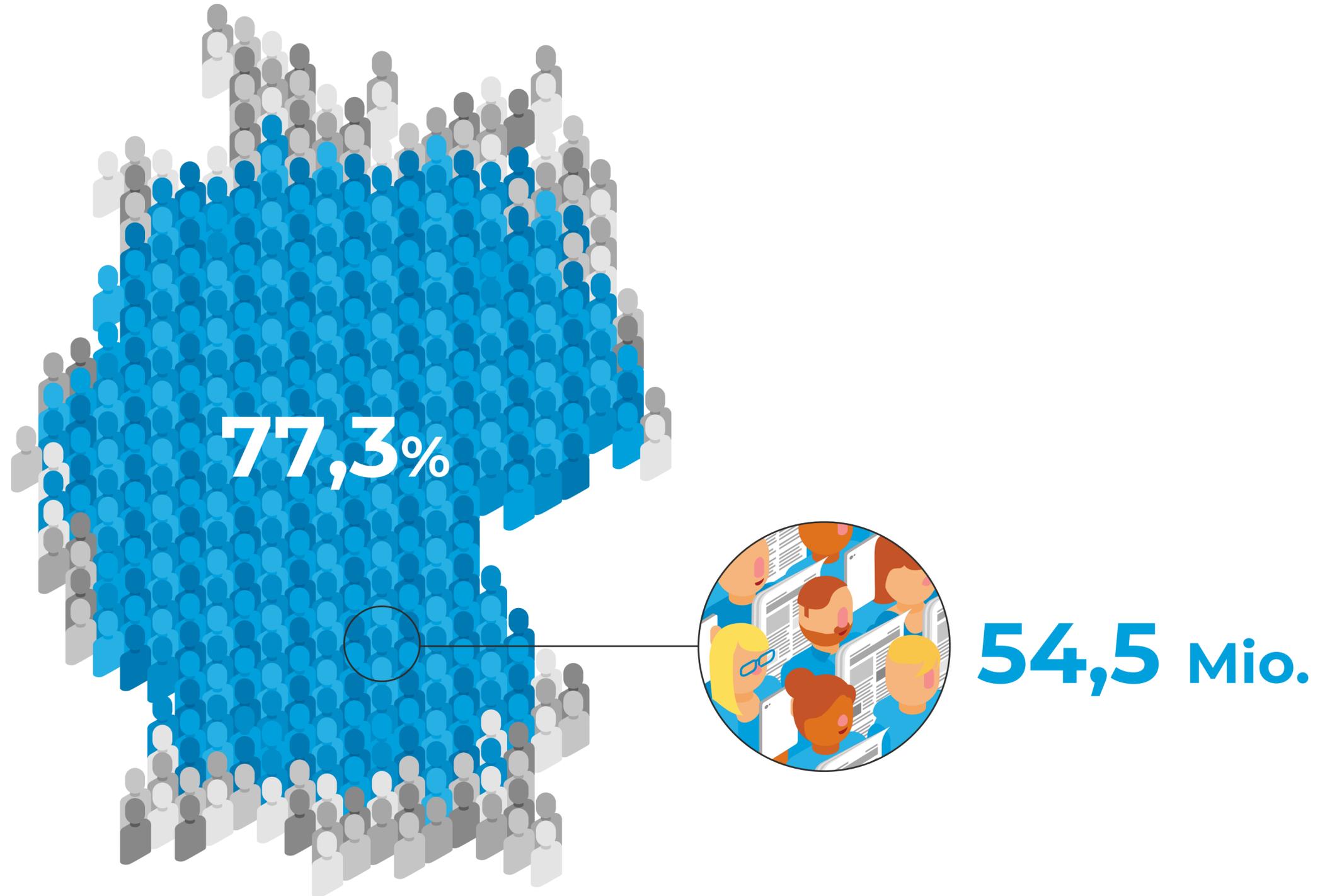




Zeitungsqualitäten 2025

Die Mehrheit liest Zeitung

Nettoreichweiten Print und Digital in der Woche

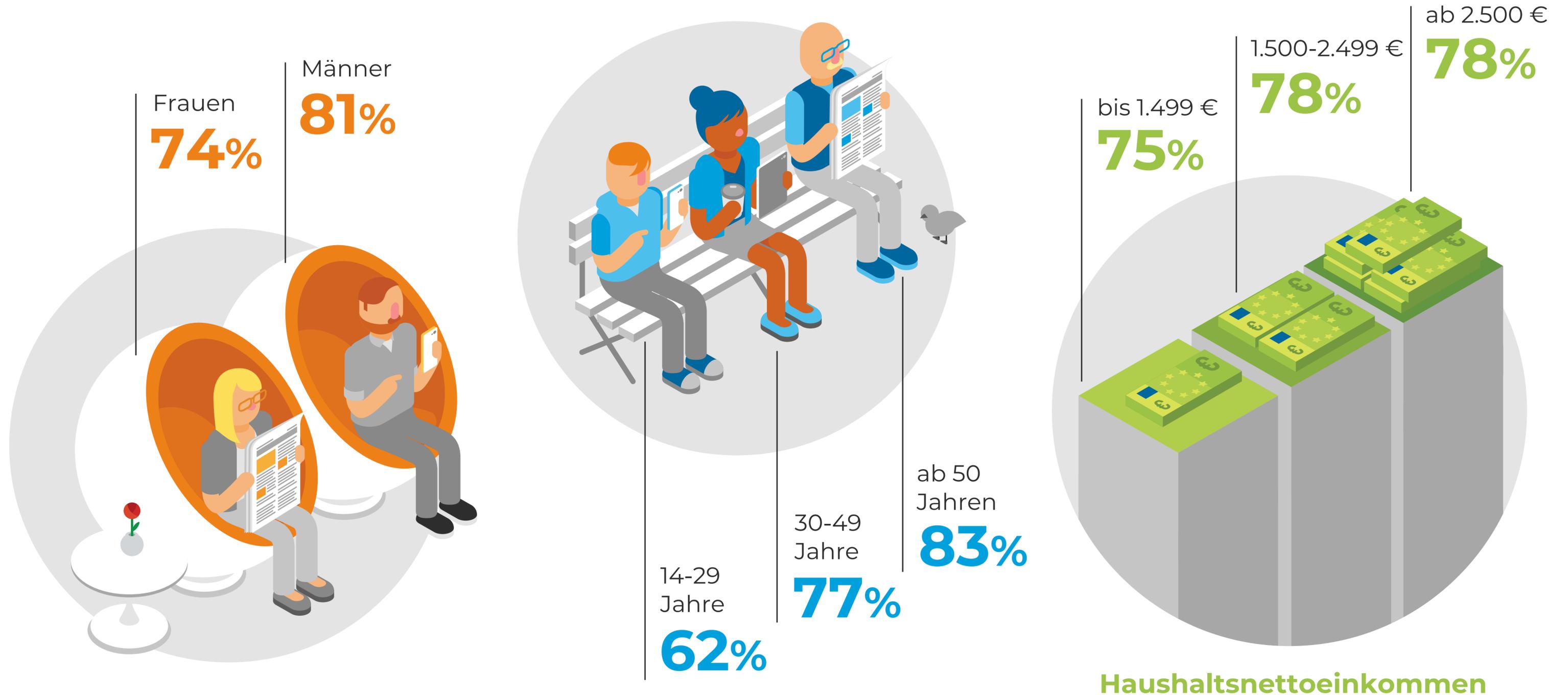


Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren / LpA/Unique User pro Woche

