



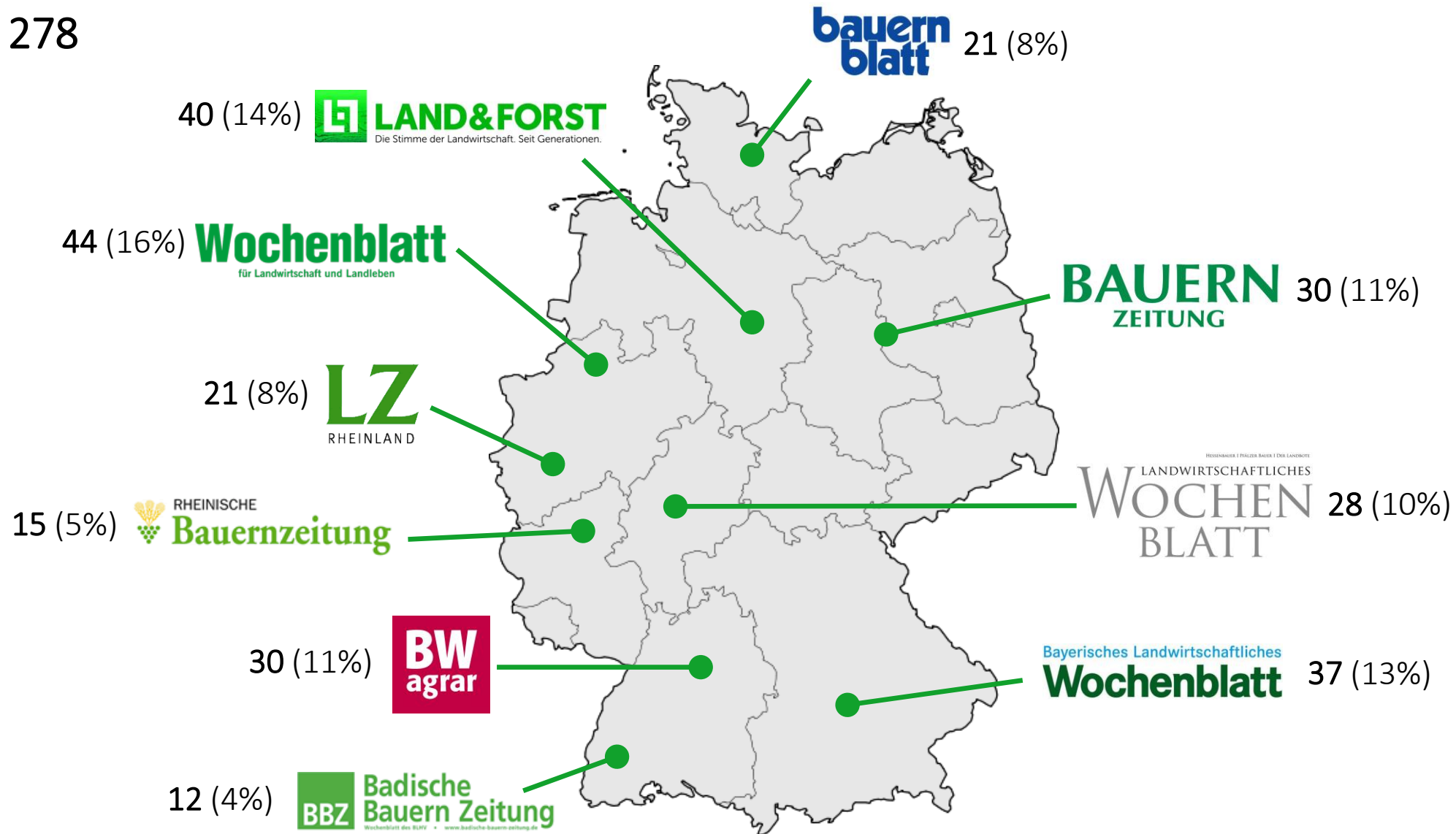
Leserbefragung der regionalen landwirtschaftlichen  
Wochenblätter – 2021

- **Studie für die Arbeitsgemeinschaft Organisationsgebundene Landpresse**
  - Im Auftrag der Anzeigenleiter/-innen der regionalen landwirtschaftlichen Wochenblätter
  - Marktforschung durchgeführt von AgriDirect Deutschland in Münster/Viersen
- **Stimmungsbild zu verschiedenen Themen:**
  - Mediennutzung
  - Nutzung digitaler Angebote
  - Nutzung und Bewertung der Angebote der Wochenblätter
  - Interesse an Online-Veranstaltungen
- **Telefonische Befragung:**
  - Standardisiert, geschlossene Fragen ergänzt um einige offene Fragen
  - Durchgeführt durch das Callcenter von AgriDirect
  - Feldzeit: Ende April bis Mitte Mai 2021
  - Dauer der Interviews: durchschnittlich 11 bis 12 Minuten

AgriDirect berichtet: Die Befragten zeichnen sich durch hohe Teilnahmebereitschaft und große Verbundenheit mit ihrem Wochenblatt aus.

# STICHPROBE – VERTEILUNG NACH WOCHENBLÄTTERN

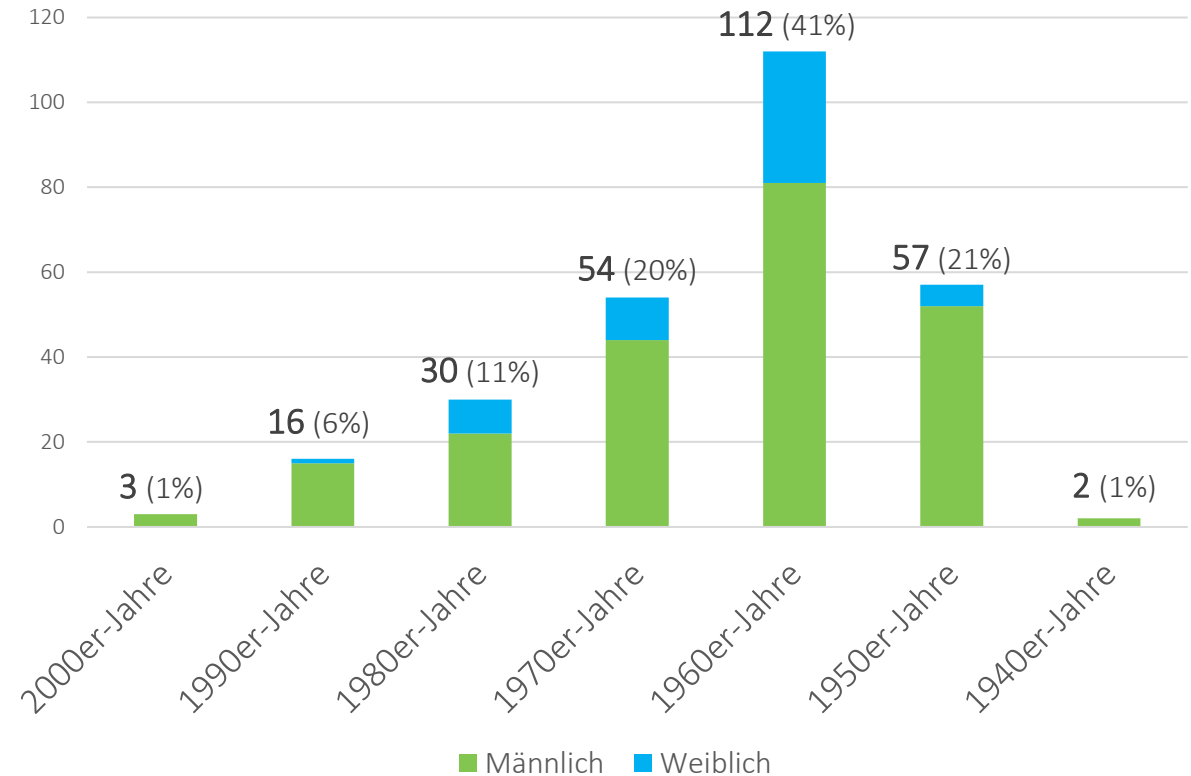
N = 278



# STICHPROBE – BEFRAGTE PERSONEN

- Leser/-innen der Wochenblätter
- Landwirtschaftliche Betriebe im Haupterwerb
- Betriebsleiter/-innen
- 223 Männer (80%) und 55 Frauen (20%)
- Zwischen Geburtsjahrgang 2002 und 1948  
(18 bis 73 Jahre)
- Durchschnittsalter: ca. 52 Jahre

