

# ZEITUNGSFACETTEN 2020.

Vertrauen & Relevanz. Regionale Tageszeitung. Anzeigenblatt.



JULI 2020

# STUDIENSTECKBRIEF.

Methode	Repräsentative Online-Befragung
Befragungszeitraum	Januar 2020
Zielgruppe	Erwachsene 15-64
Stichprobe	n=5.527
Dienstleister	Dentsu Aegis Resolutions (CCS)



# AGENDA

VERTRAUEN & RELEVANZ — Starker Journalismus in Qualitätsmedien

REGIONALE TAGESZEITUNG — Nutzungstrends und Werbewahrnehmung

ANZEIGENBLATT — Nutzung und Nutzungsmotive

# AGENDA

VERTRAUEN & RELEVANZ — Starker Journalismus in Qualitätsmedien

REGIONALE TAGESZEITUNG — Nutzungstrends und Werbewahrnehmung

ANZEIGENBLATT — Nutzung und Nutzungsmotive



70%

halten **professionellen Journalismus** für unerlässlich, damit keine Themen unter den Tisch fallen.

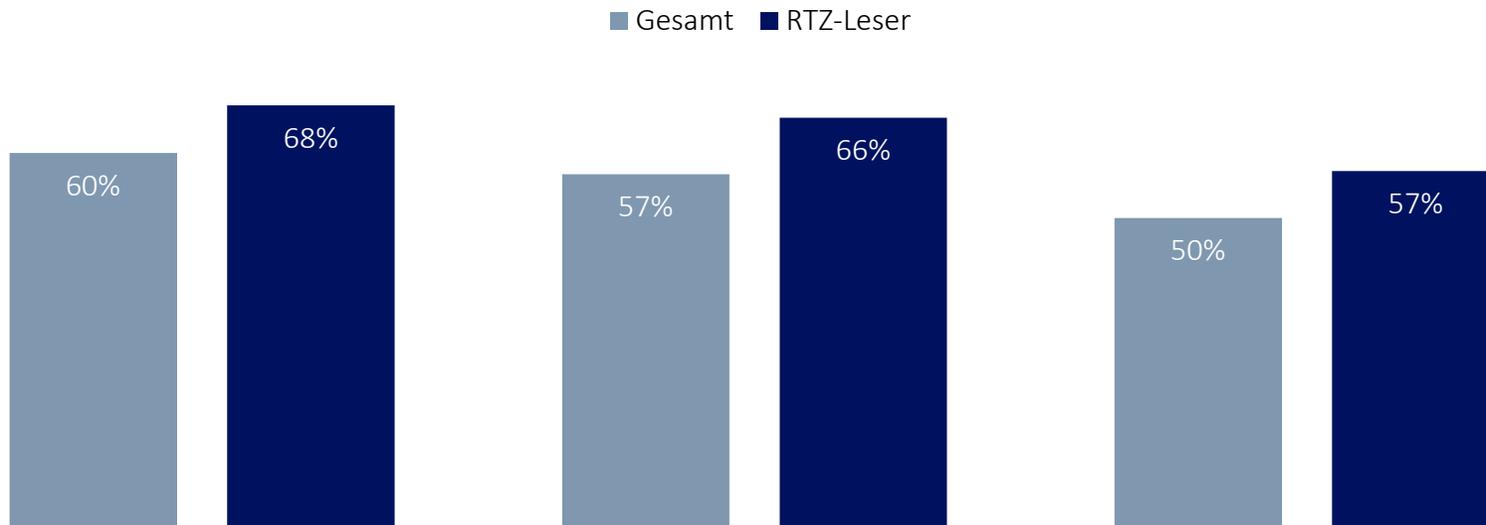
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

Frage: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Basis: Gesamt n=5.527

Bild: Pixabay

# RECHERCHIERTE FAKTEN WERDEN GESCHÄTZT.



Hinter einer **Tageszeitung** steht eine **Redaktion**, die die **Qualität der Inhalte garantiert**.

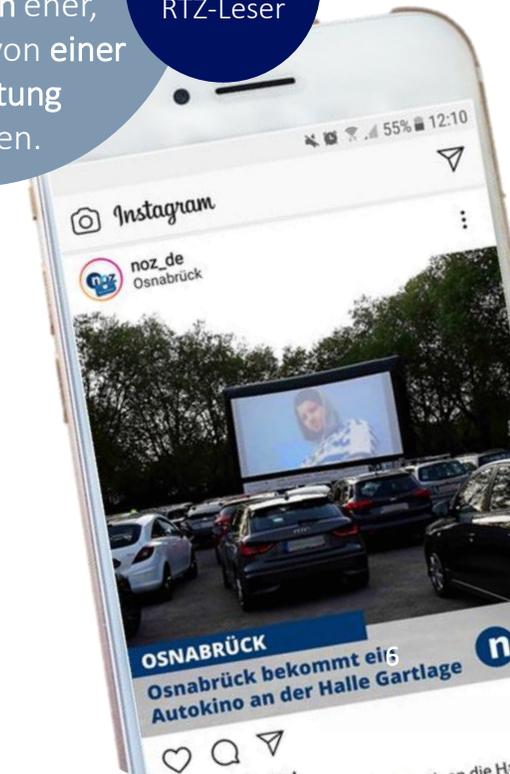
Die **Tageszeitung** liefert mir **echte Fakten** und eine **Einordnung von Themen** durch **kompetente Experten**, die ihren Beruf gelernt haben.

