

In aller Munde, Woche für Woche

Vom Spiel des heimischen Sportvereins bis zur Sitzung des Stadtrats, vom Musikfestival bis zu den Angeboten auf dem Wochenmarkt: Heimat zählt. Das Interesse, was nebenan passiert, ist seit Jahren ständig gestiegen. Und dieser Trend ist ungebrochen.

Werbekunden profitieren von den starken Wurzeln der Anzeigenblätter im Nahbereich. Beflügelt werden die Vorzüge des lokalen Mediums durch den Hang der Menschen, beim Einkauf auf Produkte aus der Region zu setzen: Jeder Zweite in der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren bevorzugt Produkte aus der Heimat. 21,2 Millionen aus dieser Gruppe gehören sogar zu den regelmäßigen Lesern eines Anzeigenblattes (LpA).

Interesse an lokalen Ereignissen, Geschehen am Ort

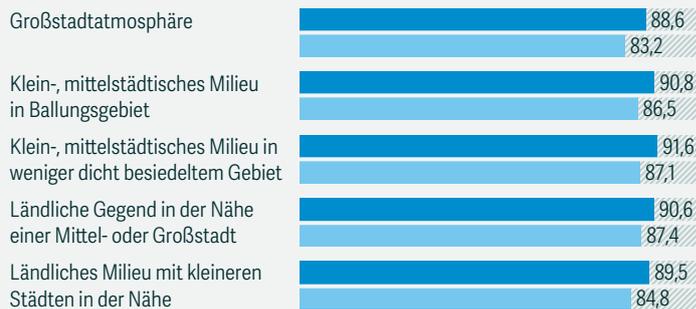
● LpA Anzeigenblätter ● deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren in %

Interesse an lokalen Ereignissen nach Altersgruppen

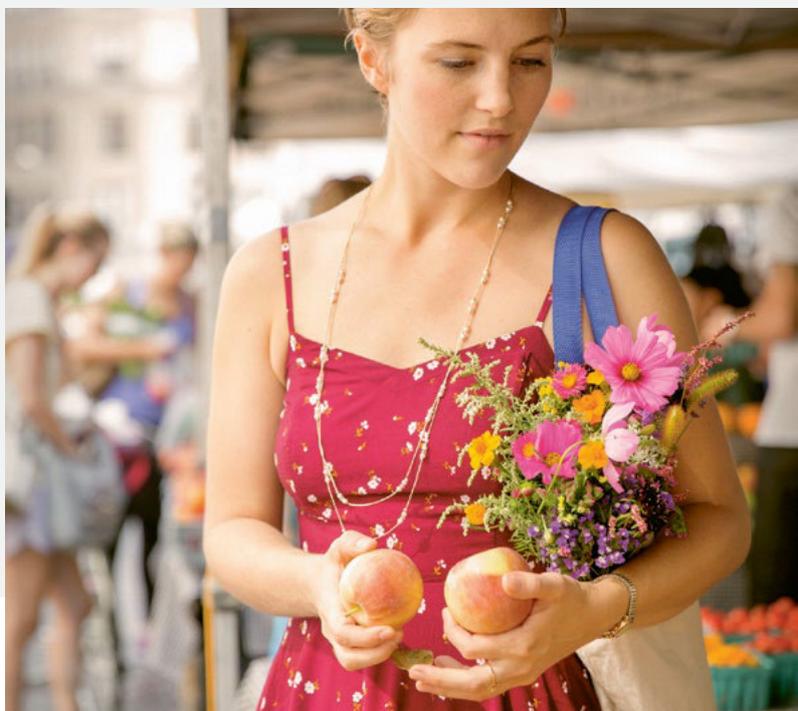


→ **Die Heimat im Fokus:** Ob jung oder alt – fast alle interessieren sich dafür, was bei ihnen vor Ort passiert. Bei den Deutschen ab 45 Jahren aufwärts sind es sogar 9 von 10 Menschen, die ein hohes Interesse an lokalen Informationen und Angeboten haben.