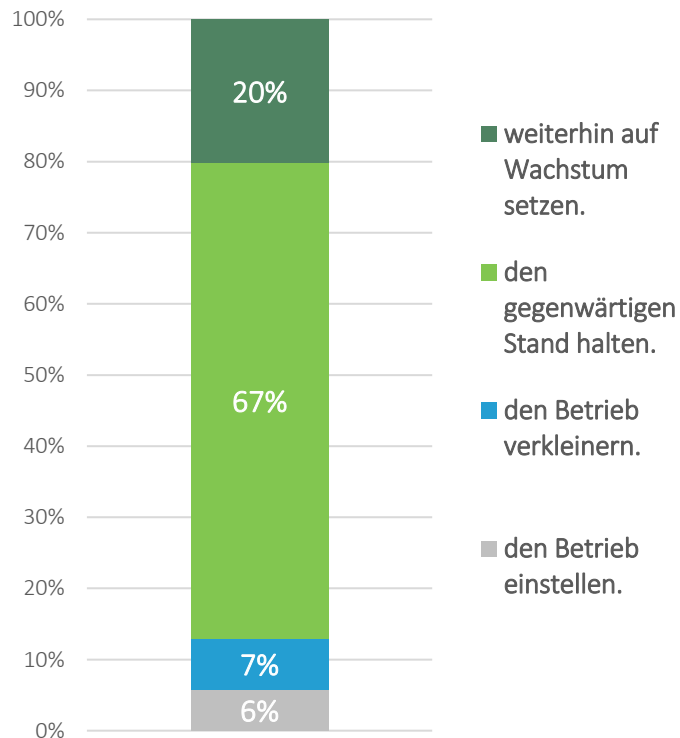
1960er-Jahre: überdurchschnittlicher Anteil an Frauen



(Absolute Zahlen; Prozentzahlen auf Basis von n = 274)

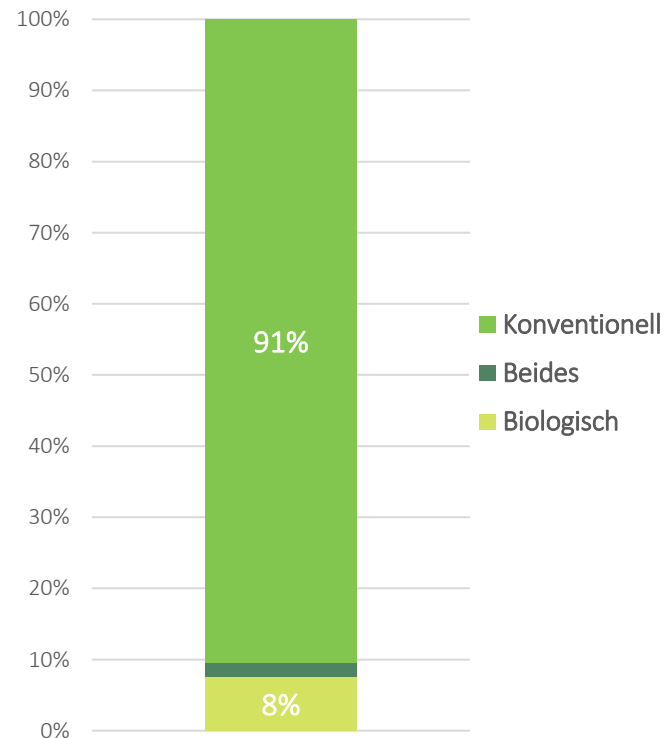
# STICHPROBE – BETRIEBSARTEN

Was trifft auf Ihren Betrieb zu?  
Wir werden...



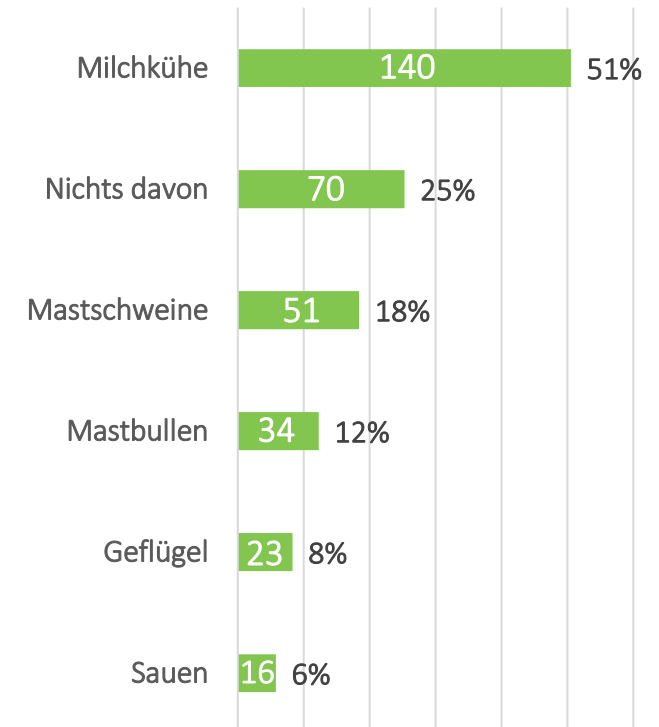
(n = 278)

Bewirtschaften Sie Ihren Betrieb  
biologisch oder konventionell?



(n = 278)

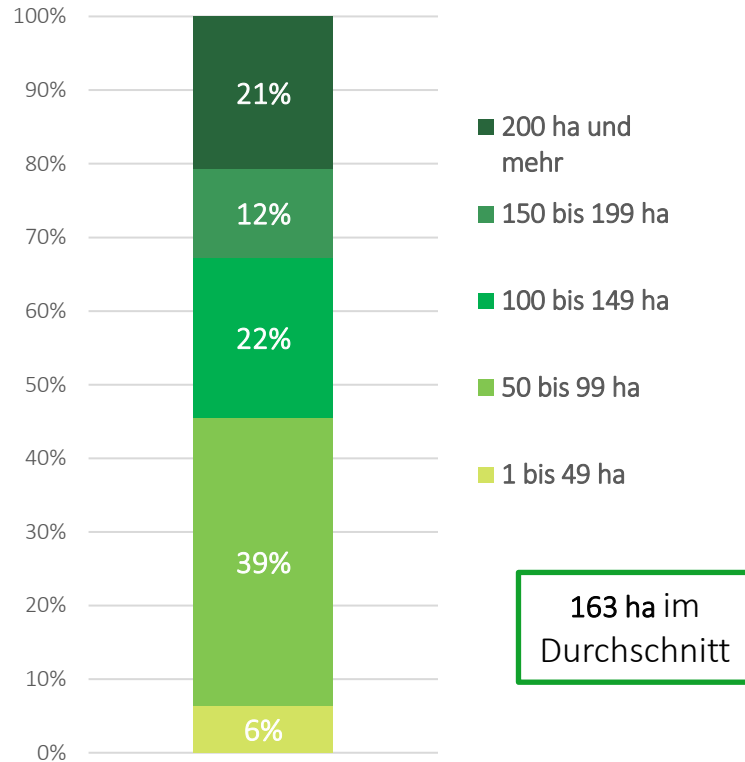
Welchen Schwerpunkt  
hinsichtlich Tierhaltung hat  
Ihr Betrieb?



(Absolute Zahlen; Prozentzahlen auf Basis von n = 278;  
Mehrfachnennung möglich)

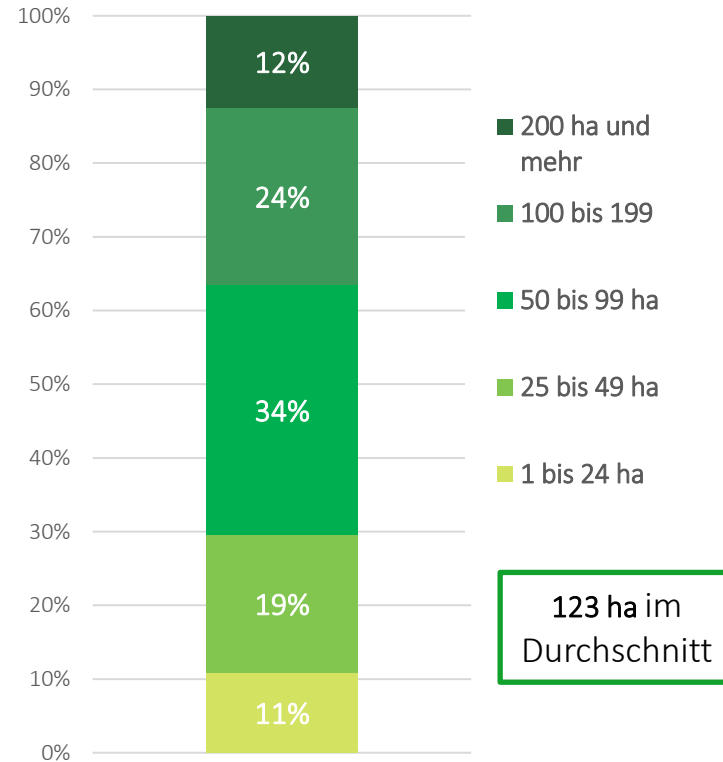
# STICHPROBE – BETRIEBSGRÖSSEN

Über wieviel Hektar Nutzfläche verfügt Ihr Betrieb?



