

## LAE auf den Punkt gebracht

## LAE – die exklusive Markt-Media-Studie für die Business-to-Business-Kommunikation

### Exklusive Zielgruppe

- Konzentration auf die echten Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung
- Sicherstellung der Zielgruppenqualität, hohe Fallzahl (8.000 Befragte rollierend)

### Exklusives Wissen

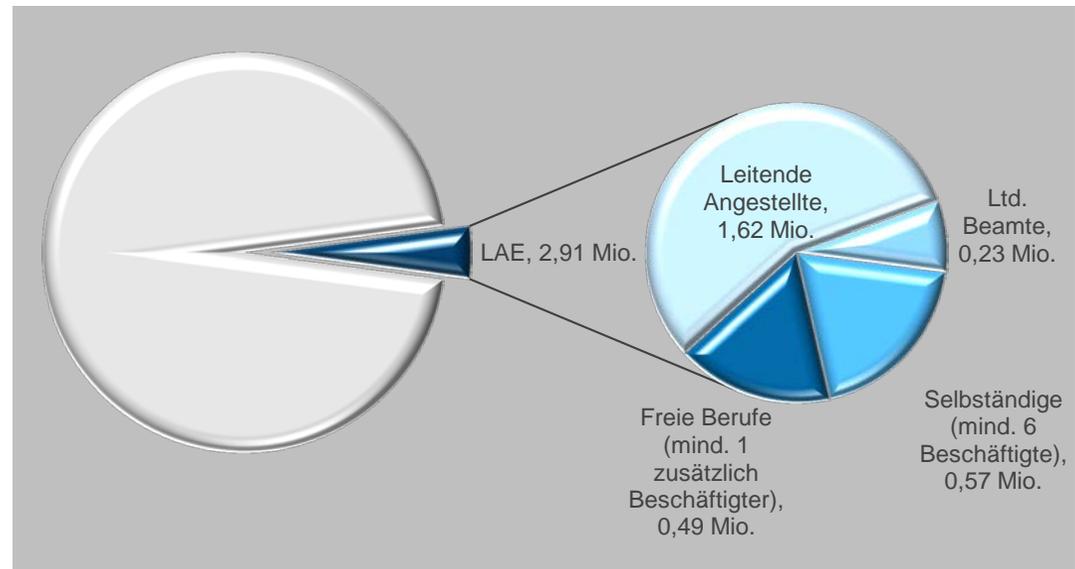
- Unique Studie, die Entscheidungsprozesse in Unternehmen und B2B-Märkten detailliert beschreibt

### Exklusive Medien

- Konzentration auf die für Entscheidungsträger relevanten Printmedien und deren Online-Angebote
- strenge Aufnahmekriterien

### Exklusive Planung

2/3 der befragten Mediaplaner aus OMG-Agenturen\* finden die LAE unverzichtbar/bis sehr wichtig