Bei einer **Tageszeitung** kann man sich darauf verlassen, dass alle **Inhalte von der Redaktion auf ihre Korrektheit geprüft** sind.

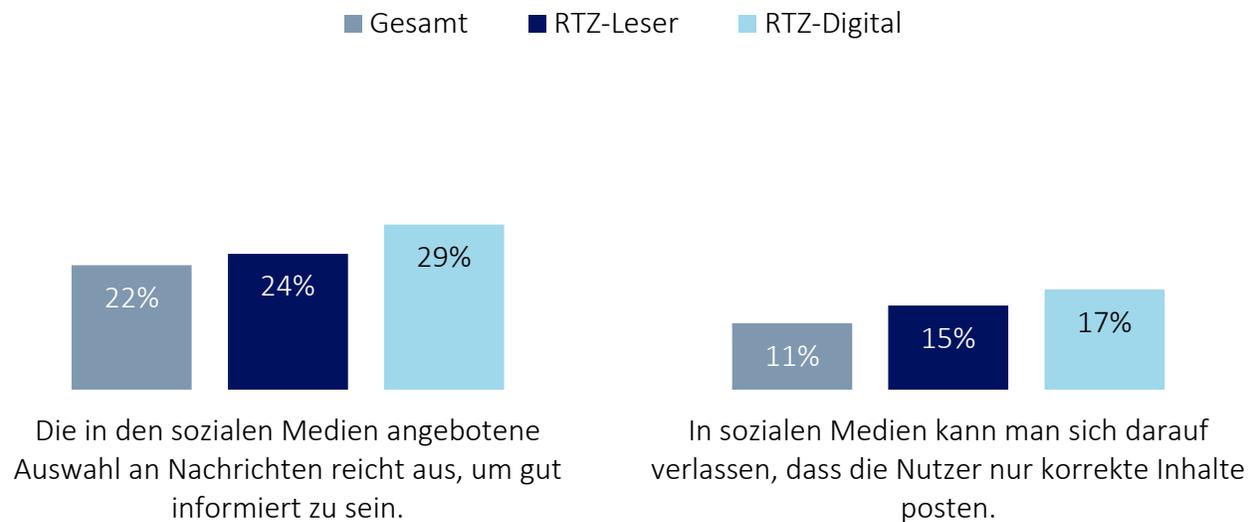
51%

der Bevölkerung vertrauen Online-Nachrichten eher, wenn diese von einer Tageszeitung stammen.

57%  
RTZ-Leser



# DAS VERTRAUEN IN SOZIALE MEDIEN IST GERINGER.



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

Frage: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?

Basis: Gesamt n=5.527; mind. wöchentliche Nutzung RTZ n=3.682; RTZ-Digital (Web+App) n=2.294

Bild: Unsplash

# AGENDA

VERTRAUEN & RELEVANZ — Starker Journalismus in Qualitätsmedien

REGIONALE TAGESZEITUNG — Nutzungstrends und Werbewahrnehmung

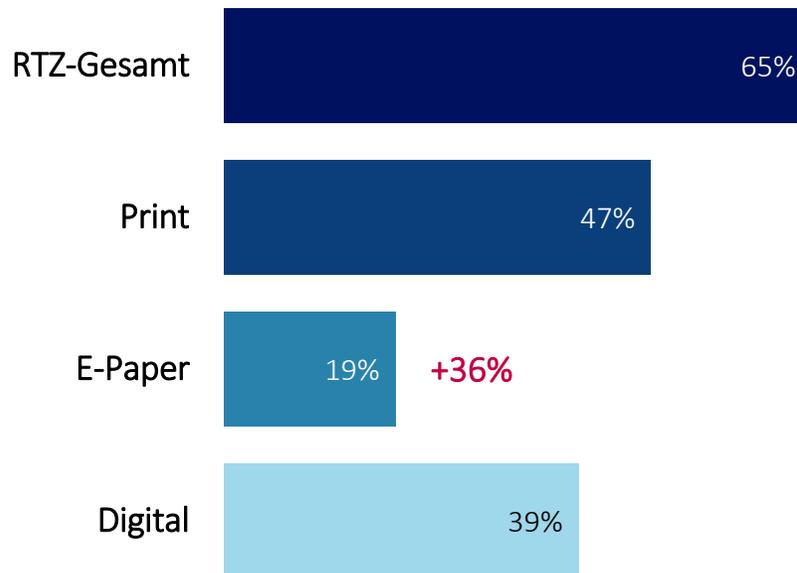
ANZEIGENBLATT — Nutzung und Nutzungsmotive

# E-PAPER-NUTZUNG NIMMT WEITER DEUTLICH ZU.

80%

haben im letzten Jahr die regionale Tageszeitung gelesen.

