



Anzeigenblätter in der AWA 2010

Leistungsdaten aus der Allensbacher
Markt- und Werbeträger-Analyse



Konstant auf hohem Niveau

Allen Veränderungen in den Medien- und Anzeigenmärkten zum Trotz liegen Akzeptanz und Nutzung der Anzeigenblätter weiterhin konstant auf hohem Niveau. Dies beweisen eindrucksvoll die Ergebnisse der aktuellen Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse, kurz AWA 2010.

Mehr als 85 Prozent aller deutschsprachigen Personen ab 14 Jahren lesen Anzeigenblätter, im Osten Deutschlands sind es sogar noch mehr. Diese Werte zeigen wieder: Anzeigenblätter sind eine zentrale Säule der deutschen Medienlandschaft. Denn mit einer durchschnittlichen Ausgabe erreichen sie nahezu 60 Prozent der Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren. Das sind über 38 Millionen Stammleser (LpA). Diese eindrucksvollen Werte sind besonders für den Handel interessant: Denn mit Werbung im Medium Anzeigenblatt werden fast alle Käuferschichten erreicht.

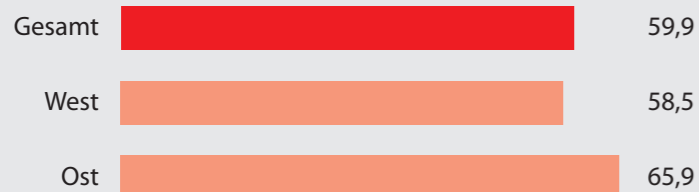


Weitester Leserkreis (WLK)



Angaben in Prozent / Basis: Grundgesamtheit / Quelle: AWA 2010

Leser pro Ausgabe (LpA)



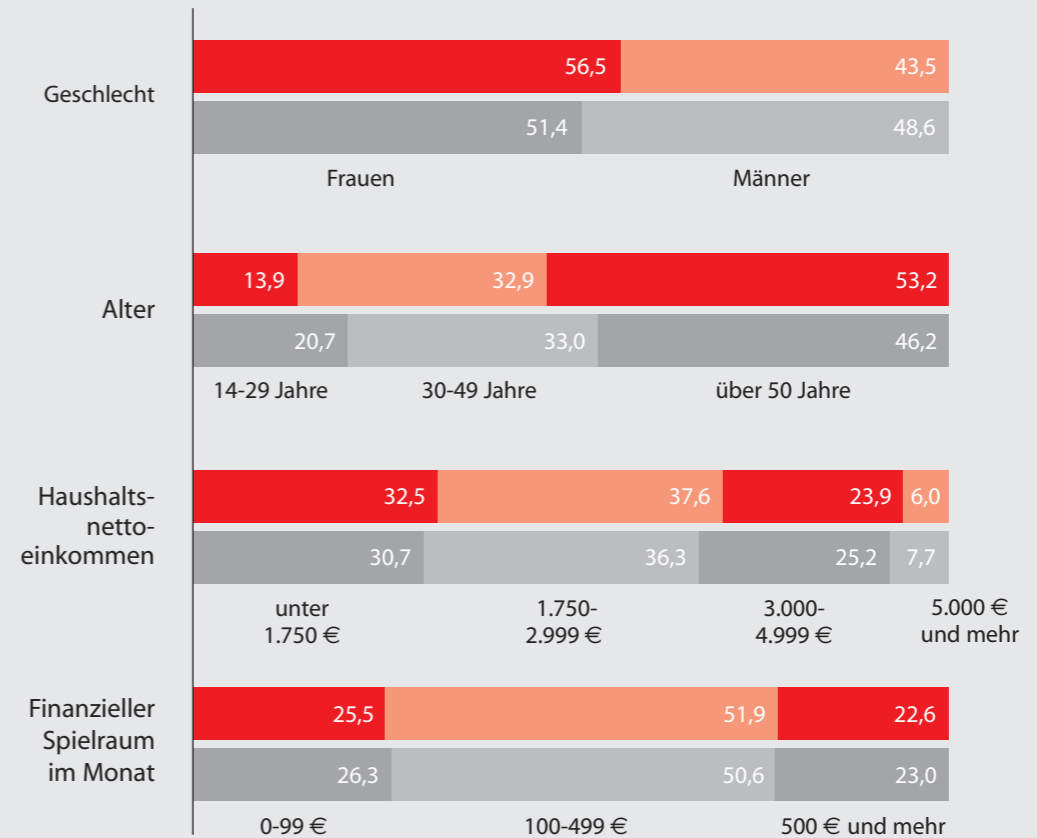
Angaben in Prozent / Basis: Grundgesamtheit / Quelle: AWA 2010

Große Akzeptanz in der Bevölkerung

Als zielgruppenübergreifendes Medium entspricht die Leserschaftsstruktur der Anzeigenblätter weitgehend der Zusammensetzung der deutschen Bevölkerung.

