

# 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 gesamt in Deutschland: 2,90 Mio. Personen



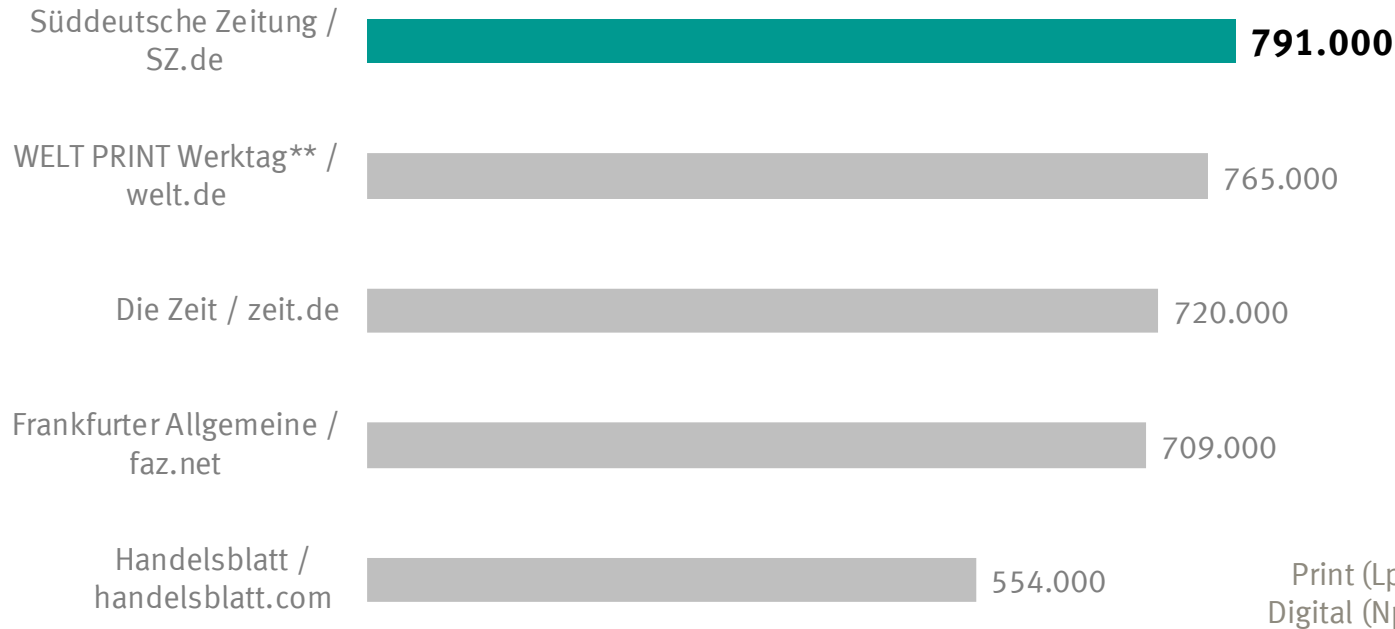
- ▶ **Crossmedial** erreichen die Angebote der **Süddeutschen Zeitung** bei den Entscheidern insgesamt 791.000 Leser (Reichweite 27,3%)
- ▶ Die **Süddeutsche Zeitung** (Print) erreicht 394.000 Leser und hat damit eine Reichweite von 13,6%. Sie bestätigt damit ihre Nr. 1-Position unter den überregionalen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



**SZ**  
Media

# Crossmedial top bei Entscheidern ...

... im Umfeld der Tages- und Wochenzeitungen\*



\* Einzeltitel ohne Kombinationen / \*\* WELT PRINT Werktag = Die Welt/Welt kompakt

