

 heise online

LAE 2025

Daten · Zahlen · Fakten

– DIE EXKLUSIVE MARKT-MEDIA-STUDIE FÜR DIE B2B-KOMMUNIKATION –

Die exklusive Markt-Media-Studie für die Business-to-Business-Kommunikation

Seit 2011 erscheint die LAE (Leitanalyse zur Mediennutzung von Entscheidenden in Wirtschaft und Verwaltung) jährlich und bietet damit immer aktuelle Informationen zu den enthaltenen Zielgruppen und Werbeträgern. Das Besondere sind die LAE-Spezifika: Mit knapp 8.000 Befragten werden innerhalb der mit rund drei Millionen Entscheidungsträgern „kleinen“ Grundgesamtheit der LAE auch sehr spitze Zielgruppen sicht- und planbar. Nach wie vor legt die LAE größten Wert auf die valide Abbildung der Entscheider-Zielgruppen in Wirtschaft- und Verwaltung.

Neu in 2025 ist der Fokus auf neue relevante Informationsquellen wie KI und Präsenz / virtuelle Fachkongresse.

Ihr USP: Die LAE ist die einzige Studie, die mit dieser Präzision und mit der hohen Fallzahl von 7.900 befragten Entscheidern die exklusive Entscheider-Zielgruppe abbildet und damit vor allem für die B2B-Kommunikationsplanung eine hohe Relevanz besitzt. Dies bestätigen auch die Planer in den Mediaagenturen. Laut Umfragen in dem Verband Die Mediaagenturen* wird die LAE wiederholt von Zweidritteln der Planer für ihre Arbeit als sehr wichtig bis wichtig eingeschätzt.

EXKLUSIVE ZIELGRUPPE

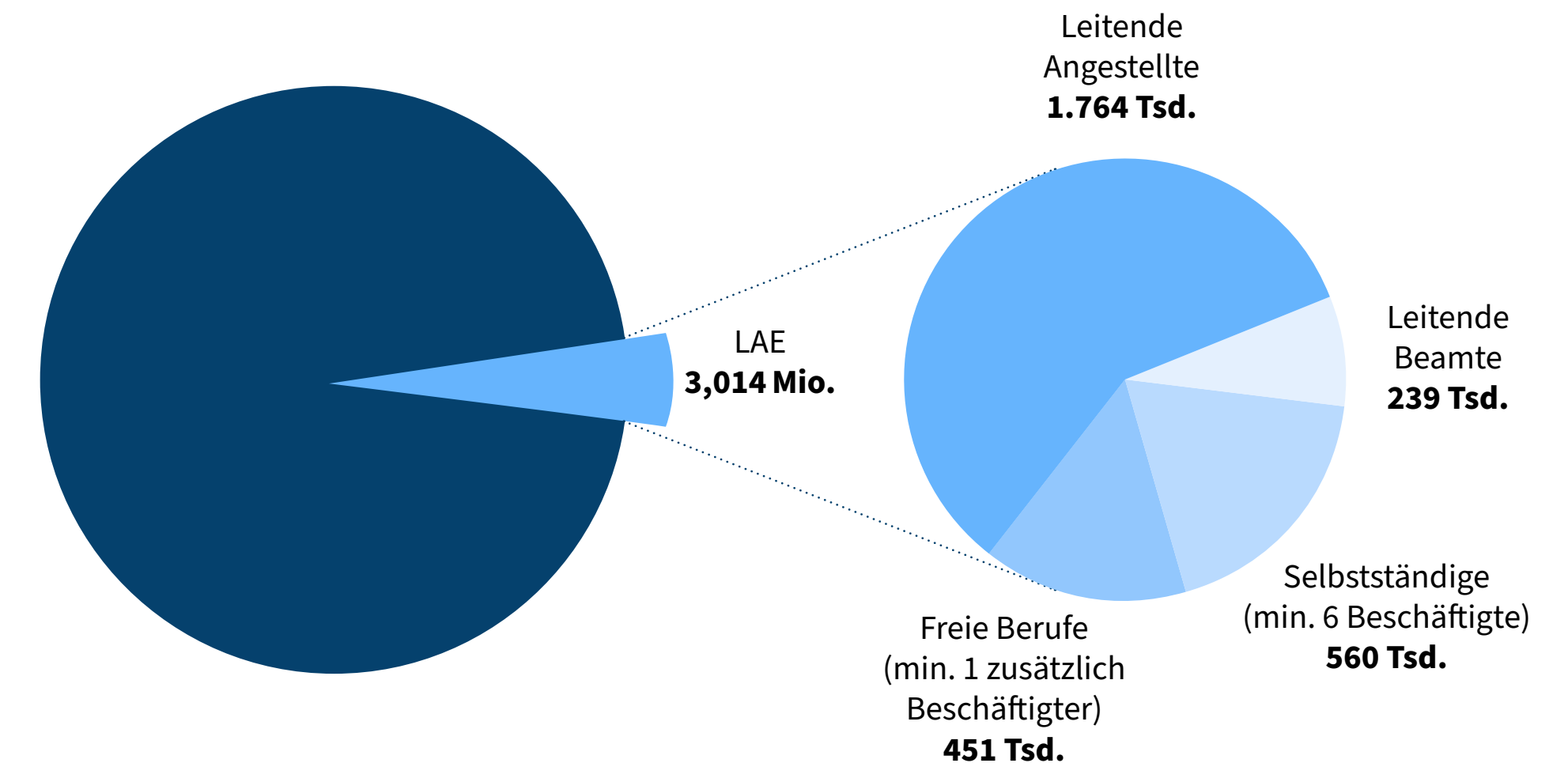
Konzentration auf die echten Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung

EXKLUSIVES WISSEN

Unique Studie, die Entscheidungsprozesse in Unternehmen und B2B-Märkten detailliert beschreibt

EXKLUSIVE MEDIEN

Konzentration auf die für Entscheidungsträger relevanten Printmedien und deren Online-Angebote



Unsere Nutzer im B2B-Umfeld

PERSONA

AUSBILDUNGSBEREICH

BRANCHEN

UNTERNEHMENS-GRÖSSEN

BERUFSSTELLUNG

ITK-ENTSCHEIDER

Der berufliche Entscheider auf heise online

heise online erreicht 357.000 B2B-Entscheider. Diese sind überwiegend männlich, 23% der User sind unter 40 Jahre alt. Sie sind hochgebildet, mehr als die Hälfte haben einen Universitäts- oder Hochschulabschluss.

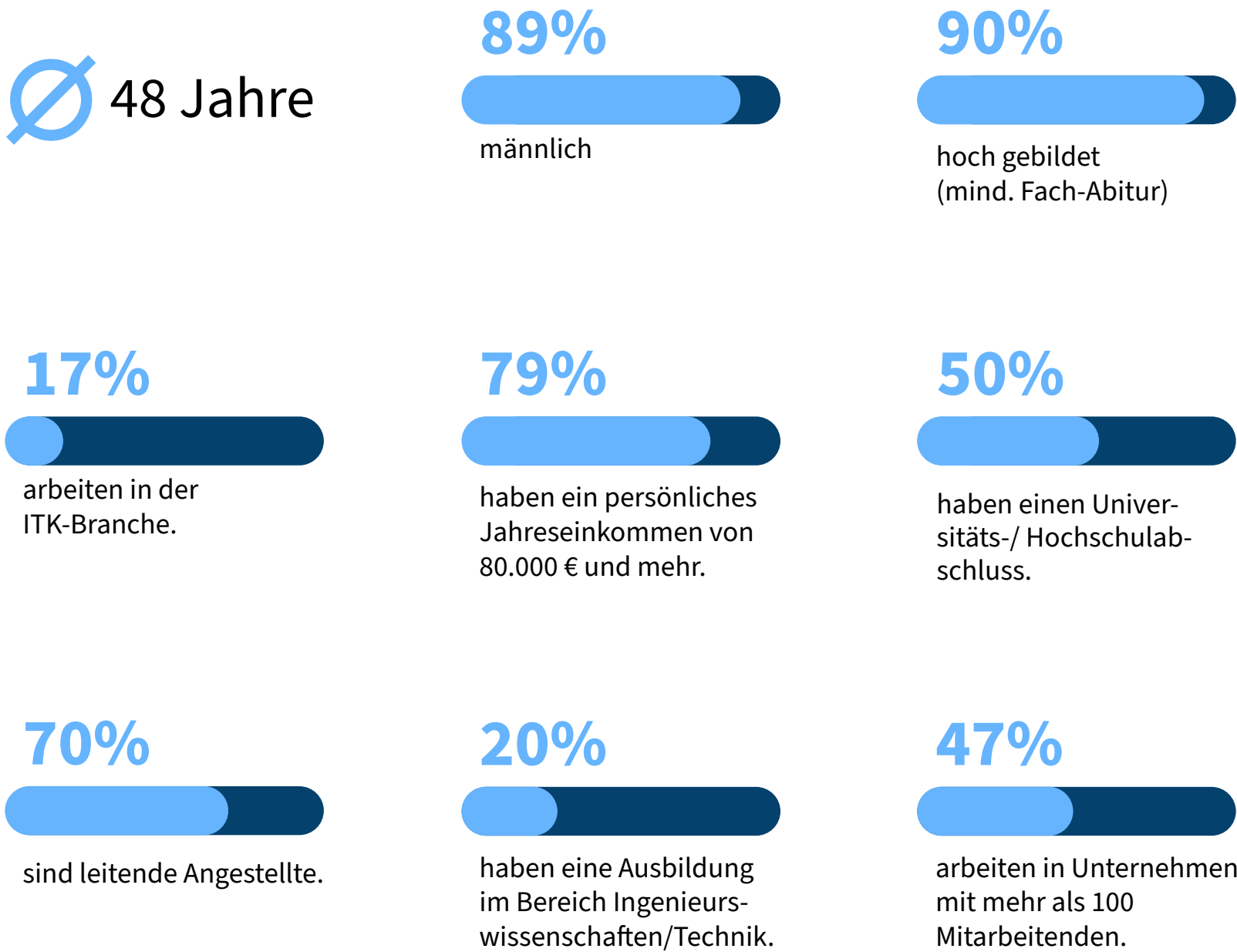
Die Ausbildungsbereiche unserer User sind vielfältig: neben Informatik, Ingenieurwissenschaft/ Technik und Wirtschaft/ Rechtswissenschaft haben die User auch eine Ausbildung im Bereich Naturwissenschaften/ Medizin oder eine kaufmännische Ausbildung.

Knapp ein Fünftel der User arbeitet in der ITK-Branche. Weitere Branchen, in denen der heise online User tätig ist, sind das Gesundheits- und Sozialwesen, der Metall/Maschinenbau und die Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten.

70% der User sind leitende Angestellte und zwar überwiegend in der Unternehmens- und Geschäftsführung (28%), im Personalwesen/HR Human Resources (26%) und in der IT/Datenverarbeitung (30%).