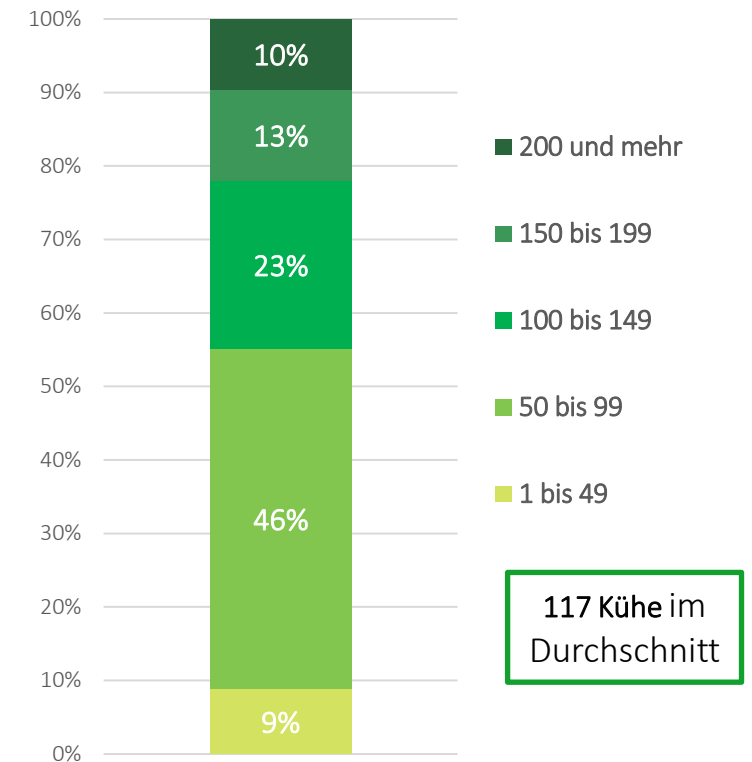
(n = 266)

Wie viel Hektar Ackerfläche bewirtschaften Sie?



(n = 257)

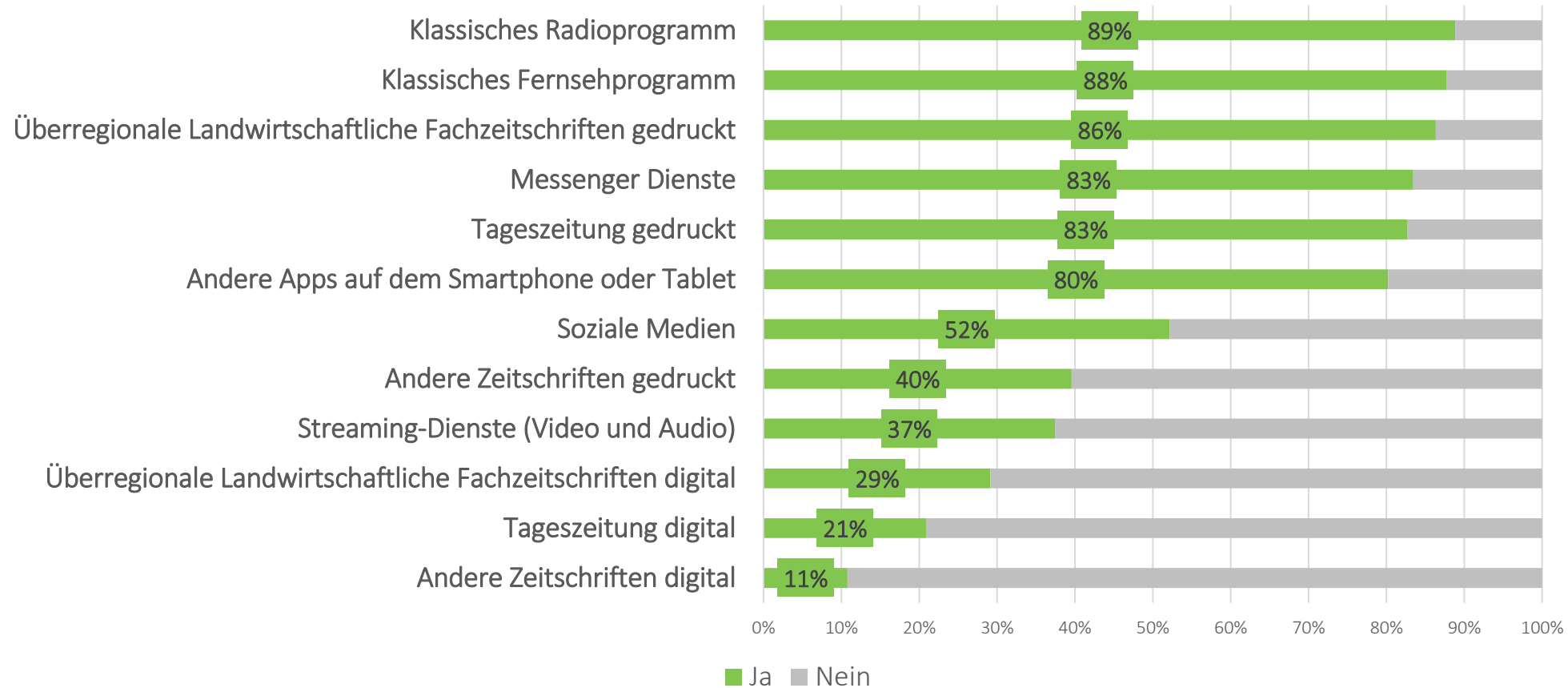
Wie viele Milchkühe halten Sie?



(n = 136)

# MEDIENNUTZUNG ALLGEMEIN

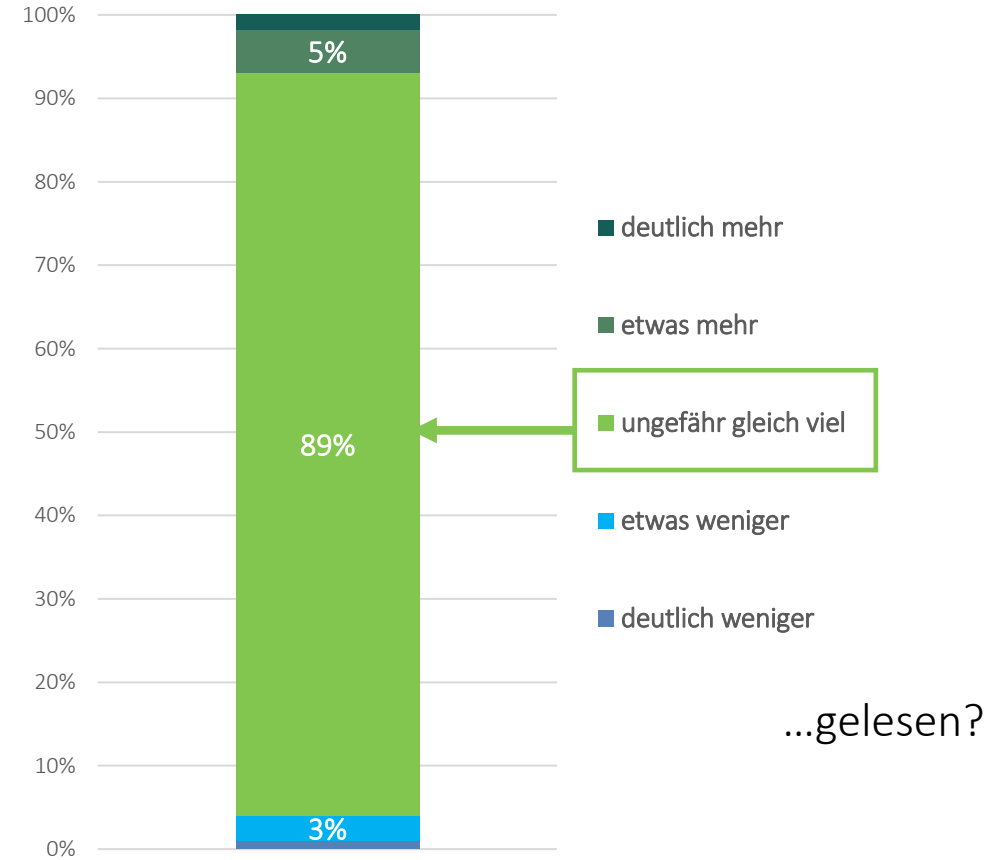
Welche Mediengattungen haben Sie neben [Name Wochenblatt] in den letzten 2 bis 3 Monaten regelmäßig genutzt?  
Bitte antworten Sie mit ja oder nein.



