

LAE 2019

Süddeutsche Zeitung weiterhin die Nr. 1 unter den Zeitungen



SZ
Media

Bei Entscheidern erfolgreich

Die Marke Süddeutsche Zeitung

791.000

Leser pro Ausgabe bzw. Nutzer pro Woche
der Süddeutschen Zeitung und/oder von SZ.de

394.000

Leser pro Ausgabe der Süddeutschen Zeitung (Print)

573.000

Nutzer pro Woche von SZ.de

* Einzeltitel ohne Kombinationen
Markenleistung: Reichweite aus Print (LpA) und Digital (NpW)

Quelle: Leseranlyse Entscheidungsträger (LAE) 2019; Entscheidungsträger insgesamt in Deutschland: 2,90 Mio. Personen



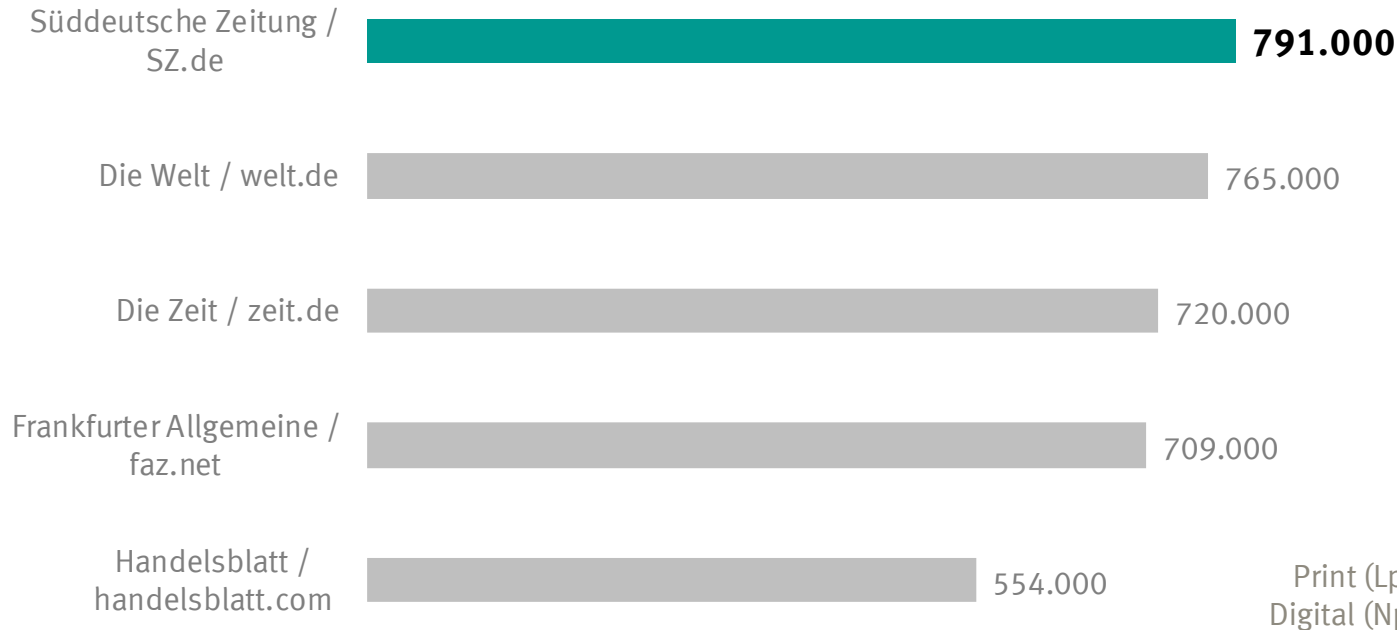
- ▶ **Crossmedial** erreichen die Angebote der **Süddeutschen Zeitung** bei den Entscheidern insgesamt 791.000 Leser (Reichweite 27,3%)
- ▶ Die **Süddeutsche Zeitung** (Print) erreicht 394.000 Leser und hat damit eine Reichweite von 13,6%. Sie bestätigt damit ihre Nr. 1-Position unter den überregionalen Tages- und Wochenzeitungen*
- ▶ **SZ.de** wird wöchentlich von 573.000 Entscheidern via Online, Mobile und/oder App(s) genutzt



SZ
Media

Crossmedial top bei Entscheidern ...

