

DER SPIEGEL ERZIELT IN ALLEN LAE-ZIELGRUPPEN HÖCHSTE REICHWEITEN

Entscheider lesen SPIEGEL



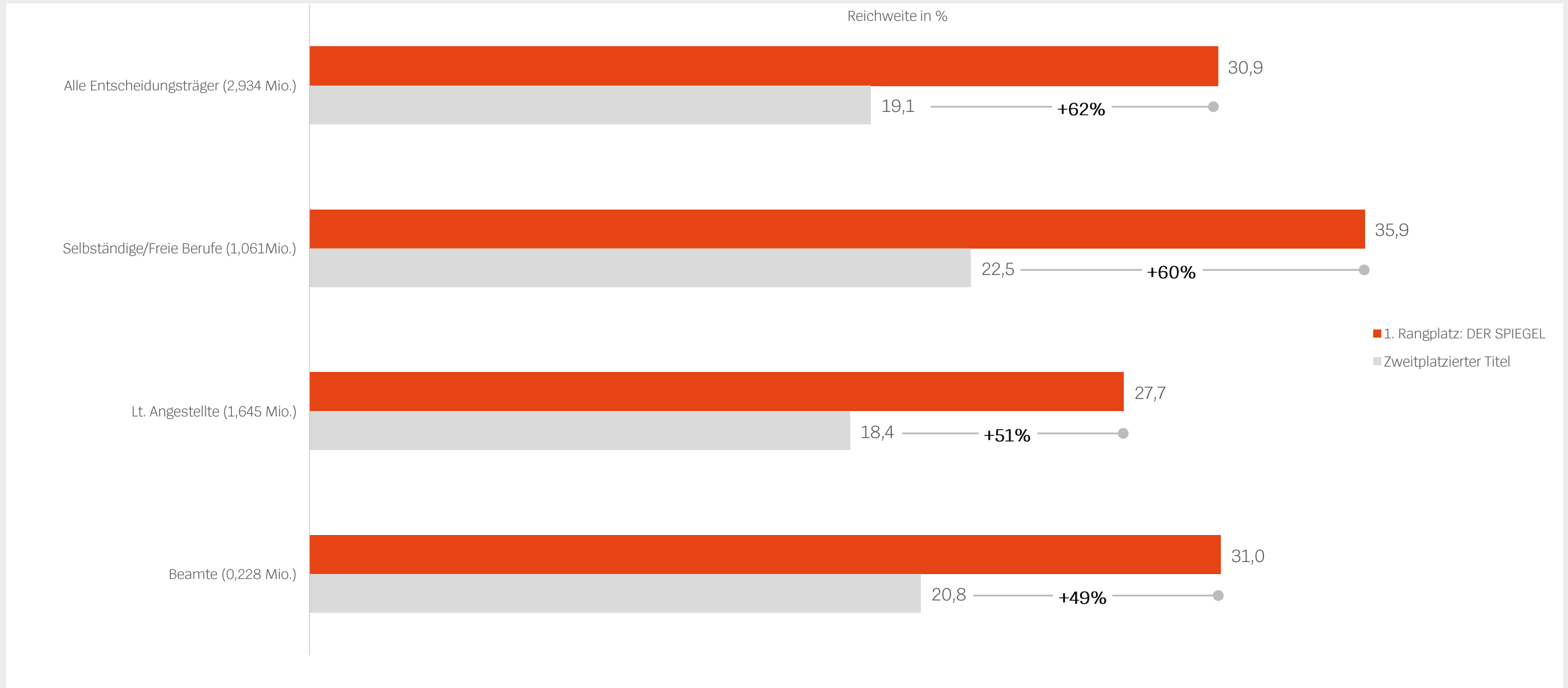


Die LAE gilt „für mehr als 80 Prozent aller Werbeagenturen (...) als die führende Planungsdatei für B-to-B-Kampagnen“.* Sie dokumentiert das Mediennutzungsverhalten der **Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung**, die jedoch gleichzeitig auch eine **kaufkräftige Premiumzielgruppe** sowie **Meinungsführer** in ihrem privaten Umfeld darstellen.