Quelle: Best for Planning 2024 II

Zeitungen erreichen alle Bevölkerungsgruppen

Nettoreichweiten Print und Digital in der Woche

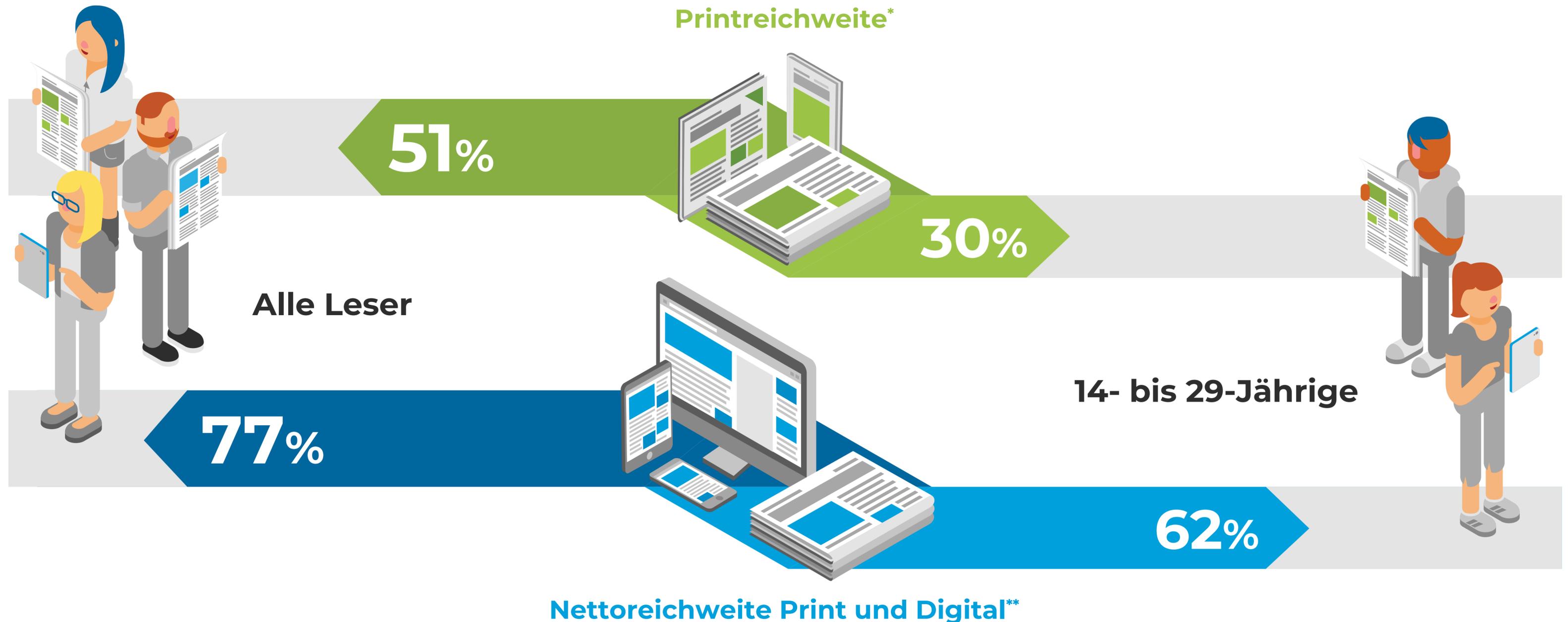


Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren / LpA/Unique User pro Woche

Quelle: Best for Planning 2024 II

Digital jünger: Zeitungen gewinnen online junge Leser

Reichweiten online und offline



Leser teilen sich ihre Zeitung

Nutzungsgemeinschaften

27%

lesen ihre Zeitung alleine



74%

teilen ihre Zeitung
mit anderen Personen

50%

nur innerhalb
des eigenen
Haushalts



23%

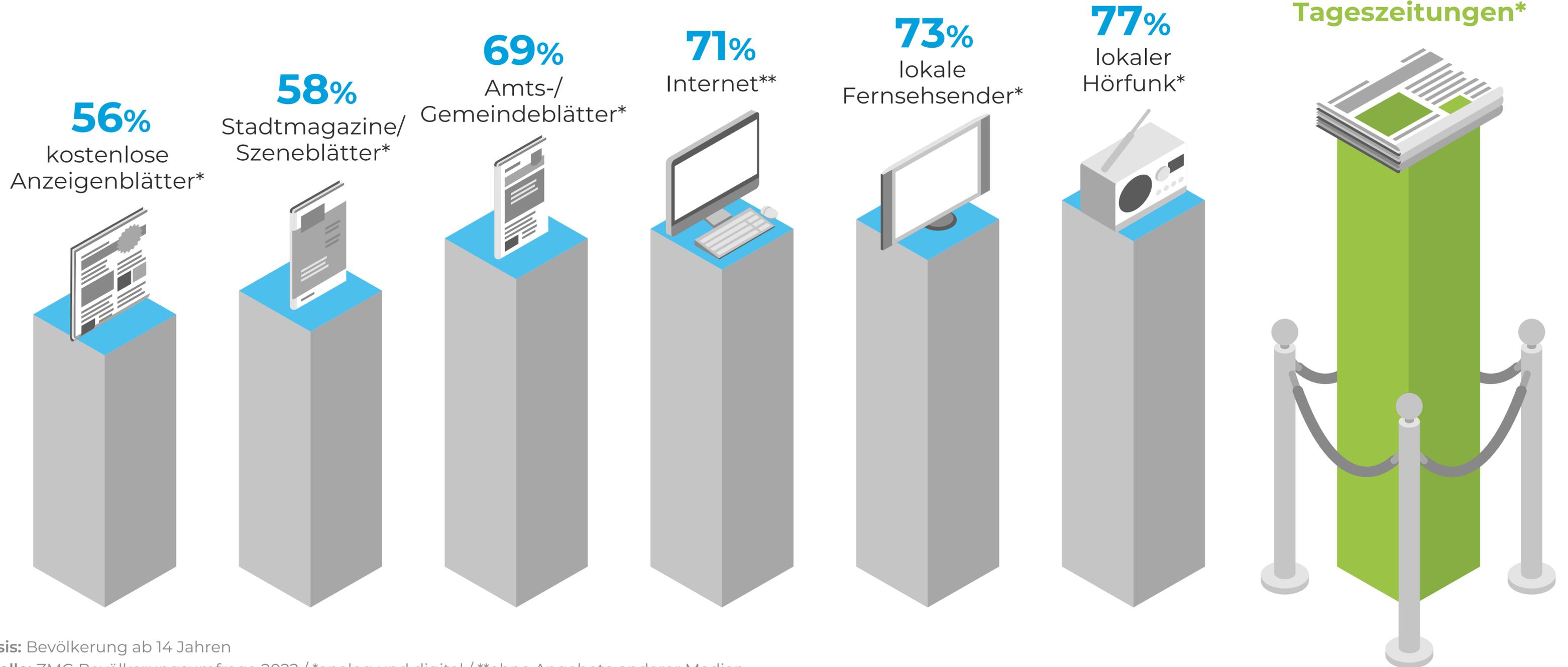
außerhalb
des eigenen
Haushalts



3 Leser
pro Exemplar

Zeitungen sind lokale Informationsquelle Nr. 1

Unverzichtbar und sinnvoll für lokale und regionale Themen

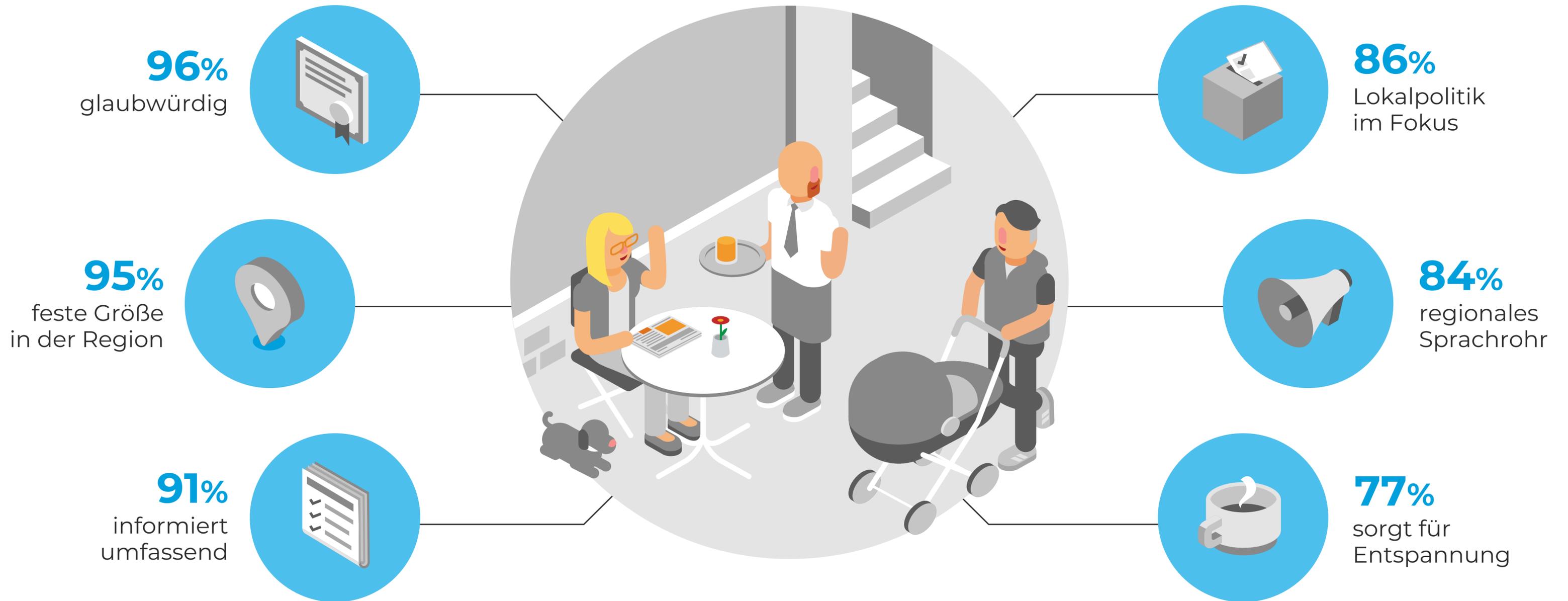


Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren

Quelle: ZMG Bevölkerungsumfrage 2022 / *analog und digital / **ohne Angebote anderer Medien

