

Pressekontakt:

Michael Knippelmeyer
t +49 (0) 521 9257 687
f +49 (0) 521 9257 333
e michael.knippelmeyer@tns-emnid.com
www.tns-emnid.com

Pocket und Tabloid: Sind die Kleinsten die Größten?

TNS Emnid untersucht die Attraktivität kleinformatiger Zeitschriften und Zeitungen

Bielefeld, 10. April 2006 - Viel diskutiert und ausprobiert: Das Format von Zeitschriften und Zeitungen auf eine handlichere Größe zu reduzieren. Verlage versprechen sich nicht nur, neue Zielgruppen zu gewinnen, sondern auch die Leserbindung durch Anpassung an die Bedürfnisse der sogenannten mobilen Gesellschaft zu erhöhen. Welche Vor- und Nachteile eines kleineren Formates aber identifizieren eigentlich die Leser selbst?

Die TNS Emnid Medienforschung hat in zwei Studien mit jeweils 1.344 bzw. 1.676 Bundesbürgern ab 14 Jahren die Leser nach ihrer Meinung zum sogenannten Pocket- bzw. Tabloidformat befragt. Zugleich haben die Mediaforscher allgemeine Daten zur Zeitschriften- und Zeitungsnutzung erhoben und die häufigsten Orte identifiziert, an denen eine Zeitschrift bzw. eine Zeitung gelesen wird.

Häufigster Ort sowohl für Zeitschriften- als auch für Zeitungsnutzung: zu Hause

70 Prozent der Deutschen lesen mindestens gelegentlich einen oder mehrere Zeitschriftentitel. Ebenfalls knapp 70 Prozent nutzen täglich oder zumindest regelmäßig eine regionale oder überregionale Tageszeitung. Die aktuelle Nutzungsstruktur zeigt, dass sowohl Zeitungen als auch Zeitschriften überwiegend zu Hause gelesen werden: Das sagen 93 Prozent der Zeitungsleser und 85 Prozent der Zeitschriftenleser. Zeitschriften werden aber häufiger als Zeitungen auch an anderen Orten gelesen und zwar durchschnittlich an 2,1 verschiedenen Orten, Zeitungen hingegen an nur durchschnittlich 1,4 Orten.

Das Wartezimmer ist der Ort, an dem eine Zeitschrift am zweithäufigsten genutzt wird (42 Prozent). Weiterhin nutzt ein Viertel der Bundesdeutschen den Friseurbesuch, um in einer Zeitschrift zu lesen. Der Urlaub bzw. der Urlaubsort bietet 18 Prozent die Möglichkeit, sich ausgiebiger mit einer Zeitschrift zu beschäftigen. Bei Freunden oder Verwandten zu Hause nutzen noch elf Prozent einen Titel; neun bzw. acht Prozent lesen am Arbeits- oder Ausbildungsplatz bzw. in der Bahn oder im Zug. In einem Café wird eine Zeitschrift von nur noch sieben Prozent gelesen.

Während Männer einen Zeitschriftentitel häufiger "unterwegs", also in öffentlichen Verkehrsmitteln oder auf Reisen, am Arbeitsplatz oder auch im Urlaub zur Hand nehmen, nutzen Frauen häufiger einen ausliegenden Titel - zum Beispiel im Wartezimmer eines Arztes, beim Friseur oder im Café. Naturgemäß spielt auch die Berufstätigkeit und die damit verbundene Aushäusigkeit eine wichtige Rolle bei der Nutzungsweise: Insgesamt lesen 37 Prozent der Berufstätigen eine Zeitschrift auch unterwegs, dagegen nur 19 Prozent der Nicht-Berufstätigen.

Auch das Alter entscheidet mit über den Ort des Lesens: So greifen die jüngeren, unter 30-Jährigen deutlich häufiger unterwegs (Arbeitsplatz/Schule/Uni, auf Reisen/in öffentlichen Verkehrsmitteln) zur Lektüre. Ihr Nutzungsverhalten ist mithin variabler und mobiler als das der über 30-Jährigen.

