



# Analyse der Entwicklung in der AWA 2019

---

## Ausgangssituation

Die Reichweite von Chrismon in der AWA 2019 beträgt 1.664.000 Leser innerhalb der Grundgesamtheit der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre. Der Anstieg im Vergleich zum Vorjahr liegt bei 4% oder 69.000 Leser.

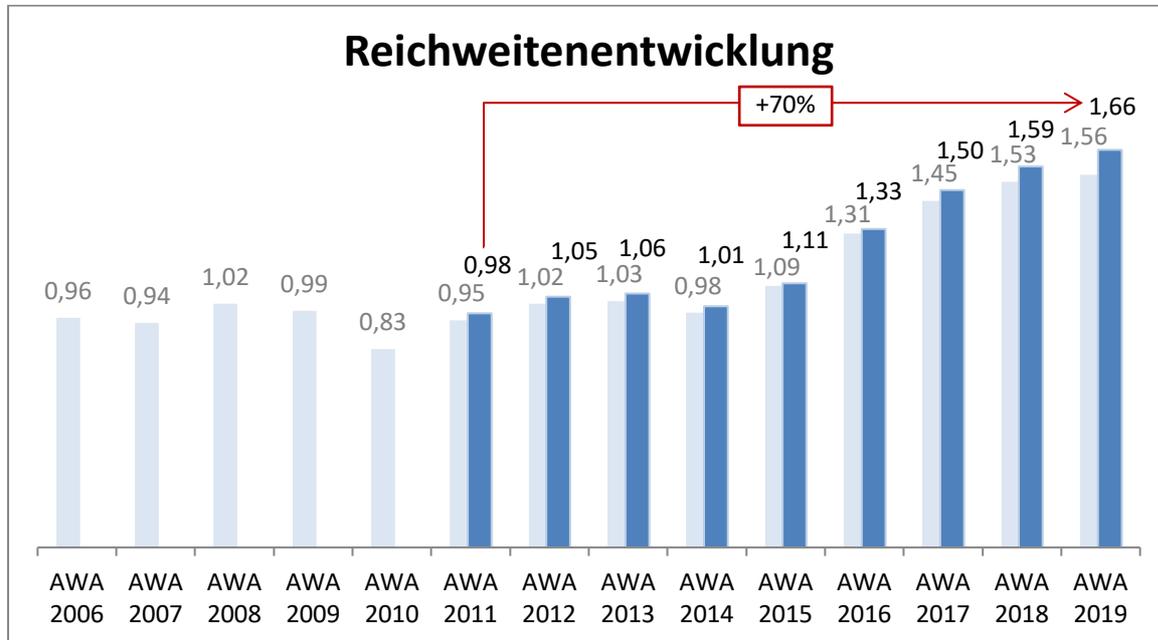
Chrismon kann damit Reichweite ausbauen und somit weiterhin deutlich den positiven Trend aus den letzten Jahren fortsetzen.

Auch der absolute und relative Anteil der deutschsprachigen Ausländer hat sich dabei auf nun 101.000 Leser (im Vorjahr 64.000) erhöht, bleibt aber insgesamt weiter auf niedrigem Niveau.

Um Ihnen ggf. Vergleiche mit den letzten Jahren zu ermöglichen, führen wir die ausführliche Übersicht der beiden Grundgesamtheiten der „Deutschsprachigen Bevölkerung“ und der „Deutschen Bevölkerung“ in der Excel-Datei „Chrismon AWA 2019 - Alte und neue Grundgesamtheit.xlsx“ weiter mit.

## Chrismon im Trend

Die Leserschaft von Chrismon ist innerhalb der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre um 69.000 Tsd. Leser auf 1,664 Mio Leser gestiegen nach 1,594 Mio Lesern in der letzten AWA.



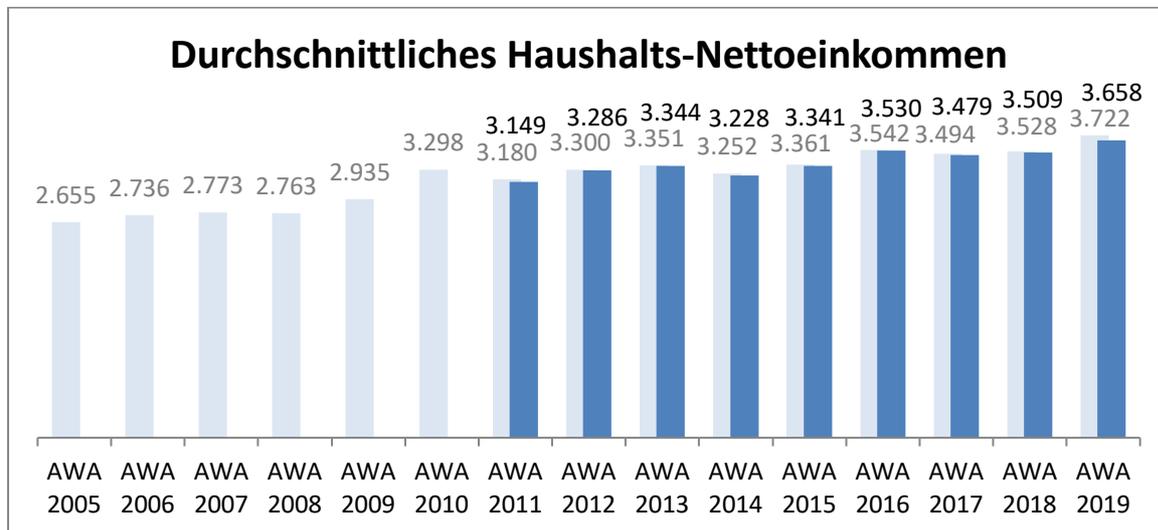
*Basis: Deutsche ab 14 Jahren, 2. Basis ab 2011 Deutschspr. ab 14 Jahren, LpA in Mio*

Dies ist ein sehr gutes Wachstum um weitere 4% im Vergleich zum Vorjahr, das Chrismon wiederholt mit Abstand einen Rekordwert innerhalb der letzten 10 Jahre beschert. Chrismon kann seit Umstellung auf die neue Grundgesamtheit in der AWA ein absolutes Wachstum von rund 70% vorweisen und entwickelt sich damit weiter gegenläufig zum allgemeinen Trend in der Medienlandschaft.

Für die weiteren Trendvergleiche wird immer die Grundgesamtheit der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre zugrunde gelegt. Auch die Werte, die im Text genannt werden, beziehen sich auf die Grundgesamtheit der „Deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre“. Die alte AWA-Grundgesamtheit „Deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren“ wird in den Trend-Grafiken für Langzeitvergleiche und im Anhang mitgeführt.