Digitale Nutzung: stationär, mobile, Apps

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

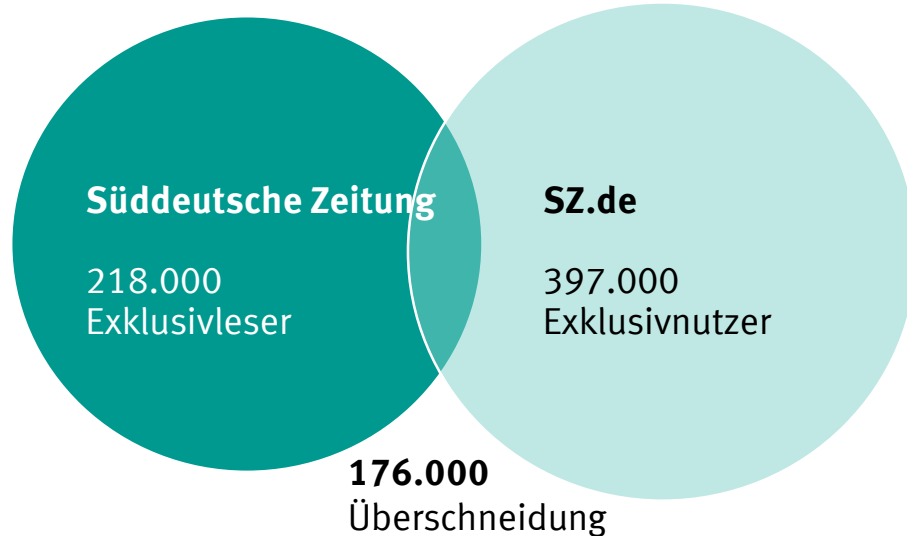


# Die Süddeutsche Zeitung crossmedial

791.000 Entscheider lesen die Angebote der SZ

**Süddeutsche Zeitung**  
394.000 Leser pro Ausgabe

**SZ.de**  
573.000 Nutzer pro Woche

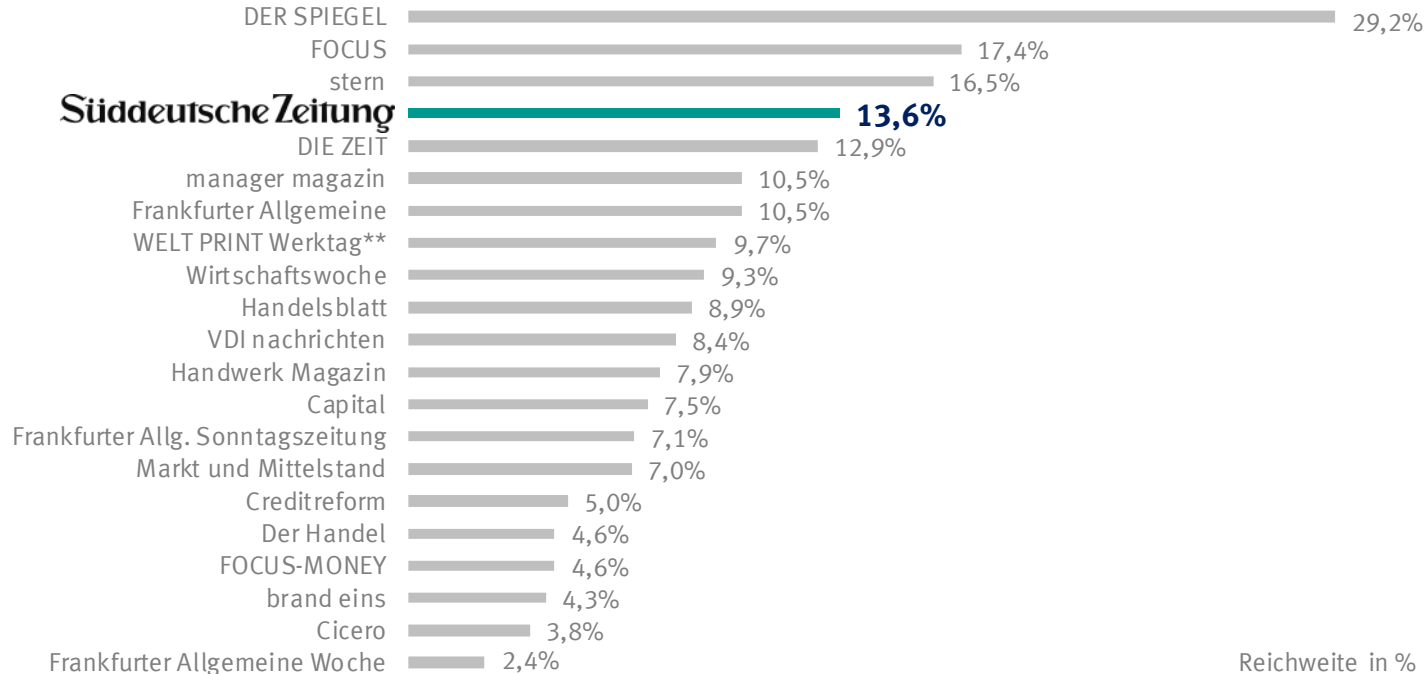


- ▶ Insgesamt lesen 791.000 Entscheider mindestens ein SZ-Produkt – auf Papier oder digital (stationär, mobile, Apps)
- ▶ 218.000 davon lesen täglich exklusiv die gedruckte SZ und zählen nicht zu den wöchentlichen Nutzern der digitalen SZ-Angebote
- ▶ 397.000 sind wöchentliche Exklusiv-Nutzer der digitalen 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 %



**SZ**  
Media

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

