

## ENDBERICHT LAE Leseranalyse Entscheidungsträger 2003

### PROJEKTbeschreibung

#### ZIELSETZUNG:

Die LAE 2003 bringt nach mehrjähriger Pause wieder eine **aktuelle Darstellung des Printmedien-Konsums** einer wesentlichen ökonomischen Zielgruppe in Österreich, nämlich **der wirtschaftlichen Entscheidungsträger**. Das sind Personen, die in Wirtschaftseinheiten (Unternehmen, Institutionen, öffentlichen Einrichtungen und Dienststellen, u.ä.) für „betriebliche“ Beschaffungen und Investitionen verantwortlich sind.

Die LAE 2003 verfolgt einen innovativen Ansatz sowohl bei der

- Stichprobe

Die Stichprobe ist eine (nach Mitarbeiter-Zahl und Region stratifizierte) disproportionale Adress-Zufalls-Stichprobe ALLER Wirtschaftseinheiten, was bisher in der Medienforschung noch nie realisiert wurde. Die Stichprobe ist zweistufig aufgebaut : zuerst werden relevante Struktur-Parameter in bezug auf die Unternehmen und Entscheidungsträger (über ein Spektrum von ca. 20 betrieblichen Funktionen) erfasst, dann erfolgt aus dieser Grundgesamtheit eine Zufalls-Stichprobe für die „Hauptinterviews“ mit den Entscheidungsträgern zum Leseverhalten und anderen „betrieblichen“ Parametern.

als auch bei der

- Feldarbeit

Zum ersten Mal in Österreich (und - soweit geklärt werden konnte - im ganzen deutschsprachigen Raum) wurden bei einer Medien-Gross-Untersuchung als Befragungsmethode CAPI = Computer Assisted Personal Interviews eingesetzt.

- Untersuchungs-Thematik Entscheidungsprozesse

Erstmals wird in der LAE 2003 eine sehr differenzierte Analyse des betrieblichen Entscheidungs-Prozesses vorgenommen, nämlich nach der innerbetrieblichen Funktion UND nach Sachgebiet UND nach Entscheidungsstruktur

Die Studie wird der werbetreibenden Wirtschaft von den beteiligten Verlagen KOSTENFREI zur Verfügung gestellt

## **ERGEBNISSE / STUDIENPARAMETER**

2.542 Netto-Interviews (Gewichtung- & Tabellen-Basis 2.500 Interviews)  
Feldzeit : Juli 2003 bis Jänner 2004

Publikationen / Ergebnisdarstellungen :

- MINI-LAE ( siehe per Post übermittelte Beilage) : Broschüre, die in kompakter Form die Ergebnisse darstellt. Die MINI-LAE wurde in einer Auflage von 4.500 Stück gedruckt und - bis auf einige wenige Restexemplare - kostenfrei an Interessenten aus der (werbetreibenden) Wirtschaft oder anderen Bereichen abgegeben.
- LAE 2003 – Excel-Datei (siehe Anhang) : eine Darstellung der Hauptergebnisse in aufbereiteter, durch Makros verknüpfter Form, die auf Wunsch für werbetreibende Unternehmen zur Verfügung steht
- LAE 2003 Zählbestand – Datenbank : eine durch ein spezielles Auswertungs-Programm (ZERVICE ® der H.T.S. GmbH, das im Bereich der Mediaplanung in Österreich weit verbreitet ist und z.B. auch für die Nutzung der Media-Studien MA Media-Analyse, Regio-Print, Radio-Test u.ä. genutzt wird) Datenbank, die rasche und den individuellen Bedürfnissen angepasste Analysen der LAE 2003 nach Zielgruppen, u.ä. ermöglicht.

Diese Datenbank wurde kostenfrei den heimischen Media-Agenturen & -Beratern

- Aegis HMS & Carat
- Angermann Consultants
- Media1
- MediaCom
- Mediaedge:CIA
- Mediahaus@Austria
- Mindshare
- OMD
- PanMedia
- Plasser MediaConsulting
- Steurer Mediaberatung
- TCM

übermittelt und von ihnen, sowie den an der LAE 2003 beteiligten Verlagen mit einem Zählservice für Service-Leistungen an der werbetreibenden Wirtschaft genutzt.