

INSIGHTS **LAE 2011**

BUSINESSERFOLG
IST PLANBAR.









media
marketing

innovation. quality.



WirtschaftsWoche: reichweitenstärkstes und kostengünstigstes Wirtschaftsmagazin


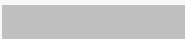









Wirtschaftsmagazine	Netto-Reichweite	in Tsd.	TKP*
WirtschaftsWoche	 11,5 %	308	82 €
Manager Magazin	 9,1 %	244	95 €
Capital	 9,8 %	262	111 €
Brand eins	 3,0 %	79	175 €
Anlegertitel			
Focus Money	 3,7 %	100	153 €
Börse online	 2,6 %	69	179 €

Zielgruppe: LAE Gesamt (2.677 Tsd. Entscheidungsträger = 100%); Tausend-Kontakt-Preis: Basis 1/1 4c, Bruttopreise 2011

Aktuelle Zeitschriften: Spiegel höchste Reichweite, Focus günstigster TKP



Sonstige Wirtschaftsmag.	Netto-Reichweite	in Tsd.	TKP*
Creditreform	 7,0 %	188	63 €
Handwerk magazin	 7,2 %	193	70 €
Markt und Mittelstand	 6,0 %	162	78 €
Impulse	 5,8 %	155	114 €
Der Handel	 4,6 %	123	118 €
Aktuelle Zeitschriften			
Focus	 23,6 %	632	76 €
Der Spiegel	 26,8 %	718	82 €
Stern	 20,4 %	547	106 €
Cicero	 3,3 %	88	165 €

Zielgruppe: LAE Gesamt (2.677 Tsd. Entscheidungsträger = 100%); Tausend-Kontakt-Preis: Basis 1/1 4c, Bruttopreise 2011

Führend in Reichweite und Wirtschaftlichkeit



Überregionale Tagesztg.	Netto-Reichweite	in Tsd.	TKP*
Handelsblatt	11,4 %	306	160 €
Die Welt Gesamt (Die Welt/ Welt Kompakt)	8,1 %	217	182 €
Süddeutsche Zeitung	11,8 %	317	201 €
FAZ	10,8 %	289	209 €
Financial Times D.	5,1 %	135	288 €
Wochenzeitungen			
VDI nachrichten	8,0 %	213	165 €
DIE ZEIT	9,0 %	242	264 €
Frankf. Allg. Sonntagszeitung	7,7 %	207	266 €
Welt am Sonntag	7,0 %	187	308 €

Zielgruppe: LAE Gesamt (2.677 Tsd. Entscheidungsträger = 100%); Tausend-Kontakt-Preis: Basis 1/1 4c, Bruttopreise 2011