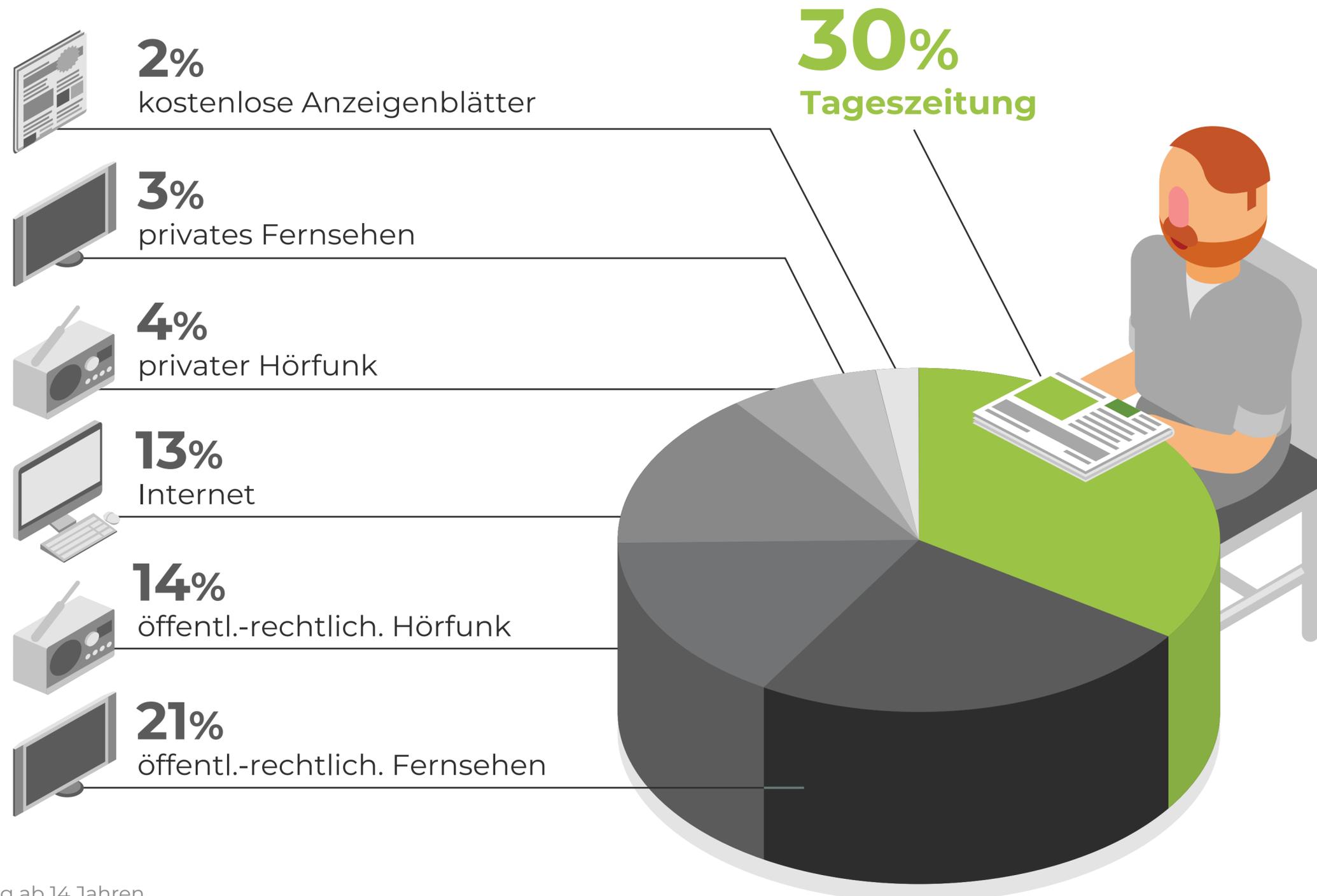
Tageszeitungen sind uns am nächsten

Eigenschaften der regionalen Tageszeitungen



Der Zeitung schenkt man Glauben

Glaubwürdigstes Medium bei lokalen Themen

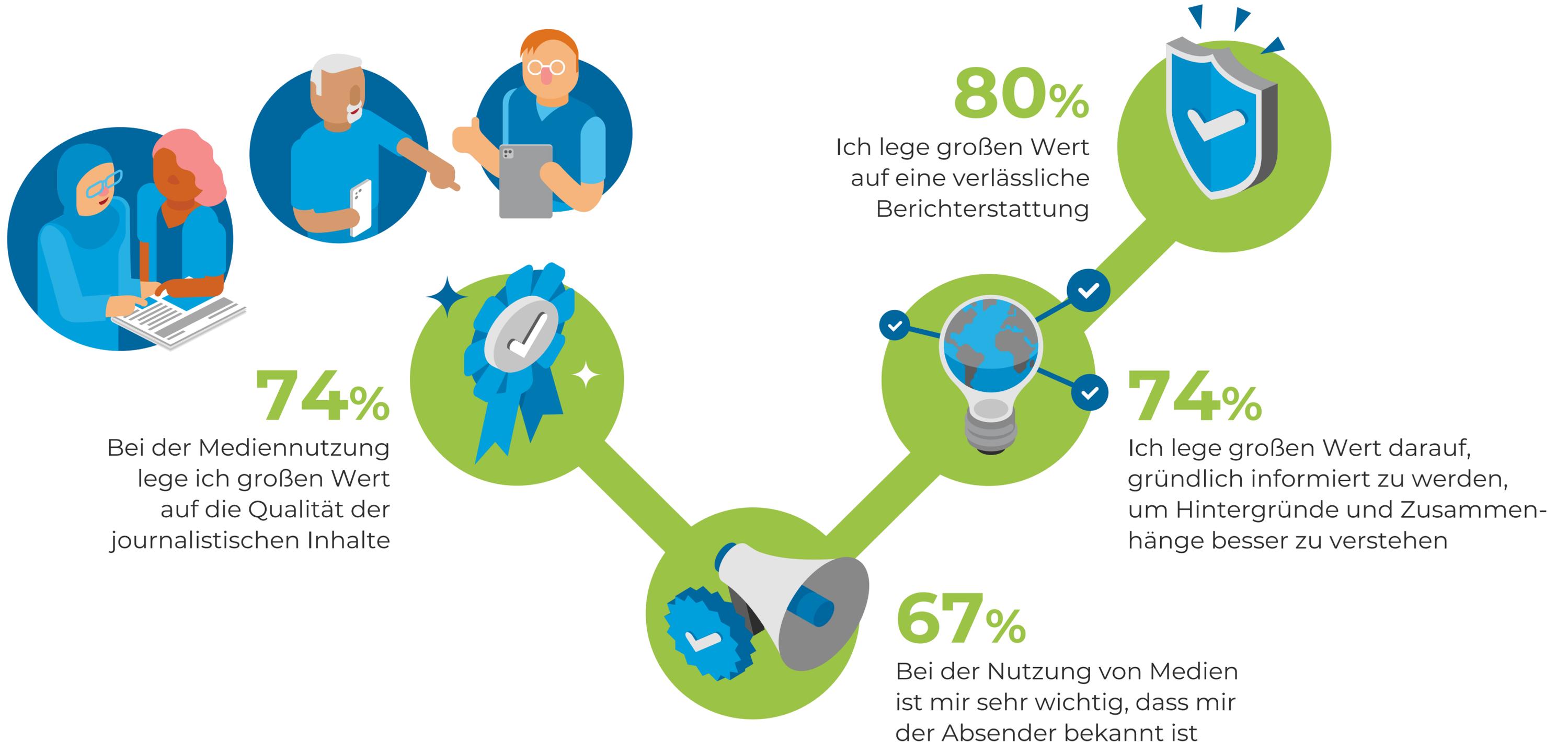


Nachprüfbar gut



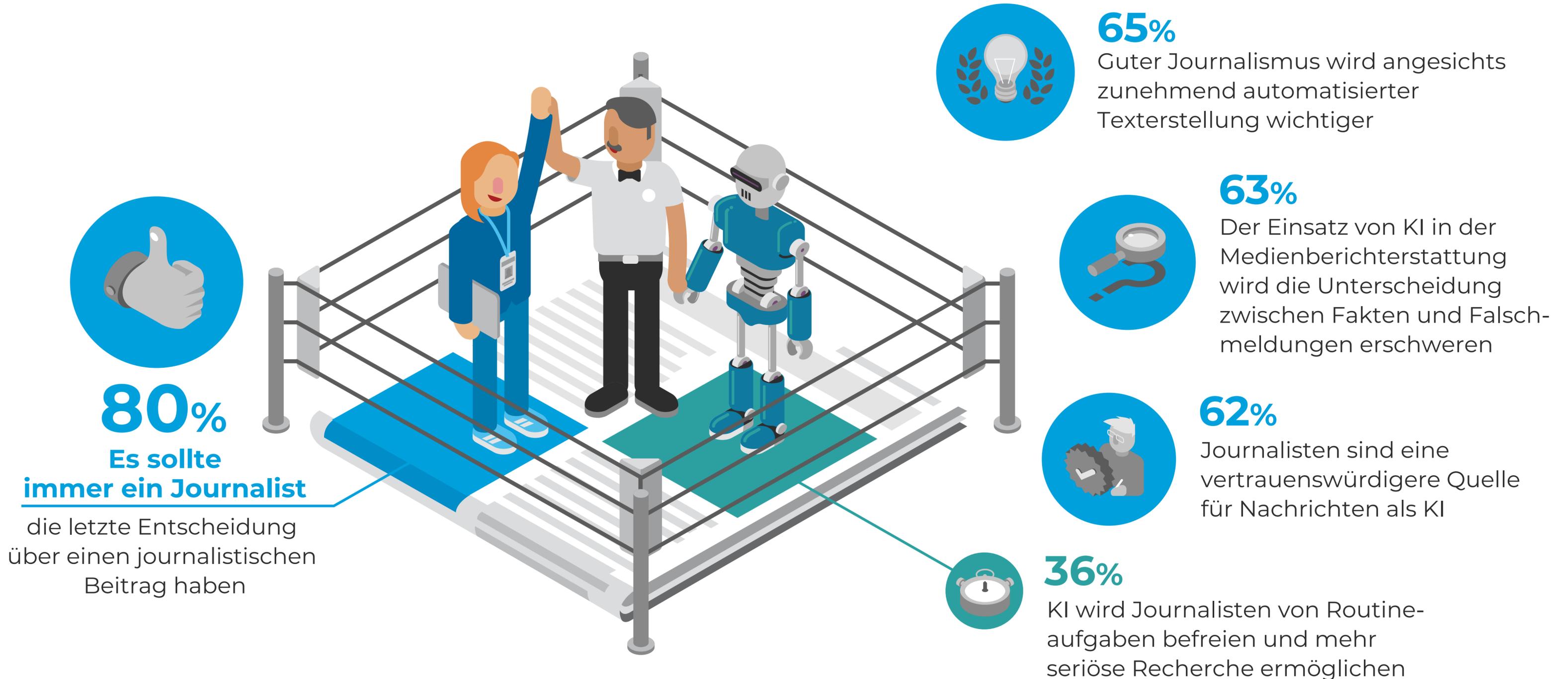
Bei Informationen zählt Verlässlichkeit

Einstellungen zur Qualität der Berichterstattung



Menschen haben immer das letzte Wort

Einstellungen zum Einsatz von KI im Journalismus



Zeitungen werden intensiv genutzt

Hohe Beachtungschance für Anzeigen



71%

lesen mindestens
die Hälfte aller Seiten



Lesedauer

35 Minuten

Zeitungsleser sind ganz bei der Sache

