



Seit wann gibt es die LAE?

Die LAE erscheint zum vierzehnten Mal im traditionellen „lila Gewand“ und liefert unverzichtbare Informationen für alle, die sich mit Business-to-Business-Kommunikation beschäftigen.

Seit ihrem ersten Erscheinen im Jahr 1971 entwickelte sich die Studie in mehreren Stufen zu dem, was die aktuelle LAE 2005 auszeichnet.

Die wichtigsten Entwicklungsschritte in der über 30-jährigen Geschichte der LAE im einzelnen:

LAF 71 LAE 75 LAE 81 LAE 85 LAE 88 LAE 94 LAE 97 LAE 2000 LAE 2001 LAE 2003 LAE 2005

LAF 71

In Anlehnung und Ergänzung zur MA schließt die erste Studie „LA Führungskräfte in der Wirtschaft“ die vorhandene Informationslücke zur attraktiven Zielgruppe „Führungskräfte.“ Die Studie umfasst 770.000 Entscheider, das sind 1,8 Prozent der damaligen erwachsenen Gesamtbevölkerung. Neben beruflichen Kriterien wie Stellung im Beruf, Einflussnahmen auf Entscheidungen (einstufig) und Anschaffungen wird auch die private Seite der Führungskräfte beleuchtet: Besitz von Luxusgütern (eigene Jagd, Heimsauna), Konsumgewohnheiten (z.B. Spirituosen, Zigarren etc) oder Hobbies (z.B. Golfen, Fliegen, Tauchen)

Die Mediennutzung von Führungskräften lässt sich anhand von 7 Titeln beschreiben. Folgende aktuelle LAE-Titel stehen bereits auf der Titelliste der LAF 71: Capital, DIE ZEIT, WirtschaftsWoche, Handelsblatt.

LAE 75

Der GWA übernimmt die Koordination der Gemeinschaftsuntersuchung, die erstmalig **Leseranalyse Entscheidungssträger** heißt. Die Definition der einzelnen Berufsgruppen wird verfeinert in Bezug auf Betriebsgröße und Branchen bei den Selbstständigen. Erstmals wird die Beteiligung an Entscheidungen zweistufig über Allein- und Mitentscheider erfasst.

LAE 81

Die Grundgesamtheit wird um die Zielgruppe "Frauen" erweitert. Ihr Anteil an den 838.000 Entscheidern beträgt 6 Prozent (aktuell in der LAE 2005: 16 %). Das Entscheidermodell wird dreistufig (Allein-, Mitentscheider, Vorbereiter). Die Titelpalette der Entscheidermedien erhöht sich auf 21 (11 Magazine, 10 Zeitungen).

LAE 85

Der veränderte Mikrozensus bietet erstmalig eine schärfere Einschränkung bei Selbstständigen nach Unternehmensgrößen. Fortan zählen nur noch Selbstständige mit mindestens 5 Beschäftigten zur Grundgesamtheit. Leitende Angestellte können nach Hierarchieebenen detaillierter definiert werden. Mehr als 1 Million Entscheider (1,042 Mio) zählen mittlerweile zur LAE-Grundgesamtheit.

LAE 88

Der GWA wird Mitglied der Arbeitsgemeinschaft, um gemeinsam mit den Verlagen die größtmögliche Transparenz zu schaffen.

LAE 94

Die ersten gesamtdeutschen Entscheiderdaten kommen auf den Markt. In den neuen Bundesländern wurde wegen fehlender amtlicher Statistiken eine eigene Strukturhebung durchgeführt. Die Zahl der Entscheidermedien steigt auf 23 Titel.

LAE 97

Veränderte Entscheiderstrukturen in Unternehmen, der Trend zu flacheren Hierarchien, führen zu einer Erweiterung der Grundgesamtheit. Neben den Leitenden Angestellten werden auch qualifizierte Fachkräfte mit entsprechendem Einkommen als fünfte Berufsgruppe in die LAE-Grundgesamtheit aufgenommen.

LAE 2000

Der Trend zur Online-Gesellschaft wird in einem umfangreichen Fragenkomplex in der LAE berücksichtigt. In anderen Bereichen findet eine Komprimierung der abgefragten Statements statt (Zusammenfassung des Entscheidermodells von 8 auf 5 Stufen, Komprimierung der dargestellten Geschäftsbereiche von 63 auf 44). Die Anzahl der abgefragten Werbeträger erhöht sich auf 28 Titel

LAE 2001

Die Märkte und die Medien im B-to-B-Segment entwickeln sich so rasant, dass die LAE bereits nach einem Jahr wieder erscheint. Mit erweitertem Fragenkatalog im Bereich "Internetnutzung" und "private finance" sowie sechs neuen Titeln und sechs neuen Kombinationen. Die Berufsgruppe der Angestellten wird in Übereinstimmung dem Mikrozensus 2000 neu aufgeteilt in Angestellte mit umfassenden Führungsaufgaben und Angestellte mit selbständiger Leistung.

LAE 2003

Die Leseranalyse Führungskräfte wird erstmalig per CAPI (= Computer Assisted Personal Interviewing) erhoben. Die Fragenkomplexe EDV/ITK werden dem aktuellen technischen Stand angepasst. Erstmals in der LAE abgefragt: die Nutzungshäufigkeiten der 29 Online-Medien der LAE-Titel.

LAE 2005

Die Studie setzt verstärkt moderne Techniken und Informationswege zur Sicherstellung der Zielgruppenqualität ein (Mehr-Methoden-Ansatz: sowohl C.A.P.I- als auch C.A.T.I.-Interviews). Die Erhebungsinhalte werden deutlich gestrafft und auf die berufliche Sphäre konzentriert (u.a. Komprimierung des Entscheidermodells auf 3 Entscheiderstufen, Wegfall der privaten Geldanlage).

Kleiner historischer Abriss der Leseranalyse Entscheidungsträger (LAE)

- Chronologische Auswahl der wichtigsten Entwicklungsschritte -

Jahr	LAE- Grundgesamtheit Entscheider	Fallzahl	Medien
LAF 71	770.000	856	4 Magazine, 3 Zeitungen
LAE 75	788.000	2.100	5 Magazine, 8 Zeitungen
LAE 81	837.900	3.940	11 Magazine, 10 Zeitungen
LAE 85	822.000	4.815	5 Magazine, 10 Zeitungen
LAE 88	1.042.000	5.613	12 Magazine, 11 Zeitungen
LAE 94	1.570.000	8.515	14 Magazine, 9 Zeitungen
LAE 97	1.880.000	10.608	14 Magazine, 10 Zeitungen, 2 Kombinationen
LAE 2000	2.087.000	10.319	18 Magazine, 10 Zeitungen, 3 Kombinationen
LAE 2001	2.145.000	10.004	16 Magazine, 14 Zeitungen, 9 Kombinationen
LAE 2003	2.237.000	9.162	19 Magazine, 10 Zeitungen, 6 Kombinationen
LAE 2005	2.291.000	9.670	17 Magazine, 10 Zeitungen, 6 Kombinationen