



LAE 2022
Deep Dive Analyse Handelsblatt

PRINT & DIGITAL



DAS HANDELSBLATT IN DER LAE 2022

- Das Handelsblatt gewinnt in der LAE 2022 7% Entscheider dazu und erreicht insgesamt 1.025 Tsd. Entscheider (crossmedial).
- Dabei liegt das Plus in der Print-Reichweite bei 12 Tsd. Entscheider (+4%), die digitale Reichweite wächst um 59 Tsd. Entscheider (+7%).
- Das Handelsblatt kann dabei eine exzellente Leserschaft vorweisen, die mit einer überdurchschnittlichen Ausbildung und einer hohen Kaufkraft punkten können.
- Die leitenden Angestellten bilden mit 69 % den Schwerpunkt der Leserschaft. Rund ein Viertel davon (24%) sind Vorstände, Geschäftsführer oder Direktoren.
- 45% der Handelsblatt-Entscheider sind lfd. Angestellte der ersten oder zweiten Führungsebene.

DER HANDELSBLATT-ENTSCHEIDER (CROSSMEDIAL)

männlich – exzellent gebildet – hohe Kaufkraft

»» Ø 49 Jahre alt
22% sind bis 39 Jahre alt.

»» 73% Entscheider im Bereich
**Unternehmens- und Geschäfts-
führung** Allein-/Delegation- und
Mitentscheider.

»» 84% Männer



»» 84% Abitur
51% haben ein
Uni-/ Hochschulabschluss,
7% haben promoviert/habilitiert.

»» 45% Führungskräfte
der ersten oder zweiten Ebene
(Basis: leitende Angestellte).

»» 33% Ausbildungsbereich **Wirtschafts-/
Rechtswissenschaft** und 32% verfügen
über eine **kaufmännische Ausbildung**.

»» 69% **ltd. Angestellte**
25% sind Geschäftsführer/ Vorstände
oder Direktoren.



HB PRINT- UND DIGITAL-ENTSCHEIDER

Weitgehende Übereinstimmung in wichtigen Punkten



Ø Print-Entscheider



Ø Digital-Entscheider

» **Ø 49 Jahre alt**
49% der Befragten sind unter 49 Jahre

» **Ø 48 Jahre alt**
52% der Befragten sind unter 49 Jahre

» **84% Männer**

» **86% Männer**

» **82% Abitur**
49% haben ein Uni-/ Hochschulabschluss, 5% haben promoviert/habilitiert.

» **86% Abitur/ Studium**
52% haben ein Uni-/ Hochschulabschluss, 8% haben promoviert.

» **62% ltd. Angestellte**
22% sind Geschäftsführer/ Vorstände oder Direktoren.

» **69% ltd. Angestellte**
26% sind Geschäftsführer/ Vorstände oder Direktoren.

» **39% Führungskräfte**
der ersten oder zweiten Ebene.

» **46% Führungskräfte**
der ersten oder zweiten Ebene.

86% DER HB-LESER SIND SELBSTÄNDIGE ODER LTD. ANGESTELLTE

Überdurchschnittlich viele Selbständige und ltd. Angestellte unter den HB-Print-Entscheidern



HB Print
62 Tsd./ 24%

SELBSTSTÄNDIGE

Unternehmen mit mindestens
sechs Beschäftigten
Basis: 535 Tsd. Entscheider
(17%)



HB Print
25 Tsd./ 10%

FREIE BERUFE

Alle freiberuflich Tätigen mit
Arbeitgeberfunktion
(mind. ein Beschäftigter)
Basis: 452 Tsd. Entscheider
(15%)



HB Print
163 Tsd./ 62%

LTD. ANGESTELLTE

Pers. Monats-Netto-Einkommen
von mind. 3.600 € und
mit selbstständiger Leistung und
Verantwortung für andere
Basis: 1.848 Tsd. Entscheider
(60%)



HB Print
12 Tsd./ 5%

HÖHERE BEAMTE

Ab Besoldungsstufe A 14
Basis: 234 Tsd. Entscheider
(8%)



69% DER HB-DIGITAL USER SIND LTD. ANGESTELLTE



HB Digital
119 Tsd./ 16%

SELBSTSTÄNDIGE

Unternehmen mit mindestens
sechs Beschäftigten
Basis: 535 Tsd. Entscheider
(16%)



HB Digital
60 Tsd./ 8%

FREIE BERUFE

Alle freiberuflich Tätigen mit
Arbeitgeberfunktion
(mind. ein Beschäftigter)
Basis: 452 Tsd. Entscheider
(8%)



HB Digital
532 Tsd./ 69%

LTD. ANGESTELLTE

Pers. Monats-Netto-Einkommen
von mind. 3.600 € und
mit selbstständiger Leistung und
Verantwortung für andere
Basis: 1.848 Tsd. Entscheider
(69%)



