

MARKT-MEDIA-STUDIEN 2022/23

Zu Hause im Alltag

Anzeigenblätter in der AWA und b4p

Auszug aus der
AWA 2022/23,
Leserakzeptanz-
studie 2022, Daten
und Fakten 2023



Lokale Berichterstattung in allen Größenklassen.

Der Anzeigenblattmarkt in Deutschland 2023: Auflagengrößenklassen

Auflage	Anzahl Titel	Auflage in Mio. Exemplaren
Bis 10.000	31	0,3
10.001 bis 25.000	164	3,0
25.001 bis 50.000	249	9,3
50.001 bis 100.000	234	16,0
100.001 bis 200.000	88	11,9
über 200.000	37	13,9
Gesamt	803	54,3

Quelle: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter - BVDA
Zahlen sind gerundet. Da nicht alle Nachkommastellen aufgeführt sind, können Rundungsdifferenzen auftreten.

Stand: März 2023



Total lokal: Kaum einer ist näher dran.

In der Metropole, in der Kreisstadt, auf dem Dorf – überall, wo Menschen wohnen, bekommen sie ihr eigenes lokales Anzeigenblatt. Ihr Profil gewinnen kostenlose Wochenzeitungen aus ihrer lokalen Verbundenheit. In ihrer Vielfalt liegt zugleich die Stärke der Gattung. Denn sie liefern redaktionelle und werbliche Angebote, die wegen der lokalen Unterschiede nie uniform sein können.



Anzeigenblätter in den Bundesländern 2023 im Vergleich zu 2022

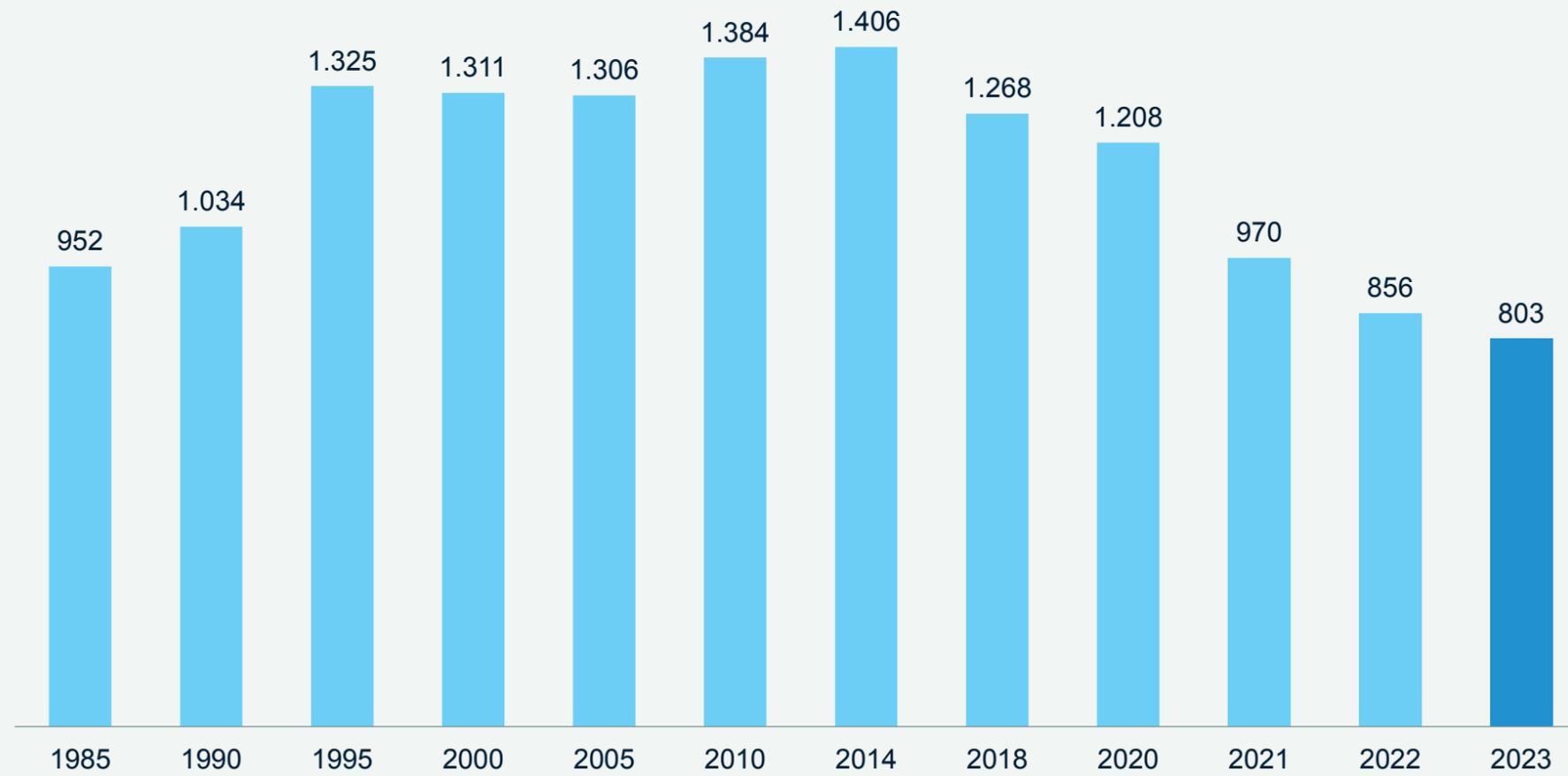
Nielsen-Gebiet	Bundesland	Anzahl Verlage		Anzahl Titel		Auflage in Mio. Exemplaren	
		2023	2022	2023	2022	2023	2022
Nielsen I	Hamburg	6	7	11	11	0,8	1,1
	Bremen	3	3	6	10	0,5	0,8
	Schleswig-Holstein	19	21	47	55	2,2	2,5
Nielsen II	Niedersachsen	47	48	81	89	4,4	4,9
	Nordrhein-Westfalen	61	63	132	132	9,4	9,6
Nielsen IIIa	Hessen	34	35	94	97	5,0	5,4
	Rheinland-Pfalz	10	12	83	86	2,9	3,1
Nielsen IIIb	Saarland	1	2	8	8	0,5	0,5
	Baden-Württemberg	44	47	77	86	6,3	6,8
Nielsen IV	Bayern	65	68	157	163	10,4	11,1
	Berlin	2	2	2	2	2,3	2,5
Nielsen V + VI	Mecklenburg-Vorpommern	4	5	13	18	1,3	1,6
	Brandenburg	5	5	32	34	1,9	2,0
	Sachsen-Anhalt	3	3	5	6	2,3	2,4
Nielsen VII	Thüringen	4	5	20	21	0,9	1,1
	Sachsen	8	8	35	38	3,1	3,8
Gesamt		316	334	803	856	54,3	58,9

