

Publikumszeitschriften:
Seitenweise Liebe -
mehr als nur gelesen



Agenda

- 1.** Zeitschriftennutzung in Deutschland
- 2.** Warum werden Zeitschriften gelesen?
- 3.** Akzeptanz von künstlicher Intelligenz im Journalismus
- 4.** Werbung in Zeitschriften

1

Zeitschriften-Nutzung in Deutschland

Zeitschriftenlesen gehört zu den beliebtesten Hobbies in Deutschland

Top-10 Freizeitaktivitäten (mind. monatlich)

b4p best for planning.



Leser und Zeitschriften

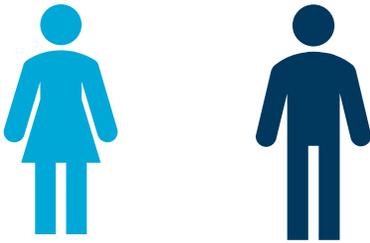
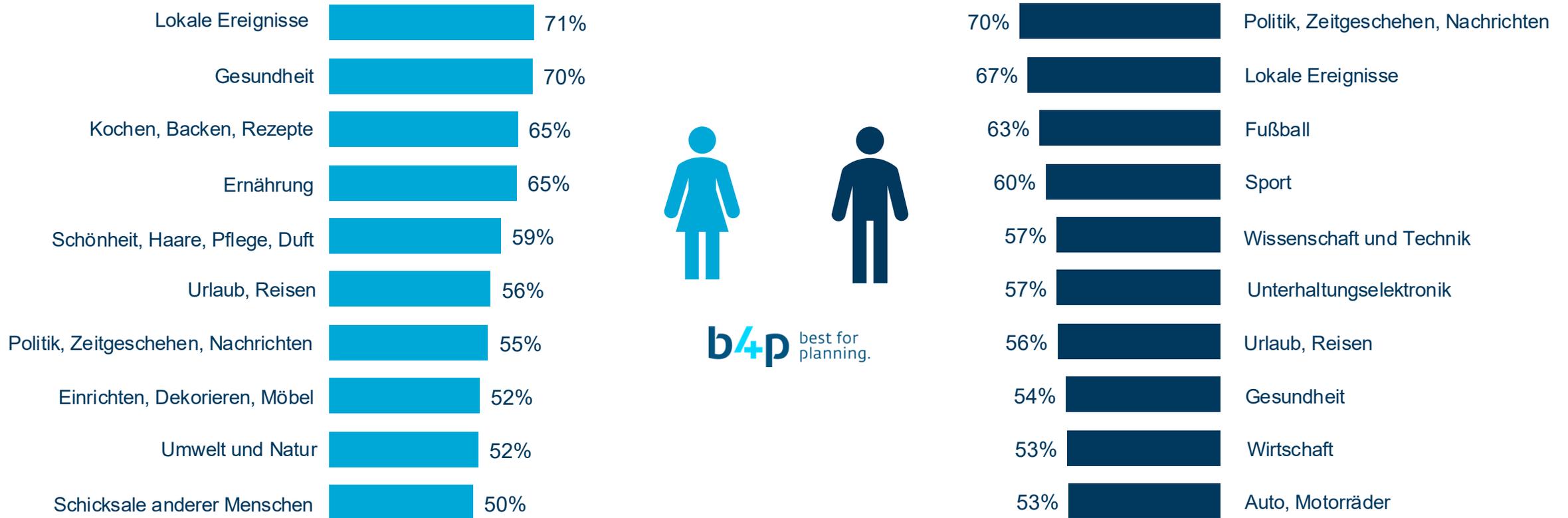
ca. 1,600
Publikums-
zeitschriften
in Deutschland**

91%
der Bevölkerung
lesen zumindest
gelegentlich
Zeitschriften*

Top-Genres:
Programm,
Gesundheit,
Frauen sowie
Nachrichten- und
Gesellschaft***

Hier spiegeln sich klassische Rollenbilder: Frauen interessieren sich vor allem für Gesundheit, Ernährung und Beauty. Männer vor allem für Nachrichten, Sport und Technik

Top-Themeninteresse in Zeitschriften nach Geschlecht



b+p best for planning.

Quelle: b4p 2024 III, Basis: Online-Gesamtbevölkerung ab 16 Jahren (Weitester Leserkreis)

Wie sehen das eigentlich die Leser:innen?

b4p trends Seitenweise Liebe – mehr als nur gelesen

Wie werden Zeitschriften genau genutzt?

Aus welchen Gründen werden Zeitschriften genutzt?

Wie wird Werbung in Zeitschriften wahrgenommen?

Methodensteckbrief b4p trends Seitenweise Liebe

Methodensteckbrief

Methode:
Quantitative Online-Befragung

Befragungszielgruppe:

Zeitschriftenleser:innen (mind. einmal monatlich)

Stichprobengröße:

n=1.254

Befragungszeitraum:

2024/2025

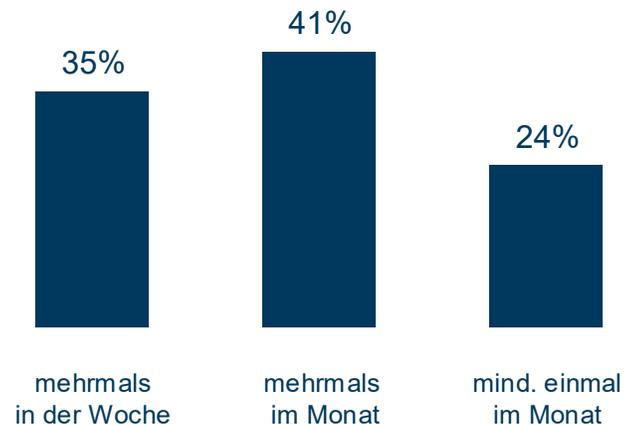




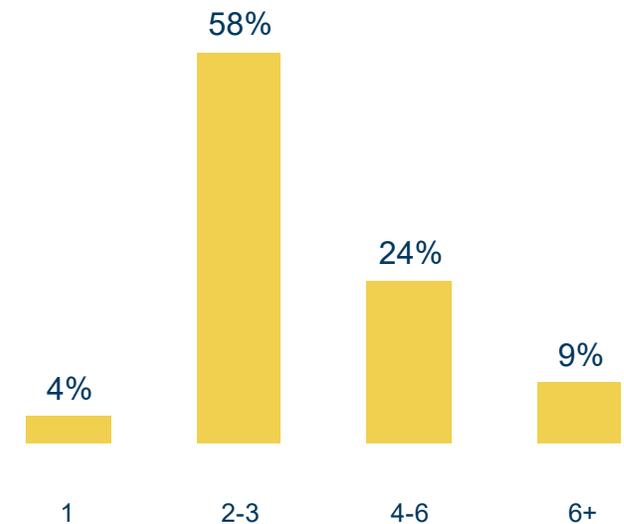
Anregende Themenvielfalt: Die meisten lesen mehrmals im Monat, gerne in mehreren Titeln

PZ-Leser:innen nutzen fast immer mehrere Titel. 58% lesen 2-3 unterschiedliche Magazine pro Monat, ein Drittel 4 oder mehr und lediglich 4% nutzen nur einen Titel monatlich.

PZ-Lesehäufigkeit



Ø-Titel im Monat



Quelle: b4p trends Seitenweise Liebe – mehr als nur gelesen (2025), Basis: Gesamt n = 1.254

Fragen: „Welche dieser Informationsquellen nutzen Sie?“, „Wie viele unterschiedliche Zeitschriftentitel lesen Sie durchschnittlich im Monat?“



Abos sind bei vielen beliebt – gerne auch gleich mehrere Titel

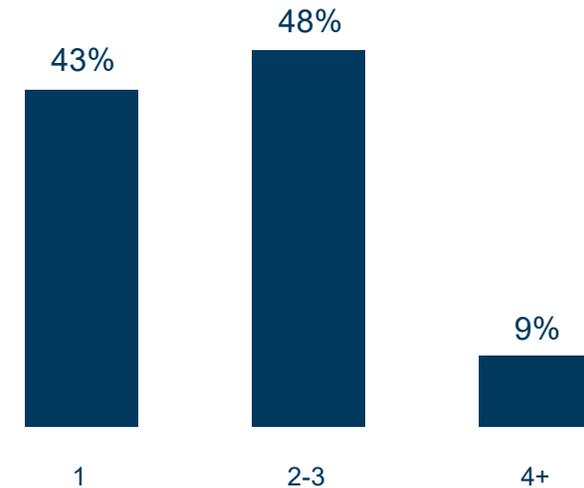
42% der Befragten beziehen Zeitschriften im Abo. Die meisten mehr als einen nur Titel (57%)



der Befragten haben
mind. ein PZ-Abo



Anzahl PZ-Abonnements



Warum im Abo?



88%

schätzen die günstigeren Kosten eines Abos

95%

mögen die **bequeme** Lieferung nach Hause

96%

freuen sich darauf, die **neueste Ausgabe** aus dem Briefkasten zu holen

75%

freuen sich auf die **neueste Ausgabe digital** zugreifen zu können

71%

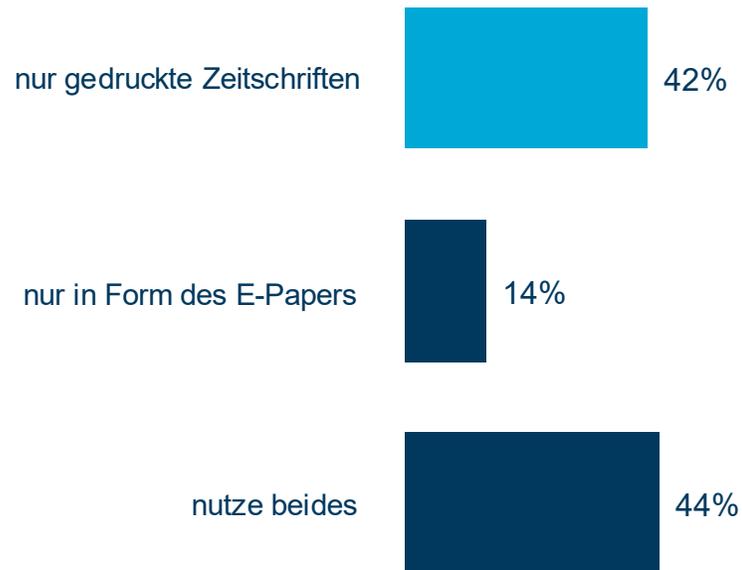
finden die **Treuegeschenke** oder **Prämien** für Abonnenten **attraktiv**

Gedruckt oder E-Paper?