(n = 278)

# NUTZUNG GEDRUCKTES WOCHENBLATT

Schätzen Sie bitte ein, inwieweit sich die Nutzung des/der gedruckten [Name Wochenblatt] während der Pandemie zu der Zeit davor verändert hat. Haben Sie [Name Wochenblatt] im letzten Jahr...

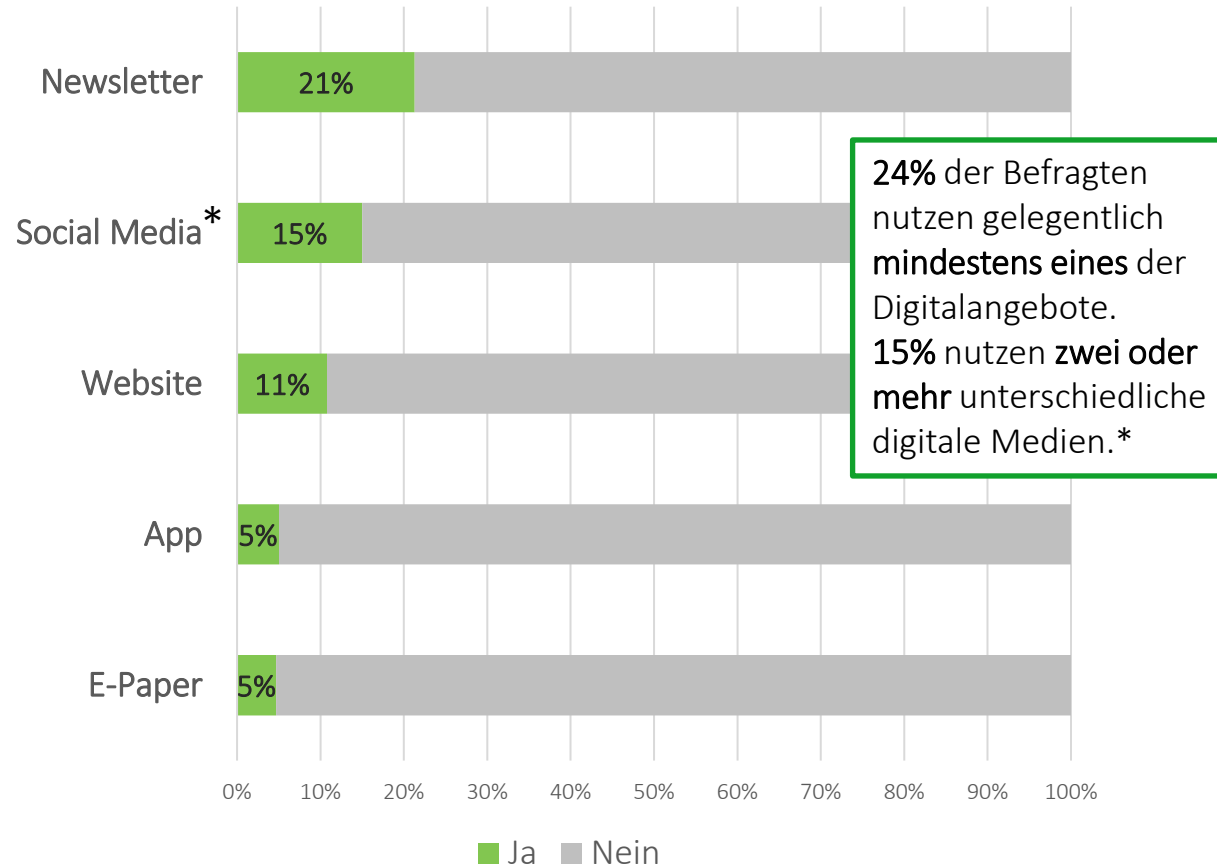


(n = 278)



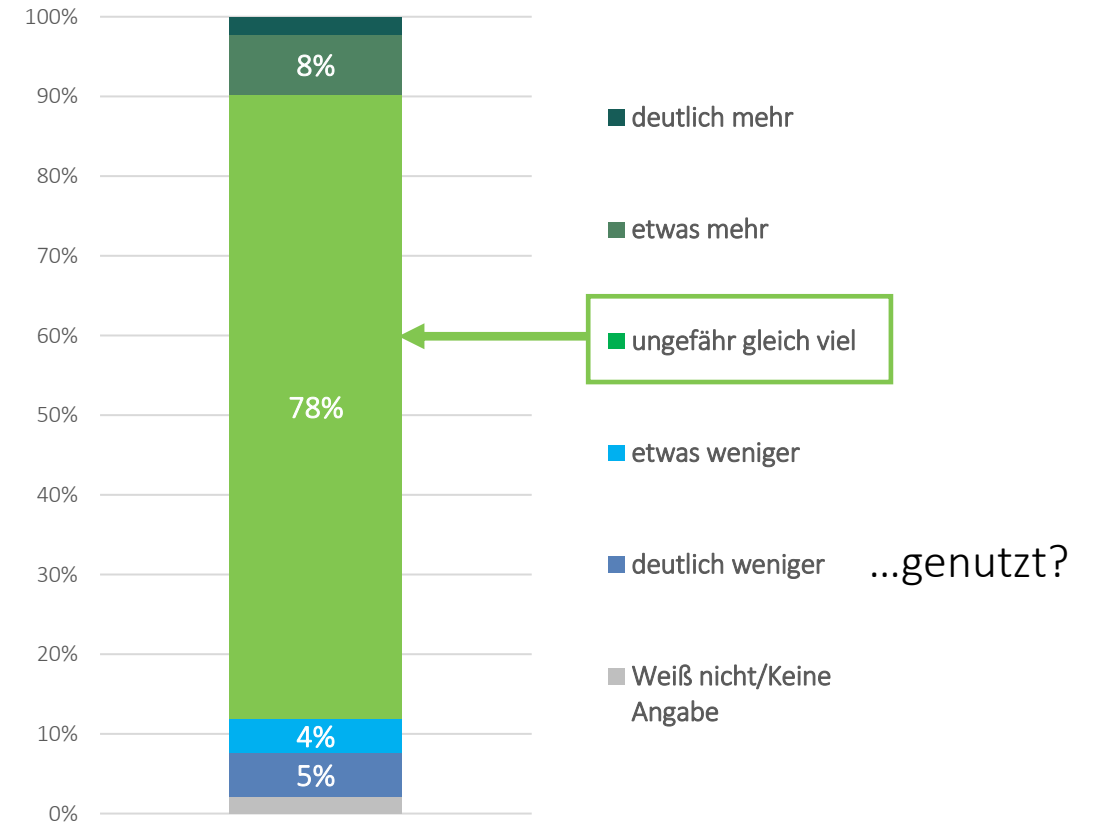
# NUTZUNG DIGITALER ANGEBOTE DER WOCHENBLÄTTER

Welche digitalen Angebote der/des [Name Wochenblatt] nutzen Sie gelegentlich?



24% der Befragten nutzen gelegentlich **mindestens eines** der Digitalangebote. **15%** nutzen **zwei oder mehr** unterschiedliche digitale Medien.\*

Haben Sie die digitalen Angebote der/des [Name Wochenblatt] insgesamt im letzten Jahr...