Das wichtigste Magazin für Entscheider aus Wirtschaft und Verwaltung ist nach wie vor DER SPIEGEL: **Jeder dritte Entscheidungsträger (30,9%)** liest den SPIEGEL – damit ist er der reichweitenstärkste aller in der LAE erhobenen Titel (insg. 21). Aber nicht nur das: Der Abstand zum Zweitplatzierten ist signifikant. DER SPIEGEL übersteigt die Reichweite des Zweitplatzierten (19,1%) um 62%!

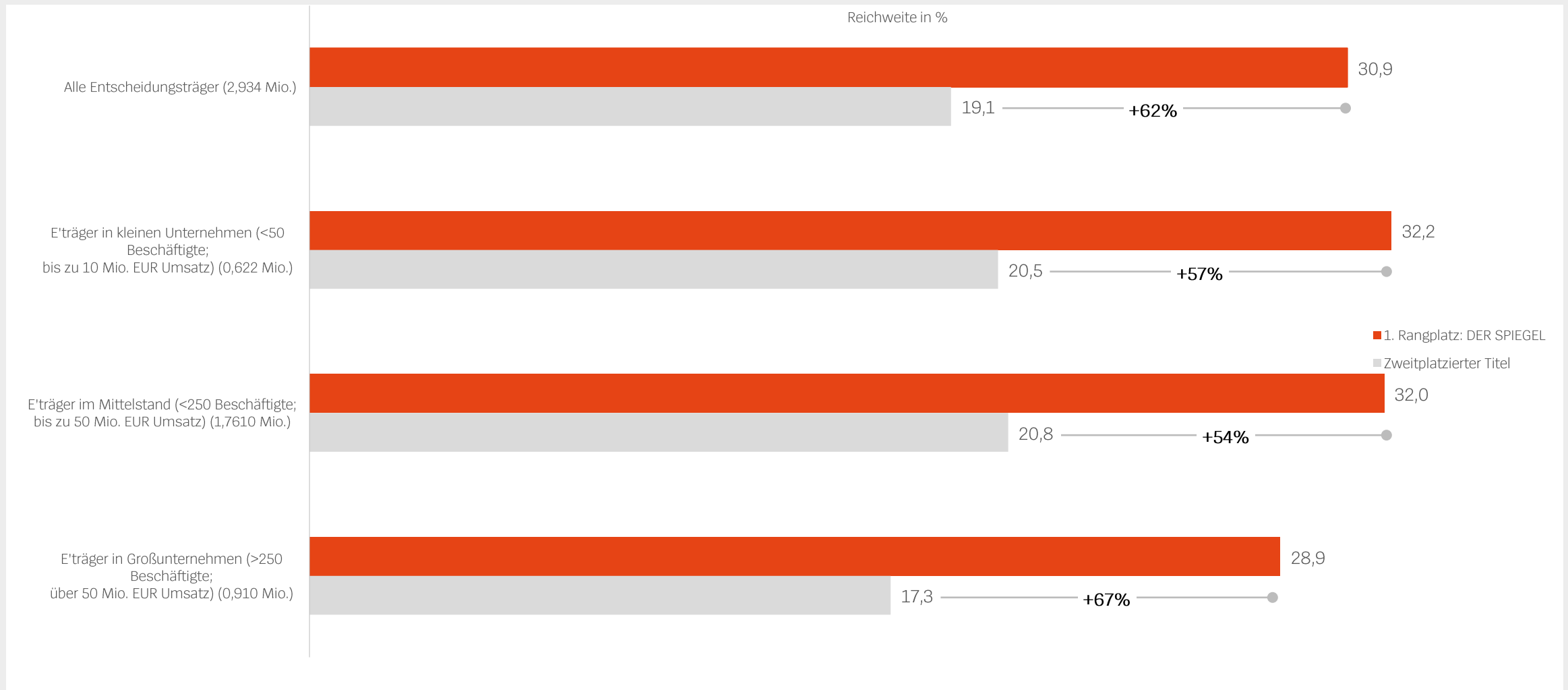
Übrigens: Die SPIEGEL-Reichweite liegt in allen LAE-Teilzielgruppen deutlich über der Reichweite des Zweitplatzierten.