Konzentration bei der Nutzung unterschiedlicher Medien

Konzentrationsrate



Zeitung
73%



Internet
73%



öffentlich-rechtliches
Fernsehen
72%



privates
Fernsehen
51%



öffentlich-rechtliches
Radio
48%



privates Radio
45%



kostenlose
Anzeigenblätter
31%

23%
sehr
konzentriert

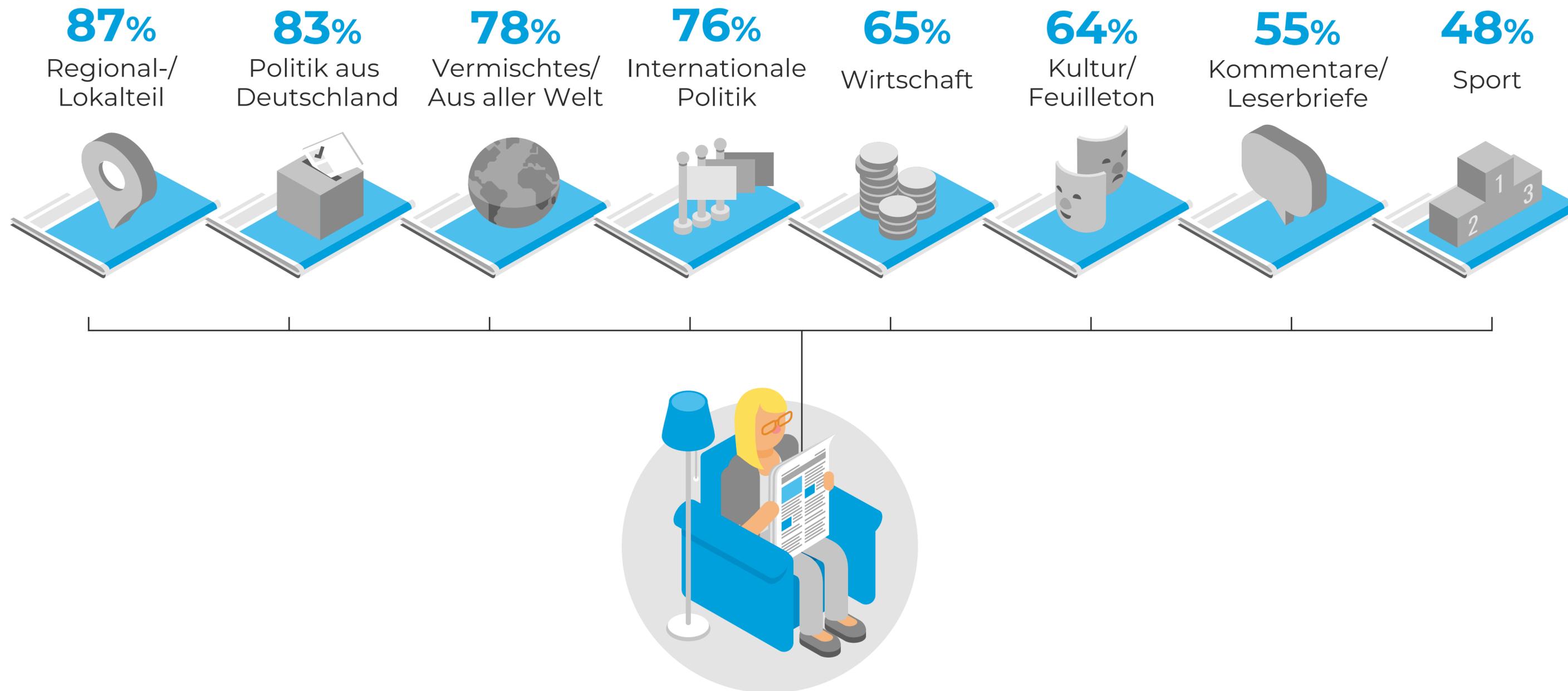


51%
konzentriert



Die Zeitung ist ein Universalmedium

Nutzung des jeweiligen Ressorts



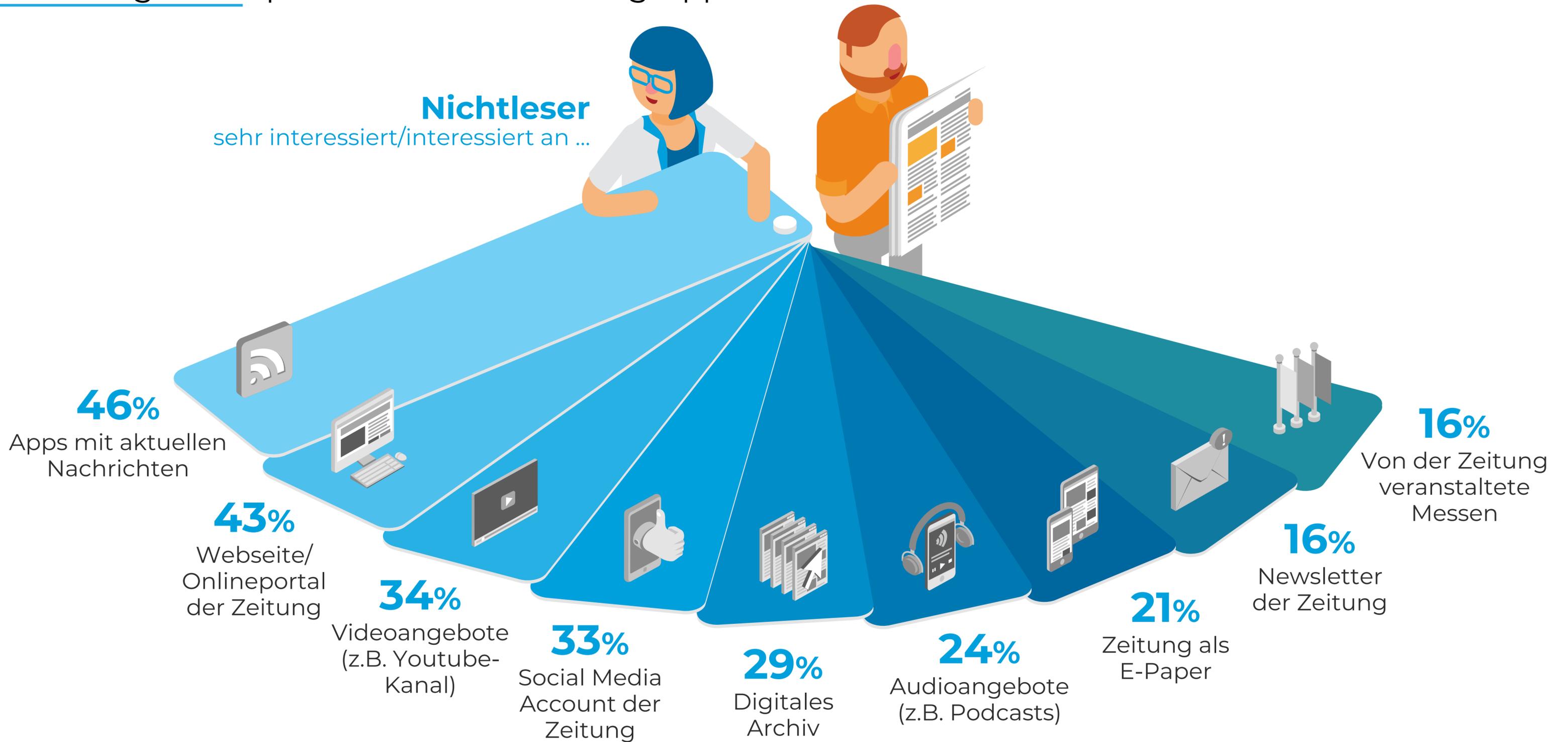
Basis: WLK Zeitungen ab 14 Jahren / Befragte, die immer/häufig/gelegentlich lesen

Quelle: ZMG Bevölkerungsumfrage 2022

Zeitungen sind mehr als Print

Zusatzangebote sprechen auch neue Zielgruppen an

Nichtleser
sehr interessiert/interessiert an ...



