

Die Anzeigenblätter in der *best for planning*

Anzeigenblätter werden seit 2018 erstmals in der Markt-Media-Studie *best for planning* ausgewiesen. Diese liefert viele Belege für die hohe Relevanz des Wochenblattes als Werbeträger. So zählt mehr als die Hälfte der Bevölkerung zu den regelmäßigen Lesern. Sie sind gebildet, zahlungskräftig, familienorientiert und optimistisch.

Steckbrief Anzeigenblattleser

● LpA Anzeigenblätter

- 87,9%** sind berufstätig oder sind berufstätig gewesen
- 66,0%** verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 2.000 € oder mehr
- Ø 2,3** Personen beträgt die durchschnittliche Haushaltsgröße
- 87,8%** sind hauptsächlich oder teilweise für die Haushaltsführung verantwortlich.



Steckbrief jüngere Anzeigenblattleser

● Jüngere Anzeigenblattleser (LpA, 14–49 Jahre)

- 80,6%** sind berufstätig
- 75,0%** verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 2.000 € und mehr
- Ø 2,9** Personen beträgt die durchschnittliche Haushaltsgröße
- 84,8%** sind hauptsächlich oder teilweise für die Haushaltsführung zuständig



Persönliche Einstellung zu Lebensbereichen

● LpA Anzeigenblätter | Auswahl aus 42 Einstellungen

in %

Ich bin diszipliniert und selbstbewusst

84,7

Wenn ich nach Hause komme, möchte ich Glück und Geborgenheit erfahren

84,1

Meine Familie ist meine Insel

81,2

Ich bin Optimist

79,0

Von meinem Freundeskreis erwarte ich ein gewisses Niveau

76,6

Ich übernehme gerne Verantwortung

75,7

Ich bin eher ein Vernunftmensch

75,5

Es ist mir wichtig, viel mit der Familie gemeinsam zu unternehmen

75,2

Es ist mir wichtig, etwas für mein körperliches und seelisches Wohlbefinden zu tun

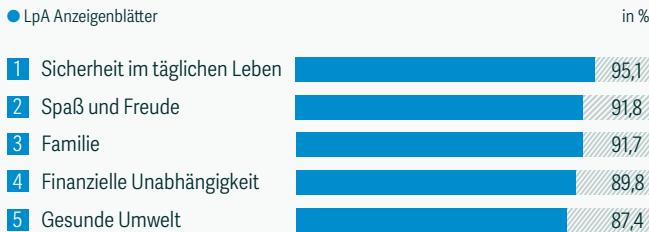
73,7



50,6 % Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung zählen zu den regelmäßigen Lesern eines Anzeigenblattes (LpA). Das sind 35,7 Mio. Menschen.

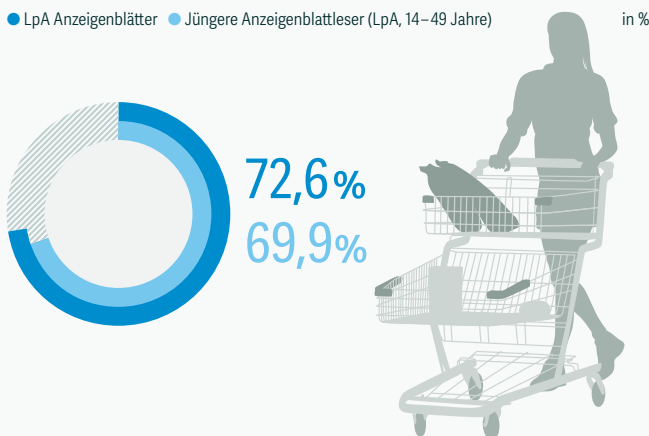
Anzeigenblattleser legen einen besonders großen Wert auf Sicherheit und Familie. Trotz preisbewusstem Einkaufsverhalten schätzen sie Qualitäts- und Markenprodukte. Rund 73 Prozent von ihnen (LpA) gelten als werbeaffin.