Businesskombis: günstigste Zeitungskombis

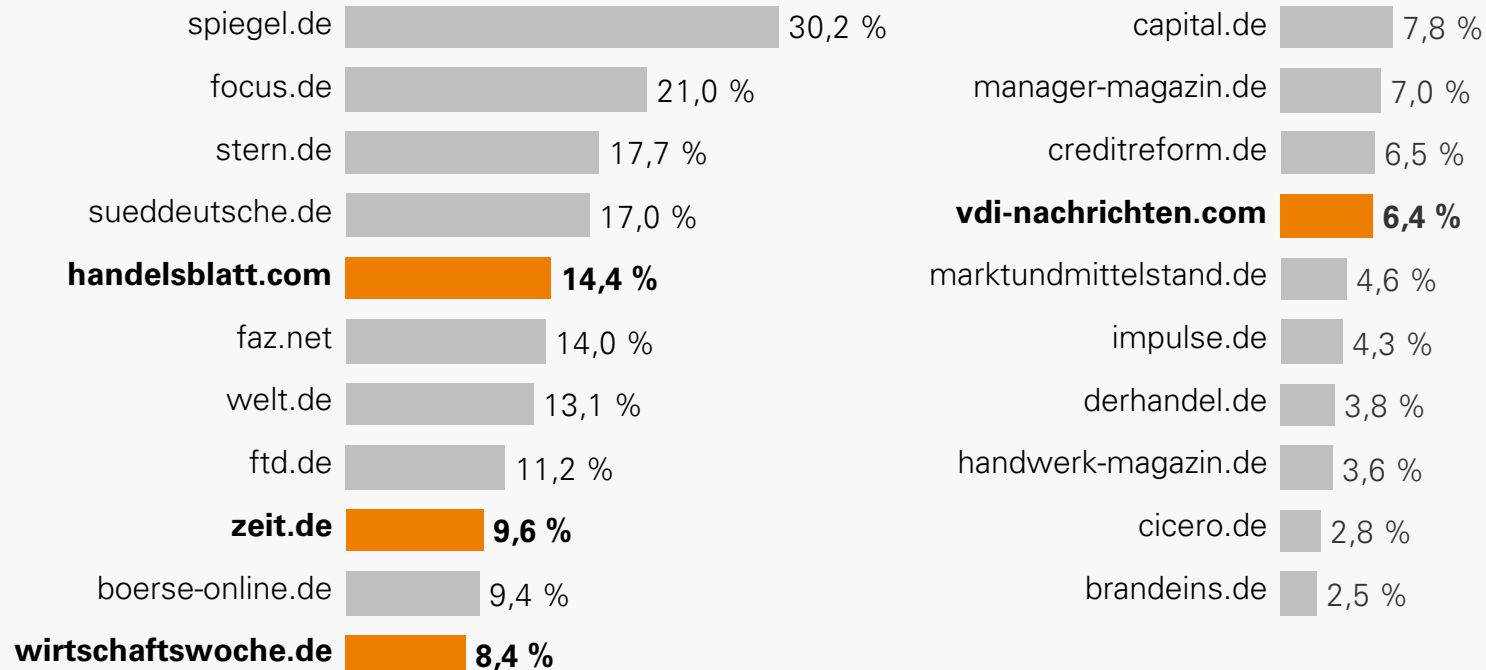


Zeitungskombinationen	Netto-Reichweite	in Tsd.	TKP*
Businesskombi Technical (HB/VDI n.)	18,1 %	483	157 €
Businesskombi TechnicalPremium (HB,/VDI n./ DZ)	25,0 %	670	183 €
Businesskombi Premium (HB/ DZ)	18,8 %	505	200 €
Kombi F.A.Z./ F.A.S.	15,0 %	400	221 €
Die Welt Gesamt/ Welt am Sonntag-Kombi	13,0 %	347	225 €
Magazinkombinationen			
BlueChip-Kombi (Focus/ Focus Money)	25,3 %	679	84 €
MittelstandsKombi (Der Handel/ Handwerk Mag.)	11,0 %	294	84 €

Zielgruppe: LAE Gesamt (2.677 Tsd. Entscheidungsträger = 100%); Tausend-Kontakt-Preis: Basis 1/1 4c, Bruttopreise 2011