DER SPIEGEL führt in jeder Berufsgruppe



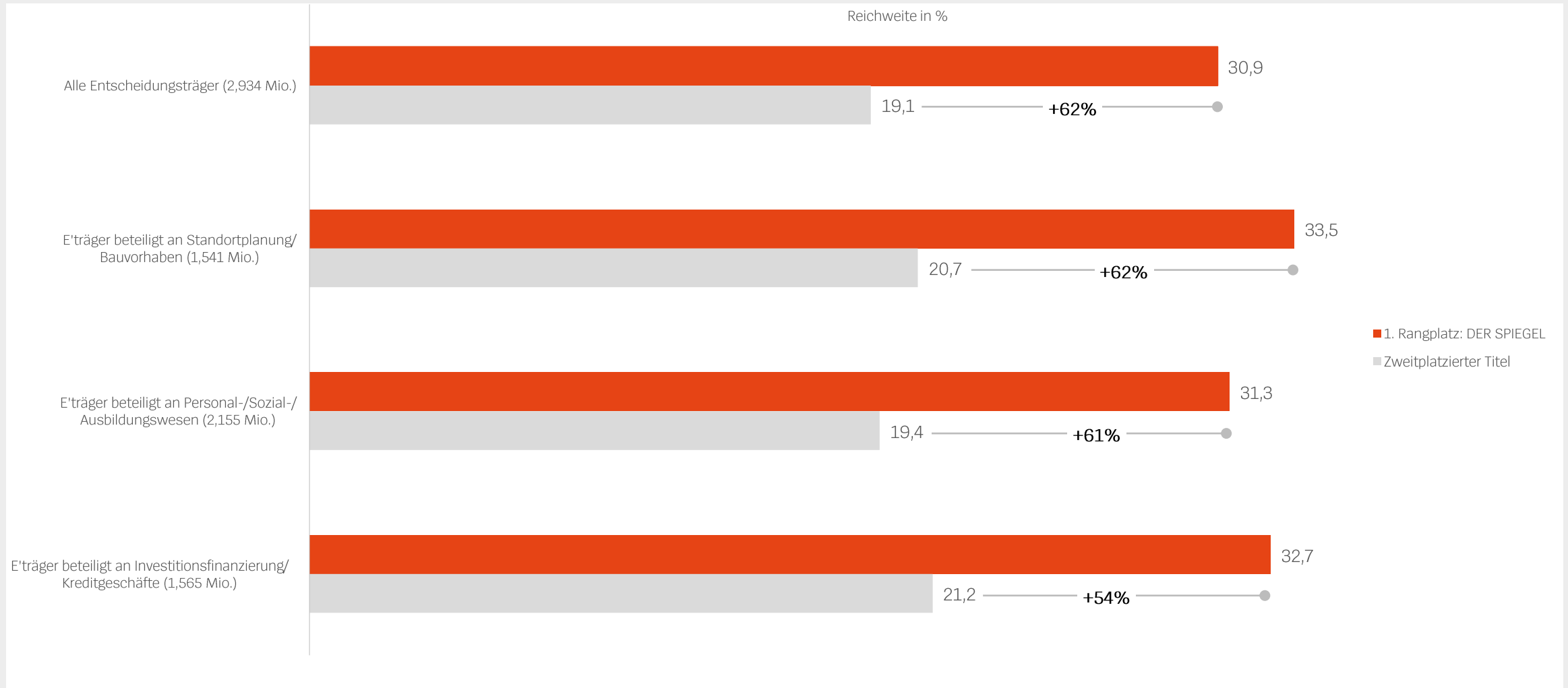
Quelle: LAE 2018; Basis: 2,93 Mio.; Ausgewiesen werden die erst- und zweitplatzierten Titel auf Basis aller erfassten Titel in der LAE (21); Lesebeispiel: DER SPIEGEL erreicht 30,9% aller Entscheidungsträger; das sind 62% mehr als der zweitplatzierte Titel erreicht.