... im Umfeld der Tages- und Wochenzeitungen*



* Einzeltitel ohne Kombinationen

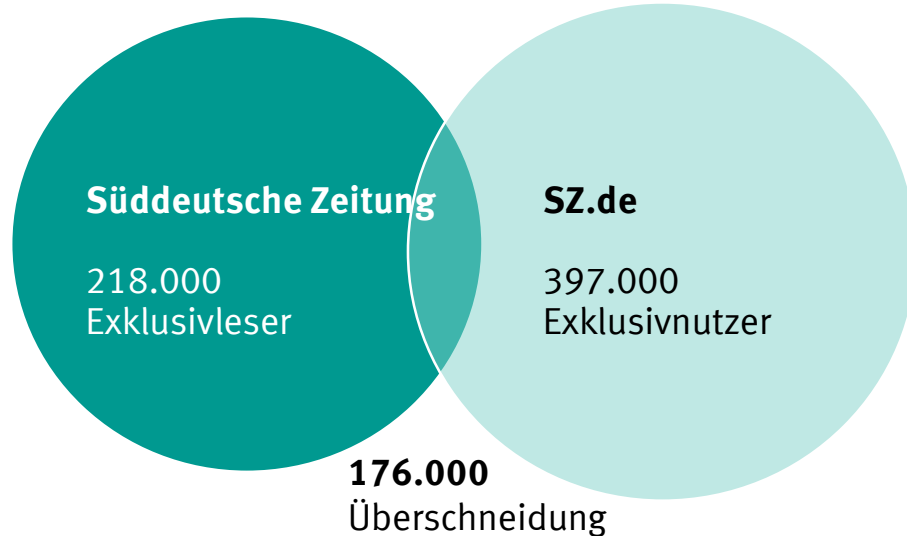
Quelle: Leseranalyzer Entscheidungsträger (LAE) 2019; Entscheidungsträger gesamt in Deutschland: 2,90 Mio. Personen