## Entwicklung der Strukturen

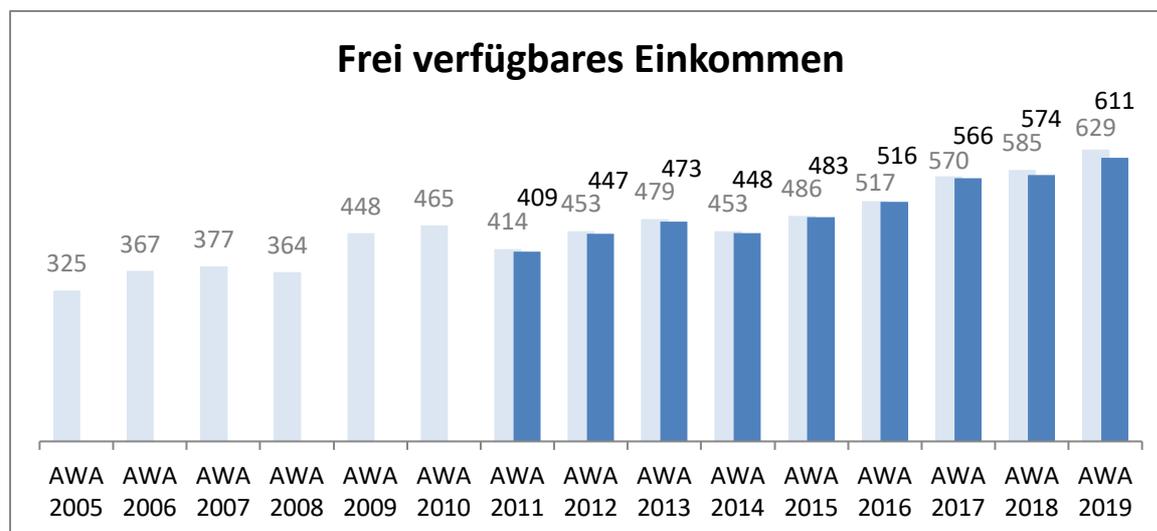
Trotz Anstiegs der Leserschaft bleiben die strukturellen Werte im Vergleich zu den letzten Jahren auf hohem Niveau stabil. Hierbei stiegen einige strukturelle Werte sogar noch weiter an. Hier ein paar Beispiele von Kennzahlen der vergangenen AWA-Jahrgänge:



*Basis: Deutsche ab 14 Jahren, 2. Basis ab 2011 Deutschspr. ab 14 Jahren, HHNE in EUR*

Das monatliche **Haushalts-Nettoeinkommen** verbleibt insgesamt auf hohem Niveau und liegt 16% über dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen von 3.163 EUR in der Gesamtbevölkerung.

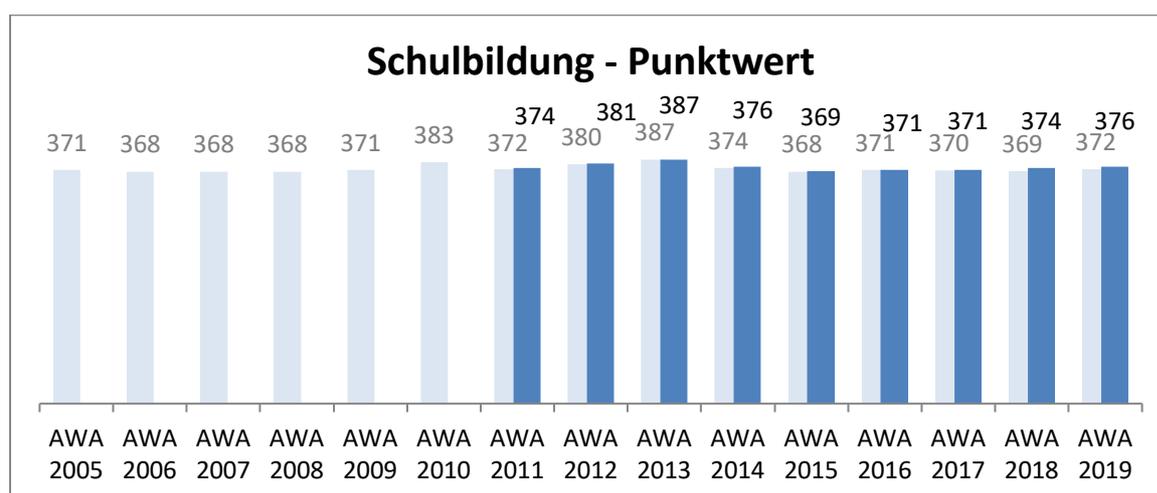
Das **frei verfügbare Einkommen** der Leserschaft steigt erneut deutlich auf den nun höchsten Wert der letzten Jahre an:



*Basis: Deutsche ab 14 Jahren, 2. Basis ab 2011 Deutschspr. ab 14 Jahren, Frei verfügbares EK in EUR*

Im Vergleich zum moderaten Anstieg im Vorjahr, ist dieser Wert mit 6,4% wieder deutlich stärker angestiegen. Der Anstieg des frei verfügbaren Einkommens ist damit auch stärker als der Anstieg des Wertes in der Gesamtbevölkerung (+3,6%).

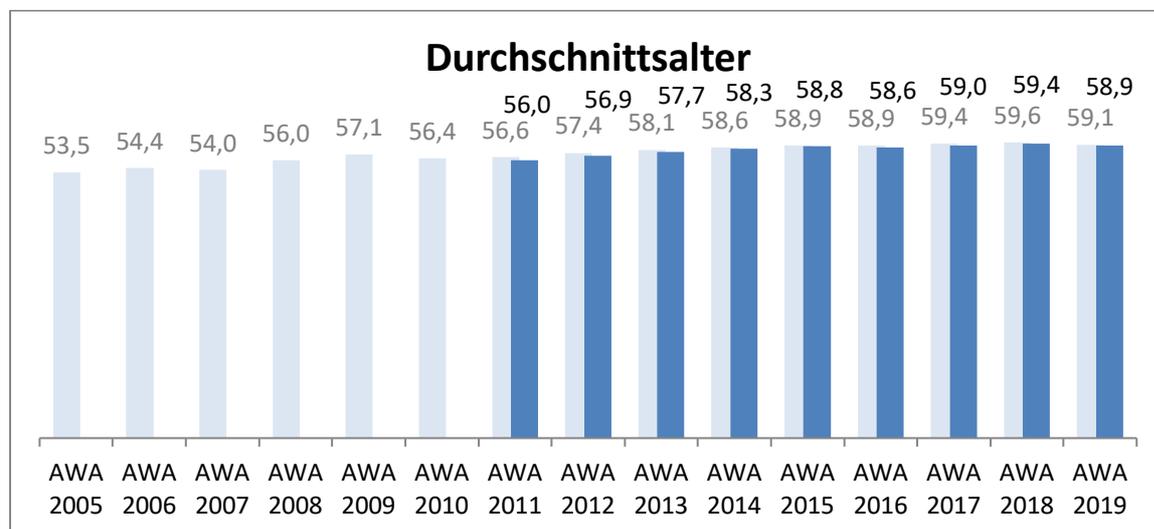
Auch die **Schulbildung** der Leserschaft ist stabil geblieben. Sie verbleibt mit 376 Punkten im Vergleich zu 303 Punkten in der Gesamtbevölkerung auf einem sehr guten, überdurchschnittlichen Niveau.<sup>1</sup>



