



Die LeserAnalyse Entscheidungsträger (LAE) wurde am 10. März 2010 bereits zum 4. Mal in dieser Form veröffentlicht. Alle zwei Jahre wird die Zielgruppe der Entscheidungsträger/innen mit einer groß angelegten Studie näher beleuchtet und deren Printmediennutzungsverhalten erhoben. Die Ergebnisse zeigen stabile, aber innerhalb der Schwankungsbreite leicht rückläufige Reichweiten.

Durchgeführt wird die LAE im Auftrag von 15 Verlagen/Medien, die auch die Kosten von 400.000,- € tragen. An der LAE 2009 sind folgende Verlage beteiligt:

a3 Wirtschaftsverlag, Gewinn, Gruner + Jahr, Industriemagazin, Mediaprint, Moser Holding, NÖ Pressehaus, Österreichischer Wirtschaftsverlag, Salzburger Nachrichten, Standard Service Gesellschaft, Styria Media Group, Verlagsgruppe News, Wiener Zeitung, Wimmer Medien und Wirtschaftsnachrichten. Im Vergleich zur LAE 2007 nicht mehr beteiligt sind Echo Zeitschriften, Economy Verlag und Report Verlag.

Entscheidungsträger/innen

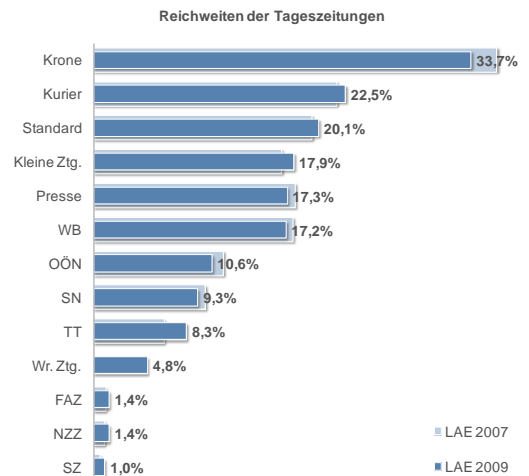
In einem zweistufigen Erhebungsprozess wurden zuerst 376.252 Wirtschaftseinheiten mit 3,5 Millionen Mitarbeiter/innen aus der Privat- und Gemeinwirtschaft kontaktiert und die Entscheidungsträger/innen innerhalb dieser Betriebe identifiziert. Im zweiten Schritt wurden diese Entscheidungsträger/innen persönlich interviewt.

Die Grundgesamtheit der Entscheidungsträger/innen ist seit der letzten Erhebung 2007 um 11,4% auf 538.000 angewachsen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Anzahl an Mikrobetrieben und Einpersonunternehmen gestiegen ist.

Die LAE 2009 liefert neben Reichweiten auch gesellschaftspolitisch relevante Fakten: Nur 27% der Entscheidungsträger/innen sind weiblich. In Mikrobetrieben sind 36% der Führungskräfte weiblich, während es in Großbetrieben nur 19% sind. Weibliche Führungskräfte sind im Schnitt jünger als männliche (44,7 vs. 47,8 Jahre) und haben weniger Einkommen zur Verfügung (2.349,- € vs. 3.563,- € netto).

Tageszeitungen

Die Entscheidungsträger/innen lesen täglich durchschnittlich 1,8 Tageszeitungen. Dieser Wert liegt auf dem Niveau der Vorjahre.



Trotz signifikanter Verluste von 2,3%-Pkten kann sich die Kronen Zeitung auf Platz 1 behaupten. (33,7%). Stabile Reichweiten mit positiver Tendenz verzeichnen die Tageszeitungen auf den Rängen 2 bis 4: Kurier (22,5%), Der Standard (20,1%) und Kleine Zeitung (17,9%). Mit einem leichten, nicht signifikanten Abwärtstrend haben dagegen Die Presse (17,3%) und das Wirtschaftsblatt (17,2%) zu kämpfen. Im Vergleich zur LAE 2007 wieder dabei ist die Wiener Zeitung mit 4,8% Reichweite. Das Medium hatte schon 2003 und 2005 an der LAE teilgenommen (jeweils ca. 6% Reichweite).

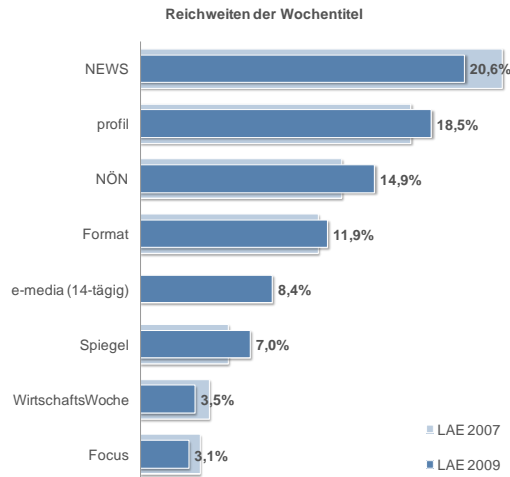
Über positive Tendenzen können sich die Tageszeitungen aus den Nachbarländern freuen: Neue Zürcher Zeitung und Frankfurter Allgemeine Zeitung erreichen jeweils 1,4% Reichweite. Signifikante Zugewinne von 0,4%-Pkten verzeichnet die Süddeutsche Zeitung, die nun bei 1,0% hält.

