



Gerhard Faehling
COMsulting GmbH
D-23669 Timmendorfer Strand
www.comsulting.de

Analyse der Entwicklung in der AWA 2022

Ausgangssituation

Die Reichweite von Chrismon in der AWA 2022 beträgt 1.520.000 Lesende innerhalb der Grundgesamtheit der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre – ein leichter Rückgang gegenüber der AWA 2021 in Höhe von 4,5%, was 72.000 Lesenden entspricht.

Das wird - wie schon in 2021 - im Wesentlichen auf die durch Corona bedingten Auflagen- und Umfangreduktionen bei chrismon zurückgeführt.

Die AWA 2022 zeigt damit den zweiten leichten Reichweitenverlust seit 2020, wo das für chrismon bisher höchste Niveau mit 1,62 Mio. Lesenden erreicht worden war. Im zehnjährigen Langzeitvergleich mit 1,05 Mio. Lesenden 2012 ändern die Rückgänge aber nichts an dem in dieser Zeit erzielten Wachstum des evangelischen Printmagazins, das sich trotz der dynamischen digitalen Veränderungen im deutschen Lese- und Verlagsmarkt weiterhin sehr gut behauptet.

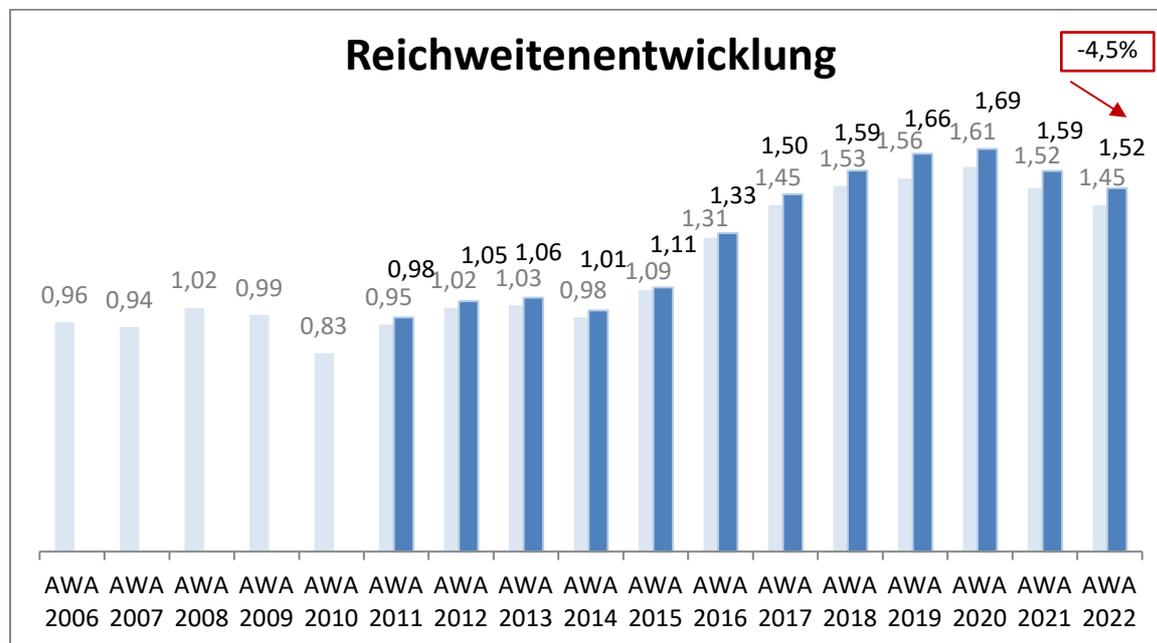
Die Anzahl der deutschsprachigen ausländischen Leserinnen und Leser ist auf 71.000 (im Vorjahr 62.000) gestiegen. In dieser Gruppe war in den vergangenen Jahren eine Abnahme zu verzeichnen, sie bleibt insgesamt weiter auf niedrigem Niveau in der Leserschaft vertreten.

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 2022 - Alte und neue Grundgesamtheit.xlsx“ weiter mit.

Im Folgenden finden Sie die Analyse im Detail.

Chrismon im Trend

Die Leserschaft von Chrismon ist innerhalb der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre um 72.000 auf 1,520 Mio. Leser zurückgegangen, nach 1,592 Mio. Lesern in der letzten AWA.