Dennoch gibt es kleine Unterschiede: Im Vergleich zur Grundgesamtheit der Bevölkerung lesen etwas mehr Frauen als Männer Anzeigenblätter. In der kaufkräftigen Gruppe der über 50-Jährigen liegt der Anteil der Leser im Vergleich zur entsprechenden Altersschicht in der deutschen Bevölkerung höher. Die meisten Haushalte, in denen regelmäßig Anzeigenblätter gelesen werden, verfügen über ein solides Einkommen. In mehr als zwei Dritteln dieser Haushalte steht ein monatliches Nettoeinkommen von über 1.750 Euro zur Verfügung, ein Drittel der Haushalte verfügt sogar über ein Einkommen von mehr als 3.000 Euro. Der finanzielle Spielraum im Monat liegt bei jedem zweiten Haushalt, in dem regelmäßig Anzeigenblätter gelesen werden, zwischen 100 und 499 Euro, bei fast jedem vierten Haushalt ist der Betrag sogar noch größer.

Leserschaftsstruktur



Angaben in Prozent
Basis: Grundgesamtheit bzw. LpA Anzeigenblätter
Quelle: AWA 2010

LpA Anzeigenblätter
Grundgesamtheit

Leser nutzen ihr Anzeigenblatt sehr intensiv

Anzeigenblätter bieten eine hohe Chance für die Beachtung von Werbung. So schlagen 71,8 Prozent aller Leser (LpA) mindestens die Hälfte aller Seiten in ihrem Anzeigenblatt auf, um darin zu lesen oder sich etwas anzuschauen.

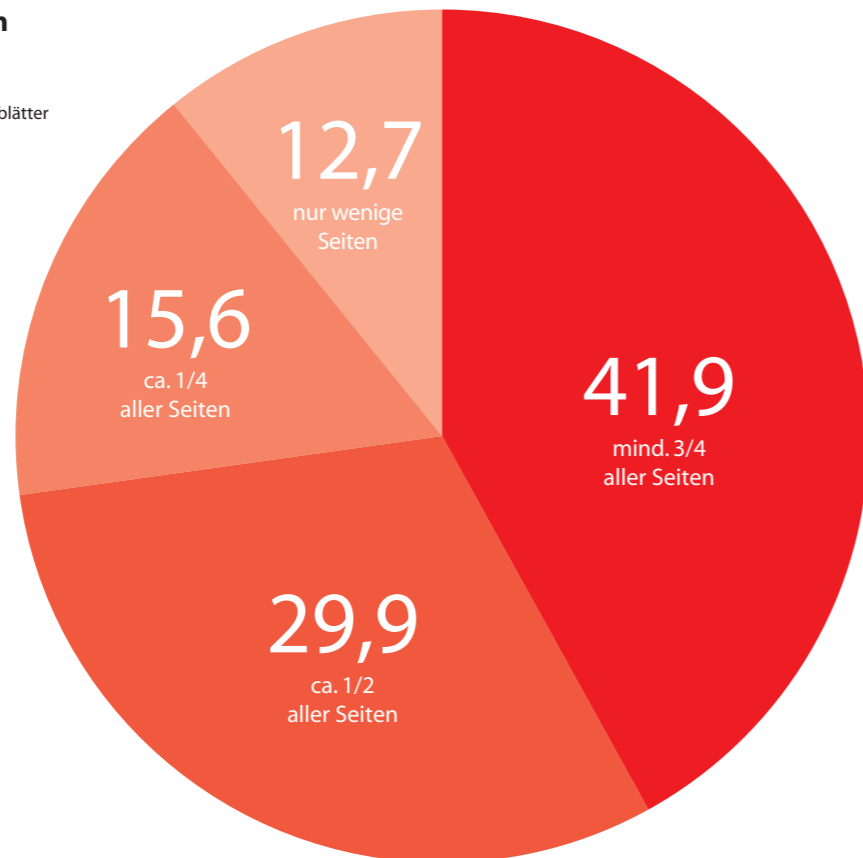


Diese intensive Nutzung bestätigt die lokale Kompetenz der Anzeigenblätter in redaktioneller und werblicher Hinsicht eindrucksvoll. Sie sind besonders nah an ihren

Lesern und liefern regelmäßig nützliche Informationen ins Haus – vielfach sogar zwei Mal pro Woche.