Häufiger mit der Zeitschrift unterwegs als mit der Zeitung

Noch häufiger als eine Zeitschrift wird die Tageszeitung zu Hause gelesen (93 Prozent) und demgemäß seltener an anderen Orten. Zum Vergleich: Während eine Zeitschrift als Auslage (im Café, im Wartezimmer, beim Friseur) von insgesamt 53 Prozent gelesen wird, beträgt dieser Anteil bei Zeitungen nur 14 Prozent. Auch die Nutzung unterwegs (Bahnfahrt, Arbeitsplatz, Urlaub) ist bei Zeitschriften mit 30 Prozent höher als bei Zeitungen (20 Prozent). Für die Zeitungsnutzung bedeutet dies: Nur zwölf Prozent der deutschen Zeitungsleser nutzen ihr Blatt am Arbeits- oder Ausbildungsplatz, neun Prozent in einem Wartezimmer und nur sechs Prozent während eines Friseurbesuchs. Fünf Prozent lesen unterwegs in Bus oder Bahn, nur jeweils vier Prozent bei Freunden oder im Café. Auch hier spielt die beruflich bedingte Mobilität eine große Rolle für die Nutzungsstruktur: Knapp ein Drittel der Berufstätigen lesen ihre Zeitung unterwegs, zum Beispiel im Zug, am Arbeitsplatz oder im Urlaub (30 Prozent), hingegen nur fünf Prozent der Nicht-Berufstätigen.

Pluspunkt: Handliches Format für den Transport - Handhabung polarisiert

„Praktisch“ lautet das Argument, das sowohl für Zeitschriften als auch für Zeitungen im Kleinformat steht: "Es ist praktisch, denn die Zeitschrift/Zeitung kann überall mit hin genommen werden", sagen jeweils 31 Prozent. Im Vergleich der Geschlechter verwenden dieses Argument gerade bei Zeitschriften eher Frauen (35 Prozent) als Männer (27 Prozent). In bezug auf Zeitungen beurteilen hier Berufstätige das Tabloid-Format positiver (36 Prozent) als Nicht-Berufstätige (25 Prozent). Die "bessere Handhabbarkeit" ist ein Argument, das ebenfalls eher Frauen anführen. Dieses Merkmal wird wiederum eher als Vorteil für das Pocketformat bei Zeitschriften (29 Prozent) als für das Tabloidformat bei Zeitungen (21 Prozent) gesehen.

Generell polarisiert die Handhabung stärker bei Zeitschriften als bei Zeitungen: 23 Prozent der Zeitschriftennutzer sehen explizit einen Nachteil in der schlechteren Handhabbarkeit, dagegen nur 13 Prozent der Zeitungsleser. Ein Nachteil, der von besonderer Bedeutung für die älteren Leser beider Formate ist.

Ein Fünftel aller Befragten geben an, sie würden eine Zeitschrift bzw. eine Zeitung im kleineren Format der größeren Form vorziehen (Pocket: 21 Prozent, Tabloid: 20 Prozent). Die beruflich bedingte Mobilität spielt hier eher bei Zeitungen eine Rolle: 23 Prozent der Berufstätigen präferieren das Tabloid gegenüber 17 Prozent der Nicht-Berufstätigen.

Der Meinung, dass eine Pocketausgabe völlig genüge, "denn da steht das gleiche drin wie in einer Zeitschrift in größerem Format", sind insgesamt 19 Prozent, vor allem jüngere Befragte und berufstätige Personen. Ein etwas höherer Anteil (23 Prozent) meint, dass eine Zeitung in kleinerem Format genüge; dies sind eher Frauen, aber auch eher jüngere Leser. Deutlich im Hintergrund steht der vertriebliche Vorteil eines kleinformatigen Titels: Nur jeweils acht Prozent meinen, dass sie sich vom Pocket- bzw. Tabloidtitel eher angesprochen fühlen, weil dieser sich von den anderen, größerformatigen Zeitschriften und Zeitungen abhebe. Im Gegenteil: In bezug auf Zeitschriften sieht ein Fünftel der Befragten (22 Prozent) in dem kleineren Pocketformat sogar die Gefahr, dass die Zeitschrift dadurch weniger auffällig ist und "am Zeitschriftenregal schneller übersehen werden kann". Diese Gefahr wird unter Zeitungslesern hinsichtlich des Tabloidformates seltener gesehen (16 Prozent).