Quelle: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter - BVDA
Zahlen sind gerundet. Da nicht alle Nachkommastellen aufgeführt sind, können Rundungsdifferenzen auftreten.

Stand: jeweils März eines Jahres

Medienvielfalt mit kostenlosen Wochenzeitungen.

Entwicklung der Titelanzahl in Deutschland



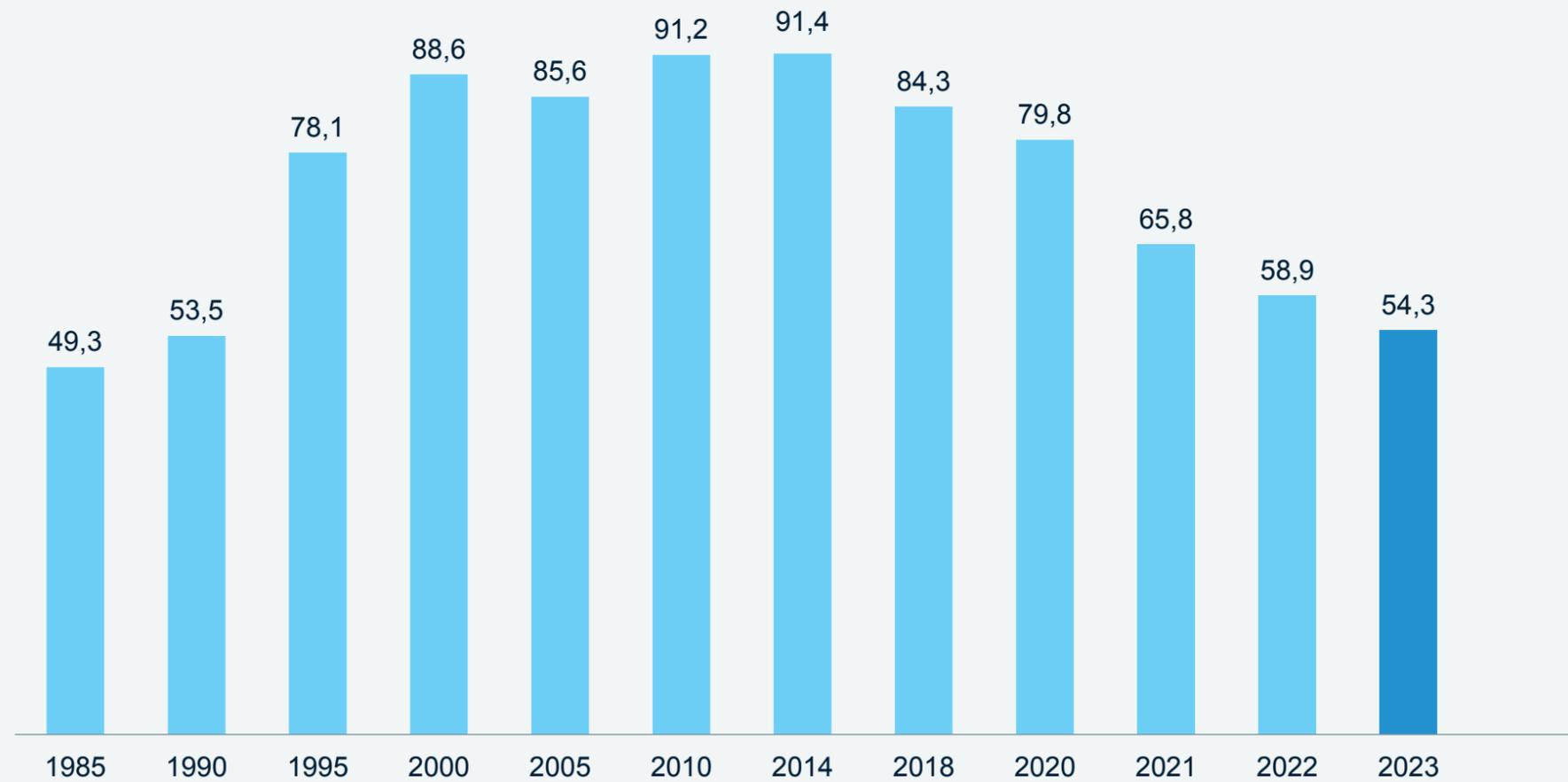
Quelle: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter - BVDA

Stand: März 2023



Weiterhin große Verbreitung.

