



## **stern gehört zu den Gewinnern der LAE**

Die aktuellen Wochenmagazine *Focus*, *Spiegel* und *stern* sind die mit Abstand meistgenutzten Titel in deutschen Chefetagen, und alle drei gewinnen an Reichweite hinzu. Die Tages-Reichweiten vieler TV-Sender sinken kräftig (vgl. S. 9), während die Internet-Nutzung steigt. Das zeigt die heute veröffentlichte LAE 2003. Mit 9.261 Interviews zwischen Oktober 2002 und April 2003 untersucht die Studie Entscheidungskompetenzen, Investitionspläne, Geschäftsreisen und Mediennutzung von 2.237.000 Entscheidern. Die LAE ist das wichtigste Tool für die B2B-Kommunikation in Deutschland und erscheint bereits zum 13. Mal. Zuletzt war die Untersuchung im Jahr 2001 veröffentlicht worden.

## **Jeder vierte Entscheider liest den stern**

Der *stern* erreicht mit einer durchschnittlichen Ausgabe jetzt 550.000 Entscheider (24,6 Prozent). In der LAE 2001 waren es 509.000 Entscheider (23,8 Prozent) gewesen. Mit dieser Reichweite liegt der *stern* vor allen Zeitungen und Wirtschaftsmagazinen und wird in der Grundgesamtheit nur von *Focus* und *Spiegel* an Reichweite übertroffen.

## **Reichweitengewinne des stern liegen im marktwirtschaftlichen Kern der Wirtschaft**

Der *stern* legt bei den Entscheidern zu, die im marktwirtschaftlich organisierten Kern der Wirtschaft agieren: bei Selbstständigen und Angestellten. Er verliert an Reichweite bei den Beamten sowie bei Freiberuflern (die vor allem im staatlich gelenkten Gesundheitswesen arbeiten).

In der Grundgesamtheit steigern *Focus* und *Spiegel* ihre Reichweite stärker als der *stern*. Klammert man aber die Beamten aus, so liegen *stern*, *Spiegel* und *Focus* in den Zuwächsen nahezu gleichauf. Der *stern* büßt nämlich bei den Beamten deutlich Reichweite ein (von 28,8 auf 25,3 Prozent), während die beiden Wettbewerber in dieser Zielgruppe gewinnen. Zum ersten Mal weisen nun beide Konkurrenten in der LAE eine höhere Affinität zu Beamten auf als der *stern*.

## **Als einziges Magazin legt der stern bei Unternehmen zu**

Der *stern* ist das einzige Magazin, das unter den selbstständigen Unternehmen an Prozent-Reichweite zulegt. Er steigert sich hier von 20,8 auf 21,5 Prozent, während *Focus* und *Spiegel* wie auch alle anderen Magazine Reichweite einbüßen.



Damit hebt sich der *stern* in einer wichtigen und attraktiven Zielgruppe besonders ab: Vor allem am unternehmerischen Mittelstand und den Startups hängen bekanntlich die Hoffnungen auf Innovationen, Investitionen und neue Arbeitsplätze in Deutschland.

Die redaktionelle Qualitätsoffensive des *stern* sowie auch sein Engagement beim Deutschen Gründerpreis und im StartUp-Wettbewerb schlagen sich in der neuen LAE nieder.