Die meisten bevorzugen die Mischung

E-Paper sind mittlerweile bei der Mehrheit der Leser:innen angekommen, insbesondere in Kombination mit Print. Viele bevorzugen aber auch weiterhin nur die Papierform.

Zeitschriften- und E-Paper-Nutzung

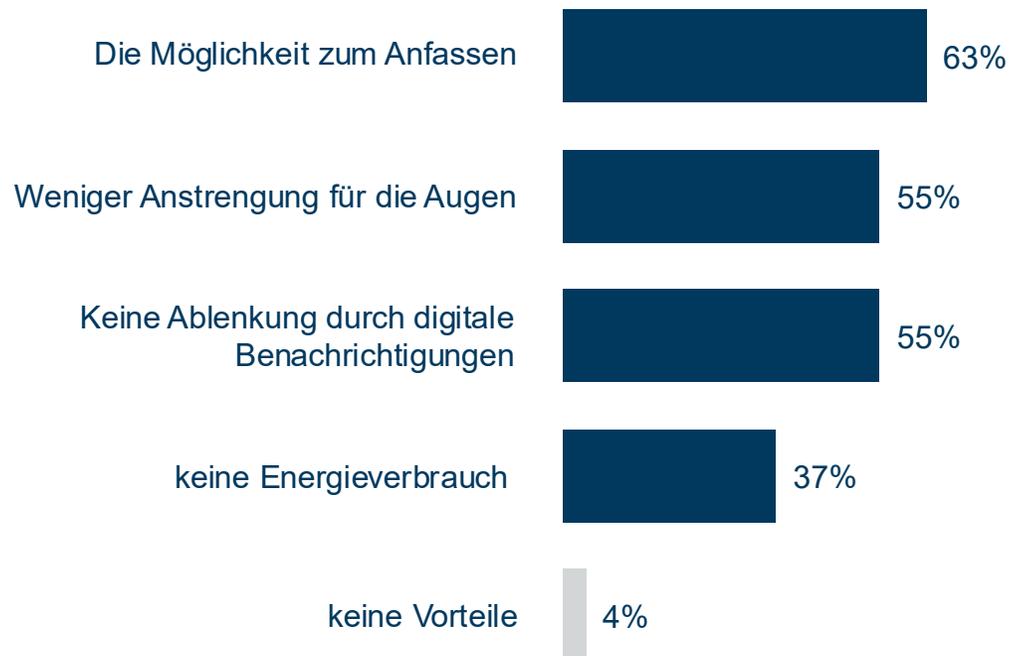


58%

nutzen Zeitschriften
(auch) digital!

Auf Papier möchte die Mehrheit aber nicht verzichten. Viele schätzen an gedruckten Zeitschriften Haptik und Fokus

Lesen – Vorteile Papier ggü. Bildschirmen



63%

sehen in der haptischen Erfahrung einen Vorteil von Papier

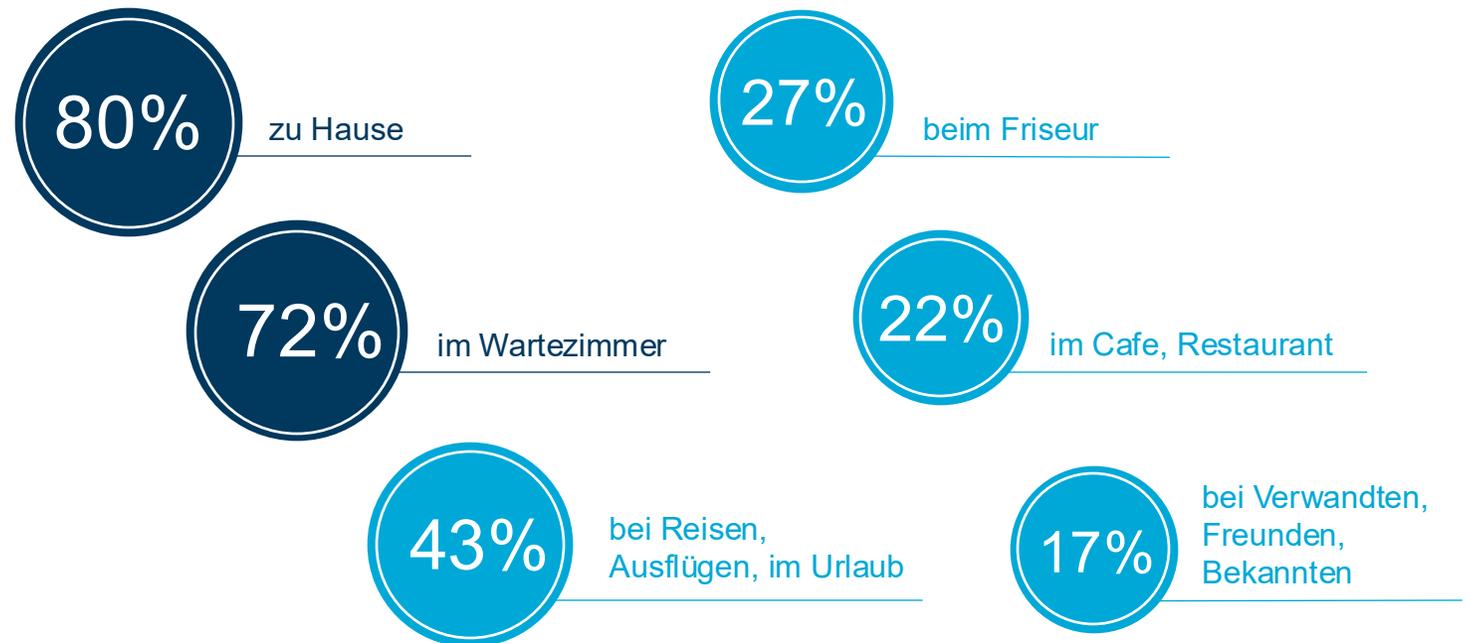
Quelle: b4p trends Seitenweise Liebe – mehr als nur gelesen (2025) Basis: Gesamt. n = 1.254

„Welche Vorteile hat aus Ihrer Sicht das Lesen auf Papier gegenüber dem Lesen auf einem Bildschirm (Handy, Computer, Fernseher etc.)?“ (Mehrfachantworten)

Bildquelle: KI-generiert ChatGPT

Zeitschriften werden vor allem zu Hause und im Wartezimmer gelesen, aber auch gerne mitgenommen

Nutzungsort Zeitschriften



Quelle: b4p trends Seitenweise Liebe – mehr als nur gelesen (2025), Basis: Gesamt n=1.254
Frage: „In welchen Situationen blättern oder lesen Sie in Zeitschriften?“, Bildquelle: Pexels

2

Warum werden Zeitschriften gelesen?