HB Digital
60 Tsd./ 8%

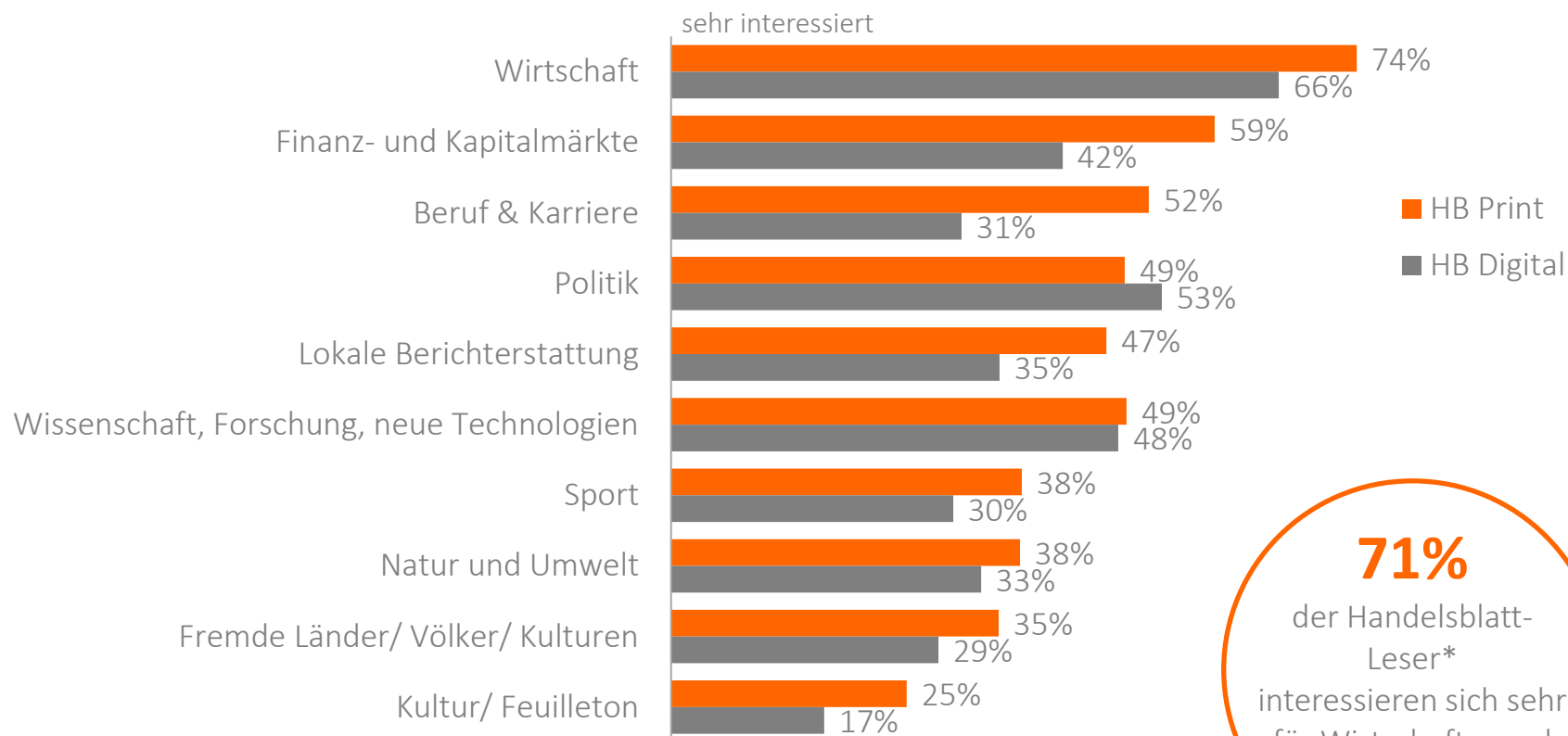
HÖHERE BEAMTE

Ab Besoldungsstufe A 14
Basis: 234 Tsd. Entscheider
(8%)



WIRTSCHAFT UND FINANZEN SIND DIE TOP-THEMEN

An den Themen „Wirtschaft“ und „Finanzen“ sind die HB-Print-Entscheider stärker interessiert während beim Thema „Politik“ und „Wissenschaft“ die HB-Digital-Entscheider ein leicht stärker ausgeprägtes Interesse haben.



71%
der Handelsblatt-Leser*
interessieren sich sehr
für Wirtschafts- und
Finanzthemen

FRAGESTELLUNG:

„Ich nenne Ihnen nun einige redaktionelle Themen. Bitte sagen Sie mir, ob Sie an Berichten zu diesen Themen sehr interessiert, interessiert oder eher nicht interessiert sind.“

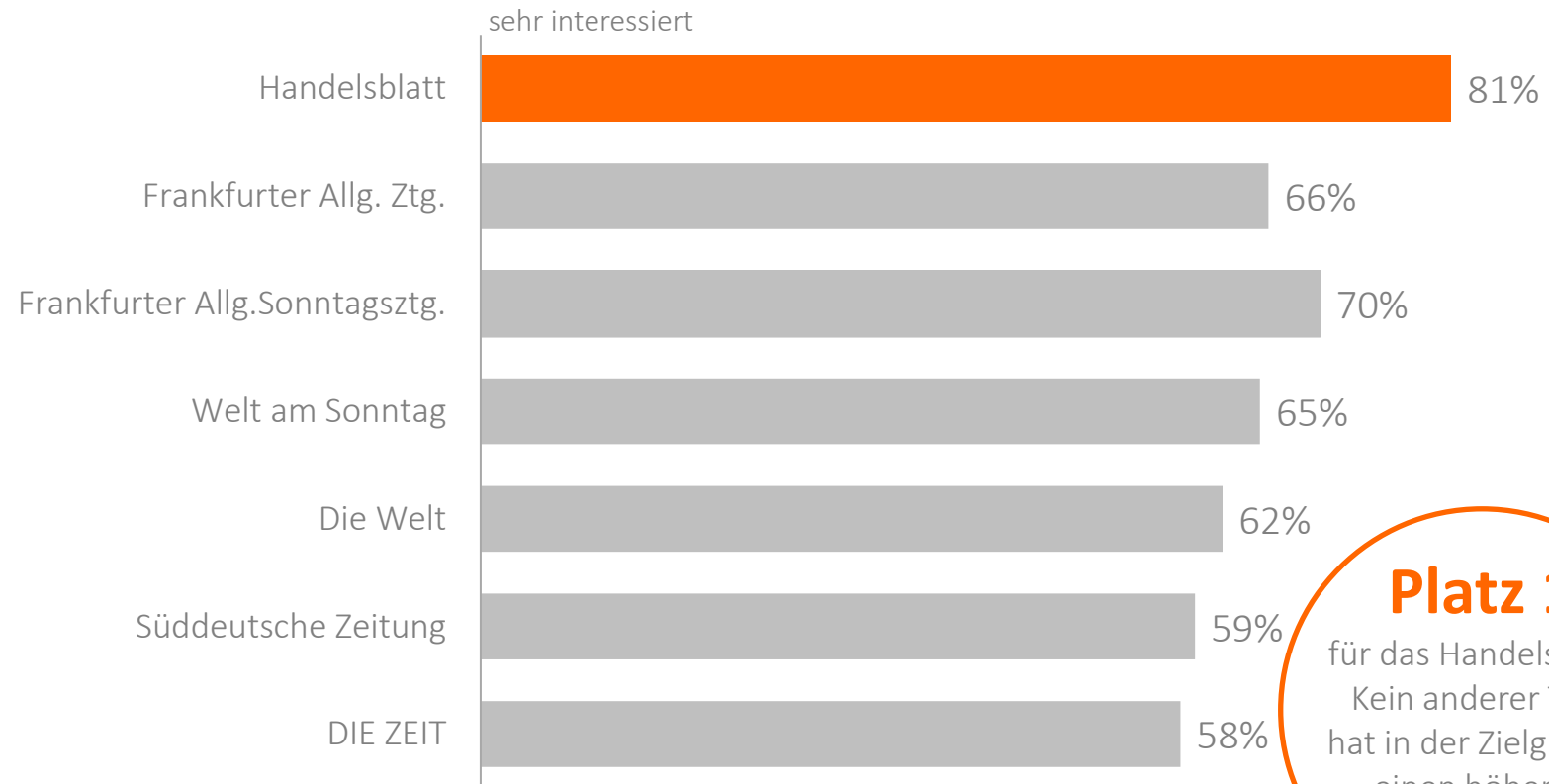
*Crossmedia-Anteil

LAE 2022



TOP-INTERESSEN VON HANDELSBLATT-ENTSCHEIDERN

Zielgruppe: sehr interessiert an den Themen „Wirtschaft“ und/oder „Finanzen“



Platz 1

für das Handelsblatt.
Kein anderer Titel
hat in der Zielgruppe
einen höheren
Entscheider-Anteil.

FRAGESTELLUNG:

„Ich nenne Ihnen nun einige redaktionelle Themen. Bitte sagen Sie mir, ob Sie an Berichten zu diesen Themen sehr interessiert, interessiert oder eher nicht interessiert sind.“