Mind. wöchentliche Nutzung



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

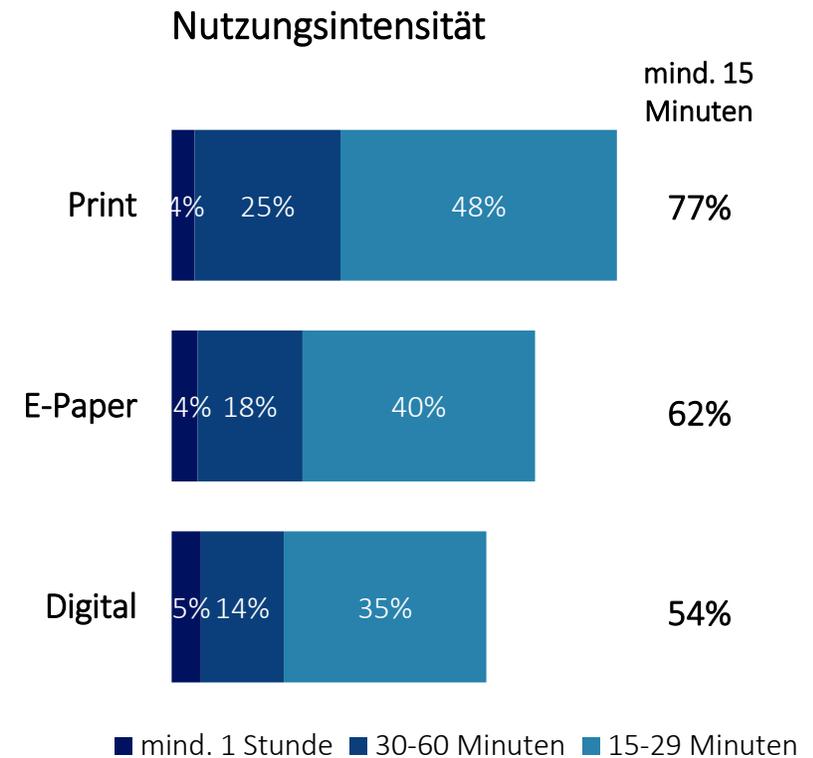
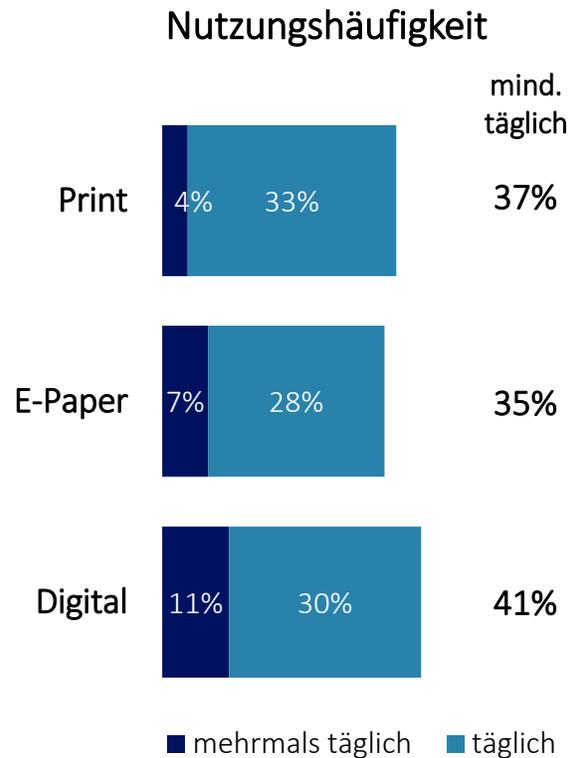
Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote einer regionalen Tageszeitung?

Basis: Gesamt n=5.527; Digital = Web+App

Bild: Score Media



# DAS DIGITALE ANGEBOT WIRD HÄUFIGER, PRINT INTENSIVER GENUTZT.



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

Fragen: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote einer regionalen Tageszeitung? Denken Sie bitte an einen typischen Tag an dem sie eine regionale Tageszeitung lesen: wieviel Zeit verbringen Sie dann insgesamt damit?

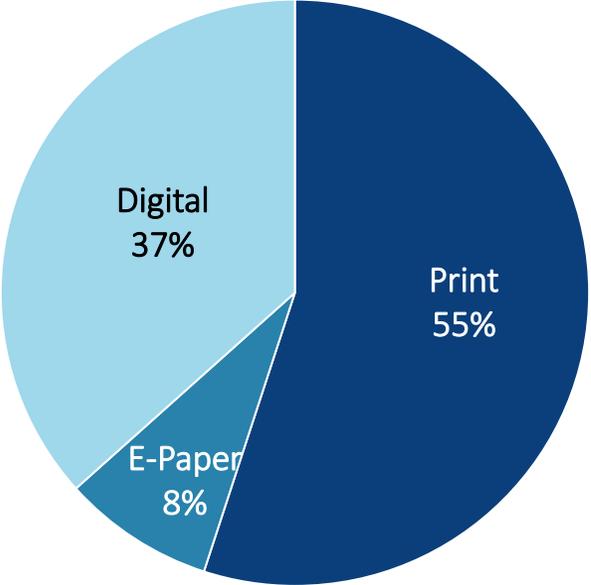
Basis: mind. wöchentliche Nutzung Print n=2.628; E-Paper n=1.096; Digital (Web+App) n=2.294



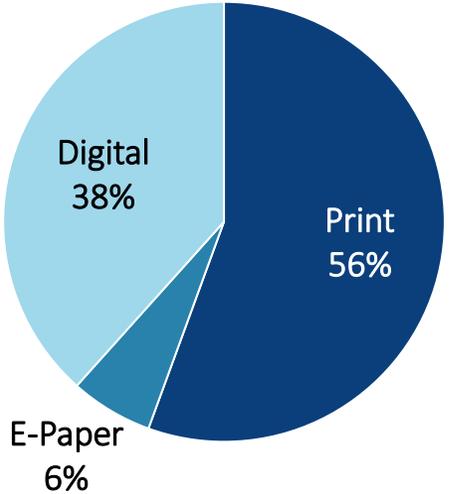
# JEDER ZWEITE BEVORZUGT PRINT.

