

# MARKTDATEN KINDER- ABOZEITUNGEN

---

Auswertung der Umfrage | Mai 2022

jule : Initiative junge Leser



## Zur Umfrage:

Fünf Jahre in Folge hat die jule : Initiative junge Leser den deutschen Markt der Kinder-Abozeitungen untersucht. Die vorliegende Umfrage fand im Frühjahr 2022 statt und bildet die Marktdaten Kinder-Abozeitungen des Jahres 2021 ab.

Aktuell gibt es 14 Kinder-Abozeitungen von lokalen/regionalen Medienhäusern auf dem deutschsprachigen Markt. Produktmanager\*innen und Redakteur\*innen aus 13 Verlagen haben an unserer Umfrage teilgenommen. Damit können wir ein nahezu vollständiges Bild des Kinder-Abozeitungsmarktes zeichnen.



## julecast #53

Im julecast diskutieren Thorsten Merkle und Carina Schmihing die Ergebnisse der diesjährigen Befragung.

[Der Link zur Folge](#)

## **jule-Umfrage: Marktdaten Kinder- Abozeitung**

*Die Teilnehmer unserer Umfrage*

MVR Mediavermarktung Rheinland  
Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mbH  
DDV Mediengruppe  
Zeitungsverlag GmbH & Co Waiblingen KG  
Neue Osnabrücker Zeitung  
FUNKE Medien NRW  
Mitteldeutsche Verlags- und Druckhaus GmbH  
Verlag Nürnberger Presse GmbH & Co. KG  
Oberpfalz Medien - Der neue Tag  
Rheinische Post  
VRM  
Stuttgarter Zeitung / Stuttgarter Nachrichten  
Kleine Zeitung GmbH & Co KG

## Zentrale Ergebnisse der Untersuchung 2021 (1/2)

### Entwicklungen auf dem Markt der Kinder-Abozeitungen 2021

- Die Neue Westfälische hat ihre Kinderzeitung Tapsi eingestellt.
- Die Oberpfalz Medien haben eine Kinder-Abozeitung als Lizenzprodukt von Kruschel (VRM) auf den Markt gebracht.
- Nur noch die noz Kinderzeitung aus Osnabrück erscheint monatlich, alle übrigen Titel erscheinen wöchentlich.

### Vertriebsmarkt

- Gegenüber dem Vorjahr hat sich das **Verhältnis zwischen Bestandskunden** (= Abonnenten der Tageszeitung) **und Neukunden** (bisher keine Kundenbeziehung) **zugunsten der Neukunden entwickelt**: Inzwischen sind mehr als ein Drittel (34,8 %) der Kinderzeitungs-Abonnent\*innen nicht bereits Kund\*innen anderer Verlagsprodukte. Im Vorjahr waren es 28,5 %.
- Im Schnitt erreicht die Auflagen einer Kinder-Abozeitung 2,34% der Auflage des Tageszeitungstitels.
- Im Hinblick auf die Zugangswege neuer Abonnements haben insbesondere die Kanäle Inbound-Telefonie und Affiliate Marketing **an Relevanz gewonnen**. Wichtigster Zugangsweg ist nach wie vor die Anzeige in der Tageszeitung.
- Während die Instrumente Standwerbung und Events in der Bewertung 2021 noch glimpflich davon gekommen waren, haben sie nun, vermutlich aufgrund der Verwerfungen der Pandemie, deutlicher an Relevanz eingebüßt.
- Ebenfalls an Bedeutung verloren hat die Abogewinnung über Social Media.

## Zentrale Ergebnisse der Untersuchung 2021 (2/2)

- Preispolitik: Nur zwei Verlage haben die Bezugspreise ihrer Abonnements erhöht.
- Die Abo-Auflagen sind zumeist dem Trend der Vorjahre gefolgt. Verlage, deren Kinderzeitungs-Auflage im Vorjahr gewachsen ist, konnten ihre Leserschaft weiter ausbauen.
- Der Einzelverkauf hat keine mehr Relevanz für die Kinderzeitungsmacher\*innen. Die Kinderzeitungen werden höchstens noch in den eigenen Kundencentern angeboten.
- Zu den erfolgreichsten Prämien gehören Jahreskarten für Tierparks und Zoos.

### Zusatzerlöse

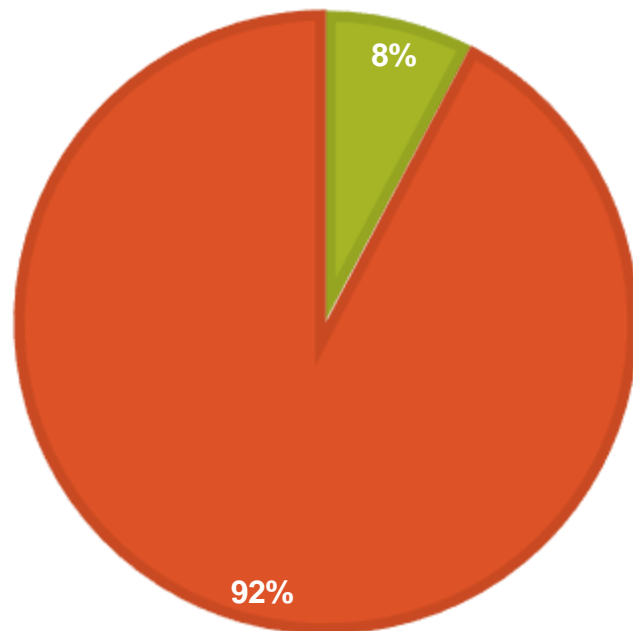
- Mehr als die Hälfte der Verlage erzielt Anzeigenerlöse mit dem Kinderprodukt. Vereinzelt gibt es Themensponsoring und Line-Extensions. Fünf Verlage erwirtschaften hingegen keinerlei Zusatzerlöse.
- Knapp die Hälfte der Verlage bindet die Kinderzeitung in Schulprojekte mit ein. Acht Verlage lassen sich Klassensätze von Wirtschaftspartnern sponsern.
- Die Mehrheit der Verlage fokussiert sich auf eine Zielgruppe von Sechs- bis Zwölfjährigen.

# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Wie ist die Erscheinungsweise der Kinder-Abozeitung?

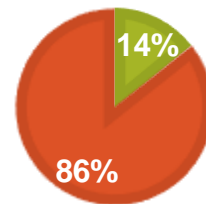
2021

■ monatlich ■ wöchentlich



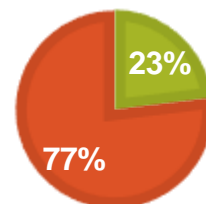
2020

■ monatlich ■ wöchentlich



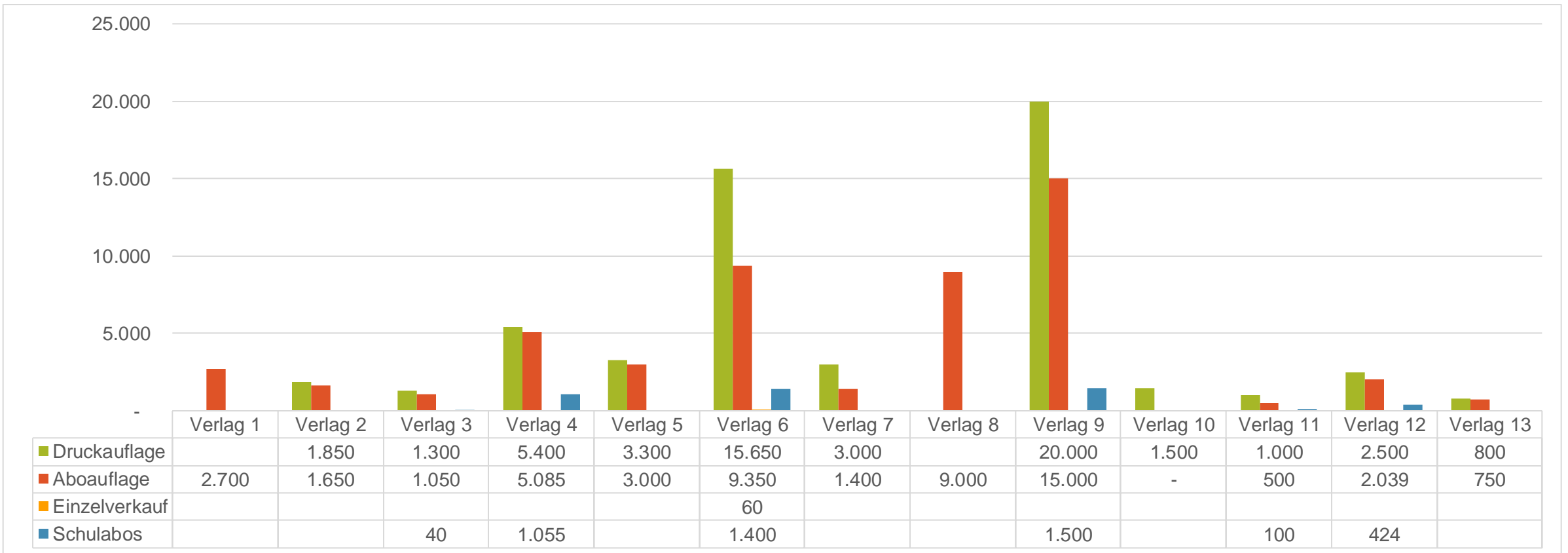
2019

■ monatlich ■ wöchentlich



# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

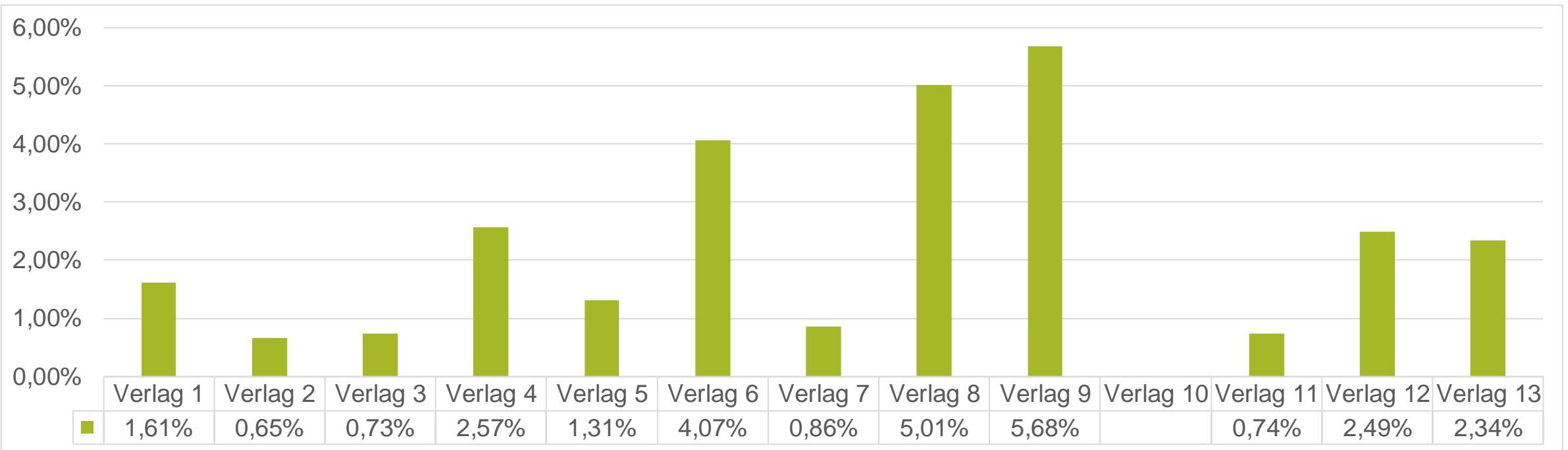
Wie hoch sind die Auflagen der Kinder-Abozeitungen?





# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

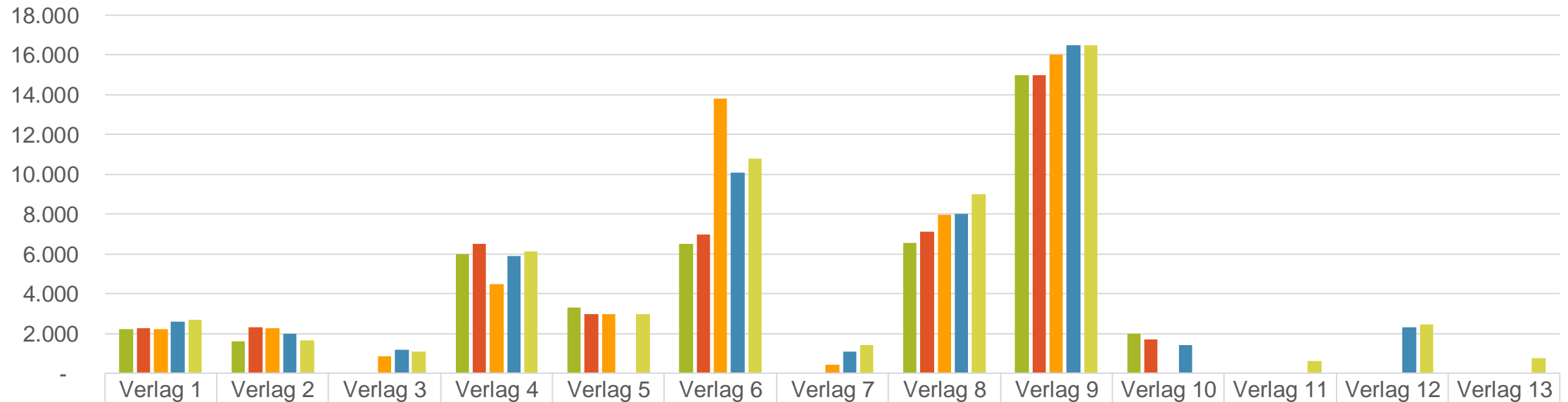
## Auflagen der Kinder-Abozeitungen in Relation zur Auflage der Tageszeitung



Um die potenzielle Marktdurchdringung darzustellen und Vergleiche zur ermöglichen ermitteln wir jährlich die Relation der Kinderzeitungs-Aboauflage zur verkauften Auflage der Tageszeitung. Der Durchschnittswert liegt 2021 bei 2,34%. Das entspricht dem Wert des Vorjahres (2,33%).

# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

## Auflagenentwicklung der Kinder-Abozeitungen



	Verlag 1	Verlag 2	Verlag 3	Verlag 4	Verlag 5	Verlag 6	Verlag 7	Verlag 8	Verlag 9	Verlag 10	Verlag 11	Verlag 12	Verlag 13
■ Auflage 2017	2.200	1.600		6.000	3.300	6.500		6.575	15.000	2.000			
■ Auflage 2018	2.250	2.300		6.500	3.000	7.000		7.111	15.000	1.700			
■ Auflage 2019	2.240	2.280	881	4.500	3.000	13.800	430	7.950	16.000				
■ Auflage 2020	2.610	2.000	1.208	5.900		10.065	1.080	8.000	16.500	1.405		2.313	
■ Auflage 2021	2.700	1.650	1.090	6.140	3.000	10.810	1.400	9.000	16.500		600	2.463	750

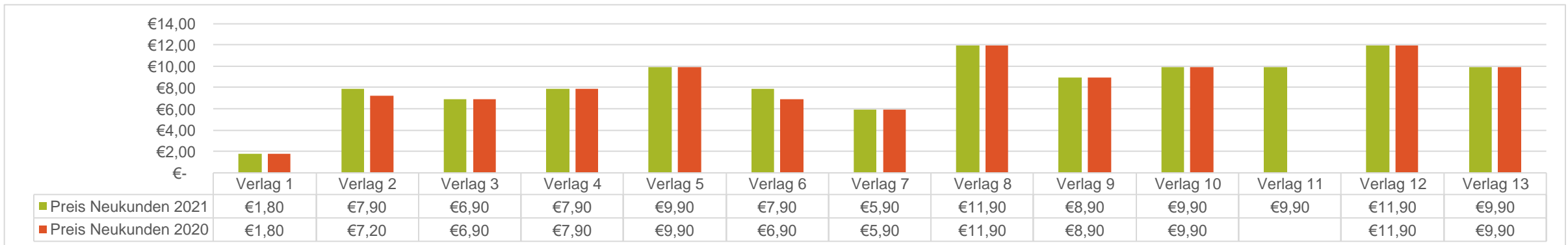
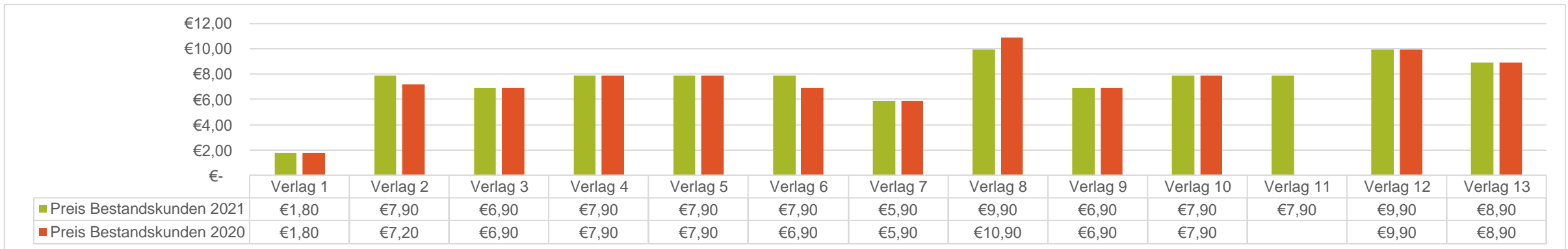
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Wie hoch ist der monatliche Bezugspreis Ihrer Abonnements?



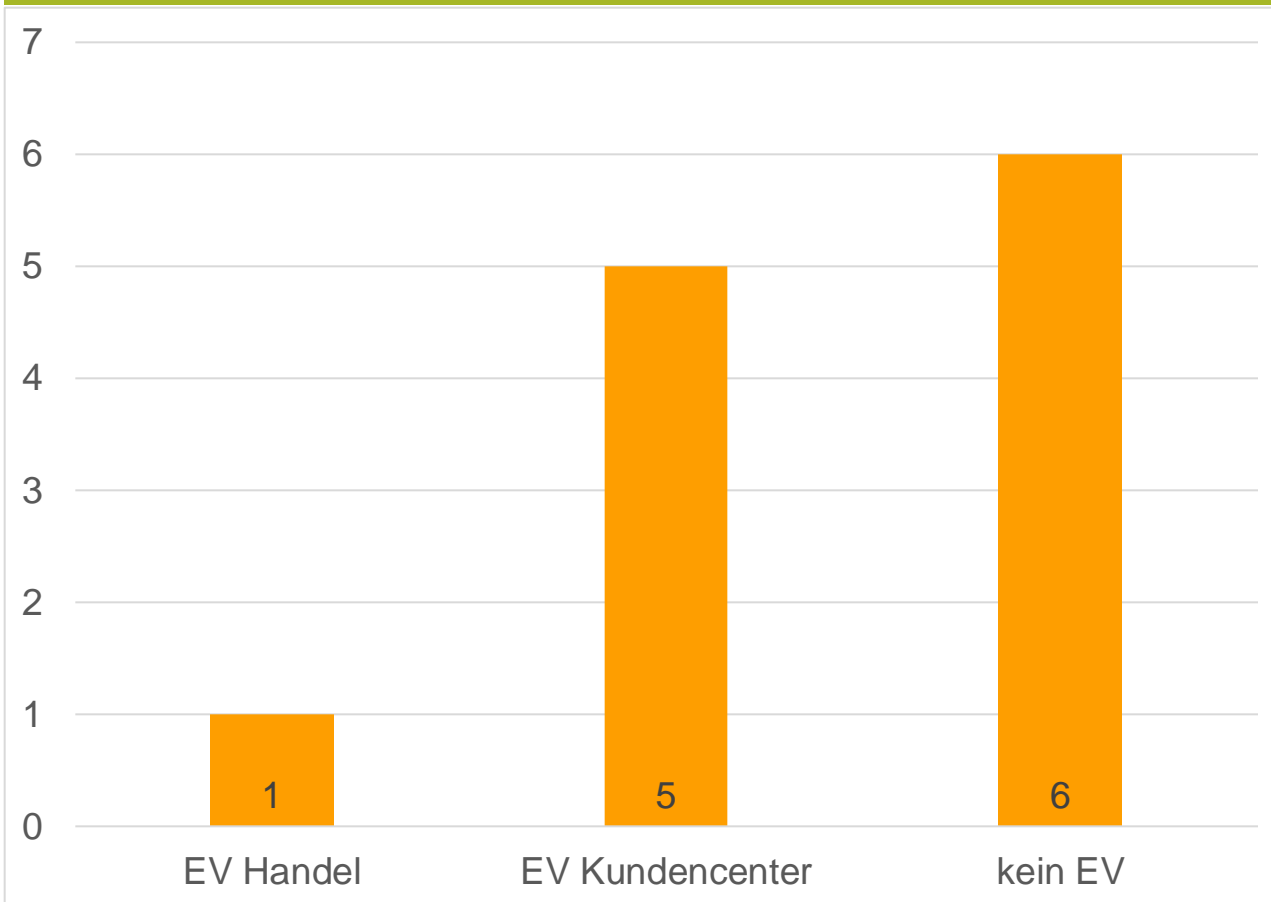
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Wie hoch ist der monatliche Bezugspreis Ihrer Abonnements?



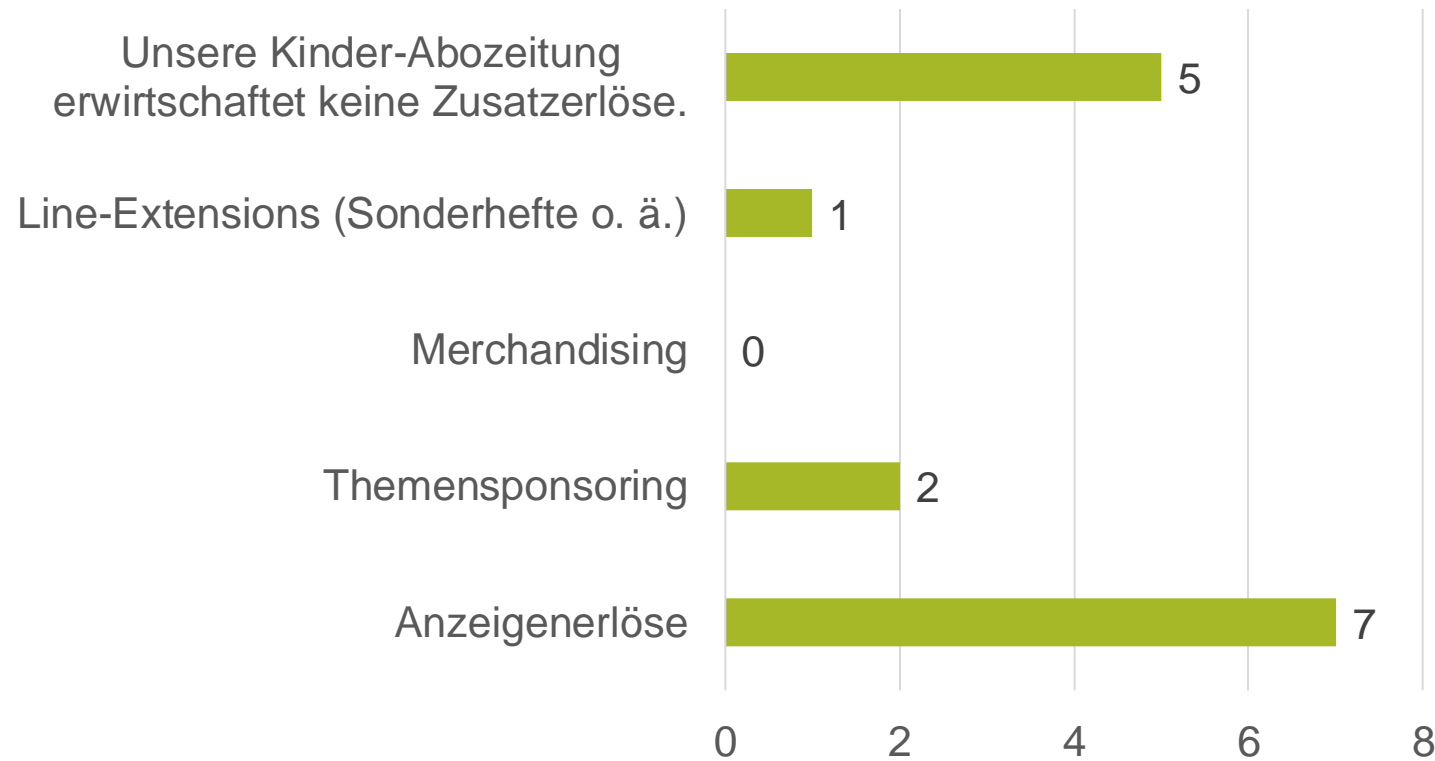
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

*Bieten Sie die Kinderzeitung im Einzelverkauf an?*



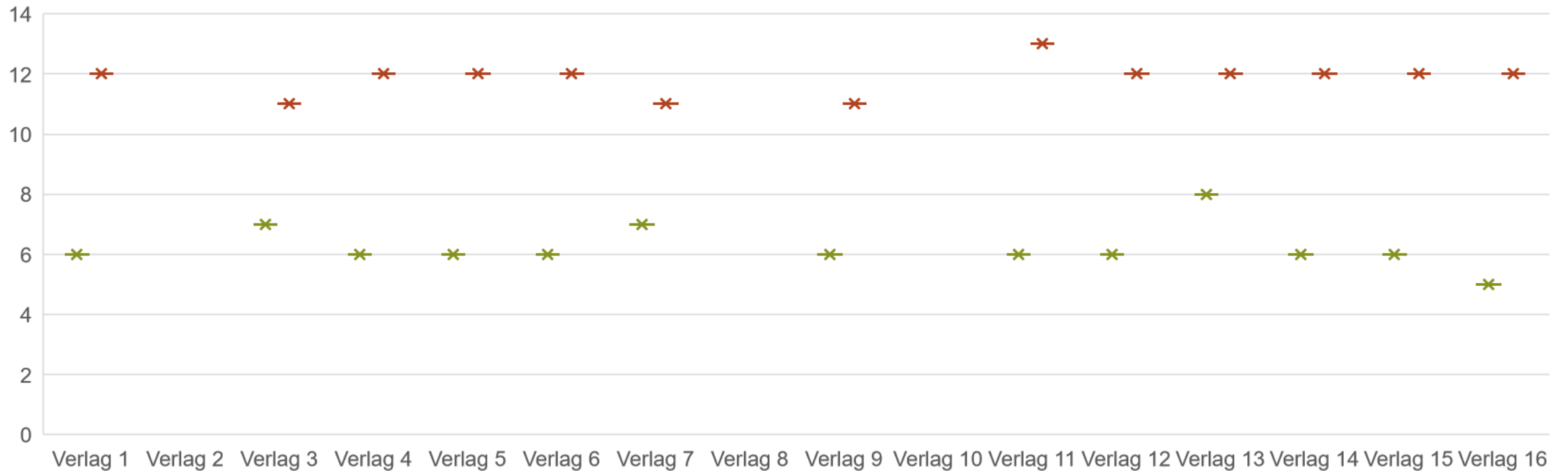
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

*Erwirtschaftet Ihre Kinderzeitung Zusatzerlöse?*



# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

*Das Alter der avisierten Zielgruppe beträgt (von/bis):*

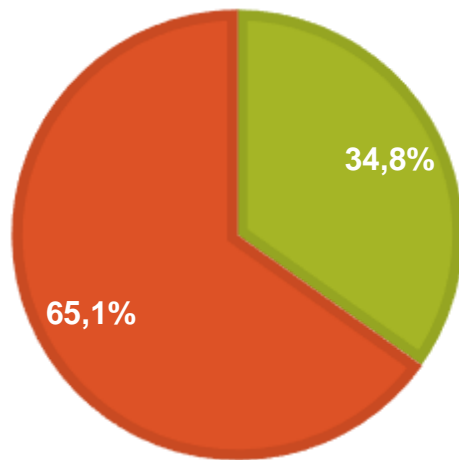


**Lesebeispiel:** Verlag 1 avisiert eine Zielgruppe, die zwischen sechs und zwölf Jahren alt ist. Verlag 7 hingegen konzentriert sich auf Leser zwischen sieben und elf Jahren.

# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

*Verteilung der Abonnenten: Bestandskunden / Neukunden*

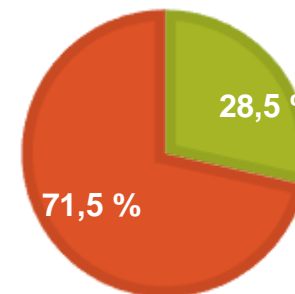
■ Neukunden ■ Bestandskunden



Entgegen dem Trend der Vorjahre ist der Anteil der Nicht-Tageszeitungsabonnent\*innen unter den Beziehern der Kinder-Abozeitung gewachsen. Die Verlage erreichen mit dem Angebot also mehr neue Zielgruppen.

**VORJAHR**

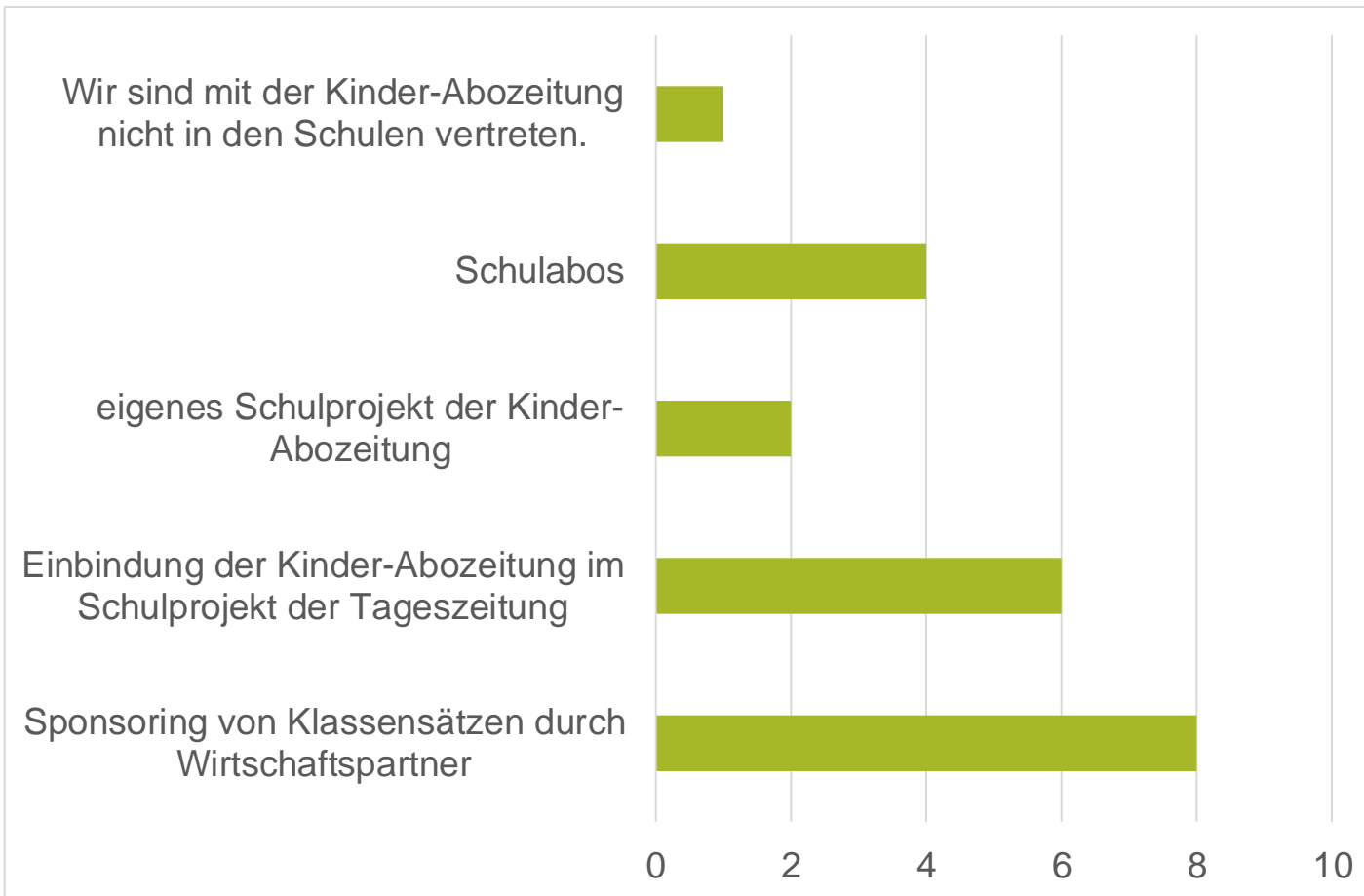
■ Neukunden ■ Bestandskunden



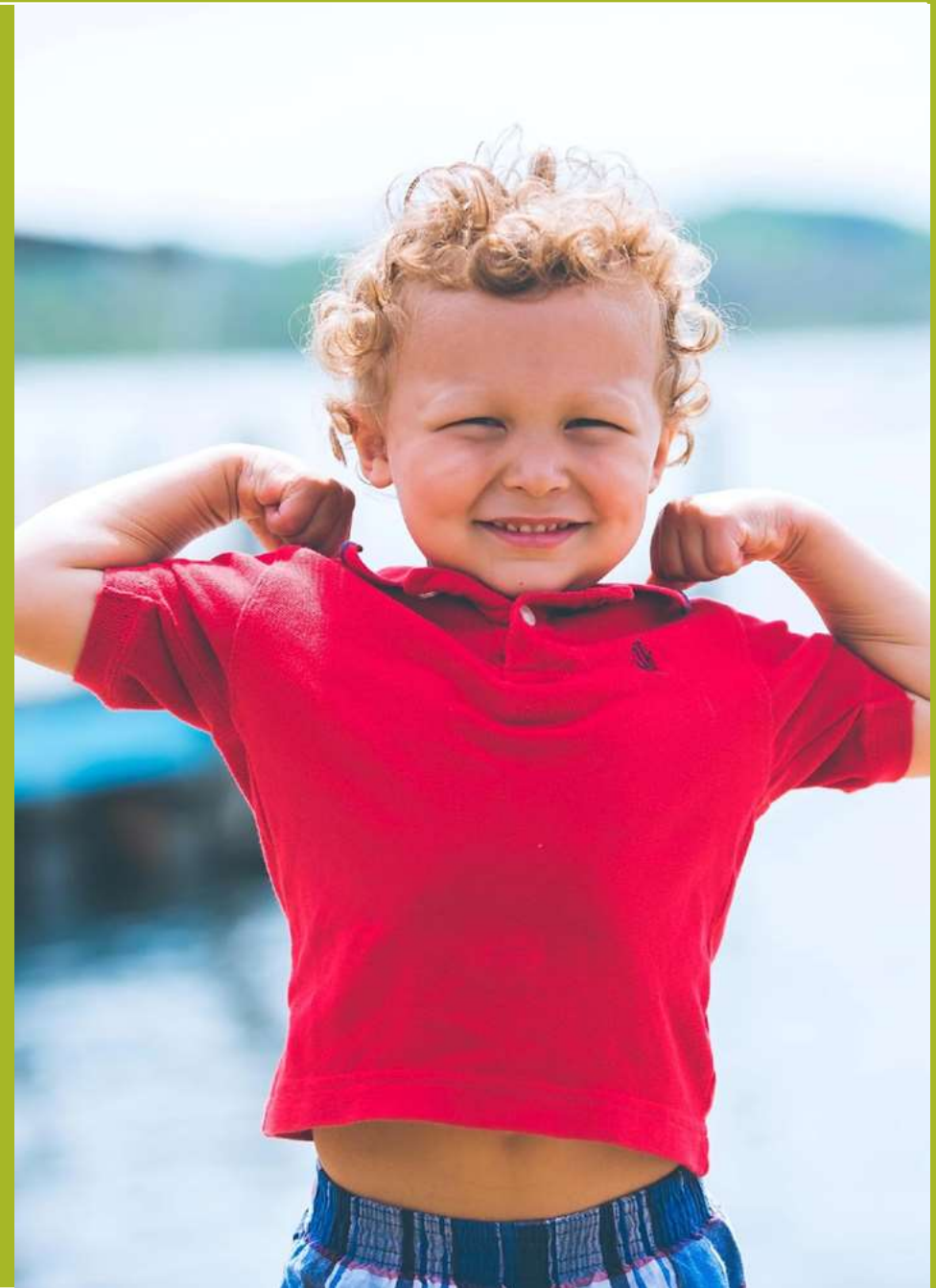


# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

## Einbindung der Kinderzeitung in medienpädagogische Projekte

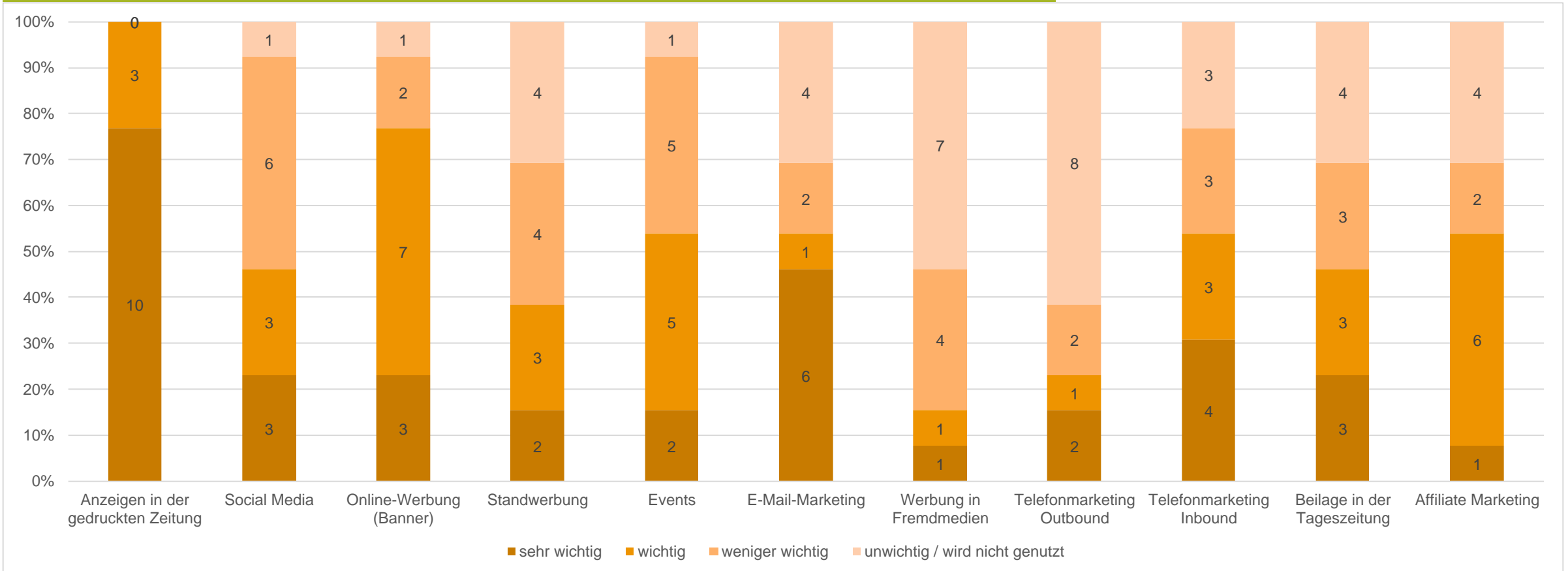