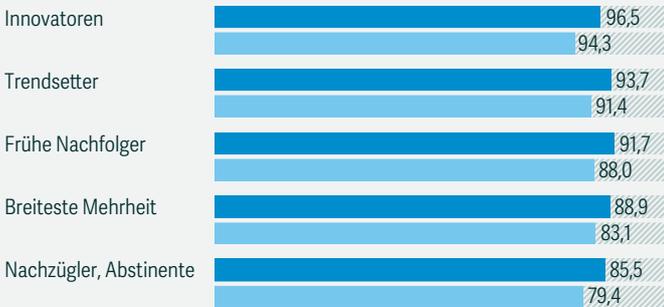
Interesse an lokalen Ereignissen nach Charakter des Wohnorts



→ **Urban und ländlich im Einklang:** Alle wollen wissen, was sich vor der eigenen Haustür ereignet. Dabei gibt es zwischen den Wohnumfeldern nur minimale Unterschiede. Allerdings ist das Interesse an lokalen Informationen bei Anzeigenblattlesern noch stärker ausgeprägt.

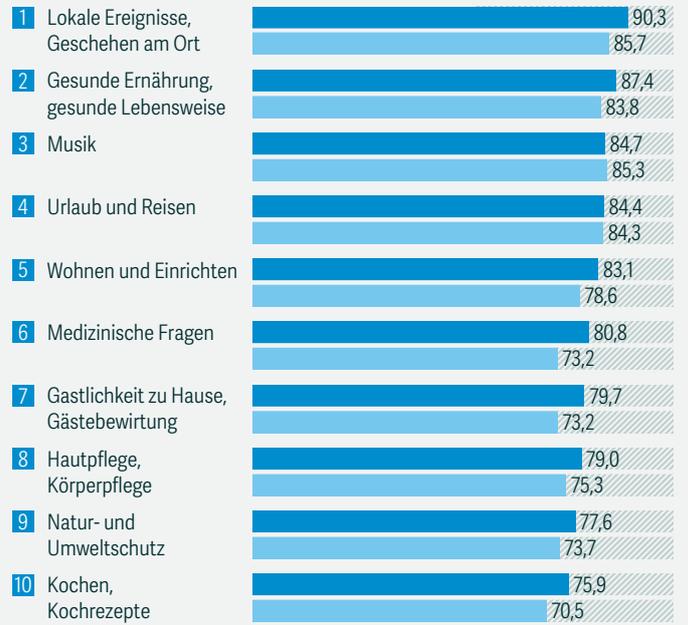


Interesse an lokalen Ereignissen nach Innovationsorientierung



➔ **Innovation und Lokales:** Besonders unter Innovatoren und Trendsettern stehen Themen und Ereignisse vor Ort stark im Fokus. Fortschrittliches Denken und Modernität befinden sich in hohem Einklang mit einer ausgeprägten Affinität für Lokales.

Interessengebiete – TOP 10 Ranking nach LpA



➔ **Lokal ist Trumpf:** Was interessiert die Menschen? In der Gesamtbevölkerung und bei den Lesern von Anzeigenblättern steht der Nahbereich ganz oben auf der Agenda. Anzeigenblätter stillen dieses Bedürfnis nach Informationen zum Geschehen vor Ort.

Interesse an lokalen Produkten

„Ich bevorzuge beim Einkauf regionale Produkte aus der Heimat.“



➔ **Regional ist erste Wahl:** In den letzten acht Jahren wuchs die Zahl der Personen, die beim Einkauf heimische Produkte bevorzugen, bundesweit um fast ein Drittel auf 35,6 Mio. Rund 58 Prozent der Anzeigenblattleser haben eine Vorliebe für regionale Produkte, das sind 21,2 Millionen Menschen.



Rund **90 %** der Anzeigenblattleser interessieren sich für lokale Ereignisse – ganz gleich ob in der Stadt oder auf dem Land.