

Köln, den 06.04.2009

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Leser schicken ihre Zeitschriften in Kurzarbeit**

Studie belegt veränderte Nutzung: Abos bleiben relativ stabil, Einzelverkauf geht zurück

Jeder dritte Zeitschriftenleser verkneift sich mittlerweile den Kauf von Zeitschriften am Kiosk oder im Geschäft. Damit wirkt sich die Wirtschaftskrise nun auch auf die Ausgabenbereitschaft für Medien aus. Den abonnierten Titeln bleiben die Leser jedoch auch in der Krise zunächst treu: ihre feste Bindung an Zeitschriften haben deutlich weniger Befragte aufgekündigt.

Dies geht aus der Studie „Zeitschriftennutzung in Zeiten der Wirtschaftskrise“ des Kölner Marktforschungsinstituts Werbestolz hervor. Für die Untersuchung wurden im März dieses Jahres 1.045 Zeitschriftenleser zu ihren Nutzungsveränderungen bei verschiedenen kostenpflichtigen Medien und Angeboten befragt.

Knapp jeder zweite Zeitschriftenleser gibt außerdem an, bei Einkäufen und Ausgaben in letzter Zeit sparsamer geworden zu sein. Diese Gruppe ist es daher auch, die bei allen kostenpflichtigen Medien und Angeboten sehr deutlich den Rotstift ansetzt.

Zwar dürfte in Krisenzeiten die Zahl der Mitleser ohne eigenes, bezahltes Exemplar zunehmen. Dennoch wird sich die veränderte Nutzung zeitversetzt auch in den erhobenen Reichweiten vieler Titel niederschlagen, vermutet Studienautor Eckhard Preis von Werbestolz.

Ein achtseitiger Studienbericht kann kostenlos unter [info@werbestolz.de](mailto:info@werbestolz.de) angefordert werden.

*Köln, den 06. April 2009*

### **Kontakt und weitere Informationen:**

Eckhard Preis, Werbestolz

Fon +49 (0) 2234 – 914526  
Fax +49 (0) 2234 – 914527  
Mail [preis@werbestolz.de](mailto:preis@werbestolz.de)