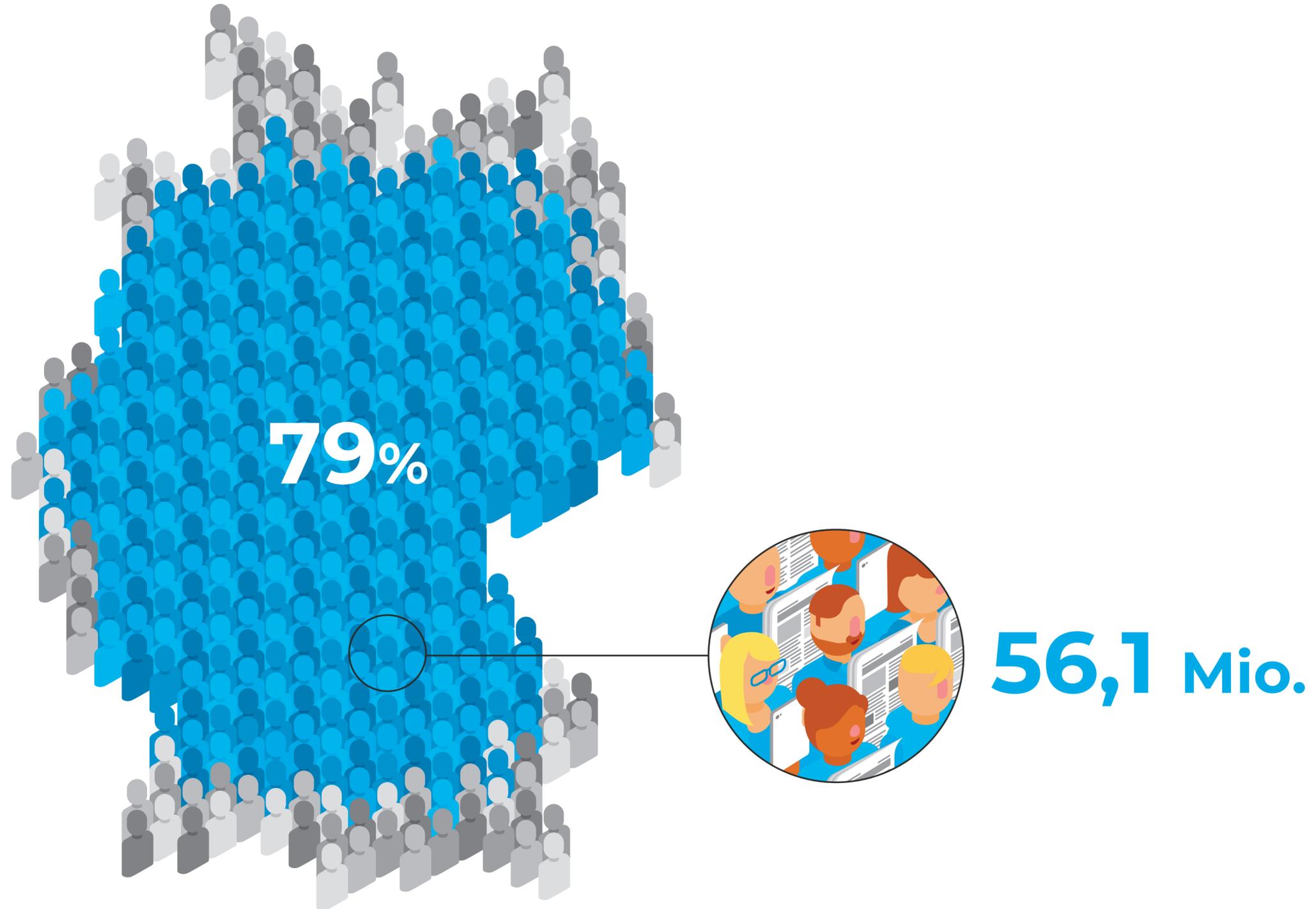




# Zeitungsqualitäten 2020

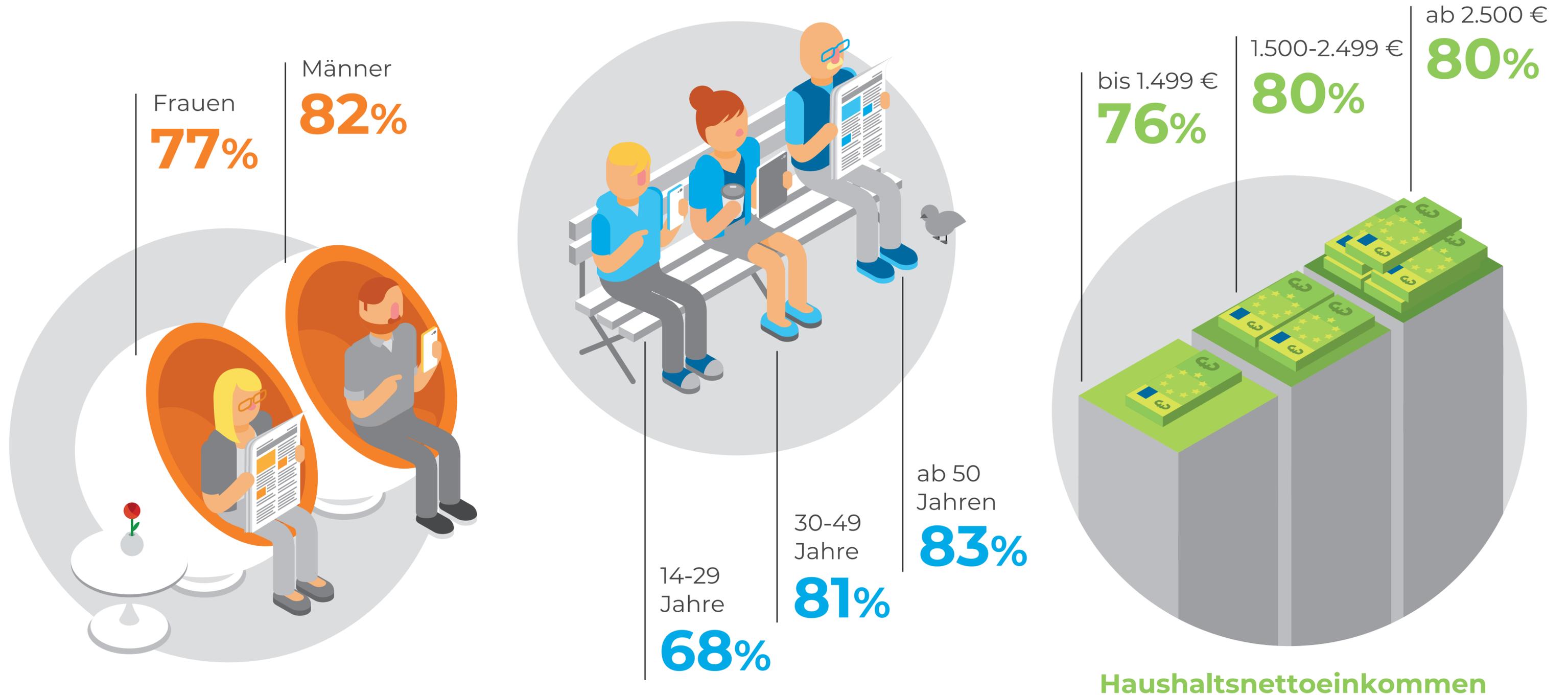
# Die Mehrheit liest Zeitung

Nettoreichweiten Print und Digital in der Woche



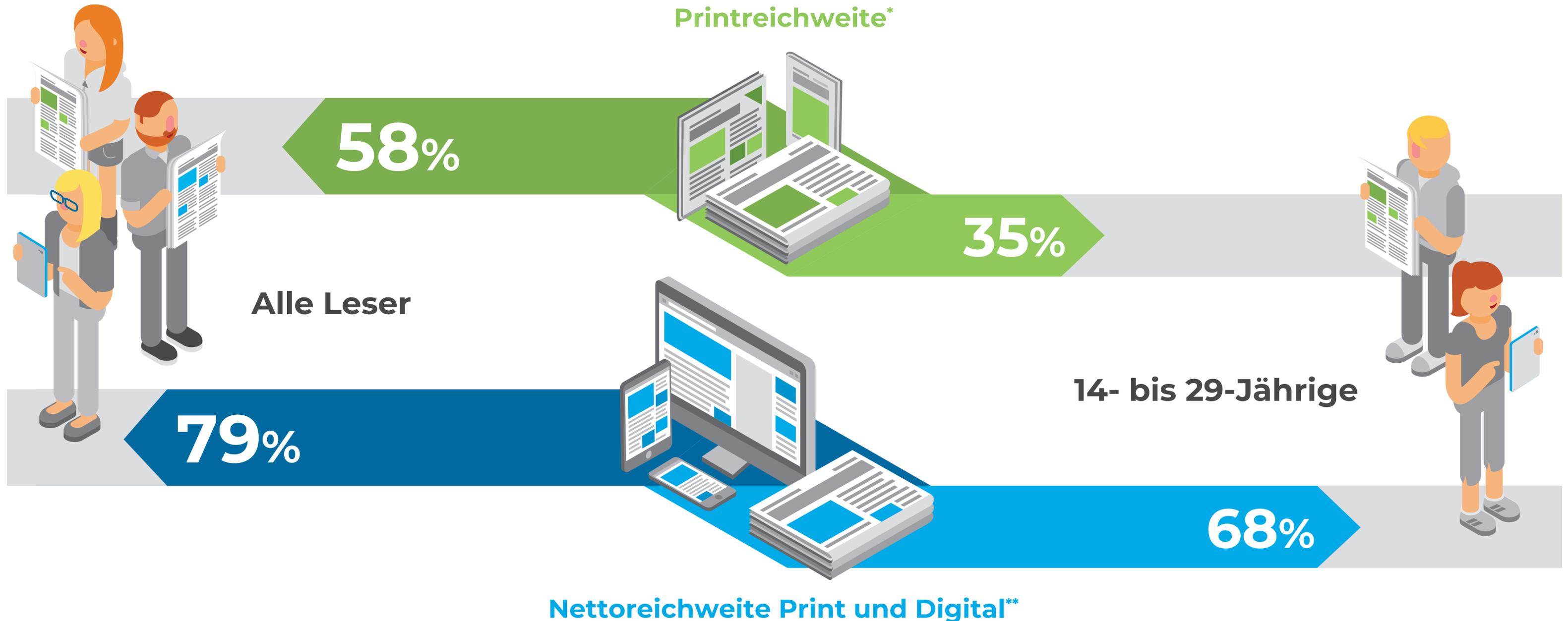
# Zeitungen erreichen alle Bevölkerungsgruppen

Nettoreichweiten Print und Digital in der Woche



# Digital jünger: Zeitungen gewinnen online junge Leser

Reichweiten online und offline



# Leser teilen sich ihre Zeitung

Nutzungsgemeinschaften

**31%**

lesen ihre Zeitung alleine