Bevorzugte Nutzungsform der RTZ

2020

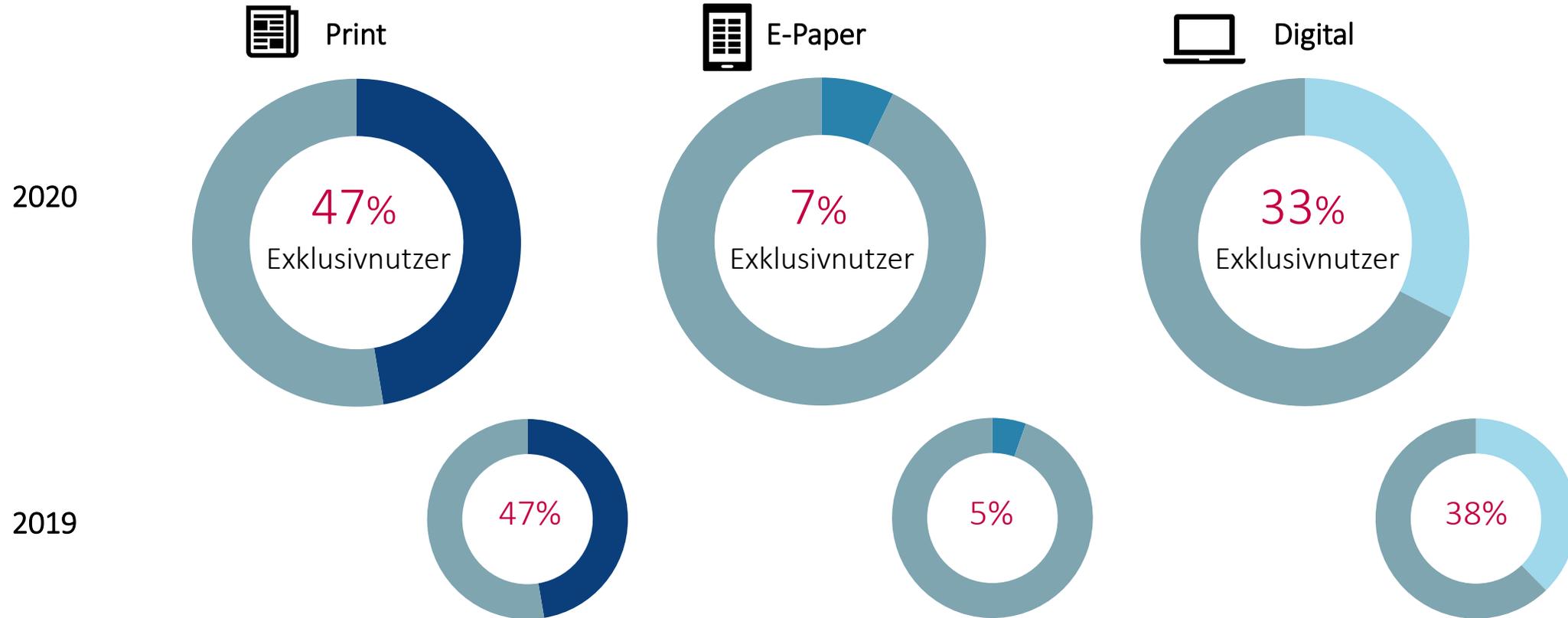


2019



Quelle: Score Media Zeitungsstudien 2020.  
 Fragen: Welcher der angebotenen Nutzungsformen ist Ihnen am wichtigsten, auf welchen würden Sie am wenigsten verzichten?  
 Basis: 14 Wochen, die Nutzung RTZ 2020 n=3.682; 2019 n=3.889

# DIE EXKLUSIVNUTZUNG DES E-PAPERS HAT ZUGENOMMEN.



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

Frage: Wie häufig nutzen Sie das Angebot?