Die Top-5 Gründe für Zeitschriftennutzung

90%

Unterhaltung

87%

Inhalte zum Unterhalten

87%

Entspannung

82%

Hintergrund-
informationen

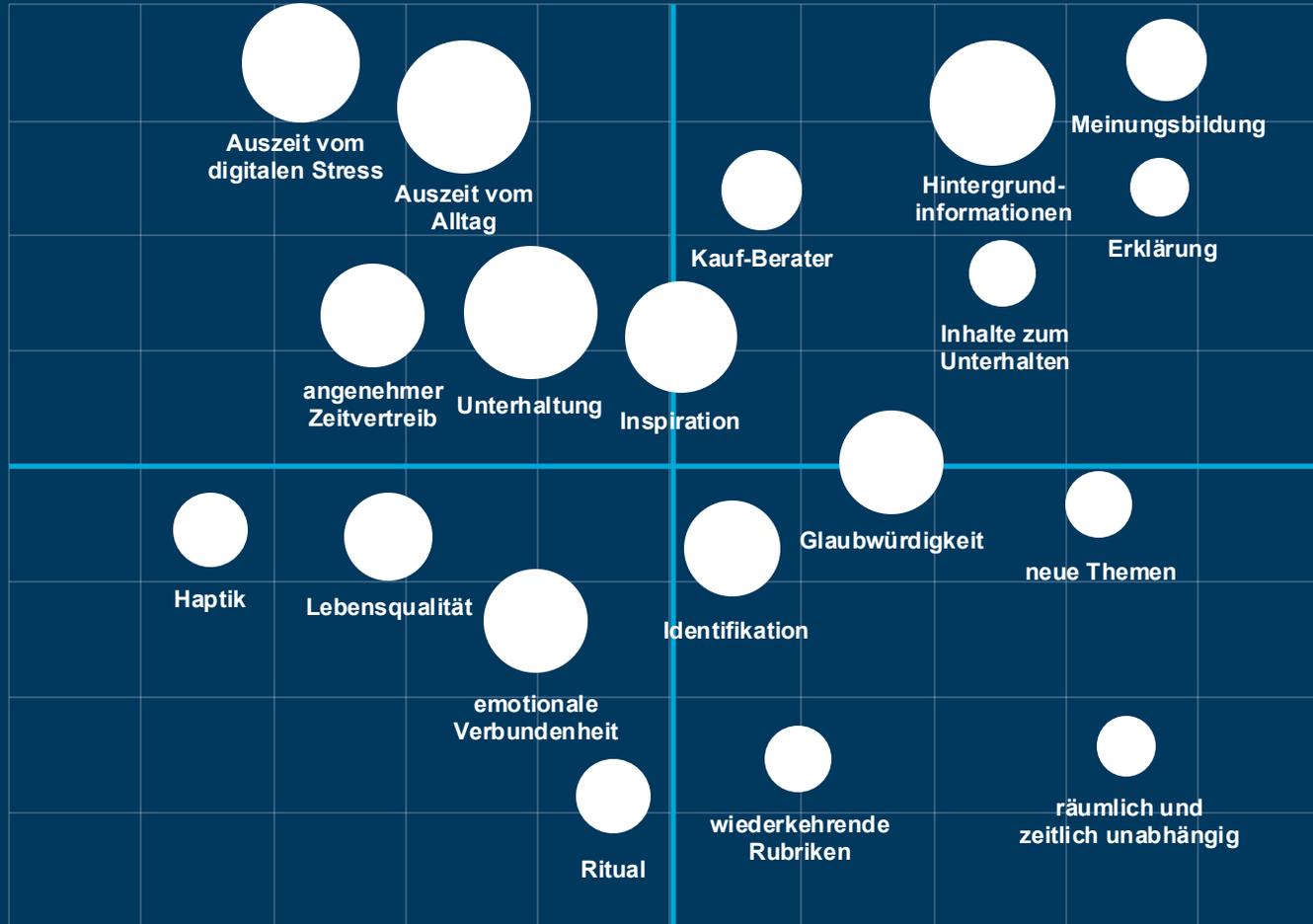
86%

Inspiration



Entspannung

Information



Emotion

Sicherheit



Die wichtigsten Gründe für die PZ-Nutzung

- ▶ Entspannung und Unterhaltung
- ▶ Information, Meinungsbildung und Inspiration
- ▶ (Erwartungs-) Sicherheit und Identifikation
- ▶ Emotionales Wohlbefinden

Quelle: b4p trends Seitenweise Liebe – mehr als nur gelesen (2025) Basis: Gesamt. n = 1.25
 Darstellung basierend auf den Ergebnissen einer Hauptkomponenten-Analyse (4 Faktoren, R=52,3%)
 Fragen: „Warum nutzen Sie Zeitschriften?“, „Welche Aussagen beschreiben Ihre Motivation am besten, gedruckte Zeitschriften zu lesen?“



Entspannung



82%
tauchen mit Zeitschriften in
eine andere Welt ein

Zeitschriften entschleunigen den digitalen Alltag und helfen Stress abzubauen

Eine Zeitschrift zu lesen ist für die meisten Leser:innen eine ganz bewusste Auszeit - insbesondere vom digitalen Trubel. Einfach mal in eine andere Welt eintauchen und zur Ruhe zu kommen...

Gründe für PZ-Nutzung, Top-2



Quelle: b4p trends Seitenweise Liebe – mehr als nur gelesen (2025), Basis: Gesamt n = 1.2554
Frage: „Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu?“, Bildquelle: KI-generiert mit ChatGPT

Aufmerksamkeit in digitalen Zeiten? Für Print kein Problem!

86%

lesen **Zeitschriften**
aufmerksam ohne etwas
nebenbei zu machen

68%

vergessen beim Lesen
die **Zeit**, weil sie
so **vertieft** sind

79%

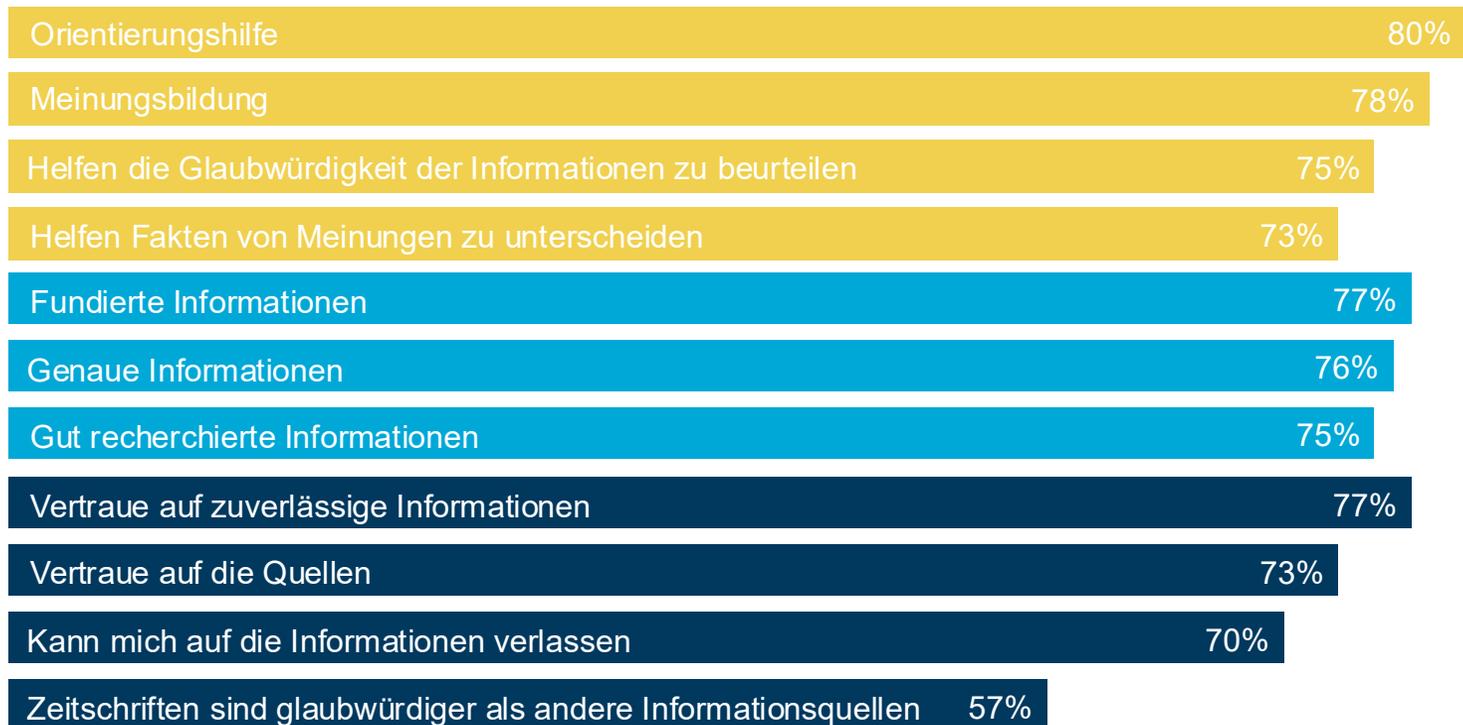
nutzen Zeitschriften
konzentrierter
als andere Medien



Information

Zeitschriften liefern nicht nur Informationen, sondern helfen diese auch einzuordnen. Das Vertrauen in das Medium ist groß

Informationstiefe und Vertrauen, Top-2



Orientierung

Informationstiefe

Vertrauen

Emotion und Identifikation



Forever Print Fans

25 % der PZ-Leser:innen
identifizieren sich mit Zeitschriften
oder fühlen sich mit diesen
emotional verbunden

Emotionen und Identifikation:

Ein Leben ohne Zeitschriften – für Forever Print Fans unvorstellbar

90%

empfinden Zeitschriften
als **Lebensqualität**
(AFF 113)

65%

fühlen sich Zeitschriften
emotional verbunden
(AFF 382)

52%

identifizieren sich
mit ihren Zeitschriften,
(AFF 371)

Für Forever Print Fans sind Zeitschriften wie gute Freunde: Sie sind glaubwürdig, man schenkt ihnen volle Aufmerksamkeit und lässt sich gerne von ihnen inspirieren

ZG-Merkmale Forever Print Fans (Affinitäten)



I LOVE
MAGAZINES

nutzen Zeitschriften
besonders häufig
im **Abo**

(AFF 126)

lassen sich durch
PZ-Werbung
gerne **inspirieren**

(AFF 135)

schauen sich
Werbung in PZ
aufmerksamer an
als in
anderen Medien

(AFF 125)

finden
Zeitschriften
glaubwürdiger
als andere
Informationsquellen

(AFF 125)

Was sagt ChatGPT?

(aus der Sicht eines Forever Print Fans)

„Sie bieten mir nicht nur fundierte **Hintergrundberichte** und Interviews, sondern auch **visuell ansprechende Fotostrecken** und ein durchdachtes **Layout**, das das Lesen zu einem **angenehmen Erlebnis** macht.“

„Zudem schätze ich an Zeitschriften die **Tiefe und Qualität der Artikel**: Im Gegensatz zur oft oberflächlichen Schnellebigkeit digitaler Medien nehmen sich **Redaktionen** die Zeit, Inhalte sorgfältig zu **recherchieren** und **attraktiv zu präsentieren**.“

„Ich lese Zeitschriften, weil sie für mich eine ideale **Kombination aus Information, Inspiration und Unterhaltung** darstellen. Anders als Bücher oder tagesaktuelle Nachrichten liefern Zeitschriften regelmäßig aufbereitete Inhalte zu **genau den Themen, die mich interessieren** – sei es Politik, Kultur, Wissenschaft, Lifestyle oder spezielle Hobbys.“

FOREVER PRINT

„Das Lesen einer Zeitschrift bedeutet für mich auch eine **bewusste Auszeit** – eine Gelegenheit, den Alltag kurz hinter mir zu lassen und in eine **andere Welt einzutauchen**. Es ist ein **analoges Ritual**, das mich entschleunigt und inspiriert.“



Beim **Lesen** von
Zeitschriften erhalte ich
immer wieder **interessante**
Anregungen und neue **Ideen**