*Basis: Deutsche ab 14 Jahren, 2. Basis ab 2011 Deutschspr. ab 14 Jahren, Punkte*

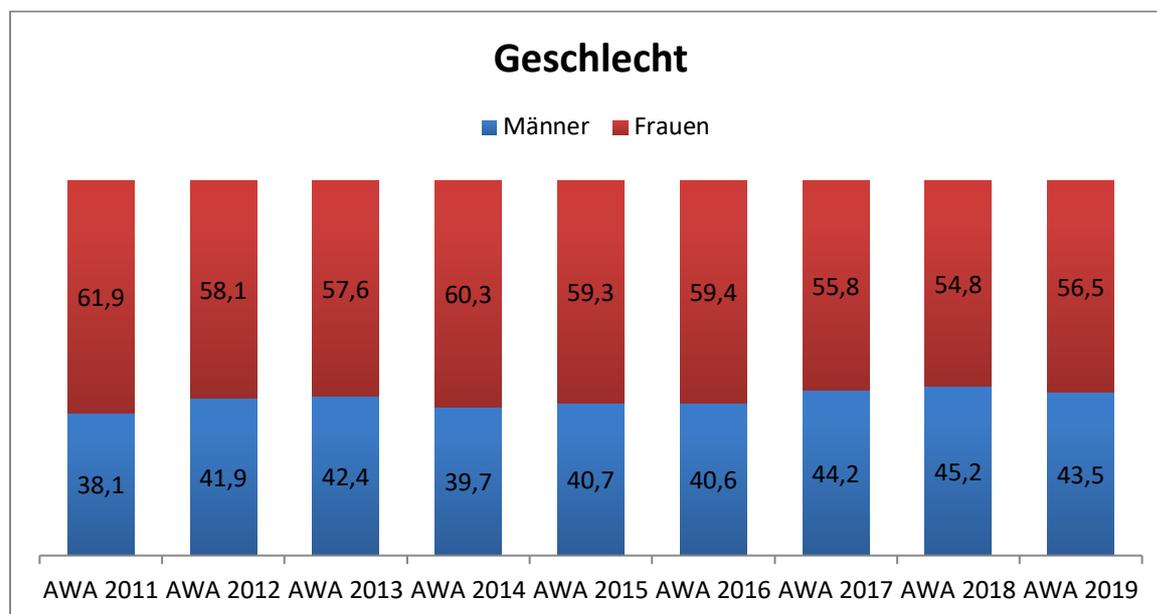
<sup>1</sup> Der Punktwert setzt sich aus dem höchsten erzielten Schulabschluss zusammen.

Nachdem das **Durchschnittsalter** in den beiden Vorjahren analog zum allgemeinen Trend der Zeitungsleser angestiegen war, sinkt der Wert in diesem Jahr leicht. Im Verlauf der letzten zehn Jahre ist dennoch weiterhin ein Anstieg des Durchschnittsalters zu beobachten, welcher sich immer mehr auf hohem Niveau einpendelt.



*Basis: Deutsche ab 14 Jahren, 2. Basis ab 2011 Deutschspr. ab 14 Jahren*

Der **Männeranteil** ist in diesem Jahr ebenfalls gesunken, auf nun 43,5%, nachdem auch dieser Anteil in den beiden Vorjahren angestiegen war. Hier muss in den kommenden Jahren verfolgt werden, ob sich der Anteil wieder in Richtung des Niveaus vor der AWA 2017 bewegt oder ob langfristig eine strukturelle Veränderungen in der Leserschaft zu beobachten ist.



*Basis: Deutschspr. ab 14 Jahren, Anteil in %, Deutsche s. Anhang*

## Strukturen

Die positive Entwicklung der Leserschaftsstruktur der AWA 2018 konnte 2019 stabilisiert werden. Chrismon ordnet sich an vielen Stellen in den allgemeinen gesellschaftlichen Trend ein. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung bleiben Einkommen, Bildung, aber auch Alter überdurchschnittlich ausgeprägt.

Es gilt aber wie in den Vorjahren, dass aufgrund der geringen Schwankungen nicht unbedingt ein genereller Trend daraus gelesen werden kann.

Im direkten Vergleich der Strukturen zur AWA 2018 sind die Veränderungen insgesamt wenig auffällig.

Ein detaillierter Vergleich ist in den beiden Dateien aufgeführt:

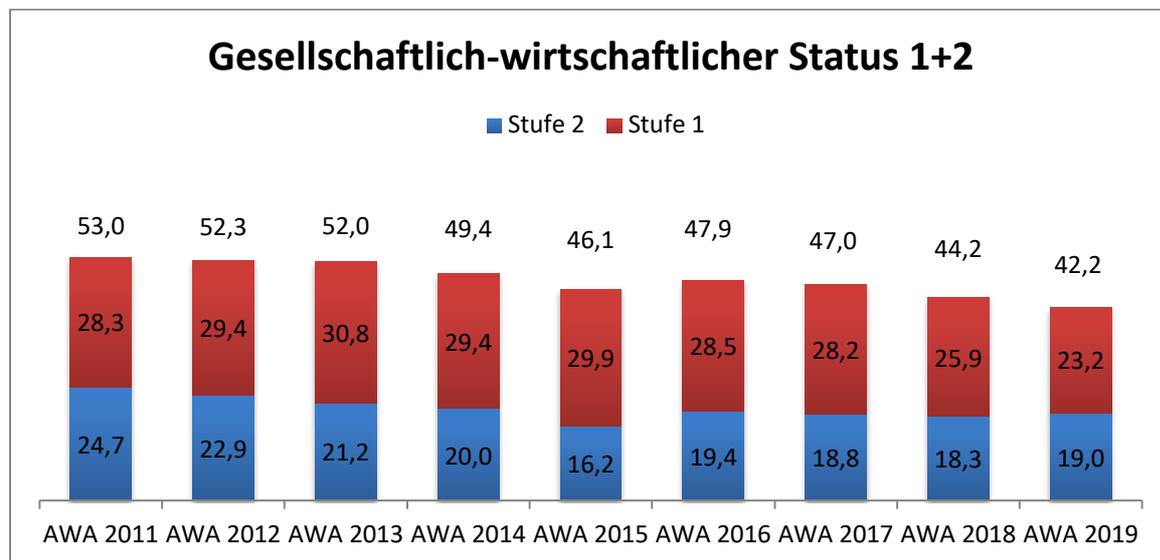
- Chrismon AWA 2018-2019 Strukturvergleich nur Anteil.xlsx
- Chrismon AWA 2018-2019 Strukturvergleich.xlsx

Die zweite Datei enthält mehr Spalten (auch Reichweitenwerte in Prozent und Hochrechnung).

Daraus ergibt sich ein differenziertes Bild bei der Entwicklung der Strukturen. Nachfolgend sind einige ausgewählte Ergebnisse dargestellt, welche die Entwicklung der Leserschaft charakterisieren.

## Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status

Ein Kennwert, der die Entwicklung von Chrismon gut charakterisiert, ist der gesellschaftlich-wirtschaftliche Status. Nimmt man hier die beiden oberen Gruppen, so ergibt sich die folgende Entwicklung:



*Basis: Deutschspr. ab 14 Jahren, Anteil in %, Deutsche s. Anhang*

Bei Chrismon bestätigt sich bezüglich des GWs der deutlich rückläufige Trend der oberen Statusgruppen. In der Gesamtbevölkerung bleibt der Anteil der oberen Statusgruppen (GWS 1: 10,0%, GWS 2: 12,6%) dagegen in den letzten drei Jahren recht konstant. Im direkten

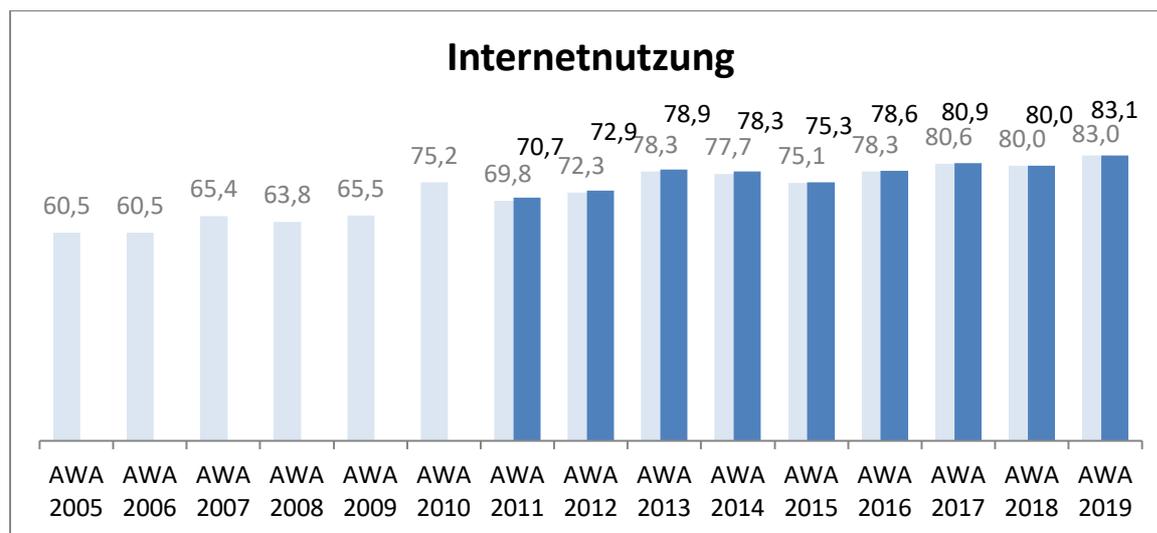
Vergleich zur Gesamtbevölkerung. befinden sich die oberen Stufen aber weiterhin auf einem höheren Niveau.

## Mediennutzung

Chrismon-Leser bleiben weiterhin sehr zeitschriften- und zeitung-affin. Rund 70% gehören zur Zielgruppe der umfassend print-affinen (gegenüber 36% in der deutschsprachigen Bevölkerung insgesamt). Weitere knapp 28% sind noch selektiv print-affin, neigen also eher nur Zeitschriften oder Zeitungen zu. Hier ist in den letzten Jahren bei den Chrismon-Lesern ein sehr leichter Trend hin zur selektiven und weg von der umfassenden Printaffinität zu beobachten. Dagegen ist weiterhin lediglich eine verschwindende Minderheit von etwa 2% weitgehend print-abstinent (Deutschspr. Bevölkerung: 24%).

Die Nutzung des Internets unter den Chrismon-Lesern ist im Vergleich zum Vorjahr stark gestiegen und liegt nun mit 83,1% auf dem gleichen Niveau wie die Nutzung der deutschsprachigen Bevölkerung insgesamt (83,0%).

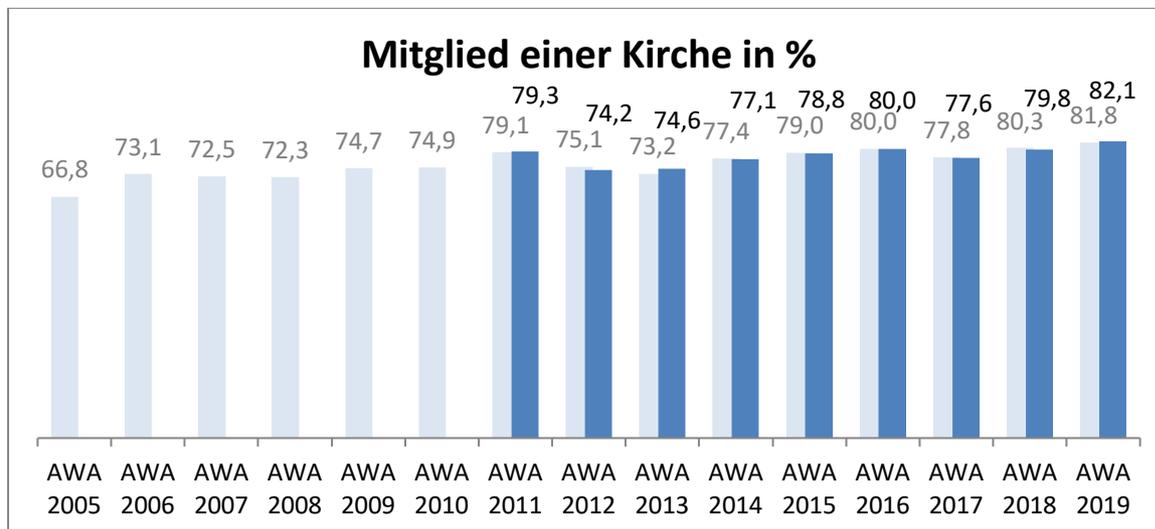
Mehr als zwei Drittel der Internetnutzer der Chrismon-Leserschaft (67,2%) nutzen dabei mindestens einmal täglich das Internet. Im Vergleich zum Vorjahr stieg auch dieser Anteil an (64,7%).



*Basis: Deutschspr ab 14 Jahren, 2. Basis ab 2011 Deutschspr. ab 14 Jahren, Anteil in %*

