

# MARKTDATEN KINDER- ABOZEITUNGEN

---

Auswertung der Umfrage | November 2023

jule : Initiative junge Leser



## Zur Umfrage:

Sechs Jahre in Folge hat die jule : Initiative junge Leser den Markt der deutschsprachigen Kinder-Abozeitungen untersucht. Die vorliegende Umfrage fand im Frühjahr/Sommer 2023 statt und bildet die Marktdaten Kinder-Abozeitungen des Jahres 2022 ab.

Zum Zeitpunkt der Umfrage gab es 14 Kinder-Abozeitungen von lokalen/regionalen Medienhäusern auf dem deutschsprachigen Markt. Produktmanager\*innen und Redakteur\*innen aus 11 Verlagen haben an unserer Umfrage teilgenommen. Damit können wir ein gutes Bild des Kinder-Abozeitungsmarktes zeichnen.

# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder- Abozeitung

*Die Teilnehmenden*

Schwarzwälder Bote Mediengesellschaft mbH  
MVR Mediavermarktung Rheinland  
Zeitungsverlag GmbH & Co Waiblingen KG  
Neue Osnabrücker Zeitung  
FUNKE Medien NRW  
Mitteldeutsche Verlags- und Druckhaus GmbH  
Weser-Kurier  
Oberpfalz Medien - Der neue Tag  
VRM  
Stuttgarter Zeitung / Stuttgarter Nachrichten  
Kleine Zeitung GmbH & Co KG

## Zentrale Ergebnisse der Untersuchung 2023 (1/2)

### Entwicklungen auf dem Markt der Kinder-Abozeitungen

- Die Sächsische Zeitung hat ihre Kinder-Abozeitung (Kruschel-Lizenzprodukt) eingestellt.
- Die Rheinpfalz hat 2023 ihr Nils-Nager-Clubmagazin (quartalsweise erscheinendes kostenloses Produkt) in ein monatlich erscheinendes Abo-Produkt umgewandelt und übernimmt in Lizenz die Stuttgarter Kinderzeitung.

### Vertriebsmarkt

- Gegenüber dem Vorjahr hat sich das **Verhältnis zwischen Bestandskunden** (= Abonnenten der Tageszeitung) **und Neukunden** (bisher keine Kundenbeziehung) erneut **zugunsten der Neukunden entwickelt**: Inzwischen sind 39% der Kinderzeitungs-Abonnent\*innen Neukunden, also ohne bisher bestehende Kundenbeziehung. Im Vorjahr waren es 35%.
- Im Schnitt erreicht die Auflage einer Kinder-Abozeitung 2,5% der verkauften Auflage des Tageszeitungstitels.
- Preispolitik: Drei Verlage haben die Bezugspreise ihrer Abonnements für Bestandskunden um jeweils einen Euro erhöht (Vorjahr: zwei Verlage). Den Preis für Neukunden haben vier Verlage erhöht, ebenfalls um jeweils einen Euro.
- Nur ein Verlag hat seine Abo-Auflage im Untersuchungszeitraum erhöhen können, alle anderen haben im Vergleich zum Vorjahr Verluste hinnehmen müssen.

## Zentrale Ergebnisse der Untersuchung 2023 (2/2)

- Wichtigster Zugangsweg zum Abo ist nach Einschätzung der Teilnehmenden an der Umfrage die Anzeige in der gedruckten Zeitung. Gegenüber dem Vorjahr haben sich keine nennenswerten Veränderungen in der Bedeutung der weiteren Zugangswege zum Abo ergeben.
- Im Schnitt realisieren die Verlage vier Abo-Kampagnen pro Jahr.
- Es ist kein Zusammenhang zwischen den Zugangswegen und der Anzahl von Neukunden unter den Kinderzeitungs-Abonnierenden erkennbar - d. h. auch Verlage, die überdurchschnittlich viele Neukunden im Abobestand der Kinder-Abozeitung haben, favorisieren nicht zwingend Ausspielkanäle, die aus dem eigenen Dunstkreis herausgehen, also z. B. Social Media Ads oder Werbung in Fremdmedien.
- Der Einzelverkauf der Kindertitel spielt keine Rolle mehr: Lediglich ein Verlag bringt das Produkt in den Zeitschriftenhandel, vier weitere bieten es in den eigenen Kundencentern an.

## Zusatzerlöse

- Mehr als die Hälfte der Verlage erzielt Anzeigenerlöse mit dem Kinderprodukt. Vereinzelt gibt es Themensponsoring und Line-Extensions. Zwei Verlage erwirtschaften hingegen keine Zusatzerlöse.
- Neun Verlage lassen sich Klassensätze der Kinder-Abozeitung von Wirtschaftspartnern sponsern. Sieben Verlage binden die Kinderzeitung ins Schulprojekt ein.

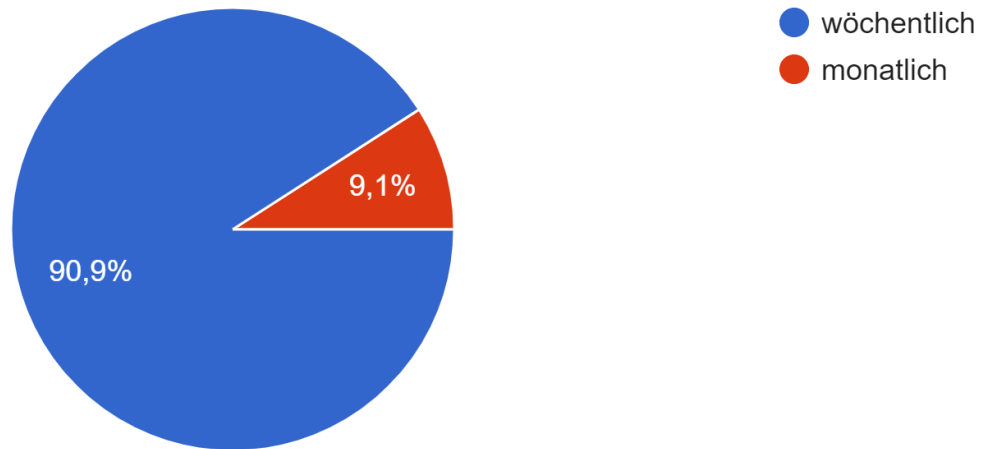
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Wie ist die Erscheinungsweise der Kinder-Abozeitung?

**2022**

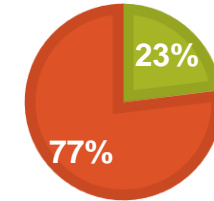
Wie ist die Erscheinungsweise?