# ZUGANGSWEGE ABONNEMENTS



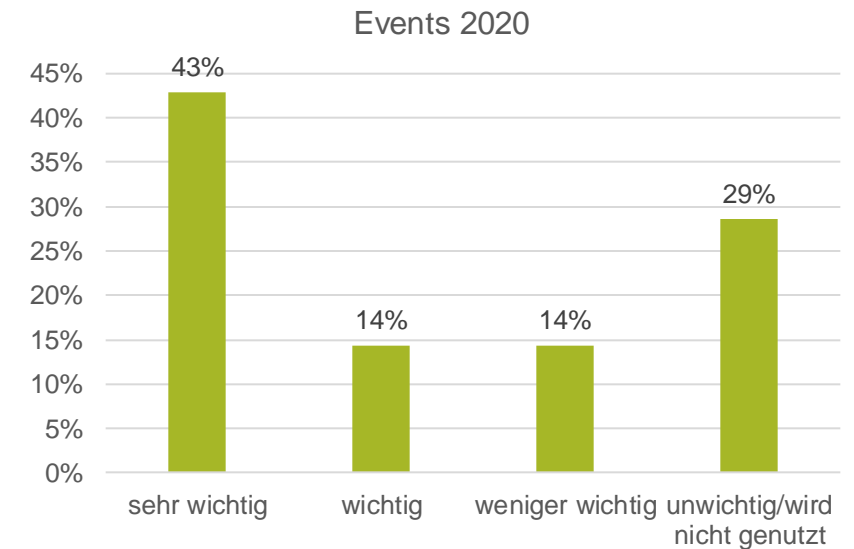
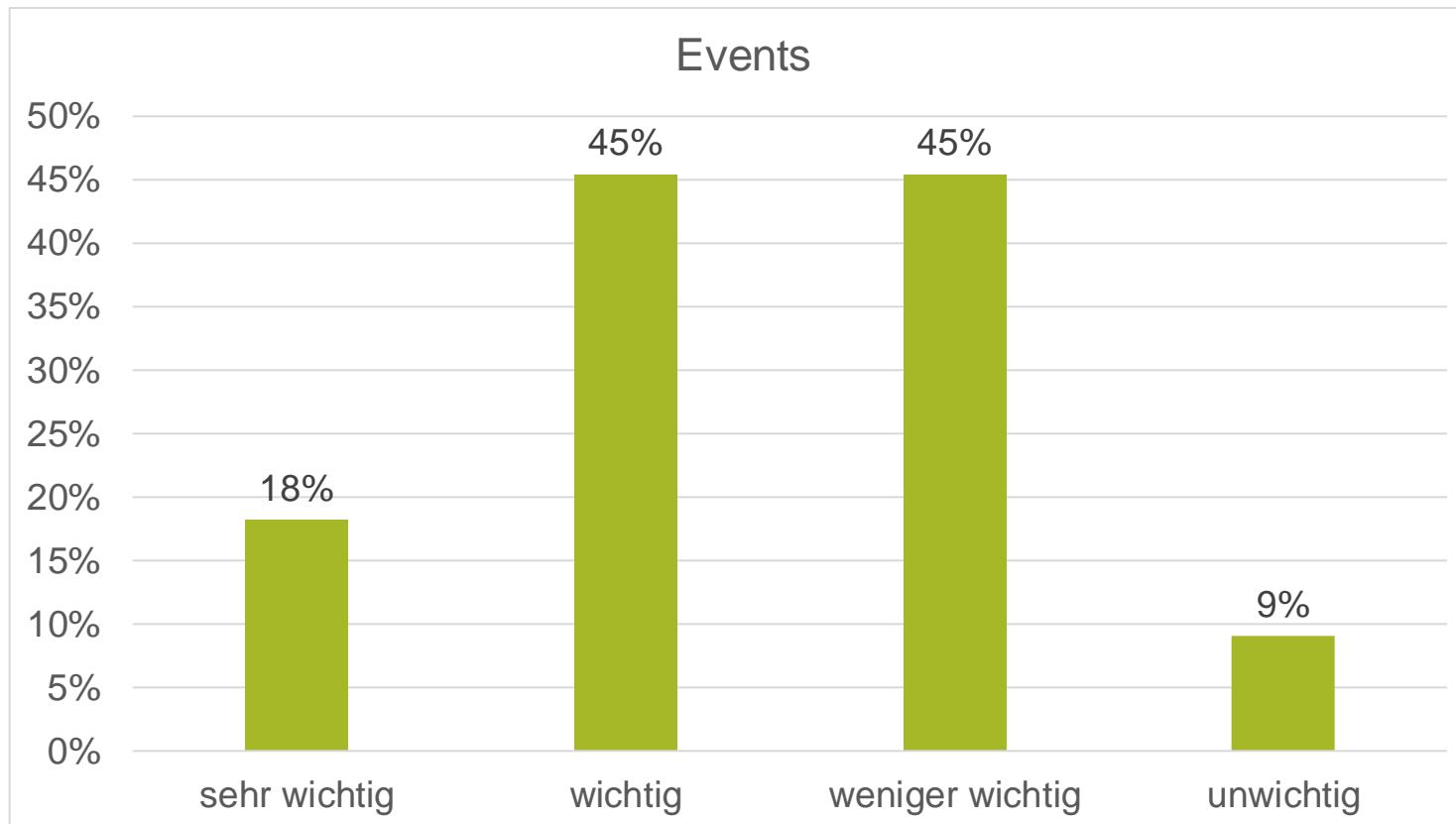
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Wie wichtig sind diese Zugangswege für die Abo-Akquise?



# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

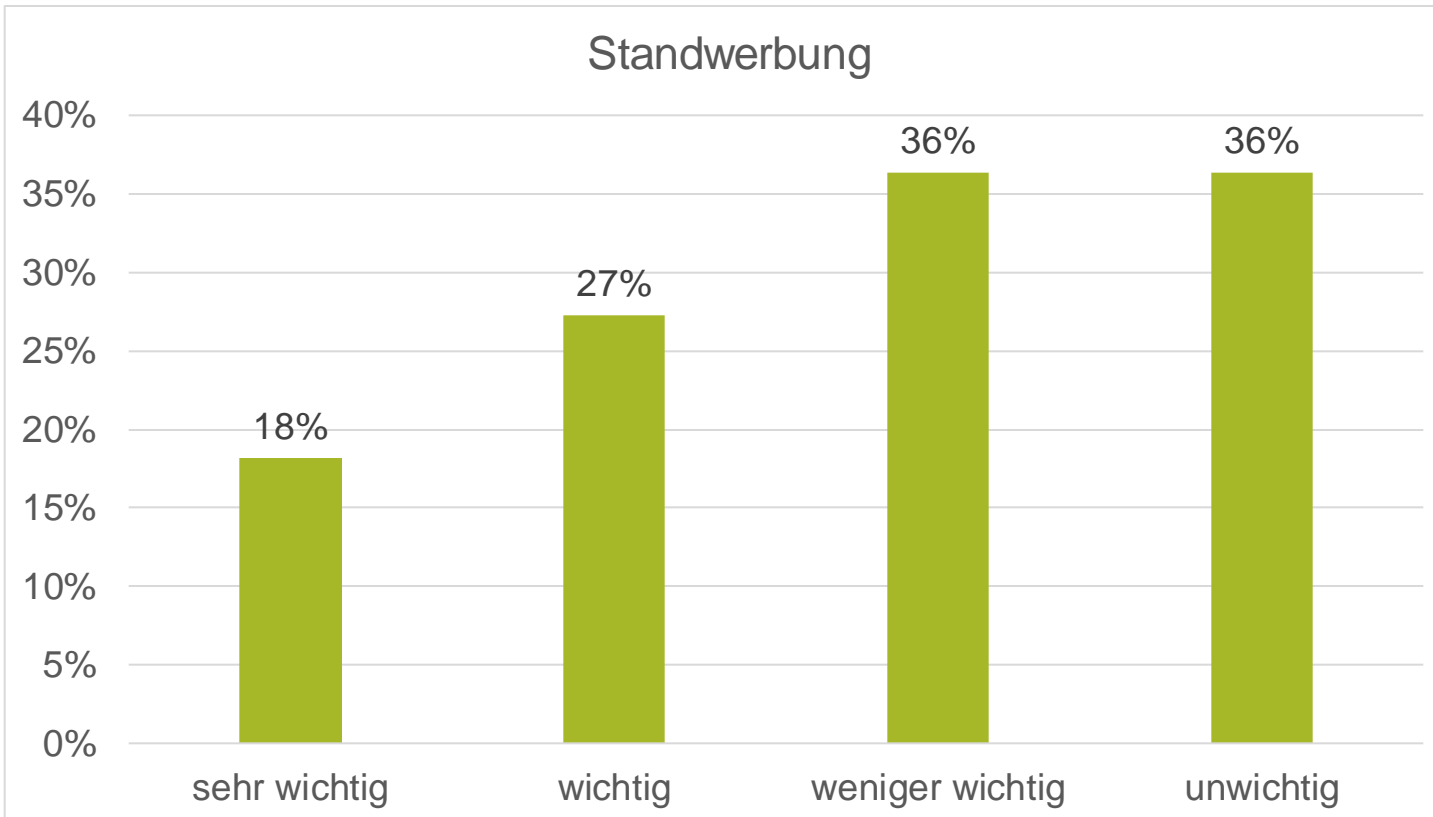
Wie wichtig sind diese Zugangswege für die Abo-Akquise?



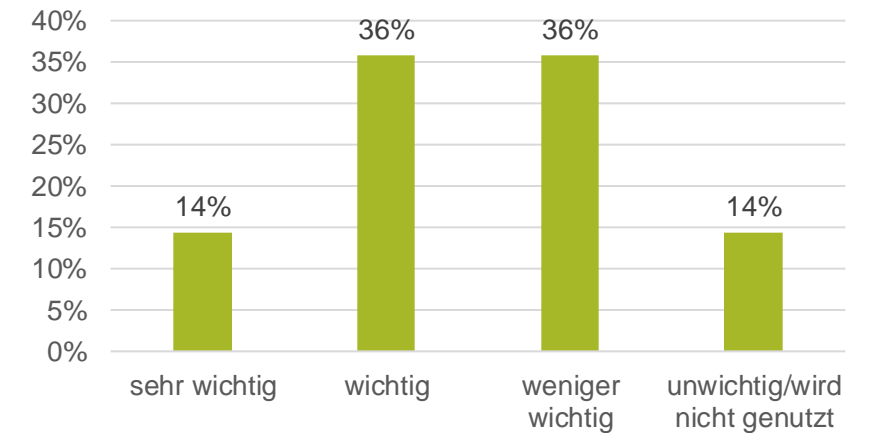
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Wie wichtig sind diese Zugangswege für die Abo-Akquise?

Standwerbung

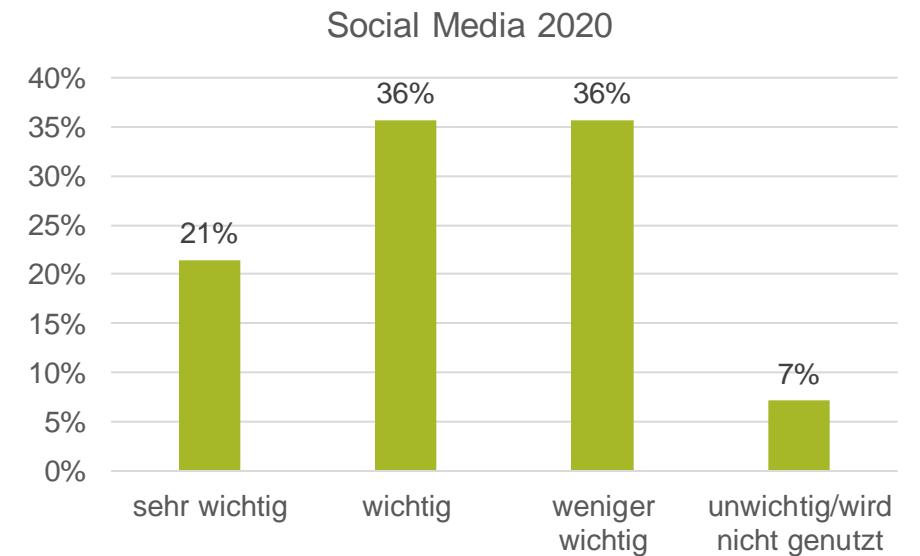
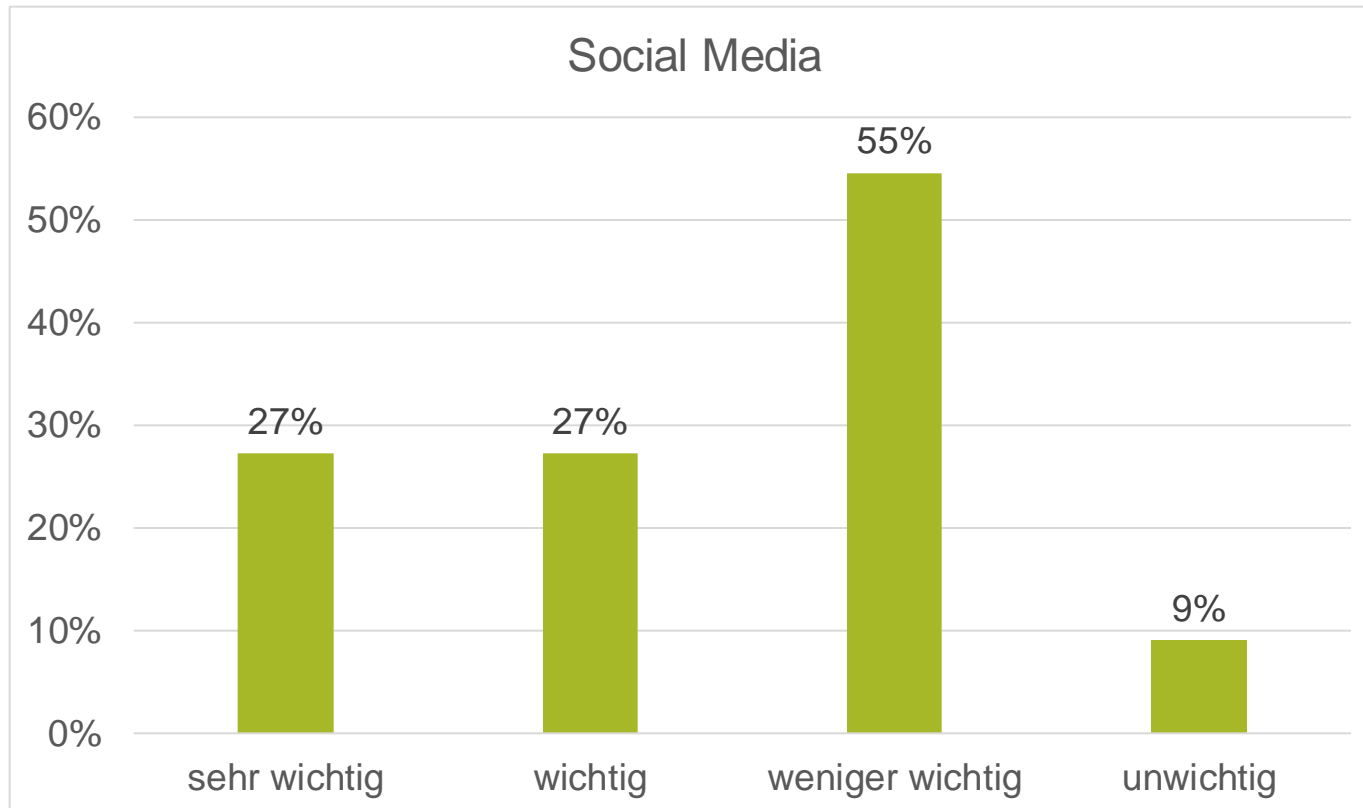