Lesemengen

Angaben in Prozent
Basis: LpA Anzeigenblätter
Quelle: AWA 2010



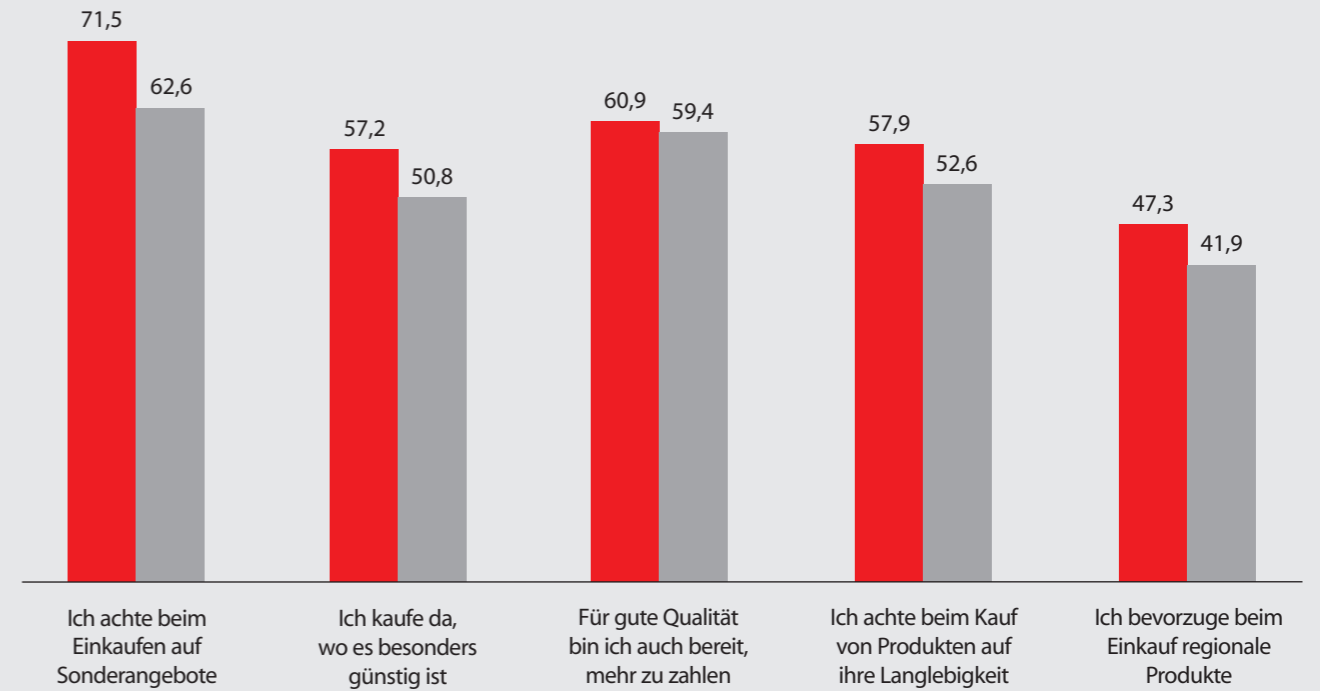
Der Einkaufsratgeber für die ganze Familie

Anzeigenblattleser sind besonders aufmerksame Konsumenten: So achten 71,5 Prozent der regelmäßigen Anzeigenblattleser (27 Millionen Menschen) beim Einkauf darauf, wo es Sonderangebote gibt.

Diese Einkaufshaltung ist bei den Anzeigenblattlesern wesentlich deutlicher ausgeprägt als innerhalb der Gesamtbevölkerung. Hier fällt der Wert mit 62,6 Prozent um fast 10 Prozent geringer aus. Die preissensible Haltung der Anzeigenblattleser setzt sich beim Einkauf fort: Mehr als 57 Prozent kaufen da, wo es günstig ist (Grundgesamtheit: 50,8 Prozent). Anzeigenblattleser achten aber auch auf Qualität: Mehr als 60 Prozent von ihnen sind bereit, für höhere Qualität mehr zu bezahlen. Diese Bereitschaft ist bei den Anzeigenblattlesern ebenfalls stärker ausgeprägt als in der Gesamtbevölkerung.