DER SPIEGEL gehört zur Pflichtlektüre der Entscheider



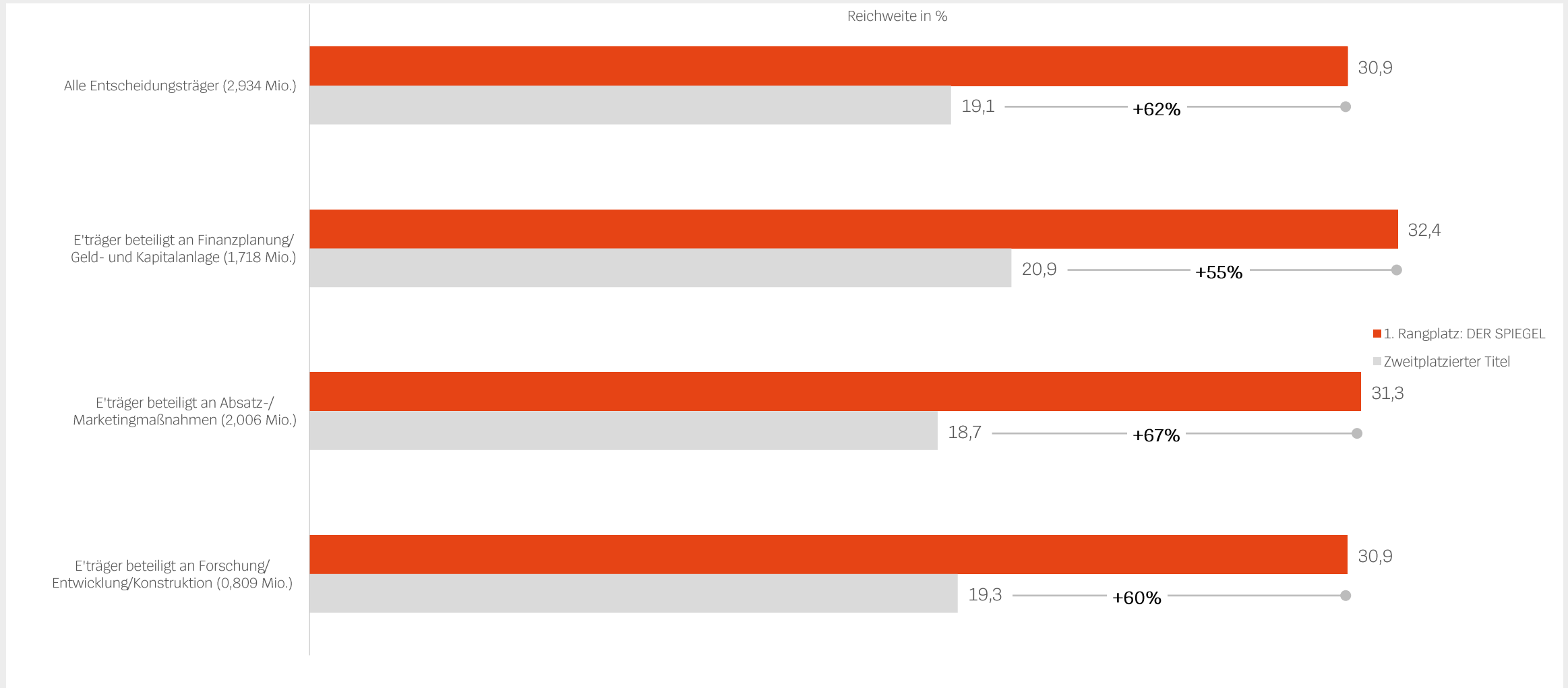
Quelle: LAE 2018; Basis: 2,93 Mio.; Ausgewiesen werden die erst- und zweitplatzierten Titel auf Basis aller erfassten Titel in der LAE (21); Lesebeispiel: DER SPIEGEL erreicht 30,9% aller Entscheidungsträger; das sind 62% mehr als der zweitplatzierte Titel erreicht.