86%

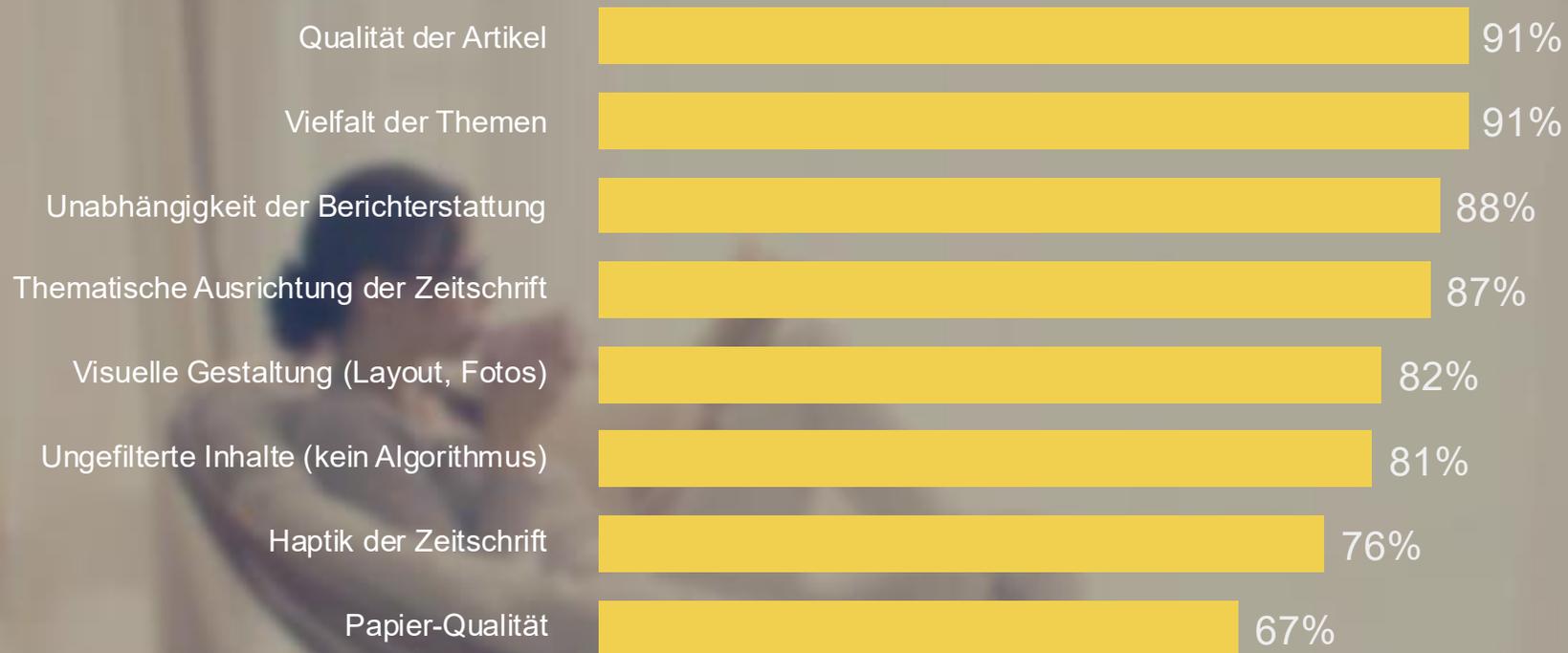


**Durch Inhalte in
Zeitschriften
bin ich schon öfter auf
interessante Produkte
aufmerksam geworden**

81%

Was Leserinnen und Lesern wirklich wichtig ist

Erfolgsfaktoren für Zeitschriften



Was Leserinnen und Lesern wirklich wichtig ist

Erfolgsfaktoren für Zeitschriften



PAID MEDIA

Zeitschriften sind eine bewusste Kaufentscheidung

90%

es ist **fair**,
für die **Leistung** der
Journalisten zu
bezahlen

81%

schätzen die
Qualität und sind
bereit
dafür zu **zahlen**

80%

Preis-Leistungs-
Verhältnis der
Liebblingszeitschrift
wird als
fair beurteilt.

3

AI

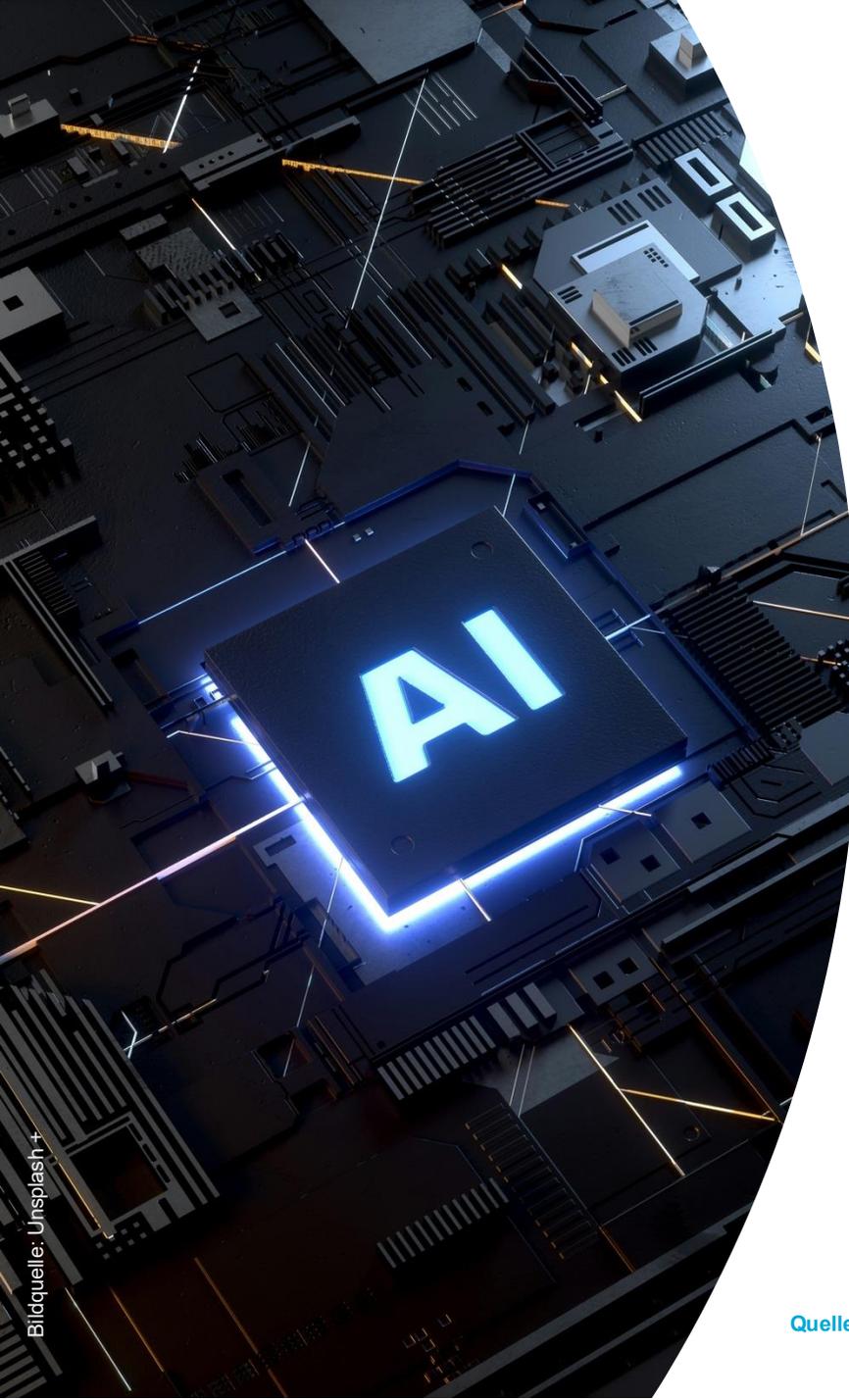


HUMAN



Akzeptanz von Künstlicher Intelligenz

Bei Leserinnen und Lesern



Vertrauen in KI ist übersichtlich **Die Mehrheit bleibt skeptisch**

Inwieweit vertrauen Sie auf die Informationen, die von Künstlicher Intelligenz (KI) oder Algorithmen generiert wurden?

65% (Top2)

35

Low 2 (eher nicht / überhaupt nicht)

Quelle: b4p trends „Seitenweise Liebe – mehr als nur gelesen“ 2025, Frage: „Wie wichtig ist es Ihnen, dass Zeitschriften klar kennzeichnen, welche Inhalte von KI bzw. Algorithmen erstellt wurden?“ Top2-Wert einer 4er Skala; Basis: Gesamt. n = 1.254



Vertrauen braucht Menschen **Echter Journalismus ist Pflicht – nicht Kür**

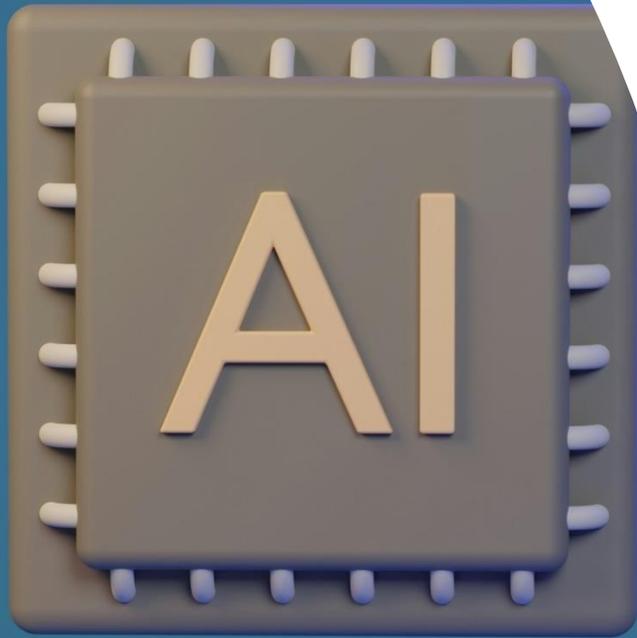
Wie wichtig ist es Ihnen, dass Zeitschriften Informationen liefern, die von menschlichen (echten) Journalisten recherchiert wurden?