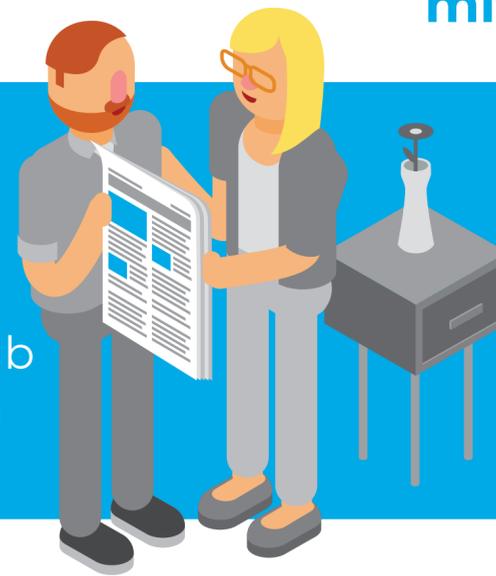


**69%**

teilen ihre Zeitung  
mit anderen Personen

**45%**

nur innerhalb  
des eigenen  
Haushalts



**24%**

außerhalb  
des eigenen  
Haushalts



**2,7 Leser**  
pro Exemplar

# Im Lokalen führt an der Tageszeitung kein Weg vorbei

Bedeutung lokaler Informationen

**77%**

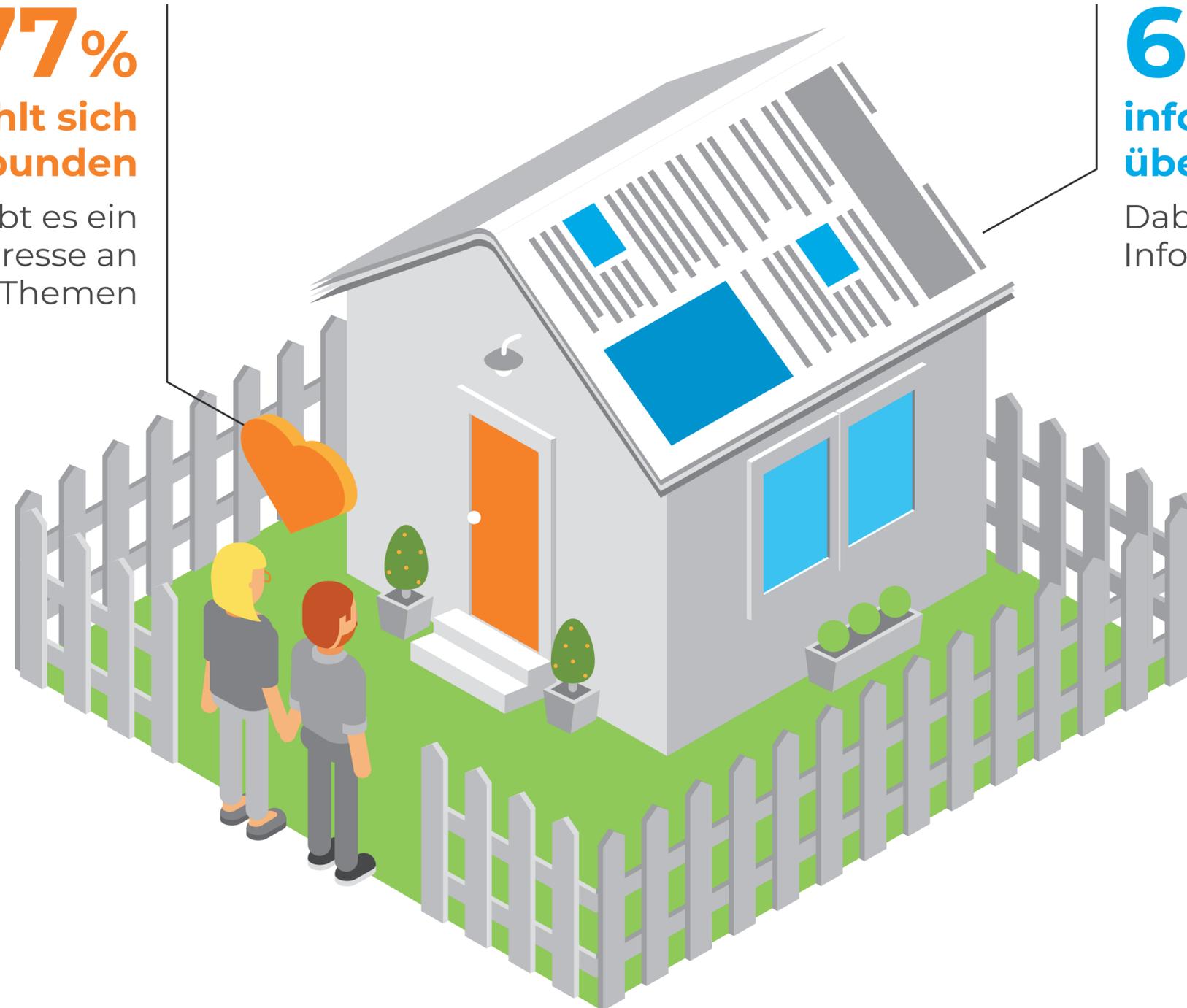
**Die Mehrheit fühlt sich ihrem Wohnort verbunden**

Entsprechend gibt es ein hohes Informationsinteresse an Informationen zu lokalen Themen