Standwerbung 2020



# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

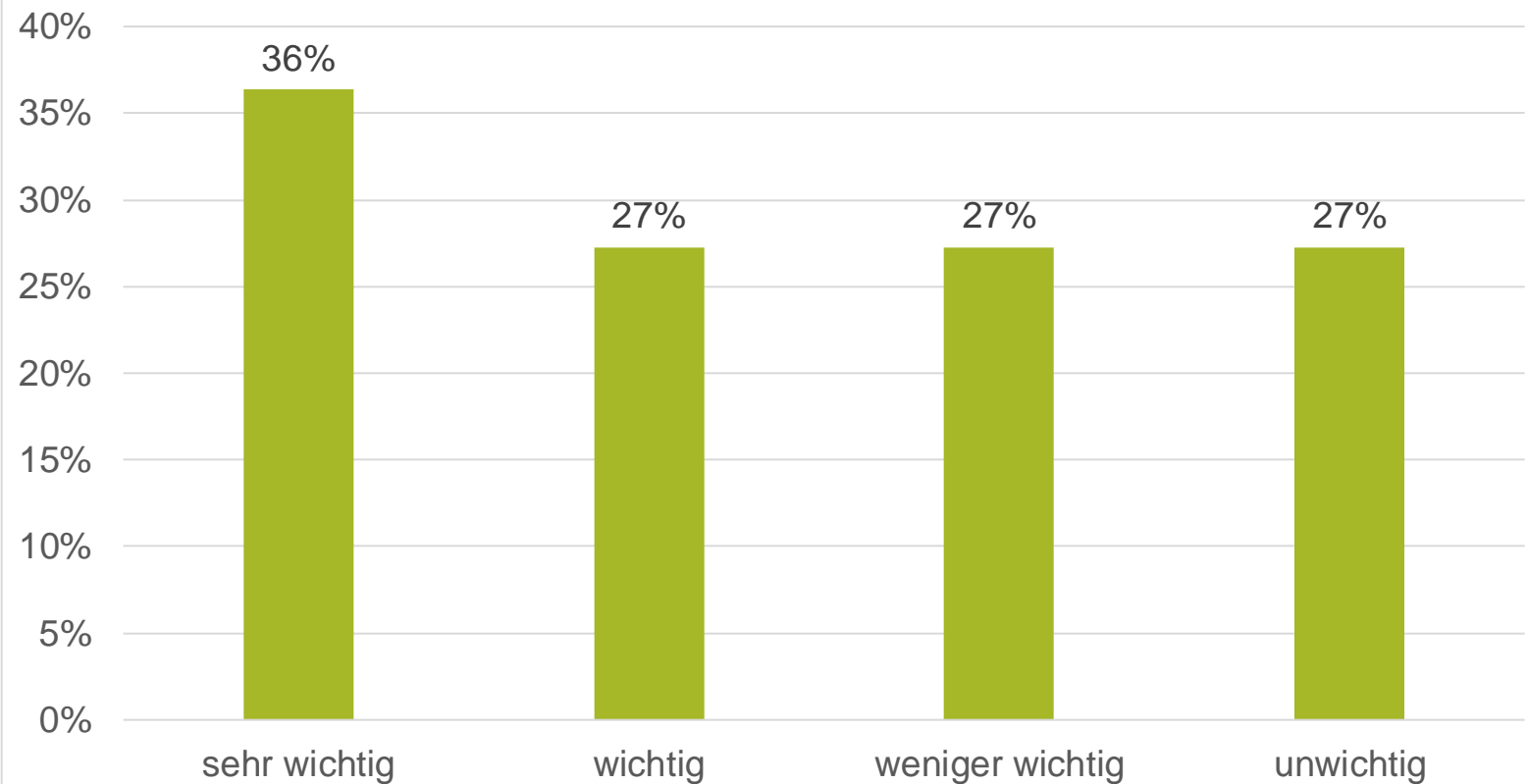
Wie wichtig sind diese Zugangswege für die Abo-Akquise?



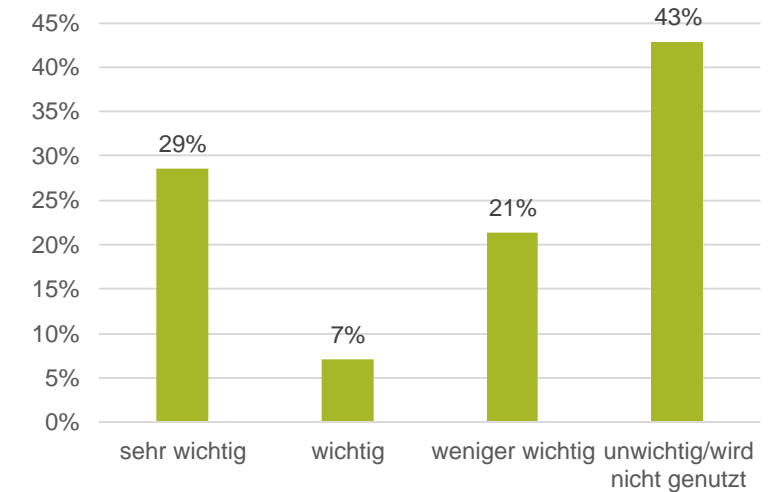
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Wie wichtig ist der Zugangsweg Telefonie für das Abomarketing Ihrer Kinderzeitung?

Telefonmarketing Inbound

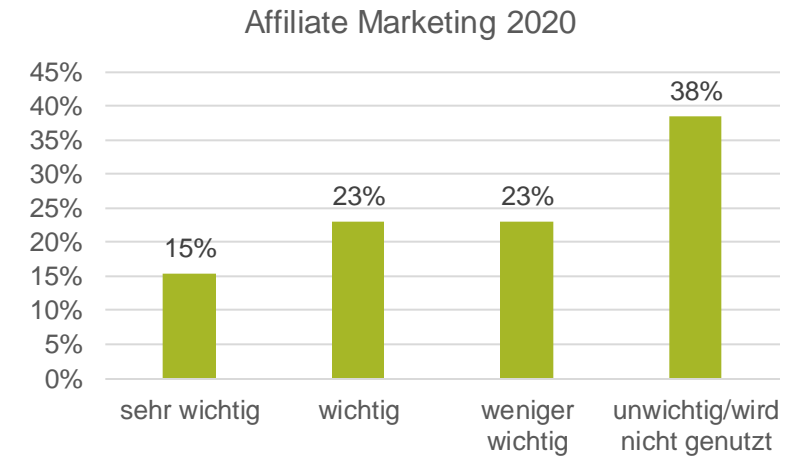
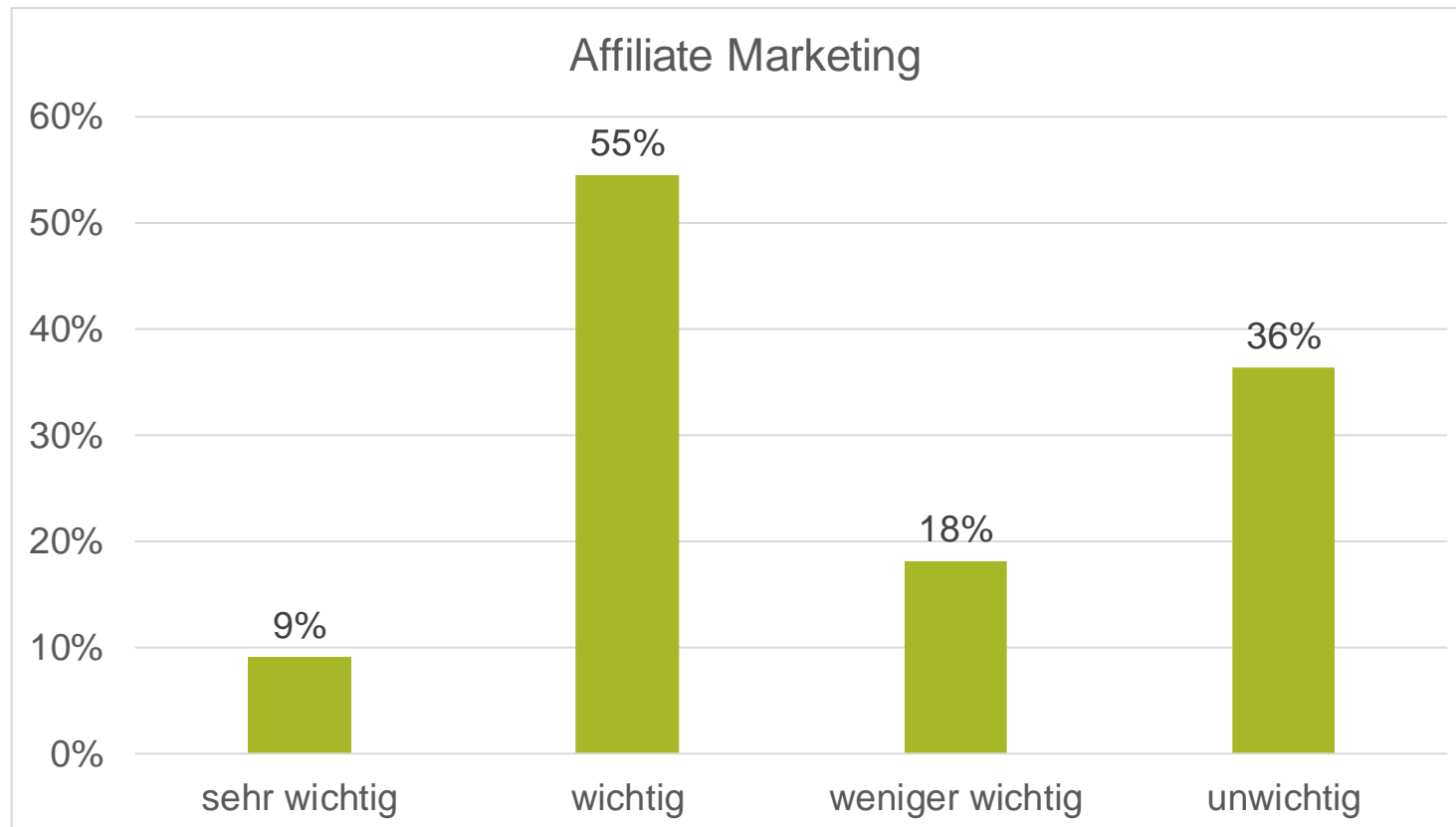