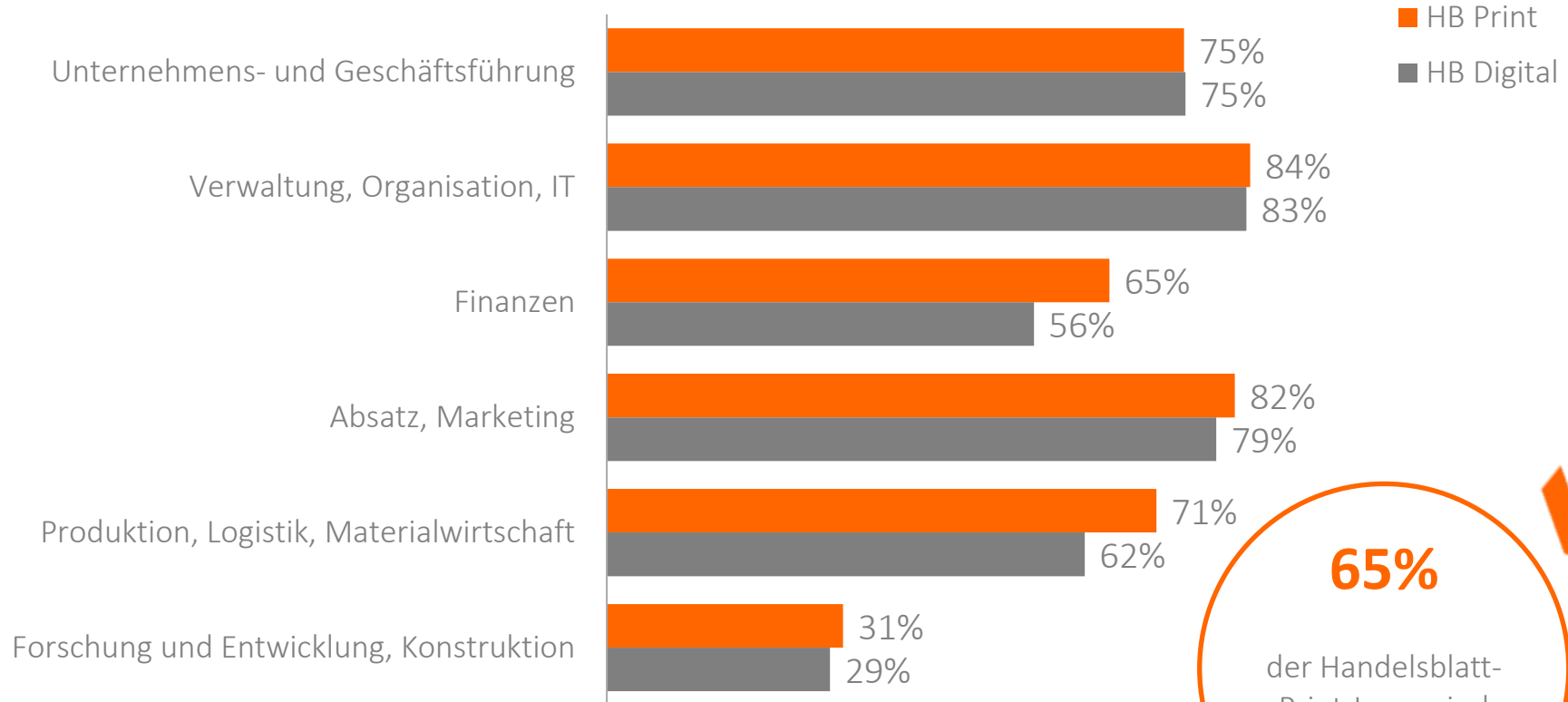


SCHWERPUNKTE DER ENTSCHEIDUNGS-BEREICHE

„Verwaltung“ und „Absatz/ Marketing“ sind die Haupt-entscheider-Bereiche beim Handelsblatt. Zwischen 79% und 84% der Leser/ User sind hier tätig.

FRAGESTELLUNG:

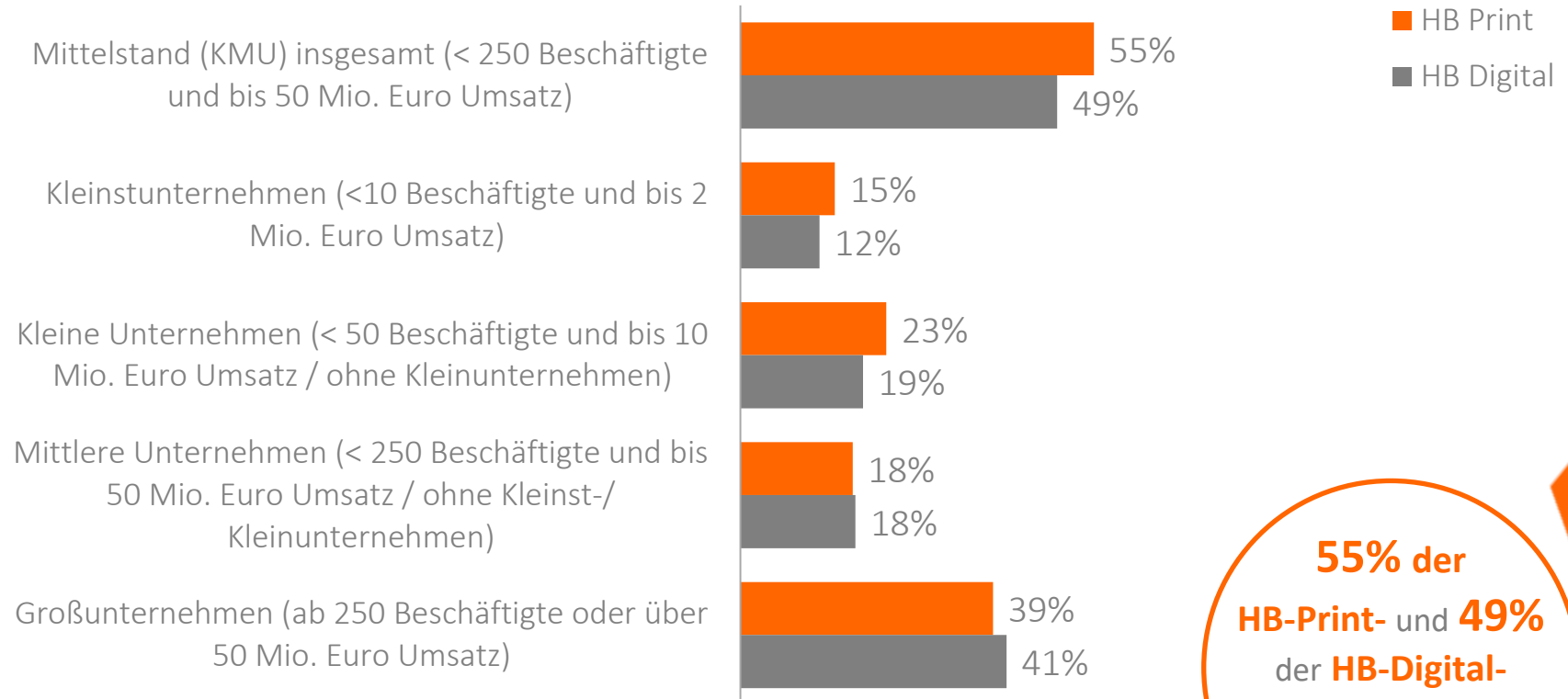
„Nachstehend einige Bereiche, für die Investitionen getätigt werden. Bitte markieren Sie, inwieweit Sie am Entscheidungs-ablauf bei Anschaffungen, Ein-käufen, Investitionen oder der Beauftragung von Dienstleis-tungen in Ihrem Betrieb/Büro/ Behörde beteiligt sind. Sie können mehrere Angaben pro Bereich machen, wenn Sie an mehreren Phasen des Entscheidungsprozesses beteiligt sind.“



65%
der Handelsblatt-
Print-Leser sind
Finanz-Entscheider.

JEDER ZWEITE HB-ENTSCHEIDER IM MITTELSTAND

41% der HB-Digital-Entscheider arbeiten in Großunternehmen, bei den Print-Lesern sind es mit 39% etwas weniger.