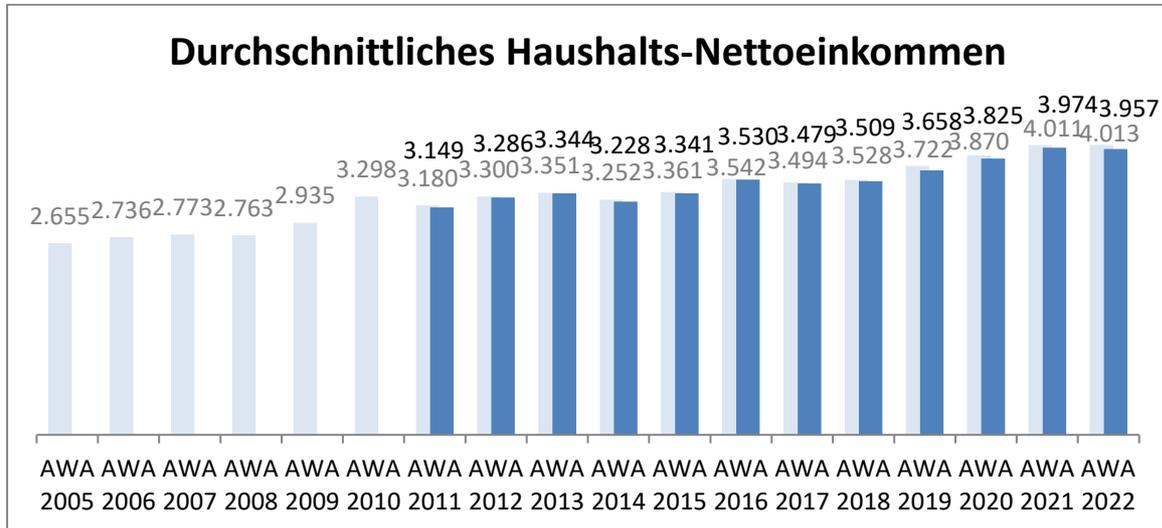
Basis: Deutsche ab 14 Jahren, 2. Basis ab 2011 Deutschspr. ab 14 Jahren, LpA in Mio

Dies bedeutet einen Rückgang um gut 4,5 %. Chrismon erreicht damit fast genau das Niveau von 2017. Im Vergleich zu 2011 (seit Umstellung auf die neue Grundgesamtheit in der AWA) bedeutet der derzeitige Stand dennoch ein absolutes Wachstum von über 55 %.

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

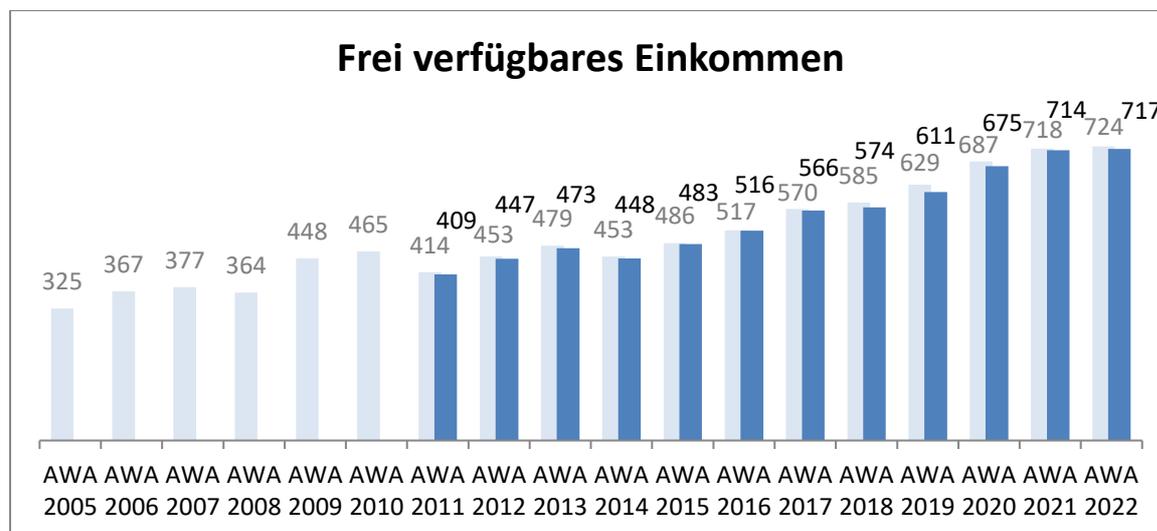
Trotz der leicht gesunkenen Anzahl von Leserinnen und Lesern setzen sich Trends hinsichtlich der Veränderung der strukturellen Zusammensetzung weiter fort. Hier ein paar Beispiele von Kennzahlen der vergangenen AWA-Jahrgänge:



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

Das monatliche **Haushalts-Nettoeinkommen** der Chrismon-Leserschaft verbleibt insgesamt auf hohem Niveau. Es sinkt entgegen dem Gesamtbevölkerungstrend minimal und liegt mittlerweile 13 % (Vorjahr: 17 %) über dem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen von 3.503 EUR in der Gesamtbevölkerung.

Das **frei verfügbare Einkommen** der Menschen, die sich für Chrismon interessieren, steigt nicht mehr so deutlich wie in den letzten Jahren an:



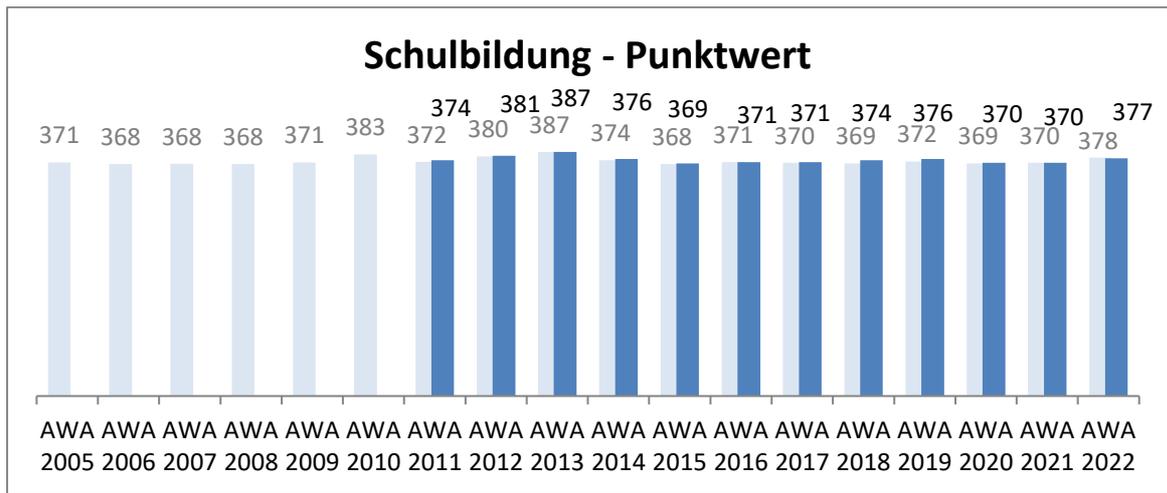
Basis: Deutsche ab 14 Jahren, 2. Basis ab 2011 Deutschspr. ab 14 Jahren, Frei verfügbares EK in EUR

Dieser Wert ist mit 0,4 % kaum merklich angestiegen, im Gegensatz zum vergangenen Jahrgang, als das Wachstum noch 5,8 % betrug. In der Gesamtbevölkerung hingegen setzt sich ein Trend nach oben fort (Anstieg AWA 2021: +6,4 %, davor +4,5 %) – vermutlich als Folge der Lockdown-Phasen, in denen wenig investiert wurde.

Gründe dafür, dass die Erhöhung des frei verfügbaren Einkommens von Chrismon-Lesenden nicht proportional zur Entwicklung in der Gesamtbevölkerung führt, könnten sein, dass wir neben tatsächlich stagnierenden Einkommen auch das Hinzukommen von Lesenden mit geringerem Einkommen sehen bei möglichem Wegfall von Lesenden mit hohem verfügbarem Einkommen.