DER SPIEGEL begleitet alle Entscheider



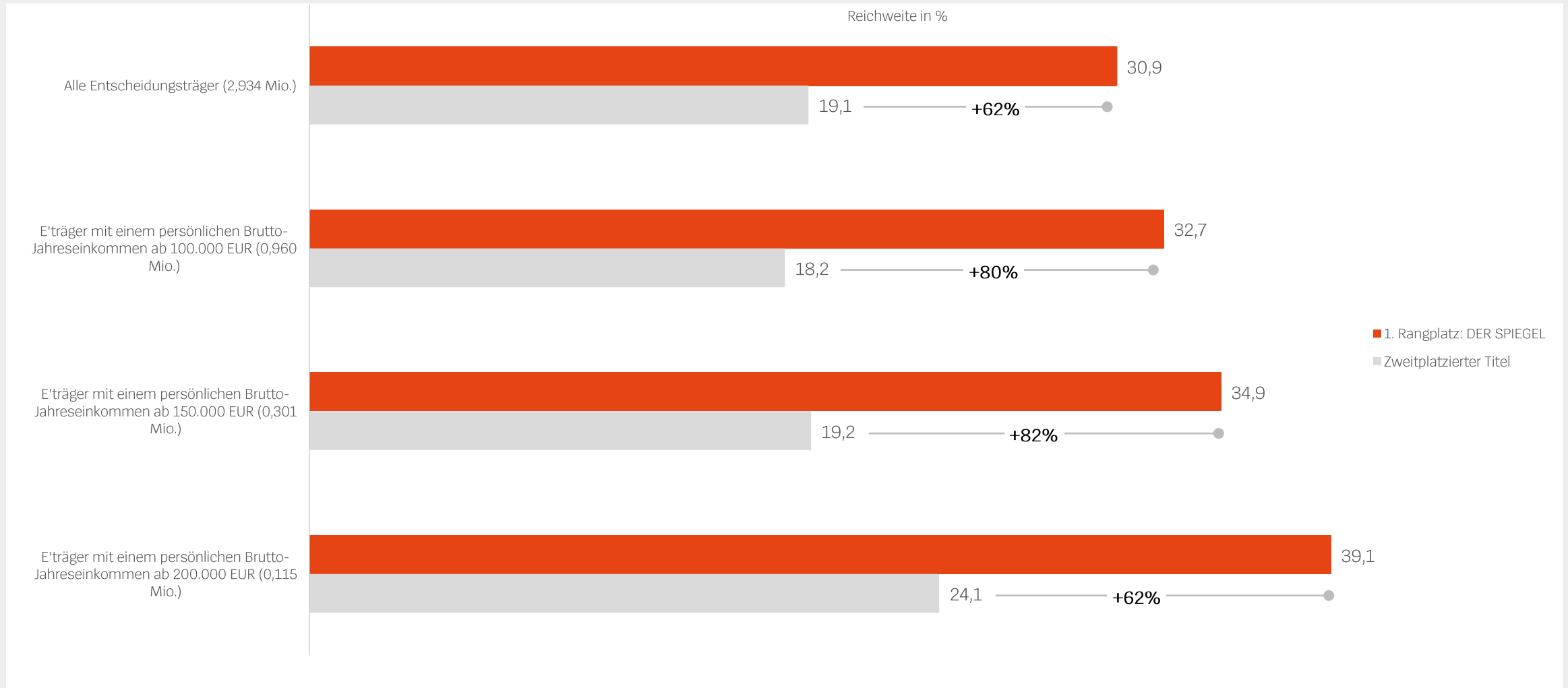
Quelle: LAE 2018; Basis: 2,93 Mio.; Ausgewiesen werden die erst- und zweitplatzierten Titel auf Basis aller erfassten Titel in der LAE (21); Lesebeispiel: DER SPIEGEL erreicht 30,9% aller Entscheidungsträger; das sind 62% mehr als der zweitplatzierte Titel erreicht.