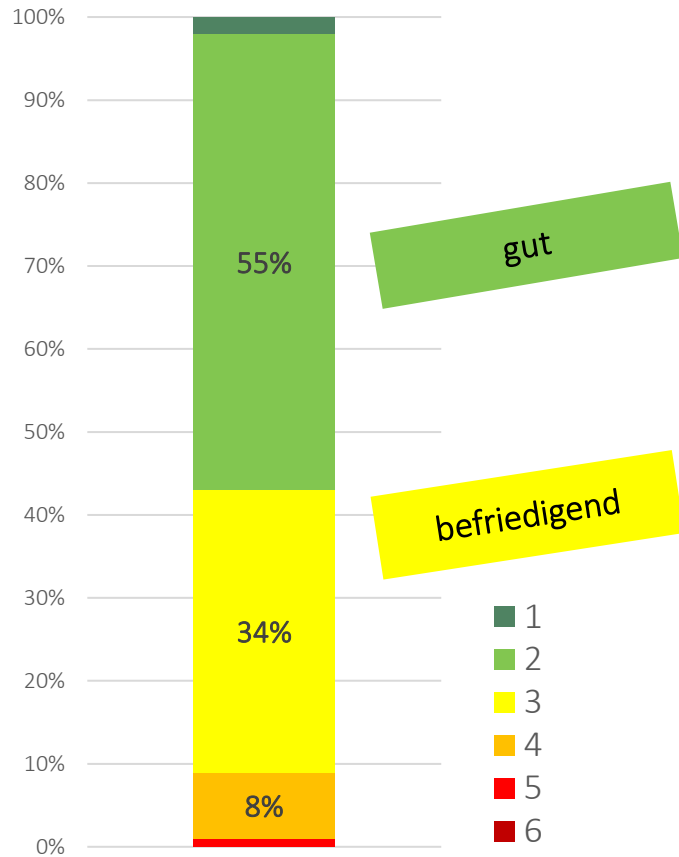
...genutzt?

(n = 278; \* n = 255)

(n = 96)

# BEWERTUNG DER WOCHENBLÄTTER

Wenn Sie dem [Name Wochenblatt] im Ganzen eine Schulnote von 1 bis 6 geben müssten, wie würden Sie es insgesamt beurteilen?



(n = 274)



# VERBESSERUNGSVORSCHLÄGE

Sie haben der/dem [Name Wochenblatt] die Note [X] gegeben. Fallen Ihnen (trotzdem) spontan 3 Punkte ein, die Sie verbessern würden, damit sie/es Ihnen (noch) besser gefällt?

- **39%** haben **mindestens einen Verbesserungsvorschlag** genannt (= 163 Vorschläge).
- **61%** haben keinen Verbesserungsvorschlag genannt,
  - **19% weil sie (sehr) zufrieden sind** (ungestützt genannt).
  - 42% weil ihnen nichts eingefallen ist.

(n = 278)

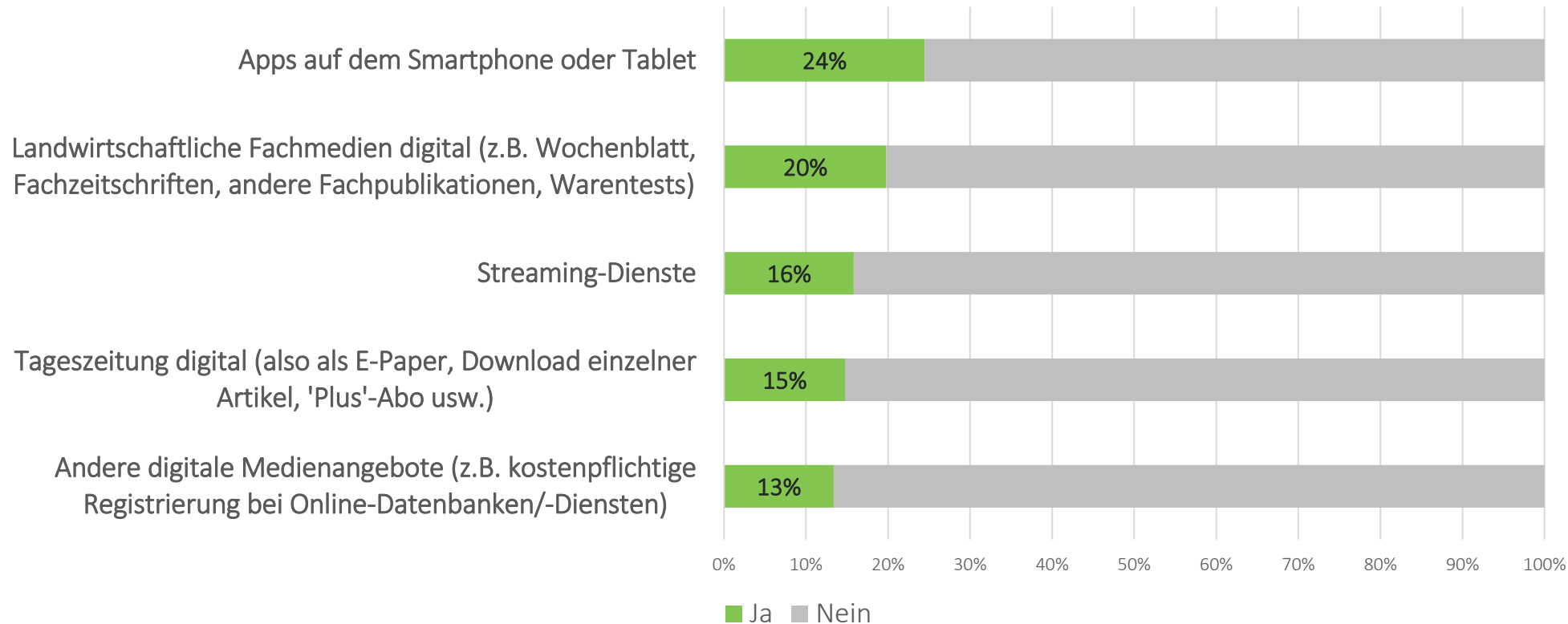
AgriDirect berichtet: Die Zahl der Nennungen fällt für eine offene Frage vergleichsweise groß aus und lässt auf eine hohe Verbundenheit der Landwirte mit ihrem Wochenblatt schließen.

- **aktueller** berichten.
- **zeitgemäßer** sein.
- **regionaler** berichten.
- **internationaler** berichten.
- **unabhängiger/objektiver/neutraler** sein.
- mehr/weniger über **Politik** berichten.
- mehr über **Spezialthemen** berichten.
- mehr über **Fachthemen** berichten.
- mehr über **betriebswirtschaftliche** Themen berichten.
- wieder **mehr Kleinanzeigen** enthalten.
- mehr Themen für **Familien, Frauen, Kinder** und **Jugend** enthalten.
- weniger/mehr über **Hobby, Garten, Kochen/Backen** usw. berichten.

## Mein Wochenblatt sollte...

# ZAHLUNGSBEREITSCHAFT FÜR DIGITALE ANGEBOTE

Ich nenne Ihnen jetzt verschiedene digitale Medienangebote und Sie sagen mir bitte, ob Sie für die Nutzung dieser Medien schon einmal Geld ausgegeben haben.