**68%**

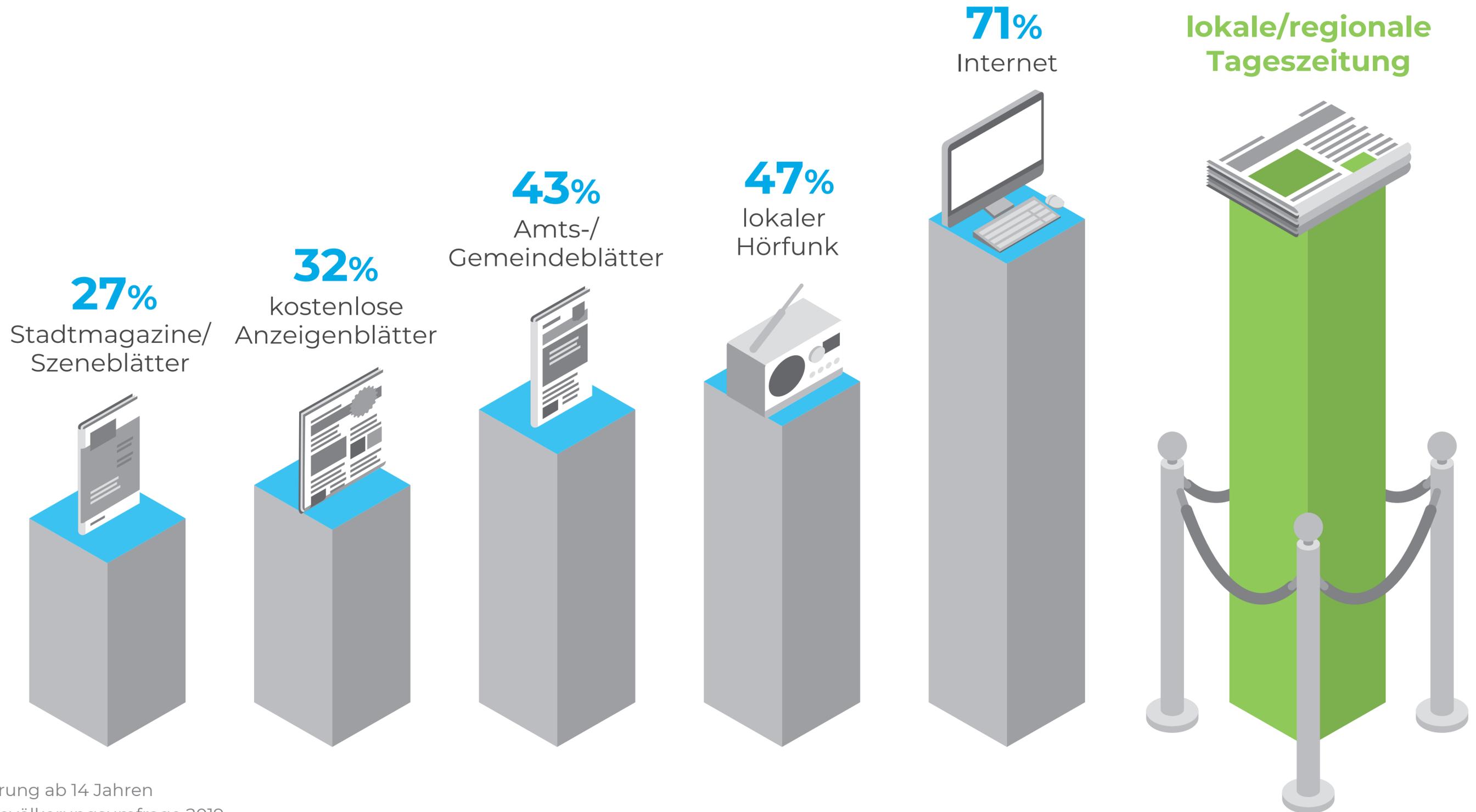
**informieren sich (sehr) häufig über Ereignisse am Wohnort**

