

## PRESSEMITTEILUNG

### **KOSTENLOSE WOCHENZEITUNGEN FÖRDERN NUTZUNG VON PROSPEKTEN**

*IFH MEDIA ANALYTICS veröffentlicht Update des „Prospektmonitors“. Im Fokus: Lesegewohnheiten von kostenlosen Wochenzeitungen. 66 Prozent der Konsument:innen nutzen sie mindestens wöchentlich. Jede:r Zweite rezipiert Anzeigenblätter, um günstige Angebote zu finden. Den ersten Leseanreiz bieten aber meist lokale Nachrichten.*

**Köln, 21. September 2023** – Egal ob in Kleinstädten oder in den großen Metropolen: Kostenlose Wochenzeitungen sind der Standard in deutschen Briefkästen. Aber in welchem Maß wird die „Umsonst-Zeitung“ – oft auch als Anzeigenblatt bekannt – überhaupt gelesen und wie relevant ist sie für Konsument:innen in der Angebotskommunikation? Mit diesen Fragen beschäftigt sich der neue Prospektmonitor von IFH MEDIA ANALYTICS. Fazit: Zwei Drittel der Verbraucher:innen lesen mindestens wöchentlich kostenlose Wochenzeitungen. Dies macht sie nicht nur zu einem von der Leserschaft geschätzten Berichterstatter, sondern auch zu einem reichweitenstarken Trägermedium für Angebotskommunikation.

*„Lokale Berichterstattung meets Angebotskommunikation: Eine Kombination, die wirkt! Kostenlose Wochenzeitungen vereinen lokale Nachrichten mit Printprospekten – letztere werden so als weniger störend empfunden und auch gerne gelesen. Ein weiterer Use Case, der zeigt: Nein, Printprospekte sind nicht tot – ganz im Gegenteil“, appelliert Andreas Riekötter, Geschäftsführer von IFH MEDIA ANALYTICS.*

#### **Kostenlose Wochenzeitungen und Printprospekt bilden eine erfolgreiche Symbiose**

Eine kostenlose Wochenzeitung ohne beiliegende Prospekte ist für viele kaum denkbar: Jede:r Zweite (51 %) gibt an, die kostenfreie Zeitung im Briefkasten vermissen zu würden, wenn sie nicht mehr erscheinen würde. Bei Familien mit Kindern (58 %) und Alleinerziehenden (63 %) ist das Interesse an der kostenlosen Wochenzeitung aus dem Briefkasten noch ausgeprägter. Auch das Zusammenspiel von einem redaktionellen Trägermedium mit Printprospekten trifft auf Zustimmung: Knapp zwei Drittel bevorzugen eine im Anzeigenblatt gebündelte Zustellung anstatt des losen Empfangs von Prospekten und 30 Prozent empfinden Prospekte als glaubwürdiger, wenn sie von redaktionellem Inhalt begleitet sind.

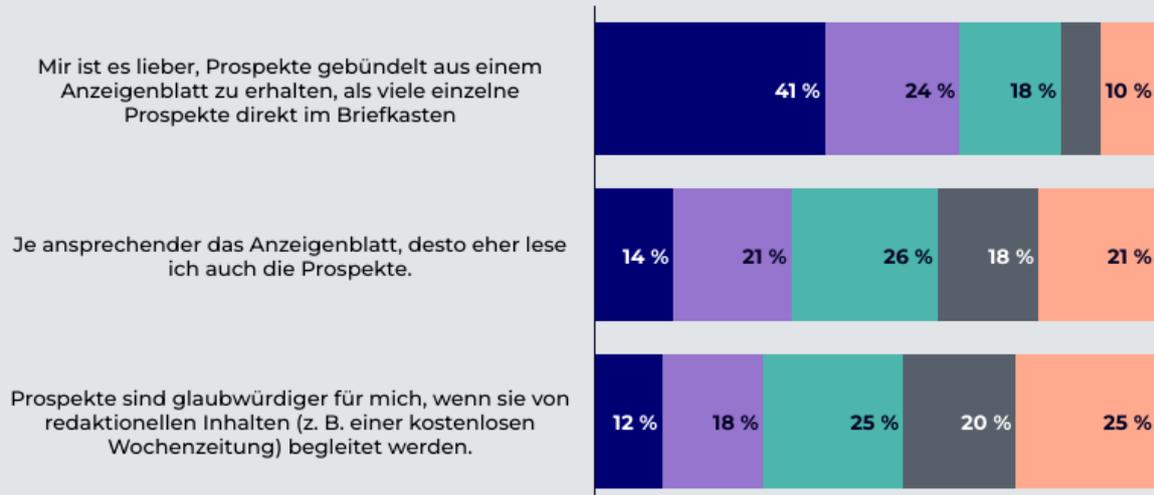
#### **Nutzungsgewohnheiten: Wöchentliches Informationsmedium**