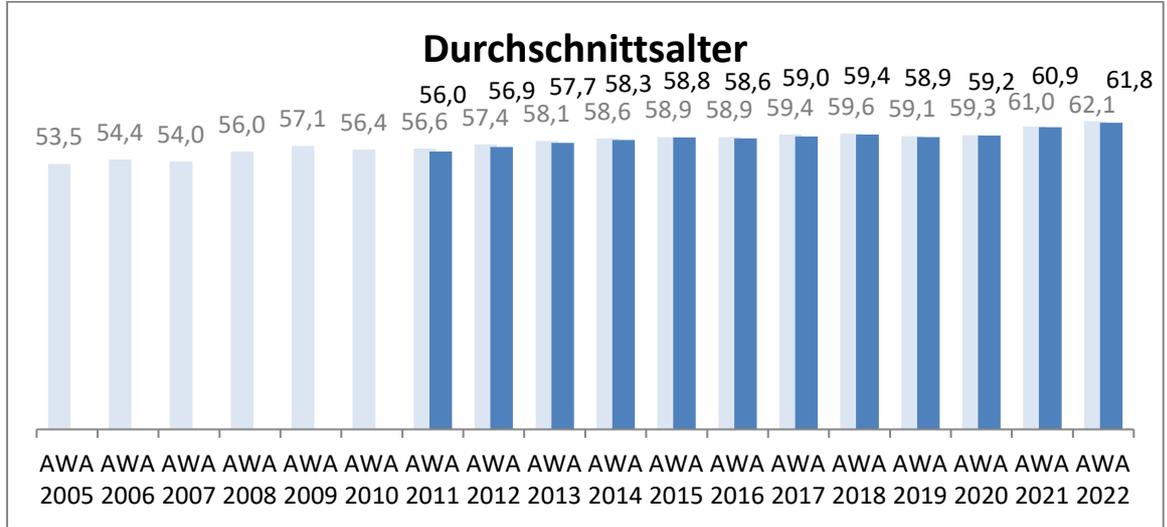
Der Punktwert der **Schulbildung**¹ für die Chrismon-Lesenschaft ist mit 377 Punkten recht stabil auf dem Vorjahreswert geblieben und im Vergleich zu 314 Punkten in der Gesamtbevölkerung auf einem sehr guten, deutlich überdurchschnittlichen Niveau. Möglich ist, dass Lesende, die sich im Vergleich zum Vorjahr von Chrismon abgewandt haben oder die hinzugekommen sind, sich über mehrere Bildungsgruppen erstecken.

¹ Der Punktwert basiert auf dem höchsten erzielten Schulabschluss.



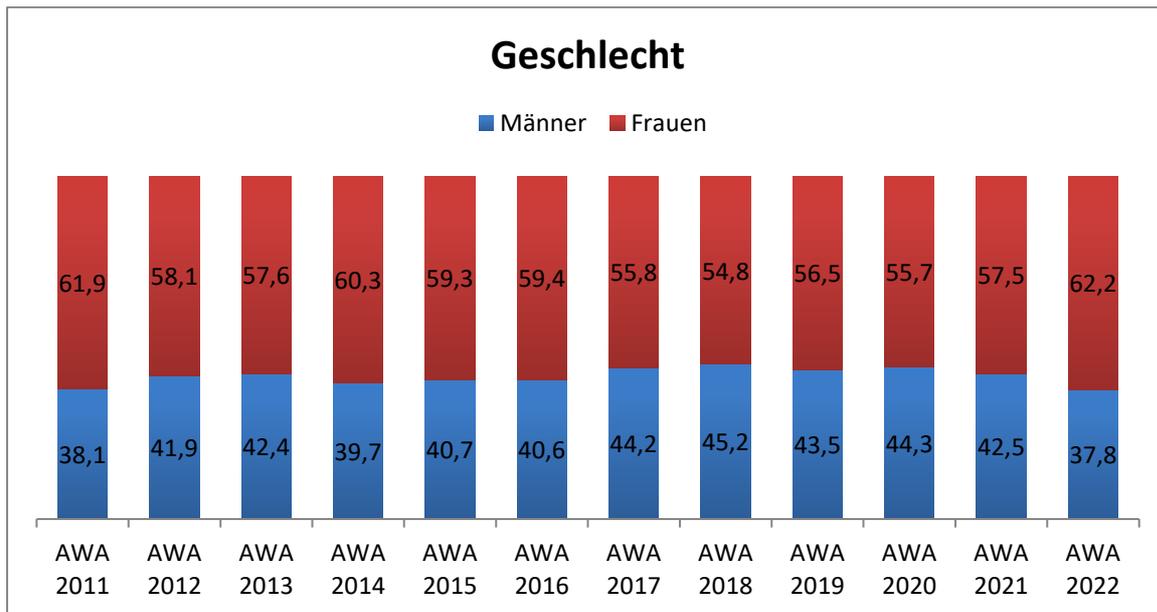
Basis: Deutsche ab 14 Jahren, 2. Basis ab 2011 Deutschspr. ab 14 Jahren, Punkte

