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	7,3
Welt am Sonntag	10,3
Die Zeit	8,4

## Tageszeitungen

Frankfurter Allgemeine Zeitung	6,1
Handelsblatt	11,5
Süddeutsche Zeitung	7,1
Die Welt	7,6



# REICHWEITEN – FREIE BERUFE

Leser pro Ausgabe – in %

## Monatliche Zeitschriften

Brand eins	3,4
Capital	5,4
Creditreform	2,3
Handwerk Magazin	2,9
Manager Magazin	6,8
Markt und Mittelstand	3,7

## Wöchentliche Zeitschriften

Focus	18,4
Focus Money	2,7
Der Spiegel	42,5
Stern	16,1
Wirtschaftswoche	6,5

## 14-tägige Zeitschriften/ Zeitungen

c't Magazin	0,6
VDI Nachrichten	4,0

## Wochenzeitungen

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	7,5
Welt am Sonntag	8,7
Die Zeit	17,6

## Tageszeitungen

Frankfurter Allgemeine Zeitung	12,2
Handelsblatt	5,5
Süddeutsche Zeitung	13,3
Die Welt	11,4



# REICHWEITEN – LEITENDE ANGESTELLTE

Leser pro Ausgabe – in %

## Monatliche Zeitschriften

Brand eins	2,2
Capital	4,7
Creditreform	3,4
Handwerk Magazin	5,2
Manager Magazin	10,6
Markt und Mittelstand	5,4

## Wöchentliche Zeitschriften

Focus	10,7
Focus Money	2,9
Der Spiegel	20,5
Stern	11,2
Wirtschaftswoche	7,2

## 14-tägige Zeitschriften/ Zeitungen

c't Magazin	4,6
VDI Nachrichten	6,7

## Wochenzeitungen

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	4,8
Welt am Sonntag	6,2
Die Zeit	10,5

## Tageszeitungen

Frankfurter Allgemeine Zeitung	7,2
Handelsblatt	8,8
Süddeutsche Zeitung	12,1
Die Welt	5,6



# REICHWEITEN – BEAMTE

Leser pro Ausgabe – in %

## Monatliche Zeitschriften

Brand eins	1,1
Capital	2,9
Creditreform	0,6
Handwerk Magazin	2,1
Manager Magazin	2,1
Markt und Mittelstand	2,1

## Wöchentliche Zeitschriften

Focus	7,8
Focus Money	2,3
Der Spiegel	24,3
Stern	7,2
Wirtschaftswoche	3,4

## 14-tägige Zeitschriften/ Zeitungen

c't Magazin	5,1
VDI Nachrichten	2,6

## Wochenzeitungen

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung	6,5
Welt am Sonntag	7,2
Die Zeit	18,6

## Tageszeitungen

Frankfurter Allgemeine Zeitung	11,7
Handelsblatt	5,1
Süddeutsche Zeitung	12,6
Die Welt	3,9



# ONLINE-ANGEBOTE

unabhängig vom Endgerät/ ohne App-Nutzung

Nutzer pro Monat - in %

brandeins.de	3,8	manager-magazin.de	12,6
capital.de	8,7	marktundmittelstand.de*	6,0
faz.net	27,2	spiegel.de	40,5
focus.de	30,1	stern.de	21,5
handelsblatt.com	23,8	Süddeutsche.de	28,6
handwerk-magazin.de	5,2	welt.de	26,2
heise.de	11,1	wirtschaftswoche.de	16,8
ingenieur.de	8,8	zeit.de	25,4



# > APPS

Nutzer pro Monat - in %

c't Magazin/ Heise 1,4

F.A.Z./ F.A.S. 4,3

Focus/ Focus Online/ Focus-Magazin 5,6

Handelsblatt\* 4,6

Manager Magazin 1,6

Der Spiegel/ spiegel.de 10,5

Stern 3,8

Süddeutsche Zeitung/ Süddeutsche.de 6,5

VDI Nachrichten\* 2,1

Welt 4,1

Wirtschaftswoche\* 3,0

Die Zeit/ Zeit Online 4,6



# CROSSMEDIA+APP-MONATS-REICHWEITEN

**Print-Nutzer bezogen auf die Ausgaben eines Monats + Website- und App-Nutzer pro Monat**

**- in %**

Brand eins + brandeins.de 5,6

Capital + capital.de 12,1

c't Magazin + heise.de + App(s) 13,9

F.A.Z. + faz.net + App(s) 37,0

F.A.Z. + F.A.S. + faz.net + App(s) 39,2

Focus + focus.de + App(s) 44,2

Focus + Focus Money + focus.de + App(s) 45,7

Handelsblatt + handelsblatt.com + App(s) 33,4

Handwerk Magazin + handwerk-magazin.de 9,8

Manager Magazin + manager-magazin.de + App(s) 18,7

Markt und Mittelstand + marktundmittelstand.de 10,2

Der Spiegel + spiegel.de + App(s) 60,1

Stern + stern.de + App(s) 37,8

Süddeutsche Zeitung + Süddeutsche.de + App(s) 40,2

VDI Nachrichten + ingenieur.de + App(s) 12,4

Die Welt + welt.de + App(s) 35,2

Welt Print Gesamt + welt.de + App(s) 39,2

Wirtschaftswoche + wirtschaftswoche.de + App(s) 25,4

Die Zeit + zeit.de + App(s) 36,6



# WWW.LAE.DE

## ERGEBNISSE

- Vorwort, Methode, Präsentation
- Beteiligte Verlage
  - Beteiligte Titel und ihre Verlage
  - Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Wöchentliche Zeitschriften, Monatliche Zeitschriften, Tarifkombinationen
    - Mediadaten, Leser pro Ausgabe, Konzept
- Interaktive Tabellierung (DE), (EN)
  - Online-Zähltool

## DOWNLOADS

- Erhebungsdaten
  - Fragebogen, Titellokos
- Codeplan
  - Deutsch, Englisch, Excel, PDF
- Berichtsband



# AUSWERTUNGS-/ PLANUNGSSOFTWARE

- **M-Cloud**

Immediate Software für Marketing und Media GmbH, Kleiner Ort 1, Bremen  
Telefon: (0421) 20 71 555 – Telefax: (0421) 20 71 330  
E-Mail: [mcloud@immediate.de](mailto:mcloud@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)