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

# Nr. 1 der Tages- und Wochenzeitungen\*

Bei Entscheidern erfolgreich



**Süddeutsche Zeitung** 394.000

DIE ZEIT 374.000

Frankfurter Allgemeine 304.000

WELT PRINT Werktag\*\* 281.000

Handelsblatt 257.000

VDI nachrichten 242.000

Frankfurter Allg. Sonntagszeitung 205.000

Leser



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

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

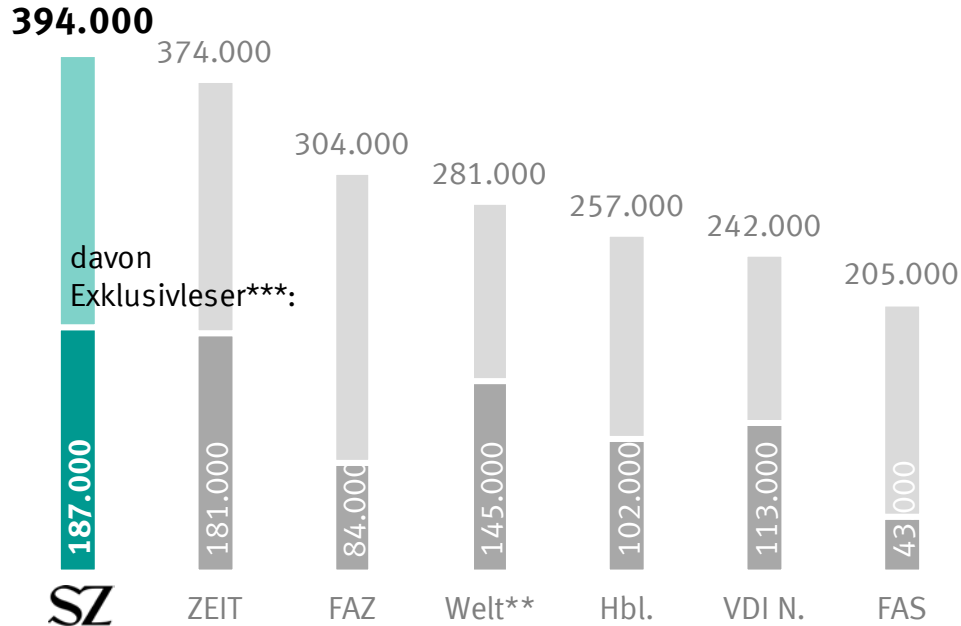


# Die SZ bietet die meisten Exklusivleser ...

... 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

# B2B-Zielgruppen

Überdurchschnittliche SZ-Reichweiten in relevanten b2b-Zielgruppen



	SZ-Reichweite in %
▶ Entscheidungsträger gesamt	13,6%
▶ <b>B2B-Zielgruppen-Beispiele:</b>	
• 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%





