



## Kommentar: „Tip der Woche“ ist ein Hidden Champion

Es gibt Zeitungen, die laufen irgendwie unter der Wahrnehmungsschwelle: 12,8 Millionen Leser, knapp 90 Prozent der Leser nehmen die Zeitung mindestens einmal zur Hand, 75 Prozent würden sie laut TNS Emnid Mediaforschung vermissen, wenn sie eine Woche nicht käme. Die Rede ist von der Zeitung „Tip der Woche“ der Handelskette Kaufland. Die Zeitung bringt jede Menge „Schweinebauch“-Anzeigen, wie die Werber sagen würden, und gemessen am Gesamtumfang einen bedeutend kleineren Teil Redaktion. Dennoch würden 77 Prozent eine Weiterempfehlung aussprechen und knapp 70 Prozent der Befragten sagen, dass sie die letzten zwölf Ausgaben gelesen

oder zumindest durchgeblättert haben. Auch wenn kreative Werber vielleicht eher die Nase rümpfen: Insgesamt 89 Prozent finden die Zeitung sogar ansprechend gestaltet, wobei die durchschnittliche Lesedauer der 32 Seiten über 17 Minuten beträgt. Wie kommt das? Es ist wahrscheinlich ganz einfach: Der Leser bekommt Angebote für seinen Wocheneinkauf – im Zweifel unzweideutig von Kaufland – und ein wenig Boulevard. Das war's. Nicht die großen Layouts oder Konzepte, sondern eine Ansprache, die Bedürfnisse trifft, sind entscheidend. Eben genial einfach.

**Christian Thunig**