Lokal- und Regionálnachrichten im Internet

Relevanz und Wertschätzung



93%

Lokal- und Regionaljournalismus ist sehr wichtig für unsere Gesellschaft



66%

Kostenlose Artikel reichen nicht aus, um angemessen informiert zu sein

Relevanz



Wertschätzung

Bezahlpflichtige Lokal- und Regionálnachrichten im Internet ...

75%

... werden von kompetenten Journalisten verfasst



69%

... halten mich immer auf dem Laufenden



64%

... bieten exklusive Informationen



45%

... dafür bin ich bereit zu zahlen



Fake-News Erfahrungen

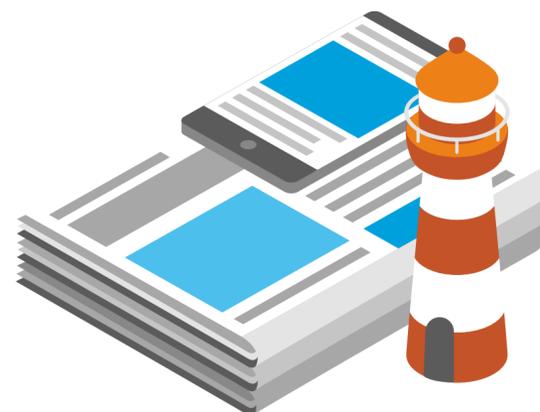
In Zeitungen eher selten



im privaten Radio
5%



im öffentlich-rechtlichen Radio
7%



in der Zeitung
8%



in Zeitschriften/
politischen
Magazinen
9%



im privaten
Fernsehen
10%



im öffentlich-
rechtlichen
Fernsehen
13%

85%

haben schon einmal
Erfahrungen mit
Fake-News gemacht –
vor allem im Internet

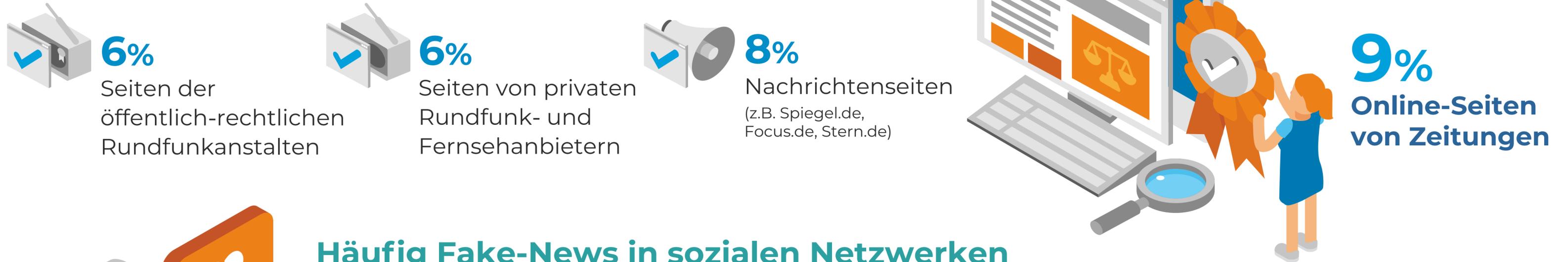


im Internet
78%

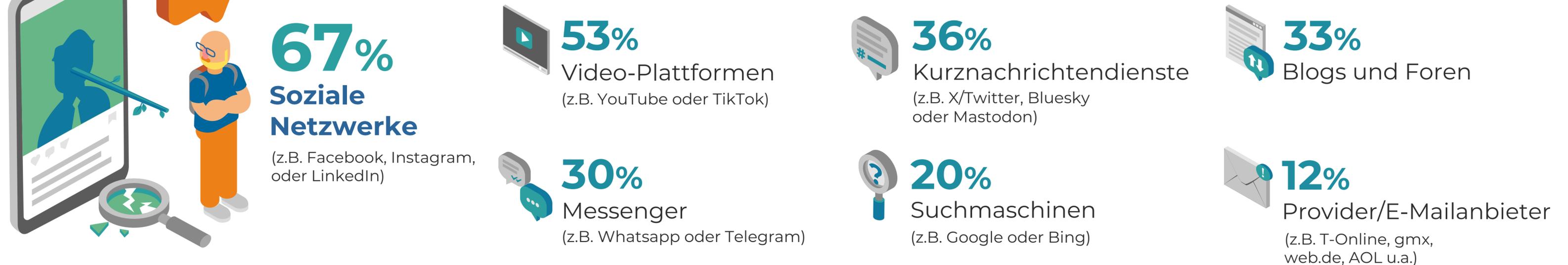
Fake-News im Internet

Redaktionen liefern geprüfte Qualität