Dabei ist die Tageszeitung die Informationsquelle Nummer 1



# Zeitungen sind lokale Informationsquelle Nr. 1

Unverzichtbar und sinnvoll für lokale und regionale Themen



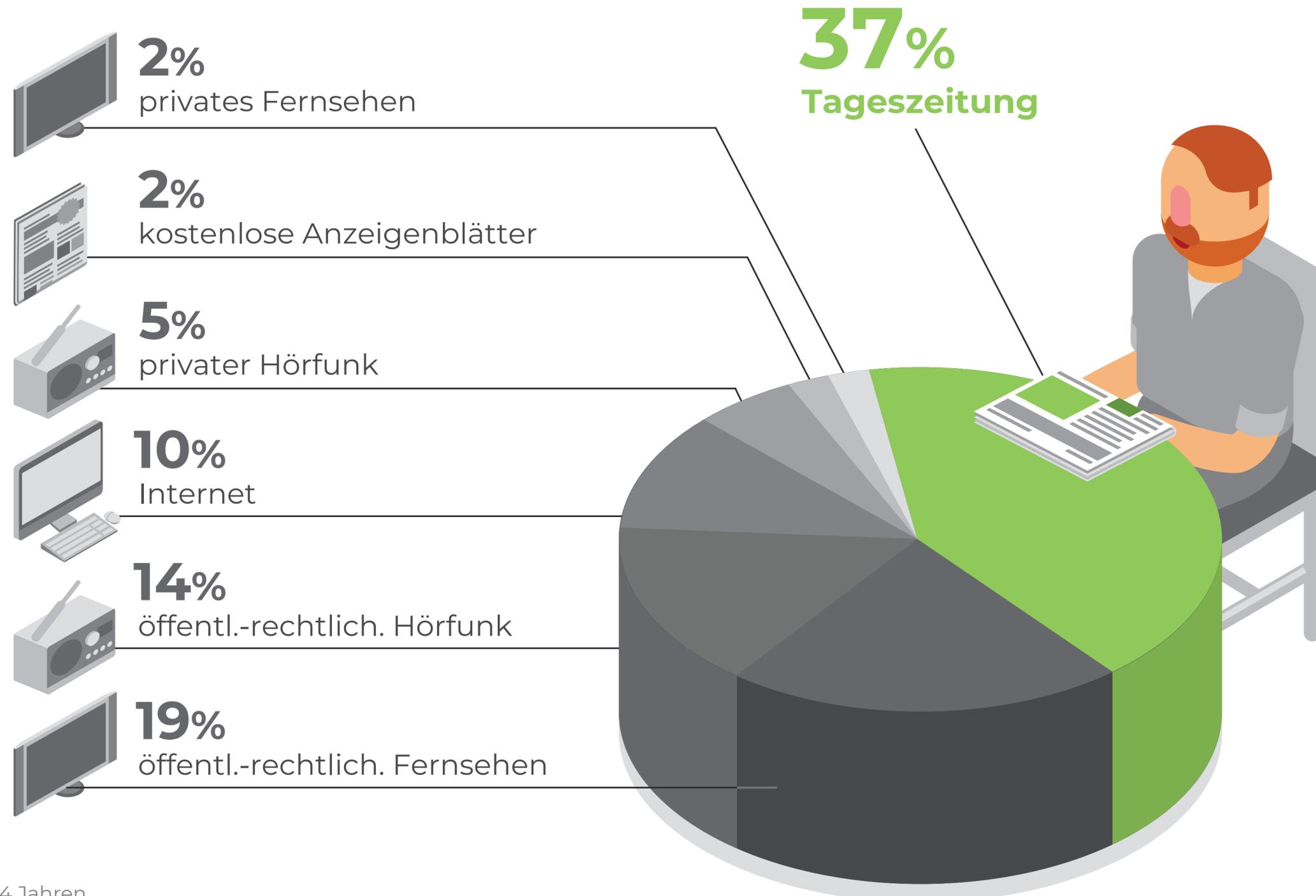
# Tageszeitungen sind uns am nächsten

Eigenschaften der regionalen Tageszeitungen



# Der Zeitung schenkt man Glauben

Glaubwürdigstes Medium bei lokalen Themen



**Nachprüfbar gut**



# Zeitungen werden intensiv genutzt

Hohe Beachtungschance für Anzeigen



Lesedauer  
**38 Minuten**

# Zeitungsleser sind ganz bei der Sache

Konzentration bei der Nutzung unterschiedlicher Medien

## Konzentrationsrate



Zeitung  
**80%**



öffentlich-rechtliches  
Fernsehen

**78%**



privates Fernsehen

**45%**



öffentlich-rechtliches  
Radio

**64%**



privates Radio

**39%**



Internet

**56%**



kostenlose Anzeigenblätter

**27%**

**28%**  
sehr  
konzentriert

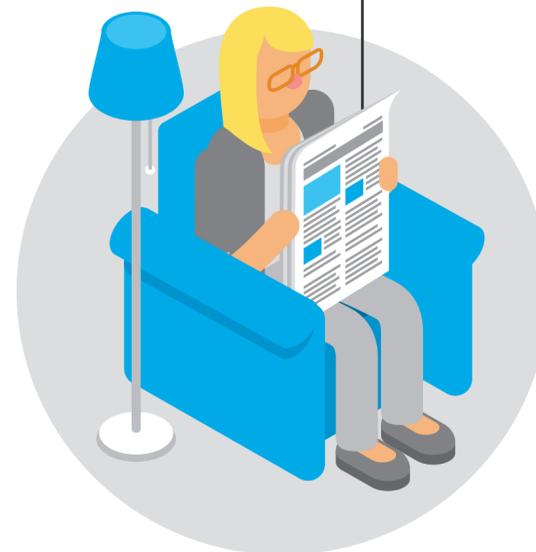
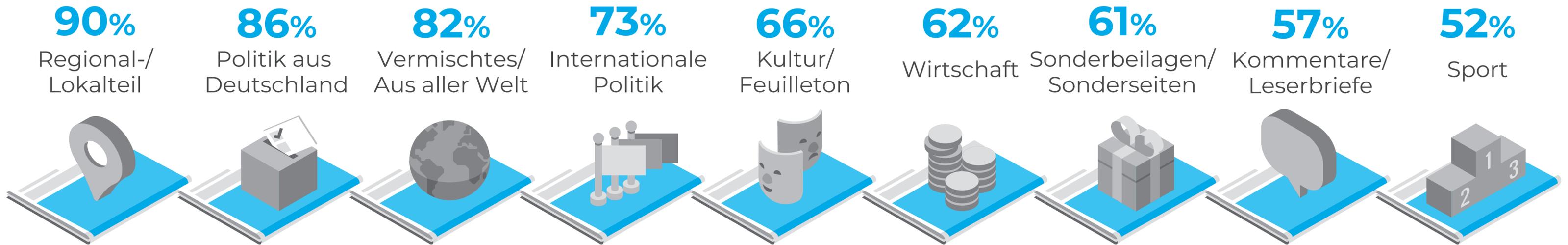


**52%**  
konzentriert



# Die Zeitung ist ein Universalmedium

Nutzung des jeweiligen Ressorts



# Zeitungen sind mehr als Print

Zusatzangebote sprechen auch neue Zielgruppen an

**Nichtleser**  
sehr interessiert/interessiert an ...



**53%**  
Apps mit aktuellen  
Nachrichten

**40%**  
Webseite/  
Onlineportal  
der Zeitung

**37%**  
Digitales  
Archiv

**25%**  
Zeitung als  
E-Paper

**24%**  
Social Media  
Account der  
Zeitung

**22%**  
Videoangebote  
(z.B. Youtube-  
Kanal)

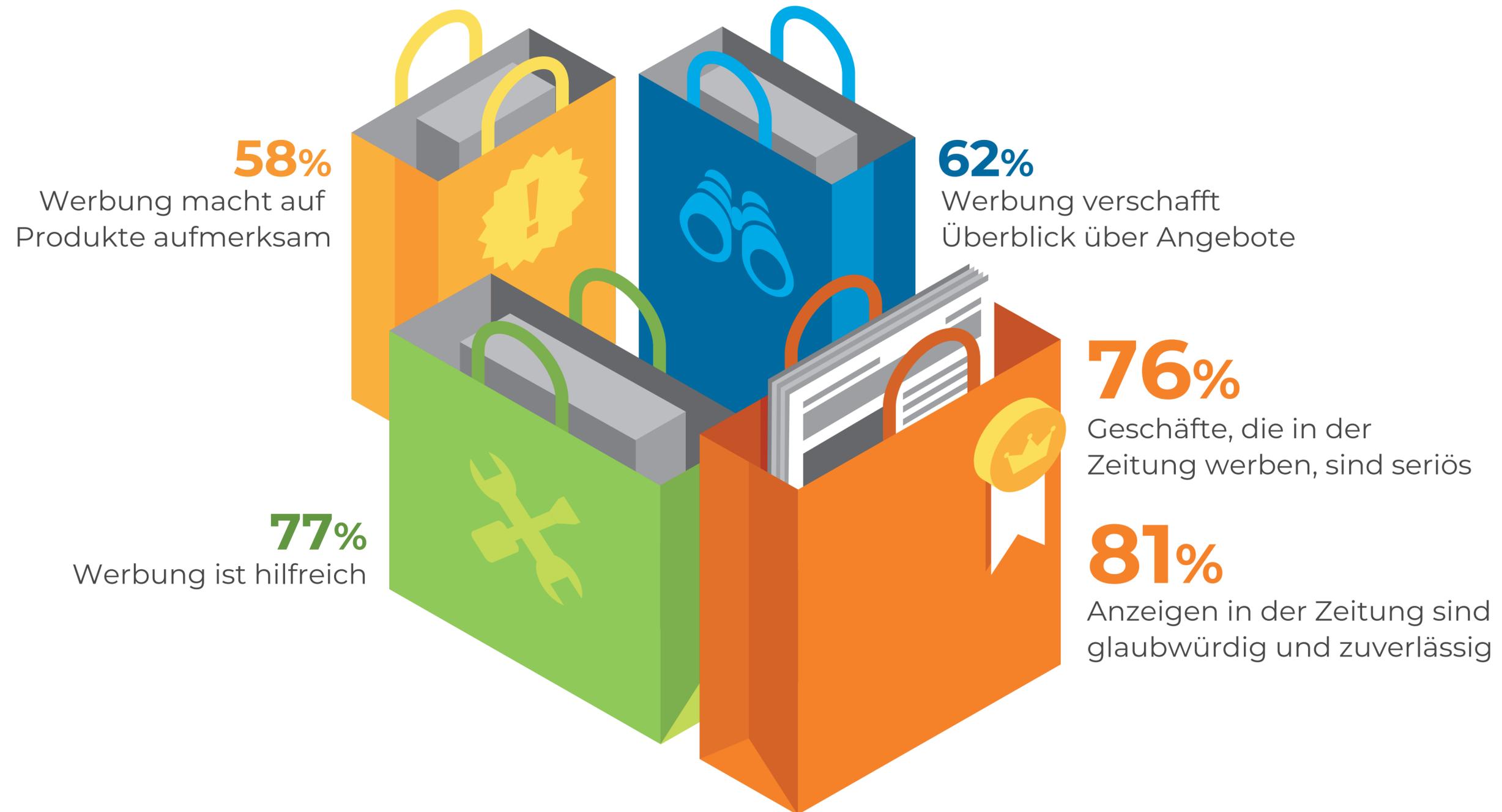
**19%**  
Von der Zeitung  
veranstaltete  
Messen

**17%**  
Newsletter  
der Zeitung

**16%**  
Audioangebote  
(z.B. Podcasts)

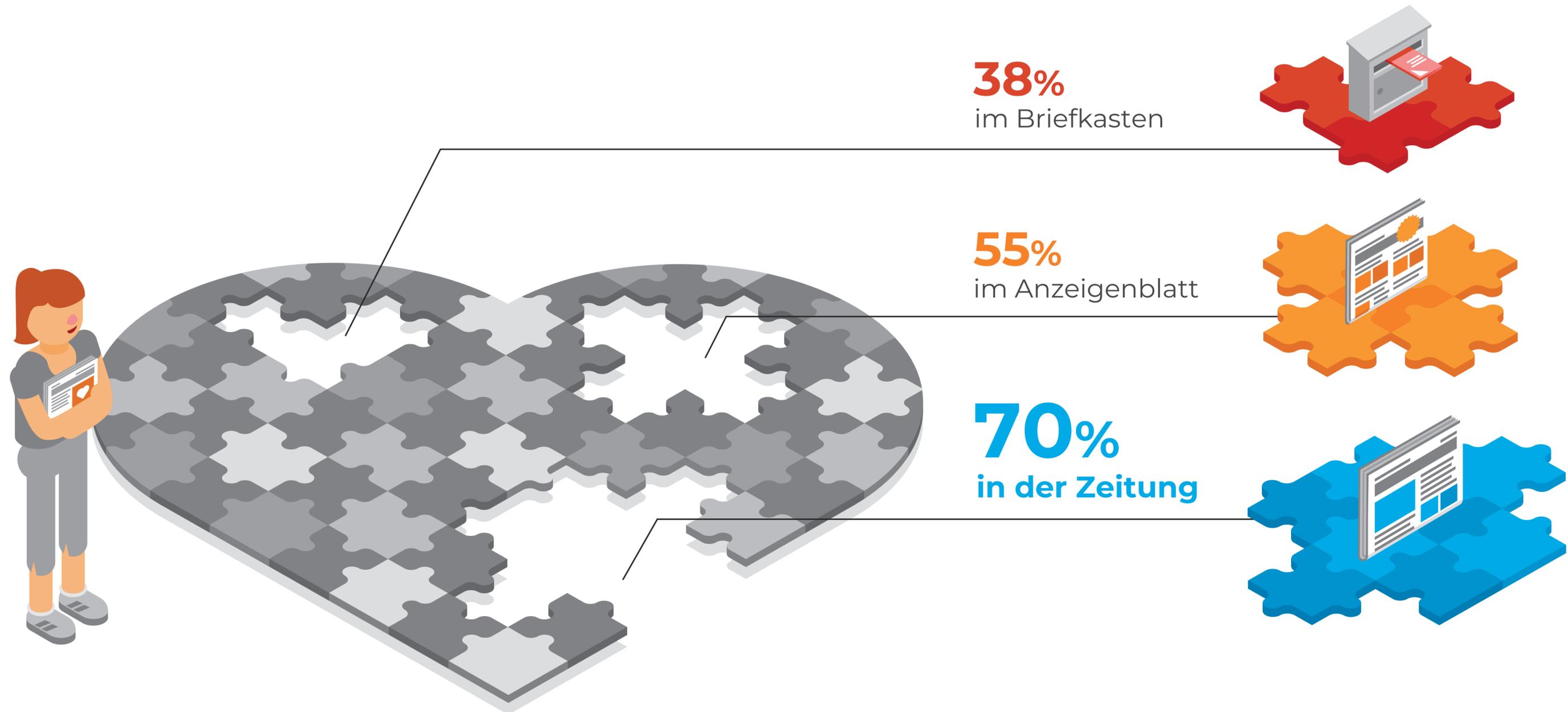
# Werbung ist Gestaltungshilfe für den Einkaufszettel