DER SPIEGEL begleitet alle Entscheider



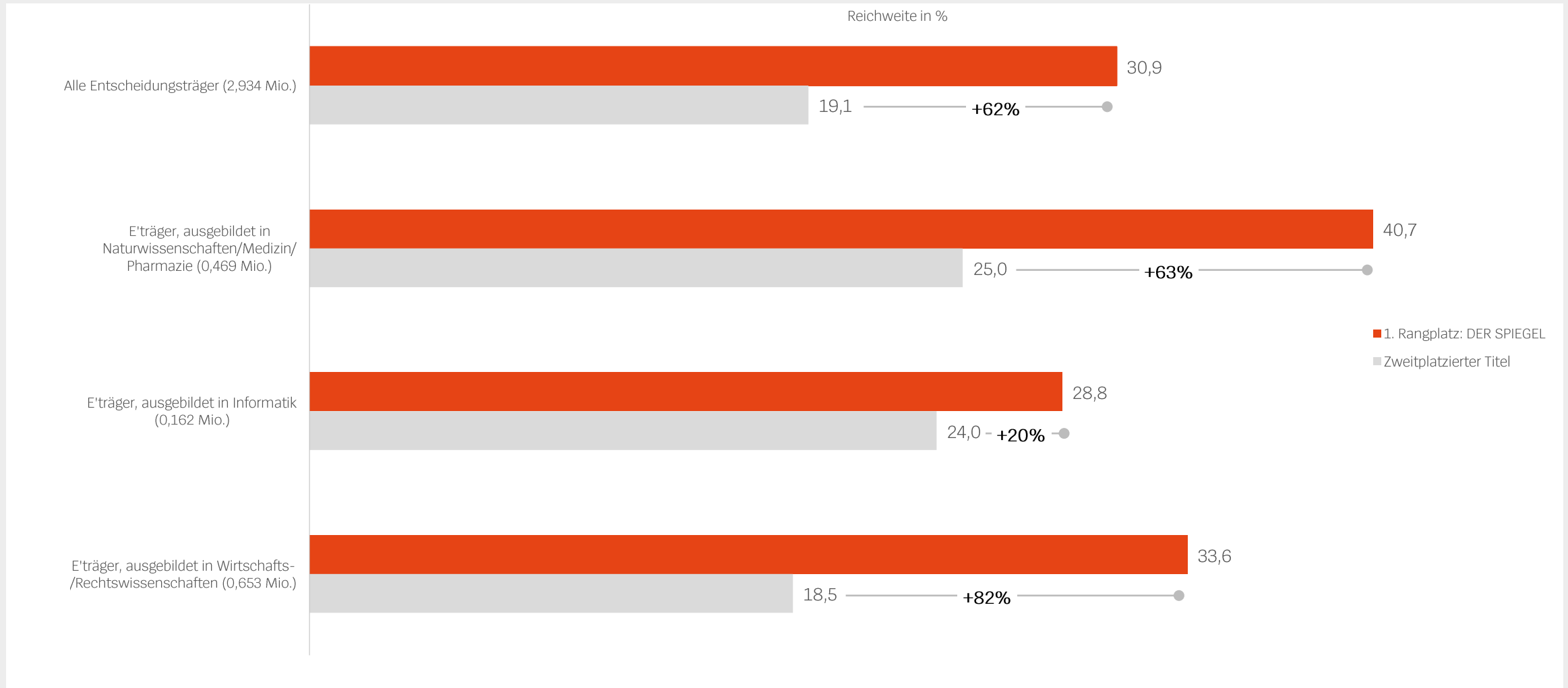
Quelle: LAE 2018; Basis: 2,93 Mio.; Ausgewiesen werden die erst- und zweitplatzierten Titel auf Basis aller erfassten Titel in der LAE (21); Lesebeispiel: DER SPIEGEL erreicht 30,9% aller Entscheidungsträger; das sind 62% mehr als der zweitplatzierte Titel erreicht.