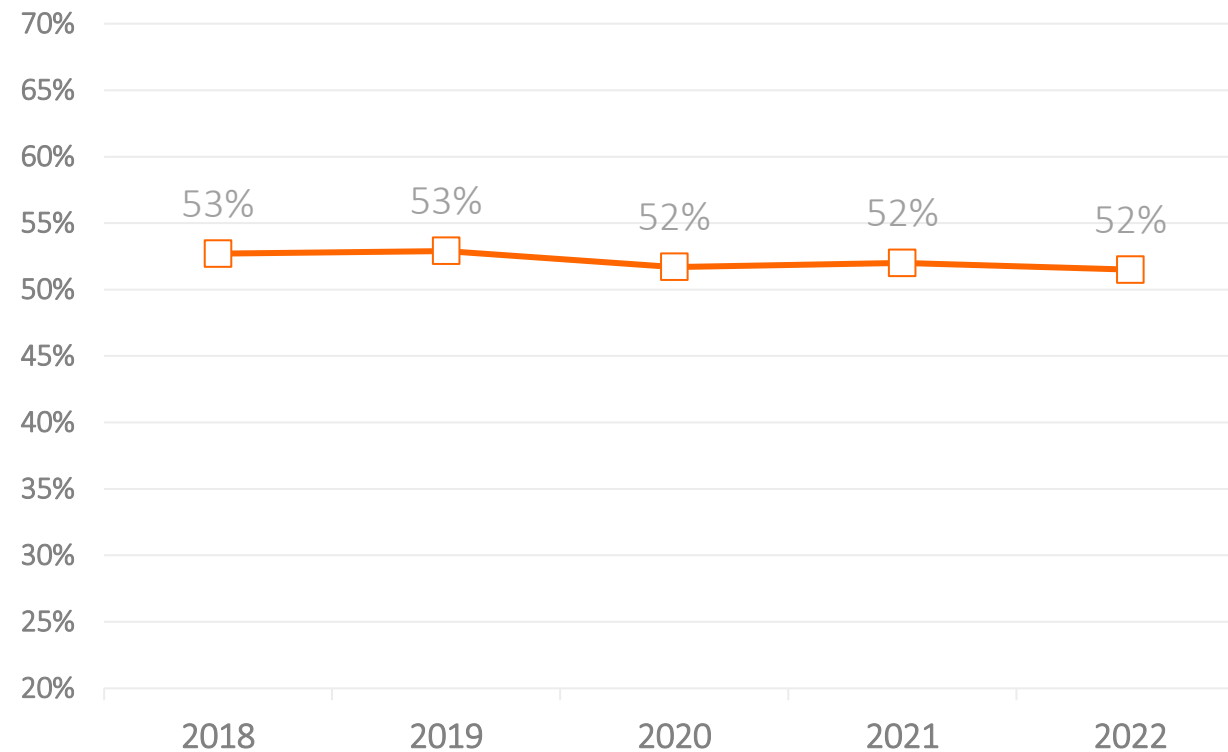

55% der HB-Print- und 49% der HB-Digital-Entscheider sind im Mittelstand beschäftigt

FRAGESTELLUNG:

„Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen in Deutschland tätig, wenn Sie die Beschäftigten in allen Betriebs-stätten ohne eigenständige Tochtergesellschaften zusammenrechnen?“ und „Ich nenne Ihnen jetzt verschiedene Umsatzgrößenklassen. In welche Umsatzgrößenklasse ordnen Sie Ihr gesamtes Unternehmen ein, wenn Sie an das vergangene Geschäftsjahr denken? Bitte berücksichtigen Sie dabei nur den in Deutschland versteuerten Umsatz.“

TRENDS UND ENTWICKLUNGEN

Der Anteil der Handelsblatt-Entscheider im Mittelstand ist seit Jahren konstant und liegt aktuell bei 528 Tsd. Entscheidern (crossmedial).




52%
Der Handelsblatt-Entscheider sind im Mittelstand tätig.

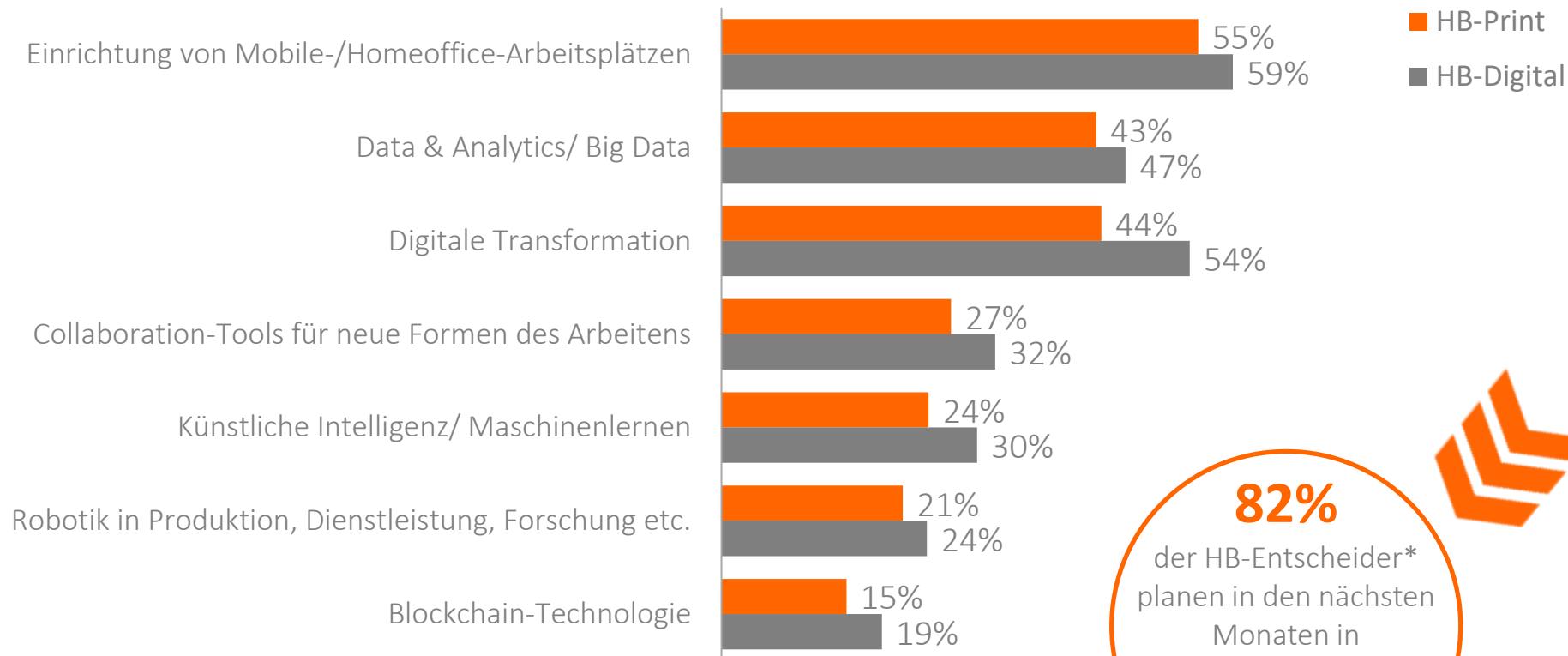
FRAGESTELLUNG:

„Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen in Deutschland tätig, wenn Sie die Beschäftigten in allen Betriebsstätten ohne eigenständige Tochtergesellschaften zusammenrechnen?“ und „Ich nenne Ihnen jetzt verschiedene Umsatzgrößenklassen. In welche Umsatzgrößenklasse ordnen Sie Ihr gesamtes Unternehmen ein, wenn Sie an das vergangene Geschäftsjahr denken? Bitte berücksichtigen Sie dabei nur den in Deutschland versteuerten Umsatz.“



GEPLANTE INVESTITIONEN IN ZUKUNFTSTECHNOLOGIEN

Im Hinblick auf die Einrichtung von „Mobile-/Homeoffice-Plätzen“ und „Big Data“ planen die HB-Print –und Digital-Entscheider sehr ähnliche Investitionen. Bei den anderen Technologien zeigen sich die HB-Digital-Entscheider etwas investitionsfreudiger.