11 Antworten



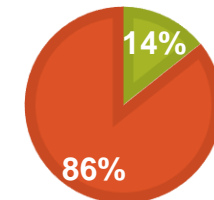
**2019**

■ monatlich ■ wöchentlich



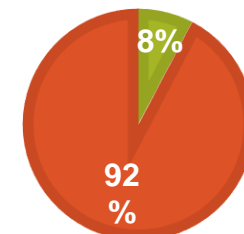
**2020**

■ monatlich ■ wöchentlich



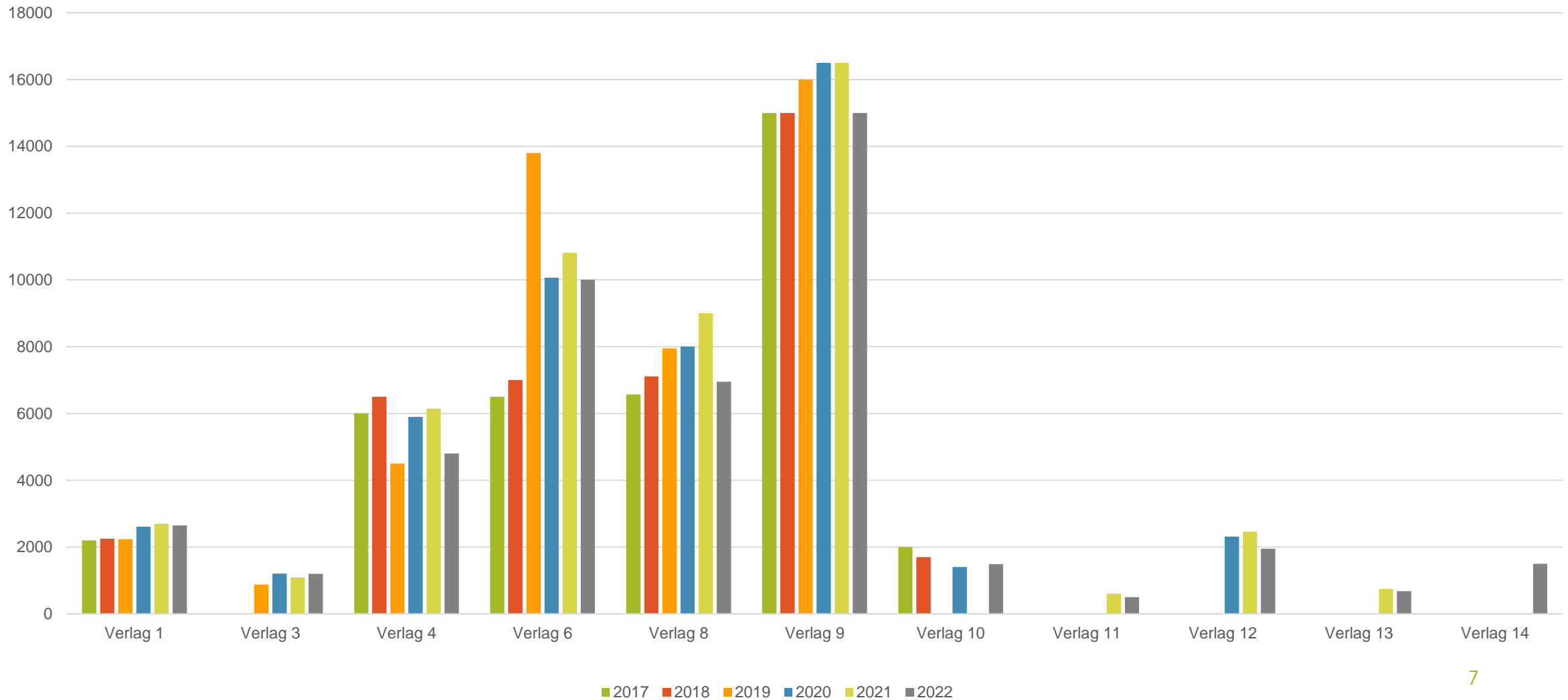
**2021**

■ monatlich ■ wöchentlich



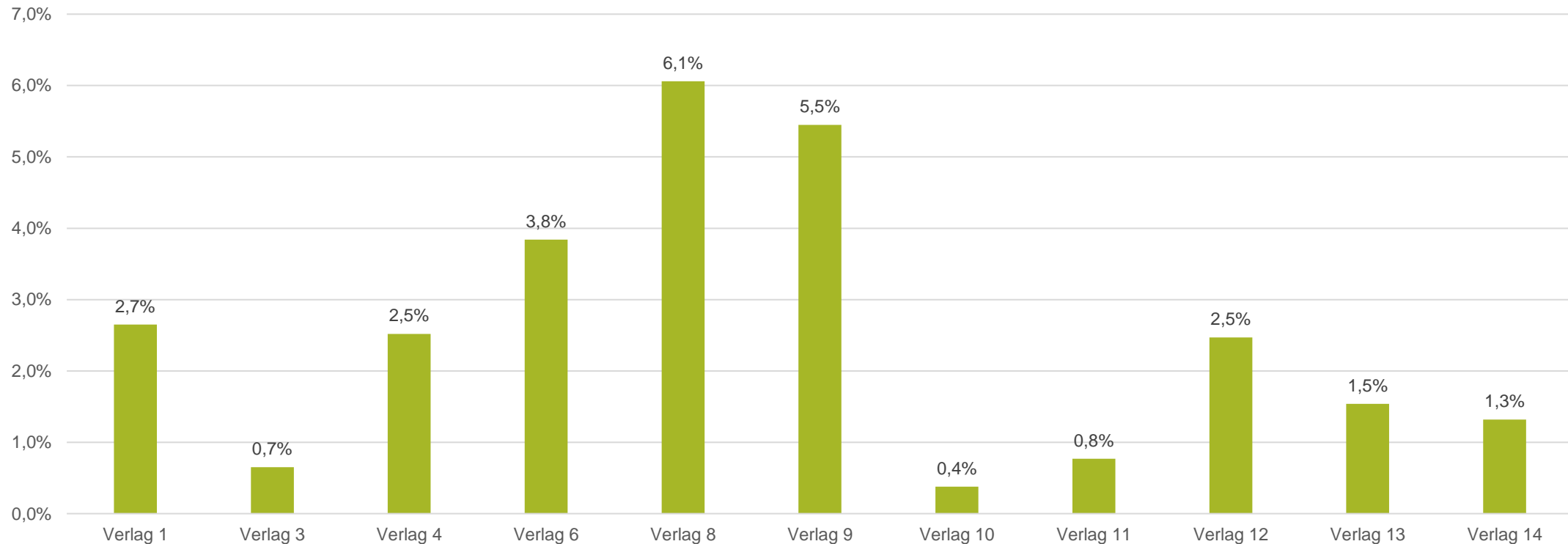
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Auflagenentwicklung der Kinder-Abozeitungen 2017 bis 2022



# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

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

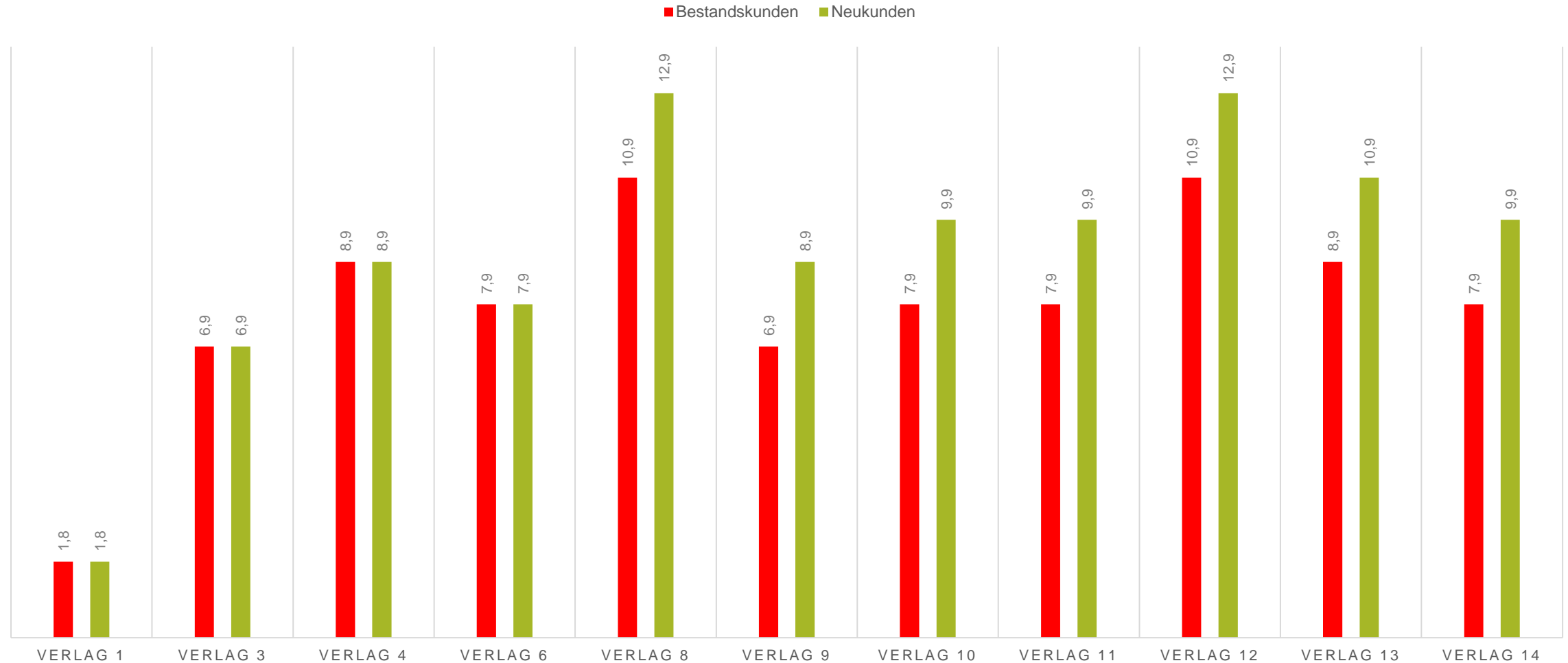


Um die potenzielle Marktdurchdringung darzustellen und Vergleiche zu ermöglichen, ermitteln wir jährlich die Relation der Kinderzeitungs-Aboauflage zur verkauften Auflage der Tageszeitung.

Der Durchschnittswert liegt fürs Jahr 2022 bei 2,5%. Das entspricht grob dem Wert des Vorjahres (2,3%).

# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

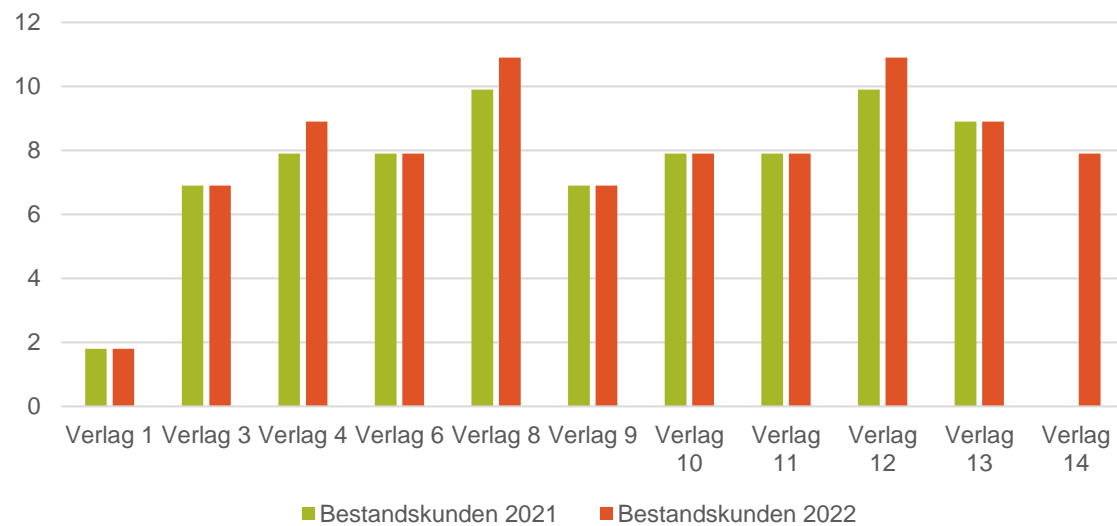
Wie hoch ist der monatliche Bezugspreis Ihrer Abonnements für Bestands- und Neukunden?



# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

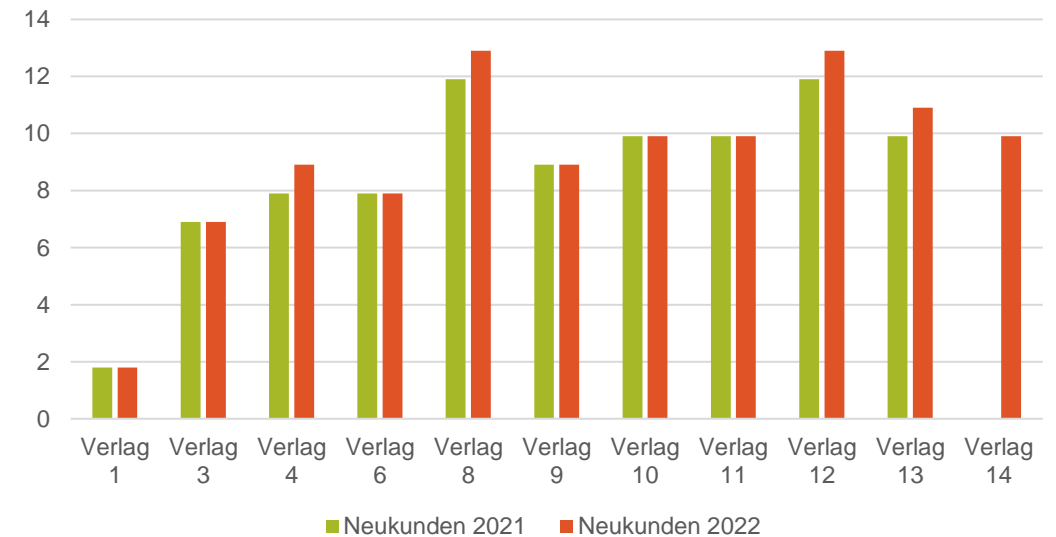
## Preisentwicklung 2021 – 2022:

### Preisentwicklung 2021 - 2022: Bestandskunden



Den monatlichen Bezugspreis für Bestandskunden haben 2022 drei Verlage um jeweils einen Euro angepasst.