Das **Durchschnittsalter** der Lesenden entspricht im Wesentlichen dem allgemeinen Trend der Zeitungslesenden. Es gibt interessante Zugewinne sowohl bei den ältesten als auch den jüngsten Altersgruppen: Leichte Gewinne bei den Menschen, die älter sind als 70 Jahre und ebenso leichtes Wachstum bei denen, die zwischen 14 und 19 Jahre alt sind, aber nur in der Größenordnung von 10.000 Lesenden. Dabei kann es sich auch um eine umfragebedingte Schwankung handeln.



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

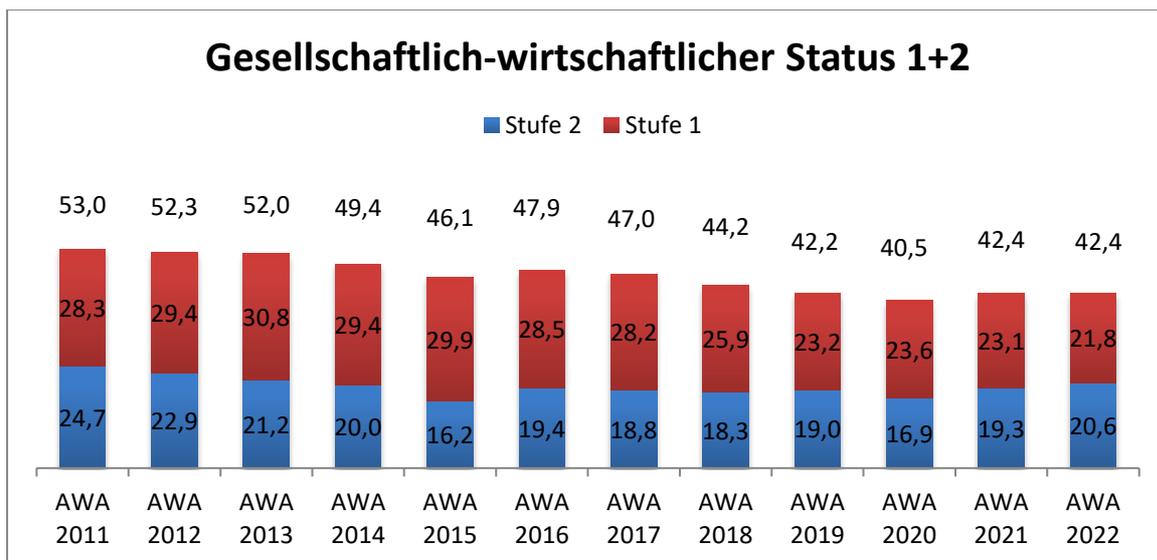
Chrismon wird insgesamt weiblicher: Der **Männeranteil** ist in diesem Jahr erheblich abgesunken und liegt nun bei 37,8 % (Vorjahr: 42,5 %), nachdem dieser Anteil im Vorjahr leicht gesunken und im Jahr davor gestiegen war. Das ist seit 2017 die deutlichste Verschiebung im Geschlechterverhältnis. In absoluten Zahlen sind Chrismon im Vergleich zur AWA 2021 mehr als 100.000 männliche Leser verloren gegangen (575.000 Leser statt zuvor 677.000) bei einem Zugewinn bei den Frauen um mindestens 30.000 (945.000 statt 915.000). Das bedarf der weiteren Beachtung.



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

Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status

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



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

Bei Chrismon bestätigte sich in den vergangenen Jahren bezüglich des GWS der deutlich rückläufige Trend der oberen Statusgruppen, der seit einigen Jahren zu verzeichnen ist.

