

## Paul Parey Verlag befragt seine Jäger

# Große **Marktmedia-Studie** für die Zielgruppe Jagd

**„Mit dieser umfangreichen Erhebung innerhalb unserer Kernzielgruppe, haben wir einen weiteren großen Schritt gemacht“,** sagt Geschäftsführer Christopher Pilger. **„Damit werden wir unser Medienangebot noch detaillierter gestalten“.**

Interessierte können sich bei Fragen gerne an den Verlag wenden.

### Ulrich Merkt

Paul Parey Zeitschriftenverlag GmbH  
Erich-Kästner-Str. 2, 56379 Singhofen  
Tel. +49 2604 978-501  
Fax +49 2604 978-6501

E-mail: [ulrich.merkt@paulparey.de](mailto:ulrich.merkt@paulparey.de)  
[www.paulparey.de](http://www.paulparey.de)

### Singhofen, März 2017

Der Paul Parey Verlag hat mit dem renommierten Marktforschungsinstitut Market Research eine umfangreiche Befragung in seinen Jagdtiteln durchgeführt. **„Das Ergebnis ist schlichtweg überwältigend“** sagt Anzeigenleiter Ulrich Merkt, der die Befragung zusammen mit dem Leiter des Instituts Paul Färber intensiv begleitet hat.

Dabei lag der Rücklauf der Befragung bei stolzen 9.200 Nutzern der Marken „Wild und Hund“, „Deutsche Jagdzeitung“, „Jagen Weltweit“ und „Wilde Hunde“. Diese enormen Rückläufe machen die Erhebung sehr repräsentativ, auch und vor allem für die Werbetreibenden und die entsprechend angehängte Industrie. Die verkaufte Auflage\* der gesamten Jagdtitel des Paul Parey Verlages deckt dabei mit knapp 30 % Marktanteil die Zielgruppe der rund 380.000 Jägerinnen und Jäger in Deutschland ab. (\*Quelle IVW 4/ 2016)

Neben den demografischen Daten wurden vor allem auch Themeninteresse, Käufertypologie bzw. Kaufabsichten sowie konkrete Herstellermarken erfasst.

Es wurde wiederum deutlich, dass Jäger qualitätsbewusst, werterhaltend und innovativ einkaufen. Auch eine starke Familienorientierung ist zu sehen. Dazu führen über 50 Prozent der befragten Leser einen Hund und 61 Prozent zählen zu den besonders ambitionierten Jägern mit eigenem Zugang zu einem Jagdrevier.

Bei der Mediennutzung ist eine besonders hohe Leser-Blatt-Bindung bei den Jagdmedien zu erkennen. Zudem wurde beispielsweise eine durchschnittliche Lesedauer von 157 Minuten pro Ausgabe ermittelt.