Die Süddeutsche Zeitung crossmedial

791.000 Entscheider lesen die Angebote der SZ

Süddeutsche Zeitung
394.000 Leser pro Ausgabe

SZ.de
573.000 Nutzer pro Woche

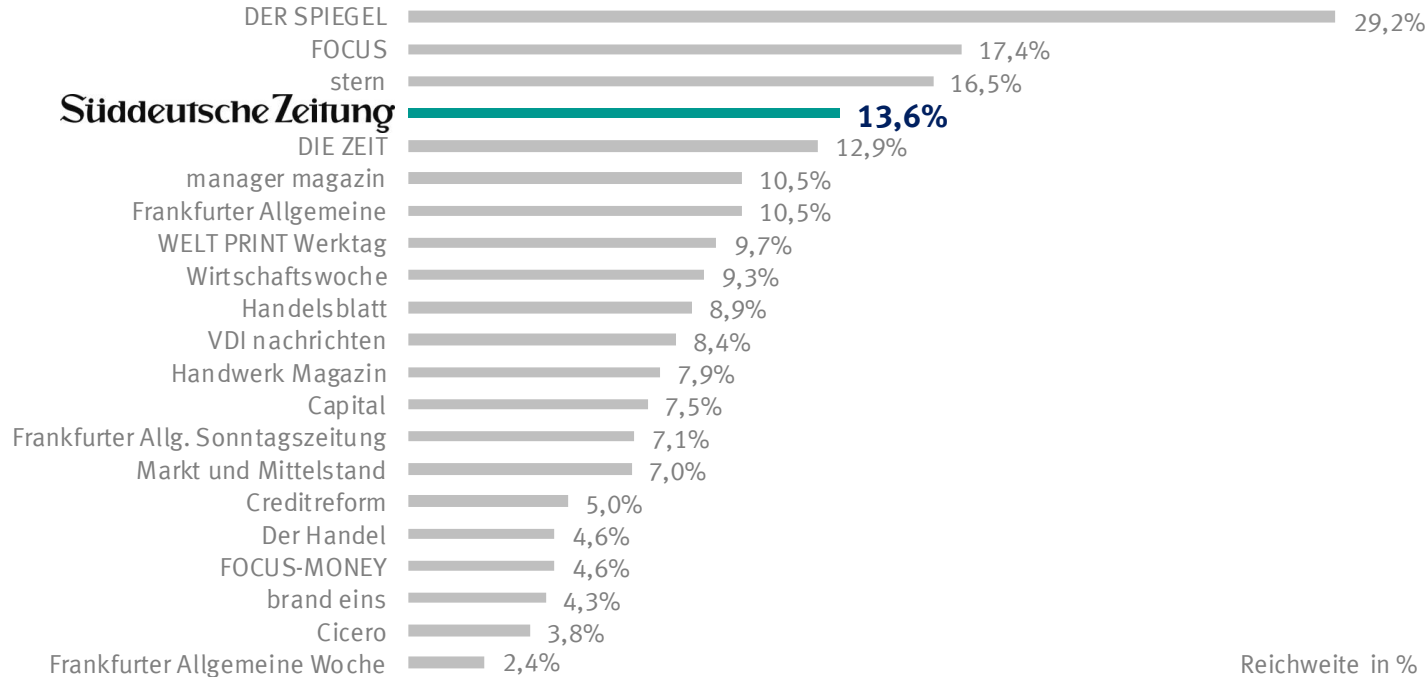


- ▶ Insgesamt lesen 791.000 Entscheider mindestens ein SZ-Produkt – auf Papier oder digital (online, mobil, per App)
- ▶ 218.000 davon lesen täglich exklusiv die gedruckte SZ und zählen nicht zu den wöchentlichen Nutzern der digitalen SZ-Angebote
- ▶ 397.000 sind wöchentliche Exklusiv-Nutzer der digitalen SZ-Angebote, die keine gedruckte SZ lesen
- ▶ 176.000 Entscheider lesen die SZ gedruckt (täglich) und digital (wöchentlich)