Positive Einstellung zur Werbung



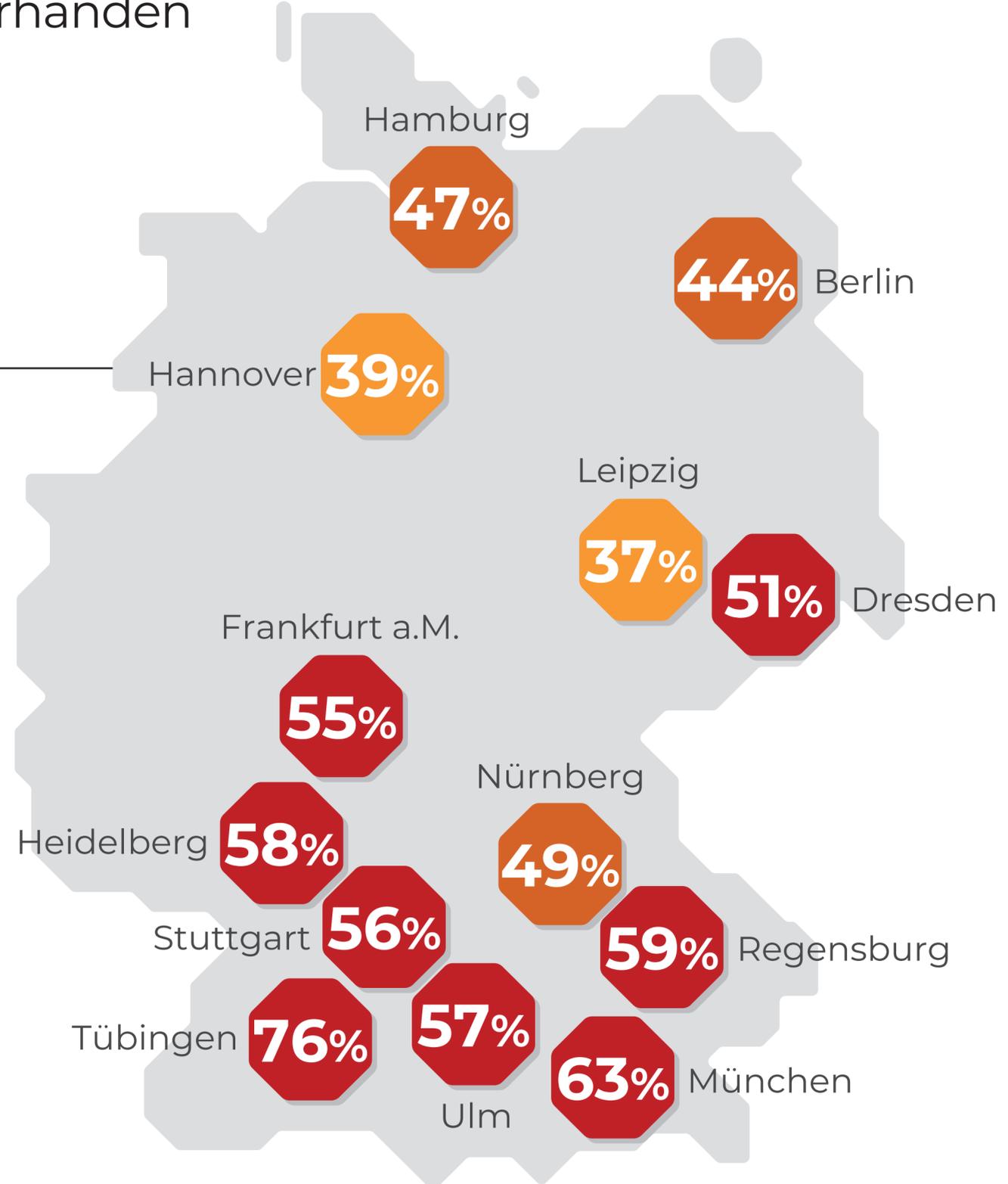
# In der Zeitung ist Werbung wichtig

Personen, die Werbung vermissen würden



# Direktwerbung kommt nicht gut an

Aufkleber „Bitte keine Werbung einwerfen“ vorhanden



# In Zeitungen sind Prospekte relevant

Umgang mit Prospekten



**Direktverteilte  
Prospekte**