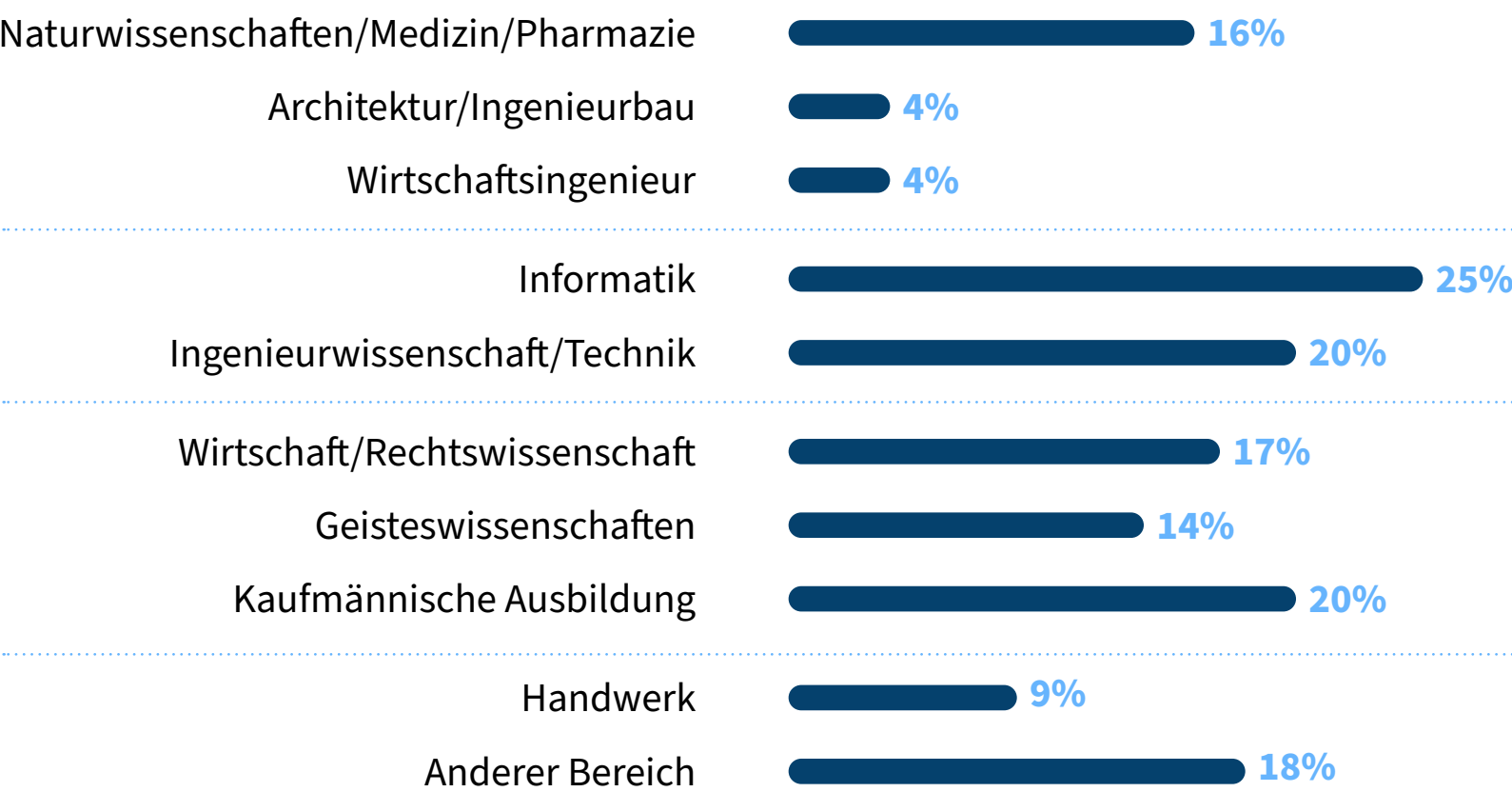
82% sind ITK-Entscheider, 73% Allein-/Mitentscheider – im Bereich Verwaltung/Organisation/IT.

Entscheider B2B



Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit heise online inkl Apps; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der Nutzerschaft

Ausbildungsbereich



Unternehmensgrößen



Branchen



Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der heise online-Nutzerschaft

Berufsstellung

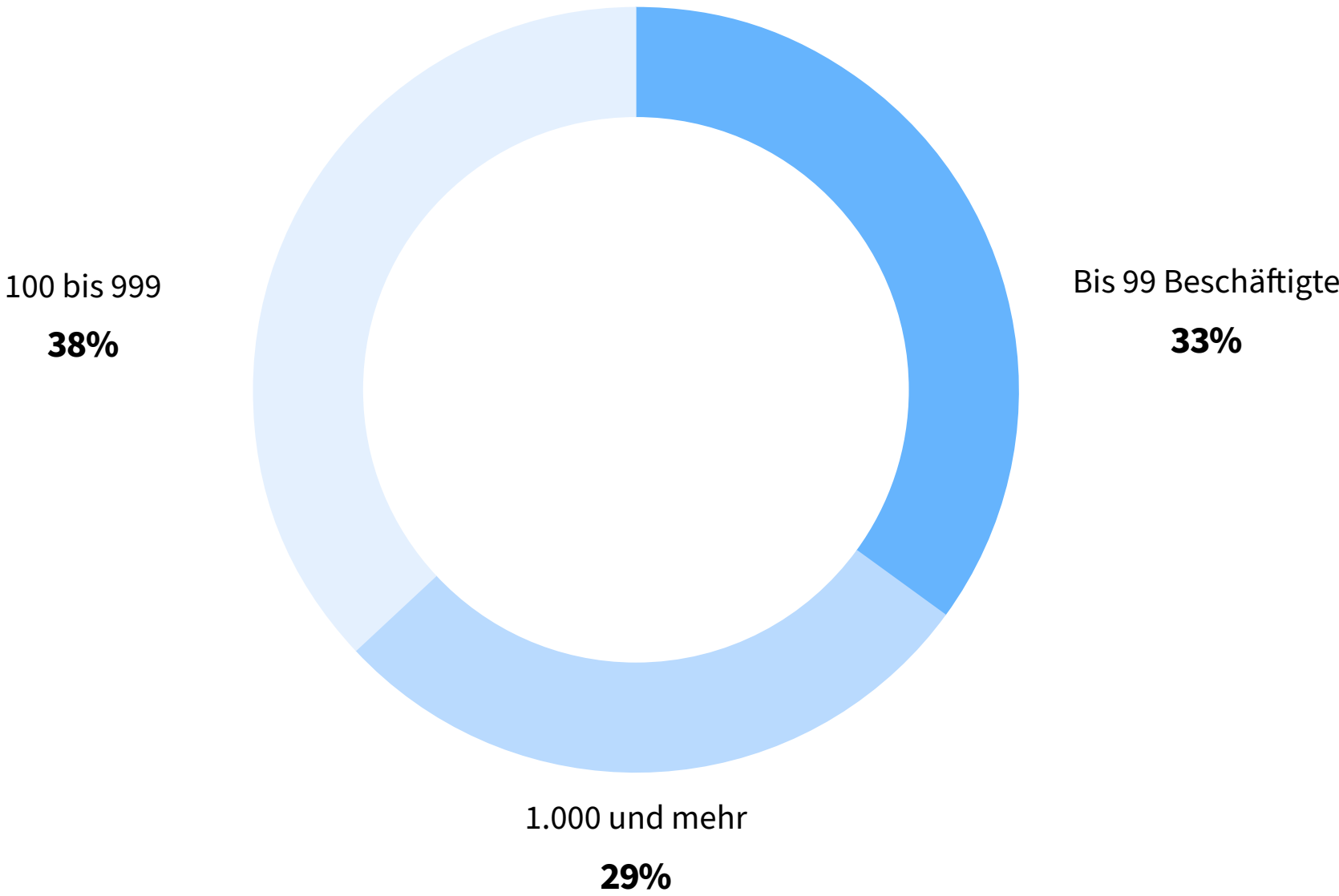
Selbstständige 11%

Freie Berufe 6%

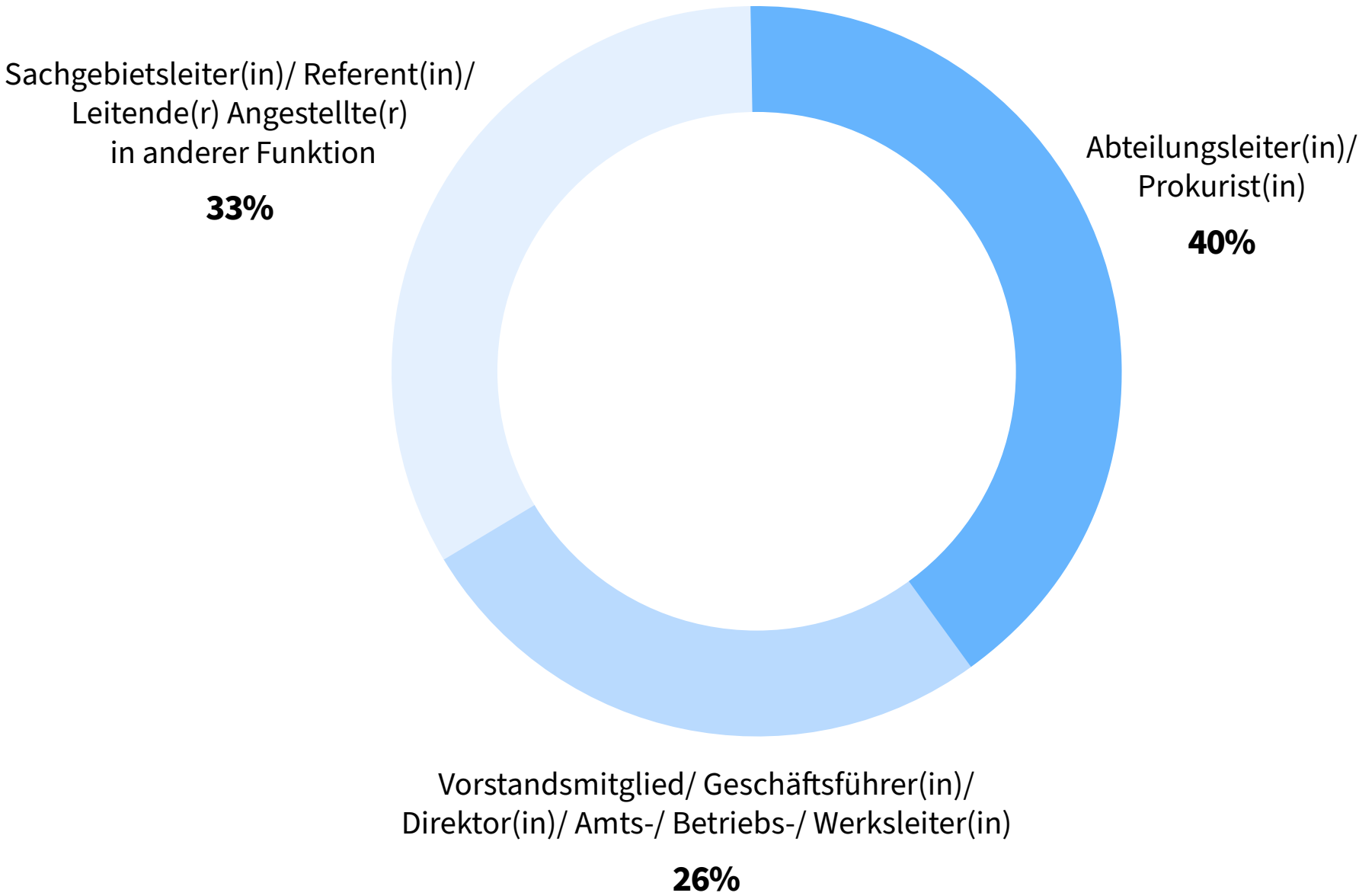
Leitende Angestellte 70%

Beamte 13%

Leitende Angestellte nach Unternehmensgrößen*



Leitende Angestellte nach Funktion*



*Vorfilter Leitende Angestellte, heise online 249 Tsd. User

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der heise online-Nutzerschaft