Handelsblatt.com unter den TOP 5 Online-Medienangeboten

Nutzung in den letzten vier Wochen auf dem PC, Laptop oder Notebook

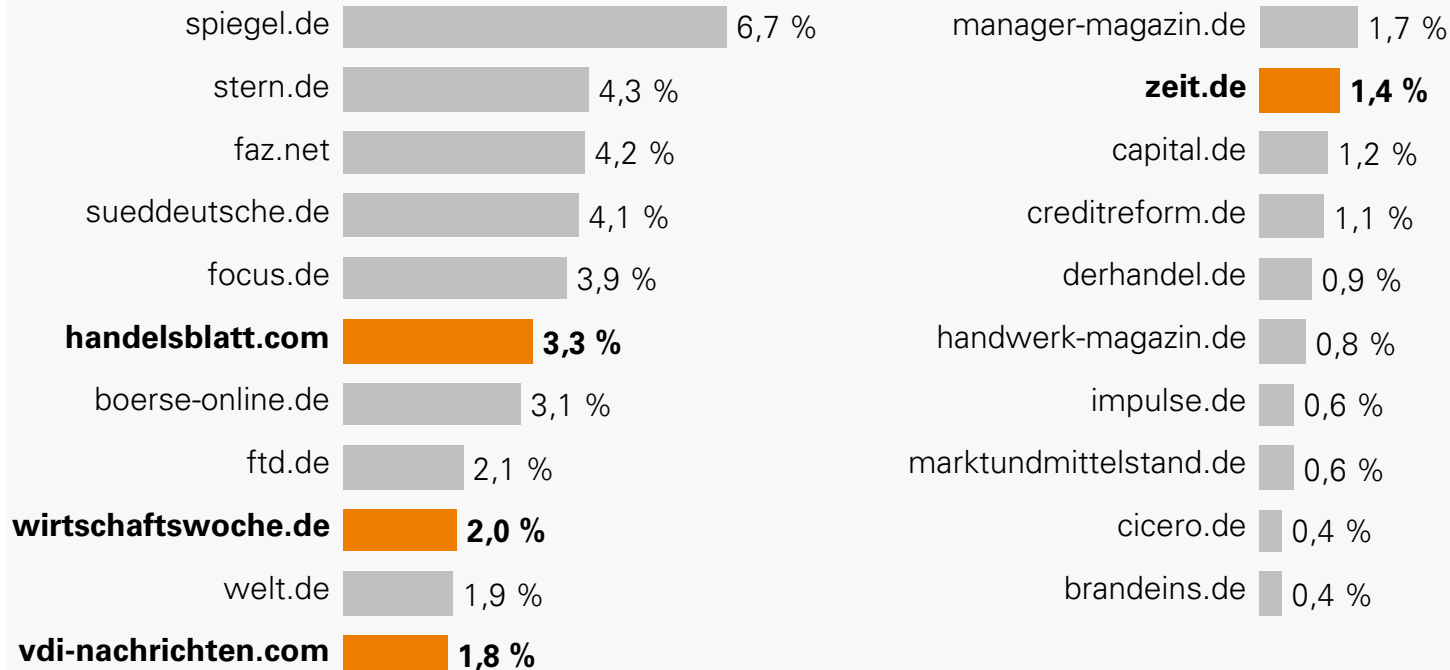


Zielgruppe: LAE Gesamt (2.677 Tsd. Entscheidungsträger = 100%)

Mobile Internetnutzung hat noch Ausbaupotenzial

Neue Abfrage

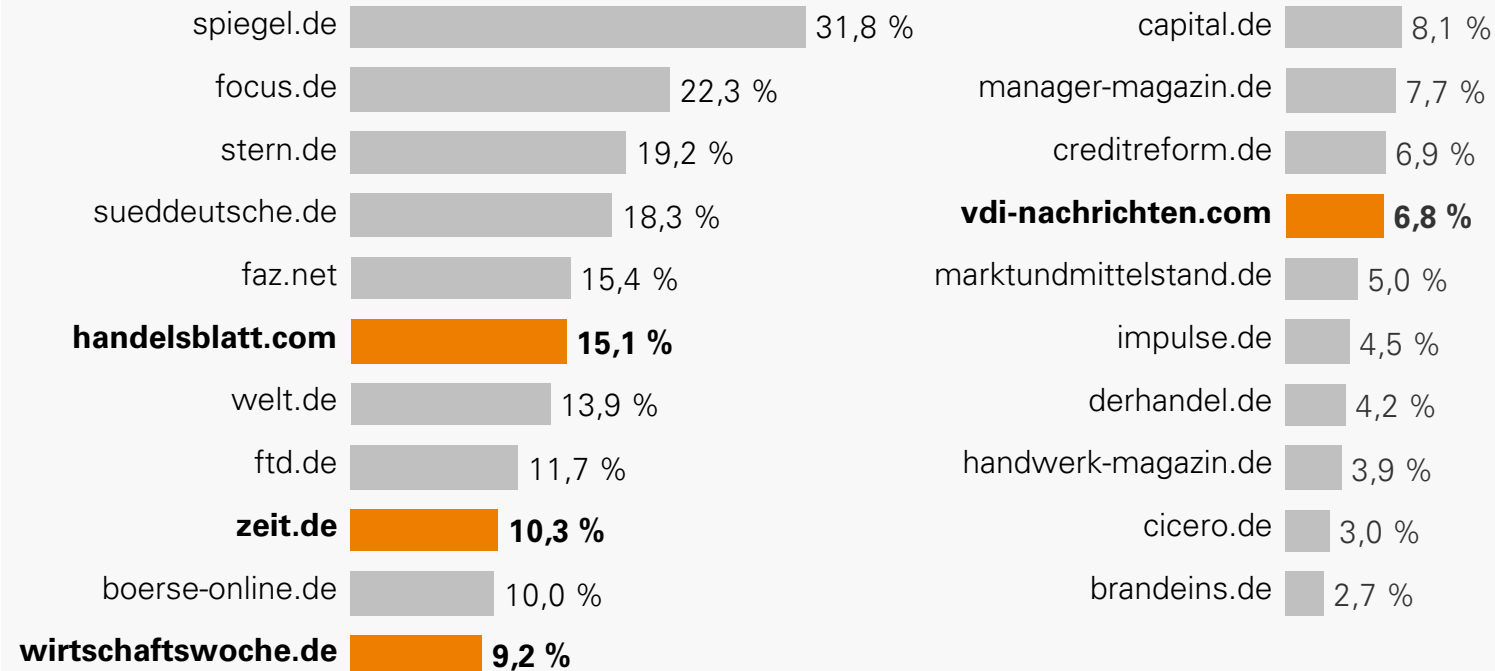
Mobile Dienste - Nutzung (mit Smartphone / Handy)