Kostenlose Wochenzeitungen werden wöchentlich als regelmäßiges Informationsmedium gelesen. Geschätzt werden in erster Linie lokale Inhalte (65 %), aber auch Informationen zu Produkten und günstigen Angeboten (47 %) sowie die beiliegenden Prospekte (41 %). Die wöchentliche Zustellungsfrequenz trifft mehrheitlich (60 %) auf Zustimmung, ebenso die Zustellung zum Wochenende (Samstag 44 %, Freitag 34 %).

*Wörter der Meldung: 337  
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.684*

## Einfluss von Anzeigenblättern auf Prospekte

■ Stimme voll und ganz zu 
 ■ Stimme eher zu 
 ■ Teils/teils 
 ■ Stimme eher nicht zu 
 ■ Stimme überhaupt nicht zu



**FRAGE:** Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Quelle: Prospektmonitor, IFH MEDIA ANALYTICS 2023.

Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

### Über die Studie

Mit dem „Prospektmonitor 2023“ startet IFH MEDIA ANALYTICS eine regelmäßige und systematische Analyse und Bewertung des Mediums Prospekt. Dabei werden Mediennutzung und -wirkung aus Sicht der Konsument:innen untersucht und Schwerpunktthemen beleuchtet. Die aktuelle Veröffentlichung widmet sich den USPs von kostenlosen Wochenzeitungen sowie der kanalübergreifenden Wirkung von Prospekten. Dazu wurden im ersten Quartal 2023 in einer repräsentativen Onlinebefragung 1.260 Konsument:innen mit verschiedenen Haushaltsgrößen und -nettoeinkommen befragt.

Die gesamte Studie kann [hier](#) kostenfrei heruntergeladen werden.

Der zweite Teil des Prospektmonitors wird am 28. September im Rahmen der ECC WEB TALKS vorgestellt. [Jetzt kostenfrei anmelden.](#)

### Über IFH MEDIA ANALYTICS

IFH MEDIA ANALYTICS liefert Informationen, Marktforschung und Beratung zu werberelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der ganzheitlichen Angebotskommunikation. Umfangreiche Daten zu Märkten, Kundinnen und Kunden und Wettbewerb bilden die Basis, um Aussagen zu Erreichbarkeit, Nutzung und Werbewirkung bezugnehmend auf die unterschiedlichen Werbekanäle treffen und passgenaue, effiziente Media-Mix-Modelle ableiten zu können. Eingebettet in die Customer Journey ergibt sich ein 360°-Blick im Rahmen der individuellen Werbe- und

Unternehmensstrategie. IFH MEDIA ANALYTICS ist ein Tochterunternehmen des IFH KÖLN, das sich als renommiertes Marktforschungs- und Beratungsunternehmen im Handelsumfeld der erfolgreichen Gestaltung der Zukunft des Handels und der Etablierung zeitgemäßer Geschäftsmodelle widmet.

Mehr unter: [www.ifhmediaanalytics.de](http://www.ifhmediaanalytics.de)