Dieser Trend schien im vergangenen Jahrgang AWA 2021 nicht mehr anzuhalten, die Anteile verschoben sich wieder zugunsten der oberen Schichten. In diesem AWA-Jahrgang AWA 2022 ist – wenn man die beiden oberen Schichten zusammennimmt – ein gleichbleibendes Niveau zu verzeichnen. Etwas besser konnte Chrismon zur AWA 2022 die statusniedrigste Schicht erreichen (46.000 statt 26.000 Lesende in der Stufe 7). In der Gesamtbevölkerung bleibt der Anteil der oberen Statusgruppen (GWS 1: 9,9 %, GWS 2: 12,6 %) aufgrund der Definition der Status-Stufen recht konstant (Status 1 ist definiert als die oberen 10 %). Im direkten Vergleich zur Gesamtbevölkerung befinden sich die oberen Stufen bei Chrismon weiterhin auf einem höheren Niveau.

Mediennutzung

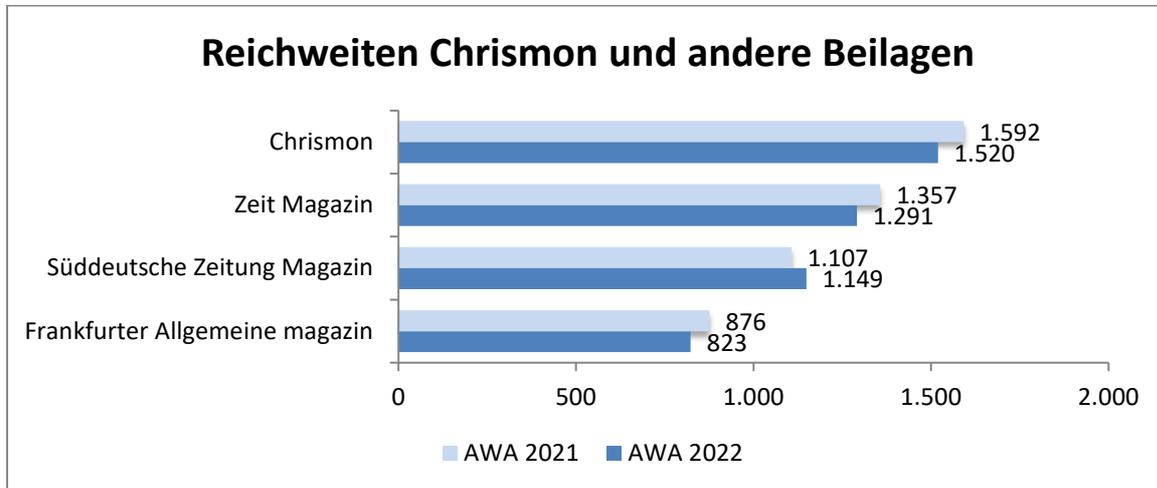
Die Menschen, die Chrismon lesen, nutzen gern die Printausgaben von Zeitschriften und Zeitungen. Rund 71 % (und damit knapp 2 Prozentpunkt mehr als in der AWA 2021) gehören zur Zielgruppe der umfassend print-affinen Menschen (gegenüber dem sinkenden Anteil von 32 % in der deutschsprachigen Bevölkerung insgesamt). Das lässt sich weiter differenzieren: Weitere rund 29 % (Vorjahr: 30 %) gelten als selektiv print-affin (Deutschspr. Bevölkerung: 42 %), neigen also eher nur Zeitschriften oder Zeitungen zu. Weiterhin ist lediglich eine sehr kleine Minderheit von etwa 1 % weitgehend print-abstinent (Vorjahr: 1 %; Deutschspr. Bevölkerung: 26 %).

Trotz der überwiegenden Print-Affinität: Die Nutzungsrate des Internets unter den Chrismon-Lesenden ist im Vergleich zum Vorjahr erneut gestiegen und liegt nun mit 86,4 % annähernd exakt auf dem Internetnutzungsniveau der deutschsprachigen Bevölkerung insgesamt (86,41 %). Das hat sich gegenüber den AWA-Daten von 2018 geändert: Während wir hier bei den Leserinnen und Lesern einen leicht unterdurchschnittlichen Anteil von Internetnutzern im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ausmachen konnten, sehen wir im Jahrgang 2019 einen Wert, der fast exakt dem Durchschnitt entspricht und seit der AWA 2020 nun stets leicht darüber.

Allerdings nutzen Chrismon-Lesende das Internet nicht ganz so häufig wie der deutsche Durchschnitt – mit einem zum Vorjahr annähernd gleichbleibenden Prozentsatz von 68,5 % mindestens einmal täglich (Gesamt weiter steigend: 73,7 %).