97%

Top 2 (sehr wichtig / wichtig)

3

Quelle: b4p trends „Seitenweise Liebe – mehr als nur gelesen“ 2025, Frage: „Wie wichtig ist es Ihnen, dass Zeitschriften Informationen liefern, die von menschlichen (echten) Journalisten recherchiert wurden?“ Top2-Wert einer 4er Skala; Basis: Gesamt. n = 1.254



Kennzeichnung ist essentiell **Transparenz fördert Vertrauen**

Wie wichtig ist es Ihnen, dass Zeitschriften klar kennzeichnen, welche Inhalte von KI bzw. Algorithmen erstellt wurden?

90% (Top2)

Top 2 (sehr wichtig / wichtig)

10

Quelle: b4p trends „Seitenweise Liebe – mehr als nur gelesen“ 2025, Frage: „Inwieweit vertrauen Sie auf die Informationen, die von Künstlicher Intelligenz (KI) oder Algorithmen generiert wurden?“ Top2-Wert einer 4er Skala; Basis: Gesamt. n = 1.254

4

Werbung in Zeitschriften

Akzeptanz und Wirkung

Werbung in Zeitschriften: Kontrollierbar und wenig störend

Werbung in Zeitschriften genießt hohes Vertrauen – Nutzer fühlen sich nicht überfordert oder manipuliert, sondern behalten die Kontrolle.

89%

ich kann
selbst bestimmen,
wie viel Werbung ich
mir anschau

71%

empfinden Werbung in
Zeitschriften als
wenig störend



Werbung in Zeitschriften: Relevanz statt Reizüberflutung

61%

schauen sich Werbung in
Zeitschriften lieber
an als im Internet

53%

schauen Werbung
aufmerksamer als in
anderen Medien

62%

finden, **Werbung** ist gut
auf die **Inhalte** der
Zeitschrift
abgestimmt.

65%

blättern gerne durch
Beifhefter
und
Beilagen



Werbung in Zeitschriften: Konkrete Orientierung

54%

Werbung in
Zeitschriften ist
hilfreich
für mich

52%

achten bei geplanten
Käufen **gezielt** auf
Anzeigen in
Zeitschriften

we | love | print



36%
wurden durch
QR-Codes in Zeitschriften
schon einmal
zu einem
Kauf angeregt



Warenproben

Ein sinnliches Vergnügen



Produktproben **Bleiben präsent und in Erinnerung!**

75%

Ich werfe **Warenproben**
nicht weg, sondern
sammle und nutze sie

65%

Anzeigen mit
Warenproben
bleiben mir besonders gut
in **Erinnerung**

Quelle: b4p trends „Seitenweise Liebe – mehr als nur gelesen“ 2025; Wenn Sie nun an Anzeigen mit Produktproben in Zeitschriften denken:
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Top2 einer 4er-Skala, Basis: Gesamt. n = 1.254



Produktproben **Willkommener Zusatznutzen**

70%

Ich nutze **gerne**
Produktproben aus
Zeitschriften

78%

Warenproben sind eine
gute Möglichkeit, (neue)
Produkte zu testen



Ich nutze
Produktproben
gerne auf Reisen

64%



Aufgrund einer
Probe aus einer
Zeitschrift schon
einmal ein
Produkt gekauft:

64%

Und noch mehr Wirkung

Denn die Wirkung geht weiter – und tiefer

Mehr Relevanz – mehr Wirkung

Zeitschriften erreichen Produktinteressierte

b4t brands

Durchschnittliches Produktinteresse
über alle b4t-Marken/Branchen

73%



Publikums-
zeitschriften

57%



TV

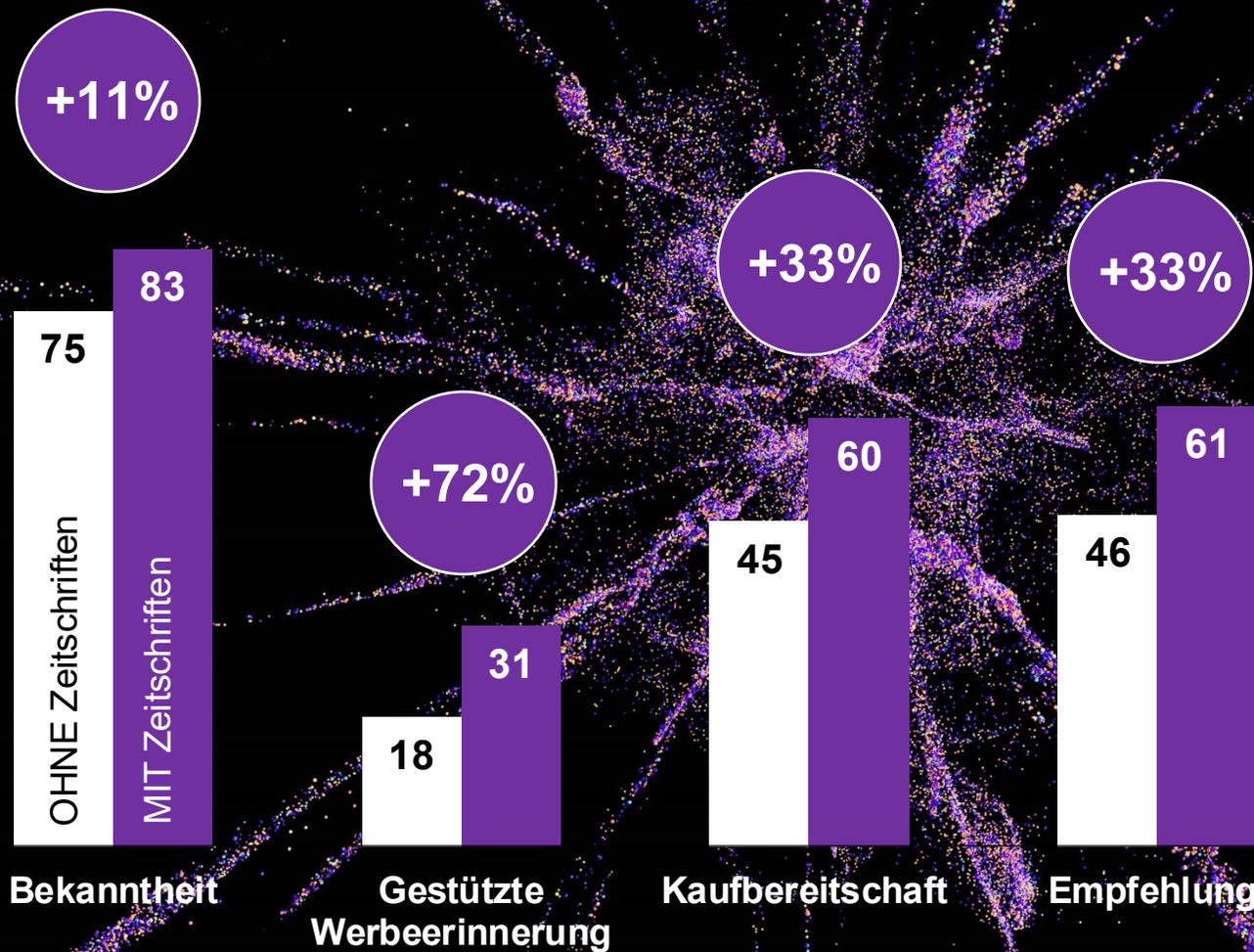
60%



Digital



Bildquelle: Unsplash+



PZ macht Marken spürbar stärker

Kontakte in Publikumszeitschriften zünden.



Sympathie

Lieblingsmarke

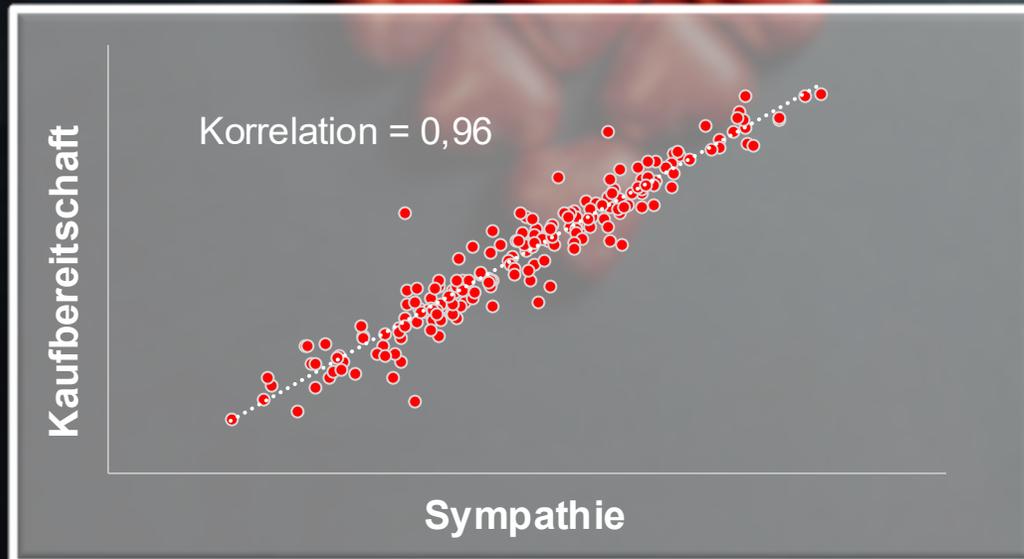
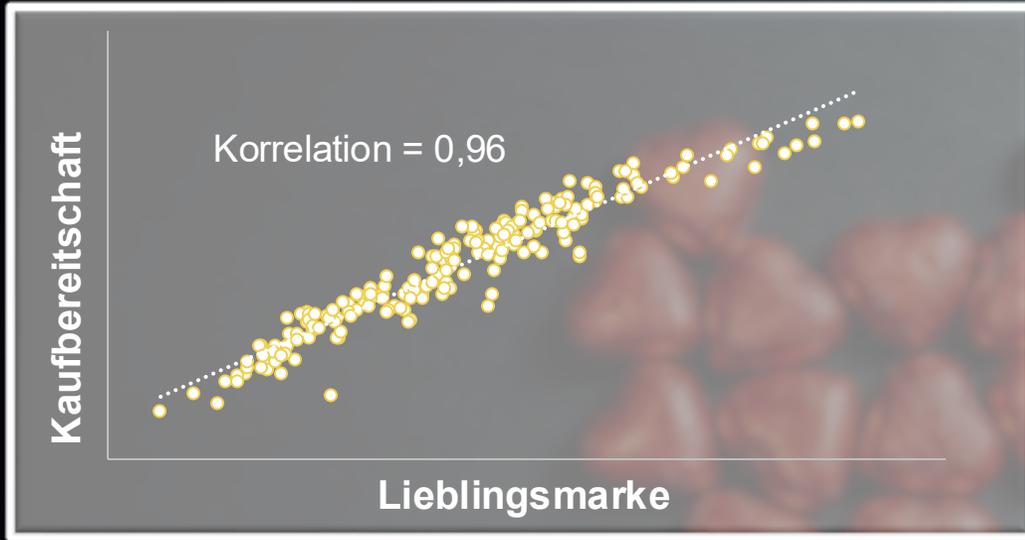
Zeitschriften machen Marken zu Lieblingen

