

## Wozu gedruckte Kundenmagazine? CMF gibt erste repräsentative Wirkungsstudie heraus

### Leser:innenbefragung gibt Aufschluss über den sinnvollen Einsatz von Printmagazinen in der Kundenkommunikation

**Planegg, 11. Januar 2022** – Werden gedruckte Kundenmagazine überhaupt noch gelesen? Das ist eine in Agenturen und den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen oft gestellte Frage, auf die es bislang keine generelle wissenschaftlich fundierte Antwort gab. Mit der neuen Studie „Kundenmagazine – Experiences & Effects“ schließen das Content Marketing Forum und das Forschungsinstitut Scion diese Forschungslücke für den deutschsprachigen Raum.

Die Antwort? Ja. Gedruckte Kundenmagazine werden von 89 Prozent der Konsument:innen in Deutschland, Österreich und der deutschsprachigen Schweiz gelesen. Zwischen den drei Ländern und den soziodemografischen Kriterien wie Alter und Geschlecht gibt es dabei nur wenig Unterschiede. Besonders häufig lesen 30- bis 39-Jährige und Personen mit hoher Bildung die gedruckten Magazine.

„Diese Studie erschöpft sich nicht in der reinen Betrachtung, ob die Magazine gelesen werden oder nicht und wie intensiv“, kommentiert Studienleiter Prof. Dr. Clemens Koob von Scion, „wir sind deutlich tiefer gegangen und haben zum einen eine Betrachtung nach Milieus und Lebensführungstypologien angestellt und uns zum anderen auch mit der konkreten Wirkung der Lektüre auseinandergesetzt.“ Die Ergebnisse der Studie lassen damit Rückschlüsse darauf zu, für welche Zielgruppen der Einsatz von Printmagazinen besonders sinnvoll ist und an welchen Touchpoints der Customer Journey.

„Das war für uns das zentrale Anliegen an dieser Studie“, sagt Olaf Wolff, Vorsitzender des Content Marketing Forums. „Wir wollten verstehen an welchen Stellen Printmagazine ihre Stärken ausspielen und wie sie mit digitalen Maßnahmen gewinnbringend zusammenspielen können. Die Betrachtung von Print und Digital als sich ergänzender Kommunikationswege und nicht als Gegenstücke ist uns als Verband wichtig und die Ergebnisse der Studie belegen genau das: Print und Digital ergänzen sich perfekt, wenn sie gut orchestriert sind.“

Zum Anlass der Studienveröffentlichung am 18. Januar 2022 stellen Prof. Clemens Koob und Olaf Wolff die Ergebnisse der Erhebung in einer kostenfreien digitalen Veranstaltung vor:

[https://content-marketing-forum.com/events/studie\\_kundenmagazine/](https://content-marketing-forum.com/events/studie_kundenmagazine/)

Anschließend ist die Studie über den Onlineshop des Deutschen Fachverlags (<https://www.dfv-fachbuch.de>) zum Preis von 395 € erhältlich. CMF Mitglieder bekommen die Studie kostenlos über die CMF Geschäftsstelle ([info@content-marketing-forum.com](mailto:info@content-marketing-forum.com)).

**Wir danken unserem Studienpartner Pergraphica!**

**Content Marketing Forum:**

Das Content Marketing Forum ist der Verband der Content Marketing Experten im deutschsprachigen Raum. Einzelunternehmen, Agenturen, Dienstleister und Content Marketing betreibende Unternehmen finden im CMF eine Plattform für fachlichen Austausch und eine Bühne für ihre Leistungen. Unsere knapp 90 Mitglieder machen uns zum größten Verband für Content Marketing in Europa. Gemeinsam vertreten wir eine Branche, die pro Jahr rund neun Milliarden Euro umsetzt.

**PRESSEKONTAKT:**

**Content Marketing Forum e.V.**

**Regina Karnapp**

Geschäftsführung

Planegger Str. 6d, D-82152 Planegg

T +49 163 7406921

[regina.karnapp@content-marketing-forum.com](mailto:regina.karnapp@content-marketing-forum.com)

[www.content-marketing-forum.com](http://www.content-marketing-forum.com)

[www.bcm-award.com](http://www.bcm-award.com)