Berufsstellung

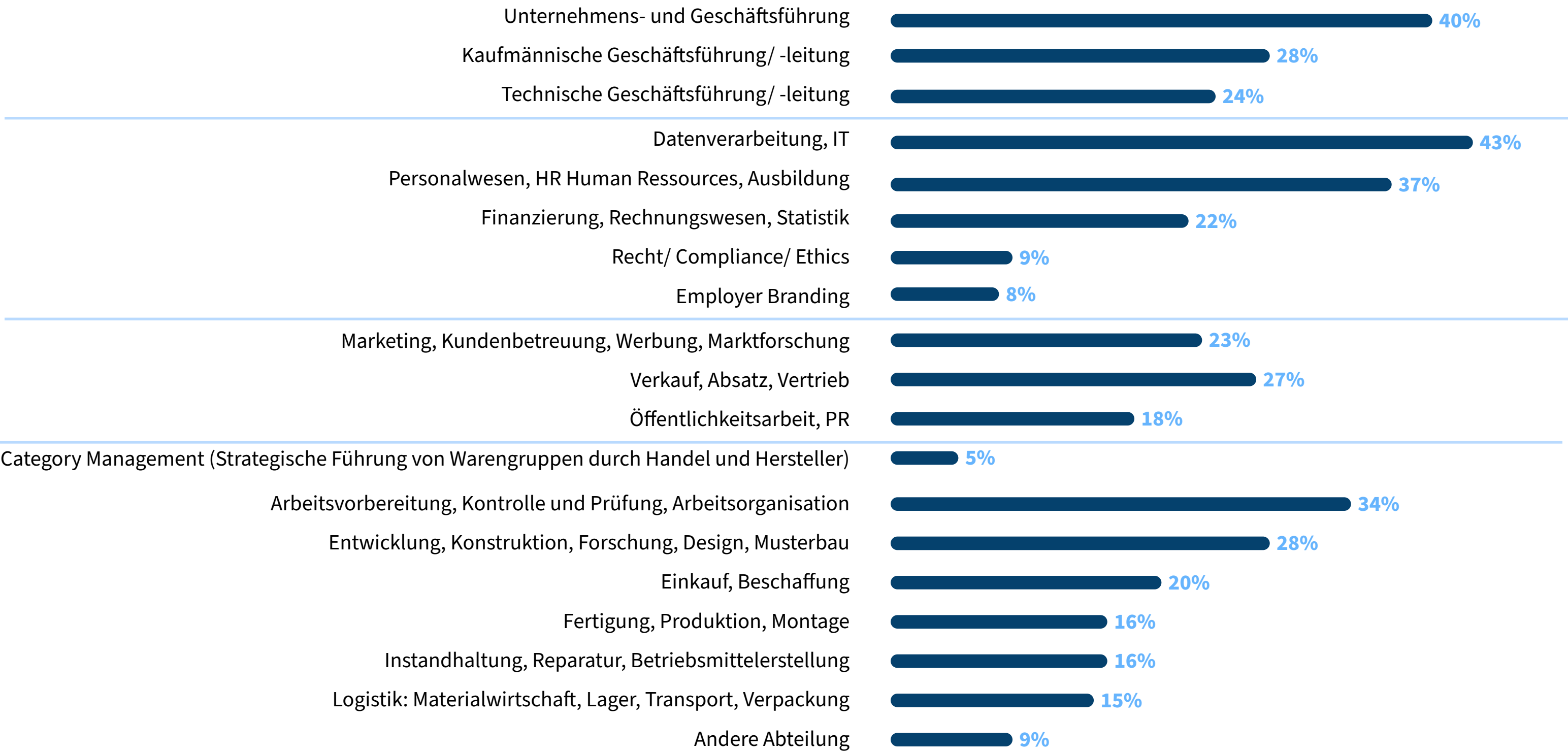
Selbstständige 11%

Freie Berufe 6%

Leitende Angestellte 70%

Beamte 13%

Gesamt- oder Teilbereichsleitung nach Arbeitsbereichen*



*Vorfilter Leitende Angestellte, heise online 249 Tsd. User

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der heise online-Nutzerschaft

ITK-Entscheider

Was die LAE heise online-Usern in Bezug auf ihre Funktion als ITK-Entscheider bestätigt, haben wir auf dieser Seite dargestellt. Wir unterscheiden zwischen **ITK-Entscheidern**, die an allen Entscheidungen beteiligt sind (z.B. beratend) und jenen, die Alleinentscheider-/Mitentscheider oder delegationsbeauftragt sind. Auf den Teil der Alleinentscheider gehen wir ab Seite 15 ein.

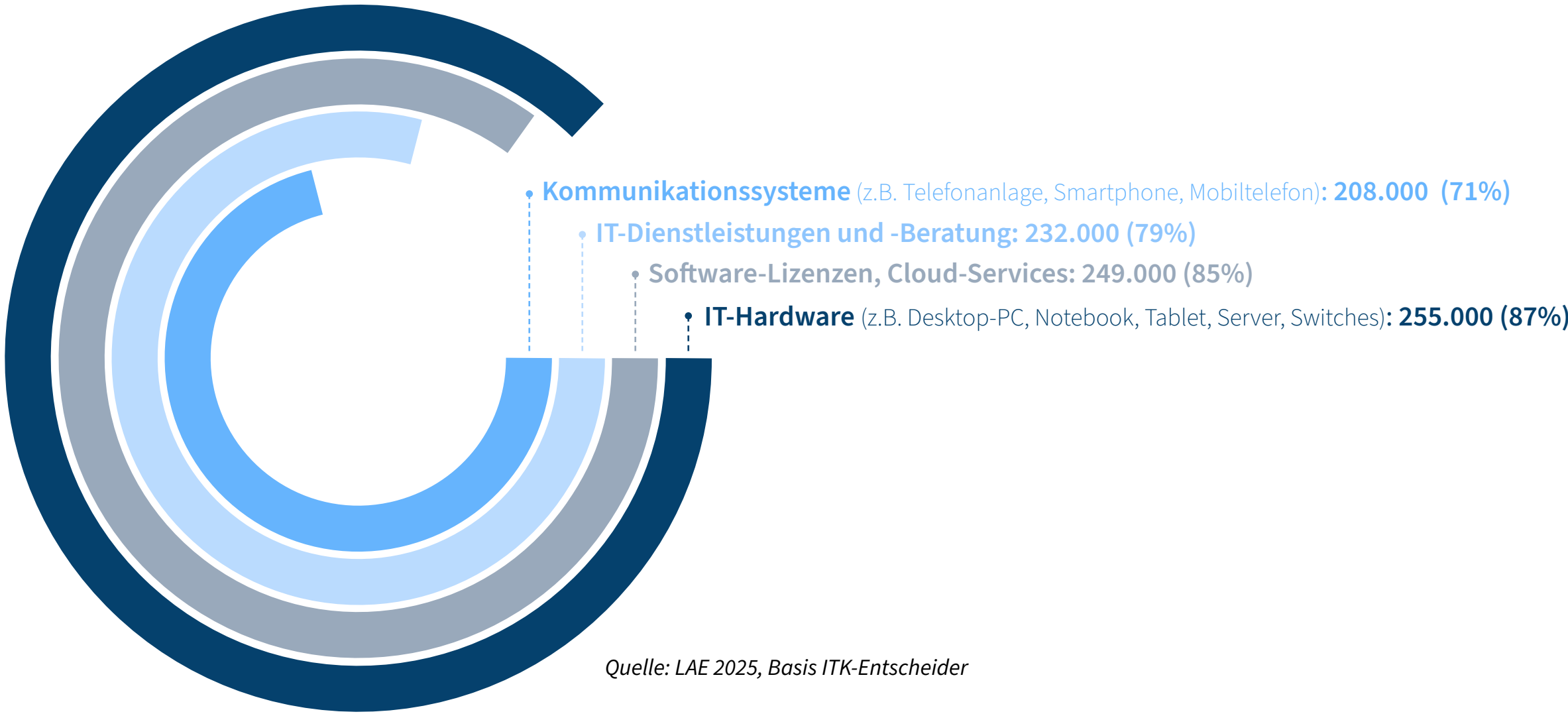
In diesem Teil der Analyse fokussieren wir uns auf die Gesamtheit der ITK-Entscheider: Von 357.000 B2B-Entscheidern, die heise online erreicht, **sind 293.000 (82%) an Entscheidungen in den Bereichen IT und Kommunikation (ITK) beteiligt**. heise online-User sind dabei überdurchschnittlich vertreten (Index 109).

Sie beeinflussen mit Ihrer Entscheidung für Hard- und Software, Softwarelizenzen, Cloud-Dienstleister, Cloudservices und Kommunikationssysteme die Arbeitsprozesse und die Reaktionsfähigkeit von Unternehmen **maßgeblich**. Die erfolgreiche Einbindung von KI-Tools, die gezielte Nutzung von Ressourcen und das schnelle Lernen neuer Arbeitstechniken erfordern einen soliden Unterbau – das Hard- und Softwarefundament.

Der heise online-User als ITK-Entscheider ist auffallend stark in kleinen Unternehmen bis zu 99 Mitarbeitern vertreten und in sehr großen Unternehmen ab 1.000 Mitarbeitern. Faktoren, die hierbei eine Rolle spielen könnten, sind die hohe Flexibilität, Offenheit für neue Entwicklungen, eine erhöhte Risikobereitschaft für Ideen und agile Strukturen, die kleine Unternehmen auszeichnen. Ähnliche Bedingungen sind dann erst wieder in Konzernen/Großbetriebe ab 1.000 Mitarbeitern zu finden.

heise online-User planen Anschaffungen in diesen Kernbereichen:

293.000 ITK-Entscheider



heise online-User als Volume Buyer – ihre Investitionspläne im Detail innerhalb der nächsten 12 Monate:

Hardware		Kommunikationssysteme		Server & Security		Software & Tools		Überdurchschnittlich im Planungsfokus	
Desktop-PC	267.000 (91%)	Videokonferenzsysteme	231.000 (79%)	Firmen-Netzwerk/ LAN/ Netzwerkkomponenten	275.000 (94%)	Betriebssoftware (Software für Buchhaltung, Projektverwaltung u.ä.)	277.000 (95%)	Dokumenten-, Wissens- und Workflow-Managementsysteme	228.000 (78%)
Notebook/ Laptop	283.000 (97%)	Smartphone	263.000 (90%)	Server-Hardware	262.000 (89%)	CRM Systeme (Customer-Relationship-Management)	175.000 (60%)	Index 126	
Tablet	243.000 (83%)	Head-Mounted Display (VR-Brille, Smartglasses)	70.000 (24%)	Cloud-Services	231.000 (79%)				138.000 (47%)
Drucker/ Kopierer/ Scanner/ Fax (Einzel- oder Multifunktionale Geräte)	281.000 (96%)			IT-Sicherheitsinfrastruktur (z.B. Virensoftware, Firewall, Verschlüsselungstechnologien)	278.000 (95%)			Index 190	

Leitende Angestellte

GESAMT- ODER TEILBEREICHSLEITUNG NACH ARBEITSBEREICHEN

heise online-User entscheiden, beraten und treffen Entscheidungen für Anschaffungen, für strategische Ausrichtungen und für nachfolgende Investitionsentscheidungen allein oder im Team. Näher betrachtet, nehmen sie in allen Arbeitsbereichen innerhalb der Führungsebenen einen festen Platz ein.