## Kirche

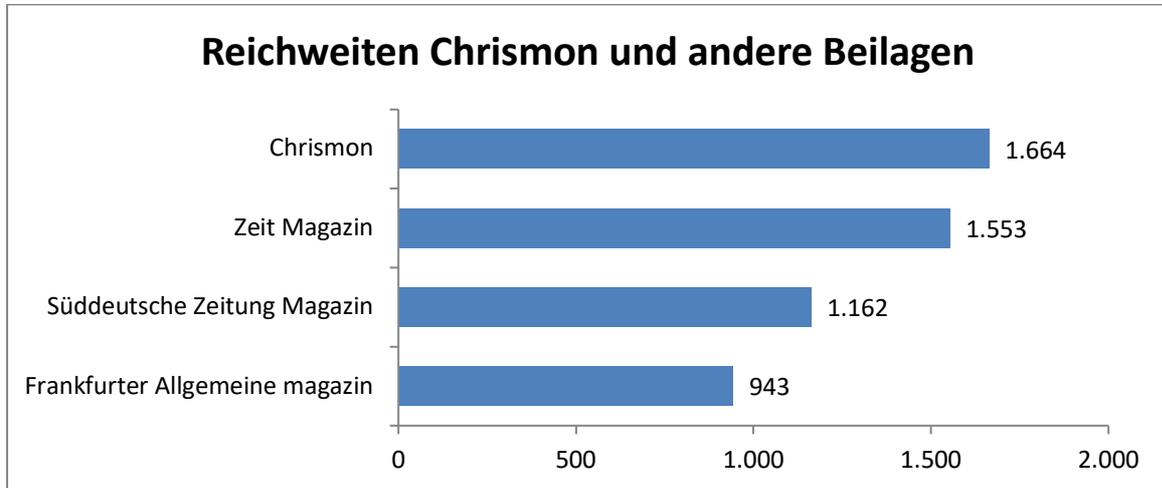
Der Anteil der Kirchenmitglieder unter den Lesern ist im Vergleich zum Vorjahr noch einmal deutlich gestiegen und erreicht mit einem Anteilswert von 82,1% ein Allzeithoch. Ob dahinter strukturelle Veränderungen in der Leserschaft stehen, muss in den kommenden Jahren verfolgt werden.



*Basis: Deutsche ab 14 Jahren, 2. Basis ab 2011 Deutschspr. ab 14 Jahren, Anteil in %*

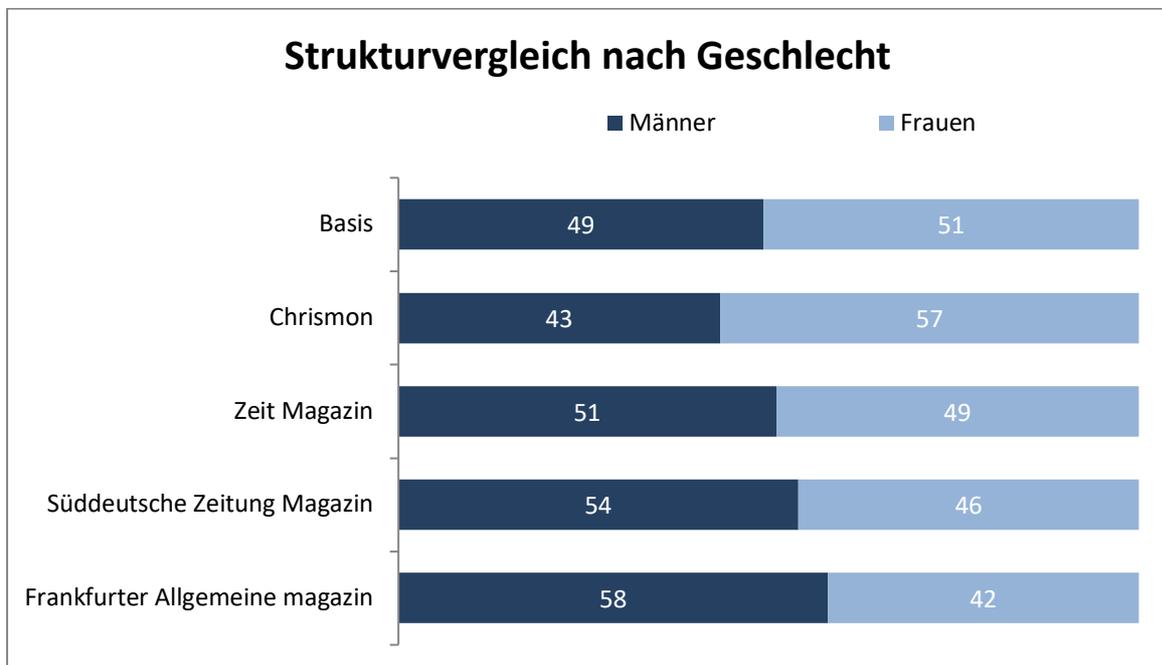
## Vergleich mit anderen Zeitschriftenbeilagen

Im Folgenden werden Vergleiche zu Wettbewerber-Zeitschriftenbeilagen (Zeit Magazin, Süddeutsche Zeitung Magazin, Frankfurter Allgemeine magazin) grafisch dargestellt.



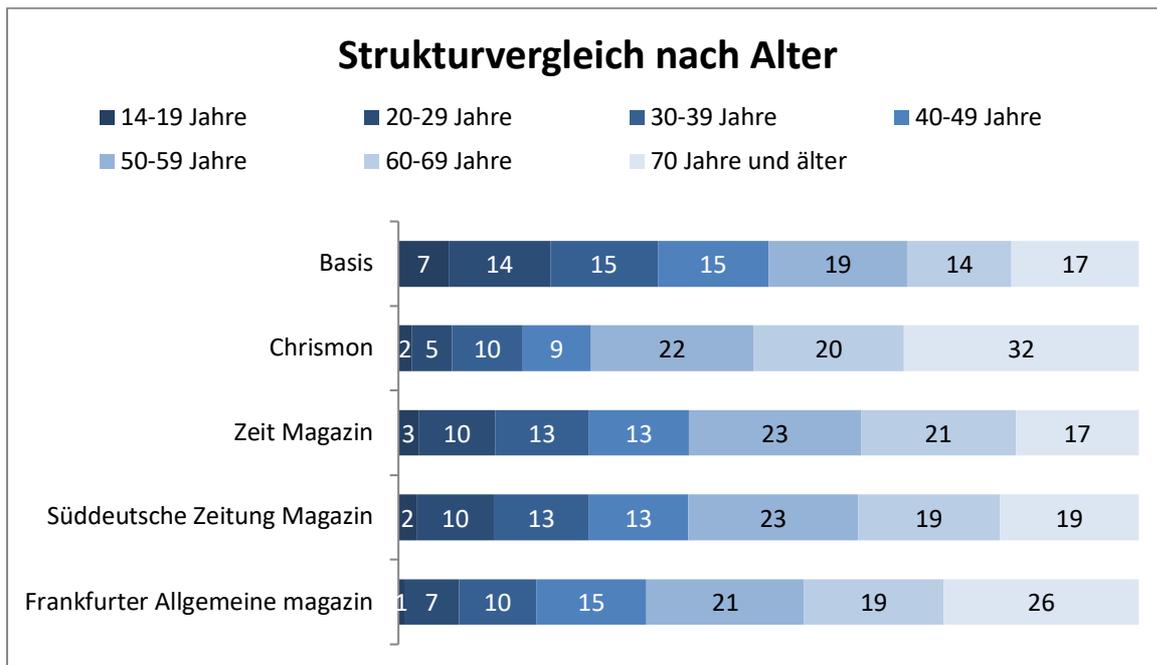
Basis: Deutsche ab 14 Jahren, Reichweite in Tsd.

Im Vergleich der Gesamtreichweite liegt Chrismon vor dem Zeit Magazin (Differenz: 111.000 Leser). Dabei vergrößerte sich der Abstand (Differenz 2018: 14.000 Leser). Das SZ Magazin weist mit weniger als 1,2 Mio Lesern deutlich weniger Reichweite auf. Das Frankfurter Allgemeine magazin erreicht weniger als zwei Drittel der Leseranzahl von Chrismon.