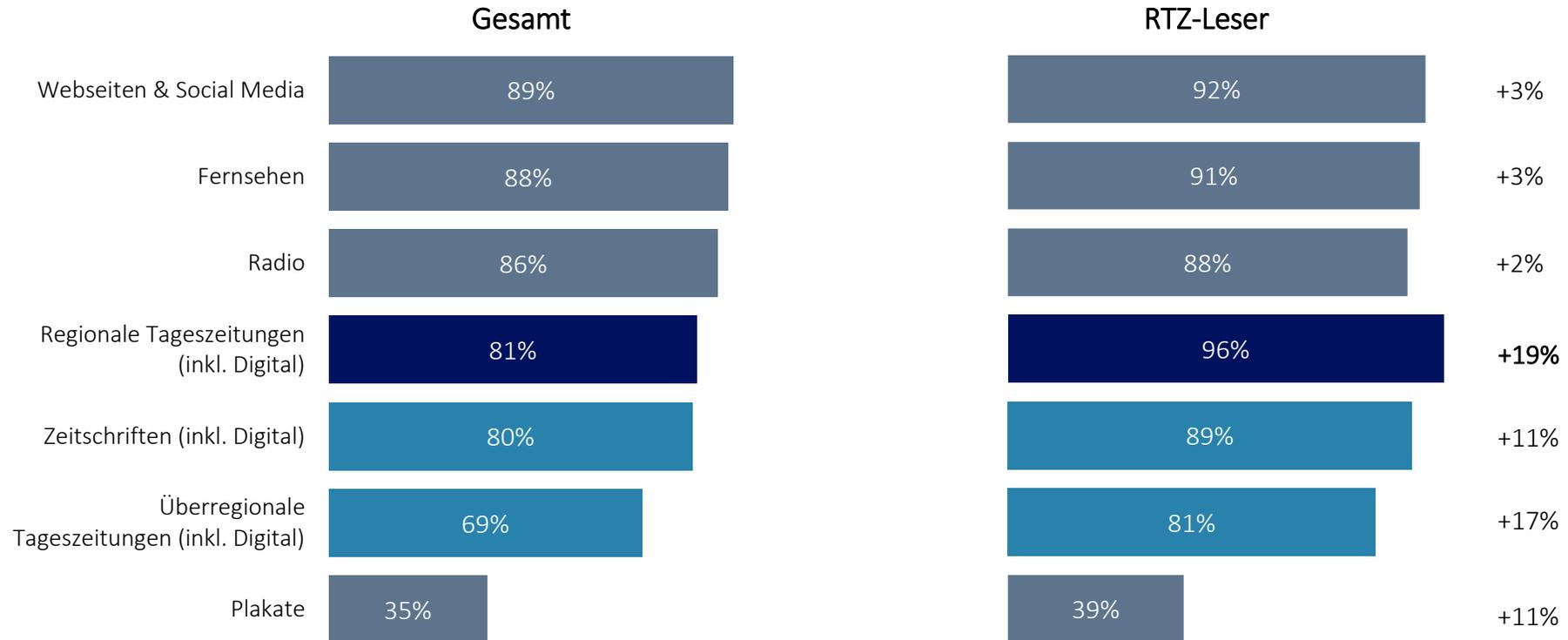
Basis: 2020 mind. wöchentliche Nutzung Print n=2.628; E-Paper n=1.096; Digital (Web+App) n=2.294

2019 mind. wöchentliche Nutzung Print n=2.767; E-Paper n=849; Digital (Web+App) n=2.420