Kaum Fake-News auf Webseiten von redaktionell betreuten Medien



Häufig Fake-News in sozialen Netzwerken

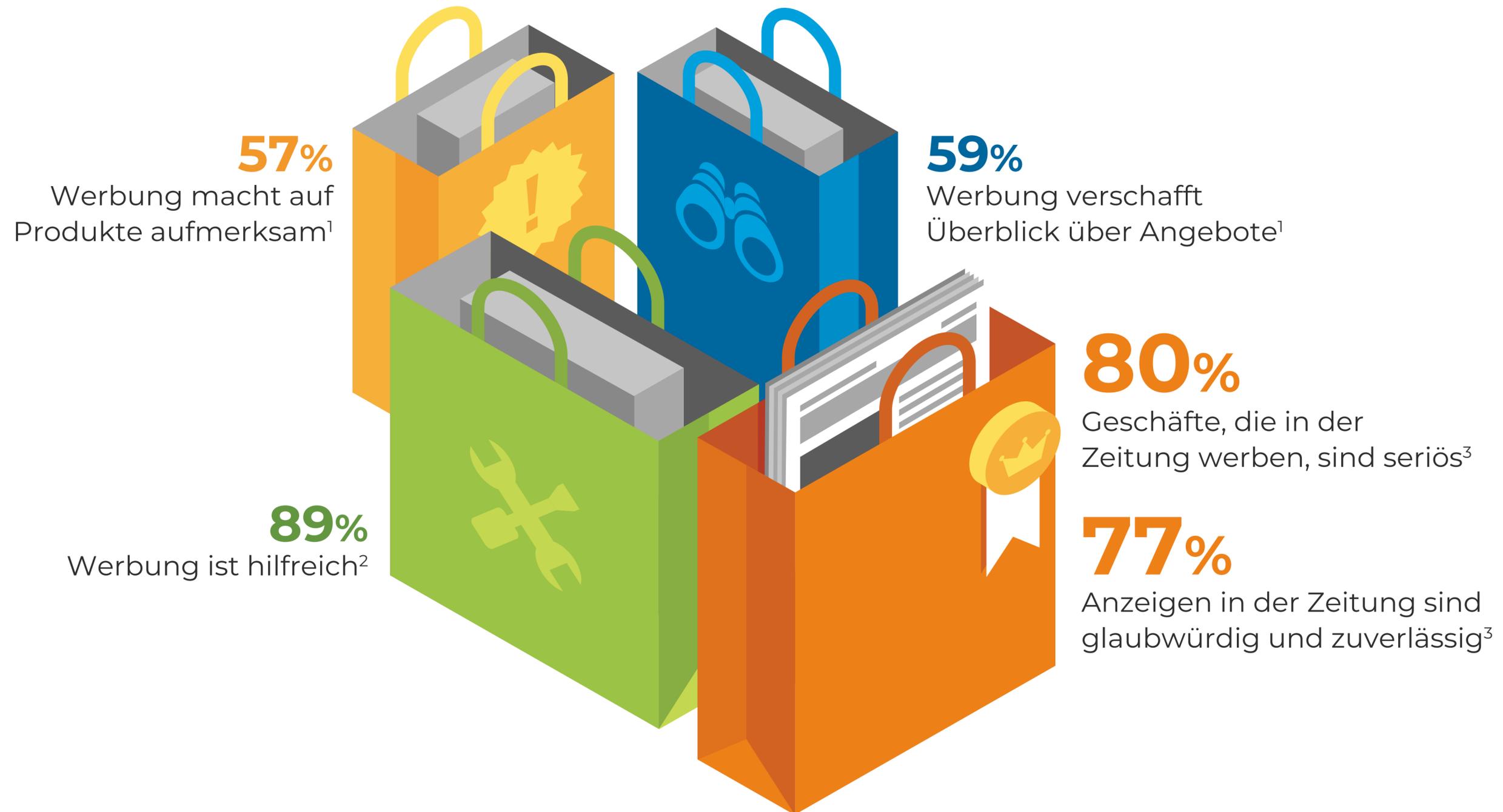


Basis: Bevölkerung ab 16 Jahren, die im Internet Fake-News wahrgenommen haben

Quelle: ZMG Onlineumfrage 2024

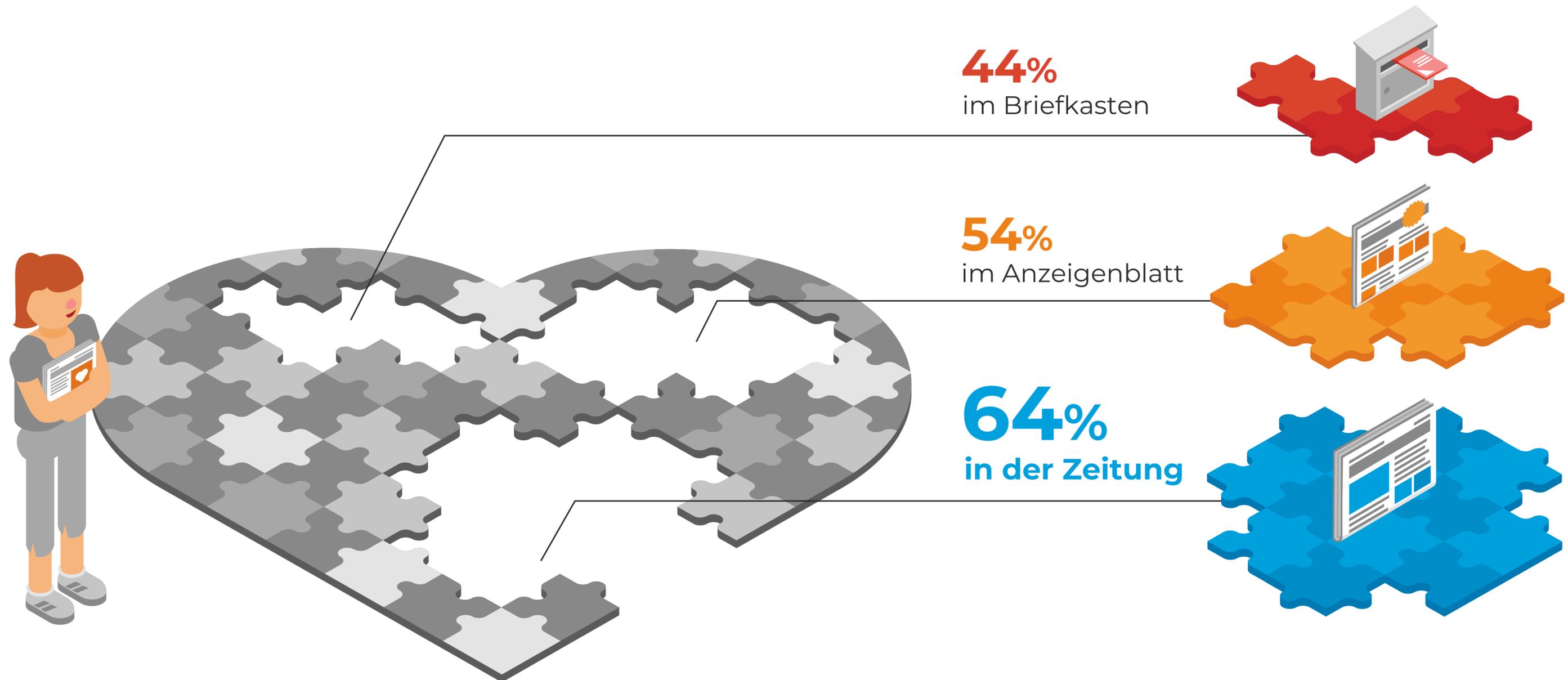
Werbung ist Gestaltungshilfe für den Einkaufszettel

Positive Einstellung zur Werbung



In der Zeitung ist Werbung wichtig

Personen, die Werbung vermissen würden



In Zeitungen sind Prospekte relevant

Umgang mit Prospekten



Direktverteilte Prospekte



65%

werfen einen Teil
oder alle gleich weg*



**Prospekte
in der Zeitung**



63%

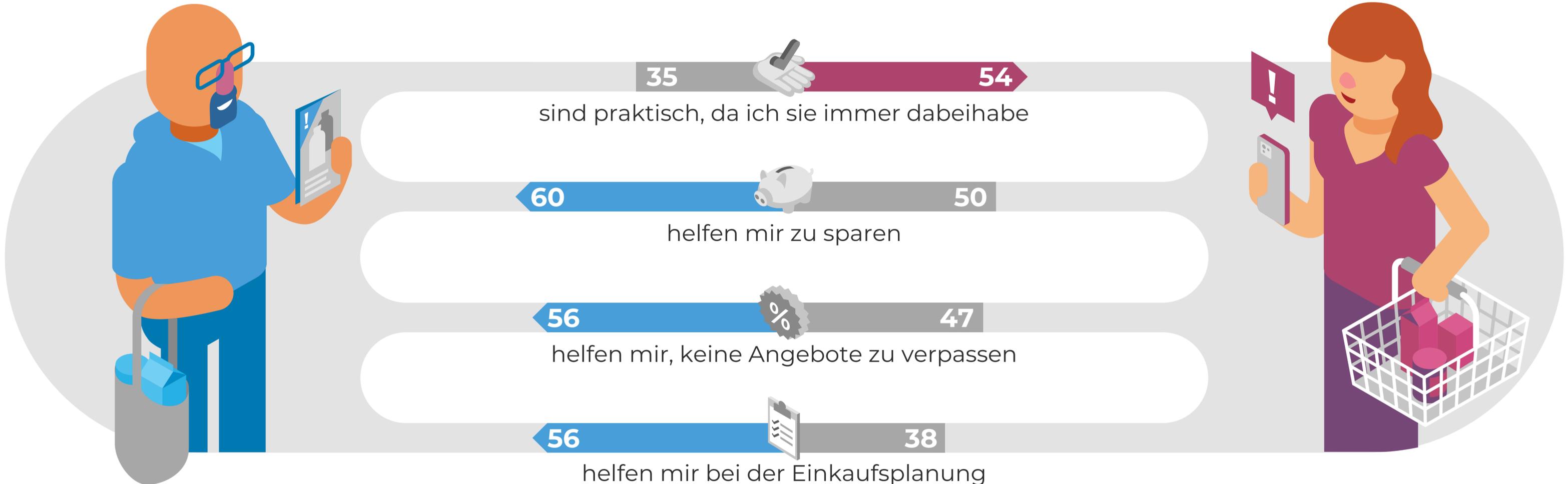
haben in letzter Zeit
aufgehoben / ins Geschäft
mitgenommen**

Kundenapps sind praktisch, Prospekte stiften Nutzen

Prospekte helfen, Apps machen mobil

Prospekte

Kundenapps



Werbung passt zu Lokalberichterstattung

Werbung auf Seiten mit Lokal- und Regionalberichterstattung im Internet ...

66%

... gibt auch lokalen/regionalen Unternehmen die Möglichkeit, im Internet zu werben



