

Hinz&Kunzt

Ergebnisse der Leser:innen-Befragung

Hamburg, 2022

B

Immer einen Blick wert: Hinz&Kunzt und seine Leser:innen

Hinz&Kunzt-Leser:innen und -Käufer:innen bleiben jung.

Hinz&Kunzt wird altersunabhängig gekauft und gelesen. Doch insbesondere die Leserschaftsanteile in den Altersgruppen zwischen 18 und 49 Jahren sind größer als in der Hamburger Bevölkerung.

Hinz&Kunzt-Werbepartner sind Sympathieträger.

60% der Befragten finden in Hinz&Kunzt werbende Unternehmen sympathisch.

Hinz&Kunzt ist lesenswert.

82% der Befragten finden das Magazin an sich lesenswert, 61% lesen deutlich mehr als die Hälfte einer Ausgabe.

Die Zielgruppe von Hinz&Kunzt bleibt stabil.

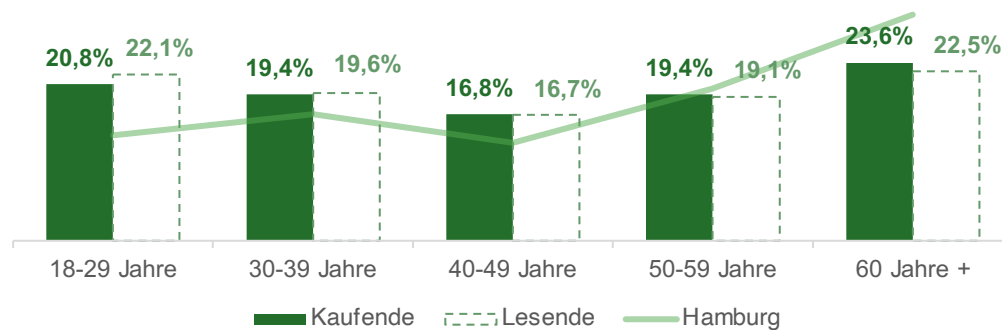
82% der Befragten kaufen mit gleichbleibender Häufigkeit oder sogar mehr Ausgaben als im vergangenen Jahr. Die Altersgruppe unter 29 Jahren sogar 25% häufiger.

Hinz&Kunzt ist ein Dauerbrenner.

50% der Hinz&Kunzt-Käufer:innen kaufen mindestens vier Ausgaben oder mehr pro Jahr.
Zum Vergleich: Nur 38% aller Deutschen kaufen mehrmals im Jahr Zeitungen oder Zeitschriften.

(K)eine Frage des Alters: Hinz&Kunzt-Leser:innen und -Käufer:innen bleiben jung

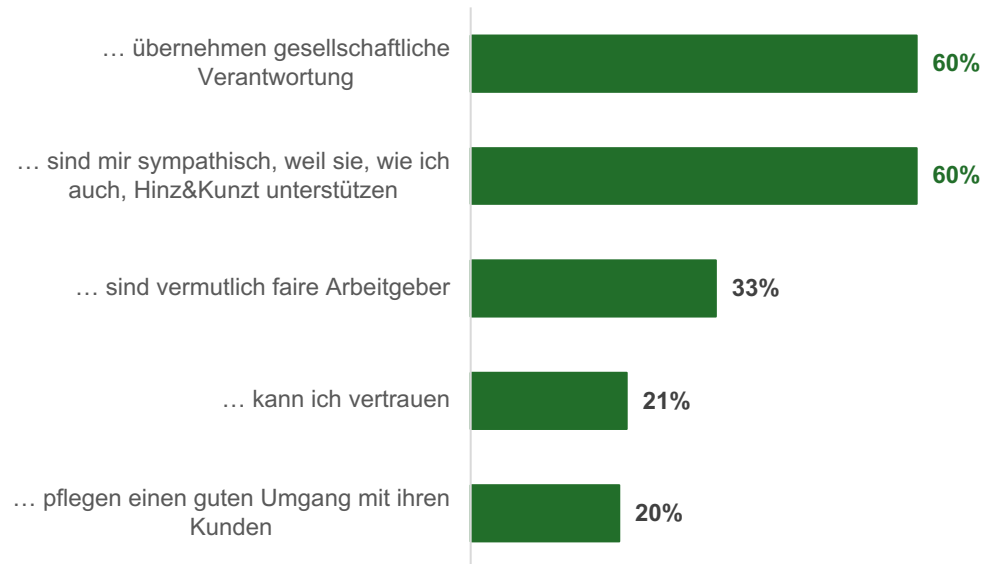
Hinz&Kunzt-Leserschaftsanteile



Hinz&Kunzt wird gekauft und gelesen – altersunabhängig. Insbesondere bei jüngeren Menschen punktet das Magazin: Die Leserschaftsanteile in den Altersgruppen zwischen 18 und 49 Jahren sind größer als in der Hamburger Bevölkerung.