Konsumverhalten



Angaben in Prozent
Basis: Grundgesamtheit bzw. LpA Anzeigenblätter
Quelle: AWA 2010

■ LpA Anzeigenblätter
■ Grundgesamtheit

Anzeigenblattleser sind konsumfreudig

Anzeigenblätter haben nicht nur eine lokale Scout-Funktion, sie dienen auch als Ratgeber und Orientierungshilfe für die Bereiche, die den Lesern wichtig sind.

Für fast 62 Prozent aller regelmäßigen Anzeigenblattleser – das sind fast 24 Millionen Menschen – sind das eigene Heim, die Wohnung und die Einrichtung so wichtig, dass sie bereit sind, dafür auch einiges an Geld auszugeben. Dies gilt auch für weitere Konsumbereiche wie „Essen und Ernährung“ (20,8 Mio.), „Reisen“ (16,8 Mio.), „Gesundheit und Wellness“ (14,2 Mio.), „Garten“ (13,1 Mio.) oder „Kosmetik“ (7,2 Mio.). So wird das Anzeigenblatt für Angebote des lokalen Handels und Handwerks sowie von lokalen und regionalen Dienstleistern besonders attraktiv.



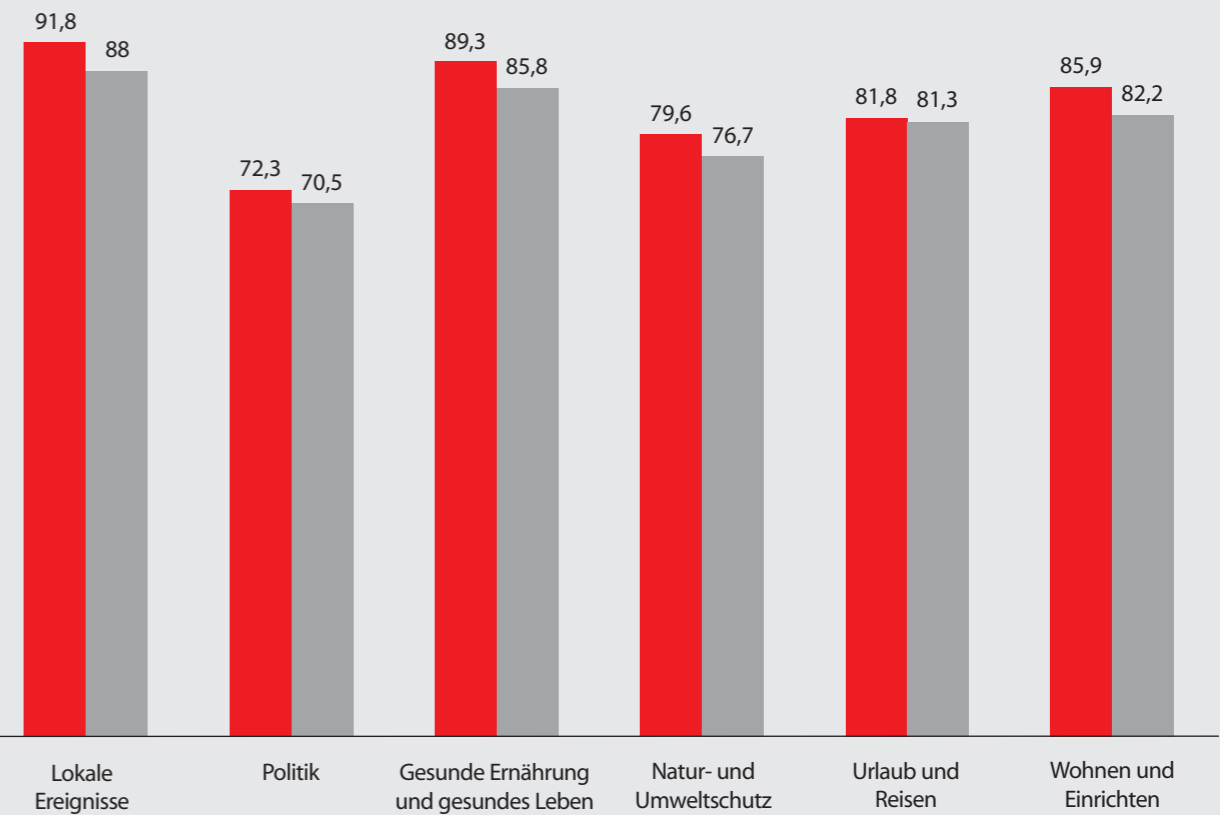
Das Medium mit der lokalen Kompetenz

Anzeigenblätter sind am Puls der Zeit, denn sie berichten über das, was die meisten Menschen in Deutschland interessiert: das lokale Geschehen vor Ort!