Entwicklung der Auflage in Deutschland (in Mio. Exemplaren)



Quelle: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter - BVDA

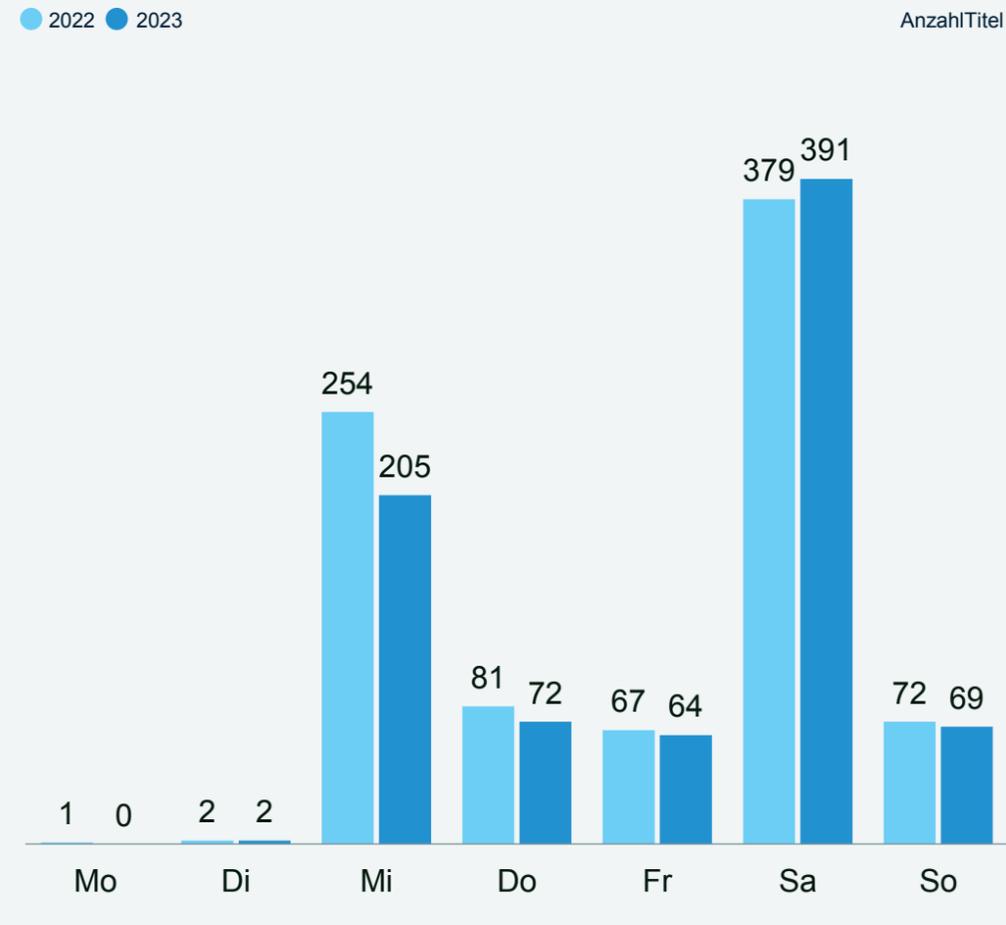
Stand: März 2023



Kostenlos, nützlich und genau zur richtigen Zeit.

Kostenlose Wochenzeitungen erscheinen in der Regel einmal in der Woche. Dabei gibt es einen Schwerpunkt – das Wochenende. Denn da haben die Menschen mehr Zeit zum Lesen und für die Einkaufsplanung. 460 Wochenblätter erscheinen am Samstag und Sonntag. Am Mittwoch und Donnerstag sind es 277.

Erscheinungstage Anzeigenblätter: 2023 im Vergleich zu 2022



Quelle: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter - BVDA

Stand: März 2023



Vergleich Vor-Corona-Niveau.