Top Platzierung unter allen LAE-Titeln*

Nach den Nachrichten-Magazinen auf Platz 4



Reichweite in %

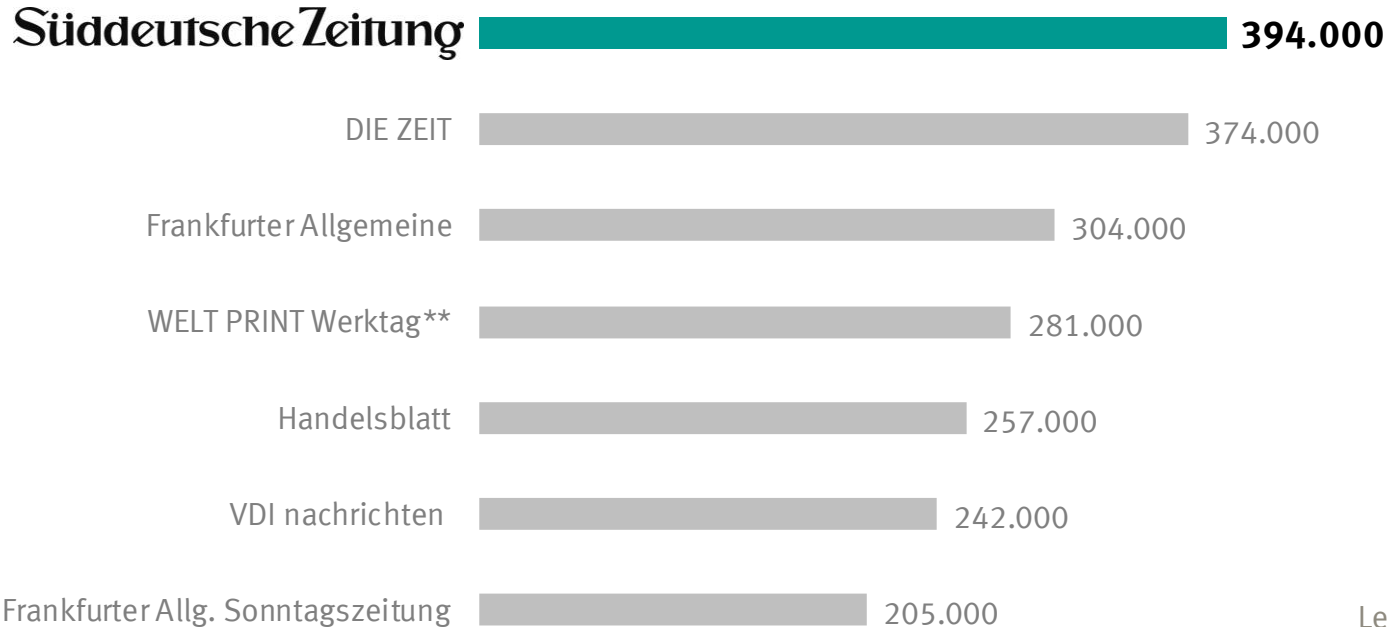


* Einzeltitel ohne Kombinationen / ** WELT PRINT Werktag = Die Welt/Welt kompakt; Welt am Sonntag wird nicht mehr einzeln ausgewiesen

Quelle: Leseranlyse Entscheidungsträger (LAE) 2019; Entscheidungsträger gesamt in Deutschland: 2,90 Mio. Personen = 100%

Nr. 1 der Tages- und Wochenzeitungen*

Bei Entscheidern erfolgreich



Leser



* Einzeltitel ohne Kombinationen / ** WELT PRINT Werktag = Die Welt/Welt kompakt; Welt am Sonntag wird nicht mehr einzeln ausgewiesen

Quelle: Leseranalse Entscheidungsträger (LAE) 2019; Entscheidungsträger gesamt in Deutschland: 2,90 Mio. Personen

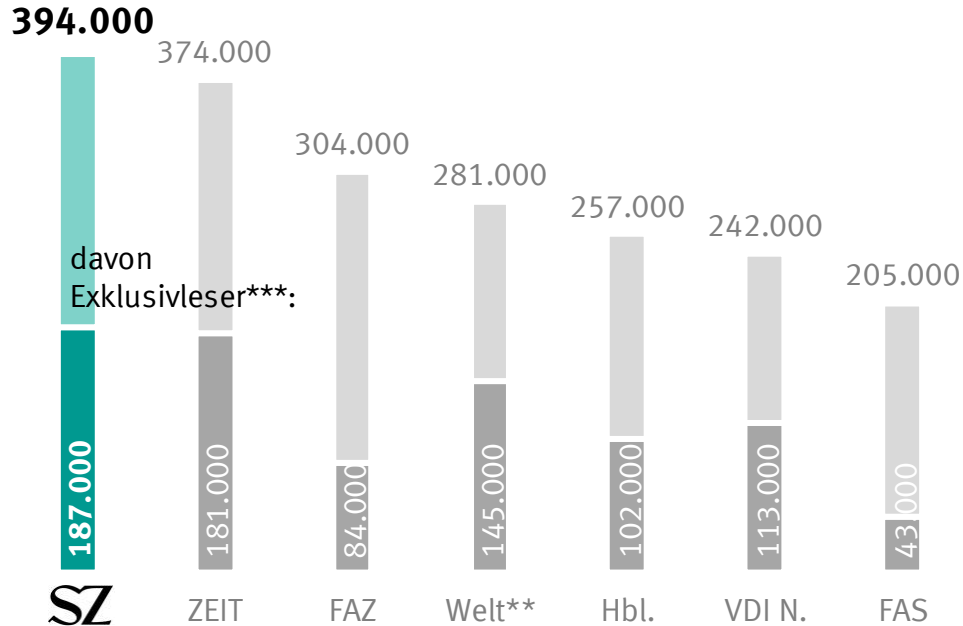


Die SZ bietet die meisten Exklusivleser ...