82%
der HB-Entscheider*
planen in den nächsten
Monaten in
eine dieser Zukunfts-
technologien
zu investieren.

FRAGESTELLUNG:

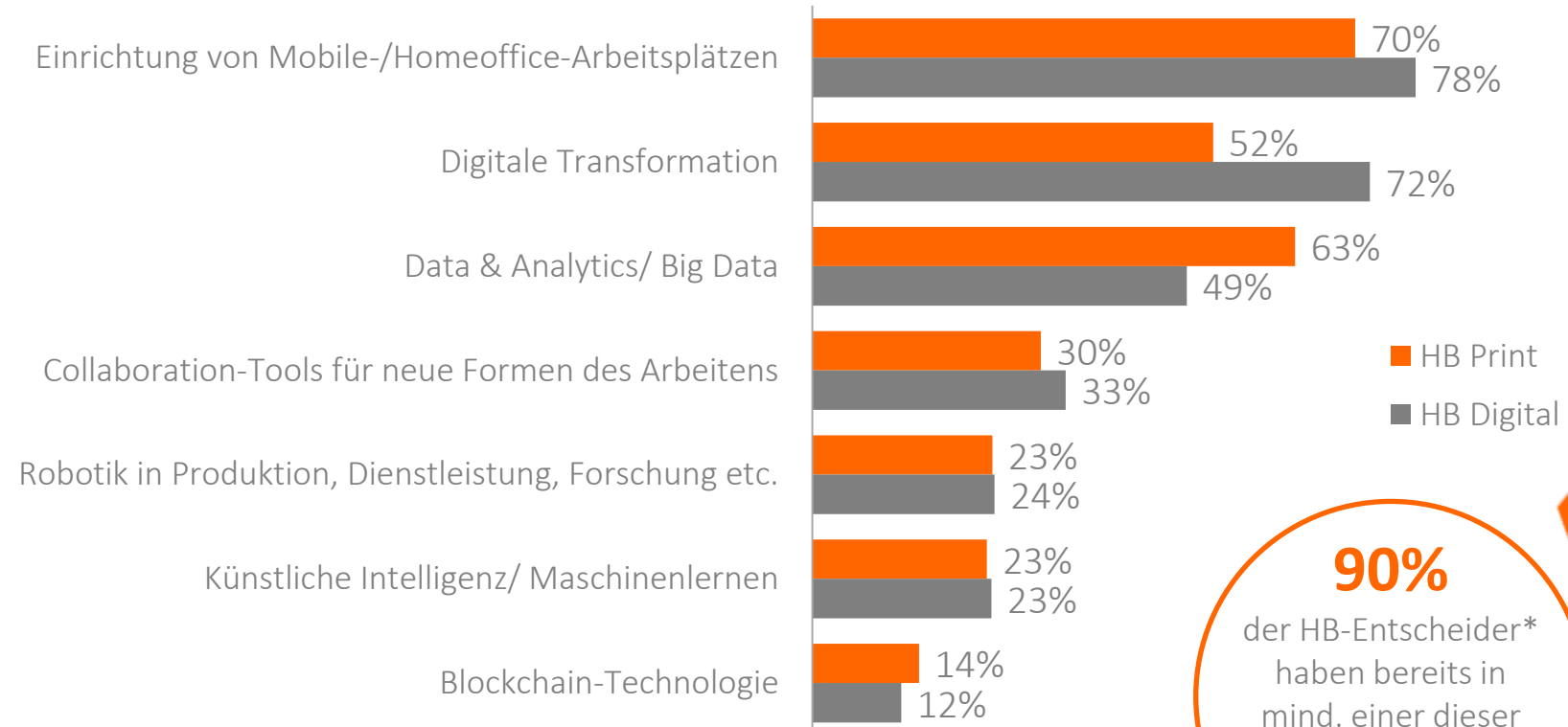
„In welche Trends und Zukunftstechnologien planen Sie in Ihrem Unternehmen in den nächsten Jahren zu investieren?“

*Crossmedia-Anteil

LAE 2022

WO WURDE BEREITS INVESTIERT?

Die Einrichtung von mobilen Arbeitsplätzen war in den letzten Monaten die wichtigste Investition für die meisten Handelsblatt-Entscheider



90%
der HB-Entscheider*
haben bereits in
mind. einer dieser
Technologien
investiert.

*Crossmedia-Anteil

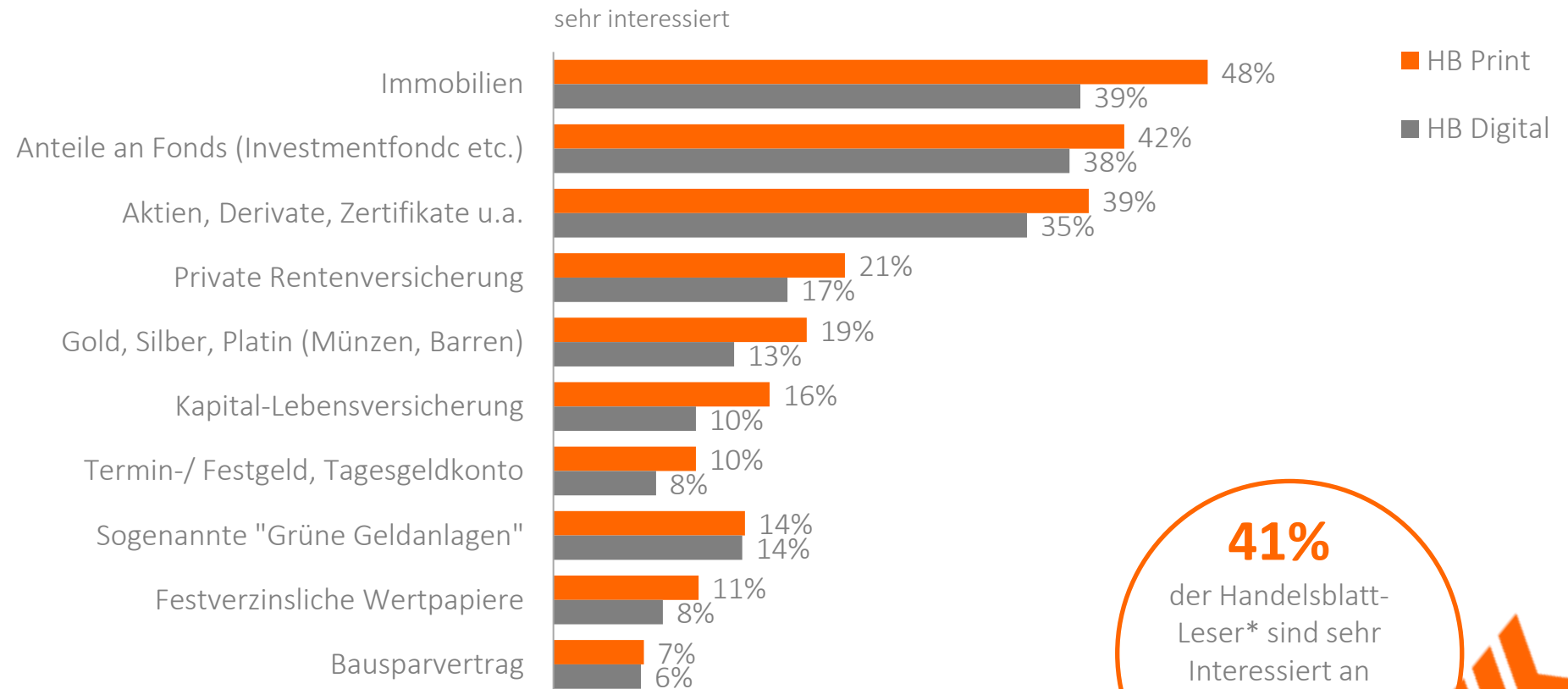
LAE 2022

FRAGESTELLUNG:

„In welche Trends und Zukunftstechnologien haben sie in den letzten Monaten bereits investiert?“

HOHES INTERESSE AN IMMOBILIEN UND FONDS

Das Interesse an Geldanlagen ist bei den HB-Print-Entscheidern etwas ausgeprägter. Bei den „grünen“ Geldanlagen haben die HB-Digital-Entscheider ein leicht stärkeres Interesse.



41%
 der Handelsblatt-Leser* sind sehr Interessiert an mindestens 3 von 10 Geldanlage-Formen.



*Crossmedia-Anteil

LAE 2022



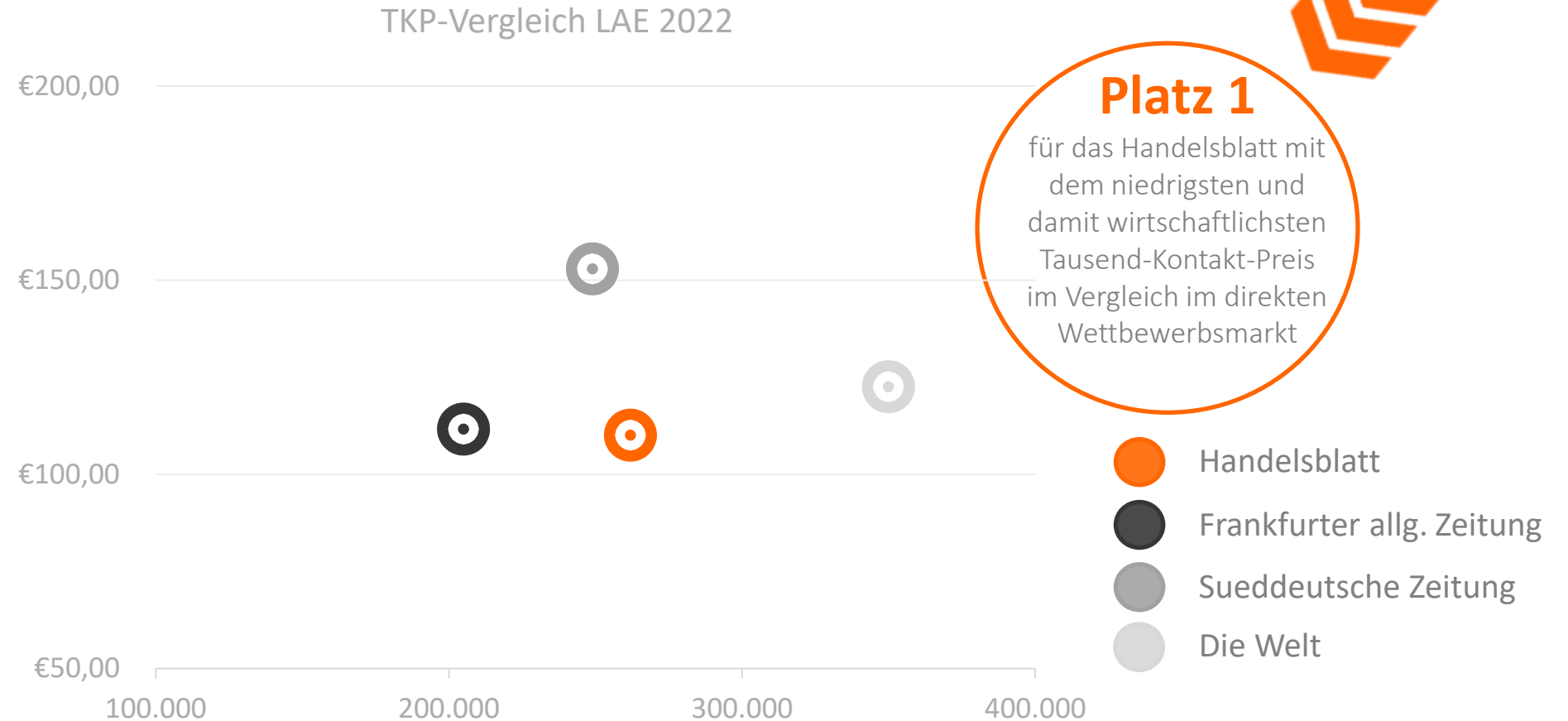
FRAGESTELLUNG:

„Jetzt noch eine Frage zu Ihren persönlichen Interessen. Bitte sagen Sie mir zu jeder Form der Geldanlage, wie stark Sie persönlich daran interessiert sind.“



PREIS-LEISTUNGS-SIEGER

Mit dem Handelsblatt erreichen Sie Deutschlands Entscheider:innen am Wirtschaftlichsten



Quelle LAE 2022: TKP-Vergleich LAE gesamt, Vergleich 1/3 Seitenpreise 2022 gemäß Preislisten.