Zielgruppe: LAE Gesamt (2.677 Tsd. Entscheidungsträger = 100%)

15 Prozent der Entscheidungsträger nutzen handelsblatt.com stationär / via Smartphone

Nutzung auf dem PC / Laptop / Notebook oder mit Smartphone / Handy



Zielgruppe: LAE Gesamt (2.677 Tsd. Entscheidungsträger = 100%)



Crossmediale Ansprache von Entscheidungsträgern

Wirtschaftsmagazine	Print exklusiv – Überschneidungen – Online exklusiv			in Tsd.
Wirtschaftswoche + wirtschaftswoche.de	48 %	18 %	34 %	470
Manager Magazin + manager-magazin.de	45 %	20 %	35 %	375
Capital + capital.de	46 %	18 %	35 %	405
Brand eins + brandeins.de	45 %	15 %	40 %	131
Anlegertitel				
Focus Money + focus.de	9 %	6 %	85 %	656
Börse online + boerse-online.de	9 %	14 %	77 %	295

Zielgruppe: LAE Gesamt (2.677 Tsd. Entscheidungsträger = 100%);

Online: Nutzung in den letzten vier Wochen auf dem PC / Laptop / Notebook oder Nutzung mit Smartphone / Handy



Crossmediale Ansprache von Entscheidungsträgern



Sonstige Wirtschaftsmagazine	Print exklusiv – Überschneidungen – Online exklusiv			in Tsd.
Creditreform + creditreform.de	40 %	21 %	39 %	308
Handwerk Mag. + handwerk-magazin.de	59 %	17 %	24 %	254
Markt und M. + marktundmittelstand.de	48 %	16 %	37 %	256
Impulse + impulse.de	49 %	15 %	35 %	239
Der Handel + derhandel.de	43 %	19 %	38 %	198

Aktuelle Zeitschriften				
Focus + focus.de	40 %	22 %	37 %	1.005
Der Spiegel + spiegel.de	31 %	27 %	42 %	1.239
Stern + stern.de	42 %	19 %	39 %	892
Cicero + cicero.de	44 %	18 %	38 %	142

Zielgruppe: LAE Gesamt (2.677 Tsd. Entscheidungsträger = 100

Online: Nutzung in den letzten vier Wochen auf dem PC / Laptop / Notebook oder Nutzung mit Smartphone / Handy



Crossmediale Ansprache von Entscheidungsträgern



Überregionale Tageszeitungen	Print exklusiv – Überschneidungen – Online exklusiv			in Tsd.
Handelsblatt + handelsblatt.com	29 %	24 %	46 %	571
Die Welt Gesamt + welt.de	26 %	17 %	57 %	504
Süddeutsche Zeitung + sueddeutsche.de	24 %	26 %	50 %	640
Frankfurter Allgemeine Zeitung + faz.net	28 %	22 %	50 %	575
Financial Times Deutschland + ftd.de	17 %	19 %	64 %	378
Wochenzeitungen				
VDI nachrichten + vdi-nachrichten.com	41 %	29 %	31 %	307
DIE ZEIT + zeit.de	35 %	21 %	43 %	427
Frankf. Allg. Sonntagszeitung + faz.net	24 %	15 %	62 %	541
Welt am Sonntag + welt.de	27 %	10 %	63 %	508