... im Umfeld der Tages- und Wochenzeitungen*



Leser



- ▶ Viele Entscheider lesen die Süddeutsche Zeitung exklusiv***
- ▶ Von den 394.000 SZ-Lesern in der Entscheiderzielgruppe können 187.000 nicht durch andere in der LAE erhobene Tages- oder Wochenzeitungen* erreicht werden



* Einzeltitel ohne Kombinationen / ** WELT PRINT Werktag = Die Welt/Welt kompakt; Welt am Sonntag wird nicht mehr einzeln ausgewiesen

*** Leser der jeweiligen Tages- oder Wochenzeitung, die keinen der anderen dargestellten Titel nutzen

Quelle: Leseranalyse Entscheidungsträger (LAE) 2019; Entscheidungsträger gesamt in Deutschland: 2,90 Mio. Personen

SZ
Media

B2B-Zielgruppen

Überdurchschnittliche SZ-Reichweiten in relevanten b2b-Zielgruppen



SZ-Reichweite in %

- | | |
|--|-------|
| ▶ Entscheidungsträger gesamt | 13,6% |
| ▶ B2B-Zielgruppen-Beispiele: | |
| • Leitende Angestellte gesamt | 16,2% |
| • Leitende Angestellte in Großbetrieben mit 1.000 und mehr Beschäftigten | 16,1% |
| • Am Entscheidungsprozess Beteiligte Forschung/Entwicklung/Konstruktion | 15,7% |



SZ
Media

B2C-Zielgruppen

Stark bei Finanzanlegern



SZ-Reichweite in %

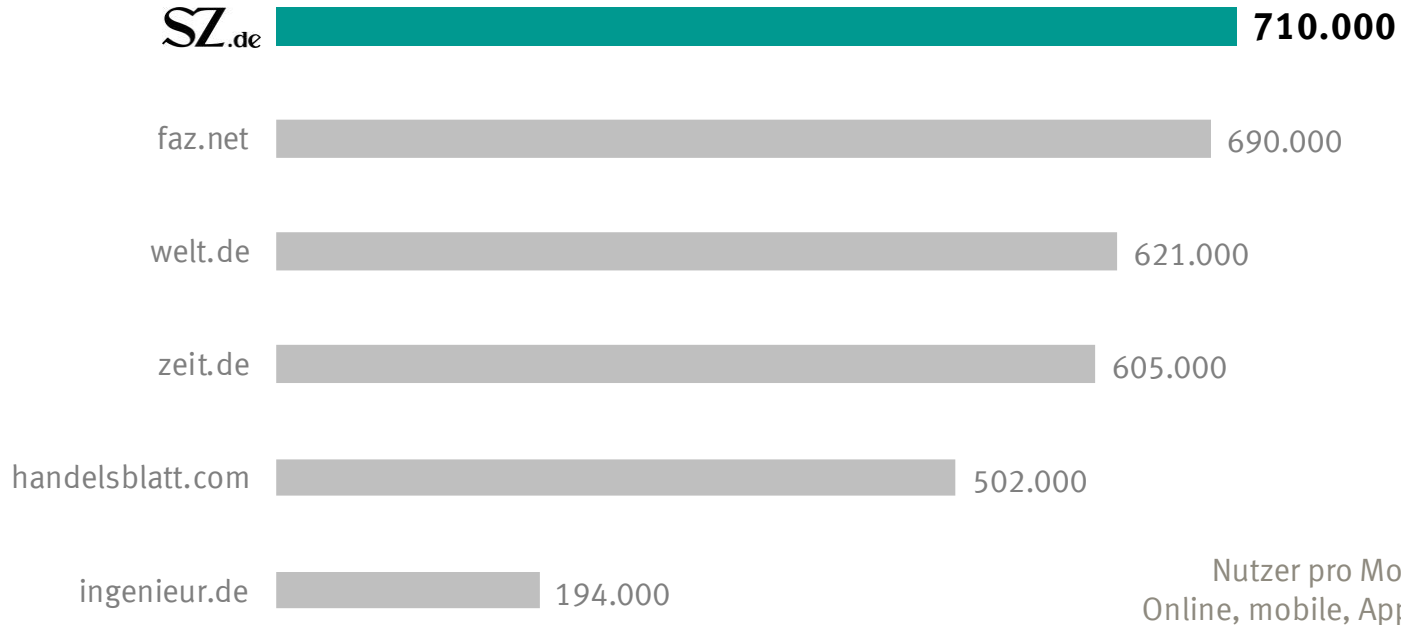
▶ Entscheidungsträger gesamt	13,6%
▶ B2C-Zielgruppen-Beispiele	
Besitz:	
• Derivate, Zertifikate	21,2%
• Anteile an offenen Immobilienfonds	16,5%
• Aktien	16,5%
• Anteile an Investment-/Aktienfonds	15,3%
• Gold, Silber, Platin (Münzen, Barren)	14,4%