Höchste Reichweiten in allen Entscheider-Gehaltsklassen



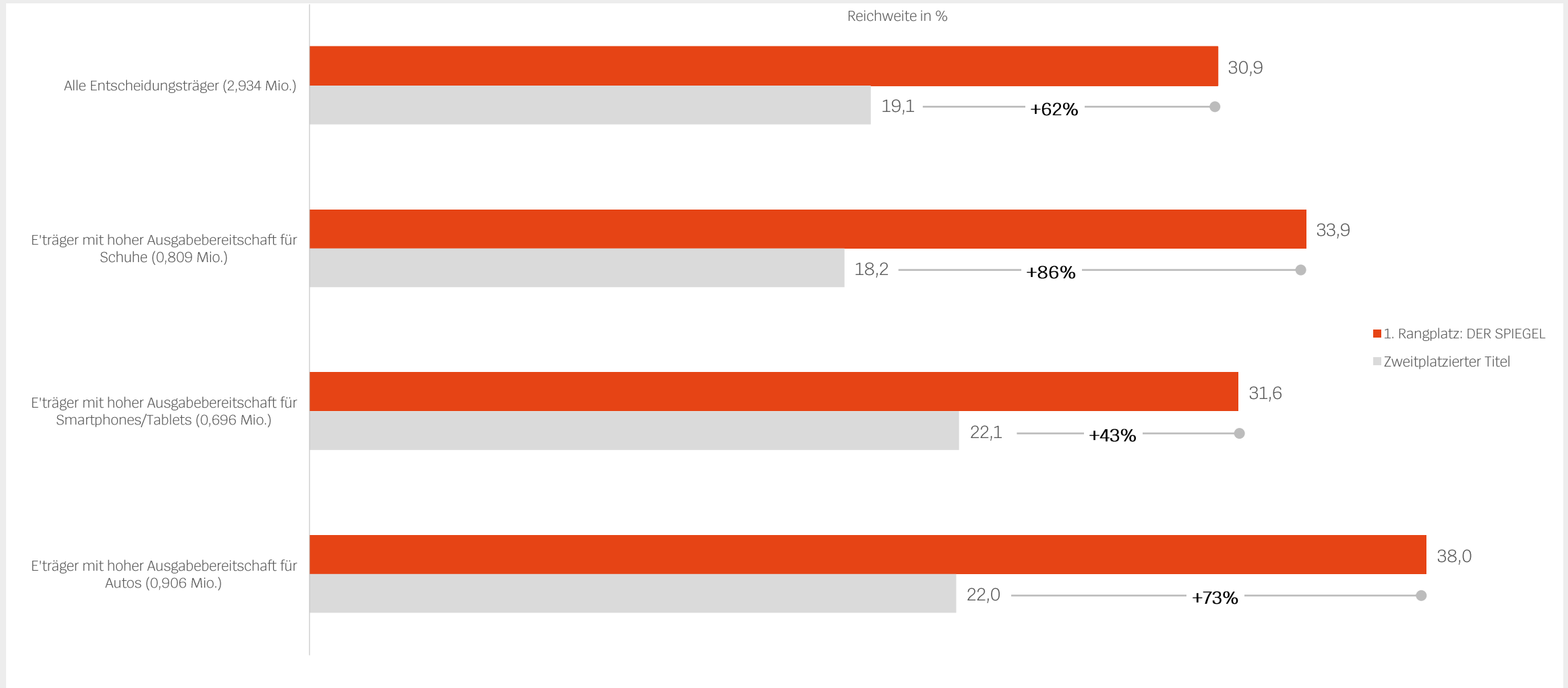
Quelle: LAE 2018; Basis: 2,93 Mio.; Ausgewiesen werden die erst- und zweitplatzierten Titel auf Basis aller erfassten Titel in der LAE (21); Lesebeispiel: DER SPIEGEL erreicht 30,9% aller Entscheidungsträger; das sind 62% mehr als der zweitplatzierte Titel erreicht.

DER SPIEGEL begleitet alle Entscheider



Quelle: LAE 2018; Basis: 2,93 Mio.; Ausgewiesen werden die erst- und zweitplatzierten Titel auf Basis aller erfassten Titel in der LAE (21); Lesebeispiel: DER SPIEGEL erreicht 30,9% aller Entscheidungsträger; das sind 62% mehr als der zweitplatzierte Titel erreicht.

DER SPIEGEL begleitet alle Entscheider



Quelle: LAE 2018; Basis: 2,93 Mio.; Ausgewiesen werden die erst- und zweitplatzierten Titel auf Basis aller erfassten Titel in der LAE (21); Lesebeispiel: DER SPIEGEL erreicht 30,9% aller Entscheidungsträger; das sind 62% mehr als der zweitplatzierte Titel erreicht.



Jens Vellguth

Brand Marketing

+49 40 3007-2627

jens.vellguth@spiegel.de

Hier finden
Sie uns



SPIEGEL MEDIA

Ericusspitze 1
20457 Hamburg
www.spiegel.media