



LESERANALYSE ENTSCHEIDUNGSTRÄGER E.V.

Pressemitteilung: LAE 2020

Frankfurt, 24. Juni 2020. Heute erscheint die LAE 2020, die Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung – die Referenzstudie bei Kampagnen für die Entscheider-Zielgruppe.

Stabile Medienmarken bei der Entscheider Zielgruppe - hoher Stellenwert der digitalen Angebote der LAE Titel

Die aktuelle LAE bestätigt erneut die starke Stellung der LAE Angebote für die Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung. Die Studie wurde vor Corona erhoben, sodass die LAE die „normalen“ Nutzungsdaten ausweist und somit krisenunabhängig planungsrelevant ist.

Die Entwicklung zeigt den hohen Stellenwert der digitalen Angebote der LAE Titel, der sich in der stabilen Entwicklung der Crossmedia Reichweite dokumentiert. Unabhängig von der individuellen Lesepräferenz sind die Online Angebote für alle Befragten sehr wichtig. Weiterhin lesen mehr als die Hälfte (52%) der Befragten längere Texte lieber auf Papier, über ein Drittel (38%) nutzt Print und Digital gleich gern. Lediglich 10% der Leser lesen längere Texte lieber am Bildschirm.

Die Nettoreichweite der 19 mit der LAE erhobenen Print-Titel beträgt 74 % (LpA Leser pro Ausgabe); der korrespondierende Wert für die „Nutzer pro Woche“ der Online Angebote, einschließlich Smartphone- und Tablet-Apps, beträgt 69%. Die hohen Nutzungs-Werte sind ein Indiz dafür, dass die LAE Titel mit ihren digitalen Angeboten als ideale Ergänzung ihrer Print-Angebote eine sehr hohe Relevanz für die Entscheider-Zielgruppe haben. Die crossmedialen Medienmarken der LAE erreichen netto pro Monat 94% der Entscheider.

Damit ist die LAE die einzige Studie, die mit dieser Präzision und mit hoher Fallzahl (rund 8.000 befragte Entscheider) die exklusive Entscheider-Zielgruppe valide abbildet und damit vor allem für die B2B-Kommunikationsplanung eine hohe Relevanz besitzt. Dies wissen auch die Planer in den Mediaagenturen. In Umfragen der OMG (Organisation der Mediaagenturen) wird die LAE wiederholt von knapp 2/3 der Planer für ihre Arbeit als sehr wichtig bis wichtig bestätigt und über 80% halten die LAE für die führende Planungsdatei für B2B-Kampagnen.



Wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland (vor Corona)

Die Lage der deutschen Wirtschaft wurde aus Sicht der Entscheiderelite schon vor Corona etwas negativer als in den Vorjahren gesehen. Optimistischer sahen die Entscheider (ohne Beamte) die Entwicklung ihrer Unternehmen, 34% erwarteten eine positive Entwicklung (Vorjahr 39%). Von unverändertem Wachstum gingen 53% der Befragten aus.

Zwischenzeitlich hat die LAE eine Entscheider-Panel-Umfrage (606 Interviews) von Ende Mai bis Anfang Juni durchgeführt. Dort verkündeten 70% der Befragten, dass größere Investitionen in Unternehmen zunächst einmal vertagt werden. Der persönliche Konsum der Entscheidungsträger wird laut Umfrage von 65% wie vor der Krise fortgesetzt. Die größten Effekte und Chancen aus der Corona Pandemie werden in der Umsetzung flexiblerer Arbeitsmodellen (68%) und Optimierung der Digitalisierung der Arbeitsweise (57%) gesehen.

Auf die Frage wie die wirtschaftlichen Folgen der Corona Krise unter anderem am besten bewältigt werden könne, stimmen 32% einer wachsenden Staatsverschuldung zu, die Hälfte der Befragten präferiert allerdings eine Ausweitung des Verlust-Rücktrages für Unternehmen.

LAE Spezifika

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

Die LAE 2020 hat durch die erneute 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 24. Juni 2020 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 eine Präsentation mit den Key-Facts zum Download ebenfalls auf der LAE Homepage hinterlegt.



LAE - Leseranalyse Entscheidungsträger e.V.

Kontakt: **Vorstandsvorsitzender LAE e.V.**
Dr. Michael Halleemann, Gruner + Jahr GmbH,
Tel.: 040 3703 2981, email: hallemann.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, BurdaNews
Tel.: 040 4131 1361
email: marion.sperlich@burda.com