Werbung in Publikumszeitschriften steigert Sympathie und Markenbindung.

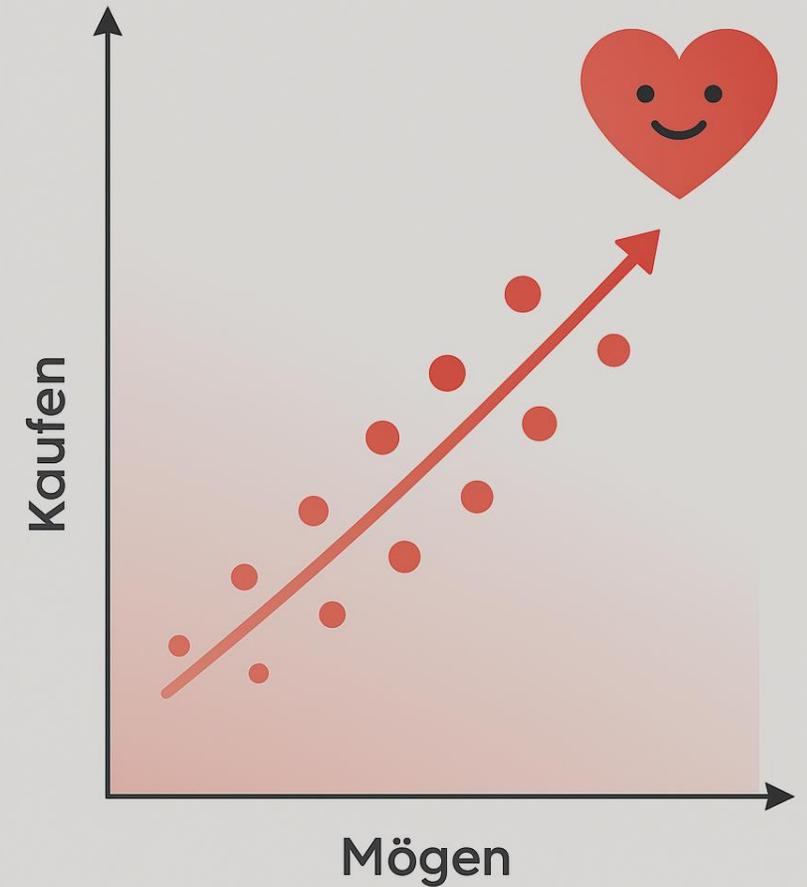
PZ=Publikumszeitschriften

Bildquelle: Unsplash +

Brand Love zahlt sich aus



Je mehr man etwas mag,
desto eher will man es
kaufen



Zeitschriften

Sammlerstücke, Tauschobjekte



Bildquelle: Unsplash +

60%
Ich hebe mir **einzelne**
Inhalte der
Zeitschrift(en) auf

werden
GESAMMELT



64%
Ich **bewahre**
Ausgaben **auf** und
nehme sie später
nochmal zur Hand

59%
Zeitschriften, die mich
interessieren, **sammle** ich



bleiben
SICHTBAR



56%
Zeitschriften liegen
sichtbar bei mir zu Hause
(im Wohnzimmer)

werden
GETEILT



42%
Zeitschriften **tausche** ich
gerne mit anderen

67%
Zeitschriften **gebe** ich
auch an **andere**
weiter, nachdem
ich sie gelesen habe

Publikumszeitschriften

- **Vertrauen statt Zweifel**
- **Fokus & Auszeit statt Scrollen**
- **Gelesen, geliebt, geteilt**
- **Werbung, die wirklich wirkt**

Anhang

Soziodemografie der Stichprobe

- Formatvorlagen des Textmasters bearbeiten
- Zweite Ebene
- Dritte Ebene

Geschlecht

- Vierte Ebene



Alter



Digital Natives – Was unterscheidet junge von älteren Leser:innen?



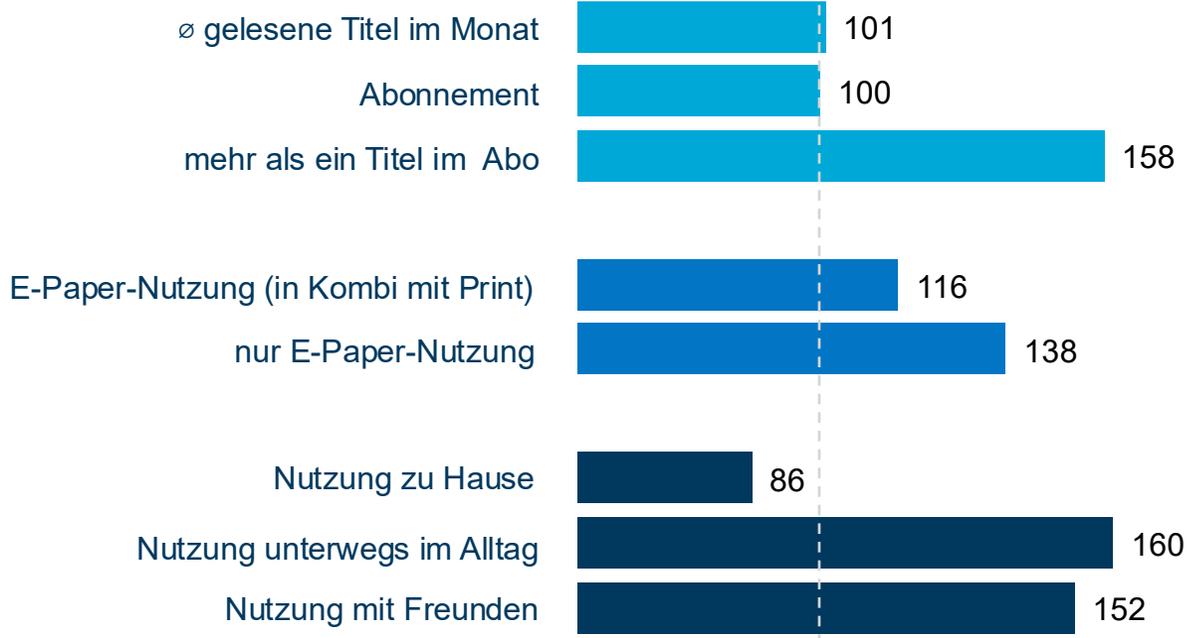
Bildquelle: unsplash



65%
der Digital Natives
nutzen E-Paper

Die digitale Nutzung von Zeitschriften ist bei junge Menschen Normalität

Zeitschriftennutzung Digital Natives (Affinitäten)



Index: 30-69 Jahre = 100

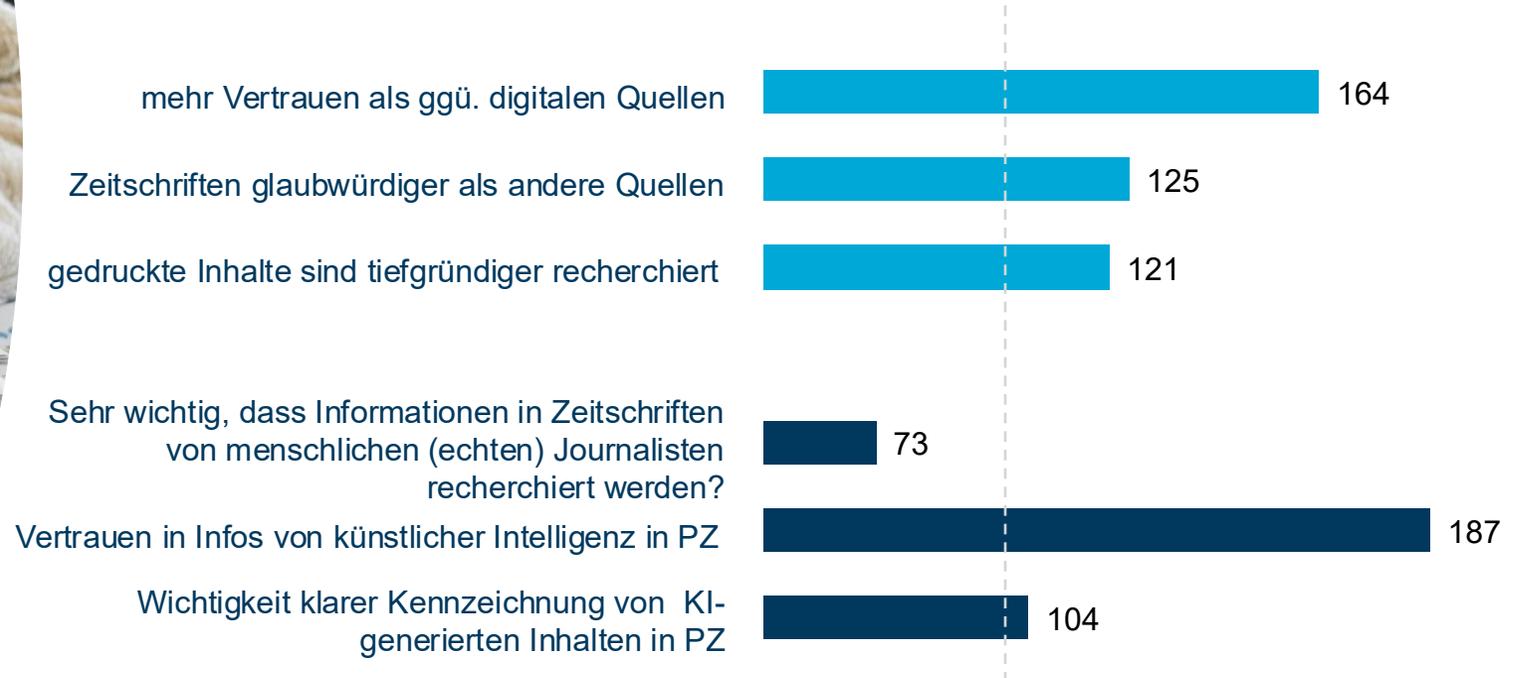
Quelle: b4p trends Seitenweise Liebe – mehr als nur gelesen (2025), Basis: 18-29 Jahre (Forever-Print-Fans) n=322
Bildquelle: Pexels