GERINGE ÜBERSCHNEIDUNGSQUOTE

Handelsblatt

Print

262 Tsd. Entscheider

Website

730 Tsd. User

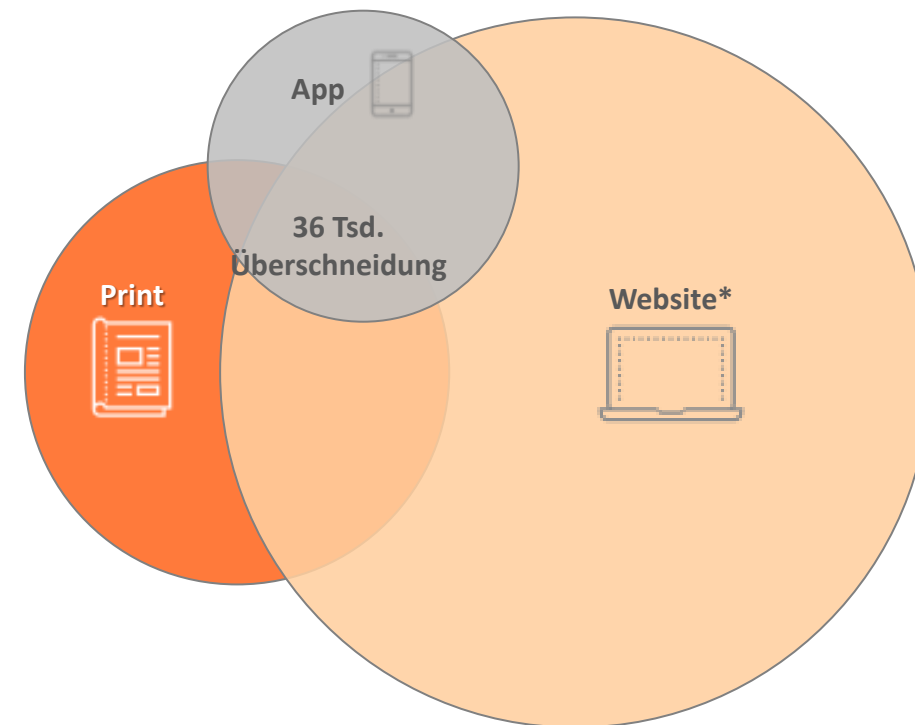
App

140 Tsd. User



**1.025 Tsd.
Entscheider**

Crossmedia
Reichweite*



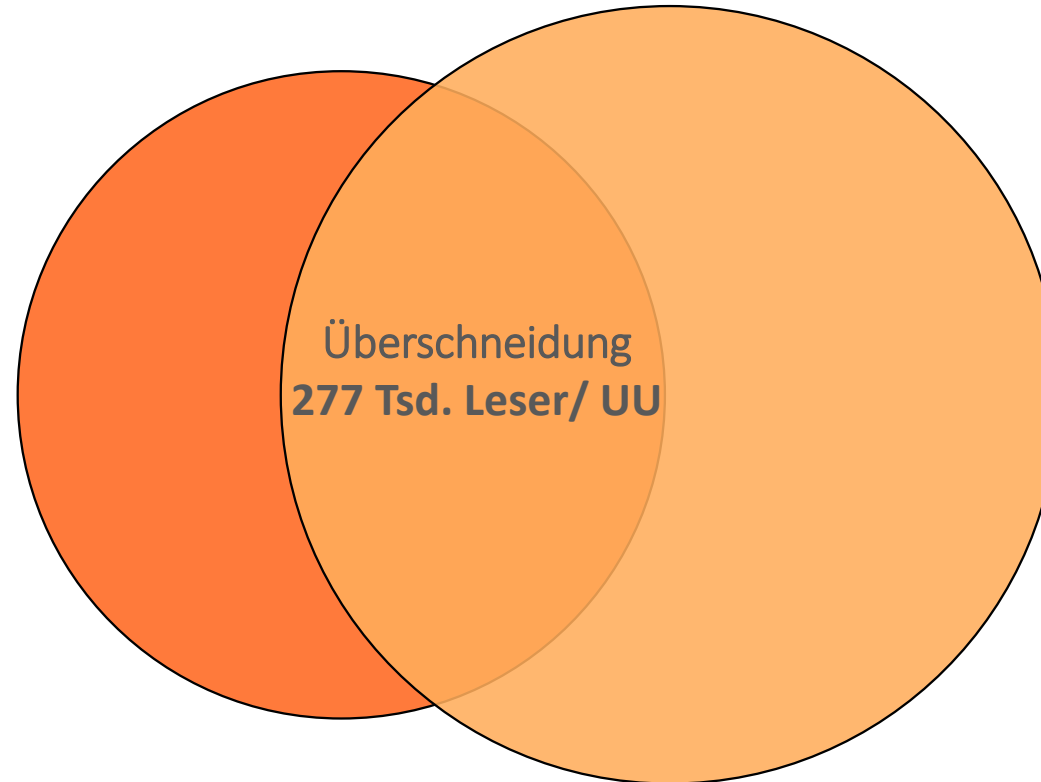
Print LpA, Digital NpM; *stationär und mobil

*Crossmedia-Reichweite – Bei der Berechnung der monatlichen Crossmedia-Reichweite werden die Print-Ausgaben entsprechend ihrer Erscheinungsweise so oft belegt, dass es den Ausgaben eines Monats entspricht und mit dem Nutzer pro Monat der digitalen Medien kombiniert.

ÜBERSCHNEIDUNG PRINT UND DIGITAL (BASIS: 20 FREQUENZEN PRINT)

Auf Monatsbasis (20 Frequenzen HB) ergibt sich aufgrund der höheren Reichweite natürlich auch eine höhere Überschneidung, aber die bleibt mit 277 Tsd. Lesern bzw. UU weiterhin relativ niedrig.

Handelsblatt-Leser
20 Frequenzen
531 Tsd. Leser



Handelsblatt User
Nutzer pro Monat
771 Tsd. User

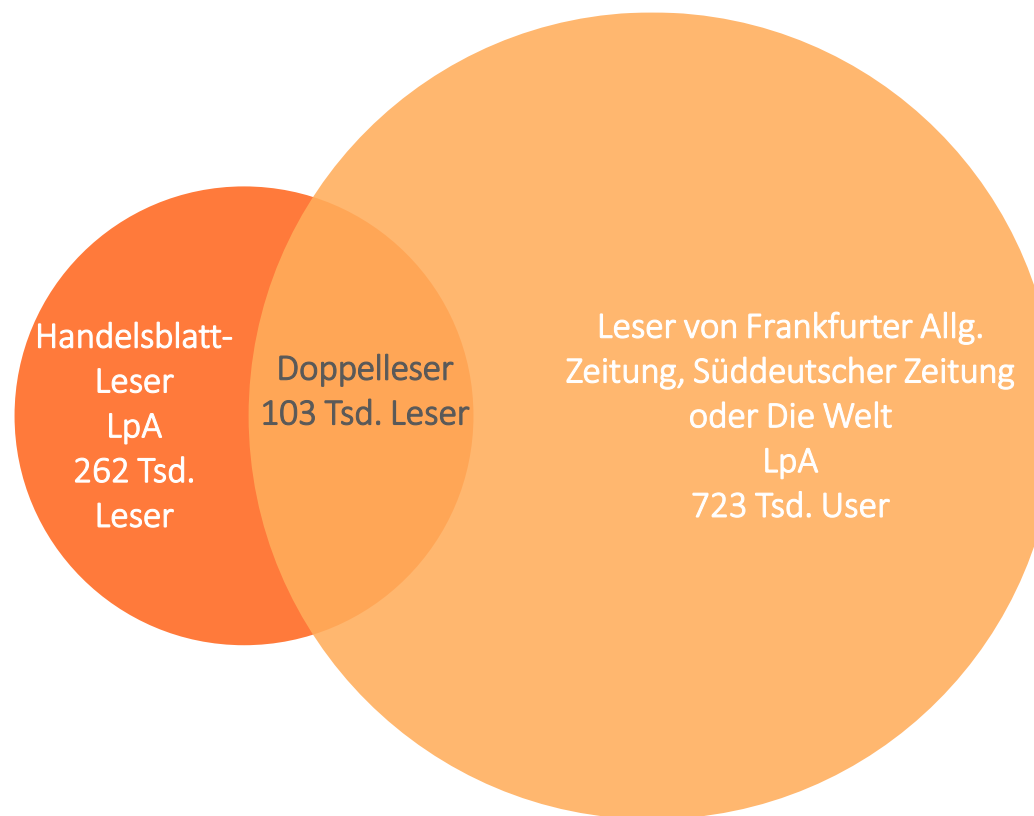
Überschneidung
277 Tsd. Leser/ UU

*Crossmedia-Reichweite – Bei der Berechnung der monatlichen Crossmedia-Reichweite werden die Print-Ausgaben entsprechend ihrer Erscheinungsweise so oft belegt, dass es den Ausgaben eines Monats entspricht und mit dem Nutzer pro Monat der digitalen Medien kombiniert.