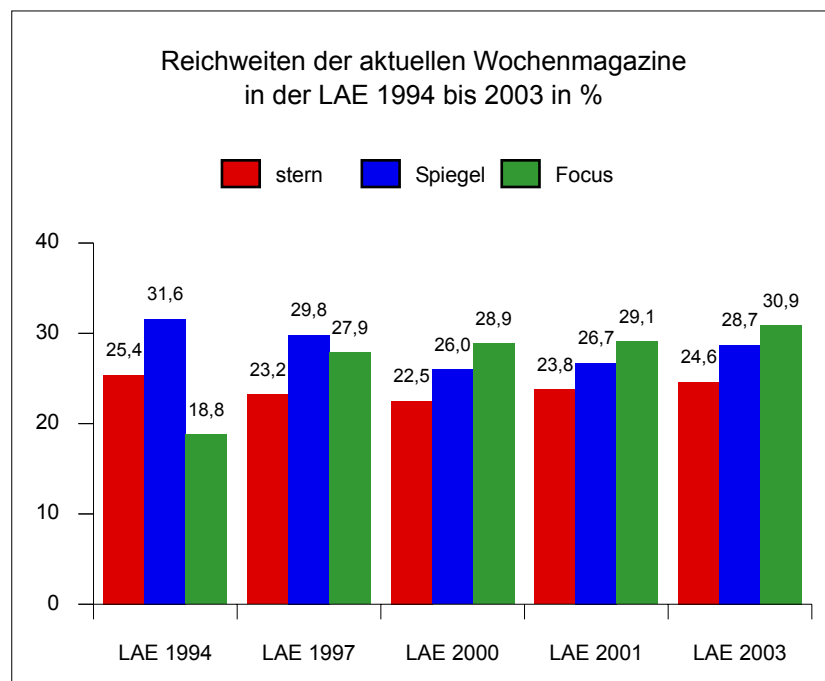
#### **LAE erfasst den unternehmerischen Mittelstand nur teilweise**

Dabei ist zu bedenken, dass die LAE zwar das Management der Großunternehmen und die Spitze der Beamtenschaft komplett erfasst, die mittelständischen Unternehmen aber nur teilweise. Selbstständige mit weniger als sechs Beschäftigten werden nicht berücksichtigt, so dass der Planer auf Studien wie MA oder AWA ausweichen muss, wenn er den gesamten unternehmerischen Mittelstand berücksichtigen will. Der *stern* nimmt dann eine stärkere Position ein als bei den größeren Selbstständigen der LAE.



#### **stern.de erreicht fast 15 Prozent Wochenreichweite**

Auch das erstmals erhobene Online-Angebot des *stern* findet hohe Resonanz bei Entscheidern: Pro Woche nutzen 344.000 Entscheider (14,9 Prozent) die Informationen von *stern.de* (vgl. auch Seite 8).



*Der stern erzielt die höchste Prozent-Reichweite seit zehn Jahren in der LAE.*



## Grundgesamtheit

Die Grundgesamtheit hat sich gegenüber der LAE 2001 um vier Prozent vergrößert. Der Zuwachs geht allein auf die Angestellten zurück, in den anderen drei Berufsgruppen ist die Zahl der Entscheider leicht gesunken.

	Reichweite LAE 2001		Reichweite LAE 2003		Veränderung	
	in %	in Tsd.	in %	in Tsd.	Index %	Index TSD
<b>Zeitschriften*</b>						
Focus	29,1	623	30,9	691	106	111
Der Spiegel	26,7	574	28,7	641	107	112
stern	23,8	509	24,6	550	104	108
Capital	12,1	259	12,2	274	101	106
manager magazin	8,9	191	10,4	233	117	122
Wirtschaftswoche	10,2	218	8,5	191	84	88
Handwerk magazin	9,4	202	8,3	186	88	92
DM	7,9	169	6,0	134	76	79
Finanzen	5,5	117	5,6	126	103	108
Impulse	5,5	118	5,1	114	93	97
Der Handel.	4,7	100	5,0	112	107	112
Creditreform	3,8	82	4,8	107	125	130
Markt+Mittelstand	4,5	96	4,5	101	101	105
Börse Online	4,5	97	3,5	79	78	81
Focus Money	4,1	87	2,8	62	68	71
Geld Idee	3,0	65	2,3	51	75	78
<b>Zeitungen</b>						
FAZ	12,3	264	11,0	247	90	94
Handelsblatt	11,7	251	10,6	238	91	95
Süddeutsche Zeitung	9,7	208	10,3	231	106	111
Welt am Sonntag	9,4	202	10,1	227	108	112
Die Welt	7,8	167	7,4	165	95	99
Die Zeit	6,6	141	7,3	164	112	116
VDI Nachrichten	5,7	123	6,2	139	108	113
Financial Times D	3,0	64	4,1	92	138	144
Frankf.Rundschau	3,7	80	2,8	63	76	79
Euro am Sonntag	3,8	82	2,5	55	64	67
Basis	100	2145	100	2237	100	104
*ohne die Newcomer brandeins, Pro Firma und Junge Karriere						



## Angestellte

Die LAE erfasst Angestellte verschiedener Hierarchiestufen, vom Vorstand bzw. Geschäftsführer bis zum Sachgebietsleiter.