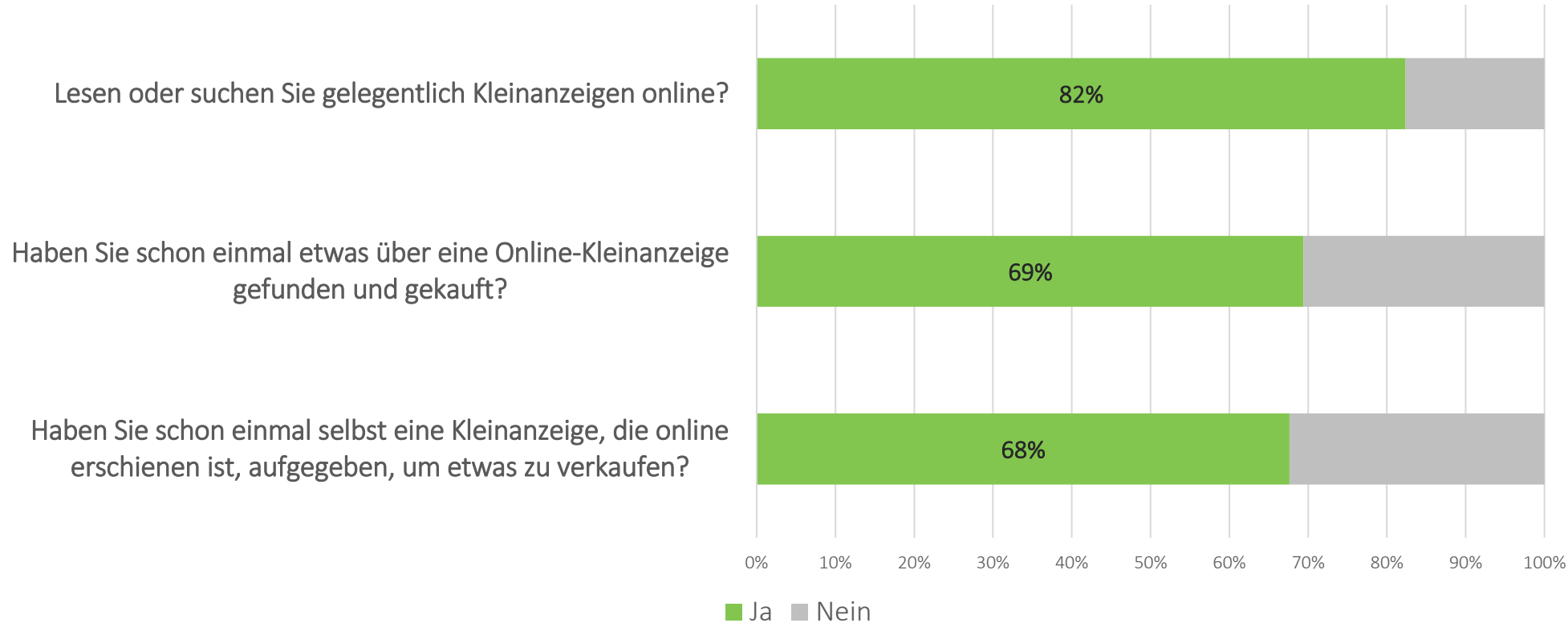


49% der Befragten haben bereits für **mindestens eines** der genannten digitalen Medienangebote Geld ausgegeben.

23% geben an, dass sie für **mindestens zwei** verschiedene digitale Angebote gezahlt haben.

# NUTZUNG VON ONLINE-KLEINANZEIGEN

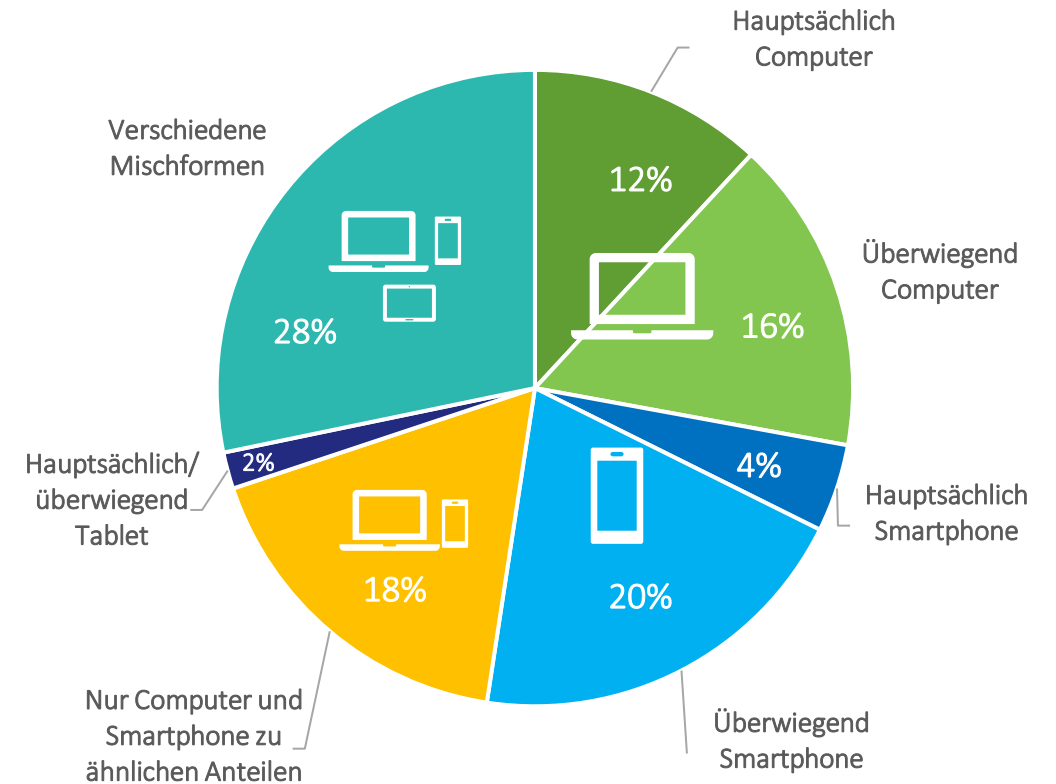
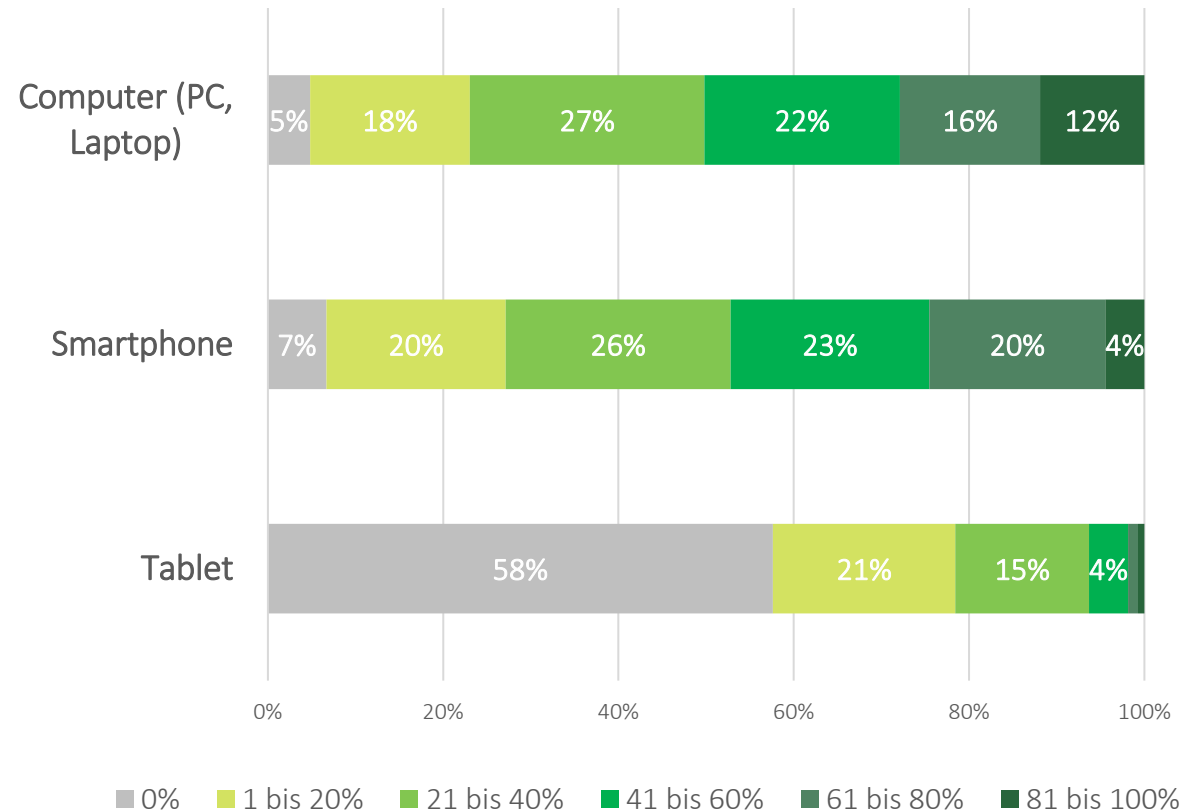
Wie sieht es denn bei Ihnen mit Kleinanzeigen im Internet aus?



Befragte, die in den 1970er-, 80er- und 90er-Jahre geboren sind, sind **tendenziell aktiver beim Kaufen und Verkaufen** als die älteren Befragten.

# NUTZUNG VERSCHIEDENER ENDGERÄTE

Denken Sie jetzt an die Endgeräte, mit denen sie verschiedene digitale Angebote nutzen. Wenn Sie die Nutzungszeit insgesamt betrachten, zu welchen Teilen nutzen Sie die Angebote mit 1. einem Computer bzw. Laptop, 2. Smartphone und 3. Tablet. Bitte teilen sie 100% auf die drei Gerätetypen auf.