Digital Natives haben großes Vertrauen in Zeitschriften und sind weniger skeptisch gegenüber KI-generiertem Content

Vertrauen in Zeitschriften und Einstellung ggü. KI-Content (Affinitäten)

69%
der Digital Natives finden Zeitschriften glaubwürdiger als andere Quellen

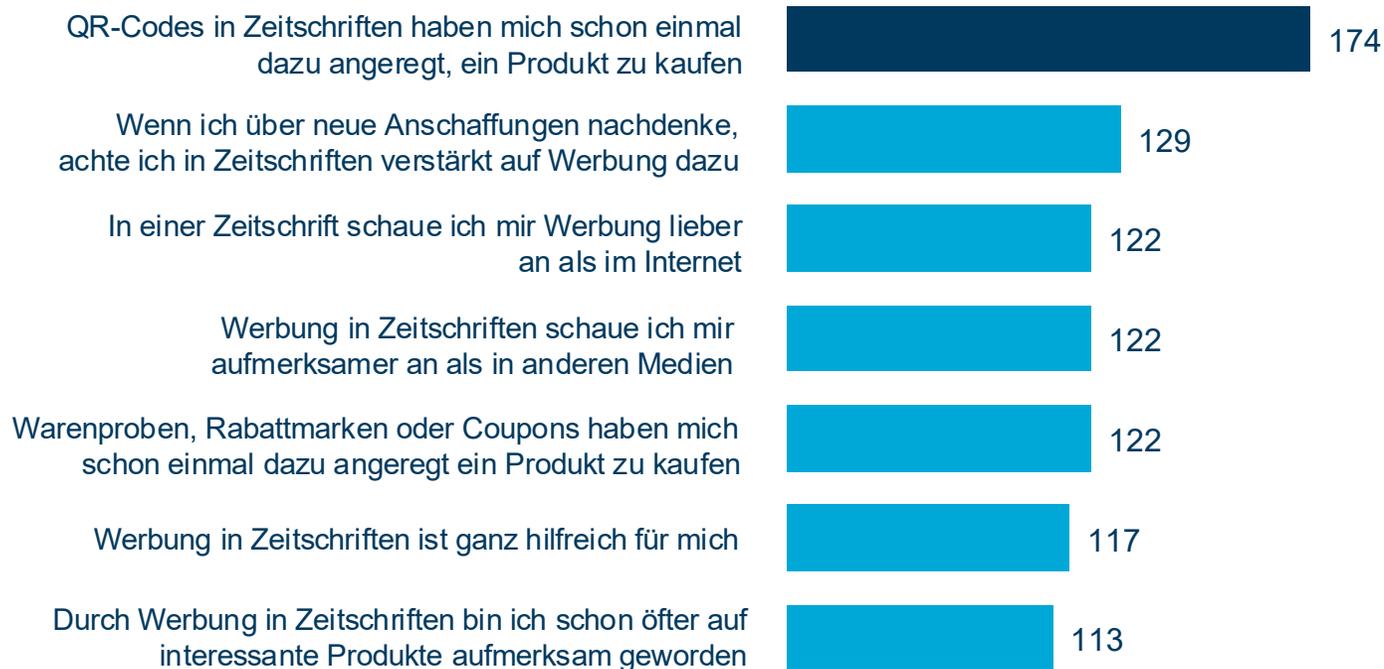


Index: 30-69 Jahre = 100

Quelle: b4p trends Seitenweise Liebe – mehr als nur gelesen (2025), Basis: 18-29 Jahre (Digital Natives) n=241
Bildquelle: unsplash

Digital Natives haben eine hohe Affinität für PZ-Werbung und lassen sich durch diese gerne inspirieren

Einstellungen zu PZ-Werbung Digital Natives (Affinitäten)



Index: 30-69 Jahre = 100

54%

der **Digital Natives** wurden durch einen **QR-Code** schon einmal zum **Kauf** angeregt

Forever-Print-Fans: Leser:innen mit einer ganz besonderen Bindung zum Medium Print