Voraussetzung für die Einbeziehung in die LAE 2003 ist ein persönliches Nettomonatseinkommen von mindestens 2.750 Euro (alte Bundesländer) bzw. 2.250 Euro (neue Bundesländer).

Angestellte in der LAE	Reichweite LAE 2001		Reichweite LAE 2003		Veränderung	
	in %	in Tsd.	in %	in Tsd.	Index %	Index TSD
<b>Zeitschriften*</b>						
Focus	27,6	290	32,4	381	117	131
Der Spiegel	25,5	267	28,5	336	112	126
<i>stern</i>	22,9	240	25,7	303	113	126
Capital	12,6	132	14,4	169	114	128
manager magazin	10,8	113	13,4	158	125	140
Wirtschaftswoche	12,3	129	10,5	123	85	95
DM	9,1	95	7,7	91	85	96
Finanzen	5,8	61	7,7	91	133	149
Handwerk magazin	7,0	73	6,5	77	94	105
Der Handel.	4,0	42	6,0	71	151	169
Creditreform	3,6	38	5,8	68	160	179
Impulse	5,2	55	5,8	68	110	124
Börse Online	5,5	58	4,8	56	86	97
Markt+Mittelstand	3,8	39	4,6	54	124	138
Focus Money	4,0	42	3,0	35	74	83
Geld Idee	3,6	37	2,5	29	70	78
<b>Zeitungen</b>						
Handelsblatt	14,1	148	14,6	172	104	116
FAZ	13,0	137	12,2	144	94	105
Süddeutsche Zeitung	10,3	108	11,6	137	113	127
Welt am Sonntag	8,5	89	9,7	114	114	128
Die Welt	7,9	83	7,8	92	99	111
VDI Nachrichten	8,4	88	7,6	90	91	102
Die Zeit	6,2	65	5,9	70	96	108
Financial Times D	3,4	36	5,4	64	159	178
Euro am Sonntag	3,5	37	3,1	37	89	100
Frankf.Rundschau	3,7	39	3,1	37	85	95
Basis	100	1050	100	1177	100	112

\*ohne die Newcomer brandeins, Pro Firma und Junge Karriere



## Selbstständige

Selbstständige (ohne Land- u. Forstwirtschaft, Fischerei u. Fischzucht) erfasst die LAE, wenn sie mindestens sechs Beschäftigte haben. Damit ist der zahlenmäßig größte Teil des unternehmerischen Mittelstandes ausgeklammert.

Mit Ausnahme des *stern* verlieren alle Magazine an Prozent-Reichweite in dieser Zielgruppe.

	Reichweite LAE 2001		Reichweite LAE 2003		Veränderung	
	in %	in Tsd.	in %	in Tsd.	Index %	Index TSD
<b>Zeitschriften*</b>						
Focus	27,6	148	26,0	134	94	91
<i>stern</i>	20,8	111	21,5	111	104	100
Der Spiegel	21,0	112	19,8	102	94	91
Handwerk magazin	22,2	119	19,4	100	87	84
Capital	10,4	56	8,7	45	83	80
Wirtschaftswoche	9,1	49	7,6	39	83	80
Markt+Mittelstand	8,8	47	7,4	38	84	81
Der Handel.	9,3	50	7,2	37	77	74
manager magazin	7,9	42	6,6	34	84	81
Impulse	7,2	38	5,2	27	74	71
Creditreform	6,0	32	4,8	25	81	78
DM	5,8	31	4,1	21	70	68
Finanzen	4,6	24	3,7	19	82	79
Focus Money	3,4	18	2,7	14	81	78
Börse Online	3,7	20	2,1	11	57	55
Geld Idee	2,4	13	1,9	10	80	77
<b>Zeitungen</b>						
Welt am Sonntag	8,8	47	9,1	47	104	100
Süddeutsche Zeitung	7,6	41	7,6	39	99	95
Handelsblatt	11,3	60	7,4	38	66	63
FAZ	7,1	38	6,0	31	85	82
Die Welt	6,0	32	5,8	30	97	94
VDI Nachrichten	3,5	18	5,4	28	161	156
Die Zeit	2,8	15	3,9	20	138	133
Euro am Sonntag	4,4	24	1,9	10	43	42
Financial Times D	2,0	11	1,9	10	94	91
Frankf.Rundschau	2,8	15	1,2	6	41	40
Basis	100	535	100	516	100	96
*ohne die Newcomer brandeins, Pro Firma und Junge Karriere						