Die Coronapandemie ist auch an den kostenlosen Wochenzeitungen nicht spurlos vorbeigegangen. Seit Ausbruch der Pandemie ist die Gesamtauflage in Deutschland im Zeitraum von Anfang 2020 bis Anfang 2023 dauerhaft um 32 Prozent zurückgegangen. Dies betrifft vornehmlich die Wochenmitte. **Mit 54,3 Mio. Exemplaren erreichen die kostenlosen Wochenzeitungen jedoch nach wie vor so viele Haushalte wie kein anderes gedrucktes Medium.**



Anzeigenblätter in den Bundesländern 2023 im Vergleich zu 2020

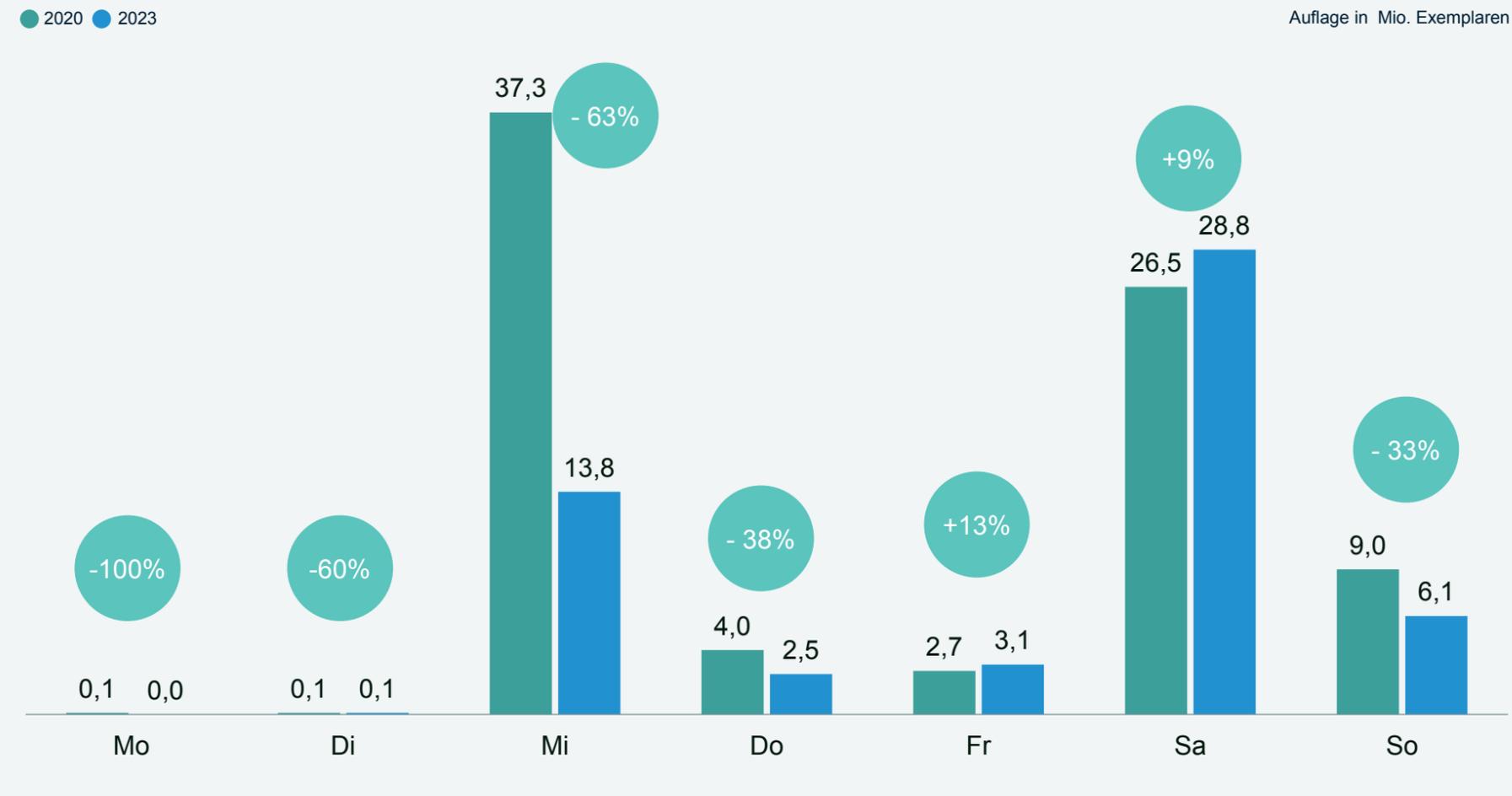
Nielsen-Gebiet	Bundesland	Anzahl Verlage		Anzahl Titel		Auflage in Mio. Exemplaren	
		2023	2020	2023	2020	2023	2020
Nielsen I	Hamburg	6	8	11	11	0,8	1,1
	Bremen	3	3	6	10	0,5	0,8
	Schleswig-Holstein	19	26	47	74	2,2	3,2
	Niedersachsen	47	60	81	133	4,4	7,8
Nielsen II	Nordrhein-Westfalen	61	70	132	230	9,4	16,5
Nielsen IIIa	Hessen	34	37	94	113	5,0	6,7
	Rheinland-Pfalz	10	13	83	130	2,9	4,5
	Saarland	1	2	8	31	0,5	1,0
Nielsen IIIb	Baden-Württemberg	44	53	77	94	6,3	7,7
Nielsen IV	Bayern	65	76	157	193	10,4	13,2
Nielsen V + VI	Berlin	2	2	2	2	2,3	2,9
	Mecklenburg-Vorpommern	4	6	13	20	1,3	2,0
	Brandenburg	5	6	32	43	1,9	2,5
	Sachsen-Anhalt	3	4	5	33	2,3	2,7
Nielsen VII	Thüringen	4	7	20	45	0,9	2,6
	Sachsen	8	9	35	46	3,1	4,5
	Gesamt	316	382	803	1.208	54,3	79,8

Quelle: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter - BVDA
Zahlen sind gerundet. Da nicht alle Nachkommastellen aufgeführt sind, können Rundungsdifferenzen auftreten.