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.

Chrismon weist von den vier Zeitschriftenbeilagen nach wie vor die größte Gesamtreichweite auf, trotz der in absoluten Zahlen größten Rückgänge. Chrismon verzeichnet 72.000 Lesende weniger (rund 4,5 %), das Zeit Magazin fällt um 66.000 Lesende (über 4,8 % weniger), das Frankfurter Allgemeine Magazin um 53.000 (6,1 %). Prozentual sind die Verluste der beiden letztgenannten Wettbewerber also höher als bei Chrismon. Das Süddeutsche Zeitung Magazin macht die Ausnahme und vergrößert die Leserschaft mit 42.000 um 3,8 %, weist aber auch rund 400.000 Leserinnen und Leser pro Ausgabe weniger auf als Chrismon.

Fazit

Chrismon verzeichnet zum zweiten Mal in Folge innerhalb eines Jahres einen Rückgang der Leserschaft. Ein Reichweitenverlust von 4,5 % in diesem und im vergangenen Jahrgang 5,5 % (insgesamt in beiden Jahren zusammen 155.000 Lesende) ist mittlerweile ein deutlicher Einschnitt, auch wenn die Gesamtreichweite mit 1,52 Mio. Leserinnen und Lesern für ein evangelisches Magazin nach wie vor überzeugt. Chrismon hat es jahrelang geschafft, gegen den Trend des deutlichen Mitgliederschwunds in der evangelischen Kirche anzuwachsen – das ist seit zwei Jahren nun nicht mehr gelungen.

Im Vergleich mit den Wettbewerbern zeigt sich, dass auch andere mit zum Teil sogar prozentual größerem Schwund leben müssen (Zeit Magazin, FAZ Magazin). Das Gegenbeispiel (SZ Magazin) macht aber auch deutlich, dass Wachstum trotz des allgemein vorhandenen Drucks auf den für solche Magazine erreichbaren Märkten möglich ist.

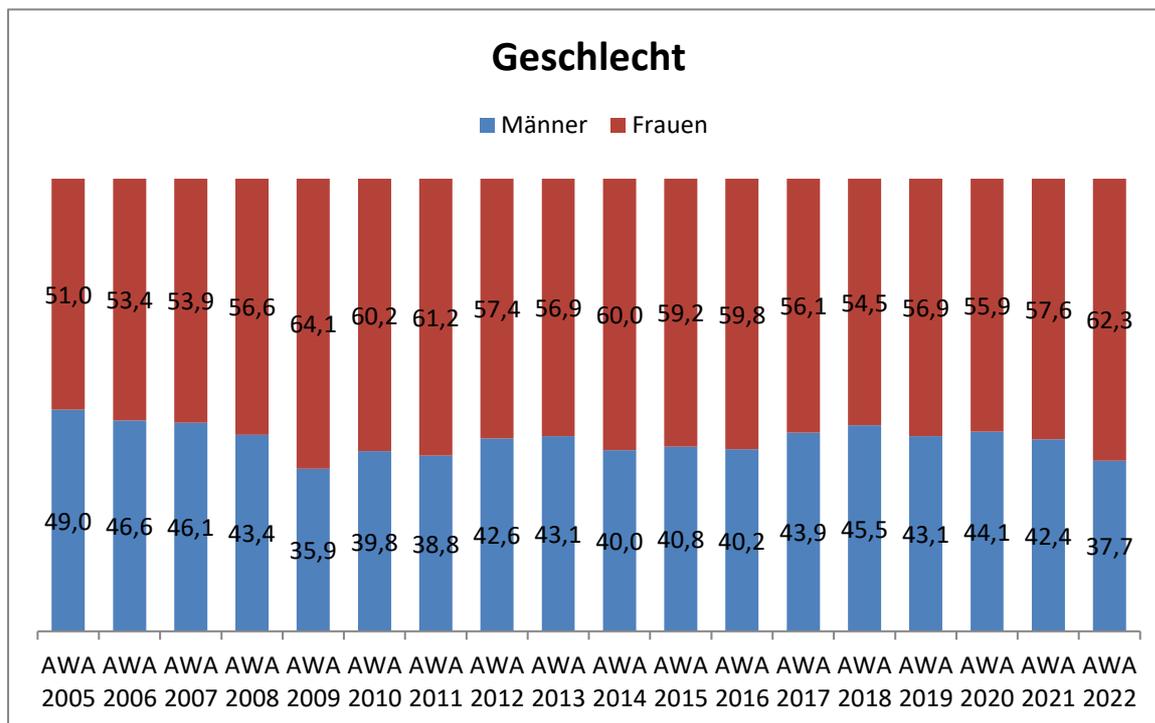
Selbstverständlich kann aber ein Krisen-Effekt als Erklärung für sinkende Reichweiten herangezogen werden. Mehrere Wechsel von Lockdown- und Öffnungs-Phasen mit teilweise sehr unterschiedlichen Alltagsgestaltungspotentialen lassen vermutlich wenig Raum für sich verstetigende Lesendenrituale. Es bleibt sehr spannend, ob es Chrismon