**56%**

werfen einen Teil  
oder alle gleich weg\*



**Prospekte  
in der Zeitung**



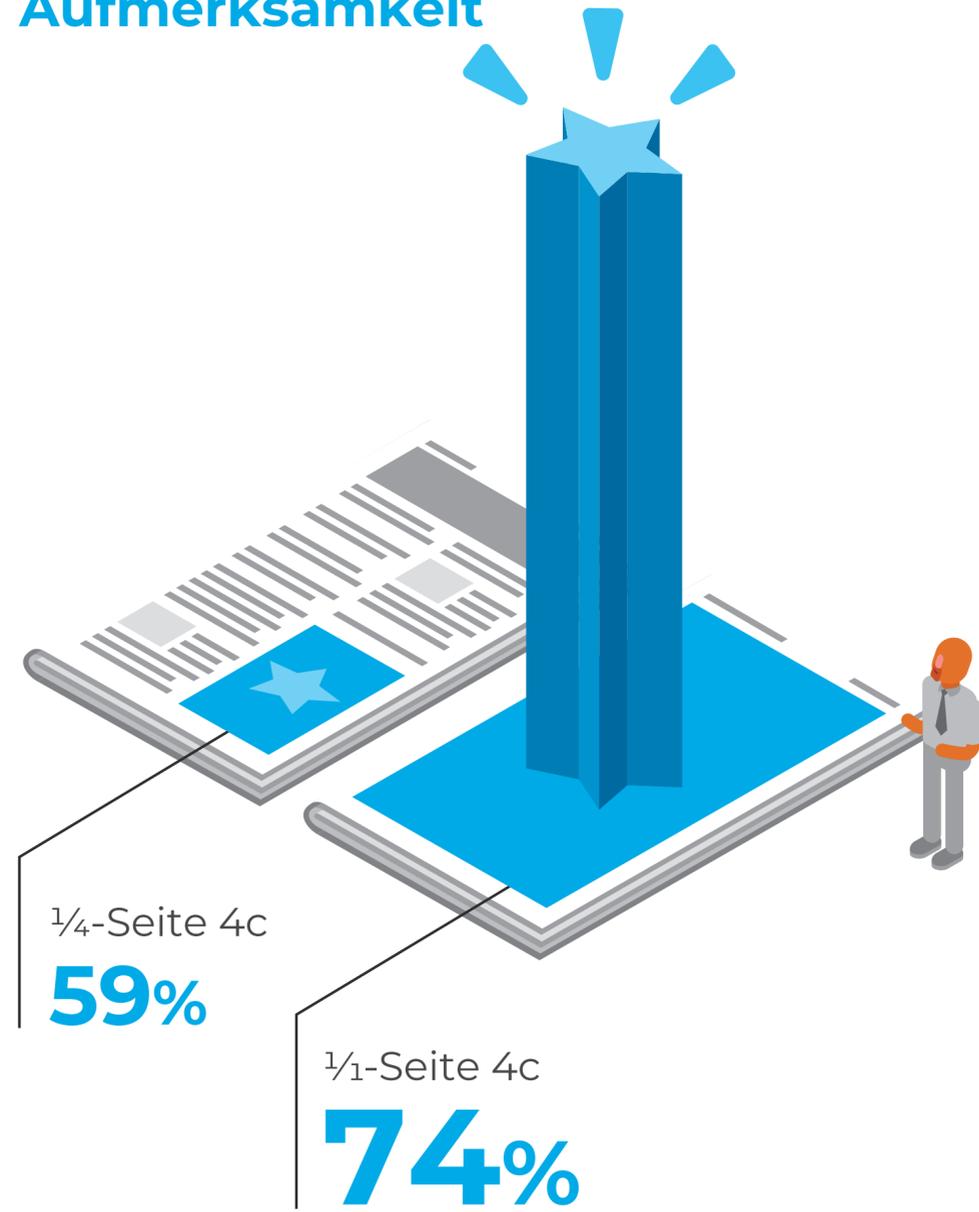
**72%**

haben in letzter Zeit  
aufgehoben / ins Geschäft  
mitgenommen\*\*

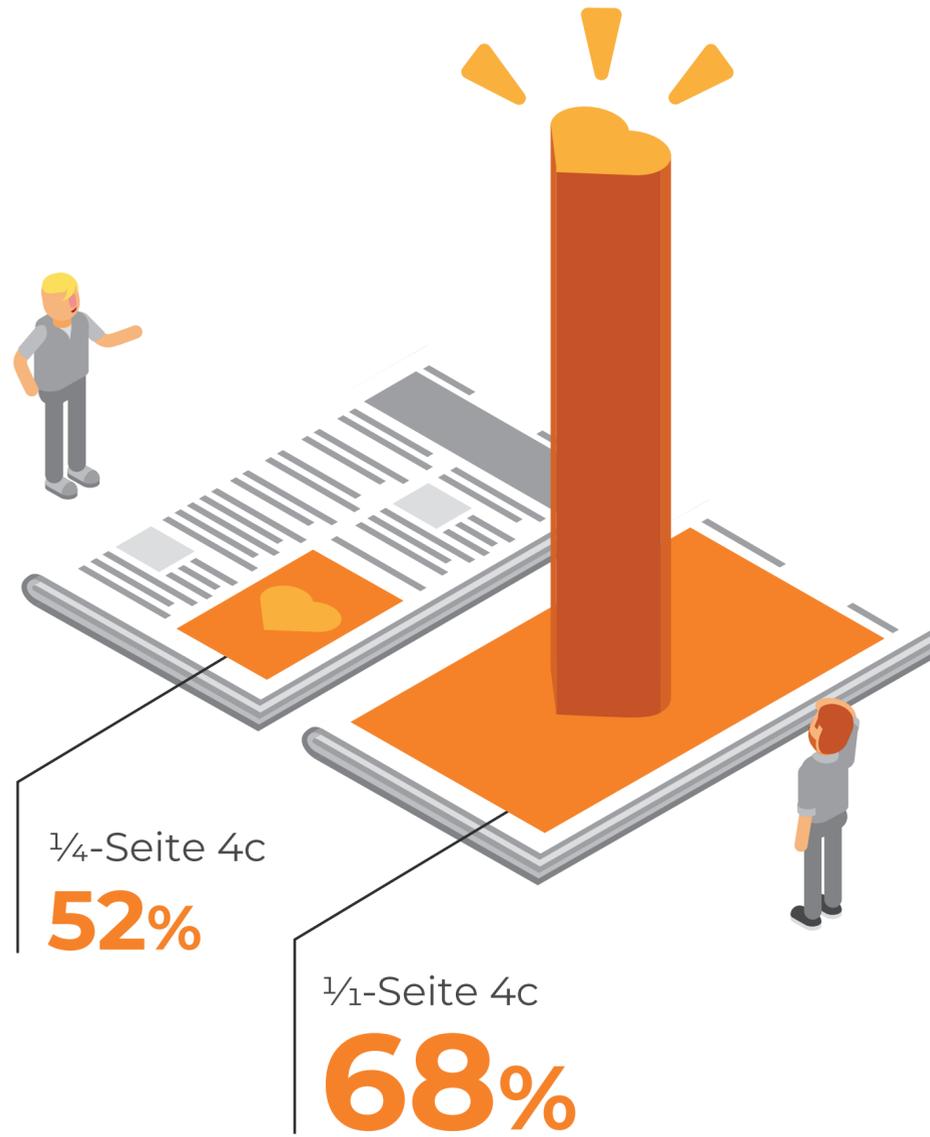
# Größer ist besser

Beachtung von Zeitungsanzeigen 1/4-Seite vs. 1/1-Seite