Stand: jeweils März eines Jahres

Vergleich Vor-Corona-Niveau

Erscheinungstage Anzeigenblätter: 2023 im Vergleich zu 2020



Quelle: Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter – BVDA
Zahlen sind gerundet. Da nicht alle Nachkommastellen aufgeführt sind, können Rundungsdifferenzen auftreten.

Stand: jeweils März eines Jahres

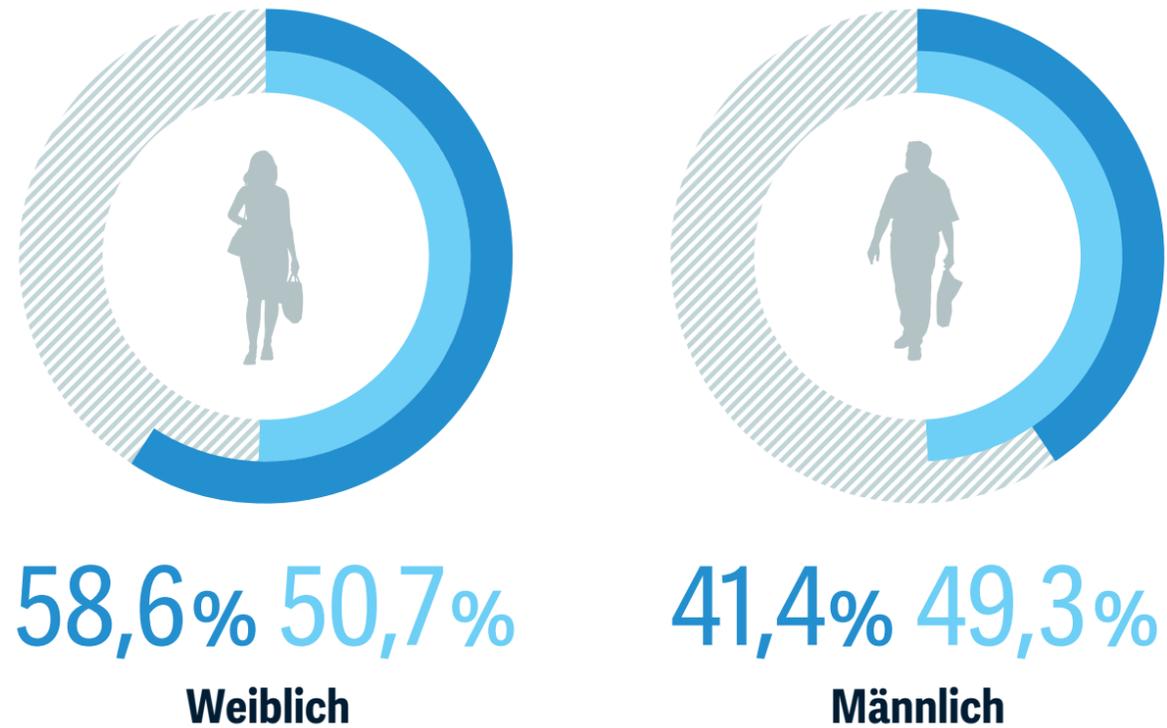


Interessierte Leserinnen

58,6 Prozent der Anzeigenblattleser sind weiblich, bei den Männern liegt der Anteil bei 41,4 Prozent.

Geschlecht

● LpA Anzeigenblätter ● deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in %



Quelle: AWA

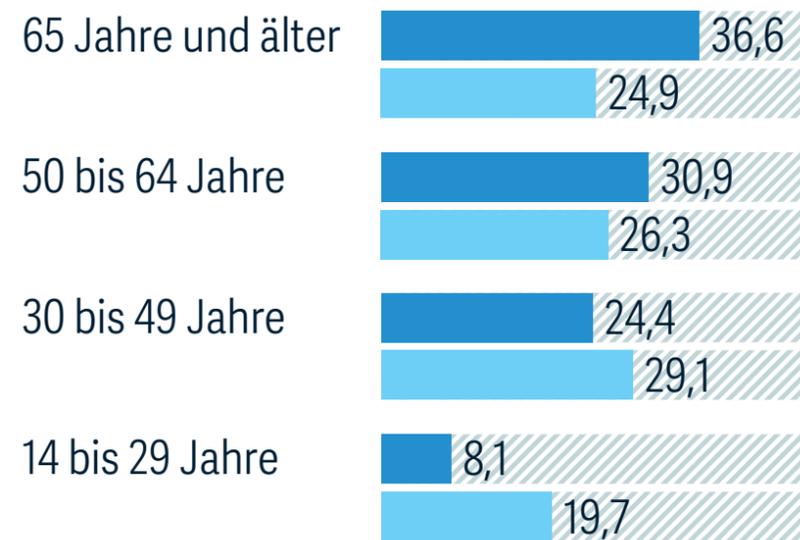


Mitten im Leben

Weit über die Hälfte der regelmäßigen Anzeigenblattleser ist in der Gruppe der kaufkräftigen Erwerbstätigen zwischen 30 und 64 Jahren. Das sind insgesamt 16,1 Millionen Menschen.

