

P R E S S E M I T T E I L U N G

Berlin, 20. März 2018

Höchste Konzentration bei der Zeitungslektüre

Studie „Zeitungsqualitäten 2018“ bündelt aktuelle Fakten zur Zeitung, zum Nutzungsverhalten der Leser und zur Werbeleistung.

Kein anderes Werbemedium wird so aufmerksam genutzt wie die Zeitung: 80 Prozent der Menschen sagen, dass sie während der Lektüre ganz auf die Zeitung konzentriert sind. Bei der Nutzung anderer Werbemedien lassen sie sich hingegen leichter ablenken oder nutzen mehrere Medien parallel. Darunter leidet die Aufmerksamkeit – auch für die Werbung.

Dies ist ein Ergebnis der neuen Studie „Zeitungsqualitäten 2018“, die die ZMG Zeitungsmarktforschung Gesellschaft im Auftrag des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) erstellt hat. Die Studie bündelt aktuelle Fakten zur Nutzung und Werbeleistung der Zeitungen und der Werbemedien im intermediären Vergleich.

Intensive Nutzung

Mit ihren **354** gedruckten Titeln und einem Vielfachen an digitalen Angeboten erreichen die Zeitungen alle Bevölkerungsschichten: Acht von zehn Deutschen lesen sie regelmäßig gedruckt oder digital. Überdurchschnittlich stark ist die Nutzung in werberelevanten Zielgruppen mit hohem Einkommen und guter Ausbildung.

Nicht nur die große Reichweite, auch die Intensität der Nutzung unterstreicht die Bedeutung der Zeitung als Werbemedium: Als Printausgabe zieht sie Leserinnen und Leser täglich 39 Minuten in ihren Bann - und das gründlich: 81 Prozent lesen mindestens die Hälfte aller Seiten. Drei Viertel geben ihre Zeitung auch weiter, so dass jedes Exemplar durchschnittlich 2,7 Leser erreicht.

Die bewusste Hinwendung zum Medium kommt der Wahrnehmung und Beachtung der Zeitungswerbung zugute. Mit einer durchschnittlichen Betrachtungsdauer von sieben Sekunden werden Anzeigen in der Zeitung aufmerksamer wahrgenommen als andere Werbeformen. Werbung im E-Paper wird dabei ebenso stark beachtet wie in der gedruckten Zeitung. „In Zeiten des medialen Overloads ist diese konzentrierte Mediennutzung kostbar – auch für die Werbewirkung“, sagte dazu ZMG-Marktforscher Alexander Potgeter, Autor der Studie „Zeitungsqualitäten 2018“.

Anzeigen sind geschätzter Lesestoff

Zeitungswerbung zieht nicht nur die Blicke auf sich, sie wird von den Lesern auch ausdrücklich geschätzt. 80 Prozent empfinden Zeitungsanzeigen als glaubwürdig und zuverlässig, 82 Prozent sagen: Geschäfte, die in der Zeitung werben, sind seriös. Ihr hoher Nutzwert für die Verbraucher zeigt sich in der Relevanz für die konkrete Einkaufsplanung. Für 40 Prozent ist die Tageszeitung die wichtigste Informationsquelle für Angebote der Geschäfte, gefolgt von Direktverteilung (31%), Anzeigenblättern (28%), Internet (20%) und Fernsehen (17%). Damit wird Zeitungswerbung zur konkreten Gestaltungshilfe für den Einkaufszettel.

Weitere Ergebnisse der „Zeitungsqualitäten 2018“ und Infografiken zum Download auf:

www.die-zeitungen.de/argumente

Ansprechpartner Presse:

Dr. Andrea Gourd, BDZV, Telefon 069/97 38 22-46, E-Mail: gourd@bdzv.de

Ansprechpartner Marktforschung:

Alexander Potgeter, Leiter Forschung ZMG, Telefon 069/ 97 38 22-0, E-Mail: potgeter@zmg.de