Contra: Nachteile für Abbildungen, schlechtere Lesbarkeit, weniger Wert

Hinsichtlich der möglichen Nachteile eines kleinformatigen Printtitels melden sich Männer häufiger zu Wort als Frauen. Dabei werden die beiden entscheidenden Nachteile des Kleinformats sowohl für Zeitschriften als auch für Zeitungen in der schlechteren Lesbarkeit sowie in der mangelnden Qualität von Abbildungen und Fotos angenommen: Dass sich das kleinere Format nachteilig auf die Lesbarkeit auswirkt, befürchten 39 Prozent der Zeitungsleser und 37 Prozent der Zeitschriftennutzer - bei beiden Formaten eher ältere Leser als jüngere. Die mangelnde Qualität der Abbildungen wird eher bei Zeitschriften (38 Prozent) als bei Zeitungen (34 Prozent) angenommen. Eine kleinformatige Ausgabe wird darüber hinaus als weniger wert(ig) empfunden: 27 Prozent der Zeitschriftenleser und 25 Prozent der Zeitungsleser sind der Meinung, die kleinformatige Ausgabe "müsste billiger sein als dieselbe Ausgabe in einem größeren Format". Im Gegenzug sind aber auch nur zehn Prozent (Zeitschrift) bzw. neun Prozent (Zeitung) der Meinung, dass ein kleineres Format zugleich bedeutet, dass man weniger für sein Geld bekomme. Als etwas preissensibler erweisen sich hier jüngere Leser sowie männliche Nutzer.

"Die Ergebnisse lassen kein eindeutiges Votum für das eine oder andere Format eines Printobjektes zu", so Claudia Knoblauch, Studienleiterin bei der TNS Emnid Medienforschung. "Insgesamt überwiegen zwar die negativen Argumente in bezug auf Pocket bzw. Tabloid die positiven, aber wir sehen im Vergleich der einzelnen Teilgruppen schon spezifische Vorlieben sowie auch spezifische Risiken: Nicht immer ist Mobilität ein Grund, auf qualitative Vorteile wie gute Lesbarkeit, ansprechende Gesamtanmutung und Qualität der Abbildungen verzichten zu wollen. Die in Zeiten zunehmender Mobilität angenommenen relevanten Gründe wie "Handtaschengröße" eines Heftes oder einer Zeitung sind sicher wichtiger geworden, aber es gilt zu berücksichtigen, dass gerade Zeitungen, aber auch Zeitschriften nach wie vor zum überwiegenden Teil zu Hause genutzt werden. Daran hat der mobile

Charakter unserer Gesellschaft bisher offenbar wenig geändert - und auch ein Kleinformat wird dies sicher weniger beeinflussen können."

Die Studie "Zeitschriftenformate: Sind die Kleinsten die Größten?" ist auf Anfrage gegen eine Schutzgebühr erhältlich.

Studiendesign

Die Studien "Pocket- und Tabloidformat: Sind die Kleinsten die Größten?" wurden von der TNS Emnid Medienforschung im Zeitraum vom 09. bis 29. Januar 2006 durchgeführt. In zwei Studien wurden insgesamt 3.020 per Zufallsauswahl mit ADM-Mastersample-Verfahren ausgewählte Personen ab 14 Jahren in persönlichen Interviews (CAPI) befragt. Die Studie ist Teil der Themenreihe „Die Deutschen und ihr Leseverhalten“, in der TNS Emnid bereits verschiedenste Fragestellungen untersucht und veröffentlicht hat.

Kontakt und weitere Informationen:

Claudia Knoblauch
t +49 521 9257 695
f +49 521 9257 654
e claudia.knoblauch@tns-emnid.com
www.tns-emnid.com