# B2C-Zielgruppen

Stark bei Finanzanlegern



## SZ-Reichweite in %

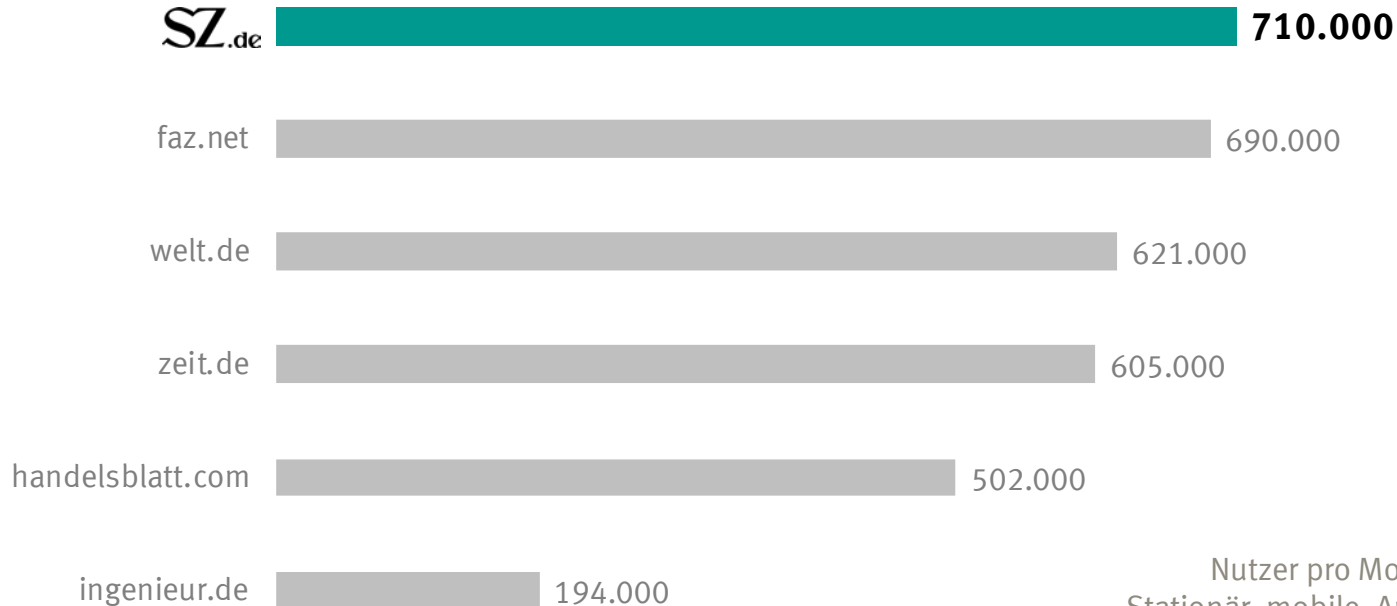
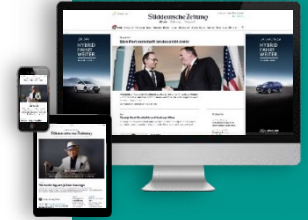
▶ Entscheidungsträger gesamt	13,6%
▶ <b>B2C-Zielgruppen-Beispiele</b>	
<b>Besitz:</b>	
• Derivate, Zertifikate	21,2%
• Anteile an offenen Immobilienfonds	16,5%
• Aktien	16,5%
• Anteile an Investment-/Aktienfonds	15,3%
• Gold, Silber, Platin (Münzen, Barren)	14,4%



**SZ**  
Media

# Auch digital bei Entscheidern die Nr. 1 ...

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



Nutzer pro Monat  
Stationär, mobile, Apps

\* Einzeltitel ohne Kombinationen

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

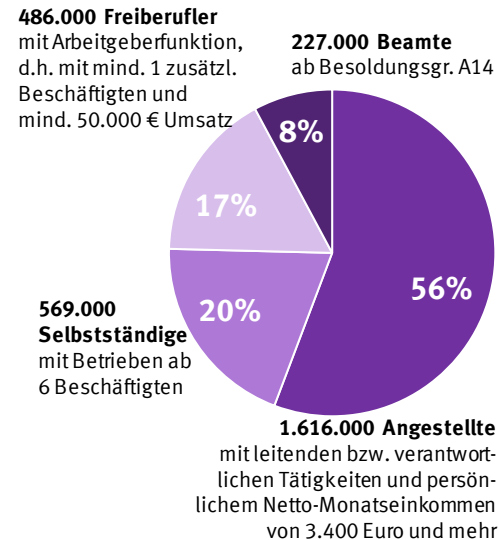


# Die LAE 2019

## 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



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%

