

Seit Dezember 2013 wird das alle zwei Monate erscheinende Magazin „BENE“ vom Bistum Essen herausgegeben und an gut 530.000 katholische Haushalte im Bistum Essen zugestellt. Um zu überprüfen, wie sich die Verteilung der kostenlosen Zeitschriften nach einer längeren Markteinführungsphase etabliert hat, welche Stärken und Schwächen die Leser identifizieren und inwiefern BENE zu einer kirchlichen Bindung beiträgt, erfolgte im August/September 2015 im Auftrag des Bistums Essen und der MDG Medien-Dienstleistung GmbH München eine zweite repräsentative Befragung durch das Nürnberger Meinungsforschungsinstitut xit. Eine erste Befragung wurde bereits im Frühjahr 2014 im Rahmen einer begleitenden Markteinführungsanalyse durchgeführt.

Zentrale Ergebnisse der zweiten repräsentativen Leserbefragung:

- Knapp zwei Jahre nach Markteinführung kann BENE als deutlicher Erfolg gewertet werden.
- Sowohl die Lesequote, als auch die Erinnerungsquote sind seit der ersten Befragung im Jahr 2014 deutlich angestiegen. Mit einer Lesequote von ca. 68 Prozent (2014: 57 Prozent) und einer Erinnerungsquote von gut 94 Prozent (2014: 86 Prozent) wird BENE von den Empfängern durchaus sehr bewusst wahrgenommen.
- Nach wie vor gibt es eine gewisse Unterrepräsentierung von jüngeren Lesern und eine gewisse Überrepräsentierung von älteren Lesern. Des Weiteren erreicht BENE eher Frauen als Männer.
- Das Leseverhalten von Älteren und Jüngeren und von Frauen und Männern unterscheidet sich dagegen nicht wesentlich. Von ungefähr 39 Prozent der Leser wird das Magazin komplett gelesen. Etwas weniger als zwei Drittel lesen einzelne für interessant befundene Artikel. Interessant ist vor allem, dass – unverändert zu 2014 – 58 Prozent der Nicht-Leser BENE immerhin durchblättern. Der Anteil an Nicht-Lesern, die sich überhaupt nicht an BENE erinnern, ist von gut 30 auf 20 Prozent zurückgegangen. Es besteht somit durchaus eine Chance bei interessanten Artikeln Nicht-Leser für die Leserschaft zu gewinnen. Im Übrigen wird als Hauptgrund für das Nicht-Lesen Zeitmangel angegeben und nicht eine prinzipielle Ablehnung von BENE.
- BENE wird sehr positiv aufgenommen. Bereits 2014 gab eine deutliche Mehrheit von 85 Prozent der Leser an, sich über die Kontaktaufnahme der Kirche mittels BENE „sehr gefreut“ oder „eher gefreut“ hat. Dieser Anteil hat nun noch einmal um drei Prozentpunkte auf 88 Prozent zugenommen. Auch die Gruppe der Nicht-Leser, die sich an den Erhalt von BENE erinnern, geben dies zu ca. 57 Prozent an, was jedoch sechs Prozentpunkte weniger als noch 2014 sind. Dennoch stützen auch diese Zahlen, dass Nicht-Leser durchaus aufgeschlossen gegenüber BENE sind.
- Mit Blick auf das Potenzial unter den Nicht-Lesern ist jedoch zu beachten, dass lediglich 10 Prozent gerne mehr Informationen über kirchliche Themen hätten, während immerhin knapp ein Drittel der Leser gerne mehr über Kirche erfahren würde. Das deutet darauf hin, dass die Mehrheit der Nicht-Leser nur wenig Interesse an Informationen aus der Kirche hat und dass Leser gerne noch mehr Informationen zu Kirche haben würden. Immerhin fühlen sich knapp 57 Prozent der Leser durch den Erhalt von BENE deutlich oder etwas besser über kirchlich-religiöse Themen informiert.

BENE ist dabei nicht der einzige Informationskanal zu kirchlichen Themen. Für 61 Prozent der Befragten (Leser und Nicht-Leser) gehört BENE zu den bevorzugten Informationswegen. Allerdings liegt der Gemeinde-/Pfarrbrief mit 66 Prozent vorne (Mehrfachnennungen möglich).