Gut ist, wer Gutes tut: Hinz&Kunzt-Werbepartner:innen sind Sympathieträger

Unternehmen, die in Hinz & Kunzt werben ...

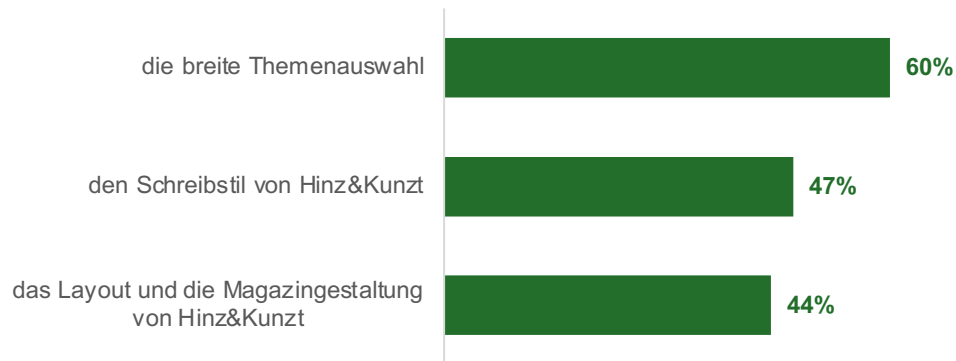


Die gemeinsame Unterstützung von Hinz&Kunzt empfinden 60% der Befragten als sympathisch. Soziale und gesellschaftliche Verantwortung gehören in den Aufgabenbereich moderner Unternehmen. Das dies nicht schwer ist, zeigen die Werbepartner:innen von Hinz&Kunzt.

Übrigens, dieser Effekt hält an: Auch ehemaligen Käufer:innen schätzen unsere Werbepartner:innen als verantwortungsbewusst (62%) und sympathisch (59%) ein.

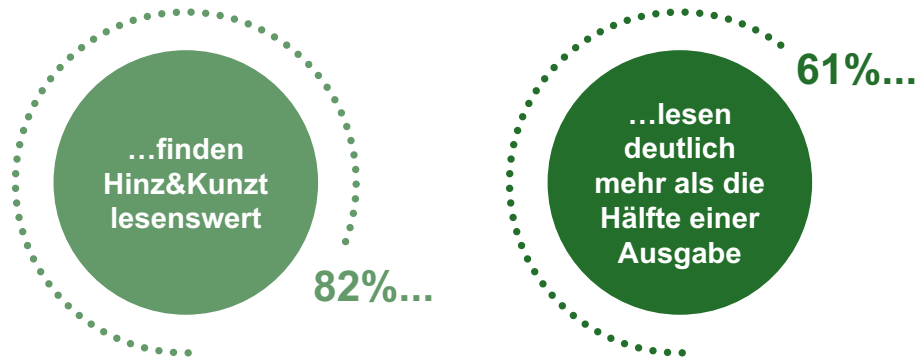
Der Inhalt spricht für sich: Hinz&Kunzt bietet ein attraktives Werbeumfeld

Hinz&Kunzt kommt an: Gut oder sehr gut gefällt unseren Leser:innen...



Mit **96% Zufriedenheit unter Leser:innen*** bietet Hinz&Kunzt eine Leserschaft der Spitzenklasse. Diese ist hart erarbeitet: besonders hervor stechen für die Lesenden die breite Themenauswahl (60%) und der magazin-eigene Schreibstil (47%).

Lesenswert: Hinz&Kunzt-Leser:innen lesen mehr

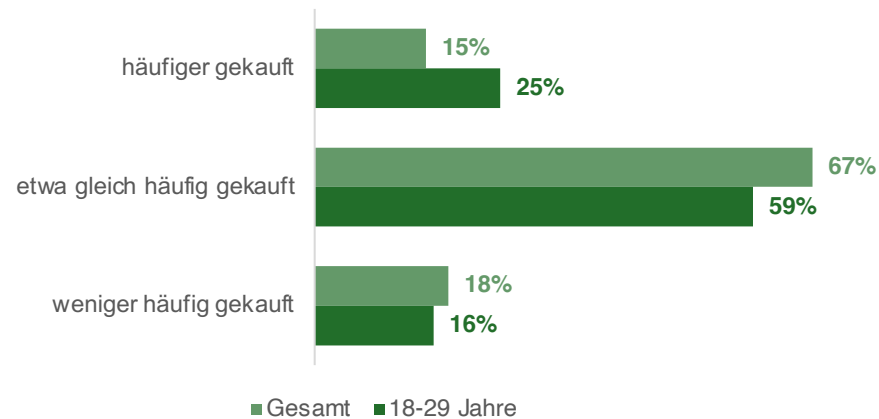


82% der Befragten finden das Magazin an sich lesenswert. Aber es gibt viele Gründe Hinz&Kunzt zu lesen: Dass der Kauf des Magazins mehr als eine gute Tat ist, bestätigen die Leser:innen. 61% von ihnen lesen deutlich mehr als die Hälfte oder sogar fast jeden Artikel einer Ausgabe.