\*) OMG Umfrage August 2018

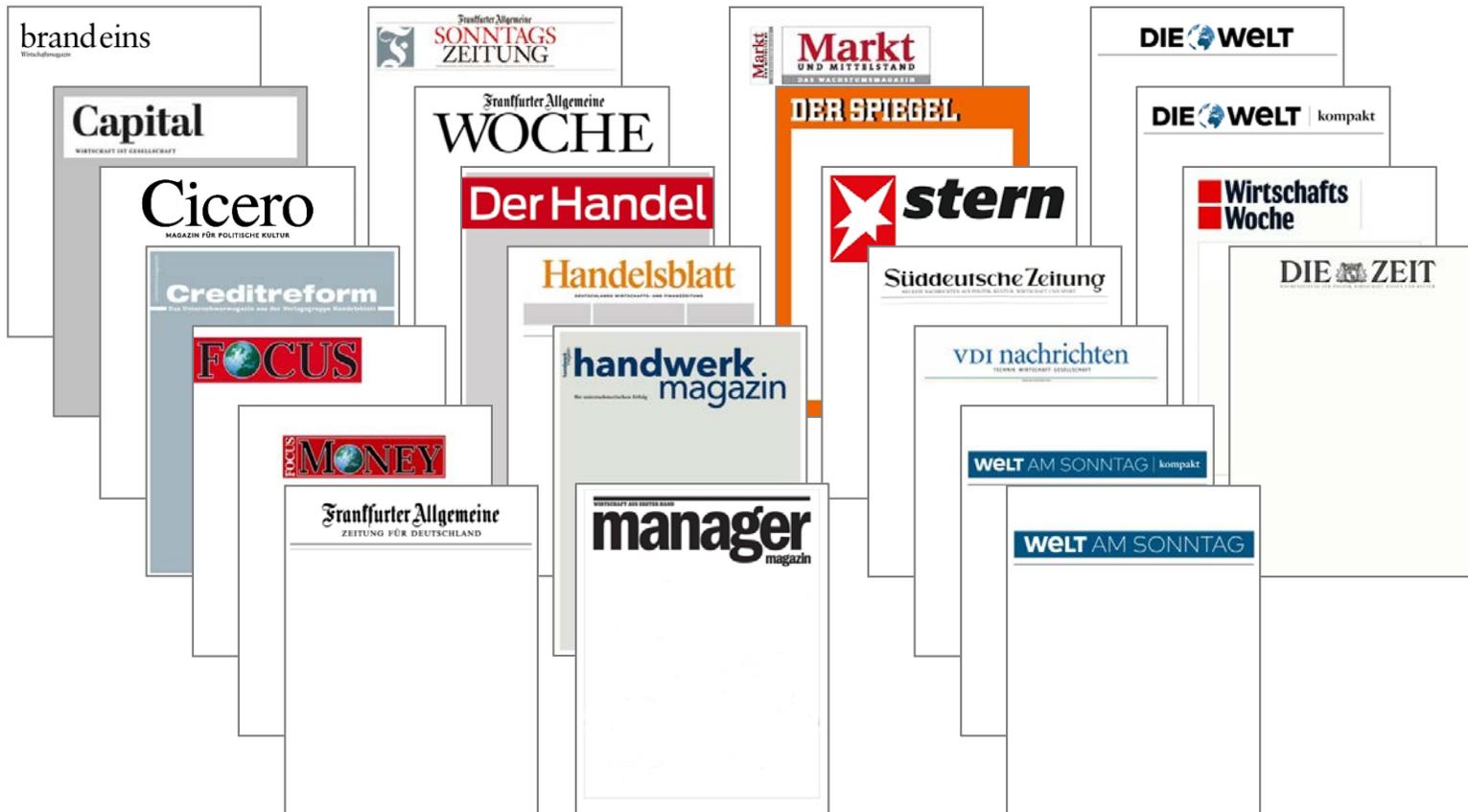
## Was ist die LAE ?

Die LAE ist die einzige und bewährte Markt-Media-Studie,  
die sich mit der Zielgruppe der Entscheider beschäftigt

## Tradition

- seit 1975 - 23 Studien
- Die LAE erscheint seit 2011 jährlich und bietet damit immer aktuelle Informationen zu den enthaltenen Zielgruppen und Werbeträgern
- Herausgeber: seit 2001 „LAE - Leseranalyse Entscheidungsträger e.V.“

## Steckbrief



## Grundgesamtheit

Die LAE repräsentiert folgende Berufsgruppen

Selbständige	Potenzial	569.000 Personen
freie Berufe	Potenzial	486.000 Personen
ltd. Angestellte	Potenzial	1.616.000 Personen
Beamte	Potenzial	227.000 Personen

Berücksichtigung bei den Quoten:

Wirtschaftszweig/ Branche

Betriebsgrößenklassen

Gemeindegößenklassen (pol.) nach Nielsegebieten

Bundesländer

## Quellen:

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

Im Vergleich zu anderen Reichweiten-Studien wie MA und AWA bildet die LAE Reichweiten bei Entscheider-Zielgruppen ab

## Erscheinungsweise:

Die LAE erscheint jährlich aktualisiert mit 4.000 neuen und 4.000 fortgeschriebenen Interviews (rollierendes System)

Die LAE ist die einzige Studie, die für die Entscheider-Zielgruppe Informationen zum Print- und Online-Konsum enthält

Die LAE ist nicht ausschließlich eine Studie für die B2B-Kommunikation, sondern auch für...

gehobenen Bedarf aus den Produktbereichen:

Möbel, Kleidung, visuelle Technik, hochwertige Armbanduhren, Smartphones/Tablets, exklusive Hotels und Kreuzfahrten etc.

## Die LAE repräsentiert

die Entscheider-Zielgruppe auf Basis eines komplexen Stichproben-Designs

wobei die Interviews vornehmlich „face to face“ und einige durch

CATI (Computer Assisted Telephone Interviews) und CAWI (Assisted Web Interviews) durchgeführt

werden.

## Nutzung der LAE in der Tagespraxis:

Die Auftraggeber (dominant oder primär Mediaagenturen) planen Werbe-Kampagnen für Entscheider-Zielgruppen vorwiegend mit der LAE.

Vorteile aus Sicht der Nutzer:

- ermöglicht differenzierte Zielgruppen-Planung im Entscheider-Segment
- bildet genau die relevante Entscheider-Zielgruppen ab
- ist für strategische Mediaplanung bestens geeignet
- bietet sich für B2B- und Luxusgüter-Kampagnen an

und ist daher für alle Planer in diesem Bereich wichtig und unverzichtbar.