gelingt, den negativen Trend der vergangenen zwei Jahre umzudrehen. Die schrittweise Rückkehr zu einem (neuen) Alltag birgt da sicherlich Potential, das es zu nutzen gilt. Andererseits müsste es Chrismon schaffen, eine Trendumkehr zu realisieren bei weiter schrumpfenden Mitgliederzahlen der christlichen Kirchen.

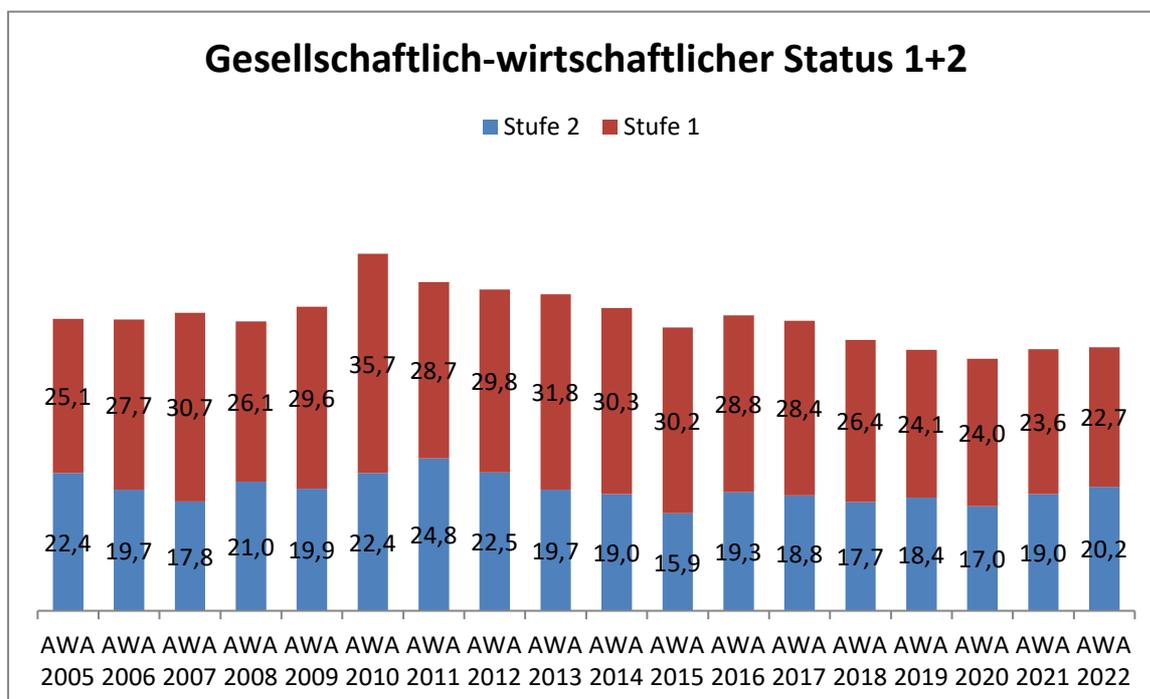
27. Juni 2022

COMsulting GmbH

Anhang – Prozentuale Verteilung der Chrismon-Leserschaft in der Grundgesamtheit Deutsche ab 14 Jahre in der AWA 2005-2022



Basis: Deutsche ab 14 Jahren, Anteil in %



Basis: Deutsche ab 14 Jahren, Anteil in %