# Gattungsvergleich

# NICHT OHNE MEINE REGIONALE TAGESZEITUNG: STÄRKSTE LESERBINDUNG!

## Am stärksten vermisstes Medium

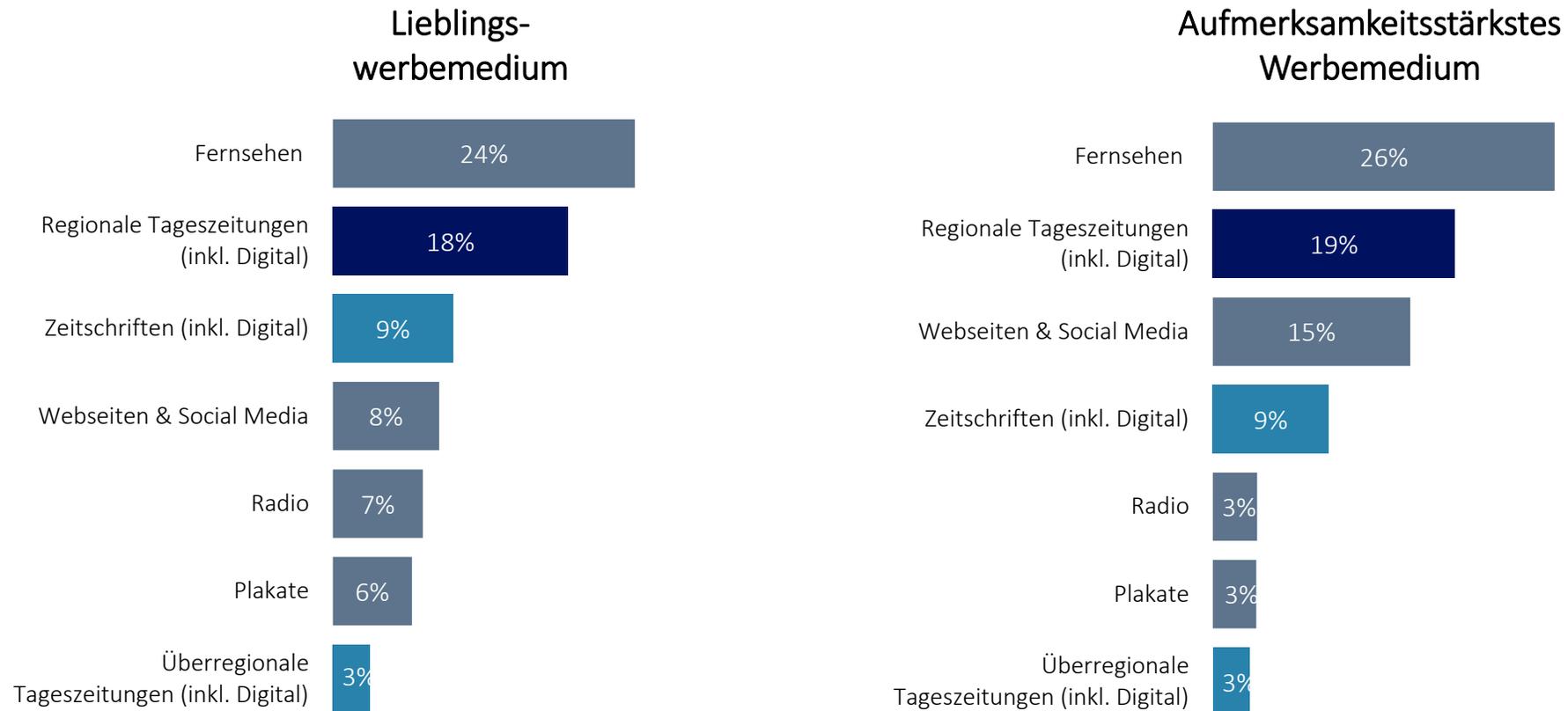


Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

Frage: Wie sehr würden Sie die folgenden Angebote vermissen, wenn Sie darauf keinen Zugriff mehr hätten oder sie nicht mehr empfangen könnten? Top-2-Box auf 3er-Skala

Basis: Gesamt n=5.527; mind. wöchentliche Nutzung RTZ n=3.682

# BELIEBT UND AUFMERKSAMKEITSSTARK: AUCH ALS WERBEMEDIUM TOP.



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

Fragen: In welchem dieser Medien schauen/hören Sie Werbung am liebsten? In welchem dieser Medien sind Sie am häufigsten auf interessante Produkte aufmerksam geworden?

Basis: Gesamt n=5.527

# AGENDA

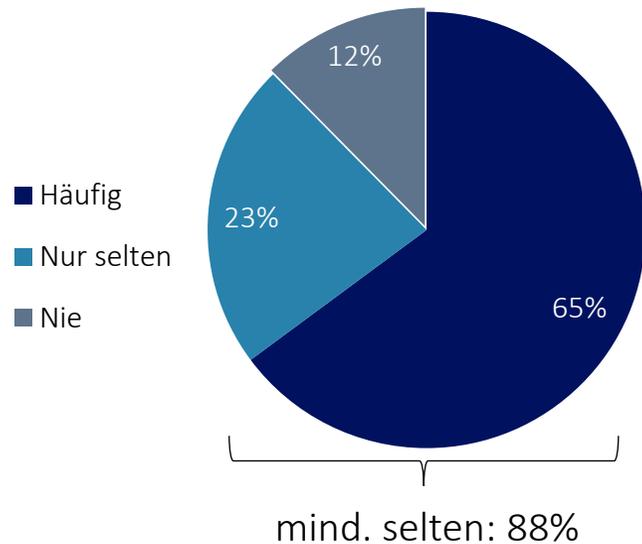
VERTRAUEN & RELEVANZ — Starker Journalismus in Qualitätsmedien

REGIONALE TAGESZEITUNG — Nutzungstrends und Werbewahrnehmung

ANZEIGENBLATT — Nutzung und Nutzungsmotive

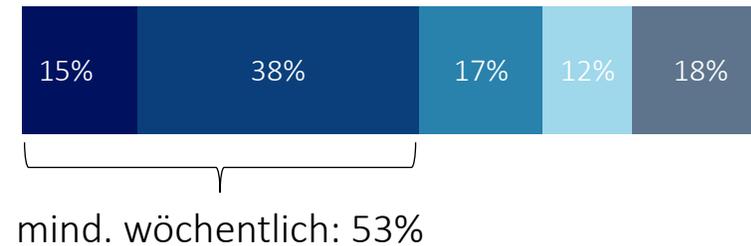
# EINZIGARTIGE REICHWEITE: FAST NEUN VON ZEHN PERSONEN ERHALTEN KOSTENLOSE ANZEIGENBLÄTTER.

### Erhalt von Anzeigenblättern



### Nutzung von Anzeigenblättern

- Mehrmals wöchentlich
- 1 Mal pro Woche
- 1-3 Mal pro Monat
- Seltener
- Nie



*Zum Vergleich:* 65% lesen mindestens wöchentlich regionale Tageszeitungen, 47% die Print-Ausgabe.

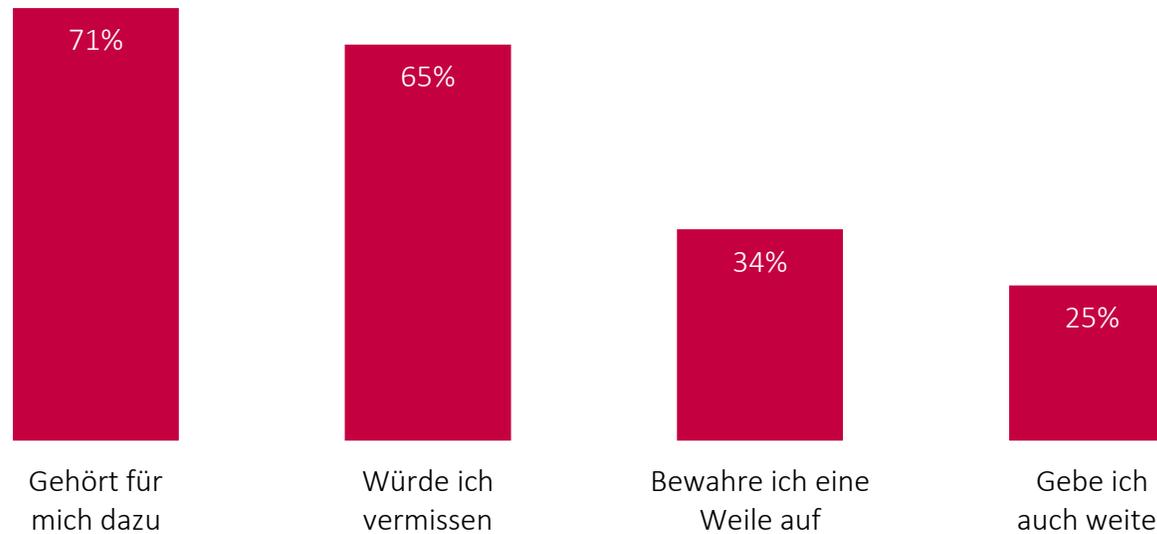
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