## Freie Berufe

Nur Freiberufler mit Arbeitgeberfunktion werden in der LAE berücksichtigt, d.h., sie müssen mindestens einen Beschäftigten haben. Der größte Teil der Freiberufler ist im Gesundheitswesen tätig.

Bei ihnen gewinnt der *Spiegel* an Reichweite hinzu. Die beiden anderen aktuellen Wochenmagazine verlieren, der *stern* stärker als *Focus*.

	Reichweite LAE 2001		Reichweite LAE 2003		Veränderung	
	in %	in Tsd.	in %	in Tsd.	Index %	Index TSD
<b>Zeitschriften*</b>						
Der Spiegel	32,3	105	35,4	113	110	108
Focus	34,4	112	32,3	103	94	92
<i>stern</i>	27,8	90	24,8	79	89	88
Capital	14,7	48	11,6	37	79	77
manager magazin	7,2	23	9,1	29	128	126
Wirtschaftswoche	6,9	22	6,3	20	93	91
Impulse	6,3	20	4,4	14	71	70
DM	7,9	26	3,8	12	47	46
Creditreform	3,0	10	3,4	11	112	110
Finanzen	6,7	22	3,4	11	51	50
Focus Money	5,9	19	2,8	9	48	47
Börse Online	3,8	12	2,5	8	68	67
Geld Idee	2,4	8	2,2	7	89	88
Markt+Mittelstand	1,9	6	1,9	6	102	100
Der Handel.	2,1	7	1,3	4	58	57
Handwerk magazin	1,4	4	1,3	4	102	100
<b>Zeitungen</b>						
Welt am Sonntag	12,7	41	12,5	40	99	98
FAZ	14,9	48	11,6	37	79	77
Die Zeit	9,2	30	11,3	36	122	120
Süddeutsche Zeitung	7,7	25	8,8	28	114	112
Die Welt	9,3	30	7,5	24	82	80
Handelsblatt	7,3	24	5,0	16	68	67
Financial Times D	3,2	10	4,1	13	132	130
Frankf.Rundschau	4,0	13	2,8	9	71	69
VDI Nachrichten	1,8	6	2,5	8	136	133
Euro am Sonntag	4,1	13	1,9	6	47	46
Basis	100	325	100	319	100	98
*ohne die Newcomer brandeins, Pro Firma und Junge Karriere						



## Beamte

Die LAE berücksichtigt alle Beamten ab Besoldungsstufe A 14, d.h. die Spitze der Beamtenschaft wird vollständig einbezogen. Viele Planer messen den Beamten für die B2B-Kommunikation mindere Bedeutung zu.

Der *stern* verliert hier kräftig an Reichweite, während *Spiegel* und *Focus* prozentual zulegen.