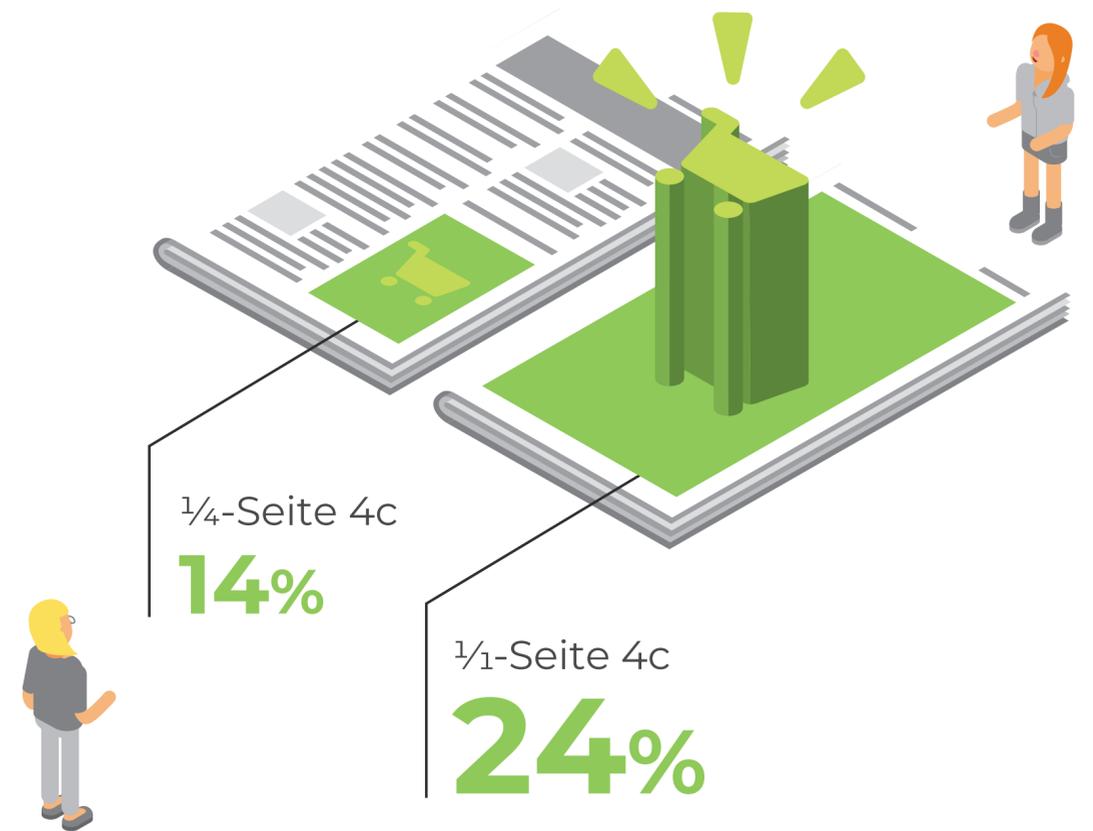
## Aufmerksamkeit



## Marken-Identifikation

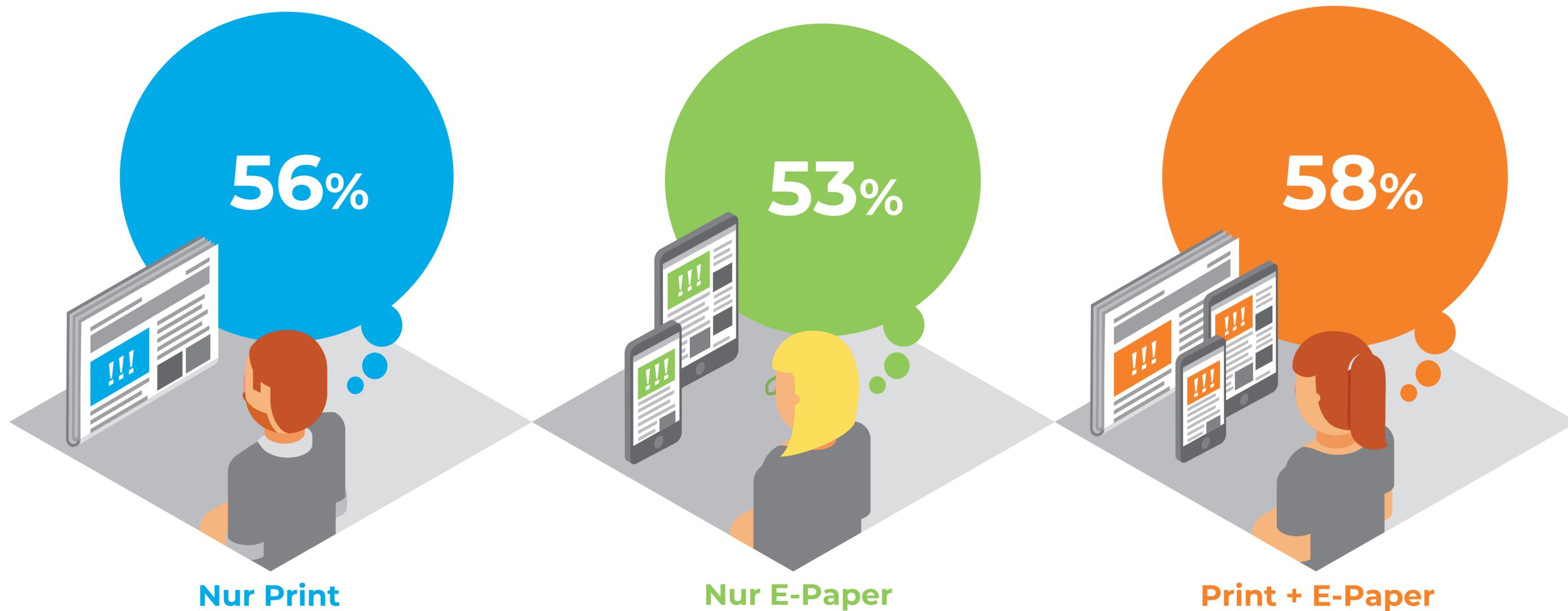


## Aktionsimpuls



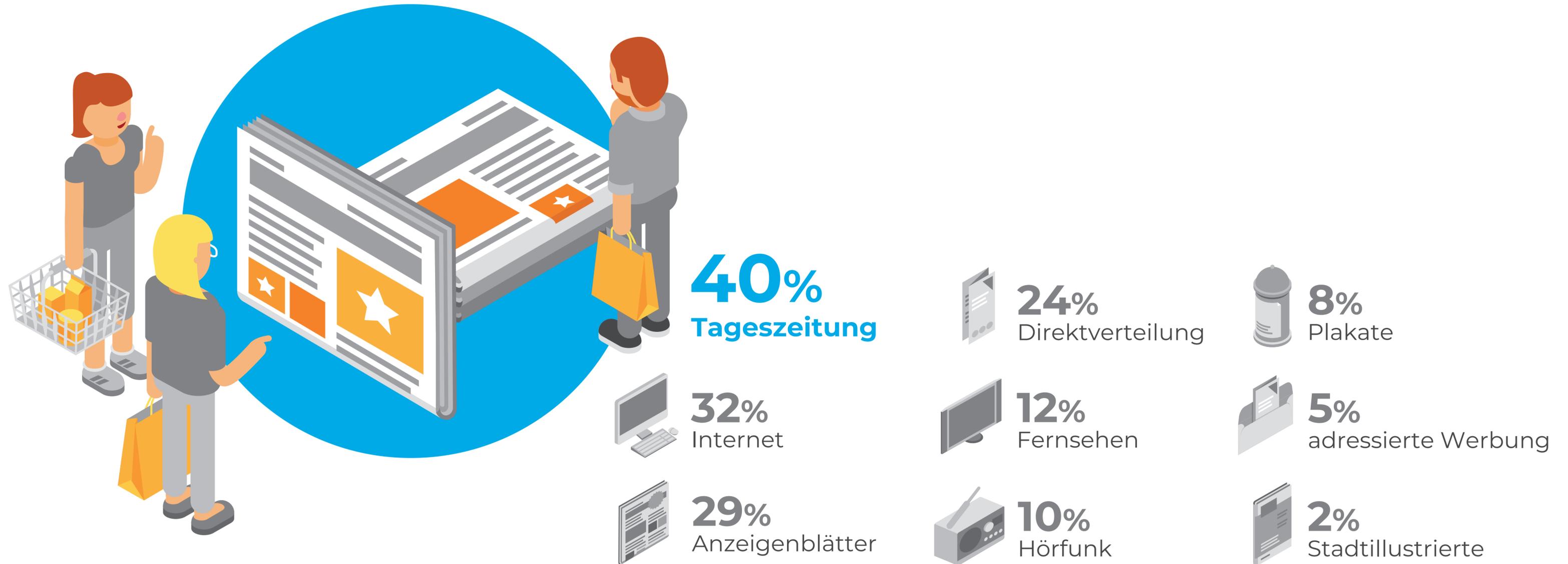
# Anzeigen werden auch im E-Paper beachtet

Wahrnehmung in Print und E-Paper



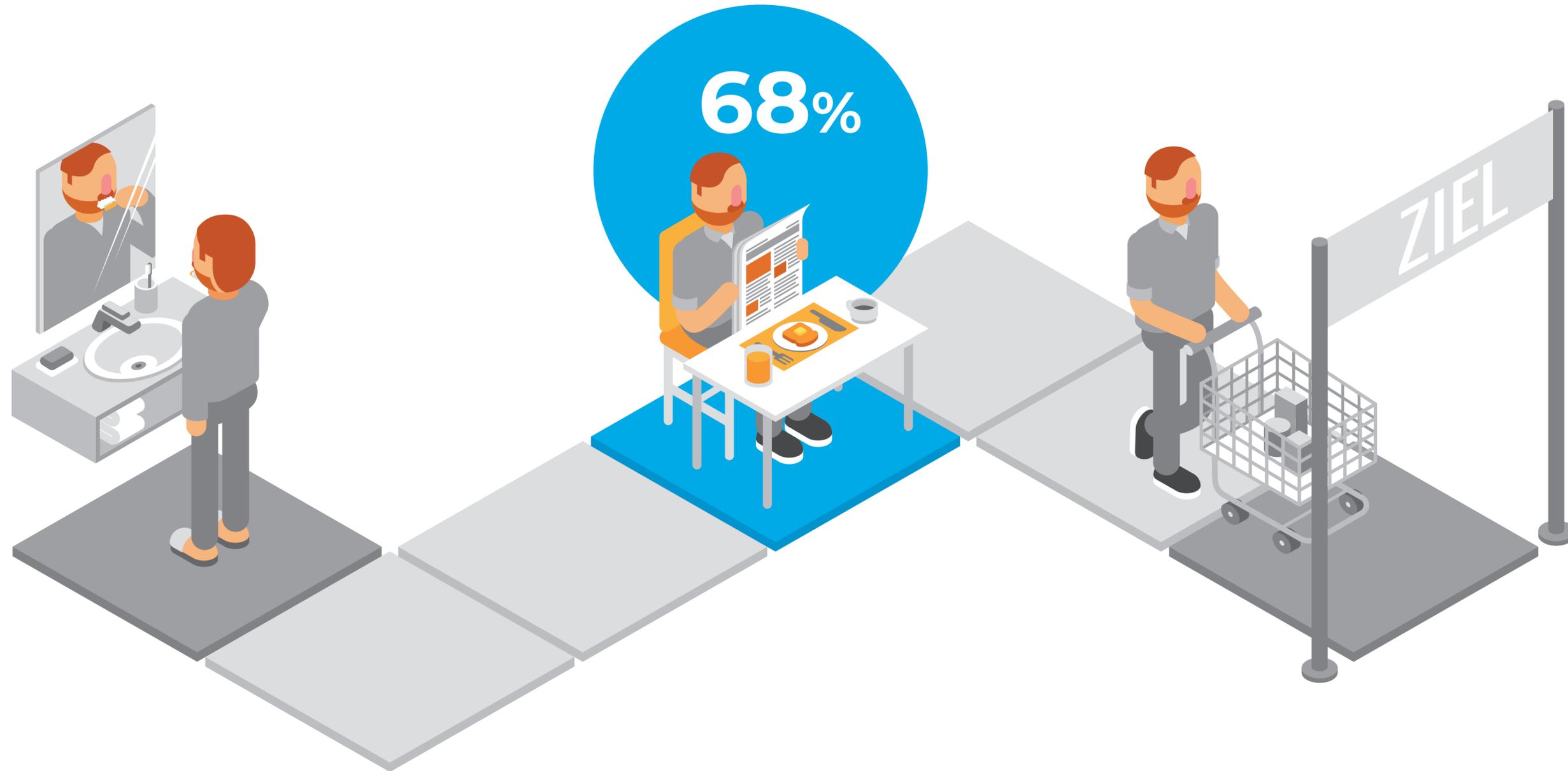
# Konsumenten informieren sich aktiv in der Zeitung