Die Top-Managementebene, als oberste Führungsebene bzw. Leitung, ist verantwortlich für den Kurs, den ein Unternehmen nimmt – über alle Unternehmensgrößen hinweg. Die Positionen reichen vom CEO zum CIO, vom Vorstand bis zum Präsidenten der Geschäftsleitung – alle zeichnungsberechtigt.

heise online spielt eine tragende Rolle im hochkarätigen Kanon der digitalen Entscheidermedien. Sichtbar sowohl am Index als auch in der Zusammensetzung der Nutzerschaft.

Note:
Die Affinität wird als Index dargestellt und ist ein Maß für die Zielgruppennähe des Mediums bzw. Mediaplans.

Lesebeispiel: Ein Index von 133 bedeutet beispielweise, dass der Anteil der Zielgruppe in dem betreffenden Medium um 33% höher liegt als in der definierten Grundgesamtheit.
(Quelle Medimach)

Gesamt- oder Teilbereichsleitung nach Arbeitsbereichen:

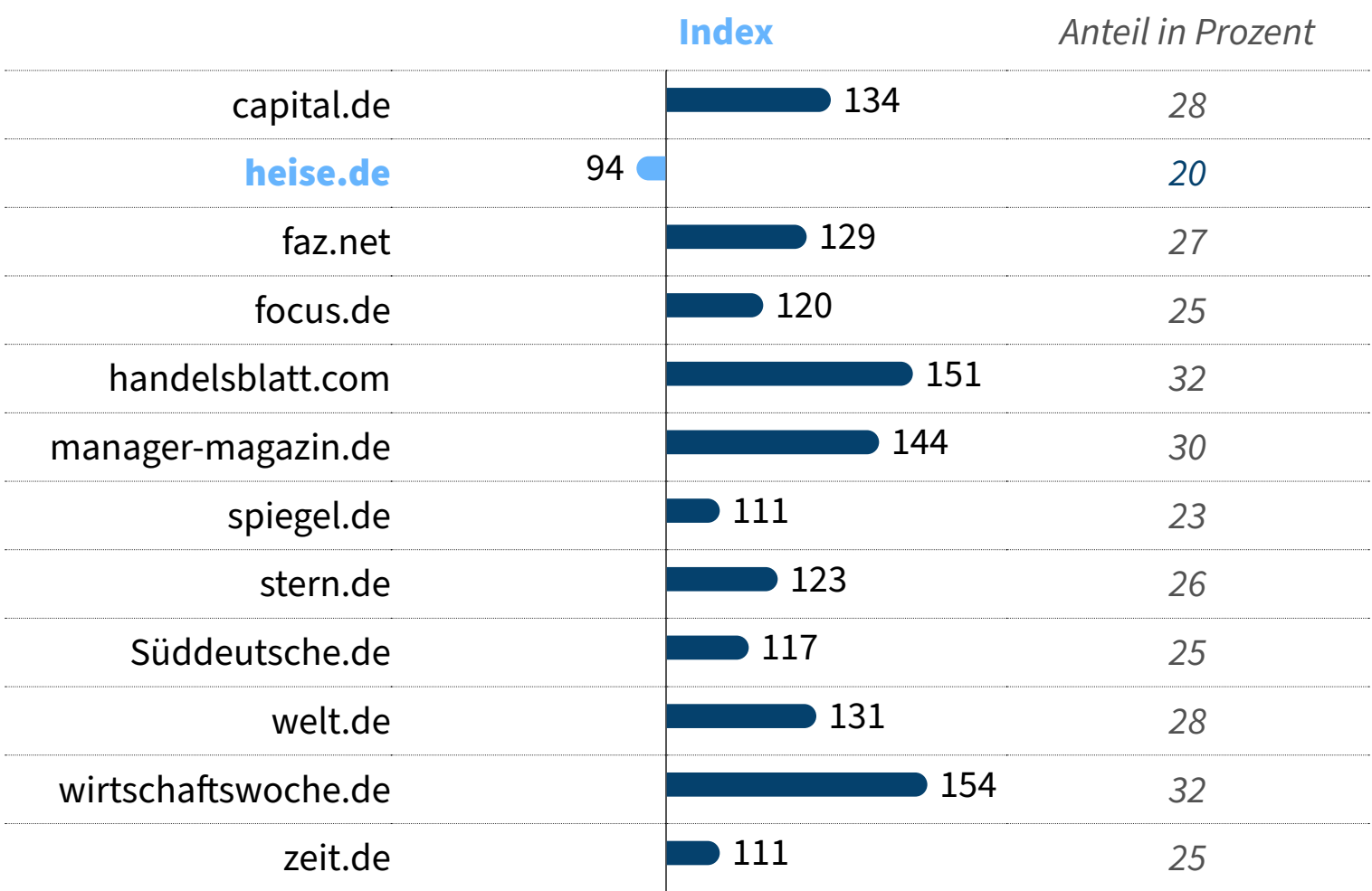
Unternehmens- und Geschäftsführung

	Index	Anteil in Prozent
capital.de	133	33
heise.de	101	28
faz.net	126	31
focus.de	118	29
handelsblatt.com	143	35
manager-magazin.de	145	36
spiegel.de	110	27
stern.de	120	30
Süddeutsche.de	115	29
welt.de	130	32
wirtschaftswoche.de	151	37
zeit.de	112	28

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der Nutzerschaft sowie der jeweilige Index

Gesamt- oder Teilbereichsleitung nach Arbeitsbereichen:

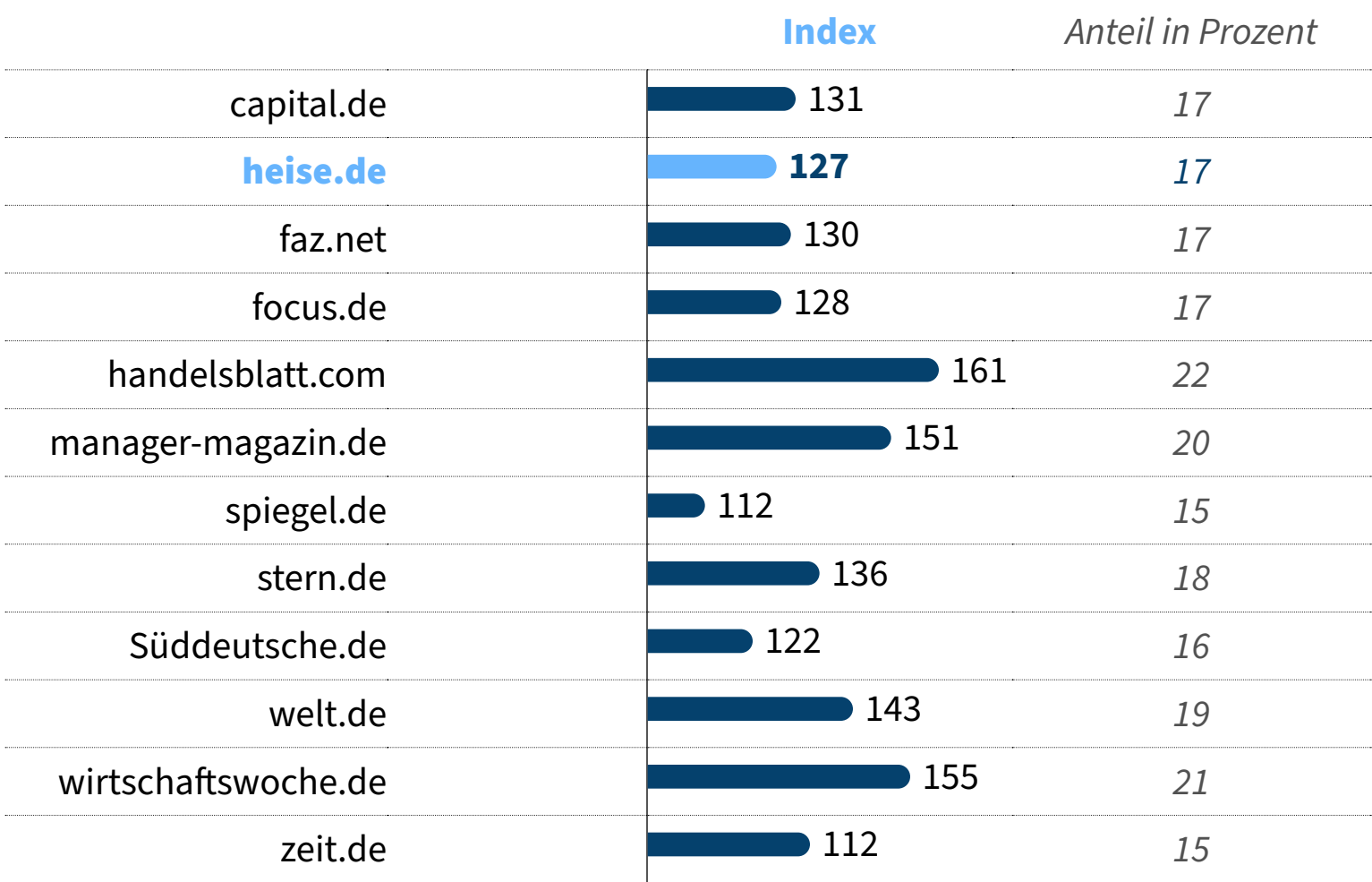
Kaufmännische Geschäftsführung/-leitung



Innerhalb des Bereiches der kaufmännischen Geschäftsführung und -leitung besetzen auch heise online-User durchschnittlich gut **Schlüsselpositionen** wie die des CFOs in Großunternehmen. Die Funktionsbereiche gehen über Finanz- und Rechnungswesen inkl. Steuern, Controlling, EDV und Personal. Ein Fünftel der User ist in diesem Arbeitsbereich tätig.