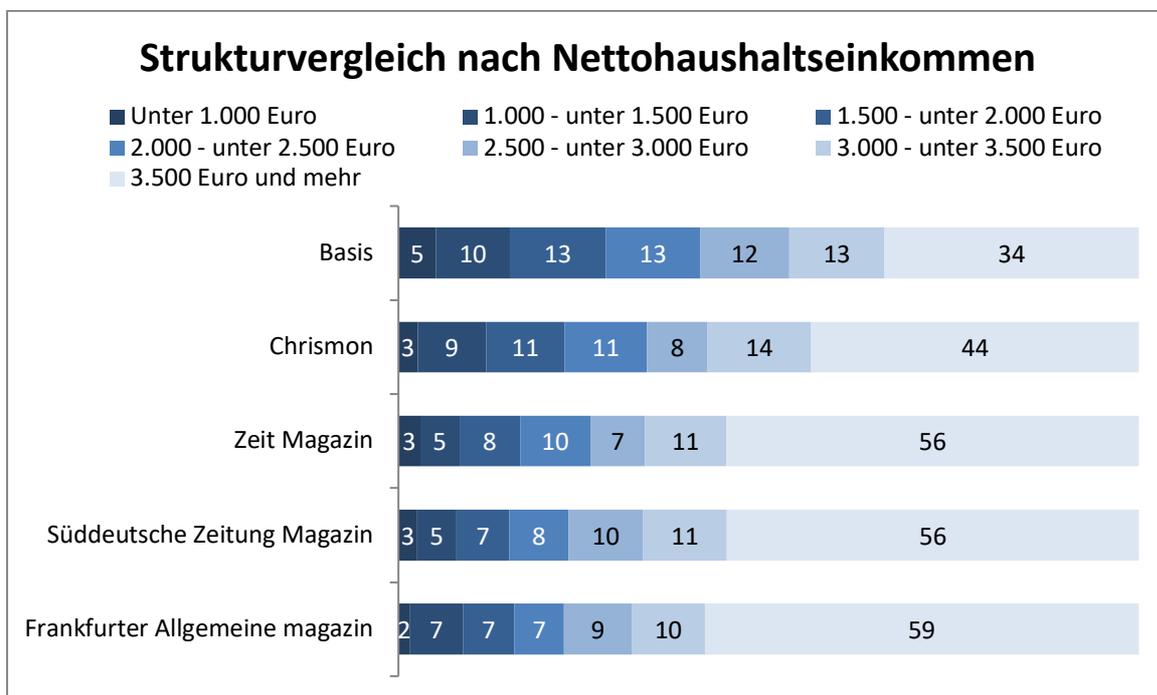
Basis: Deutsche ab 14 Jahren, Angaben in %

Wie schon zuvor angesprochen, ist der Frauenanteil von Chrismon größer als der Männeranteil. Bei den anderen Vergleichsbeilagen überwiegt der männliche Anteil der Leserschaft, am deutlichsten beim Frankfurter Allgemeine magazin.



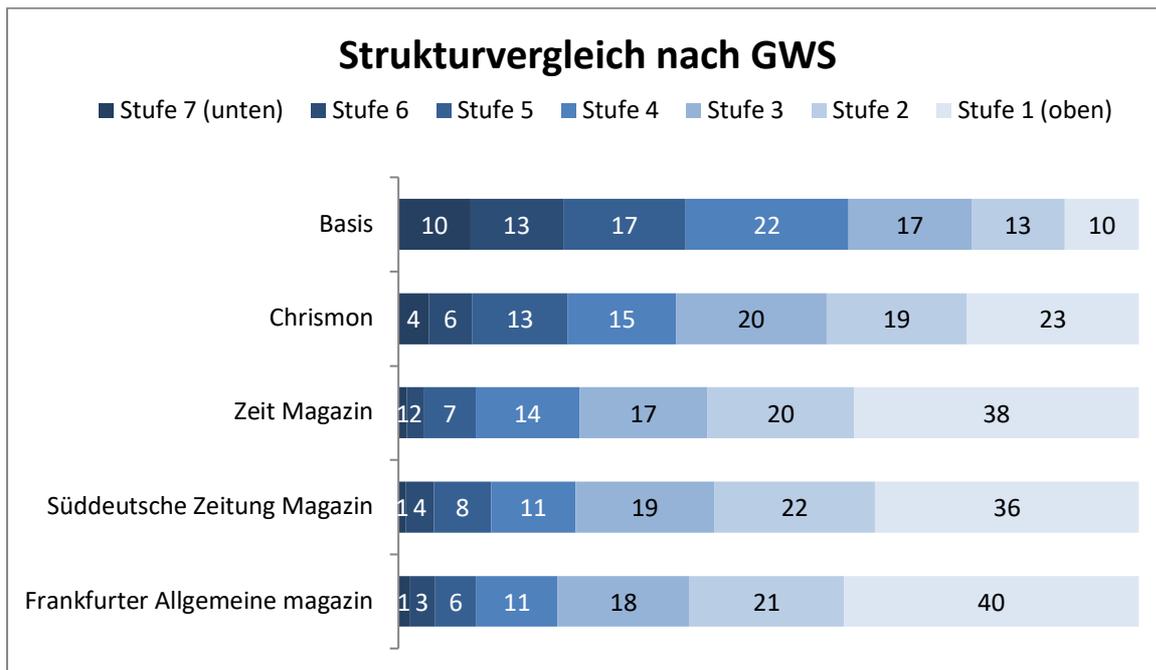
*Basis: Deutsche ab 14 Jahren, Angaben in %*

Sehr markant fallen die von Chrismon erreichten höheren Altersgruppen ins Auge. Die geringere Präsenz von jüngeren Menschen unter den Lesern ist im Wettbewerbsvergleich, aber auch mit Blick auf die Strukturen der Gesamtbevölkerung sichtbar.