- Onlineinformationen spielen eine deutlich untergeordnete Rolle. Das Printmedium ist hier nach wie vor das Mittel der Wahl. Nur vier Prozent der Befragten Leser waren schon mal auf der Internetseite www.bene-magazin.de. Die BENE-App spielt mit einem Bekanntheitsgrad von 10 Prozent unter den Lesern eine stark nachgeordnete Rolle und ist in der tatsächlichen Nutzung bisher zu vernachlässigen.
- Drei Viertel der Leser wollen BENE auf jeden Fall dauerhaft kostenlos erhalten. Weitere 18 Prozent antworten auf diese Frage „eher ja“. Insgesamt stieg der Anteil der Personen, die BENE gerne dauerhaft kostenlos erhalten würden (Antworten „ja, auf jeden Fall“ und „eher ja“) so von 87 Prozent 2014 auf 93 Prozent 2015 an. Gleichzeitig ist der Anteil der Leser, die BENE „sehr“ oder „eher“ vermissen würde deutlich von 48 Prozent 2014 auf 73 Prozent gestiegen.
- Menschen, die vergleichsweise häufig in die Kirche gehen, machen nach wie vor nur gut die Hälfte der Lesergruppe von BENE aus. Als Chance ist hier somit die Erkenntnis aufzufassen, dass ungefähr ein Fünftel der Leser bzw. ca. 37 Prozent der Nicht-Leser nur sehr unregelmäßig bis nie in die Kirche geht und damit wohl auch nur wenige bis keine aktive Kontakte zur Kirche vorliegen. BENE kann diese Lücke potenziell ein Stück weit füllen und die lose kirchliche Bindung dieser Personengruppe ein wenig stärken.
- Die Leser von BENE sind mit der Qualität und Themenvielfalt im Heft nach wie vor mehrheitlich zufrieden. Über 90 Prozent sehen eine sehr hohe oder eher hohe Qualität (2014: 82 Prozent) und gut 81 Prozent sagen dies mit Blick auf die Themenvielfalt (2014: 62 Prozent). Statistisch bedeutsame Zusammenhänge zwischen Themenwünschen und Altersgruppen oder Geschlecht stellen sich im Übrigen weiterhin nicht ein.
- Die Artikel in BENE erhalten von den Lesern positive Bewertungen: 98 Prozent halten die Artikel für „sehr verständlich“/„eher verständlich“, über 80 Prozent befinden die Artikel für „sehr interessant“/„eher interessant“.
- Inhaltlich klingt ein gewisser Wunsch nach mehr regionalen Inhalten und kontroversen Berichten an.
- BENE hat eine Multiplikator-Wirkung, die sich seit 2014 noch einmal verstärkt hat. So geben inzwischen 20 Prozent (statt 18 Prozent in 2014) der Leser ihre Ausgabe an durchschnittlich 2,1 (2014: 1,8 Personen) weiter. Fast die Hälfte der Leser (48 Prozent) reden nach der Lektüre mit Familienangehörigen über Themen aus dem Heft. Dies sind zehn Prozentpunkte mehr als noch 2014.
- Von den Lesern antworten 29 Prozent auf die Frage, inwiefern BENE Denkanstöße gibt, dass das sehr stark zutrifft. Für weitere 52 Prozent trifft dies eher zu. Gut 38 Prozent (zusammengefasste Anteile „ja, sehr stark“ und „eher ja“) der Leser werden durch BENE angeregt über Kirche und Religion sowie Lebensfragen nachzudenken. Für einen nennenswerten Teil der Leser ist hier somit ein weiterer interessanter Wirkungsfaktor durch BENE zu konstatieren.
- In einer Schulnotenlogik wird BENE mit einer Durchschnittsnote von 2,3 bewertet, wodurch eine hohe Gesamtzufriedenheit zum Ausdruck kommt. Sieben Prozent der Leser vergeben die Note „sehr gut“ und weitere 67 Prozent die Note „gut“.