Altersgruppen

● LpA Anzeigenblätter ● deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in %



Quelle: AWA

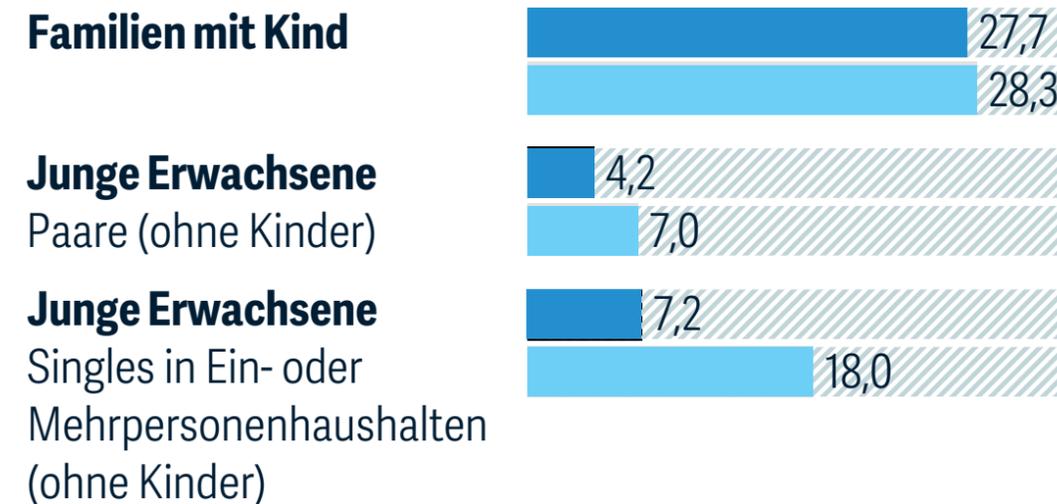
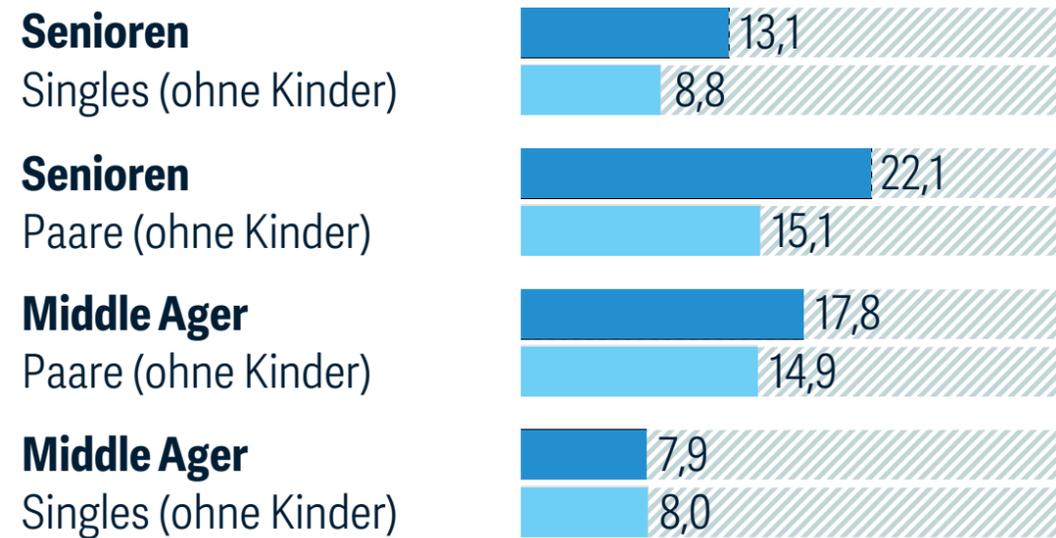


Erfahrung prägt

Ob jemand ein Anzeigenblatt liest, ist nicht zwingend eine Frage des Alters oder des Geschlechts, sondern vielmehr der Lebensphase. So sind Familien mit Kindern besonders häufig unter den Lesern anzutreffen.

Lebensphasen

● LpA Anzeigenblätter ● deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in %