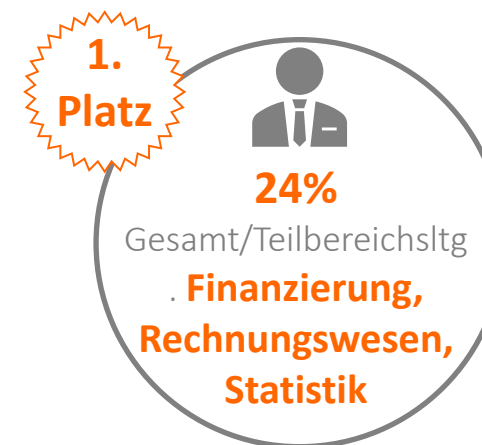
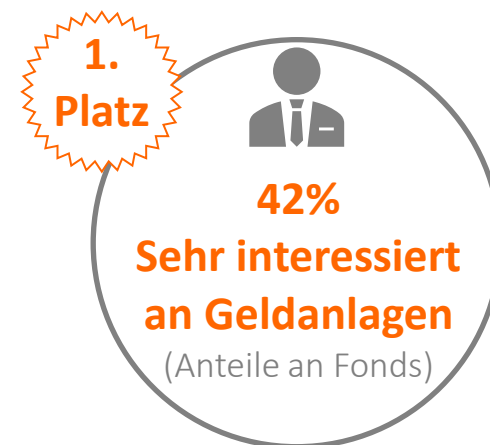
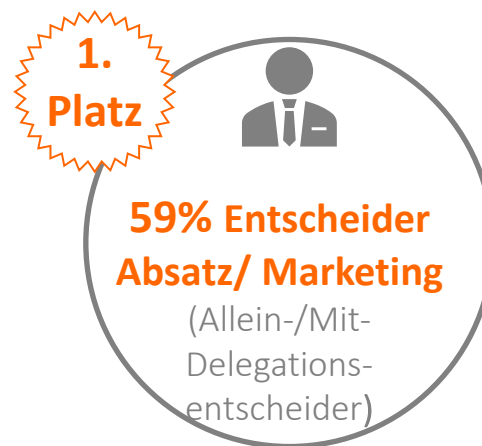
HOHE EXKLUSIVLESERSCHAFT BEIM HANDELSBLATT

103 Tsd. lesen sowohl das Handelsblatt als auch eine der anderen überregionalen Tageszeitungen.
D.h. 142 Tsd. HB-Leser werden nicht mit den anderen ÜTZ erreicht.



PLATZ 1 – TOP-POSITIONEN FÜR DAS HANDELSBLATT (PRINT)

Basis: Zusammensetzung in % - Positionierung HB-Print im Vergleich zu den anderen überregionalen Tageszeitungen in der LAE 2022



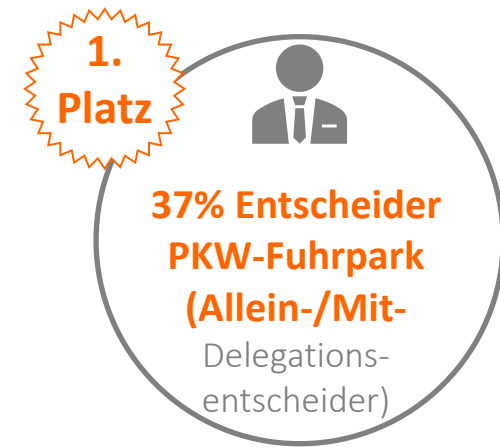
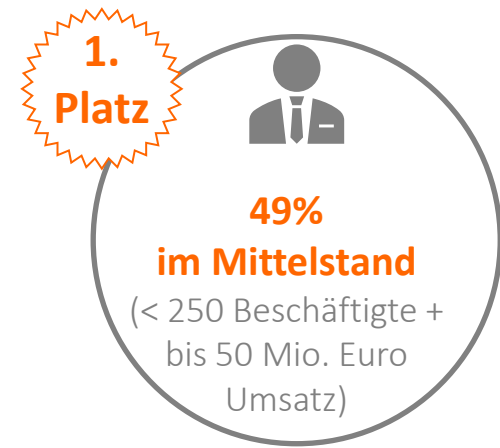
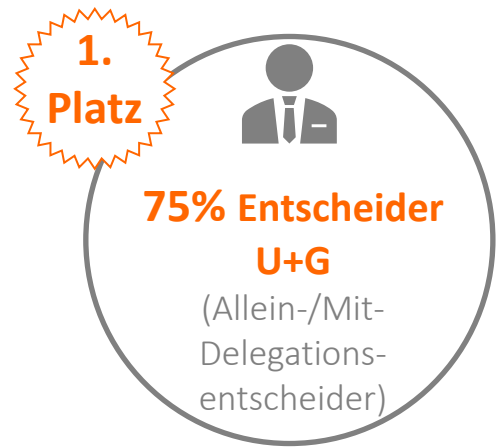
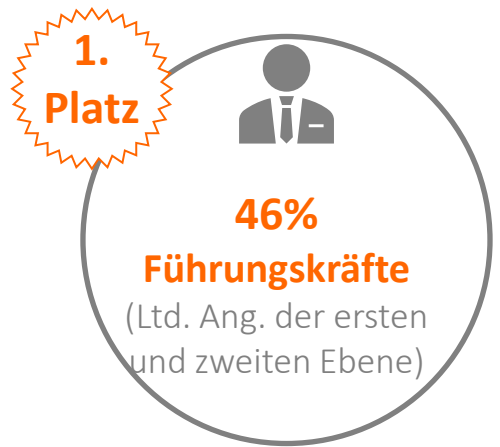
Platz 1 für das
Handelsblatt
nach Affinität
unter den
Tageszeitungen in
der LAE.

Detailed description: A circular callout box with three orange arrows pointing to the right, highlighting the overall top position of Handelsblatt based on affinity among daily newspapers in the LAE.



PLATZ 1 – TOP-POSITIONEN FÜR DAS HANDELSBLATT (DIGITAL)

Basis: Zusammensetzung in % - Positionierung HB Digital im Vergleich zu den anderen Digitalangeboten der überregionalen Tageszeitungen in der LAE 2022



METHODEN STECKBRIEF

Herausgeber

- LAE Leseranalse Entscheidungsträger e.V.

Methodische Gesamtverantwortung

- Technischer Ausschuss LAE 2022 (Vertreter der OMG und der Verlage)

Stichprobe / Koordination

- IMMEDIATE GmbH, Bremen

Grundgesamtheit

- **3.069 Mio.** Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung berechnet anhand folgender Quellen: Mikrozensus 2020
- Personal des Öffentlichen Dienstes 2020
- Unternehmensregister, Stand 06.12.2021 (aktive Unternehmen mit steuerbarem Umsatz und/ oder sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Berichtsjahr 2020)

Erhebungsmethode

- Disproportionale Quotenstichprobe

Stichprobe (gewichtet)

- 7.753 Fälle

Hochrechnungsfaktor

- 1 Befragter steht für 396 Entscheidungsträger (3.069.000 / 7.753)

Auswertung

- ISBA Informatik Service GmbH, Hamburg

Feldzeit

- Welle 2021: 26.10.2020 - 05.03.2021
- Welle 2022: 02.11.2021 - 11.03.2022

Feldarbeit Institute (2021/ 2022)

- DIMA
- explorare
- forsa marplan
- GIM
- IFAK
- teleResearch