Mit 88 Prozent (über 57 Mio. Menschen) erzielt dieses Thema in der gesamten Bevölkerung unter allen Interessengebieten den höchsten Wert noch vor Politik, Wirtschaft oder Sport. Das Bedürfnis nach lokalen Informationen ist bei den regelmäßigen Lesern sogar noch stärker ausgeprägt (91,8 Prozent), jeden Zweiten interessiert das sogar ganz besonders. Doch auch andere Themen, die die Menschen interessieren, wie Politik (70,5 Prozent), gesunde Ernährung und Lebensweise (85,8 Prozent) oder Wohnen und Einrichten (82,2 Prozent) finden ihren Platz im Anzeigenblatt.



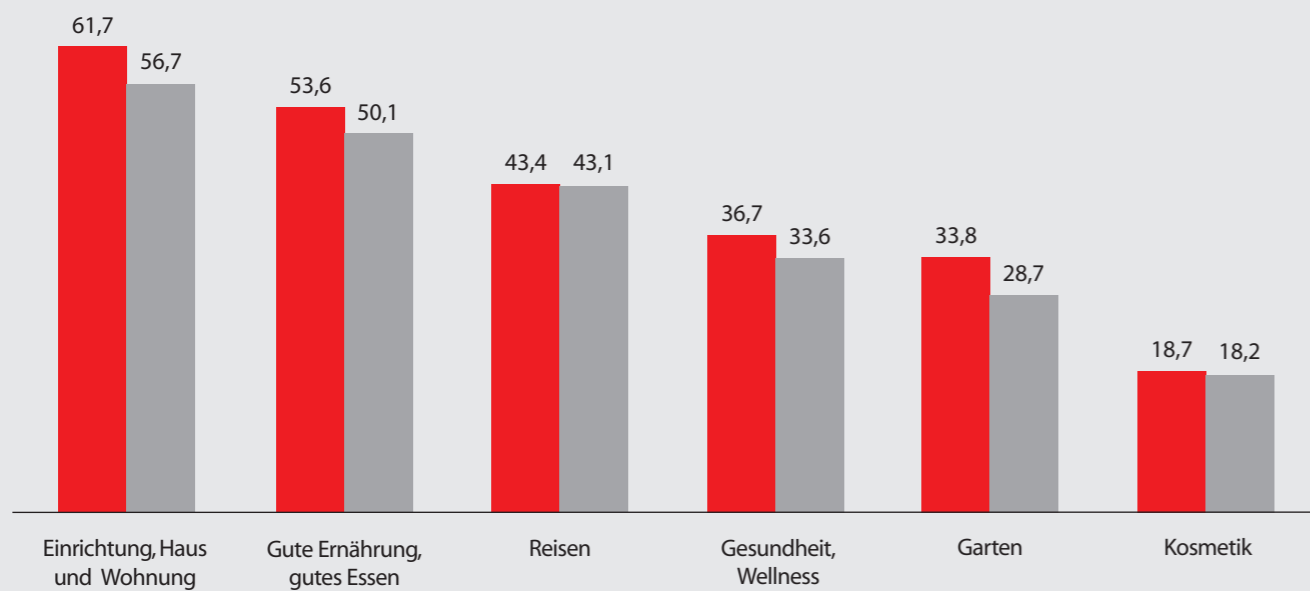
Interessengebiete der Leser



Angaben in Prozent
Basis: Grundgesamtheit bzw. LpA Anzeigenblätter
Interessiert gesamt
Quelle: AWA 2010

LpA Anzeigenblätter
Grundgesamtheit

Hohe Ausgabenbereitschaft



Angaben in Prozent
Basis: Grundgesamtheit bzw. LpA Anzeigenblätter
Quelle: AWA 2010

LpA Anzeigenblätter
Grundgesamtheit

Foto oben: detailblick, Foto links: eyeami, Foto rechts: idee23 © www.fotolia.de

Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e.V.

Markt- & Medienservice

Haus der Presse

Markgrafenstraße 15

10969 Berlin

Tel. 030/72 62 98-28 18 (Fax -28 00)

info@bvda.de

www.bvda.de

© BVDA 2010

Deutschland liest lokal

Bundesverband Deutscher
Anzeigenblätter