Fragen: Erhalten Sie in Ihrem oder über einen anderen Haushalt kostenlose Anzeigenblätter? Wie häufig nutzen Sie ein kostenloses Anzeigenblatt?

Basis: Gesamt n=5.527

# HOHE AKZEPTANZ UND BELIEBTHEIT: DIE LESER HABEN EINE HOHE BLATTBINDUNG.

## Umgang mit kostenlosen Anzeigenblättern



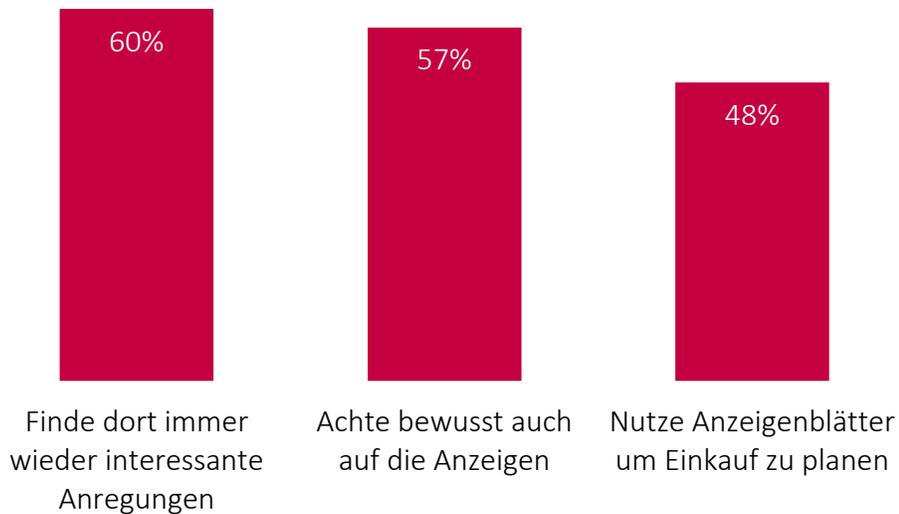
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

Frage: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen über kostenlose Anzeigenblätter zu?

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Anzeigenblätter n=2.901

# ANZEIGENBLÄTTER MACHEN IHREM NAMEN ALLE EHRE.

## Umgang mit kostenlosen Anzeigenblättern



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

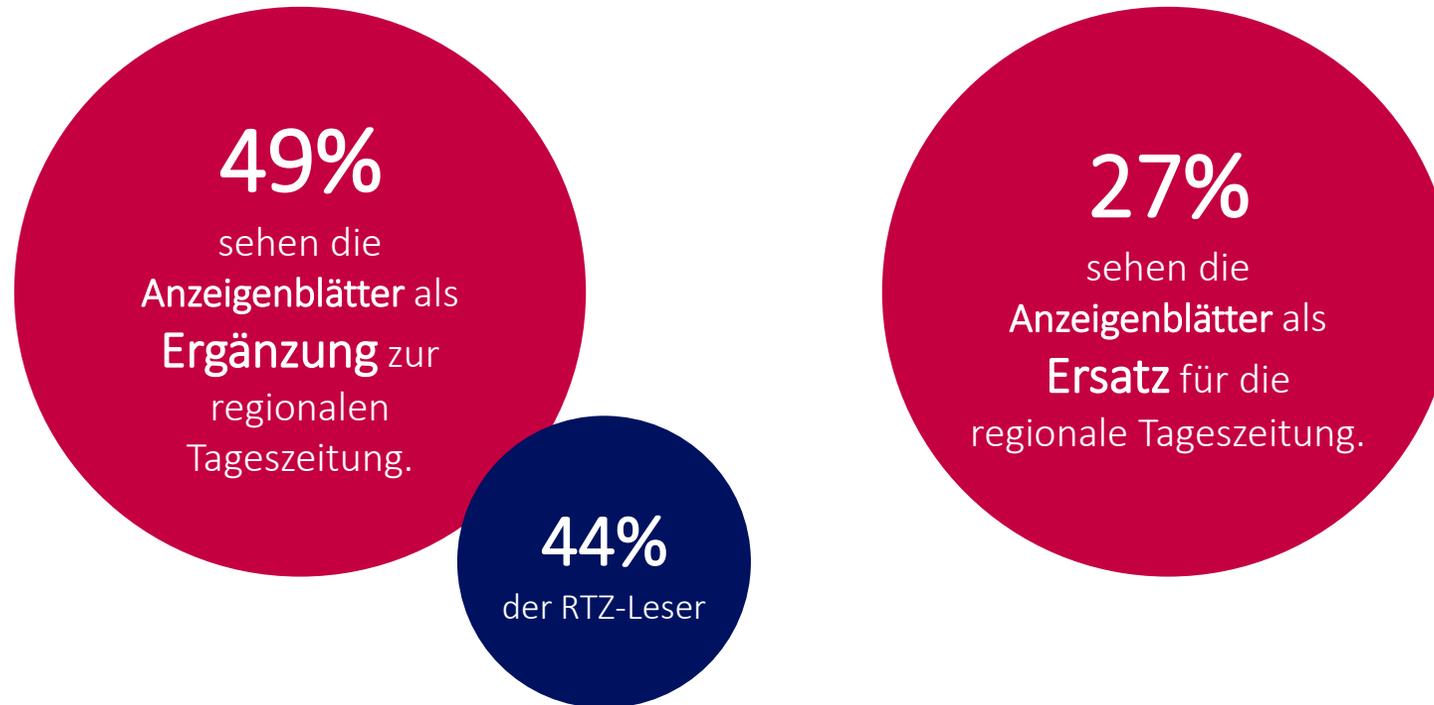
Frage: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen über kostenlose Anzeigenblätter zu?