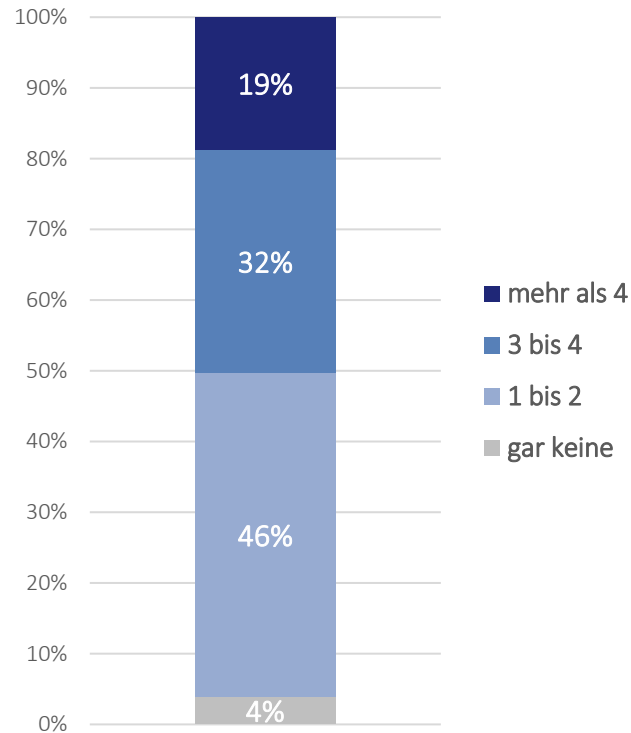


(n = 269)

(Hauptsächlich: ab 81%; Überwiegend: ab 61 bis 80%; zu ähnlichen Anteilen: 40 bis 60%)

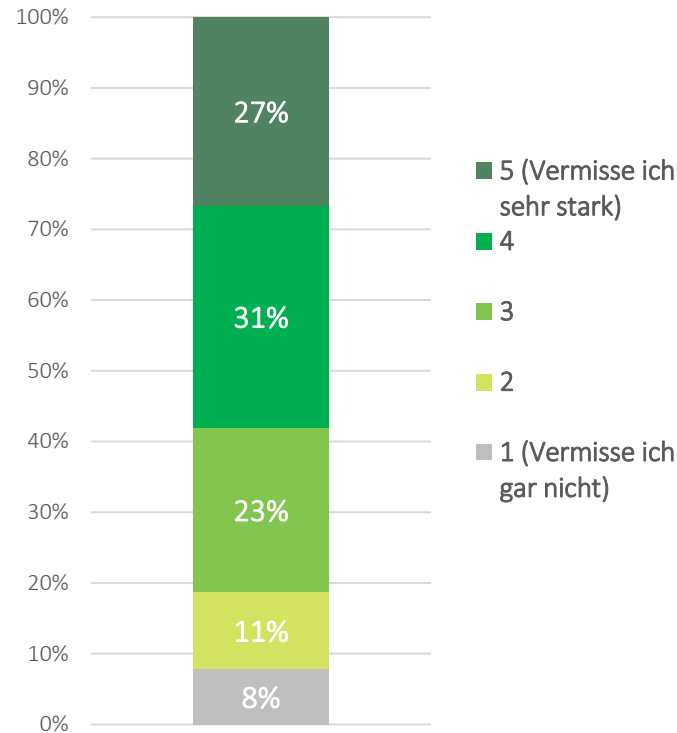
# MESSEN UND AUSSTELLUNGEN VOR ORT

Wenn Sie ungefähr schätzen: Wie viele Messen oder Ausstellungen vor Ort haben Sie in den letzten Jahren üblicherweise pro Jahr besucht?



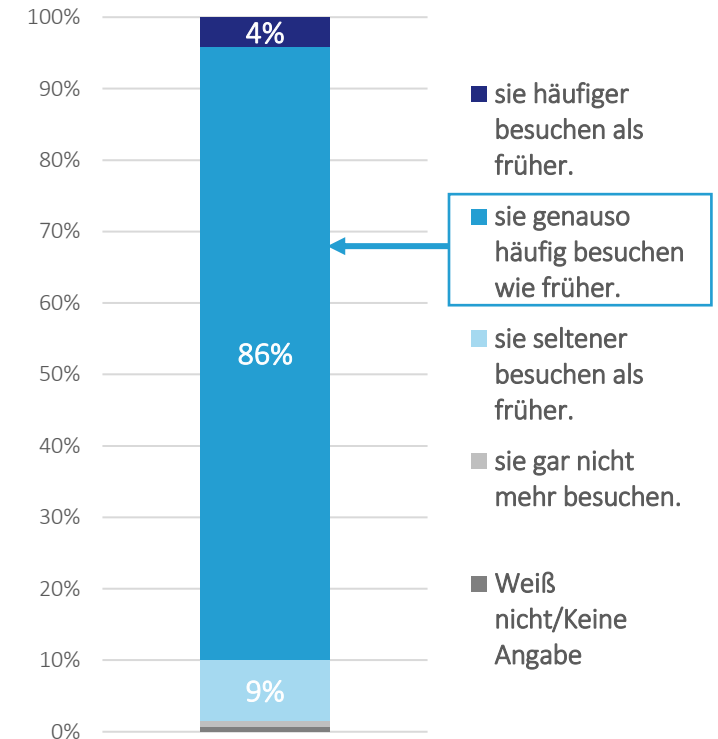
(n = 278)

Was würden Sie sagen: Wie sehr vermissen Sie Messen und Ausstellungen vor Ort?



(n = 267)

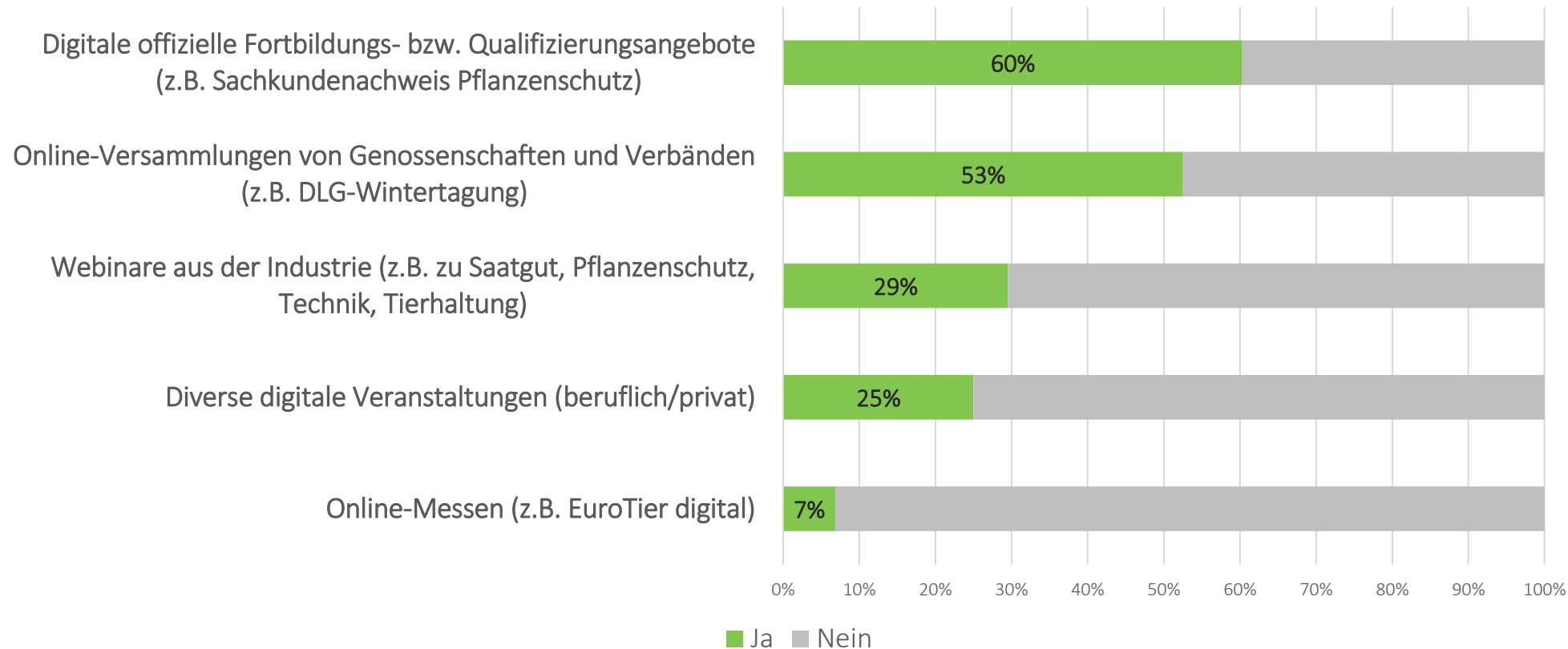
Was werden Sie voraussichtlich tun, wenn Messen und Ausstellungen vor Ort wieder stattfinden? Ich werde...



