



Die BILD in Zahlen

Angeblich tut es kaum einer, doch rechnerisch müssen es die meisten beinahe täglich tun. Während sich einige bereits am Frühstückstisch komplett durcharbeiten, überfliegen sie andere nur schnell in Bus oder Bahn. Jeden Tag lesen aber mehr als 12,5 Millionen Menschen die BILD-Zeitung.

Die BILD feiert dieser Tage ihr 60-jähriges Bestehen. Immer noch ist die BILD nicht nur Deutschlands, sondern auch Europas größte Tageszeitung. Die Zeitung hat eine Druckauflage von 3,4 Millionen Exemplaren. Mit einer momentan verkauften Auflage von mehr als 2,7 Millionen ist die Tageszeitung Spitzenreiter unter den deutschen Printmedien.

Nur ein verschwindend geringer Anteil davon, circa 47.000, kommen laut einer diesjährigen Studie des IWW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern) durch Abonnements zustande. Die BILD ist also keine Abonnementzeitung, sondern kann sich an einer treuer Leserschaft erfreuen, die jeden Tag den Weg zum Kiosk macht oder die Zeitung beim Bäcker gleich mit den Brötchen mitbestellt.



Doch wie ist dieser Erfolg zu erklären, trotz des Rufs der Zeitung als nicht sehr anspruchsvollem Boulevardblatt? Und wer liest die Bild? Denn das Klischee des typischen BILD-Zeitungsleser ist bei vielen recht ähnlich: Eher geringeres Bildungsniveau, eher Arbeiterschicht. Stimmt das überhaupt?

Die Statistiken diesen Jahres der ma-Pressemedien Marktforschungen der Axel Springer AG vermelden, dass der größten Anteil der BILD-Leser männlich ist. Aktuell 7,64 Millionen Leser machen Männer aus. Deren Anteil ist damit seit 2006 leicht von 7,26 Millionen angestiegen. Die BILD hat nur rund 4,5 Millionen Leserinnen, deren Zahl innerhalb der letzten acht Jahre geringfügig gesunken ist.





Alterstechnisch ist die BILD-Zeitung unüberraschend in der Alterskategorie von 40 bis 49 Jahren mit mehr als 2,5 Millionen Lesern am beliebtesten, dicht gefolgt von der Gruppe der 50 bis 59-Jährigen.

In beiden Gruppen ist die Anzahl der Leser sogar seit 2006 angestiegen. Bei den jüngeren Lesergruppen erfreut sich die BILD-Zeitung nur geringerer Beliebtheit. Insgesamt lesen nur ca. 3,5 Millionen Leser im Alter zwischen 20 und 39 Jahren die BILD. Kaum verwunderlich ist daher auch die Tatsache, dass sich der Protest gegen die Gratis-BILD sehr stark in dieser internet-affinen Zielgruppe formierte.

Die statistisch dominierende Leserschaft der BILD bedient denn auch die oben erwähnten Leserklichs. Denn einen Anteil von 5,59 Millionen Lesern bilden Absolventen von Haupt- und Volksschulen mit Lehre und 3,52 Millionen Lesern haben die mittlere Reife. Abiturienten und Studenten machen im Vergleich nur einen verschwindend geringen Anteil aus, nämlich rund 1,49 Millionen Leser.

Wenn man einen Blick auf die Berufsparten der BILD-Leser wirft, werden diese klar von "sonstigen Angestellten und Beamten" und "Facharbeitern" dominiert, mit jeweils ca. 4 Millionen Lesern. Die Gruppen der leitenden Angestellten und Freiberufler bzw. Selbstständige kommen jeweils nicht einmal auf eine Million Leser. Mit einem Anteil von mehr als 2,5 Millionen wird die BILD-Zeitung übrigens von Personen mit einem Netto-Einkommen zwischen 1.500 bis unter 2.000 € gelesen, dicht gefolgt aber von der Personengruppe, die nur bis zu 750 Euro pro Monat zur Verfügung hat. Interessante Zahlen, wenn man das Verhältnis zwischen der BILD-Zeitung und ihrer Berichterstattung über Hartz IV und deren Bezieher bedenkt.



Selbst, wenn die Leserklichs der BILD-Zeitung teilweise also durch Statistiken bestätigt werden, setzt sich die BILD-Leserschaft doch aus einer ziemlich heterogenen Personenmischung zusammen. Sie lässt sich nicht klar auf eine Altersgruppe oder soziale Schicht festlegen. Dies scheint ganz im Sinne von BILD-Chefredakteur Kai Diekmann zu sein. "Es ist uns gelungen, 'Bild' in die Mitte der Gesellschaft zu führen", sagte Diekmann kürzlich der Nachrichtenagentur dpa. Selbst die größten Kritiker gestünden der BILD die Position eines Leitmediums zu.

Seit 1952 hat sich auch bei der BILD-Zeitung viel verändert. Der mediale Wandel und wirtschaftliche Nöte, die vor allem den Printmedien stark zusetzen, gehen auch an der BILD nicht spurlos vorüber. Auch die BILD innerhalb der letzten Jahre, wie fast alle Printmedien, viele Leser verloren. Die Tageszeitung musste innerhalb der letzten zwei



Jahre rund 400.000 Leser einbüßen. Laut aktueller Zeitungsberichte ist die Auflage innerhalb der letzten zehn Jahren um ca. 1,7 Millionen Exemplare gesunken. Früher konnte die Tageszeitung ca. 4 Millionen Exemplare absetzen.

Seit 2006 ist die Zahl der Leser allerdings von rund 11,52 Millionen BILD-Lesern bis zu 12,13 Millionen im ersten Halbjahr dieses Jahres aber insgesamt leicht angestiegen. Im Großen und Ganzen macht der BILD dieser Leserverlust also nicht zu schaffen. Der Großteil der Leserschaft scheint ihr treu zu bleiben und sorgt damit dafür, dass die BILD die größte Tageszeitung Europas ist und bleibt. Es bleibt abzuwarten, wie der Medienwandel und die Plattform Internet sich auf die BILD auswirkt. Doch bisher ist bild.de auch online mit rund 12 Millionen Nutzern täglich Marktführer.

Weitere Informationen: Tabellen und Hochrechnungen der [Media-Analyse ag.ma Media-Micro-Census](#).

(Text: Julia Radgen, Fotos: Klara-Aylin Wen/jugendfotos.de, Harriet Hanekamp/jugendfotos.de, Johannes Ludwig/jugendfotos.de)