Gesamt- oder Teilbereichsleitung nach Arbeitsbereichen:

Technische Geschäftsführung/-leitung

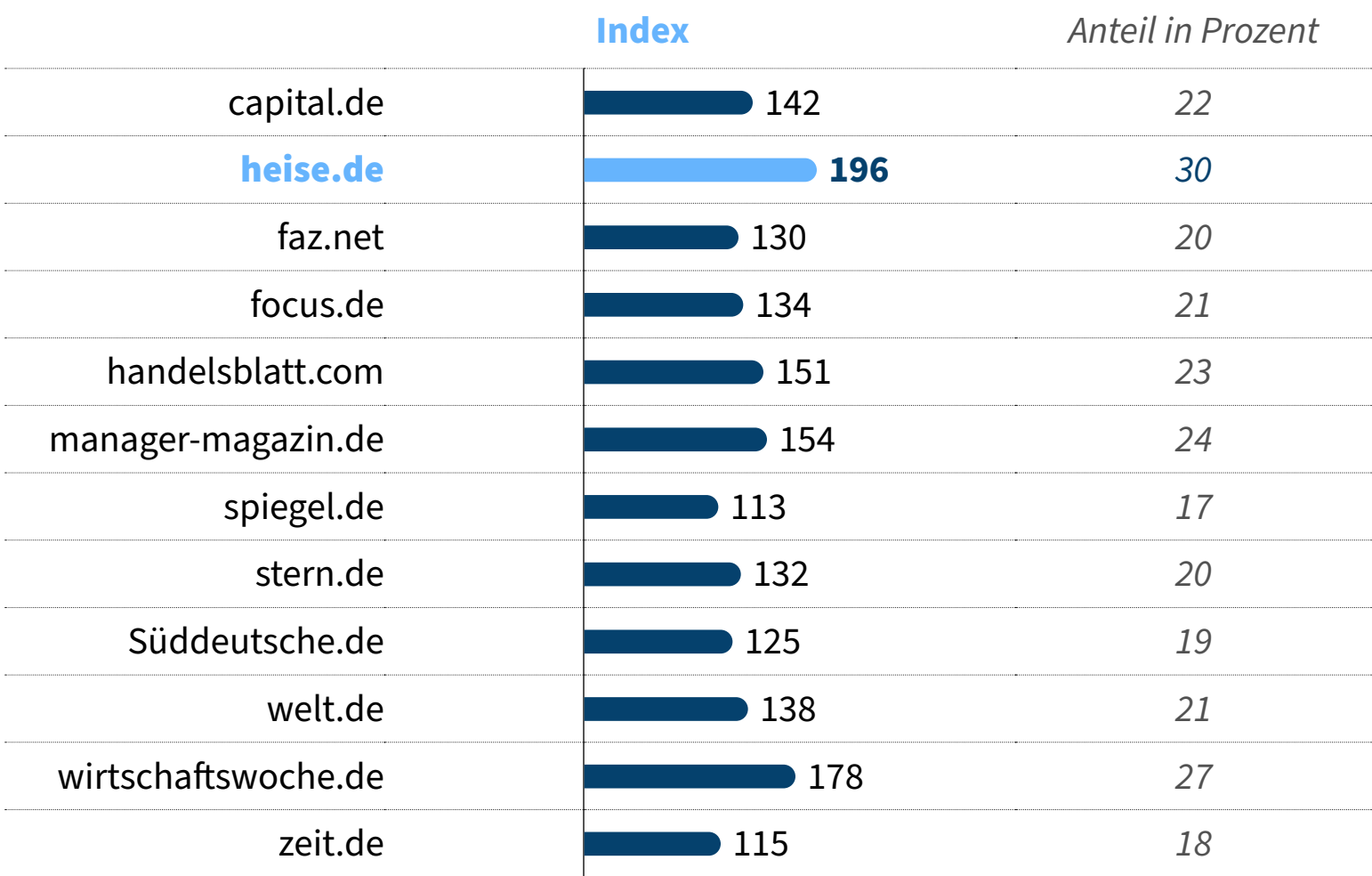


Im beruflichen Umfeld der technischen Geschäftsführung und -leitung kann sich der heise online-User im B2B behaupten: Der Anteil der Technischen Direktoren, Technikvorstände oder Chief Technology Officer (CTO) liegt unter den Usern **um 27 Prozent höher als in der Grundgesamtheit** der Zielgruppe.

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der Nutzerschaft sowie der jeweilige Index

Gesamt- oder Teilbereichsleitung nach Arbeitsbereichen:

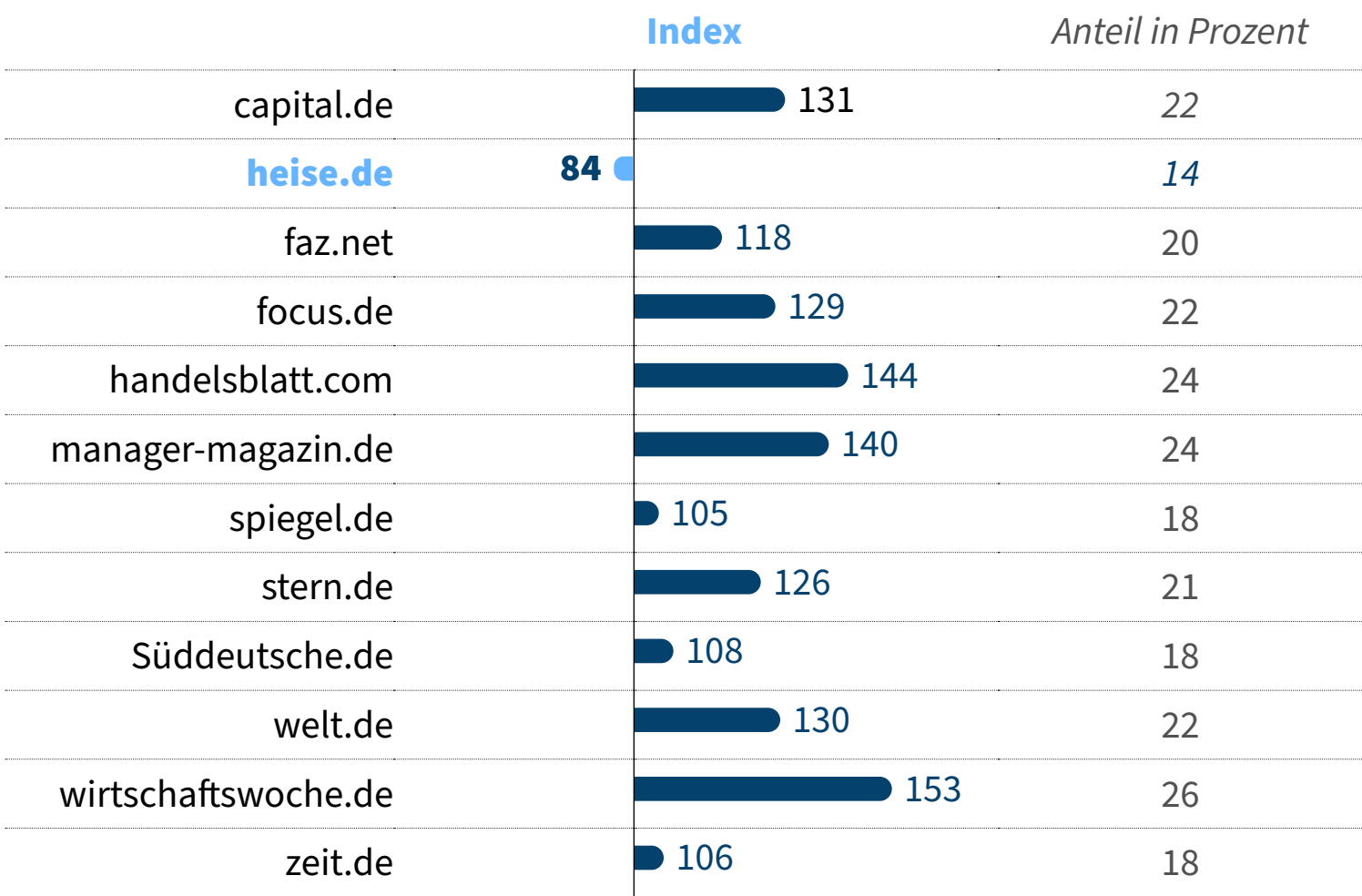
Datenverarbeitung, IT



Wenn es um das **Herzstück eines Unternehmens** geht, ist es meist auf der obersten Führungsebene angesiedelt. Hier sitzen die Entscheider und davon hat heise online beeindruckende 30%. Über alle Unternehmensgrößen hinweg zeigt der Index die starke Position – im Vergleich zu anderen führenden Angeboten.

Gesamt- oder Teilbereichsleitung nach Arbeitsbereichen:

Einkauf, Beschaffung

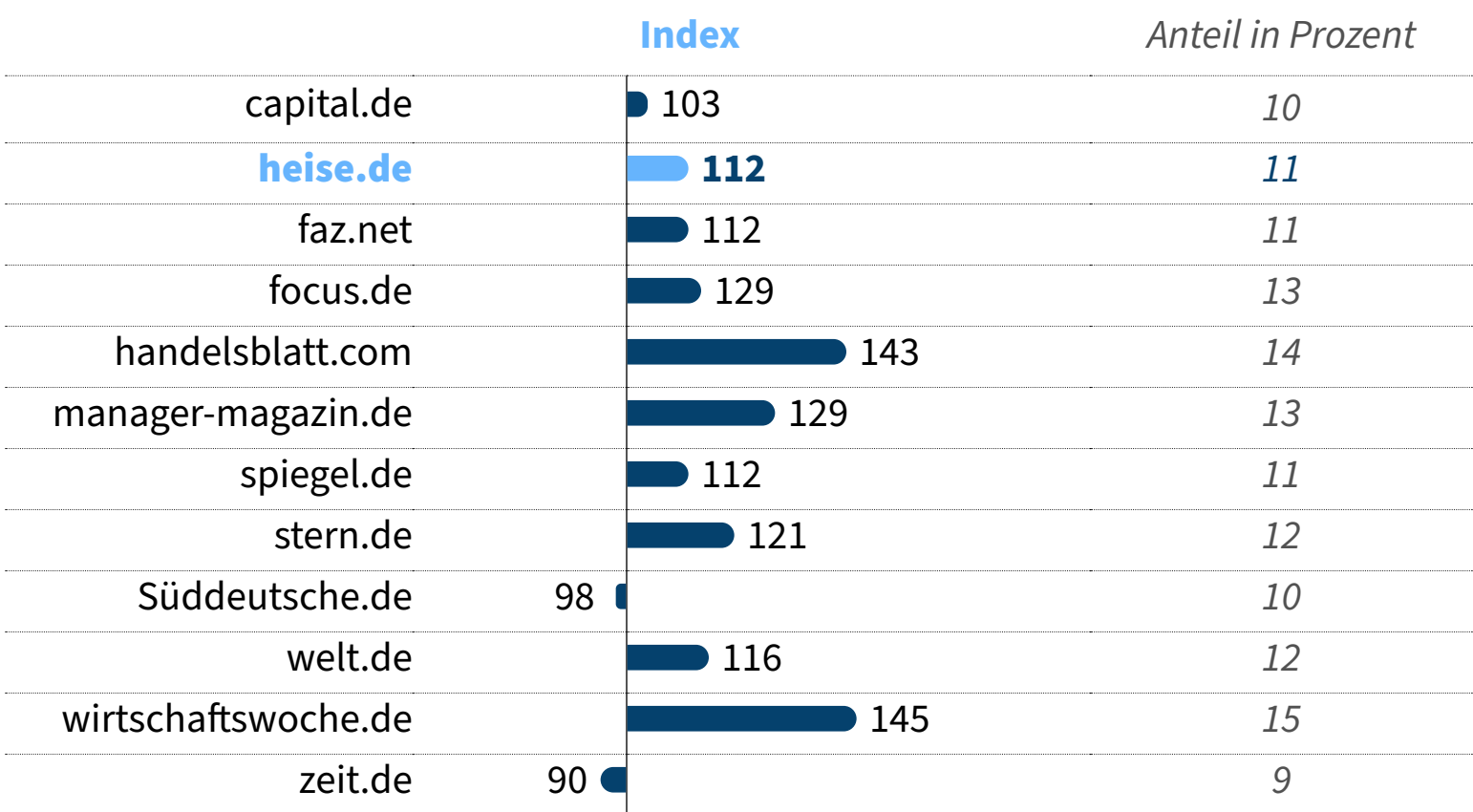


In diesem Bereich, der eine **zentrale Funktion** erfüllt, ist Verhandlungsgeschick gefragt: Hier wird über die Kanäle entschieden, über die eingekauft wird und die Konditionen werden hart verhandelt. Jeder Siebte heise online-User zählt zu dieser Zielgruppe. Wer bei ihnen mit Produkten punkten kann, hat sich einen **Volume-Buyer gesichert**.