Top 5 Aspekte des Lebens



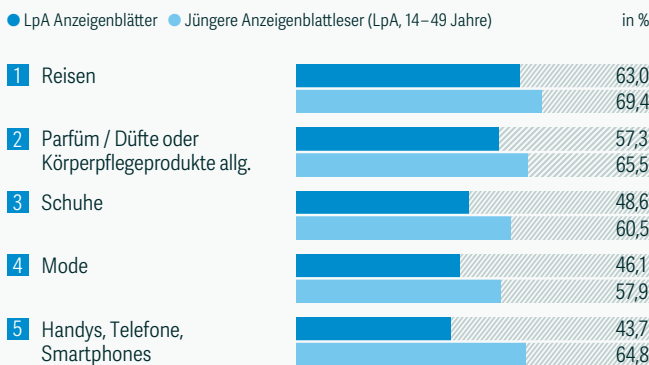
→ **Mitten im Leben:** Am Wichtigsten sind den Lesern Sicherheit, Spaß und Freude, Familie, finanzielle Unabhängigkeit und Gesundheit. Diese Aspekte spiegeln sich auch in den generellen Einstellungen der Anzeigenblattleser wider.

Positive Assoziationen zu Werbung im Anzeigenblatt



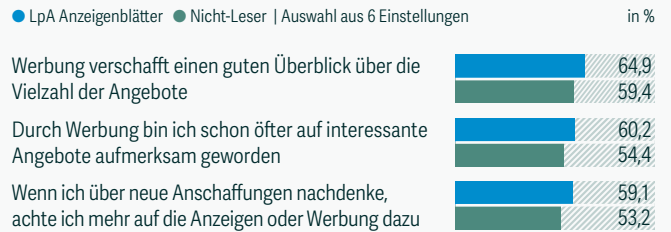
→ **Werbung willkommen.** Rund 73 Prozent der Leser (LpA) assoziieren mindestens eine positive Eigenschaft mit Werbung im Anzeigenblatt, 40,3 Prozent zählen zu den Werbefans und haben eine hohe Affinität zu Werbung im Anzeigenblatt.

Top 5 Produktinteressen



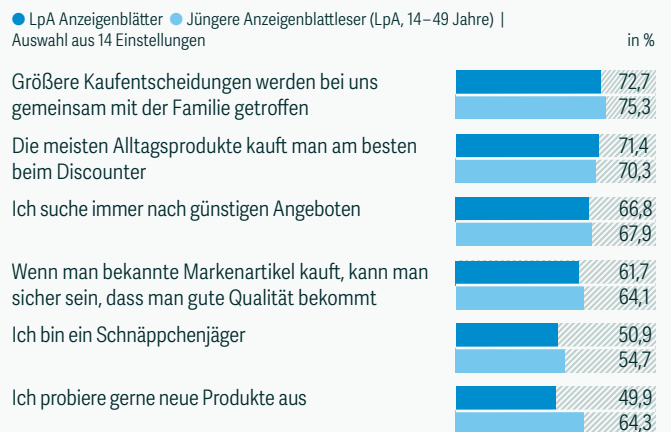
→ **Zeitgemäß und vielfältig interessiert:** Bei Anzeigenblattlesern stehen vor allem Reisen im Fokus, dicht gefolgt von Pflegeprodukten. Bei jüngeren Lesern sind besonders Smartphones und Modeprodukte gefragt.

Aussagen zu Werbung



→ **Interessiert und aufmerksam:** Anzeigenblattleser sind Werbung gegenüber sehr aufgeschlossen – und im Vergleich deutlich positiver und offener als Nicht-Anzeigenblattleser.

Aussagen zu Konsum



→ **Die Familie entscheidet:** Größere Kaufentscheidungen werden im Kreise der Familie getroffen. Auch wenn Anzeigenblattleser preisorientiert einkaufen, legen sie Wert auf gute Qualität und Markenartikel und sind offen für neue Produkte. Diese Eigenschaft ist gerade bei den jüngeren Lesern besonders stark ausgeprägt.

WEITERE INFORMATIONEN

Sie haben Fragen zur Gattung Anzeigenblatt oder interessieren sich für eine Belegung oder Buchung? Sprechen Sie uns gerne an.

Ihr Ansprechpartner

Sebastian Schaeffer
Stellvertretender Geschäftsführer
Leiter Markt- und Mediaservice

Telefon: 030 72 62 98 - 2818
E-Mail: info@bvda.de
Internet: www.bvda.de/b4p