Im Vergleich: nur 41% der Deutschen geben an, für sie interessante Zeitschriften auch gründlich zu lesen.

Hinz&Kunzt bleibt jung: Käufer:innen zwischen 18 und 29 Jahren greifen häufiger zu

Verglichen mit dem Vorjahr Hinz&Kunzt wurde...



Die Zielgruppe von Hinz&Kunzt bleibt auch in Zeiten des demografischen Wandels stabil: 82% der Befragten kaufen mit gleichbleibender Häufigkeit oder sogar mehr Ausgaben als im vergangenen Jahr.

Für Zuwachs sorgt die Altersgruppe zwischen 18 und 29 Jahren, von denen im letzten Jahr **25% häufiger** gekauft hat.

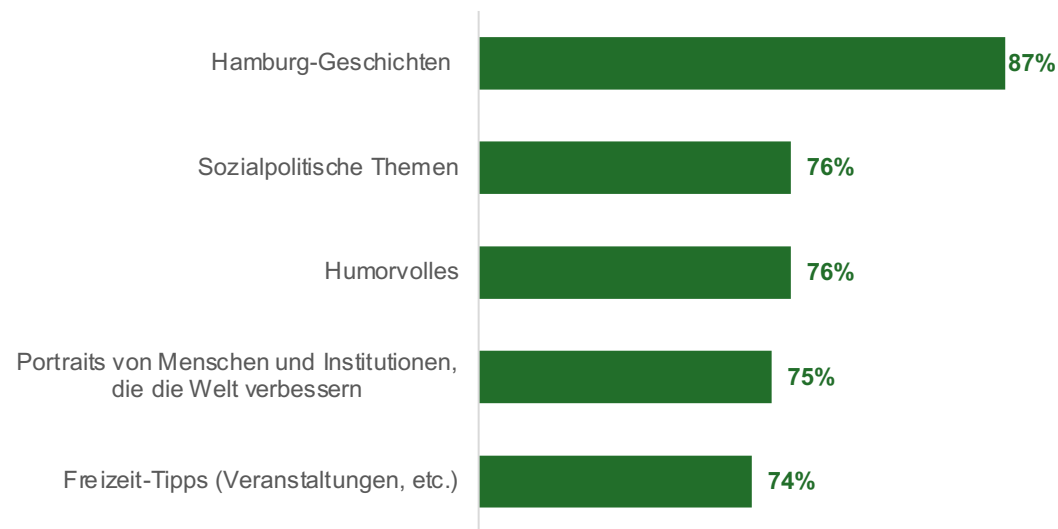
Hinz&Kunzt ist ein Dauerbrenner – das ganze Jahr über



50% der Hinz&Kunzt-Käufer:innen kaufen mindestens vier Ausgaben oder mehr pro Jahr. Zum Vergleich: Nur 38% aller Deutschen kaufen mehrmals im Jahr Zeitungen oder Zeitschriften.

Vielseitig interessiert: Hinz&Kunzt und seine Leserschaft haben eine Menge gemeinsam

Besonders interessante Themen sind...



Die Seiten einer Hinz&Kunzt-Ausgabe haben viel zu bieten, doch besonders schätzen die Befragten das Magazin für seine Vielfalt, die gemeinsame Verbindung zu Hamburg und die Leidenschaft für sozialpolitisches Engagement.

Wissen, was drin steckt: Der Studiensteckbrief

Studieninhalt

Grundlage der in dieser Unterlage genutzten Daten ist die 2022 durchgeführte Leserbefragung für Hinz&Kunzt.

Methodik

Im Zeitraum vom 4. bis 8. April 2022 vom Marktforschungsinstitut Gess (Hamburg) durchgeführt. Die Teilnehmer wurden aus einem offline rekrutierten Onlinepanel des Instituts Cint (Berlin) anhand von Quotenvorgaben rekrutiert.

Stichprobe

An der Befragung haben 810 Personen teilgenommen. Die Stichprobe wurde anhand von Quotenvorgaben für Alter und Geschlecht repräsentativ für Hamburg und die angrenzenden Postleitzahlgebiete gezogen.

Interessiert? Niemand kennt Hinz&Kunzt besser

Ihre Ansprechpartnerin



Sybille Arendt

Leitung Öffentlichkeitsarbeit

sybille.arendt@hinzundkunzt.de

Telefon 040 – 32 10 84 01

Wie die meisten Zeitungen und Zeitschriften ist Hinz&Kunzt anzeigenfinanziert. Die Mediadaten mit Informationen zur aktuellen Auflage und den Anzeigenpreisen finden Sie **mit einem Klick hier** auf unserer Webseite.

Übrigens, sollten Sie sich bereits entschieden haben, können Sie sich direkt an unsere Anzeigenvertretung wenden:

Gerald Müller

Wahring & Co. Media GmbH

040 – 28 40 94 18