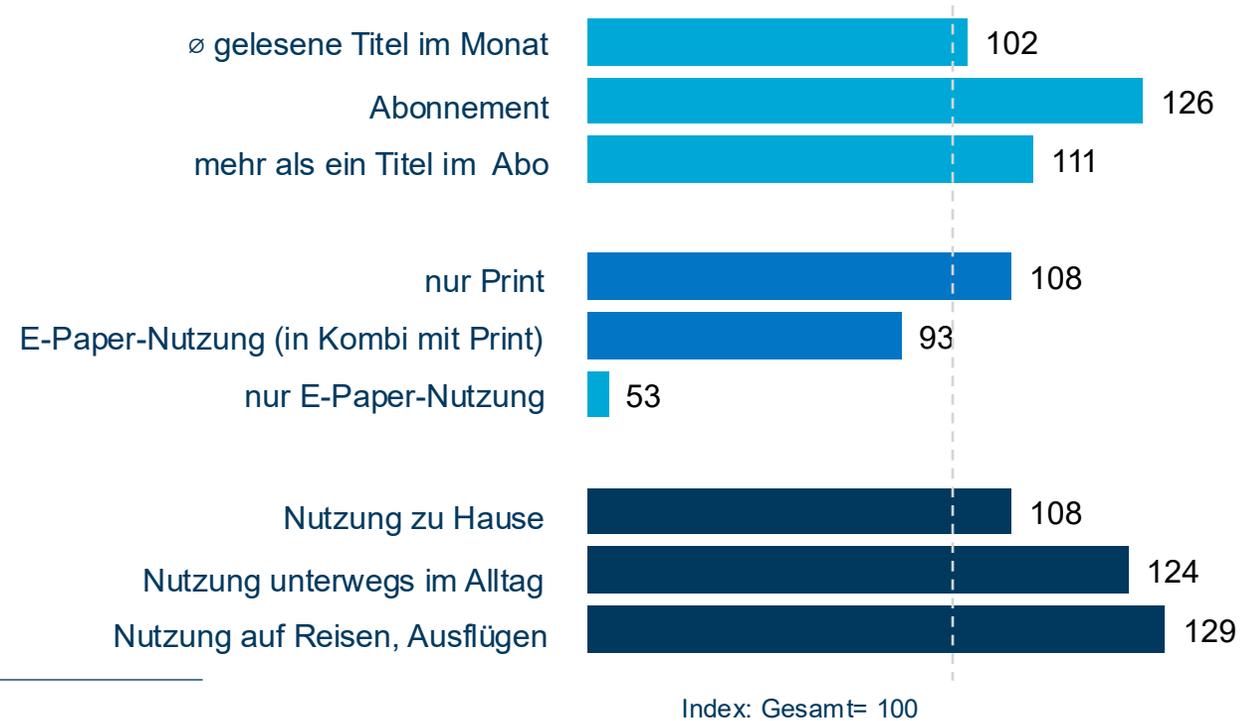


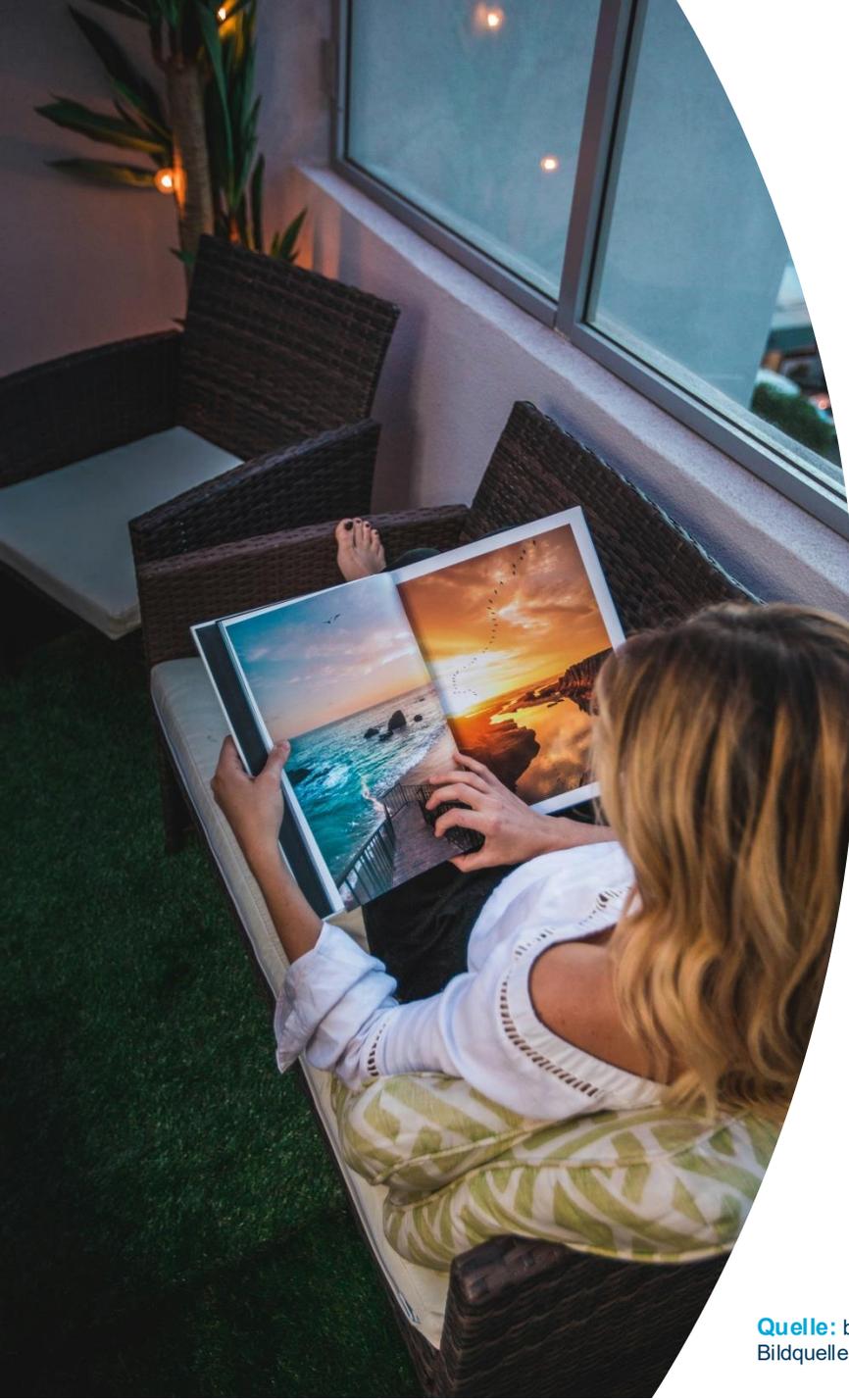
25%

der PZ-Leser:innen fühlen
sich **emotional** ihren
Zeitschriften **verbunden** oder
identifizieren sich mit ihnen

Forever-Print-Fans beziehen überdurchschnittlich häufig Abos, lesen mehrere Titel und nutzen PZ zu Hause wie unterwegs

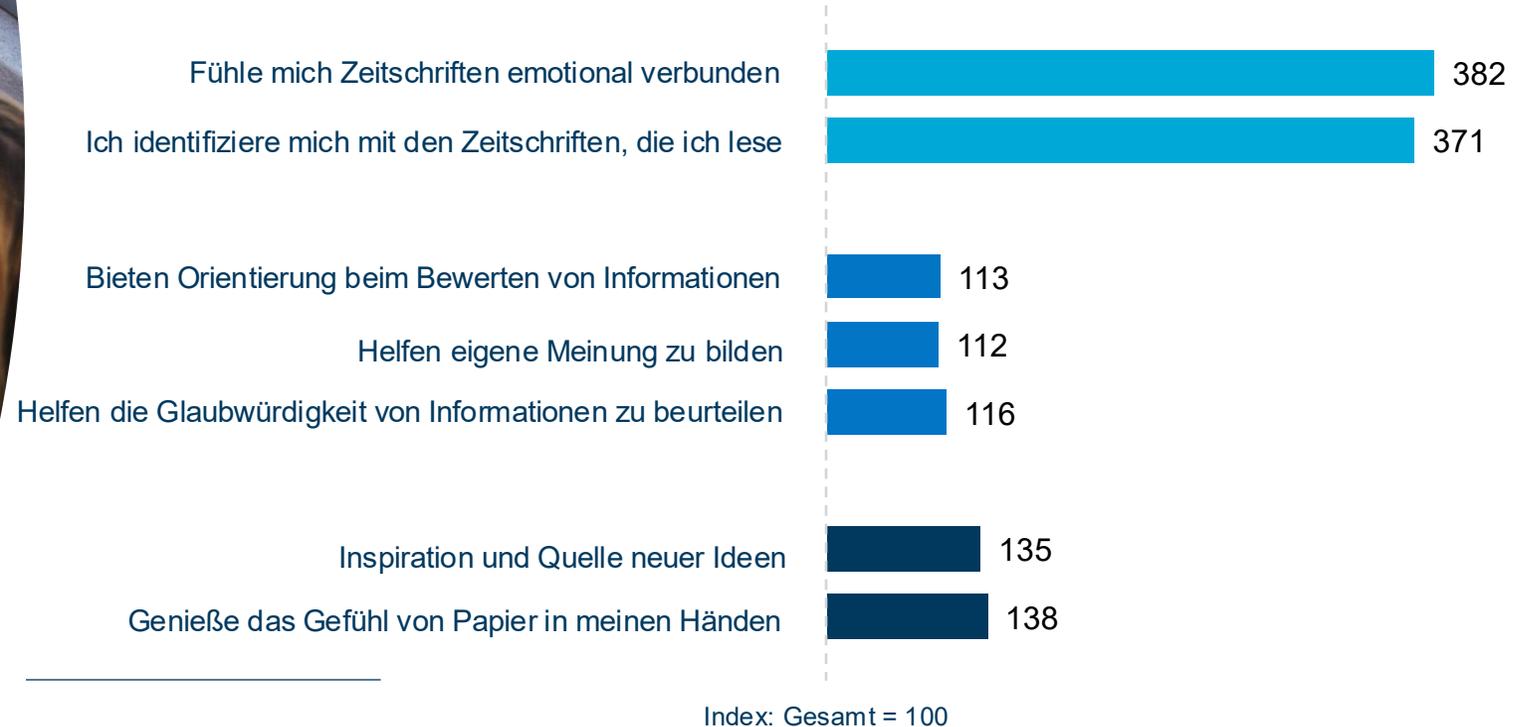
Zeitschriftennutzung Forever-Print-Fans (Affinitäten)





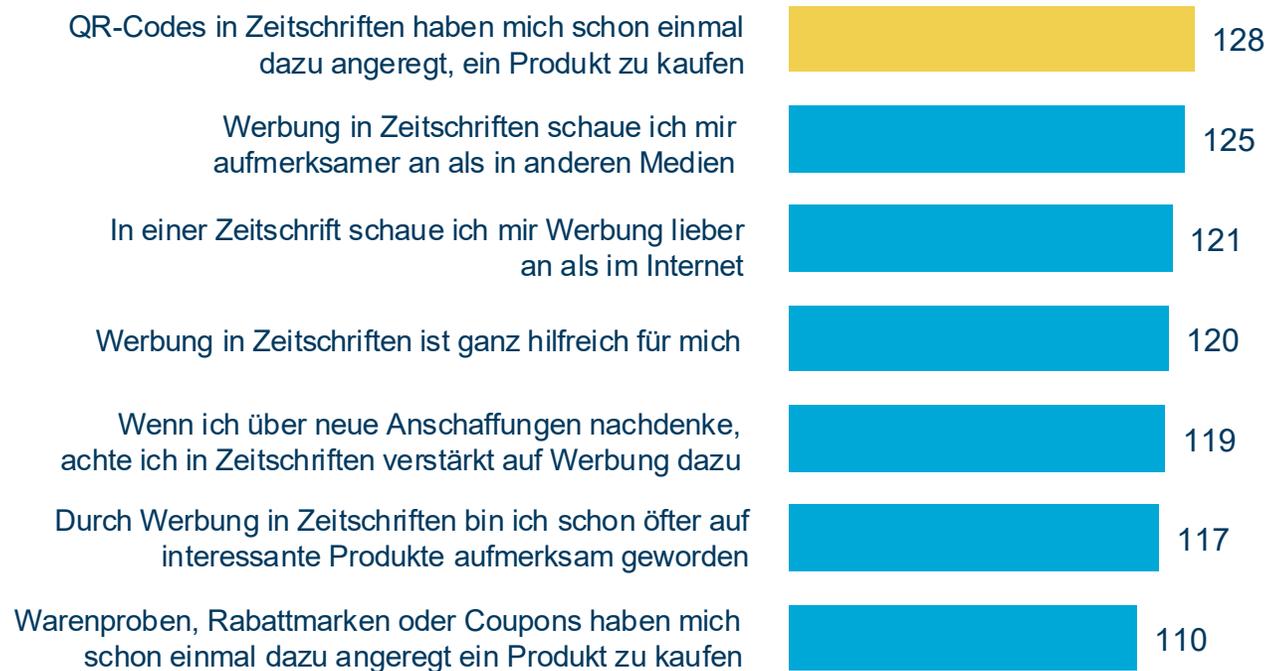
Forever Print Fans lieben ihren Zeitschriften und lassen sich gerne von ihnen inspirieren!

Einstellungen zu Zeitschriften Forever Print Fans (Affinitäten)



Die Inspiration betrifft nicht nur den red. Content: Forever Print Fans lassen sich sehr gerne durch Werbung informieren und anregen

Einstellungen zu PZ-Werbung Forever Print Fans (Affinitäten)



76%

der Forever Print Fans sind durch **PZ-Werbung** schon öfter auf interessante **Produkte** aufmerksam geworden

Quelle: Unsplash +



Herzlichen Dank!

Frank Swoboda

Senior Advertising Researcher bei RTL Deutschland

und

Tanja Seiter

Director Media Research Hubert Burda Media

We Love Print