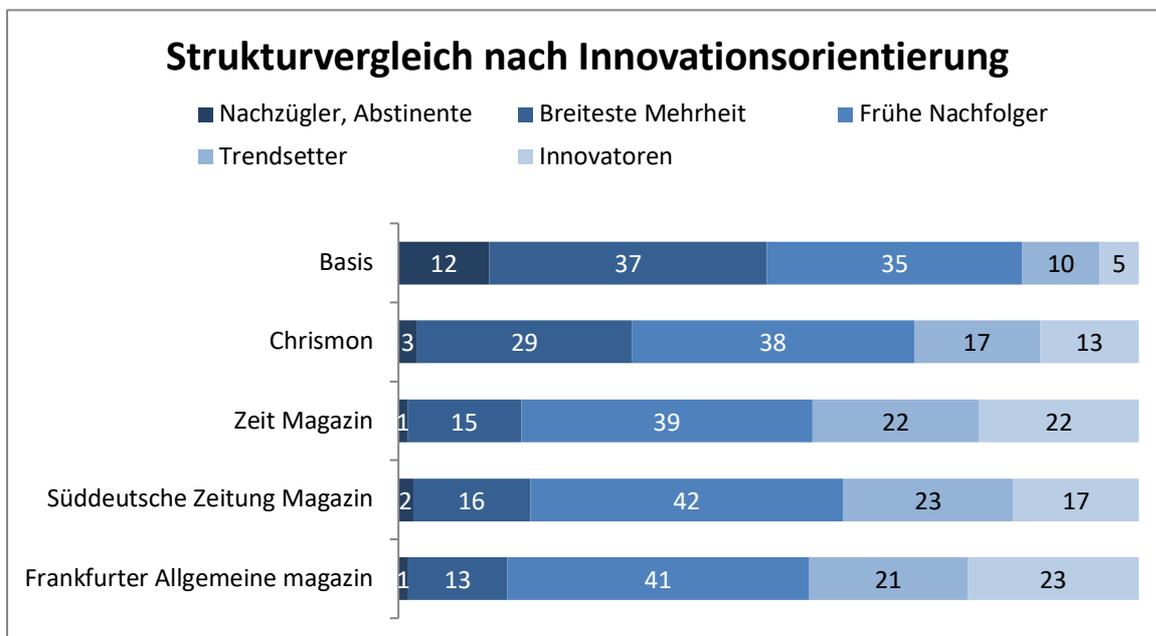
*Basis: Deutsche ab 14 Jahren, Angaben in %*

Alle Zeitschriftenbeilagen erreichen überdurchschnittlich stark die besserverdienenden Haushalte, während aber Chrismon von den vier betrachteten Beilagen der Gesamtbevölkerungsstruktur am nächsten kommt.



*Basis: Deutsche ab 14 Jahren, Angaben in %*

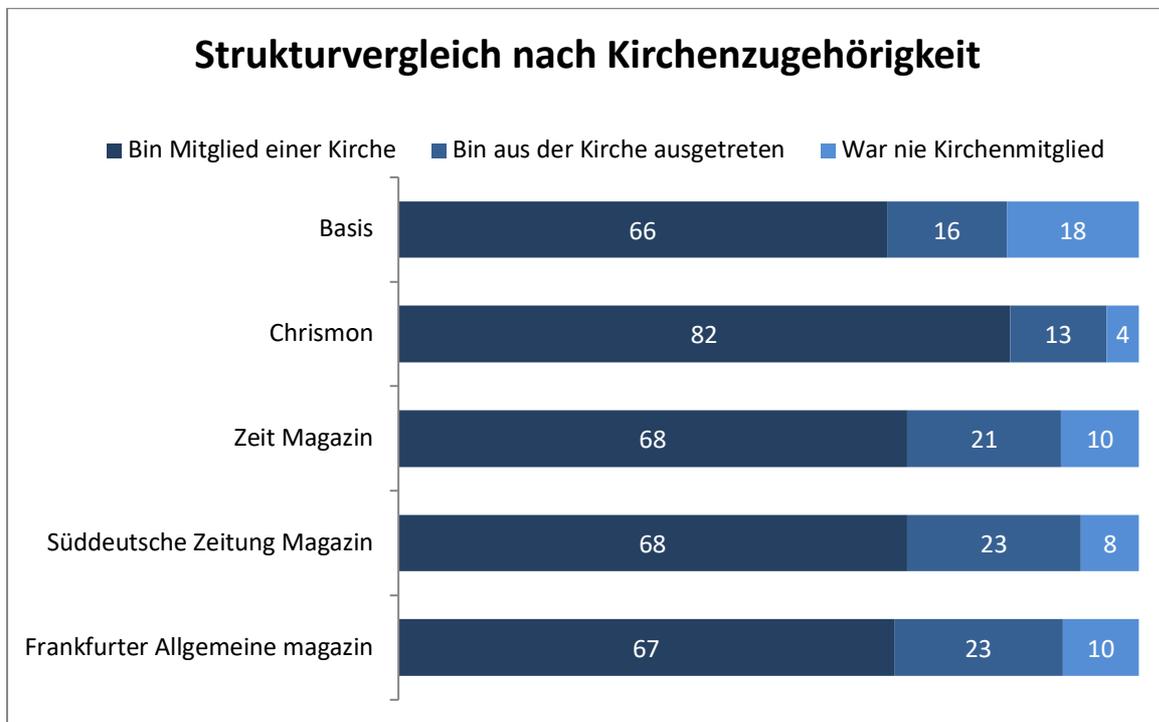
Analog zum Haushaltsnettoeinkommen fällt die Struktur beim Gesellschaftlich-wirtschaftlichen Status (GWS) aus: Es bestätigt sich, dass wirtschaftlich bessergestellte Haushalte von den Printbeilagen überdurchschnittlich erreicht werden, während Chrismon von den vier betrachteten noch am ehesten auch zu den niedrigeren Schichten vordringt.



*Basis: Deutsche ab 14 Jahren, Angaben in %*

Alle Printbeilagen können nur wenige sog. „Nachzügler“ oder „Innovations-Abstinente“ in ihrer Leserschaft verbuchen, der größte Teil wird von den „Frühen Nachfolgern“ gestellt, während die Trendsetter und Innovatoren überdurchschnittlich erreicht werden, jedoch am

wenigsten von Chrismon, zugunsten der Gruppe „Breiteste Mehrheit“, welche die Beilage zwar unterdurchschnittlich stark liest, jedoch stärker bedient wird als von den anderen drei Magazinen.



*Basis: Deutsche ab 14 Jahren, Angaben in %*

Wenig überraschend sind in der Leserschaft von Chrismon Kirchenmitglieder überrepräsentiert, aber auch ehemalige Kirchenmitglieder werden noch verhältnismäßig gut erreicht (13% im Vergleich zu 16% in der Gesamtbevölkerung). Diejenigen, die nie Kirchenmitglied waren, sind wenig affin zu den Printbeilagen, am wenigsten jedoch gegenüber Chrismon.

## Fazit

Chrismon konnte das beachtliche Reichweitenwachstum des letzten Jahres mit +4% im Vergleich zur AWA 2018 nochmals toppen. Im Vergleich zur AWA 2017 ist das Wachstum etwas schwächer, aber es sind noch keine signifikanten Anzeichen einer Trendumkehr abzuleiten.

Über die verschiedenen Strukturmerkmale hinweg zeigt sich ein insgesamt stabiles Bild. Die Chrismon-Leserschaft konnte an der positiven Einkommensentwicklung der letzten Jahre überdurchschnittlich teilhaben. Das ist aufgrund des deutlichen Reichweitzuwachses umso erstaunlicher. Denn oftmals ist die Folge eines deutlichen Reichweitzuwachses auch eine „Verwässerung“ der Strukturen, was hier aber nicht der Fall ist. Das hängt vermutlich mit der Neuausrichtung der Trägermedien von Chrismon in den letzten Jahren zusammen.

Der gesellschaftlich-wirtschaftliche Status der Stufen 1 und 2 ist weiterhin rückläufig. Auch insgesamt bleibt das Niveau der GWS-Stufen 1+2 im Langzeitvergleich weiter niedrig, im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung zwar sehr hoch, im Vergleich zu anderen Titeln jedoch niedriger. Dies bedeutet aber ebenfalls, dass Chrismon besser als seine Wettbewerber auch finanziell ungünstiger gestellte Haushalte erreicht.