Zielgruppe: LAE Gesamt (2.677 Tsd. Entscheidungsträger = 100

Online: Nutzung in den letzten vier Wochen auf dem PC / Laptop / Notebook oder Nutzung mit Smartphone / Handy

Untersuchungssteckbrief



- **Herausgeber:** LAE – Leseranalyse Entscheidungsträger e. V.
- **Methodische Gesamtverantwortung:** Technischer Ausschuss LAE 2011 (Vertreter der OMG / GWA und der Verlage)
- **Stichprobe / Koordination:** Czaia Marktforschung, TECUM®, Bremen
- **Auswertung:** ISBA Informatik Service-GmbH, Hamburg
- **Grundgesamtheit:** 2,677 Mio. Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung
Berechnet anhand folgender Quellen: Mikrozensus 2007 / 2009, Personal des öffentlichen Dienstes 2009, Unternehmensregister, Stand 30.06.2010 (aktive Unternehmen mit steuerbarem Umsatz und / oder sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Berichtsjahr 2008)
- **Erhebungsmethode:** Disproportionale Quotenstichprobe
- **Stichprobe** (gew.): 14.093 Fälle
- **Hochrechnungsfaktor:** 1 Befragter steht für 190 Entscheidungsträger (14.093 / 2.677.000)
- **Feldzeit:** Welle 2009: 24.10.2008 - 27.04.2009, Welle 2011: 29.09.2010 - 24.02.2011
- **Feldarbeit:** Czaia Marktforschung, Bremen / IFAK Institut, Taunusstein / Media Markt Analysen, Frankfurt a. M.

Wir beraten Sie gerne.



Branchen Sales

iq media marketing gmbh

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf

Finanzen

Telefon 0211 887-2313
Fax 0211 887-972313
E-Mail heike.samusch@iqm.de

Dienstleistungen, Logistik und Medien

Telefon 0211 887-2329
Telefax 0211 887-972329
E-Mail isabelle.pisanu@iqm.de

Mobilität, Elektronik und Kommunikation

Telefon 0211 887-2485
Fax: 0211 887-972485
E-Mail katharina.steffens@iqm.de

Lifestyle und Tourismus

Telefon 0211 887-1360
Fax 0211 887-971360
E-Mail: simone.teichgraeber@iqm.de

IT, Energie und Industrie

Telefon 0211 887-3580
Fax 0211 887-973580
E-Mail bettina.pokriefke@iqm.de

Agentur Sales

Nielsen 1, 5, 6, 7

iq media marketing gmbh

Brandstwierte 1 (Neuer Dovenhof)
20457 Hamburg
Telefon 040 30183-211
Fax 040 30183-283
E-Mail madeleine.goehring@iqm.de

Nielsen 2

iq media marketing gmbh

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2053
Fax 0211 887-2099
E-Mail eveline.schulze@iqm.de

Nielsen 3a

iq media marketing gmbh

Eschersheimer Landstraße 50
60322 Frankfurt
Telefon 069 2424-4510
Fax 069 2424-4555
E-Mail eva-maria.glaser@iqm.de

Nielsen 3b, 4

iq media marketing gmbh

Nymphenburger Straße 14
80335 München
Telefon 089 545907-26
Fax 089 545907-24
E-Mail katja.foell@iqm.de

Online

iq digital media marketing gmbh

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2626
Fax 0211 887-2656
E-Mail info@iqdigital.de

TV

iq media marketing gmbh

Marlene-Dietrich-Platz 5
10785 Berlin
Telefon 030 2090-4888
Fax 0211 887-978316
E-Mail kai.ladwig@iqm.de

International Sales

iq media marketing gmbh

Gerda Gavric-Hollender
Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2343
Fax 0211 887-972343
E-Mail gerda.gavric@iqm.de

Österreich

Internationale Medienvertretung & Service

proxymedia e.U.

Wiesengasse 3
A - 2801 Katzelsdorf
Telefon +43 (0)2622 36 7 55
Fax +43 (0)1 25 330 333 989
E-Mail michael.schachinger@proxymedia.at

Schweiz

Top Media Sales GmbH

Chamerstrasse 56
CH - 6300 Zug
Telefon +41 (0)41 7105701
Fax +41 (0)41 7105703
E-Mail walter.vonsiebenthal@topmediasales.ch