Wichtigste Informationsquelle für Angebote der Geschäfte



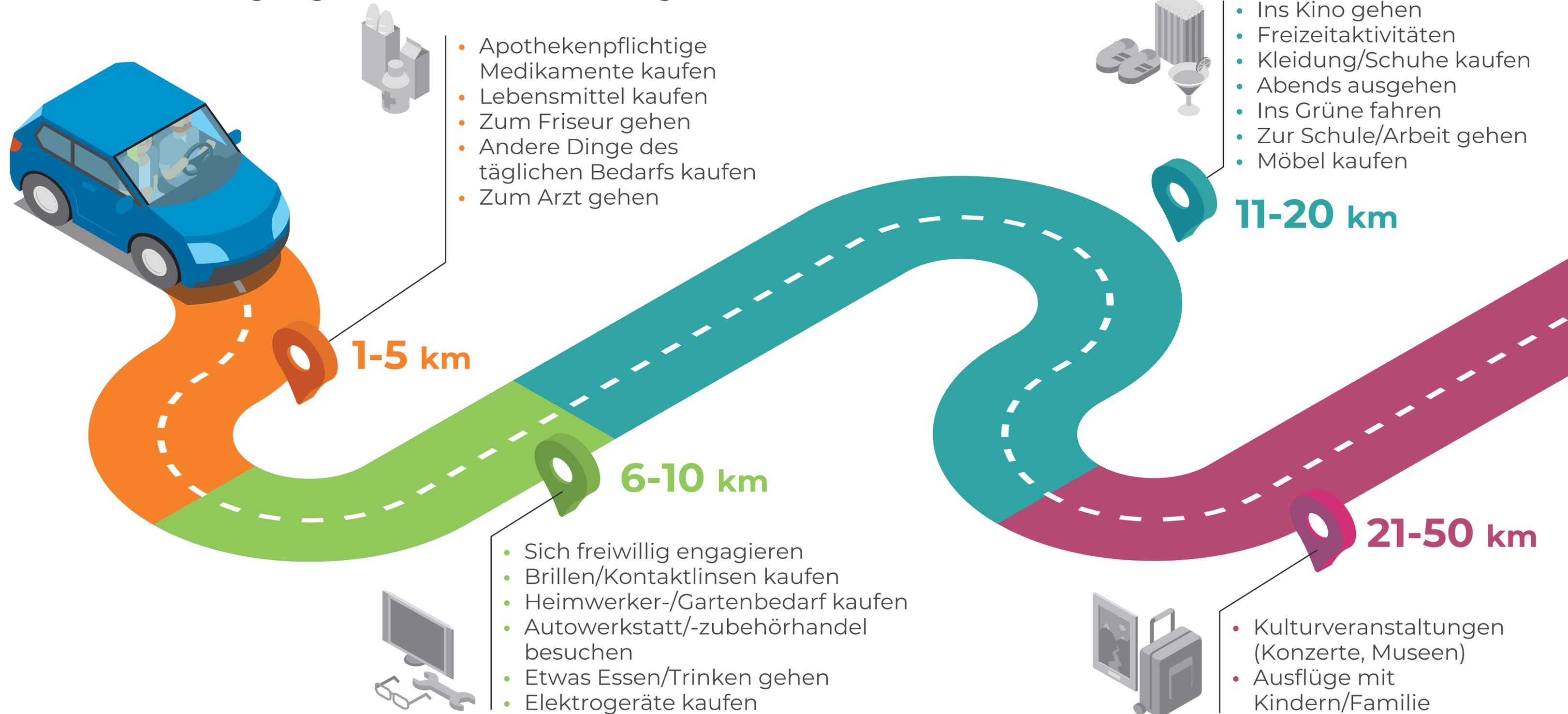
# Konsumenten informieren sich vor dem Einkauf in der Zeitung

Einkäufe nach der Zeitungslektüre



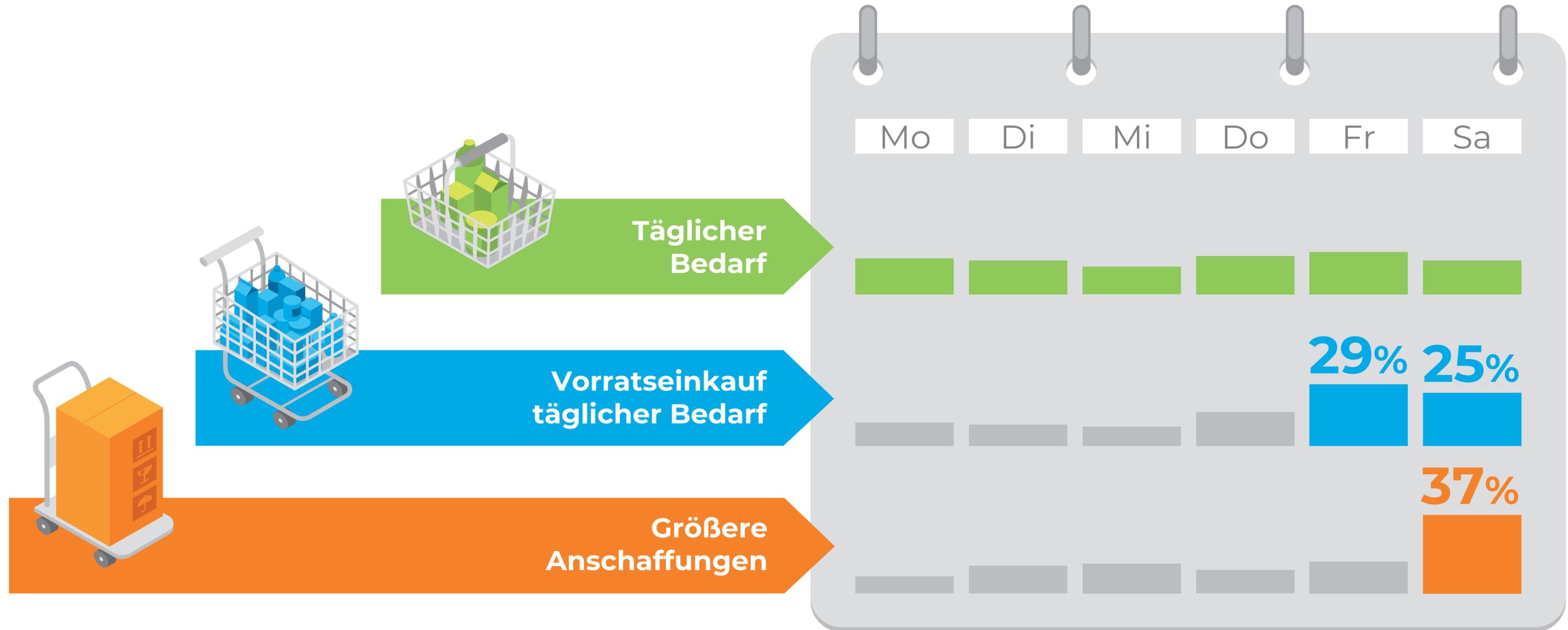
# Einkauf ist überwiegend regional

Radius für Erledigungen und Unternehmungen



# Bevorzugte Einkaufstage

Letzter Einkauf





**Vielen Dank!**