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der heise online-Nutzerschaft sowie der jeweilige Index

Gesamt- oder Teilbereichsleitung nach Arbeitsbereichen:

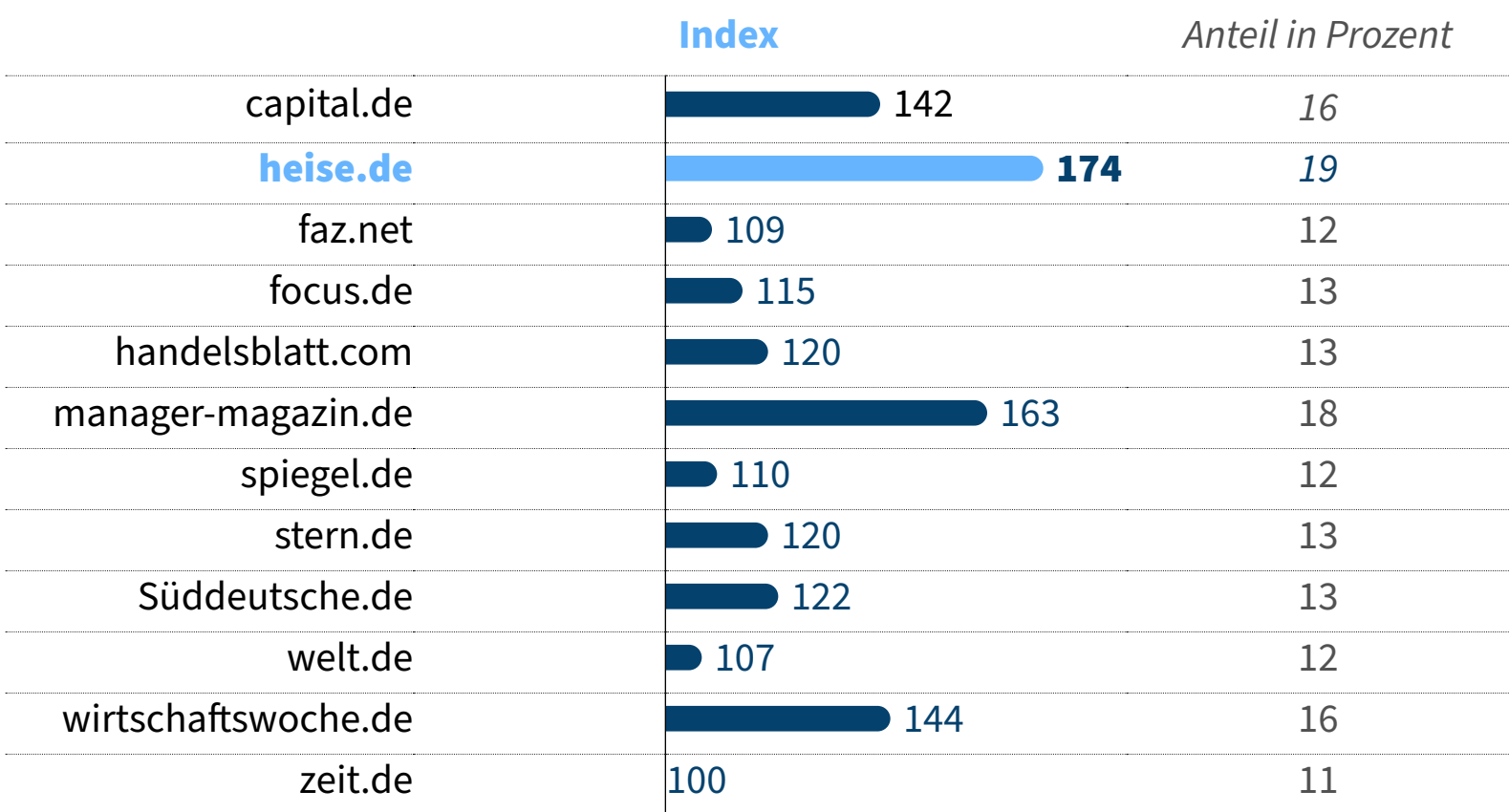
Fertigung, Produktion, Montage



KI ist das Stichwort. Insgesamt weist die LAE jeden elften Entscheider für den **Arbeitsbereich an der Basis** eines Unternehmens aus – heise online liegt damit über dem Durchschnitt. Die LAE beweist, dass der **heise online-User als B2B-Entscheider auch in diesem Bereich maßgeblich mitbestimmt**, welche technische Ausrüstung eingesetzt wird: Von der Robotik, über weitere KI bis zur Digitalisierung und Qualitätssicherung in den Produktionsbereichen. Das Feld der möglichen Schlüsseltechnologien und Standards ist weit.

Gesamt- oder Teilbereichsleitung nach Arbeitsbereichen:

Entwicklung, Konstruktion, Forschung, Design, Musterbau



Während jeder Dritte Entscheider in der IT sitzt, hat jeder Fünfte heise online-User mit der Ideenfindung zu tun. Die User sind **Teil der Think-Tanks**: Sie leiten die Entwicklung von Ideen in Zusammenarbeit mit dem Marketing, forschen nach neuen Werkstoffen, Einsatzmöglichkeiten, Produktionsalternativen, mittlerweile unter Einsatz verschiedenster KI-Tools. In diesen Abteilungen werden Prototypen gebaut und weiterentwickelt. Wer in diesem Unternehmensbereich eine leitende Stellung hat, **bestimmt über die einzusetzende Soft- und Hardware** wie Testprogramme,-CAD/CAM-Programme, 3D-Technologien oder den Einsatz von Digital Twins. Digitalisierung, KI und Energieeffizienz sind **zentrale Themen**.

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der heise online-Nutzerschaft sowie der jeweilige Index

Entscheider

ENTSCHEIDER heise online-USER IM DETAIL

Allein-/Delegation/Mitentscheider

Auszug einzelner Entscheidergruppen im Vergleich zum Wettbewerb

ZENTRALE THEMEN DER ENTSCHEIDER

Zukunftsthemen/Unternehmensthemen/Mediengruppe Podcasts

Allein-Entscheidung/Delegation/Mit-Entscheidung:

Unternehmens- und Geschäftsführung



Verwaltung, Organisation, IT



Finanzen



Absatz, Marketing



Produktion, Logistik, Materialwirtschaft



F&E, Konstruktion



*„ITK-ENTSCHEIDER“
mindestens in einem der Bereiche
- „IT Gesamt“ oder
- „Kommunikationssysteme, wie Telefonanlage“ oder
- „Smartphone, Mobiltelefon“
kompetent

**„IT GESAMT“
mindestens in einem der Bereiche
- „IT-Hardware (z.B. Desktop-PC, Notebook, Tablet, Server, Switches)“ oder
- „Software-Lizenzen, Cloud-Services“ oder
- „IT-Dienstleistungen und -Beratung“
kompetent

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit;
dargestellt ist der jeweilige Anteil in der heise online Nutzerschaft

Allein-/Delegation/Mitentscheider Verwaltung, Organisation, IT:

ITK-Entscheider (IT gesamt, Kommunikationssysteme)

	Index	Anteil in Prozent
capital.de	106	73
heise.de	106	73
faz.net	103	71
focus.de	105	73
handelsblatt.com	107	74
manager-magazin.de	102	71
spiegel.de	104	72
stern.de	105	73
Süddeutsche.de	103	71
welt.de	105	72
wirtschaftswoche.de	108	75
zeit.de	100	69

Nicht überraschend, aber deutlich – der heise online-User hat 73% ITK-Entscheider in seinen Reihen – eine überdurchschnittlich zielgruppenaffine Nutzerschaft, wie der Index beweist. Und **führend im Vergleich**. Wer diese Entscheider **budgeteffizient** erreichen will, ist bei heise.de gut aufgehoben.

- Die LAE fasst folgende Produktbereiche zum **Oberbegriff ITK** zusammen:
- IT-Hardware (z.B. Desktop-PC, Notebook, Tablet, Server, Switches)
 - Software-Lizenzen, Cloud-Services oder
 - IT-Dienstleistungen und -Beratung
 - Kommunikationssysteme, wie Telefonanlage, Smartphone, Mobiltelefon

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der Nutzerschaft sowie der jeweilige Index

Allein-/Delegation/Mitentscheider Verwaltung, Organisation, IT:

IT gesamt (IT-Hardware, Software, Internet)

	Index	Anteil in Prozent
capital.de	107	71
heise.de	107	71
faz.net	105	70
focus.de	107	71
handelsblatt.com	109	72
manager-magazin.de	104	69
spiegel.de	105	70
stern.de	106	70
Süddeutsche.de	105	69
welt.de	106	70
wirtschaftswoche.de	109	72
zeit.de	101	68

Was für ITK-Entscheider gilt, ist direkt auf den Entscheider für die IT gesamt zu übertragen! Er entscheidet über die gesamte Hard-und Software einschliesslich digitaler Lösungen, ist jedoch nicht für Kommunikationsmittel zuständig.

- Die LAE fasst folgende Produktbereiche zum **Oberbegriff IT** zusammen:
- IT-Hardware (z.B. Desktop-PC, Notebook, Tablet, Server, Switches)
 - Software-Lizenzen, Cloud-Services oder
 - IT-Dienstleistungen und -Beratung

Allein-/Delegation/Mitentscheider Verwaltung, Organisation, IT:

IT-Hardware (z.B. Desktop-PC, Notebook, Tablet, Server, Switches)

	Index	Anteil in Prozent
capital.de	106	66
heise.de	102	63
faz.net	104	64
focus.de	107	66
handelsblatt.com	107	66
manager-magazin.de	98	60
spiegel.de	105	65
stern.de	106	66
Süddeutsche.de	102	63
welt.de	106	66
wirtschaftswoche.de	108	66
zeit.de	98	60

63% der heise online-User fokussieren sich in Ihrer Funktion als B2B-Entscheider auf das Herzstück des Unternehmens – die Hardwareausstattung. Damit die **Zukunft des Unternehmens sicher auf belastbaren Beinen** steht.