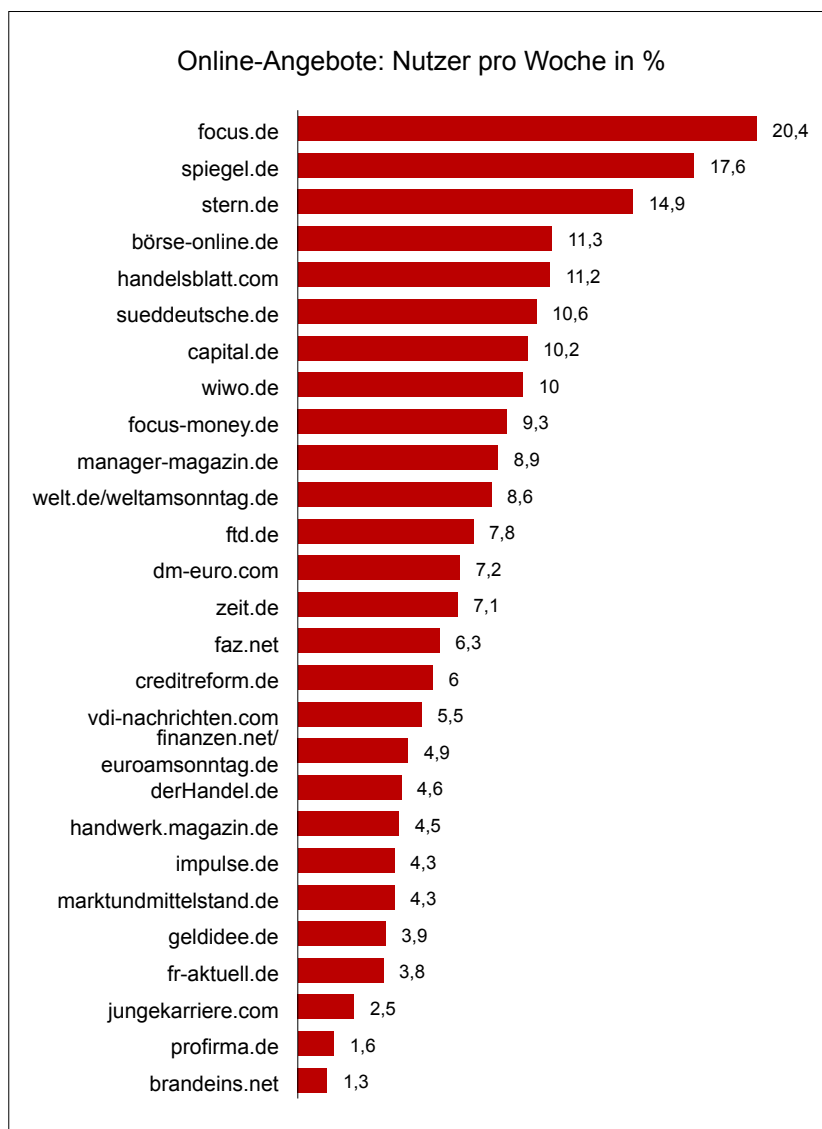
	Reichweite LAE 2001		Reichweite LAE 2003		Veränderung	
	in %	in Tsd.	in %	in Tsd.	Index %	Index TSD
<b>Zeitschriften*</b>						
Der Spiegel	38,0	89	40,4	91	107	102
Focus	31,5	74	32,0	72	102	97
<i>stern</i>	28,8	68	25,3	57	88	84
Capital	10,0	23	9,8	22	100	96
manager magazin	5,2	12	5,3	12	104	100
DM	7,2	17	4,4	10	61	59
Wirtschaftswoche	7,6	18	4,0	9	52	50
Finanzen	4,1	10	2,2	5	52	50
Handwerk magazin	2,5	6	2,2	5	87	83
Geld Idee	2,8	7	2,2	5	75	71
Impulse	2,0	5	1,8	4	84	80
Börse Online	3,1	7	1,8	4	60	57
Focus Money	3,5	8	1,8	4	52	50
Creditreform	0,8	2	1,3	3	157	150
Markt+Mittelstand	1,4	3	1,3	3	104	100
Der Handel.	0,7	2	0,4	1	52	50
<b>Zeitungen</b>						
Die Zeit	13,7	32	16,9	38	124	119
FAZ	17,1	40	15,6	35	91	88
Süddeutsche Zeitung	14,5	34	12,0	27	83	79
Welt am Sonntag	10,5	25	11,6	26	109	104
Die Welt	9,1	21	8,9	20	99	95
VDI Nachrichten	4,5	11	5,8	13	123	118
Handelsblatt	8,3	19	5,3	12	66	63
Frankf.Rundschau	5,6	13	4,9	11	88	85
Financial Times D	3,2	7	2,2	5	75	71
Euro am Sonntag	3,4	8	1,3	3	39	38
Basis	100	235	100	225	100	96
*ohne die Newcomer brandeins, Pro Firma und Junge Karriere						



### Wochen-Reichweite der Online-Angebote

Obwohl das Senden und Empfangen von E-Mails in der LAE nicht mitgezählt wird - für die Werbewirtschaft ist schließlich die Nutzung der Netzinhalte interessant - gehen 28 Prozent der Entscheider mehrmals täglich ins Web, weitere 20 Prozent jeden Tag und 26 Prozent mehrmals in der Woche. Lediglich 9 Prozent verfügen nicht über einen Zugang zum Internet.