### Preisentwicklung 2021 - 2022: Neukunden



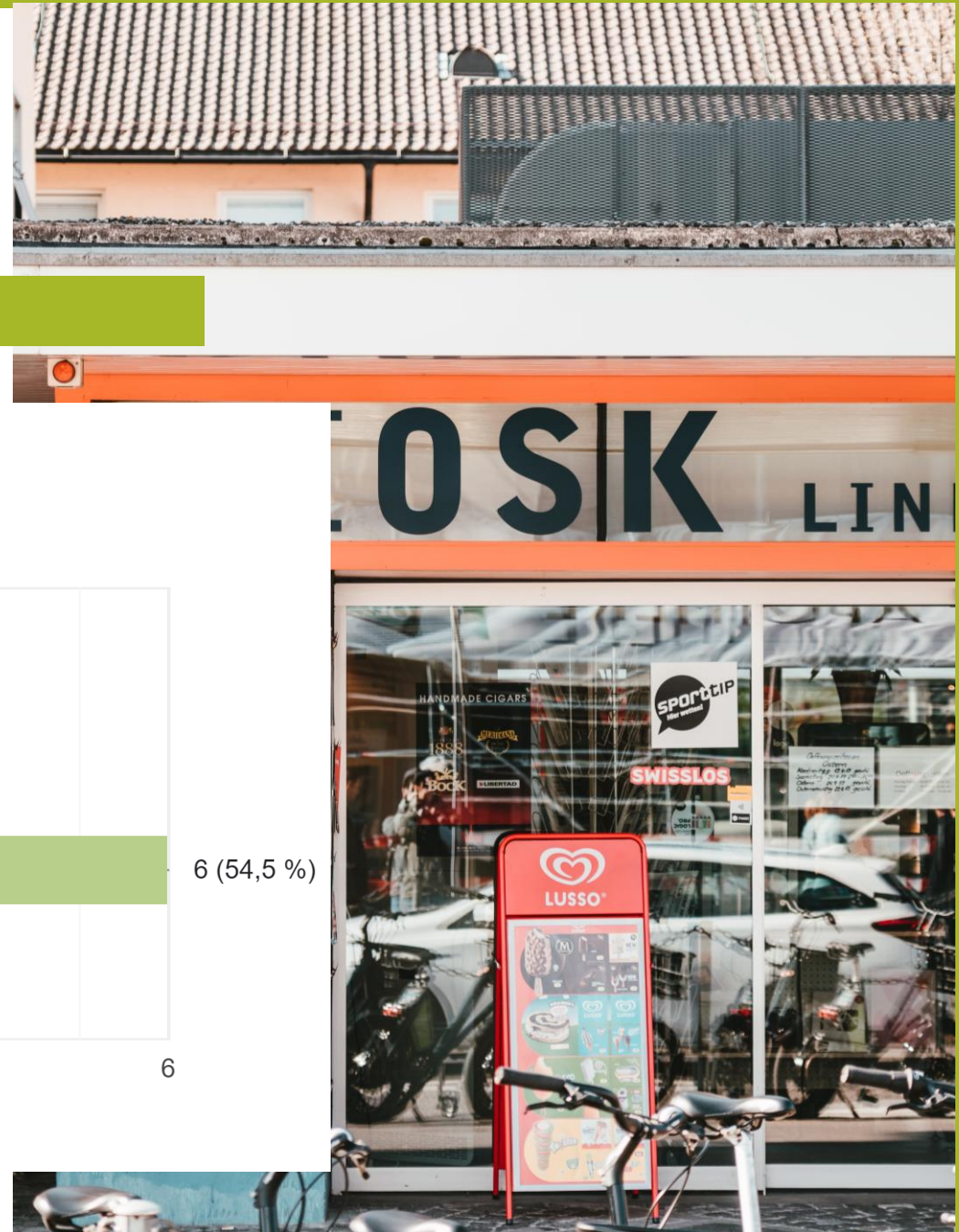
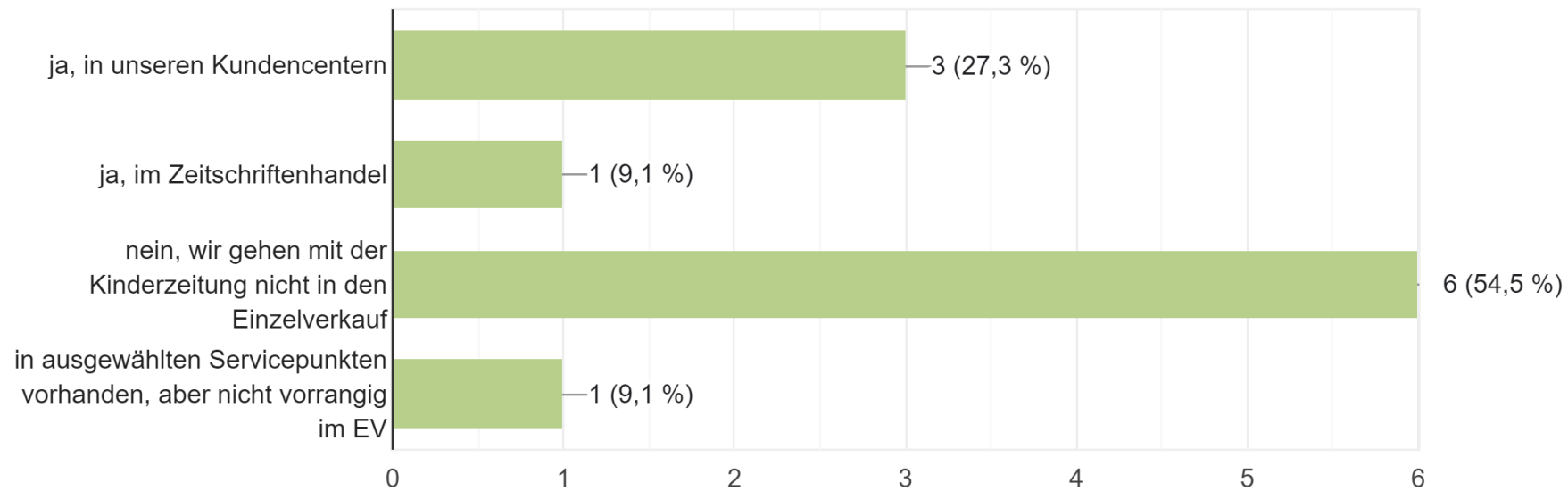
Den monatlichen Bezugspreis für Neukunden haben 2022 vier Verlage um jeweils einen Euro angepasst.

# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

*Bieten Sie die Kinderzeitung im Einzelverkauf an?*

Die Kinder-Abozeitung ist auch im Einzelverkauf erhältlich:

11 Antworten

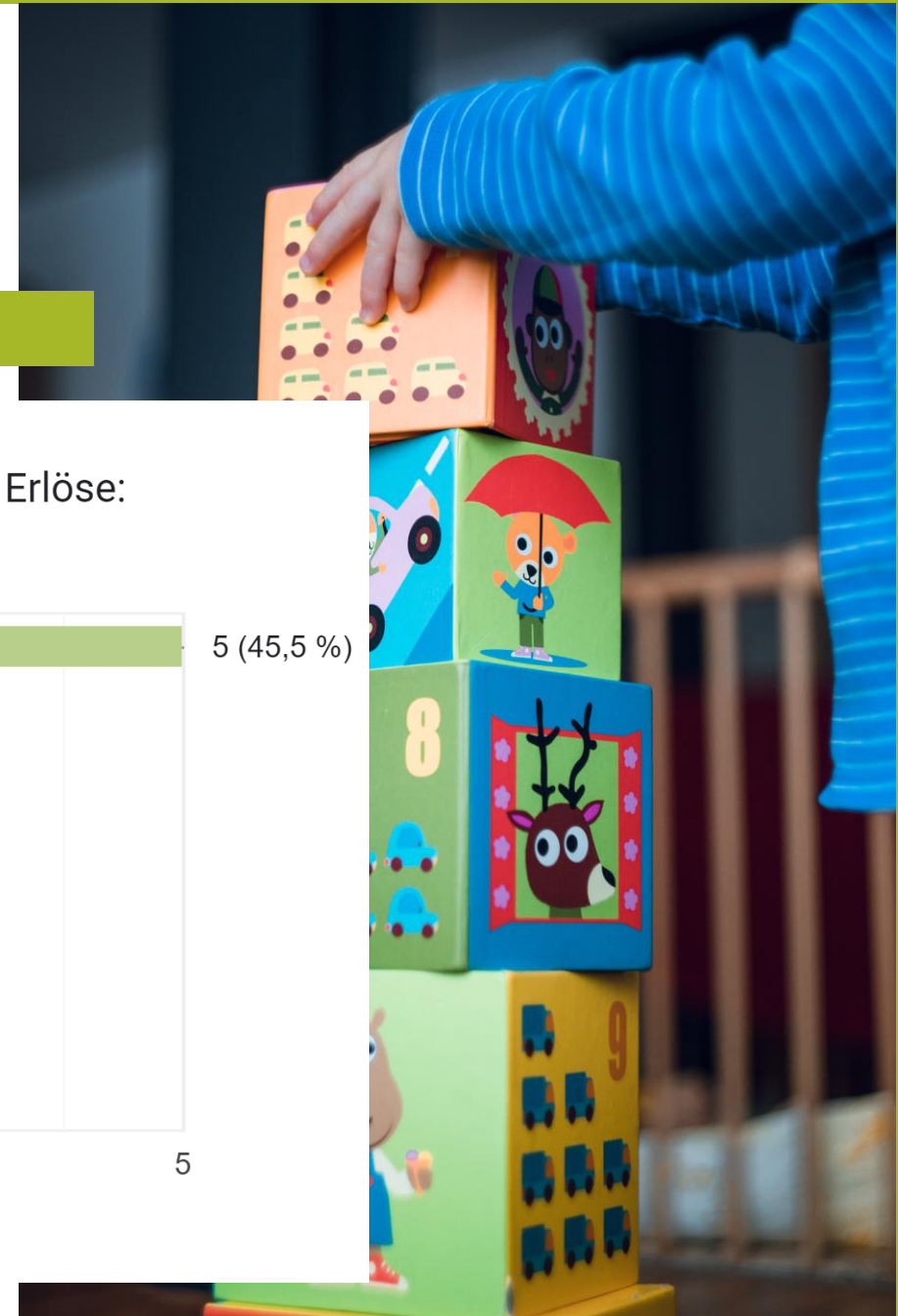
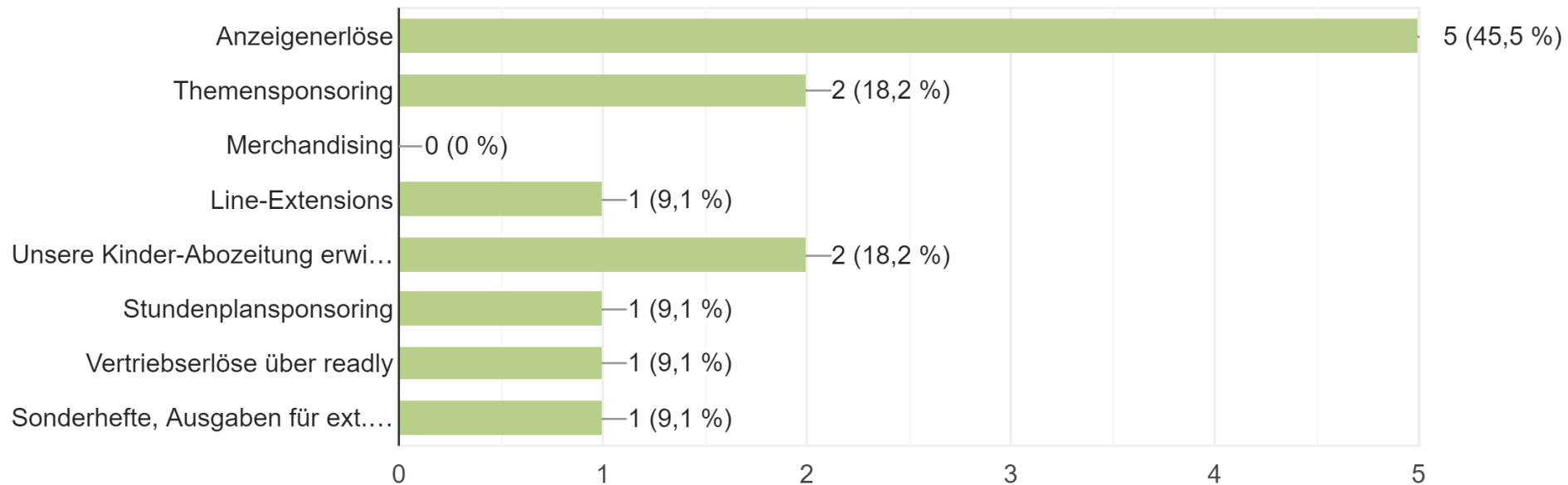


# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

*Erwirtschaftet Ihre Kinderzeitung Zusatzerlöse?*

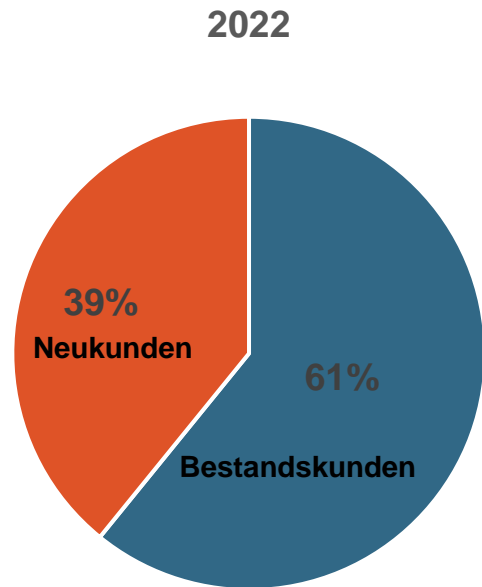
Die Kinder-Abozeitung erwirtschaftet neben dem Vertriebsumsatz noch weitere Erlöse:

11 Antworten



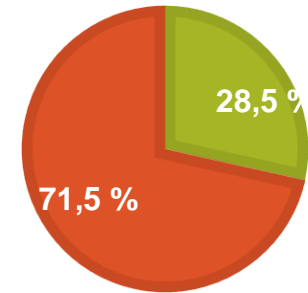
# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Verteilung der Abonnenten: Bestandskunden / Neukunden



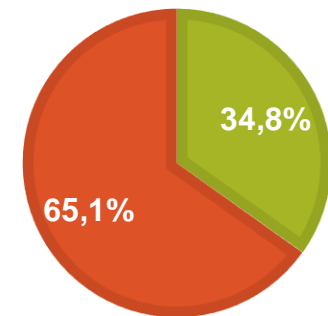
2020

■ Neukunden ■ Bestandskunden



2021

■ Neukunden ■ Bestandskunden



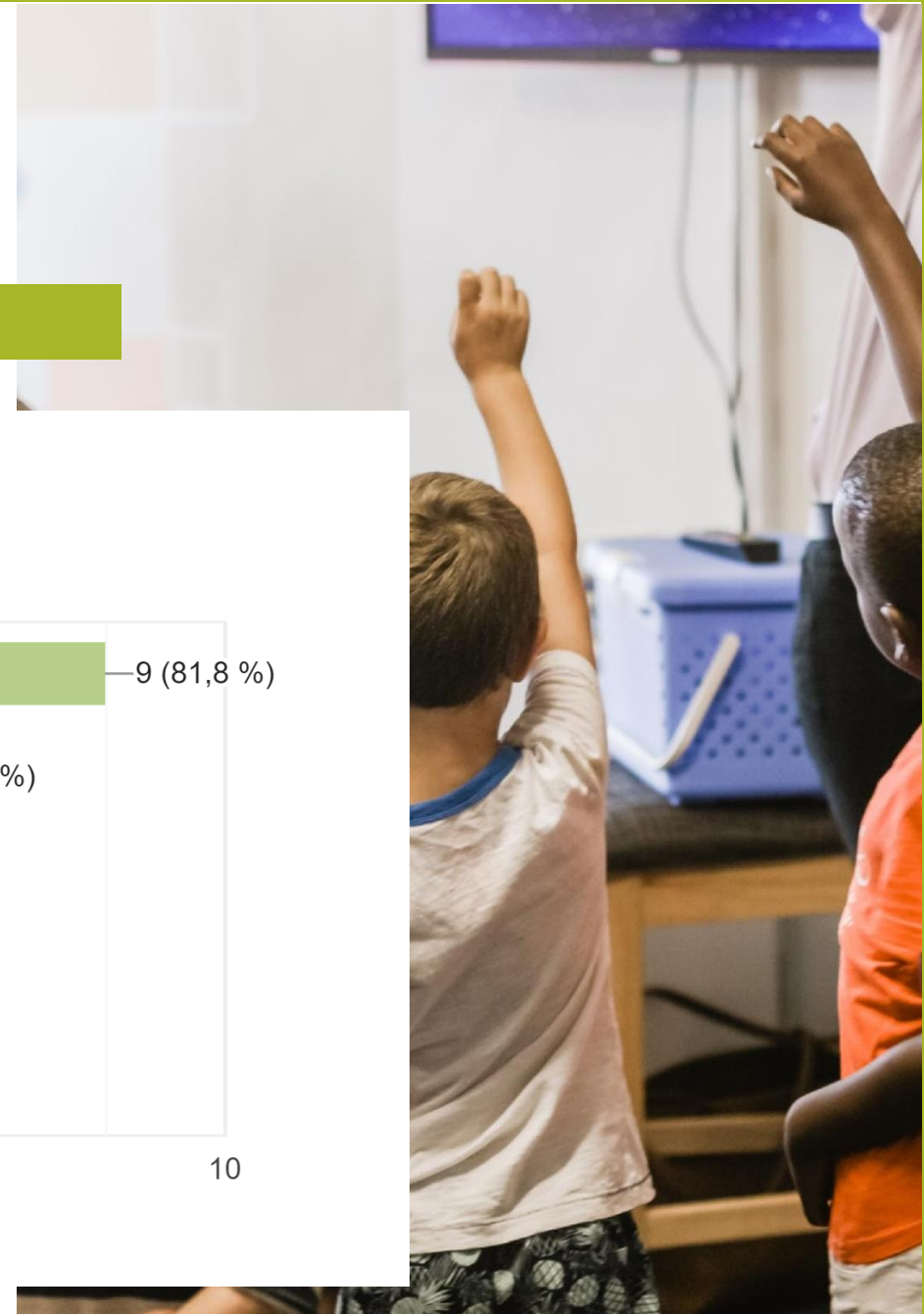
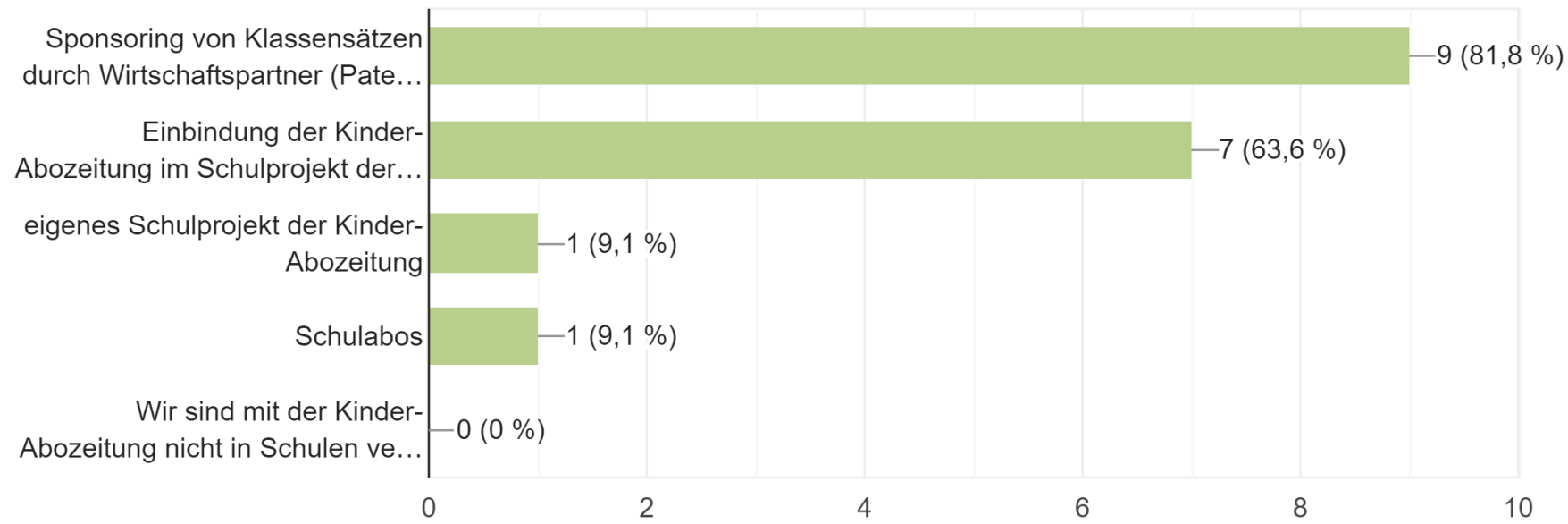
Der Anteil der Nicht-Tageszeitungsabonnent\*innen unter den Beziehern der Kinder-Abozeitung ist erneut gewachsen. Die Verlage erreichen mit dem Angebot mehr neue Kunden als in den Jahren zuvor.

# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

## Einbindung der Kinderzeitung in medienpädagogische Projekte

Wir sind mit der Kinder-Abozeitung auch in Schulen präsent:

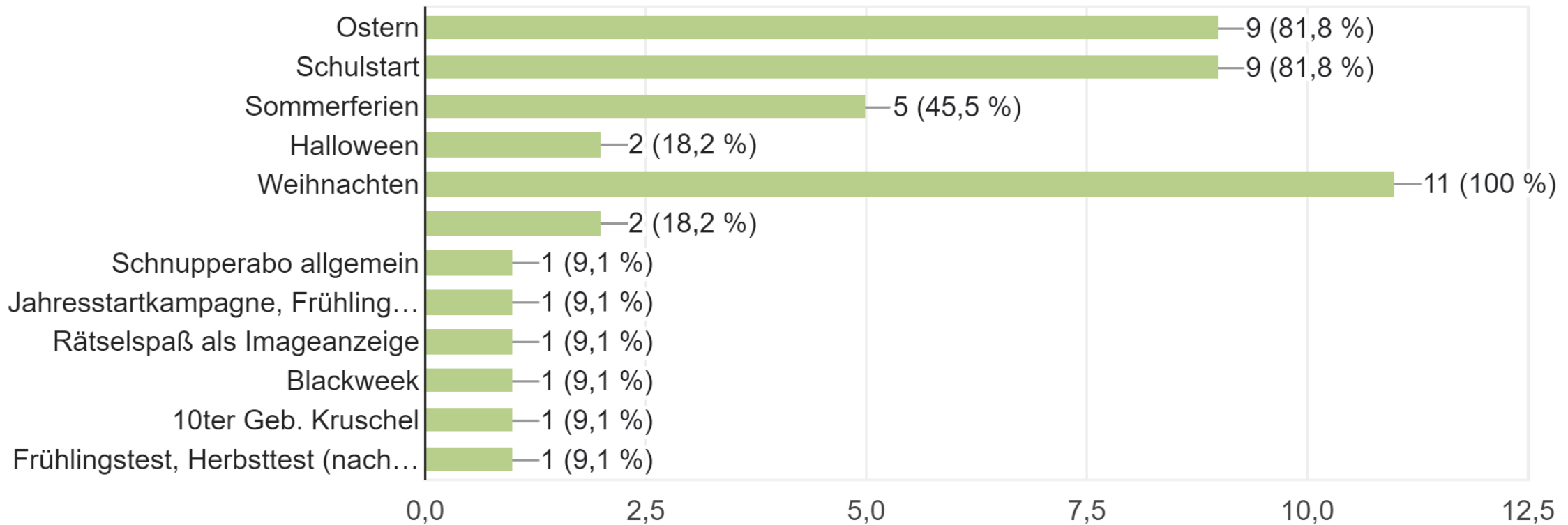
11 Antworten



# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

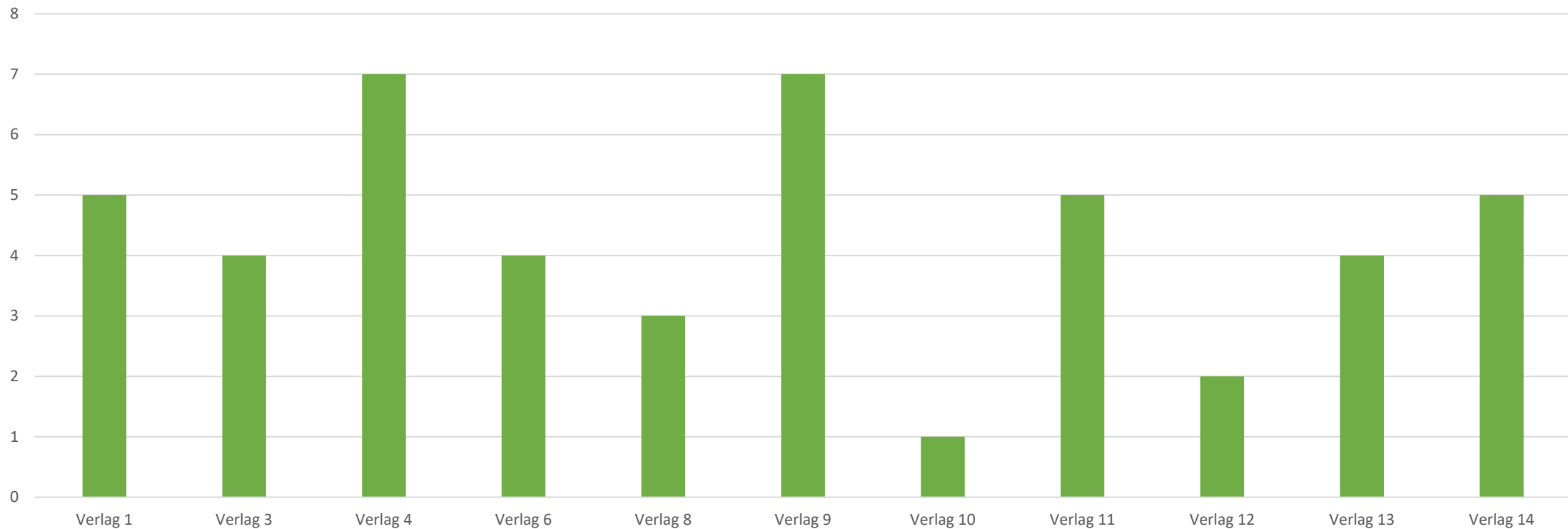
Diese Kampagnen haben wir 2022 realisiert:

11 Antworten



# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

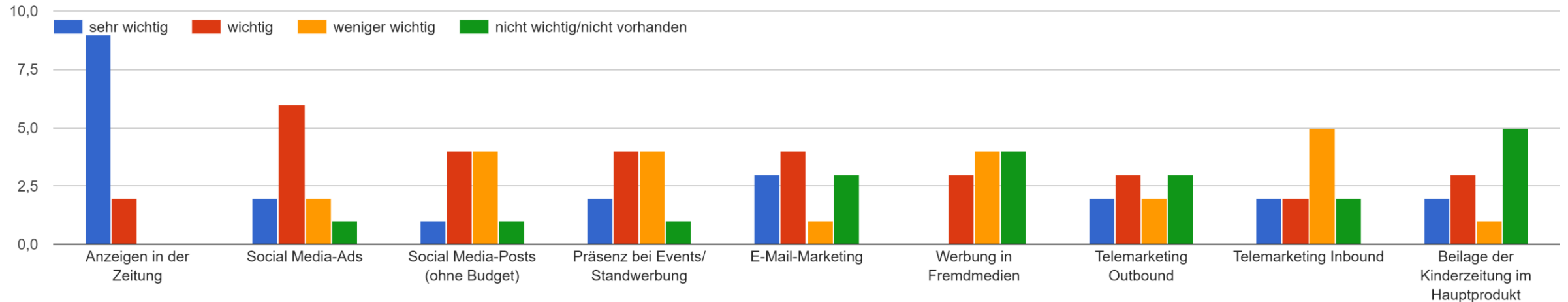
Anzahl Kampagnen pro Jahr



Im Schnitt haben die Verlage 2022 vier Abo-Kampagnen für die Kinder-Abozeitungen realisiert.

# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Vertriebsmarketing: Bewerten Sie diese Zugangswege nach der Bedeutung in der Aboakquise bezogen aufs Jahr 2022:



- Gegenüber dem Vorjahr haben sich keine nennenswerten Veränderungen in der Bedeutung der Zugangswege ergeben.
- Im Schnitt realisieren die Verlage vier Abo-Kampagnen pro Jahr.
- Es ist kein Zusammenhang zwischen den Zugangswegen und der Anzahl von Neukunden unter den Kinderzeitungs-Abonnierenden erkennbar - d. h. auch Verlage, die überdurchschnittlich viele Neukunden im Abobestand der Kinder-Abozeitung haben, favorisieren nicht zwingend Ausspielkanäle, die aus dem eigenen Dunstkreis herausgehen, also z. B. Social Media Ads oder Werbung in Fremdmedien.

# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

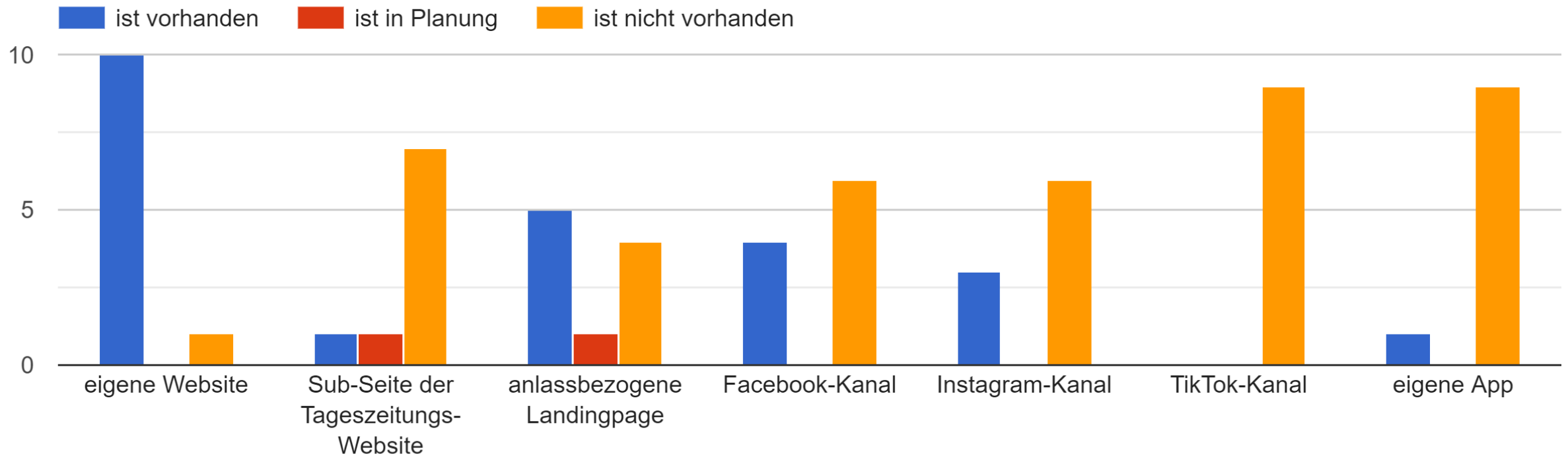
*Erfolgreiche Prämien 2022:*

## **Antworten im Wortlaut:**

- Magie der Magnete (Kosmos Fun Science) > 101 Abos zum Start
- Kinderjahreskarte Kölner Zoo
- RUHRTOP.CARD
- Kuscheltier Pinguin
- Trinkflasche zum Schulstart
- Squishe Ball
- zum 10-jährigen Geb. 12 für 10 + Plüsch-Kruschel
- 6 Monatsabos mit Zusatz: Jahreskarte für einen Tiergarten
- Gratiszeitraum/Gesellschaftsspiele

# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

Welche digitalen Ableger gibt es von der Kinder-Abozeitung?



# jule-Umfrage: Marktdaten Kinder-Abozeitung

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

## Antworten im Wortlaut:

- wie bekomme ich mehr Abos?
- E-Paper Umsetzung
- Neue und erfolgreiche Wege zur Abogewinnung finden + Digitalisierungsstrategie
- Wie gewinnen wir mehr Abonnenten?
- Geeigneten Sponsoringpartner finden, der spannende Impulse für die Berichterstattung innerhalb der Kinderzeitung gibt / Auflagensteigerung
- Wie gelangen wir an mehr Abonnenten und verringern gleichzeitig die Abgänge? Wie erreichen wir junge Familien?
- Erreichbarkeit der Zielgruppe Eltern
- Abo-Gewinnung
- Einbindung E-Paper



Thorsten Merkle  
Geschäftsführer

[merkle@junge-leser.info](mailto:merkle@junge-leser.info)

jule : Initiative junge Leser GmbH

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