Telefonie Inbound 2020



# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

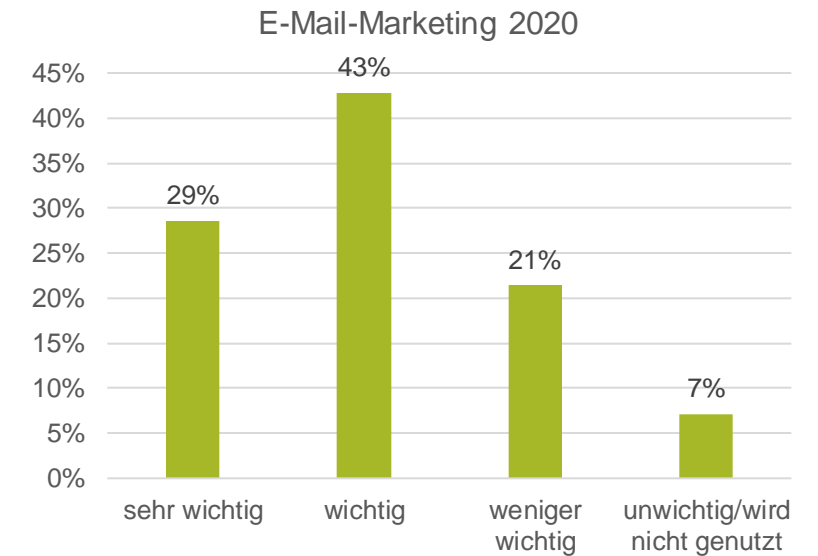
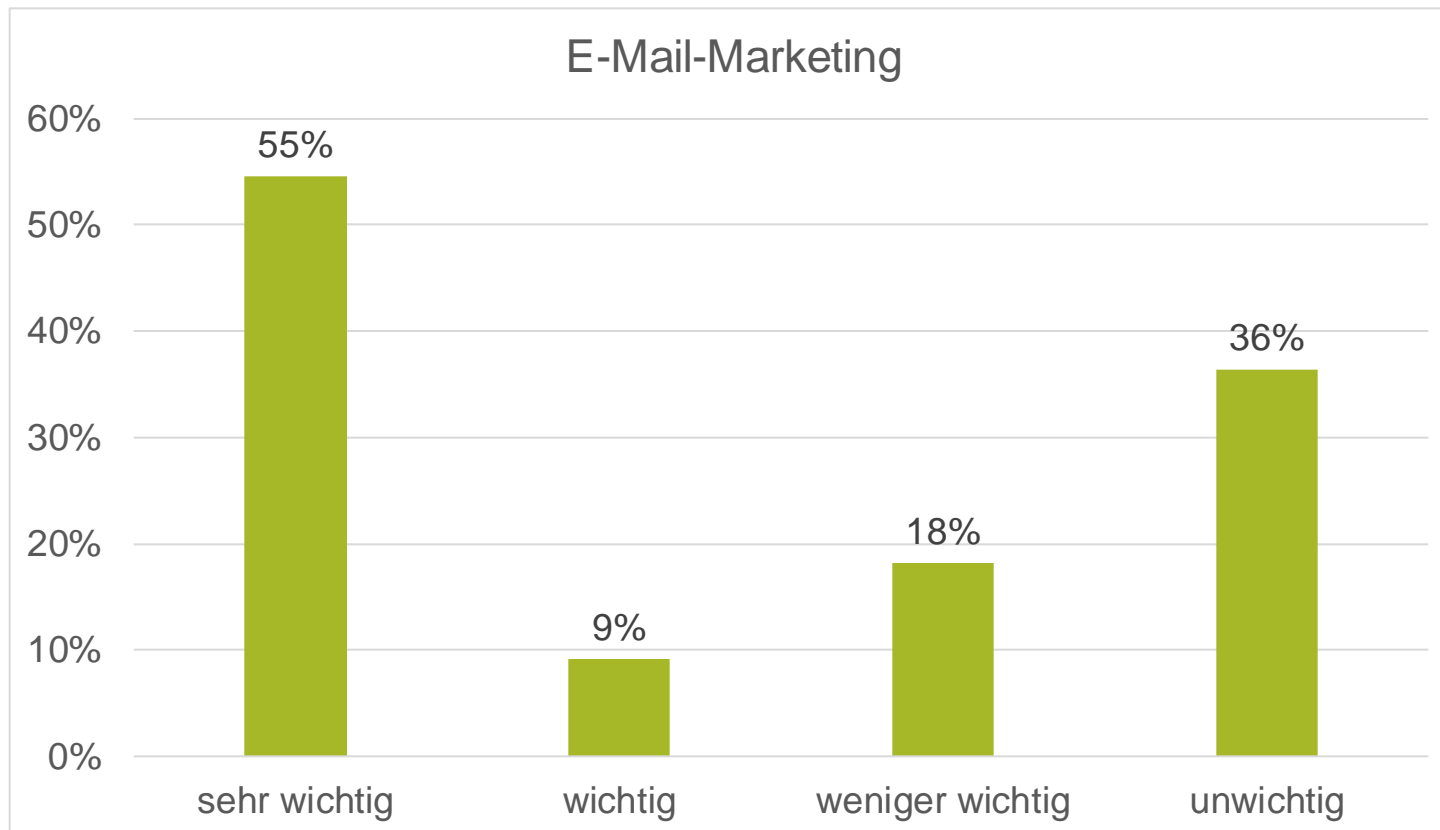
Wie wichtig sind diese Zugangswege für die Abo-Akquise?





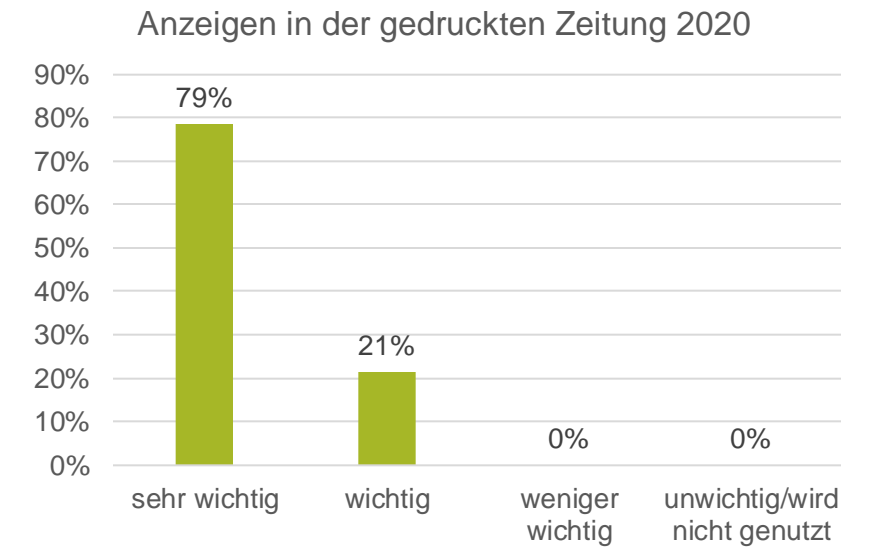
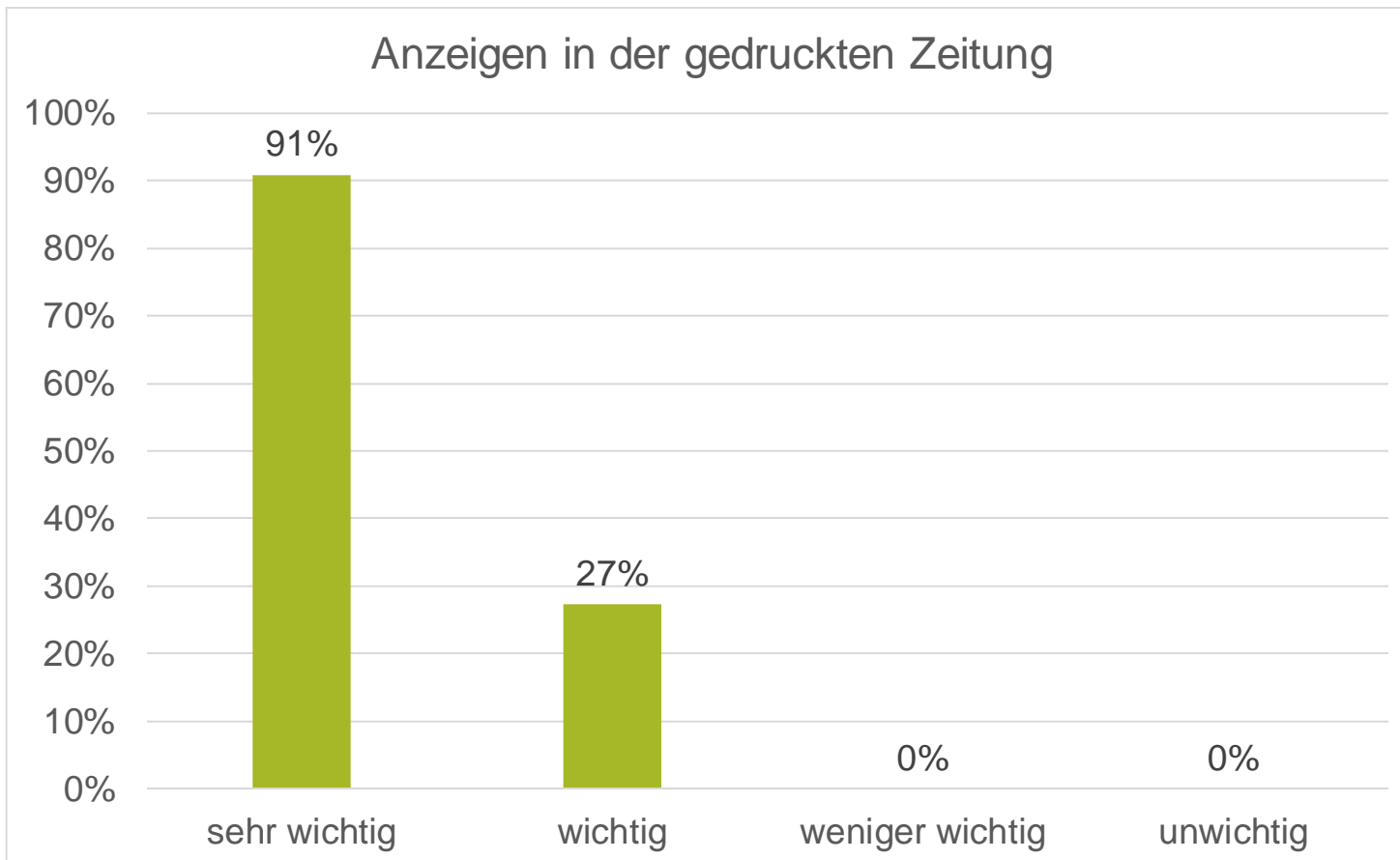
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Wie wichtig sind diese Zugangswege für die Abo-Akquise?



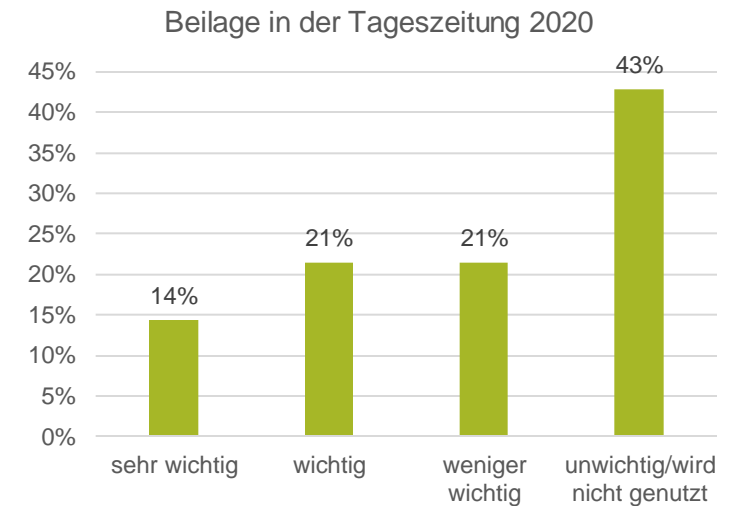
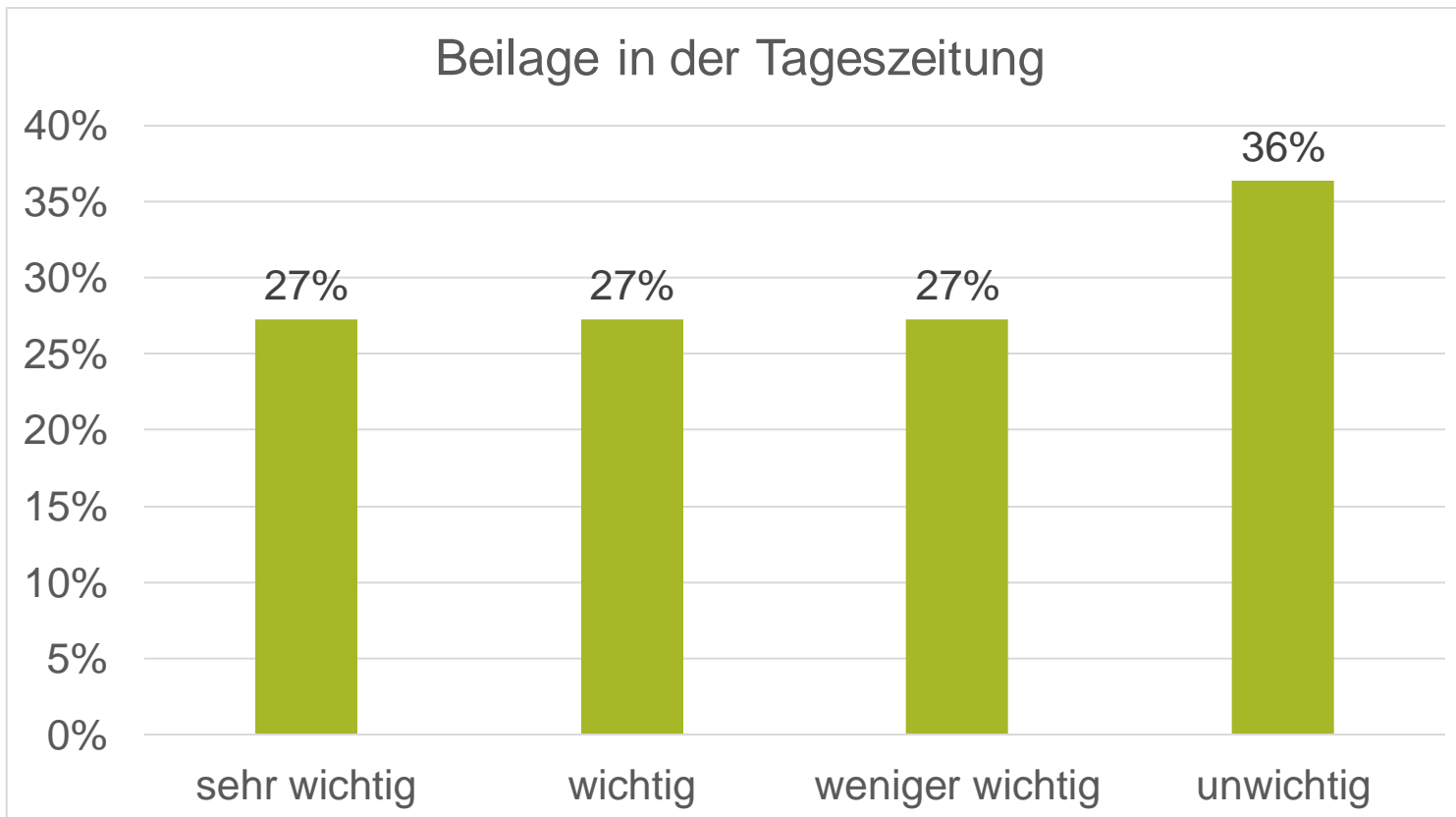
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Wie wichtig sind diese Zugangswege für die Abo-Akquise?