Allein-/Delegation/Mitentscheider Verwaltung, Organisation, IT:

Software-Lizenzen / Cloud-Services

	Index	Anteil in Prozent
capital.de	106	60
heise.de	109	62
faz.net	108	61
focus.de	110	62
handelsblatt.com	112	63
manager-magazin.de	104	59
spiegel.de	108	61
stern.de	108	61
Süddeutsche.de	110	62
welt.de	108	61
wirtschaftswoche.de	112	63
zeit.de	100	57

Über einzusetzende Softwarelösungen, wertschöpfende Kooperationen mit IT-Dienstleistern und -Beratern zu entscheiden – das ist für **62% der heise online-User Alltag**.

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der Nutzerschaft sowie der jeweilige Index

Allein-/Delegation/Mitentscheider Absatz/Marketing:

Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit/Sustainability

	Index	Anteil in Prozent
capital.de	104	36
heise.de	96	33
faz.net	109	38
focus.de	114	40
handelsblatt.com	113	39
manager-magazin.de	113	39
spiegel.de	109	38
stern.de	118	41
Süddeutsche.de	116	40
welt.de	111	38
wirtschaftswoche.de	114	40
zeit.de	106	37

Hier ist Potenzial vorhanden: Generell wird die Bedeutung des Themas **Nachhaltigkeit im Unternehmen** von heise online-Usern in ihrer Verantwortung als leitende Angestellte **sehr ernst genommen**. Als sehr wichtig stufen es 44% ein, als mindestens wichtig 86%. Die entsprechenden Maßnahmen dafür zu ergreifen braucht jedoch Zeit. Ein Drittel der User ist bereits **auf gutem Weg**.

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der Nutzerschaft sowie der jeweilige Index

Allein-/Delegation/Mitentscheider F&E, Konstruktion:

Forschung und Entwicklung/Konstruktion

	Index	Anteil in Prozent
capital.de	125	32
heise.de	135	34
faz.net	105	27
focus.de	112	28
handelsblatt.com	116	30
manager-magazin.de	134	34
spiegel.de	109	28
stern.de	114	29
Süddeutsche.de	124	32
welt.de	104	26
wirtschaftswoche.de	124	31
zeit.de	104	26

Entscheider, die den zukünftigen Weg ihres Unternehmens maßgeblich mitbestimmen, müssen immer einen Schritt voraus sein. In dem Bereich der F&E und Konstruktion werden Ideen generiert, Prototypen gebaut, getestet, weiterentwickelt, und auf Produktionstauglichkeit geprüft. Der Einsatz von **KI-Tools legt hier den Grundstein für die Schaffung von Wettbewerbsvorteilen**. Und genau hier ist der heise online-User besonders deutlich in einer führenden Position.

Note:
Weit überdurchschnittlich mit dem zweithöchsten Indexwert haben

- 23% der heise online-User bereits in Robotik investiert (Index 125),
- 40% der heise online-User in KI und Maschinenlernen (Index 148), sogar mit dem höchsten Indexwert

Allein-/Delegation/Mitentscheider Verwaltung, Organisation, IT:
IT-Dienstleistungen und -Beratung

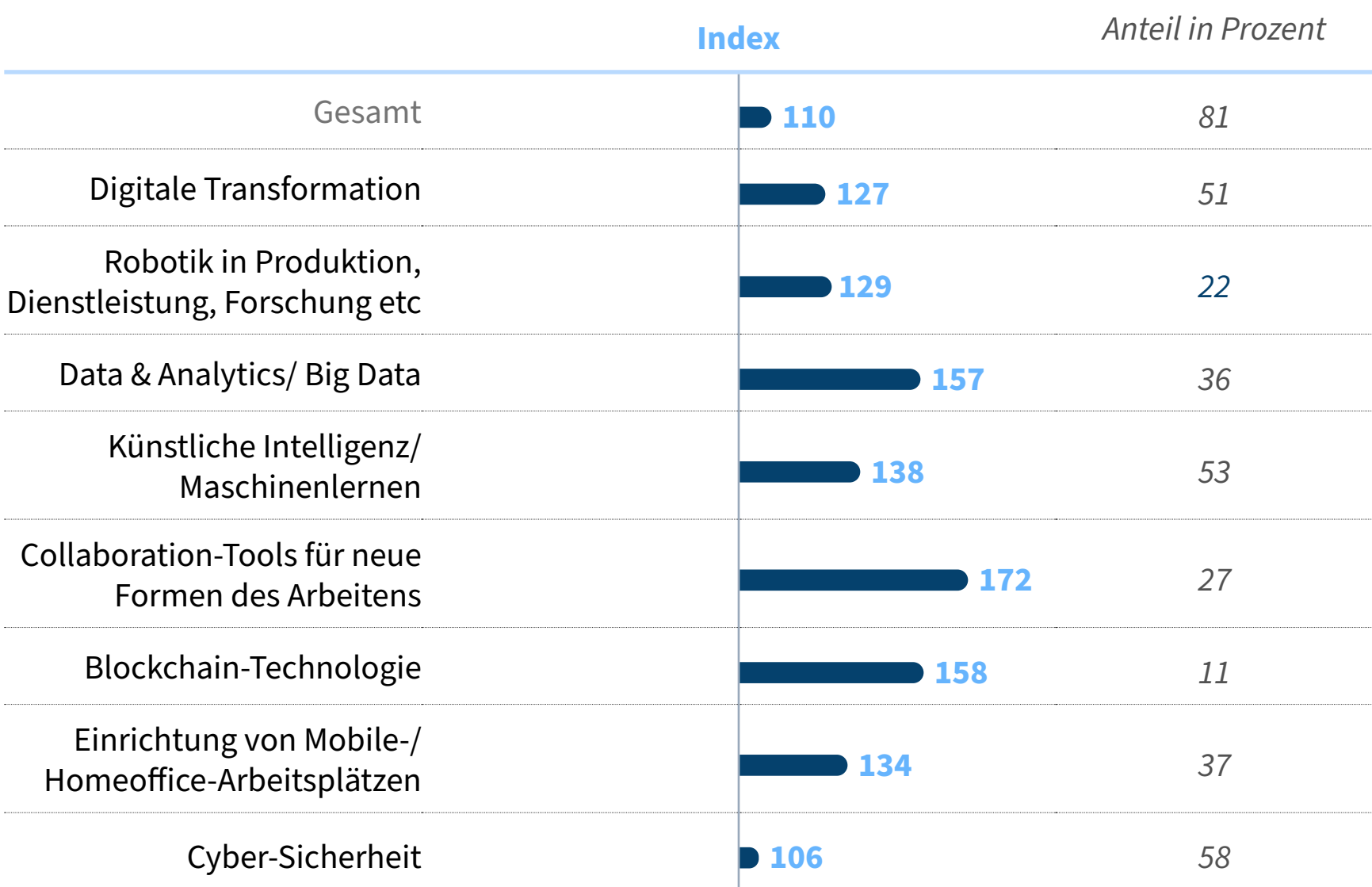
	Index	Anteil in Prozent
Gesamt	100	55
capital.de	<div><div></div></div> 103	57
heise.de	<div><div></div></div> 107	59
faz.net	<div><div></div></div> 107	59
focus.de	<div><div></div></div> 108	60
handelsblatt.com	<div><div></div></div> 114	63
manager-magazin.de	<div><div></div></div> 106	58
spiegel.de	<div><div></div></div> 106	58
stern.de	<div><div></div></div> 106	58
Süddeutsche.de	<div><div></div></div> 110	60
welt.de	<div><div></div></div> 107	59
wirtschaftswoche.de	<div><div></div></div> 113	62
zeit.de	96 <div><div></div></div>	53

Sie haben die Kompetenz und entscheiden darüber, **welche IT-Dienst-/Beratungsleistungen eingekauft werden**. Das trifft auf 59% der heise online-User zu.

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der Nutzerschaft sowie der jeweilige Index

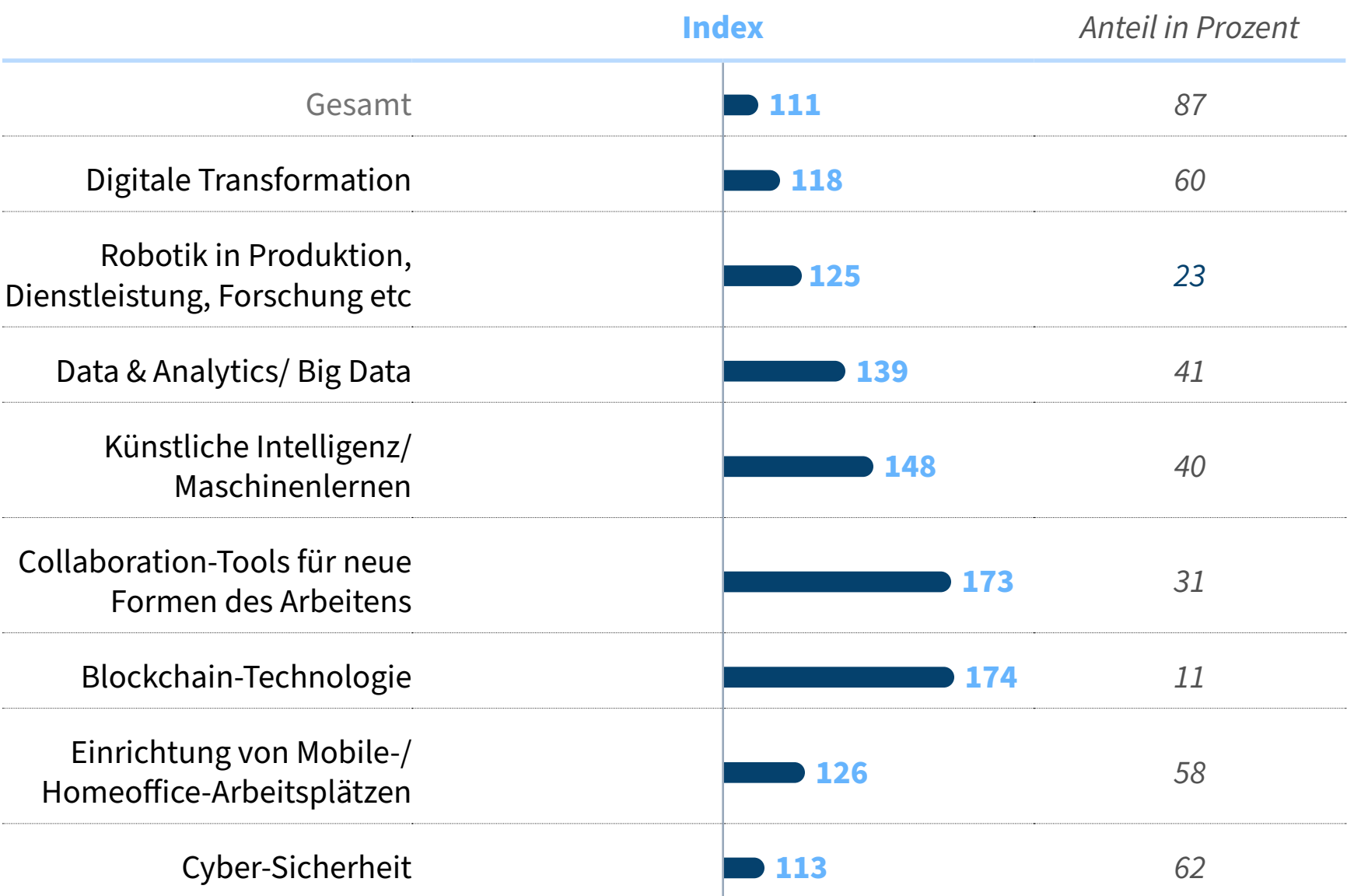
Zukunftstechnologien:

Investitionen in Zukunftstechnologien geplant



Zukunftstechnologien:

Investitionen in Zukunftstechnologien investiert & eingesetzt



Alle Tech-Bereiche sind relevant – 87% haben bereits in allen Bereichen sehr weit überdurchschnittlich investiert und bleiben am Ball: 81% der heise online-User planen in diese Technologien zu investieren, **Priorität** haben nach wie vor die digitale Transformation als auch Data & Analytics. Auch mobiles Arbeiten bleibt weiterhin Thema. Der Einsatz von Collaboration-Tools wird weit über dem Durchschnitt favorisiert (Index 172) und über die Hälfte der Entscheidungsträger von heise online haben **Cybersicherheit im Fokus**. Gleiches gilt für den Einsatz von **KI-Tools**.