Hohe Reichweiten erzielen die regionalen Tageszeitungen in ihren Kernbundesländern: Die Kleine Zeitung erreicht 80,1% Reichweite in der Steiermark und 83,5% in Kärnten. Auf 79,8% Reichweite kommt die Tiroler Tageszeitung, 73,2% erzielen die Salzburger Nachrichten, und 63,0% der OÖ Entscheidungsträger/innen lesen die OÖ Nachrichten.



Wochentitel

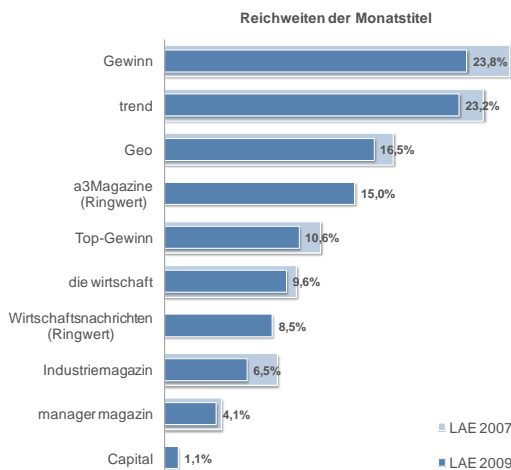
Die Entscheider/innen lesen durchschnittlich 0,8 Wochentitel, was dem Ergebnis der LAE 2007 entspricht.



Trotz signifikanter Verluste im Vergleich zur LAE 2007 für News (20,6%, -2,4%-Pkte) und WirtschaftsWoche (3,5%, -0,9%-Pkte) sowie signifikanter Zugewinne für die NÖ Nachrichten (14,9%, +2,1%-Pkte) und Der Spiegel (7,0%, +1,4%-Pkte) verschiebt sich im Ranking der Wochentitel nichts: News liegt vor profil, NÖN und Format. Erstmals ausgewiesen wird das 14-tägig erscheinende Magazin e-media, das auf 8,4% Reichweite kommt.

Monatsmagazine

1,4 Monatstitel – und damit gleich viel wie 2007 – werden von den Führungskräften durchschnittlich gelesen.



Die höchsten Reichweiten bei den Monatstiteln erzielen weiterhin Gewinn (23,8%) und trend (23,2%), obwohl beide Titel signifikante Verluste im Vergleich zu 2007 hinnehmen müssen (-3,4%-Pkte bzw. -1,9%-Pkte). Am dritten Platz liegt mit stabilen 16,5% das Magazin Geo. Von signifikanten Verlusten betroffen sind auch Top-Gewinn (10,6%, -1,7%-Pkte) und das Industriemagazin (6,5%, -2,4%-Pkte). Neu ausgewiesen werden das Wirtschaftsmagazin Capital sowie kombinierte Nettoreichweiten/Ringwerte für a3Magazine (a3BAU, a3BOOM, a3ECO, a3GAST und a3VOLT) und Wirtschaftsnachrichten (Donauraum, West, Süd).

Fazit

Mit Hilfe der LAE ist es möglich, die Entscheider/innen und deren Leseverhalten zu erfassen. Im Vergleich zu anderen Medienstudien kann mit der LAE aufgrund der hohen Fallzahl von 4.000 Interviews mit Entscheider/innen nach Branchen, Verantwortungsbereichen und Regionen geplant werden. Ebenfalls ist diese Studie für die B2B-Zielgruppenanalyse unerlässlich.

Bedauerlicherweise fokussiert die LAE 2009 ausschließlich auf gedruckte Medien und lässt das Lesen am Bildschirm außen vor.

Der Studiensteckbrief

Die LeserAnalyse Entscheidungsträger wird als Gemeinschaftsprojekt von 15 Verlagen/Medien durchgeführt. Die Studie – repräsentativ für die Entscheidungsträger/innen Österreichs – wurde von Februar bis November 2009 durchgeführt. Es wurden 4.000 Personen (N = 538.000) interviewt. Die Befragung basiert auf persönlichen CASI/CAPI Interviews. Die Interviews wurden proportional nach Branchen und disproportional nach Mitarbeiter/Innen-Anteil und Bundesländer verteilt. Durchführendes Institut ist IFES.

Kontakt:
Mag.^a Petra Permessner, R&D, Tel: 60 555 824