54%

... macht auf interessante Angebote in der Region aufmerksam



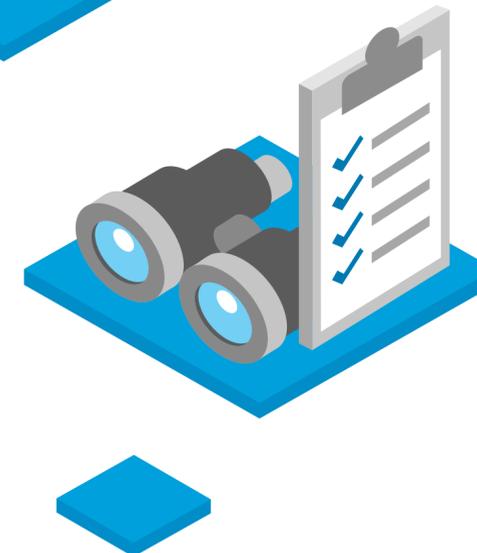
56%

... unterstützt den lokalen Handel



18%

... ist auf meine Interessen abgestimmt



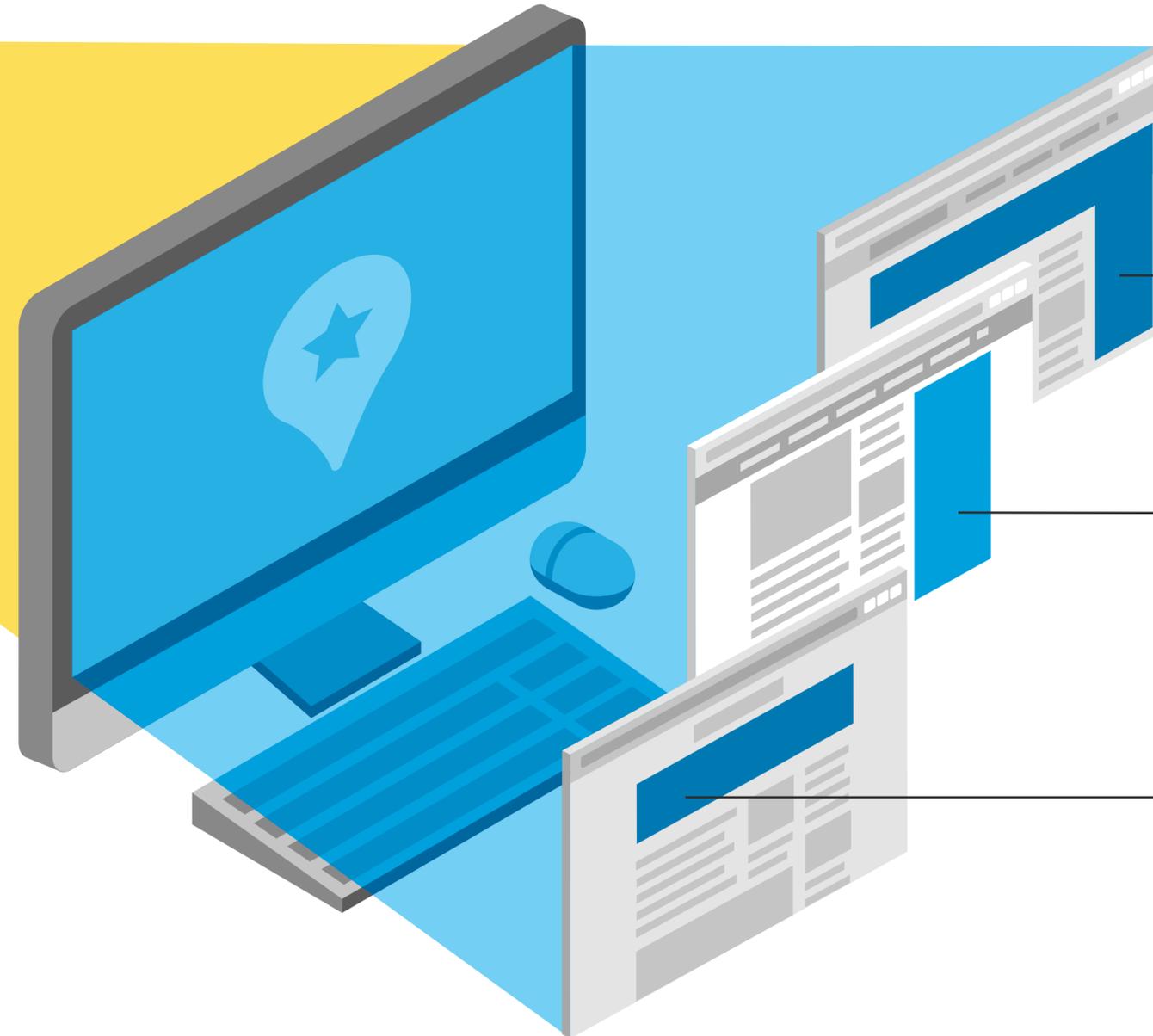
Webseiten der Regionalzeitungen

Starke Werbung auch im Netz



79%

Geschäfte, die auf den Webseiten der Regionalzeitung werben, sind seriös



Werbung auf Webseite der Regionalzeitung:

70%

Ist glaubwürdig und zuverlässig



65%

Hilft mir, preiswerte Angebote auszuwählen



46%

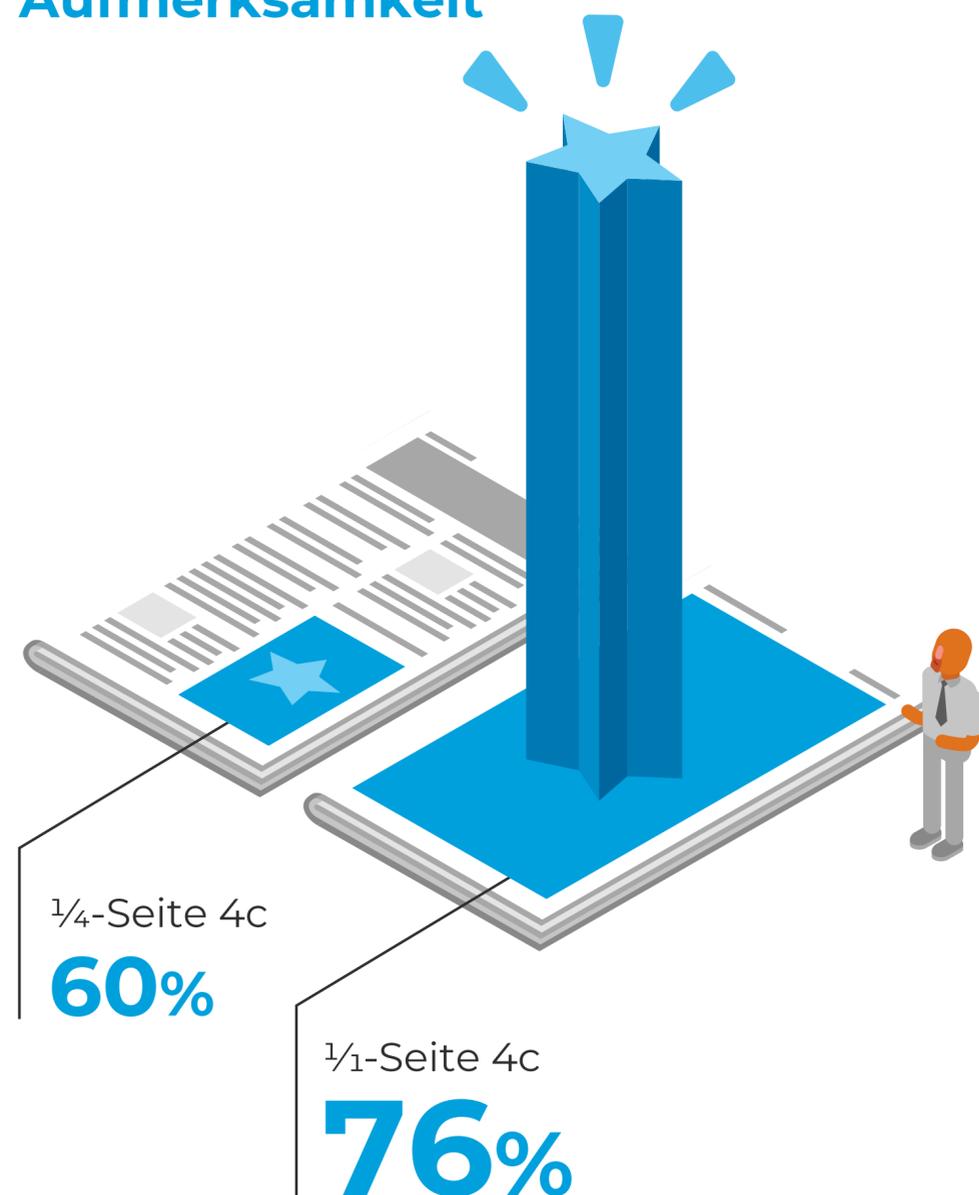
Ist für mich genauso interessant wie redaktionelle Beiträge