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der Nutzerschaft sowie der jeweilige Index

Zukunftstechnologien:

Einsatzbereiche von KI im Unternehmen

	Index	Anteil in Prozent
KI-Einsatz insgesamt	<div><div></div></div> 122	64
Automatisierung von Geschäftsprozessen	<div><div></div></div> 116	35
Personalisierung von Dienstleistungen	<div><div></div></div> 110	21
Vorhersage und Analyse	<div><div></div></div> 131	27
Spracherkennung und Verarbeitung	<div><div></div></div> 130	28
Andere Einsatzbereiche	<div><div></div></div> 156	34
Es wird keine KI eingesetzt	<div><div></div></div> 66	27

Als maßgeblicher Einflussfaktor hat sich allgemein das Thema KI herauskristallisiert: Über **60 % – knapp zwei Drittel – der heise online-User in B2B beschäftigen sich konkret mit dem Einsatz von KI**, um zum einen den Anschluss an den Wettbewerb nicht zu verpassen und zum anderen eine führende Rolle im nationalen und internationalen Wettbewerb einzunehmen.

Die **Stärken der Anwendungen** liegen in der Prozessautomatisierung, Personalisierung, Analyse und Spracherkennung. Darüber hinaus setzen 34% weitere **hochspezialisierte Tools** ein, über alle Arbeitsbereiche und Branchen hinweg.

Themen Nachhaltigkeit, IT, Employer Brandung u.a:

Generelle Wichtigkeit im Unternehmen – mindestens wichtig

	Reichweite in Tsd	Anteil in Prozent
Nachhaltigkeit	<div><div></div></div> 307	86
Fachkräftemangel, qualifiziertes Personal finden	<div><div></div></div> 324	91
Employer Branding (Maßnahmen, sich als besonders attraktiven Arbeitgeber darzustellen)	<div><div></div></div> 277	78
Diversität	<div><div></div></div> 238	67
Soziale Verantwortung	<div><div></div></div> 321	90

Eng gekoppelt an Zukunftstechnologien sind die relevanten Themen auf Entscheider-/Führungs-ebene. Nachhaltigkeit beschäftigt 86% der entscheidungstragenden heise online-User, soziale Verantwortung 90% – Themen, die auch das **Employer-Branding** mit beeinflussen.

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der Nutzerschaft sowie der jeweilige Index

Informationsquellen:

Wichtige Mediengruppen für die berufliche Tätigkeit

	Index	Anteil in Prozent
Politik- und Wirtschaftsmagazine/-zeitschriften	109	43
Überregionale Tages- und Wochenzeitungen	84	32
Branchenspezifische Fachzeitschriften/-Medien	98	68
Internetseiten der Zeitschriften und Zeitungen	153	52
Internetseiten von Herstellern, Händlern oder Dienstleistern	129	60
Newsletter von Zeitschriften und Zeitungen	143	19
Soziale Netzwerke	106	36
Podcasts	127	11
Fernsehen	98	22
Infoscreens (z.B. am Flughafen, im Hotel)	79	4
Internetseiten von Nachrichtensendern	142	32
KI (z.B. ChatGPT)	156	38

Podcasthörer mögen snackable Content, jeder 14te heise online-User nutzt Podcasts als wichtige Mediengruppe für seine berufliche Tätigkeit, Durchschnittsalter: 46 Jahre.

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der Nutzerschaft sowie der jeweilige Index

Geschäftsreisen:

Fachmessen / Fachkongresse

Mehrmals im Jahr

	Index	Anteil in Prozent
Besuch von Fachmessen (egal ob in Präsenz oder virtuell)	113	34
Besuch von Fachkongressen/-Seminaren in Präsenz	106	36
Virtuelle Teilnahmen an Fachkongressen/-Seminaren/ Webinaren	119	51

Mindestens einmal im Jahr

	Index	Anteil in Prozent
Besuch von Fachmessen (egal ob in Präsenz oder virtuell)	109	64
Besuch von Fachkongressen/-Seminaren in Präsenz	112	64
Virtuelle Teilnahmen an Fachkongressen/-Seminaren/ Webinaren	119	66

Messen und Veranstaltungen sind wieder gefragt: Für die Teilnahme von mindesten einmal im Jahr sind beide Formen Präsenz / Virtuell gleich im Einsatz. Stehen mehrere Veranstaltungen im Jahr an, bevorzugen Entscheidungsträger die virtuelle Teilnahme bei fachbezogenen Kongressen / Webinaren (51%)

Podcast Hördauer pro Woche: 1 Stunde und mehr

Digitale Angebote

	Index	Reichweite in Prozent
Gesamt	100	20,0
capital.de	154	31,0
heise.de + App(s)	144	29,1
faz.net + App(s)	141	28,4
focus.de + App(s)	109	21,9
handelsblatt.com + App(s)	120	24,3
manager-magazin.de + App(s)	139	28,0
spiegel.de + App(s)	127	25,7
stern.de + App(s)	131	26,4
Süddeutsche.de + App(s)	142	28,6
welt.de + App(s)	116	23,4
wirtschaftswoche.de + App(s)	130	26,2
zeit.de + App(s)	165	33,2

Der Podcast im beruflichem Umfeld

Für 11% der heise online-User zählen Podcasts zur wichtigen Mediengruppe für die berufliche Tätigkeit. Knapp ein Drittel der heise online-User **hören 1 Stunde und mehr pro Woche Podcasts mit beruflichem Kontext**. Sie sind damit weit überdurchschnittlich in dieser Zielgruppe vertreten – der Index von 144 zeigt es deutlich. Eine Hördauer von 3 Stunden und mehr pro Woche – das sind die **Intensivhörer**: Bei mehr als 3 Stunden pro Woche liegt der Nutzeranteil im Vergleich zur Grundgesamtheit noch höher – der Index liegt bei 189.

Quelle: LAE 2025, Grundgesamtheit; dargestellt ist der jeweilige Anteil in der Nutzerschaft sowie der jeweilige Index

Ergänzende Medienutzung:

Podcast Themen

	Index	Anteil in Prozent
Nachrichten und Politik	120	27
Wirtschaft	122	17
Gesellschaft und Kultur	120	21
Wissenschaft und Technologie	200	28
Geschichte	124	12
True Crime	103	8
Sport	94	11
Bildung	132	12
Gesundheit	78	10
Andere Themen	109	2

Die Hitliste der Podcast-Themen
heise online-User mögen es, kurz aber informiert auf dem Laufenden zu bleiben:

Top1: Wissenschaft & Technologie sind die federführenden Themen, die für die User im beruflichen Alltag eine Rolle spielen. Und: Die LAE weist für den B2B-heise online-User den höchsten Anteil (28%) und den höchsten Index (200) aller digitalen LAE-Entscheidertitel aus.

Top 2 - 4: Nachrichten & Politik folgen (27%) mit Gesellschaft & Kultur (21%) und Wirtschaft (17%).

Sidefact:

12% haben das Thema Bildung im Fokus – als gesamtgesellschaftlich wichtiges Thema zeigt dies, wie stark heise online-User auch hier engagiert sind. Mit einem Index von 132 stehen sie an dritter Stelle aller LAE-Digitalangebote.

Ansprechpartner



Wenn du neugierig geworden bist und mehr über unser Abschneiden in der LAE wissen möchtest, frag uns!

Das Team

Bastian Laudien

Sales Director Digital

Tel: 0511 53 52 743

bastian.laudien@heise.de

Deutschland

PLZ 0 + 9

Hanna Isl

**Account Managerin /
Senior Podcast Managerin**

Tel.: +49 (0) 511 5352 536

hanna.isl@heise.de

PLZ 2, 3, 4

Carsten Olschewski

Senior Accountmanager

Tel.: +49 (0) 511 5352 582

carsten.olschewski@heise.de

PLZ 7 + 86000 - 89999

Corven Krenke

Junior Account Manager

Tel.: +49 (0) 511 5352 595

corven.krenke@heise.de

PLZ 1 + 6

Michaela Thiem

Senior Account Managerin

Tel.: +49 (0) 511 5352 421

michaela.thiem@heise.de

PLZ 5

Roberto Giordano

Senior Account Manager

Tel.: +49 (0) 511 5352 817

roberto.giordano@heise.de

PLZ 80000 - 85999

Petra Schinköth

Head of Digital Sales

Tel.: +49 (0) 89 427 186 21

petra.schinkoeth@heise.de

Key Account

Nord

Ann Katrin Werner

Key Account Managerin

Tel.: +49 (0) 511 5352 632

ann.katrin.werner@heise.de

Süd

Laura Bernatzky

Key Account Managerin

Tel.: +49 (0) 511 5352 5203

laura.bernatzky@heise.de

Ausland

Asia + sonst. Ausland

Roberto Giordano

Senior Account Manager

Tel.: +49 (0) 511 5352 817

roberto.giordano@heise.de

USA

Corven Krenke

Junior Account Manager

Tel.: +49 (0) 511 5352 595

corven.krenke@heise.de

A, CH

Hanna Isl

**Account Managerin /
Senior Podcast Managerin**

Tel.: +49 (0) 511 5352 536

hanns.isl@heise.de

F + Benelux

Michaela Thiem

Senior Account Managerin

Tel.: +49 (0) 511 5352 421

michaela.thiem@heise.de

UK

Bastian Laudien

Sales Director Digital

Tel.: +49 (0) 511 5352 743

bastian.laudien@heise.de

AdManagement

Codra Humbsch

AdManagerin

Tel.: +49 (0) 89 427186 24

codra.humbsch@heise.de

Stefanie Bels

AdManagerin & Sales Support

Tel.: +49 (0) 511 5352 454

stefanie.bels@heise.de

Mandy Seebode

AdManagerin

Tel.: +49 (0) 511 5352 798

mandy.seebode@heise.de

Yiting Cheng

AdManagerin

Tel.: +49 (0) 511 5352 561

yiting.cheng@heise.de