Quelle: AWA

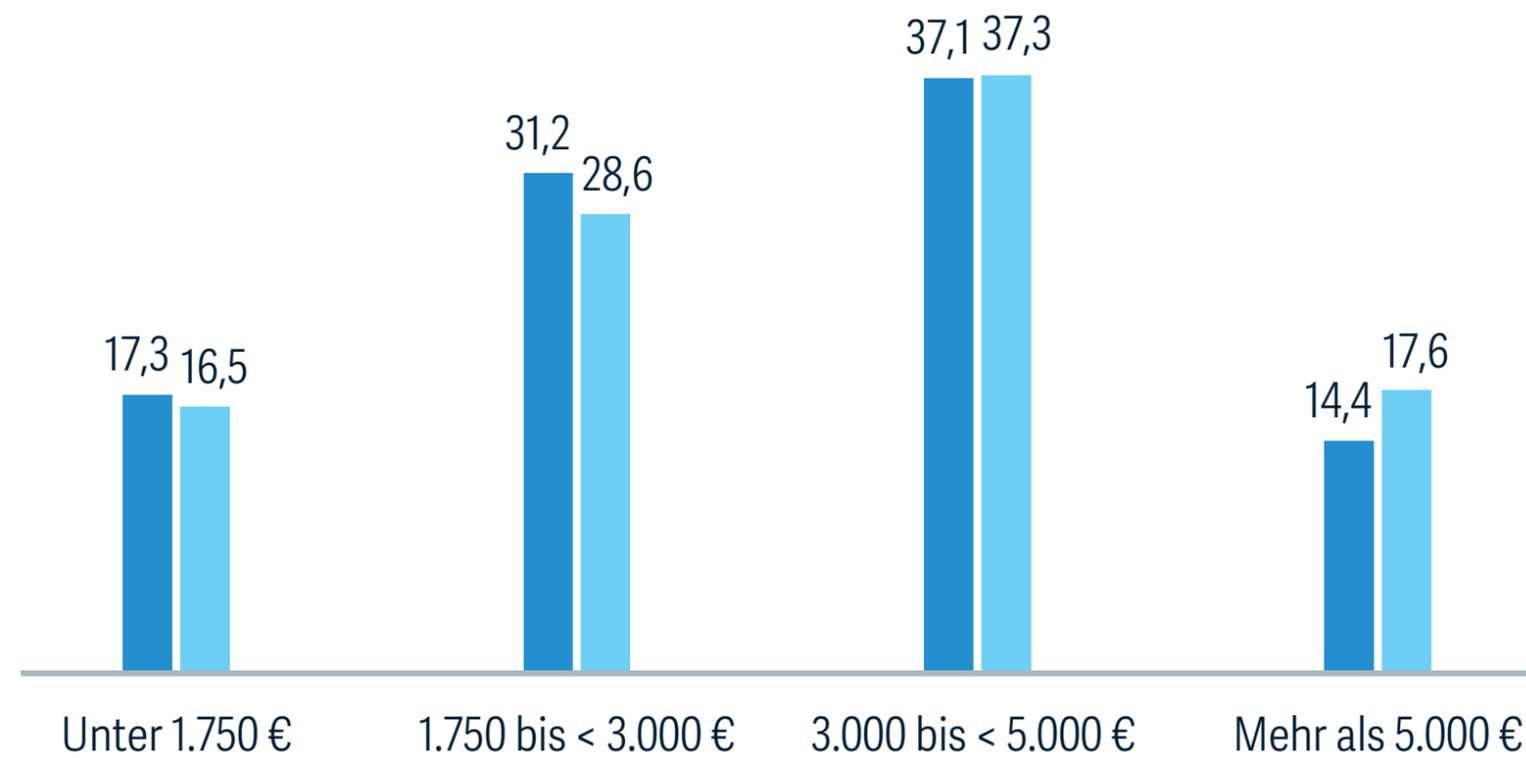


Gut bei Kasse

Zwei Drittel der Anzeigenblattleser (LpA) verfügen über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen zwischen 1.750 und 5.000 Euro.

Einkommen

● LpA Anzeigenblätter ● deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in %



Quelle: AWA



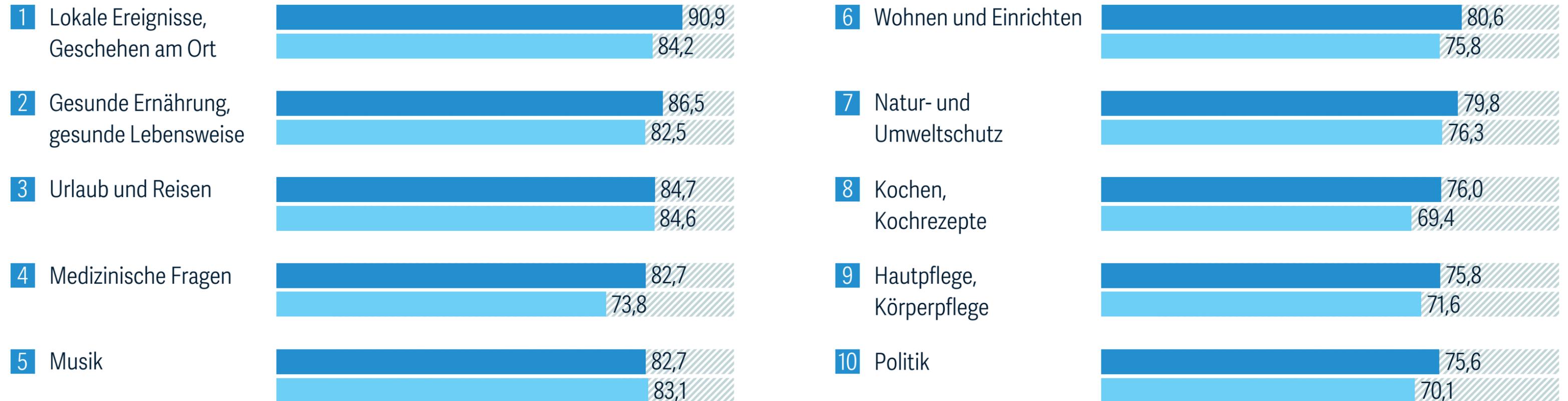
Lokal ist Trumpf

Was vor der eigenen Haustür passiert, interessiert die Menschen besonders stark. Bei den Anzeigenblattlesern erreicht dieses Informationsbedürfnis sogar über 90 Prozent.