SZ
Media

Auch digital bei Entscheidern die Nr. 1 ...

... im Umfeld der Digital-Angebote von Tages- und Wochenzeitungen*



Nutzer pro Monat
Online, mobile, App(s)

* Einzeltitel ohne Kombinationen

Quelle: Leseranlyse Entscheidungsträger (LAE) 2019; Entscheidungsträger gesamt in Deutschland: 2,90 Mio. Personen



Die LAE 2019

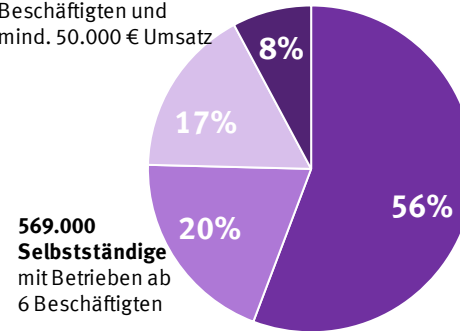
Studiensteckbrief

- ▶ Grundgesamtheit: (Top-) Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung
= 2.898.000 Personen
- ▶ Fallzahl: 8.001 Interviews
- ▶ Stichprobe: Quoten-Auswahl
- ▶ Medien: 21 Titel (Print) sowie deren Online-, Smartphone- und Tablet-Angebote
- ▶ Inhalte: Demografische Merkmale, Branche, Unternehmensgröße, Entscheidungsbefugnis, Funktion im Unternehmen, private Geldanlagen
- ▶ Träger: Service Gesellschaft Werbeagenturen (GWA) in Zusammenarbeit mit den beteiligten Verlagen
- ▶ Erhebung: Ab 2011 jährlich in Deutschland
- ▶ Nutzungsrecht: Alle Mitglieder

Grundgesamtheit

486.000 Freiberufler
mit Arbeitgeberfunktion,
d.h. mit mind. 1 zusätzl.
Beschäftigten und
mind. 50.000 € Umsatz

227.000 Beamte
ab Besoldungsgr. A14



569.000 Selbstständige
mit Betrieben ab
6 Beschäftigten

1.616.000 Angestellte
mit leitenden bzw. verantwortlichen
Tätigkeiten und persönlichem
Netto-Monatseinkommen
von 3.400 Euro und mehr

Anmerkung: Die originär erhobenen Digital-Werte werden hinsichtlich ihres Potenzials, also hinsichtlich der von ihnen insgesamt in der LAE erreichten Nutzer, an technisch gemessenen Werten so kalibriert, dass die entstehenden Werte als zu einer technischen Messung äquivalent betrachtet werden können

Quelle: Leseranalyse Entscheidungsträger (LAE) 2019; Entscheidungsträger gesamt in Deutschland: 2,90 Mio. Personen = 100%