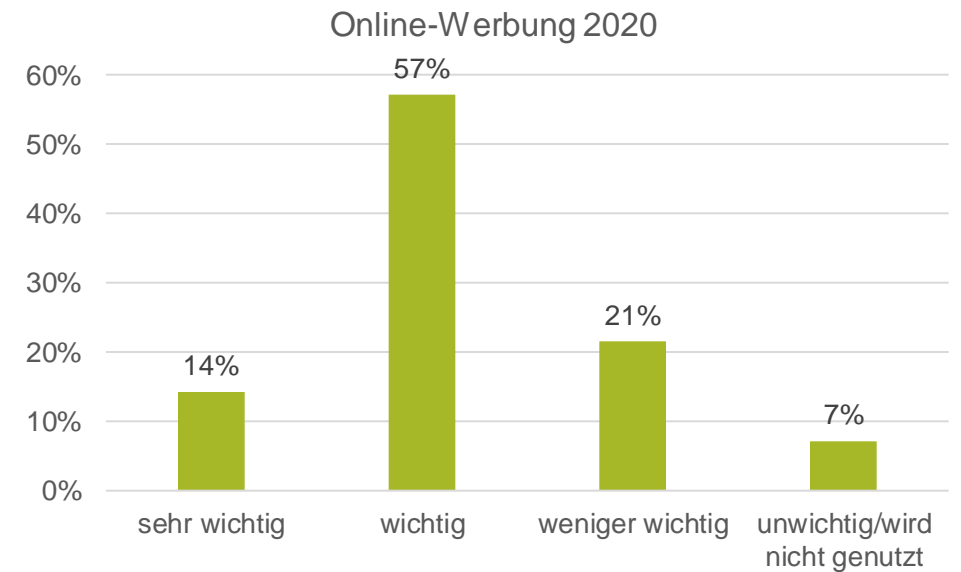
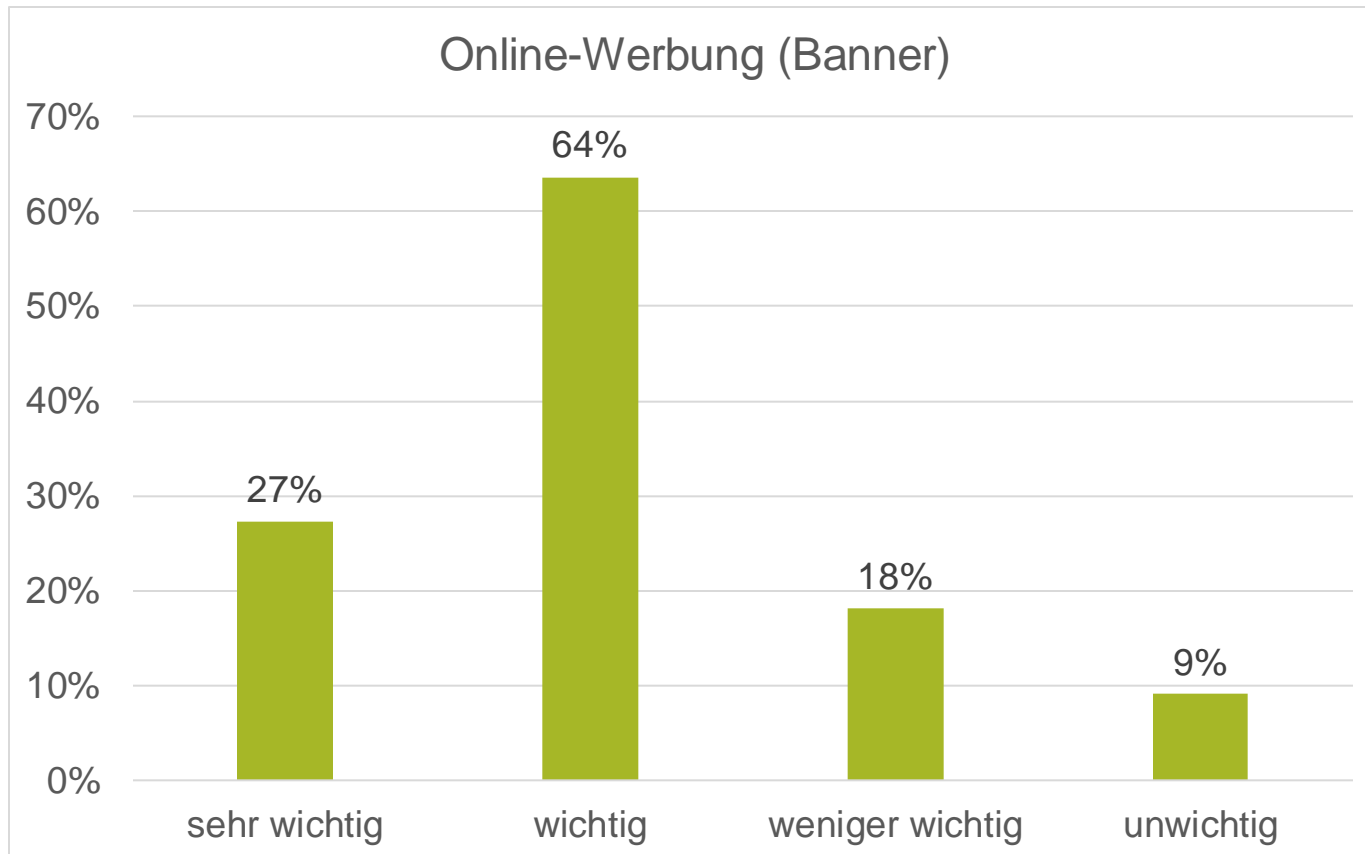
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Wie wichtig sind diese Zugangswege für die Abo-Akquise?



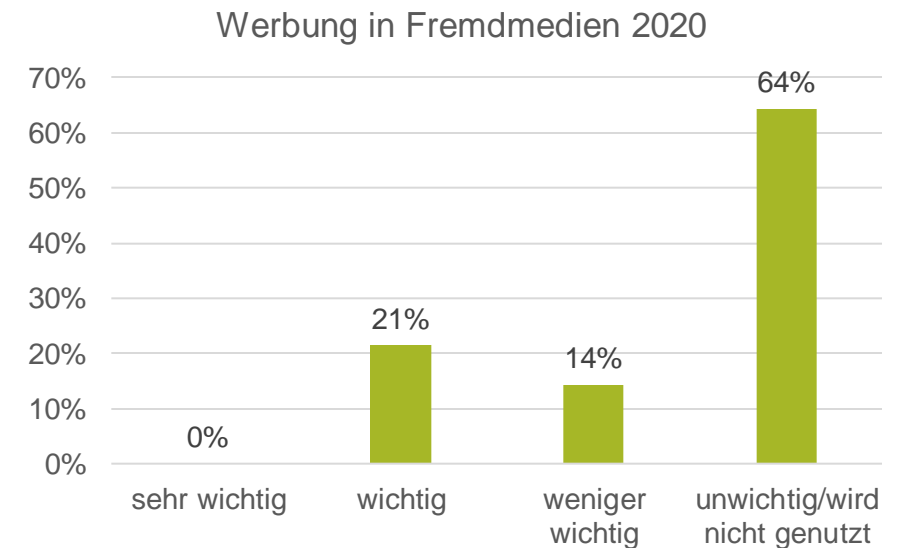
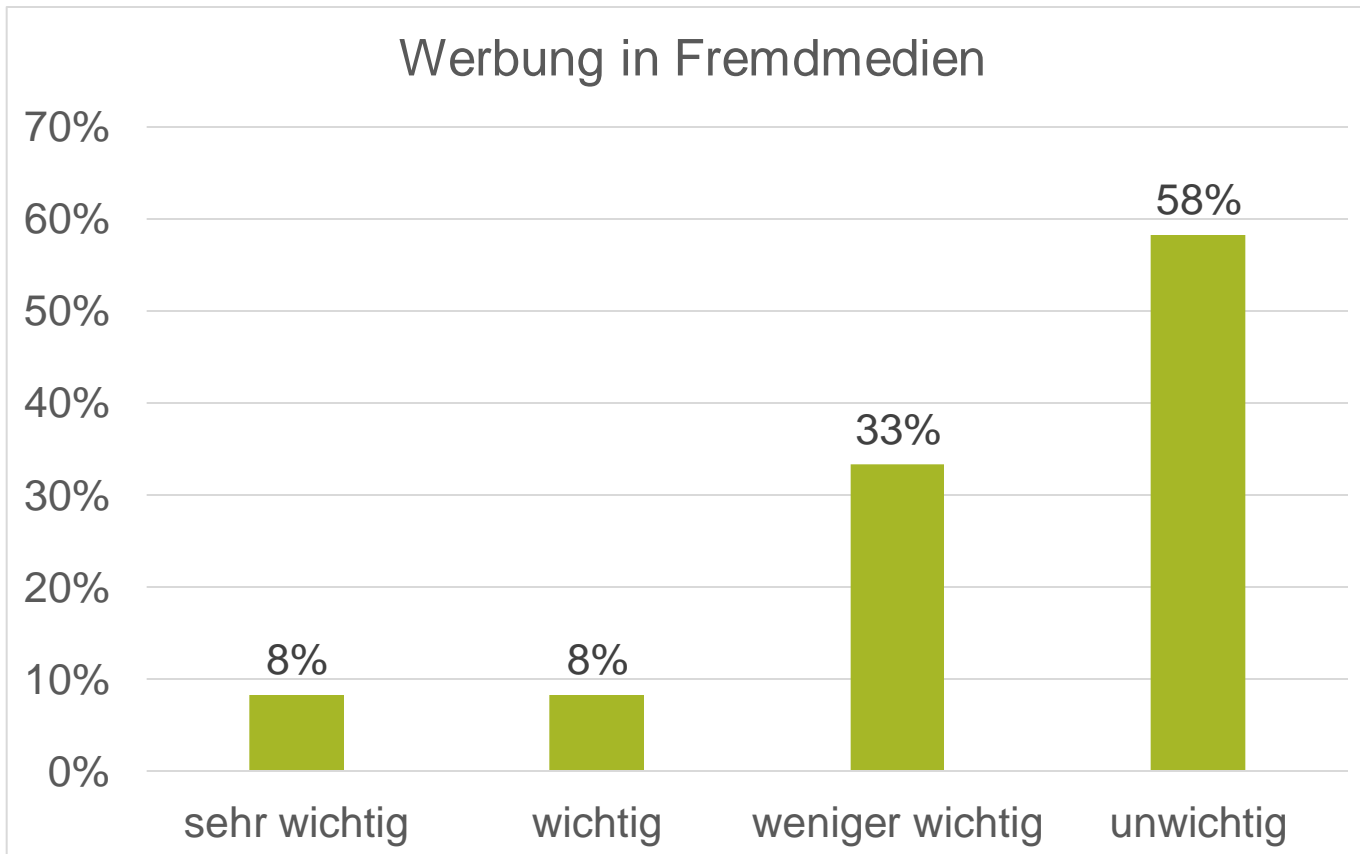
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Wie wichtig sind diese Zugangswege für die Abo-Akquise?



# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

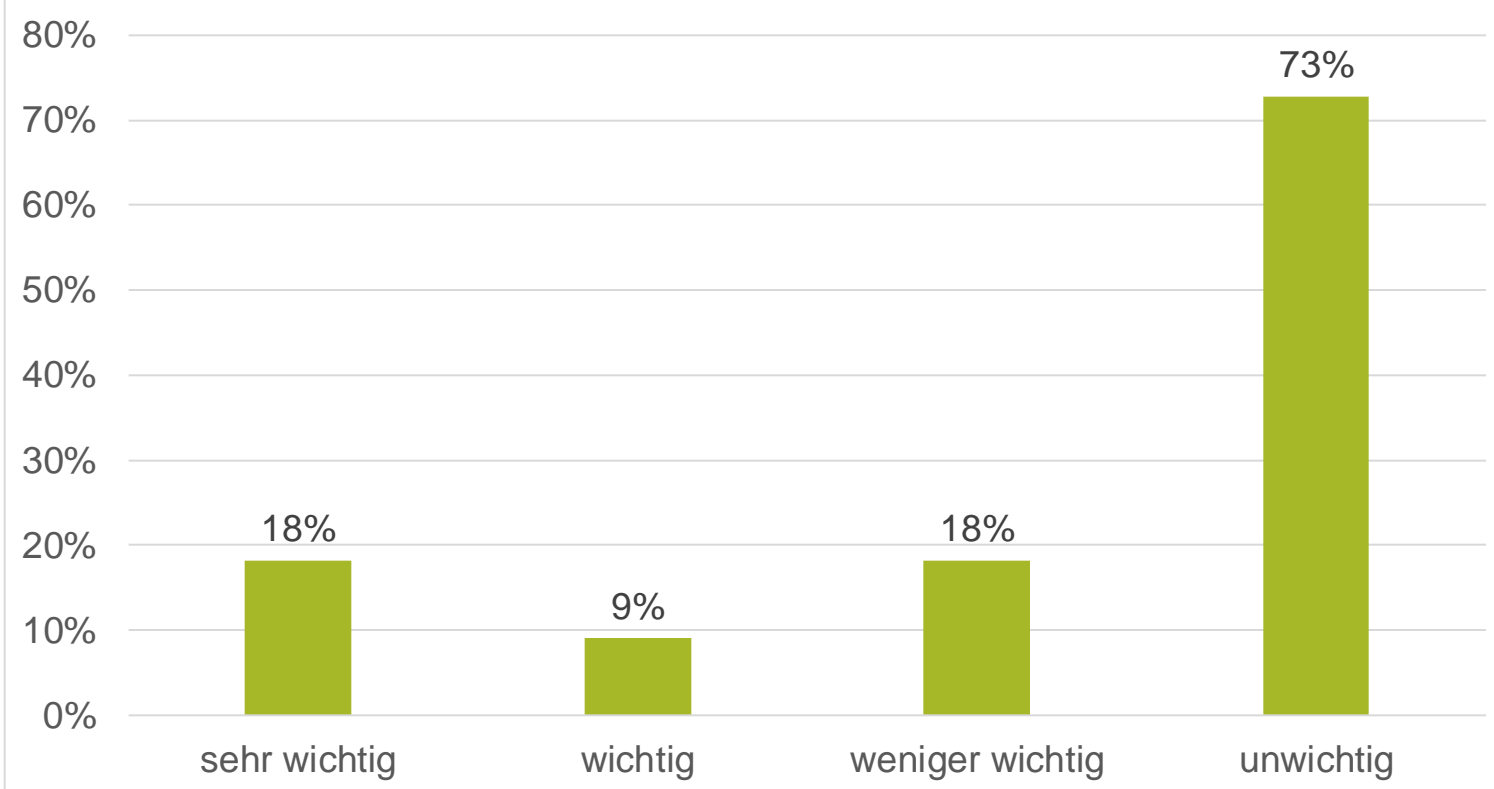
Wie wichtig sind diese Zugangswege für die Abo-Akquise?



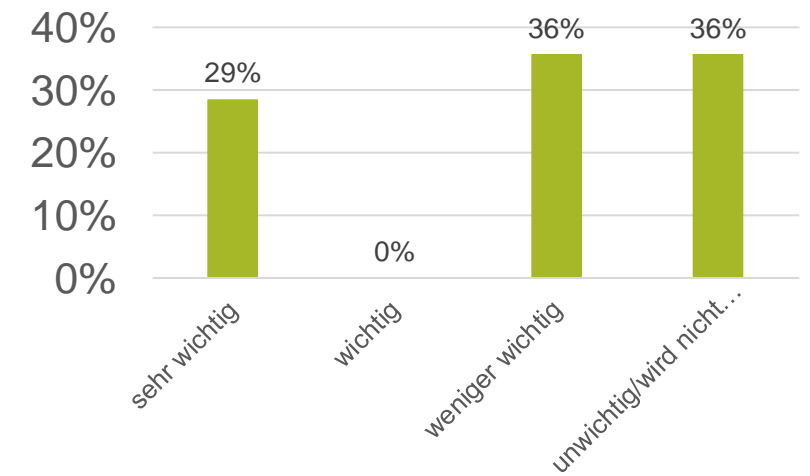
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Wie wichtig ist der Zugangsweg Telefonie für das Abomarketing Ihrer Kinderzeitung?

Telefonmarketing Outbound



Telefonie Outbound 2020



# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

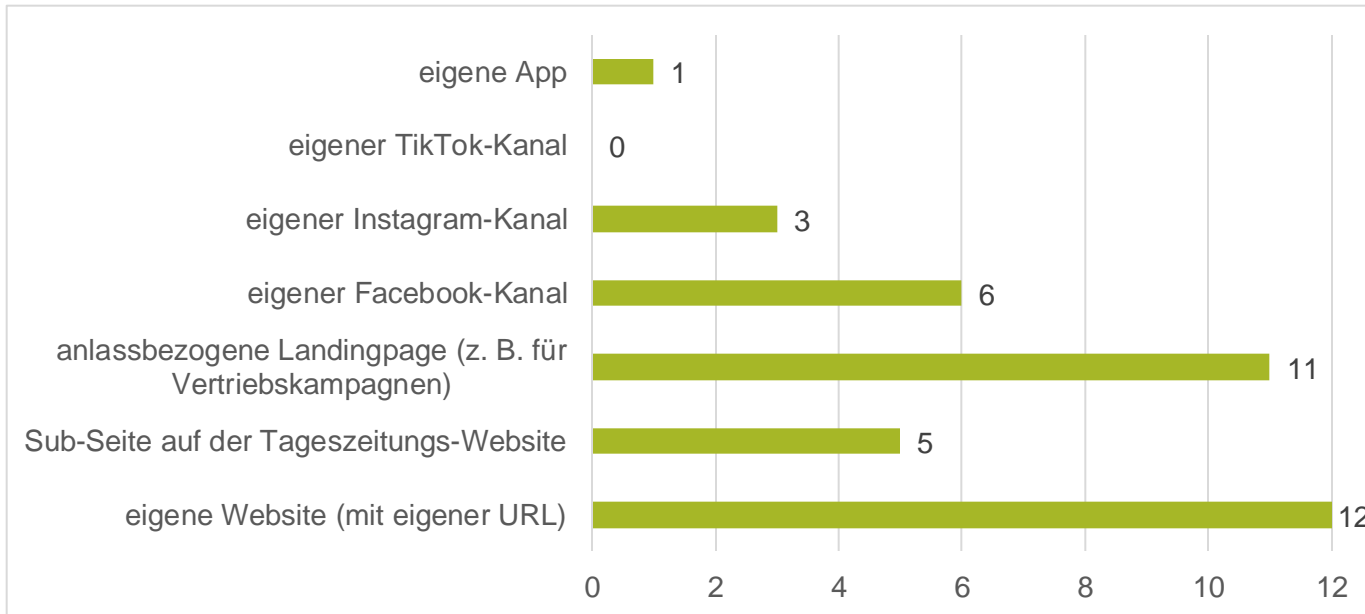
*Im Hinblick auf die Kinder-Abozeitung ist unsere drängendste Fragestellung aktuell:*

## **Antworten im Wortlaut:**

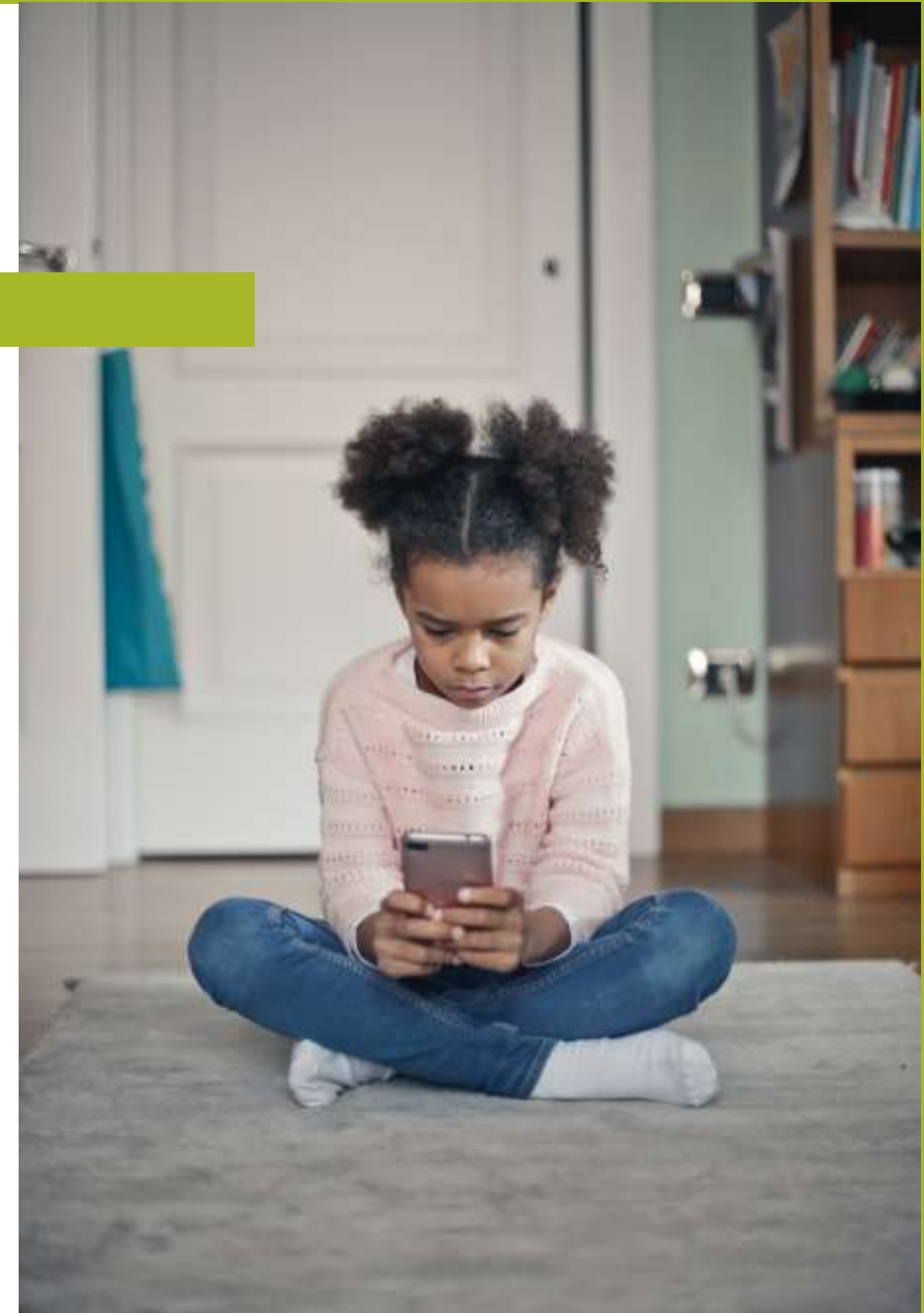
- Preispolitik (steigende Papier- und Energiekosten); E-Paper-Angebot ; Änderung Verbraucherschutz Faire Verträge: Welches Angebot setzt sich durch?
- Aboentwicklung sichern, nach fast 3 Jahren verlassen uns aus Altersgründen die Erstkunden.
- Wie können wir noch bekannter werden, besonders durch den Abschluss von Sponsoring-Partnerschaften?
- Optimierung des Sponsoringangebots und Klassenprojekte, Kinderzeitungen in der Telefonie (Provisionen?), interessante Angebotsformen ins Vollabo
- Maßnahmen, die bei anderen zu Erfolg verhalfen, Digitale Form der Kinderzeitung vorhanden?
- Lohnt sich Affiliate-Marketing (Kosten/Nutzen)?
- Abomarketing national und digital
- Nachfass-Kampagne, Gewinn von neuen Kooperationspartnern, B2B Vermarktung

# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

## Die Online-Präsenzen der Kinderzeitungen



Die Anzahl der insgesamt 13 Befragten gab an, dass der entsprechende Kanal entweder bereits vorhanden oder gerade in Planung sei. Die übrigen Verlage gaben an, dass es keinen solchen Kanal gibt und in absehbarer Zeit geben wird.





# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

## *Erfolgreiche Prämien:*

### **Antworten im Wortlaut:**

- Zoo-Eintrittskarten
- Meistens 4 Wochen gratis testen statt Prämie, sonst Paul Pinguin Kuscheltier
- Wanderbuch für eine Schnupperabo.
- 1. Monat gratis, Freizeitpark-Karten
- Ole-Socken Ole-Kartenspiel
- Ruhr-Top-Card, Ehrlich-Brothers-Artikel, (keine Prämie, aber die Umfrage nach einem Gratisheft brachte viele Abos)
- Familienkalender, alles mögliche von KOSMOS
- Jahresangebot mit "Rätselspass"
- Kosmos Magnetspiel
- Spiele & Bastelsets als neue Zugabe zum Jahresabo
- Kurzabo: 6 Monate lesen und 1 Jahreskarte für einen Tierpark nach Wahl dazu bekommen
- Scout Starterset, Bloggerbandebuch, Eco Create Frühlingsset



Carina Schmihing  
Marketing und Umfragen

[schmihing@junge-leser.org](mailto:schmihing@junge-leser.org)  
0176 – 477 54 082

jule : Initiative junge Leser GmbH

[www.junge-leser.org](http://www.junge-leser.org)  
[www.junge-leser.info](http://www.junge-leser.info)

Thorsten Merkle  
Geschäftsführer

[merkle@junge-leser.org](mailto:merkle@junge-leser.org)  
05139 - 98 44 50