Interessengebiete: TOP-10-Ranking nach LpA

● LpA Anzeigenblätter ● deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren

in %

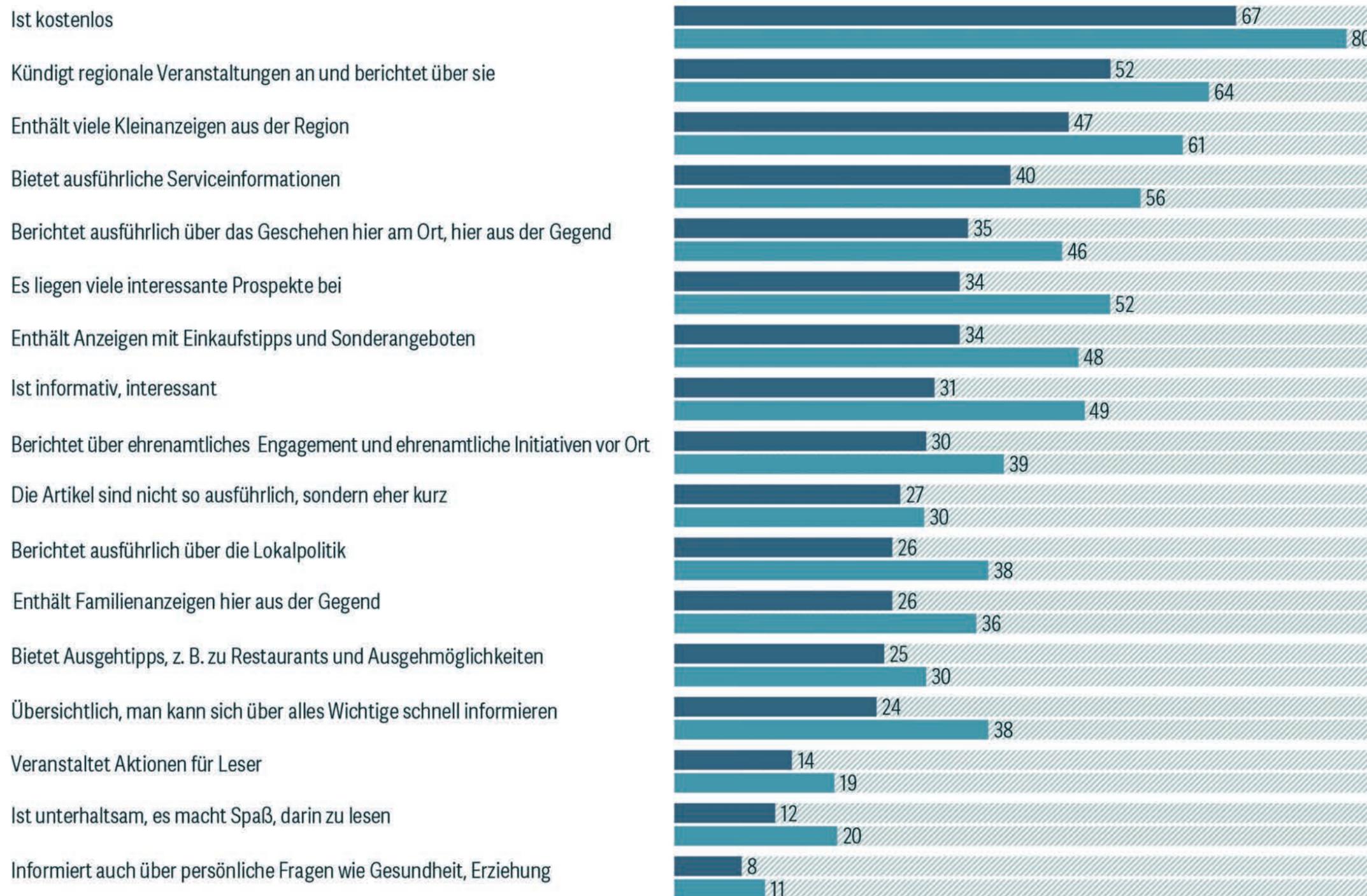


Quelle: AWA

Was Leser an Anzeigenblättern besonders schätzen

● Leser von Anzeigenblättern insgesamt ● Regelmäßige Leser von Anzeigenblättern | in % | Basis: Bundesrepublik Deutschland, Leser von Anzeigenblättern

Aussagen auf die Frage: „Wenn Sie einmal an das Anzeigenblatt bei Ihnen aus dem Ort bzw. bei Ihnen aus der Region denken: Was gefällt Ihnen daran besonders?“



Die große Mehrheit will am gedruckten Anzeigenblatt festhalten

● 2019 ● 2021 | in % | Basis: Bundesrepublik Deutschland, Leser von Anzeigenblättern

Frage an Leser von Anzeigenblättern: „Einmal angenommen, Sie könnten sich entscheiden, ob Sie Anzeigenblätter gedruckt im Briefkasten oder digital z. B. per Newsletter oder App bekommen: Für was davon würden Sie sich entscheiden?“