Der gestiegene Männeranteil in der Leserschaft, der in der AWA 2017 und AWA 2018 beobachtet werden konnte, hat sich in der AWA 2019 nicht bestätigt. Ob die Leserschaft sich im Langzeitrend der nächsten Jahren weiter in Richtung eines höheren Männeranteils oder in Richtung des Niveaus vor der AWA 2017 bewegt, muss weiter beobachtet werden. Im Vergleich zu der Leserschaft anderer Printbeilagen schlägt das Geschlechterverhältnisse so oder so noch deutlich Richtung einer etwas stärkeren weiblichen Leserschaft aus.

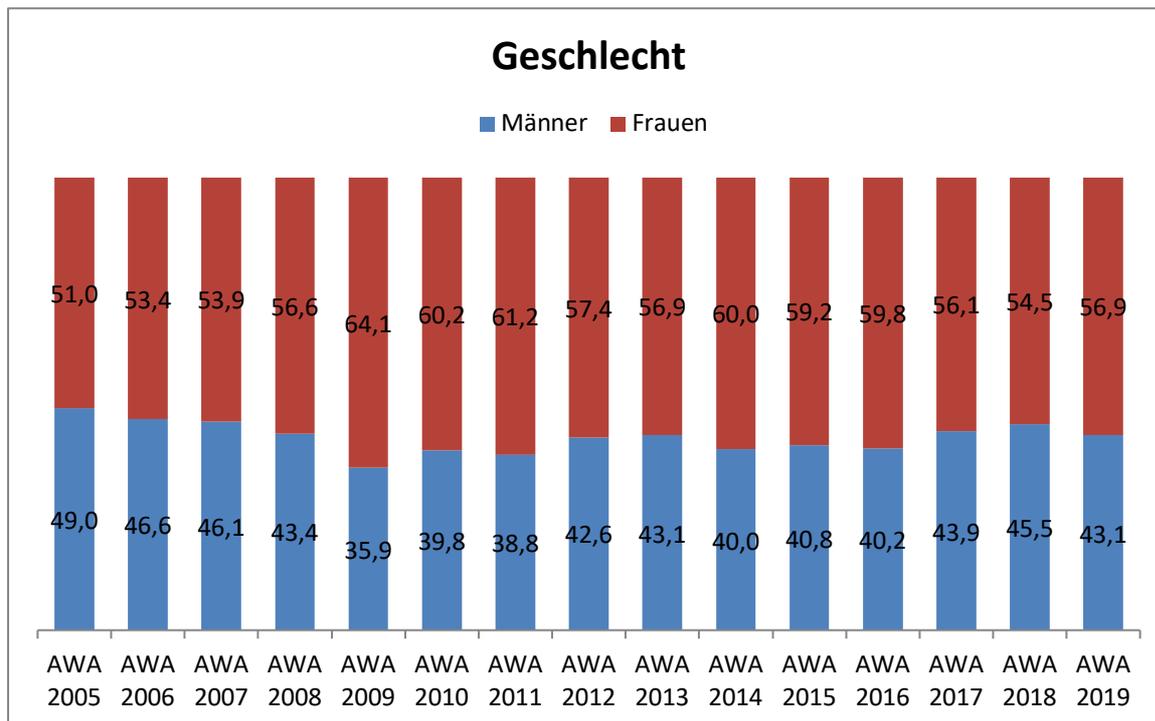
Im Vergleich zur AWA 2018 ist in der AWA 2019 das Durchschnittsalter der Leserschaft von Chrismon etwas gesunken (2019: 58,9 vs. 2018: 59,4). Dennoch weicht die Altersstruktur der Leserschaft von Chrismon von der Gesamtbevölkerung sowie der Leserschaftsstruktur vergleichbarer Titel ab und es werden im stärkeren Maße die höheren Altersgruppen erreicht.

Trotz hoher Print-Affinität bleibt die Internetnutzung sowie die Intensität der Nutzung analog zur Gesamtbevölkerung weiter hoch.

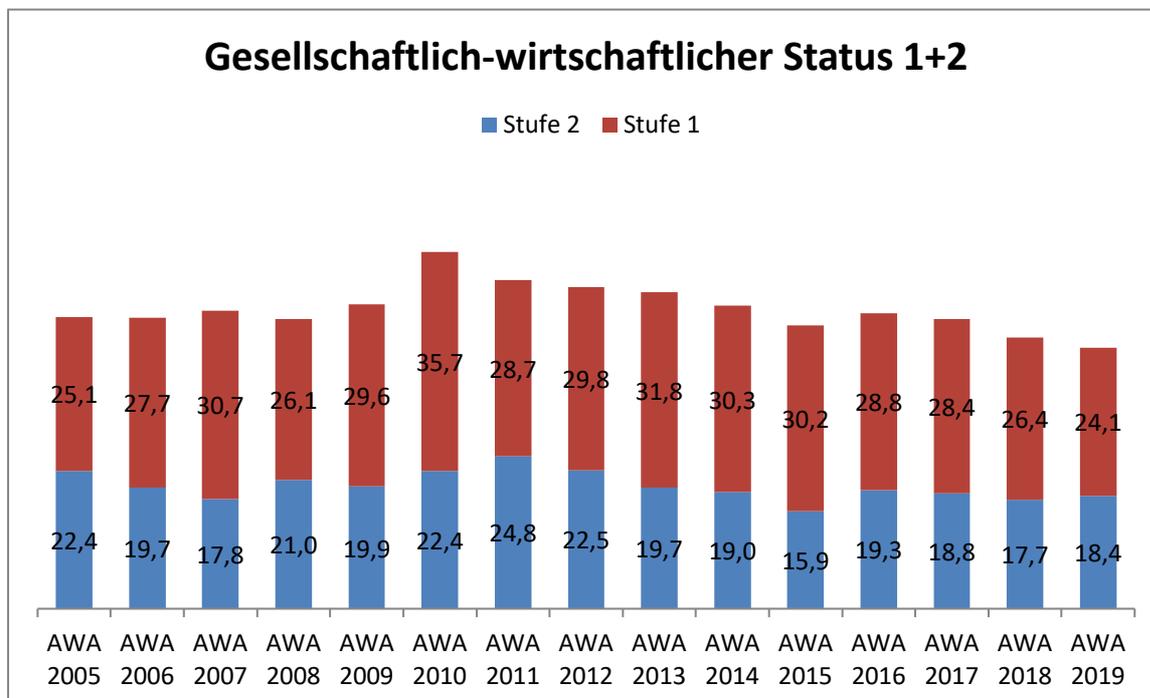
17. Juli 2019

**COMsulting GmbH**

**Anhang – Prozentuale Verteilung der Chrismon-Leserschaft in der Grundgesamtheit Deutsche ab 14 Jahre in der AWA 2005-2018**



Basis: Deutsche ab 14 Jahren, Anteil in %



Basis: Deutsche ab 14 Jahren, Anteil in %