Die aktuellen Wochenmagazine führen auch im digitalen Datennetz das Ranking an. *Focus*, *Spiegel* und *stern* erzielen mit ihren Online-Angeboten die höchsten Wochen-Reichweiten bei den deutschen Führungskräften.



Basis: Alle Entscheider (2.237.000 Personen)  
Quelle: LAE 2003



### Tages-Reichweite der meisten TV-Sender sinkt

Regelmäßig (i.A. täglich) nutzen laut LAE 2003 53,3 Prozent *ARD* und 39,2 Prozent *ZDF*. *RTL* kommt als stärkster Privatsender auf 21,0 Prozent, *SAT 1* liegt mit 17,5 Prozent auf dem Niveau der dritten Programme der *ARD*. Der Nachrichtensender *n-tv* erreicht mit 11,8 Prozent eine ebenso hohe Tagesreichweite wie *ProSieben*.



Wegen der abendlichen Werbebeschränkungen bei den öffentlich-rechtlichen Sendern zielt ein Großteil aller TV-Spots an den einflussreichen Meinungsbildnern aus den Chefetagen vorbei.

Im Vergleich zur LAE 2001 werden fast alle Sender seltener eingeschaltet. Das wird besonders bei der Tagesreichweite deutlich (siehe Tabelle). Hier verlieren auch *ARD* und *ZDF*, während *RTL* und *VOX* geringfügig zulegen. Bei den Nachrichtensendern schlagen Substitutionseffekte zugunsten von *N 24* und zu Lasten von *n-tv* zu Buche. Der deutsch-französische Kultursender *arte* kann sich verbessern, und *Phoenix* legt bei der gelegentlichen Nutzung deutlich zu.

Die sinkenden Tages-Reichweiten der TV-Sender sind möglicherweise ein Hinweis auf die Substitutionskonkurrenz durch das Internet.

Reichweiten der TV-Sender						
Sender*	Regelmäßig genutzt (i.A. täglich)			Gelegentlich genutzt (2- bis 3-mal wöchentlich)		
	LAE 2001 (%)	LAE 2003 (%)	Index	LAE 2001 (%)	LAE 2003 (%)	Index
ARD, 1. Progr.	58,7	53,3	91	86,7	85,8	99
ZDF	46,7	39,2	84	81,7	78,5	96
RTL	20,8	21,0	101	59,3	60,0	101
ARD, 3. Progr.	22,2	17,5	79	50,8	44,9	88
SAT.1	19,6	17,5	89	58,5	55,3	95
n-tv	15,7	11,8	75	36,7	34,1	93
ProSieben	12,1	11,8	98	43,1	44,6	103
VOX	4,7	4,8	102	24,3	26,3	108
N 24	2,2	4,4	200	7,7	17,2	223
RTL II	5,3	4,3	81	24,1	19,3	80
3 SAT	5,5	4,0	73	23,7	19,2	81
Premiere	4,6	4,0	87	9,7	9,9	102
Kabel 1	5,1	3,6	71	21,8	19,8	91
DSF	8,8	3,3	38	29,3	16,9	58
arte	2,5	2,8	112	10,3	11,1	108
Eurosport	7,0	2,6	37	24,6	14,8	60
Phoenix	2,2	2,1	95	7,7	9,9	129
Bloomberg-TV	1,4	1,0	71	4,4	3,8	86
XXP	-	0,3	-	-	1,5	-

\* Ranking nach Tages-Reichweite 2003  
Basis: Alle Entscheidungsträger (2.237.000 Personen)  
Quelle: LAE