(n = 278)

# DIGITALE VERANSTALTUNGEN – ERFAHRUNGEN

Ich werde Ihnen eine Reihe von verschiedenen digitalen Veranstaltungsformaten vorlesen und Sie sagen mir bitte jeweils, ob sie im letzten Jahr an so einer Veranstaltung teilgenommen haben oder nicht.



76% der Befragten haben im letzten Jahr an mindestens einer digitalen Veranstaltung teilgenommen.

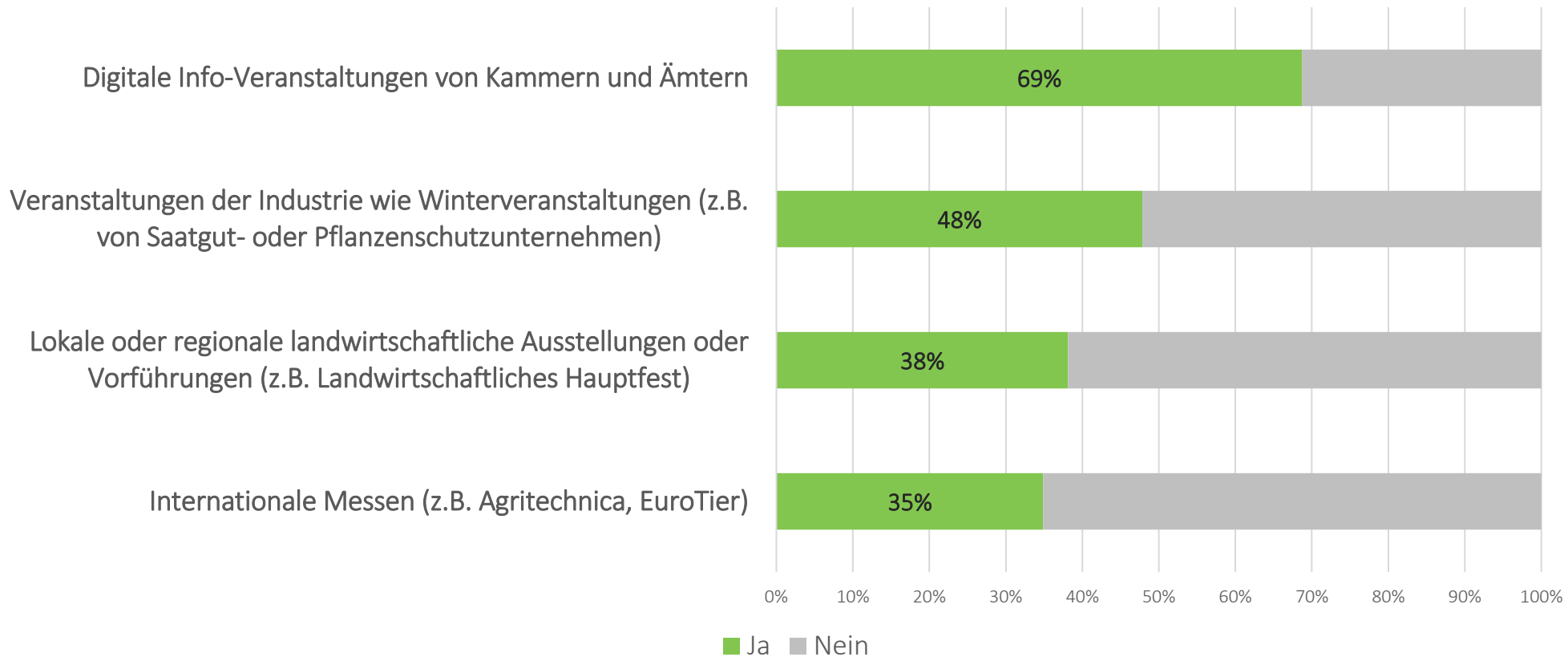
58% haben zwei oder mehr verschiedene Arten von Digitalveranstaltungen besucht.

(n = 278)



# DIGITALE VERANSTALTUNGEN – INTERESSE

Können Sie sich vorstellen, in Zukunft an digitalen Veranstaltungen teilzunehmen, wenn diese als Ergänzung zu Präsenzveranstaltungen angeboten werden? Bitte antworten Sie jeweils mit ja oder nein.



77% der Befragten können sich vorstellen, in Zukunft an einer Form von **digitalen Veranstaltung** teilzunehmen.

Interesse besteht bei **89%** von denjenigen, die im letzten Jahr **schon Erfahrungen** mit digitalen Veranstaltungen gemacht haben und bei **38%** der Befragten, die **keine Online-Veranstaltungen** besucht haben.

(n = 278)

- Die Nutzung von Online-Angeboten unterscheidet sich leicht nach Altersgruppen. Das betrifft allerdings nicht alle Fragen bzw. Antwortoptionen.
- Insgesamt liegen nur schwache Korrelationen vor, die aufgrund der Fallzahlen nicht in jedem Fall statistisch signifikant sind.
- Die Unterschiede betreffen hauptsächlich eine **stärkere Nutzung von Social Media, Apps, Messenger-Diensten** (auf dem Smartphone) und die **stärkere Smartphone-Nutzung** allgemein unter den jüngeren Befragten.
- Zudem sind **Zahlungsbereitschaft** und **Interesse an Online-Anzeigen** unter den Jüngeren in der Tendenz größer als unter den Älteren.
- Bei den digitalen Veranstaltungen sind auf Basis der Stichprobe keine systematischen Unterschiede zwischen den Altersgruppen erkennbar.

## Mediennutzung allgemein

- Klassische und gedruckte Medienangebote haben eine anhaltend hohe Bedeutung.
- Im Mediennutzungsrepertoire dominieren zudem Messenger-Dienste und Apps (auf dem Smartphone).
- Social Media und andere Digitalmedien werden aktuell von Teilgruppen unter den Landwirten genutzt.

## Nutzung und Bewertung der Wochenblätter

- Die Wochenblätter und ihre Digitalangebote wurden während der Pandemie genauso oft genutzt wie davor.
- Die Digitalangebote der Wochenblätter werden vergleichsweise selten genutzt.
- Die Wochenblätter werden über alle Titel hinweg durchweg gut bewertet.
- Die Leserschaft ist involviert und nennt Verbesserungsvorschläge in verschiedene Richtungen.

## Nutzung verschiedener Digitalangebote

- Zahlungsbereitschaft für Digitalangebote ist in Teilen vorhanden, variiert allerdings je nach Medienangebot und unter den Befragten.
- Es besteht großes Interesse an Online-Kleinanzeigen im Allgemeinen (lesen/suchen, kaufen und verkaufen).
- Unter den Endgeräten dominieren Computer/PC und Smartphone (alleine oder in Kombination), das Tablet dient als Ergänzung.

## Nachfrage nach Messen und Veranstaltungen (vor Ort und digital)

- Messen und Ausstellungen vor Ort werden während der Pandemie vermisst.
- Es besteht der Wunsch, diese wieder genauso häufig zu besuchen wie vor der Pandemie.
- Digitale Veranstaltungsangebote wurden insbesondere zu Qualifizierungs- und Schulungszwecken sowie für Versammlungen genutzt.
- Interesse an digitalen Veranstaltungen als Ergänzung zu Präsenzveranstaltungen ist grundsätzlich vorhanden, unterscheidet sich allerdings nach Veranstaltungsart und variiert unter den Landwirten.

# KONTAKT

---

**Arbeitsgemeinschaft Organisations-  
gebundene Landpresse**

Geschäftsstelle Freiburg

Merzhauser Str. 111 · 79100 Freiburg

Telefon 0761 / 27 133 – 400

[aol@blv-freiburg.de](mailto:aol@blv-freiburg.de)

<https://www.agrarpresse-aol.de>

---