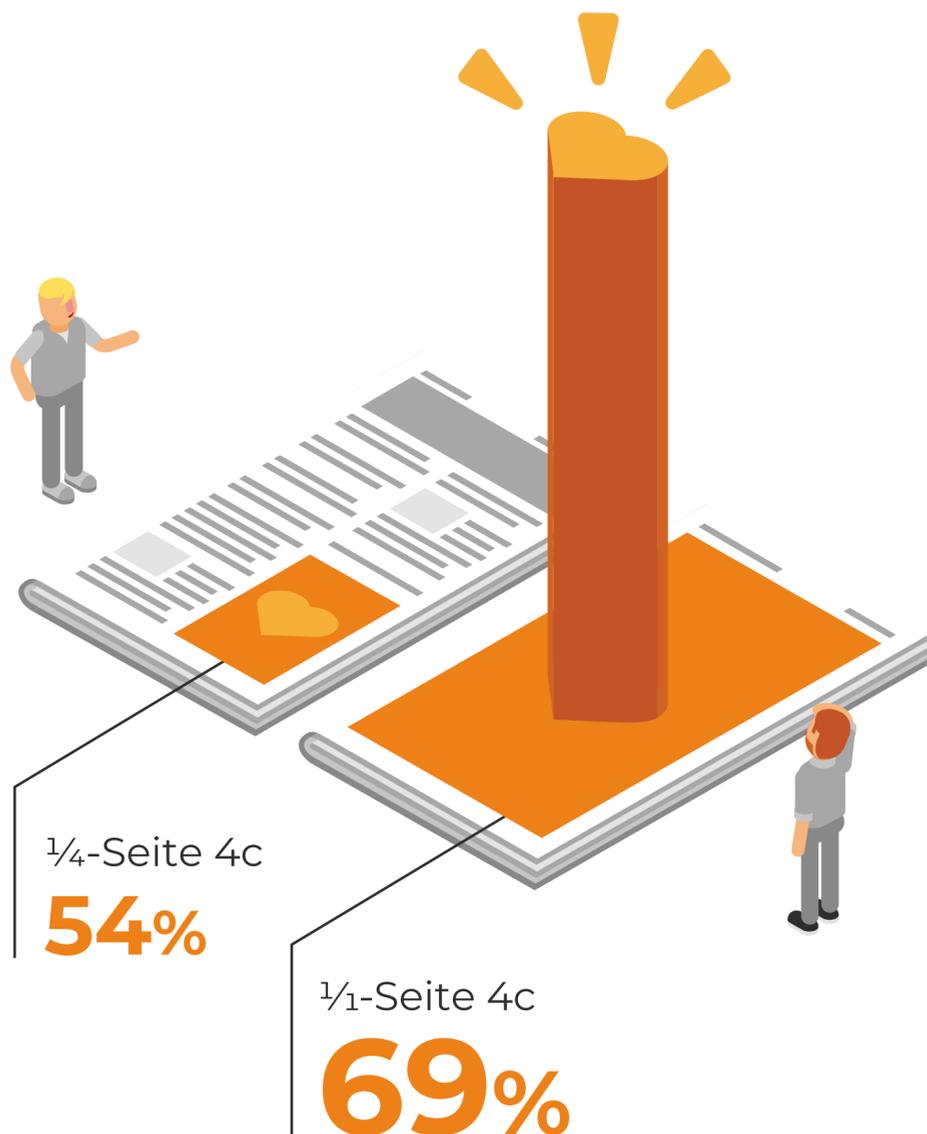
Größer ist besser

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

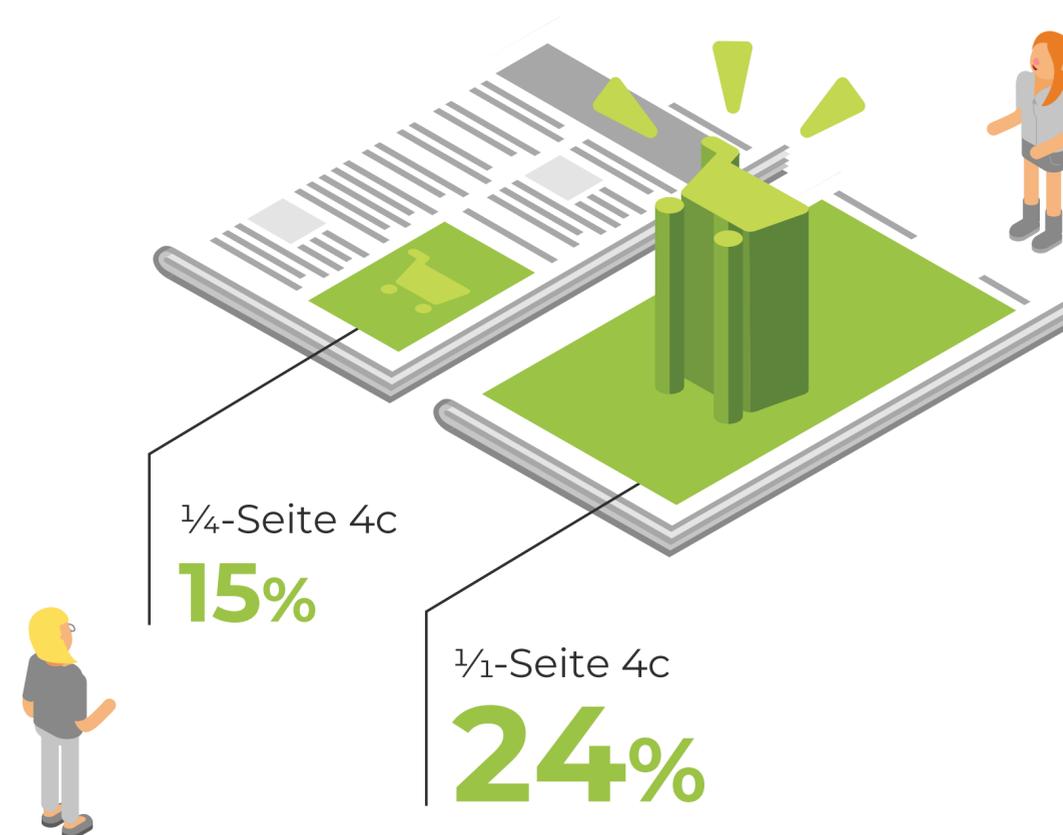
Aufmerksamkeit



Markenidentifikation



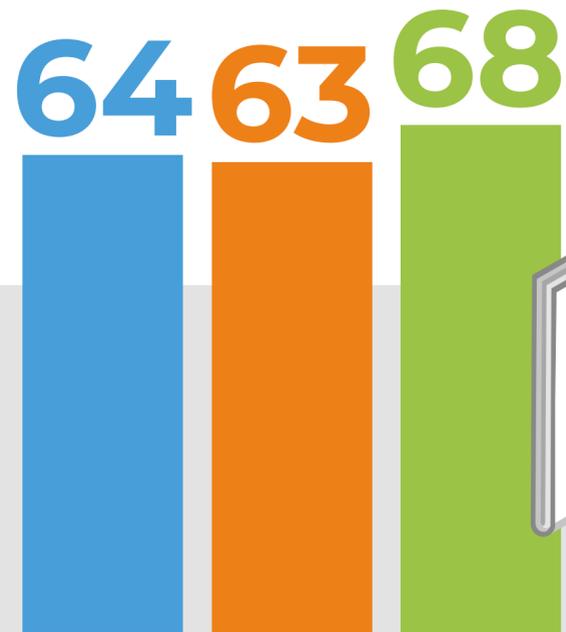
Aktionsimpuls



Ob Print oder E-Paper

Hinter jedem Leser steckt ein aufmerksamer Kopf

Werbung kommt an...



Anzeigenbeachtung

- Print only
- E-Paper only
- Kombileser



... und wirkt!

Markenidentifikation¹



Anmutung²



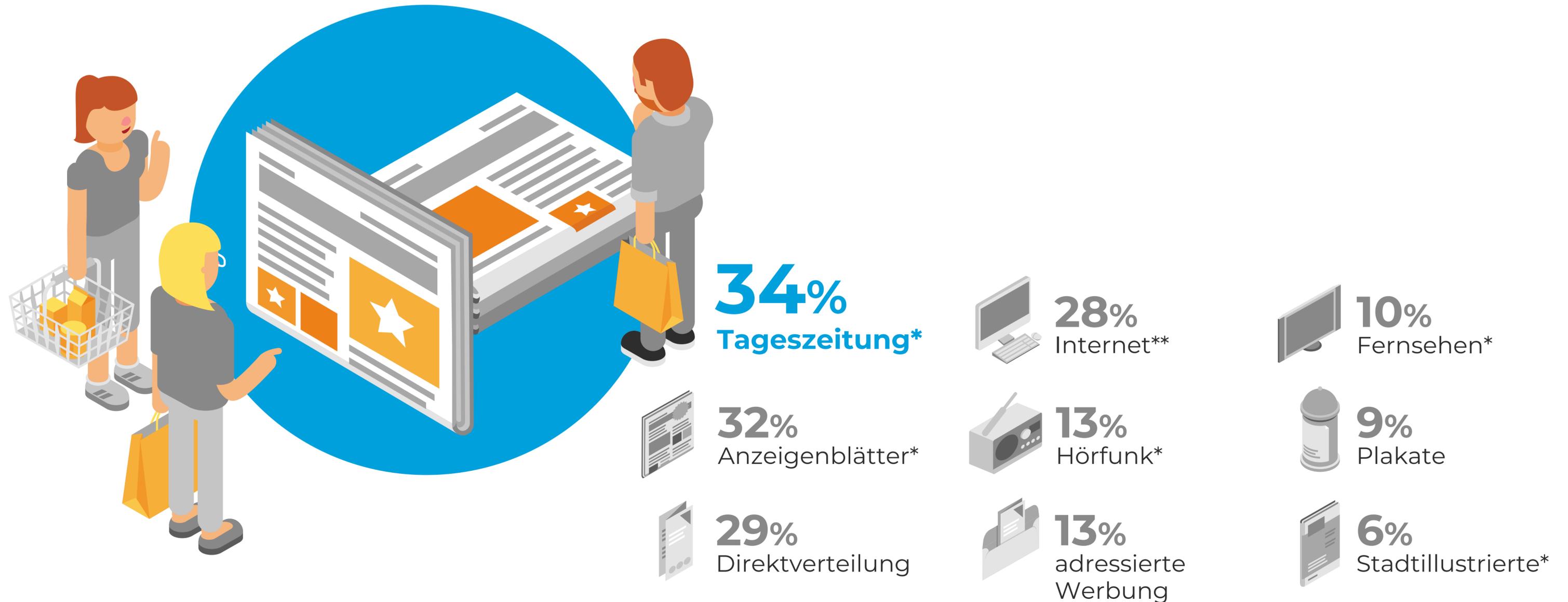
Aktionsimpuls³



¹ „Für mich ist bei dieser Anzeige sofort erkennbar, für wen hier geworben wird.“ | ² „Die Anzeige gefällt mir“ | ³ Nettowert aus Zustimmung zu: „Internetseite besuchen“ / „weiter über Angebot informieren“ / „Geschäft besuchen/Kontakt aufnehmen“ / „etwas kaufen/Leistung in Anspruch nehmen“ | Anteil (1 und 2): stimme voll und ganz zu/stimme eher zu
 Basis: Alle Leser, n=10.983 - E-Paperstudie 2022 | Angaben: in Prozent

Konsumenten informieren sich aktiv in der Zeitung

Wichtigste Informationsquelle für Angebote der Geschäfte



Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren

Quelle: ZMG Bevölkerungsumfrage 2022 / *analog und digital / **ohne Angebote anderer Medien



Vielen Dank!