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Anzeigenblätter n=2.901

Bild: Pixabay



# ANZEIGENBLÄTTER WERDEN ALS ERGÄNZUNG ZUR TAGESZEITUNG GESEHEN.



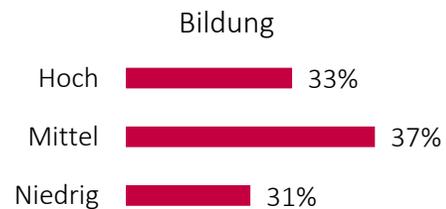
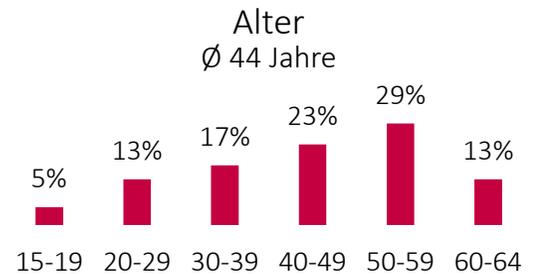
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

Frage: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen über kostenlose Anzeigenblätter zu?

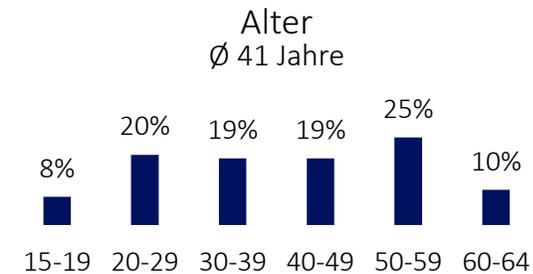
Basis: mind. wöchentliche Nutzung Anzeigenblätter n=2.901; RTZ n=3.682

# EINE GUTE ERGÄNZUNG: DIE MEDIEN ERREICHEN UNTERSCHIEDLICHE ZIELGRUPPEN.

## Anzeigenblattleser



## RTZ-Leser



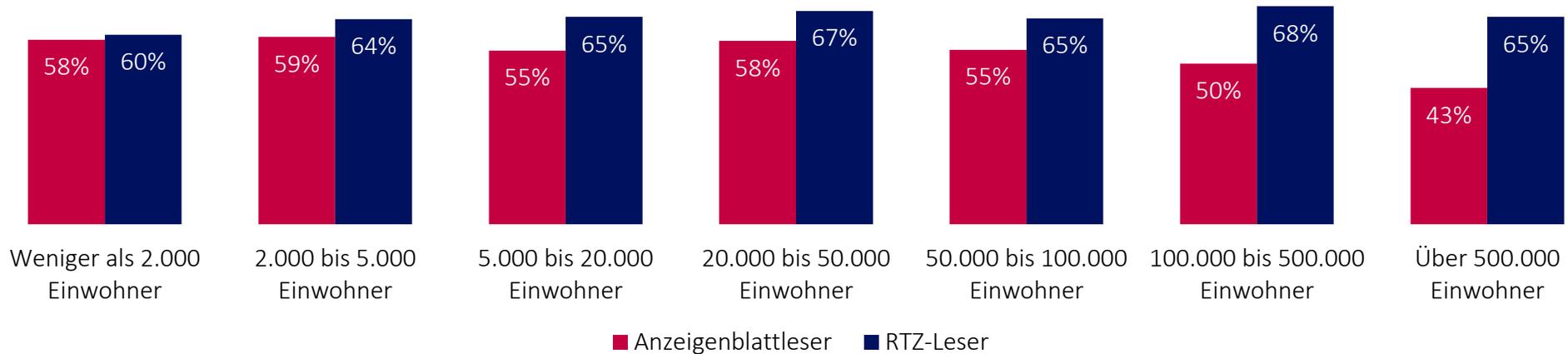
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Anzeigenblätter n=2.901; RTZ n=3.682

Index gegenüber Gesamt n=5.527

# IN GROSSSTÄDTEN IST DER ANTEIL DER RTZ-LESER HÖHER ALS DER DER ANZEIGENBLATTLER.

Mindestens wöchentliche Leser pro Gemeindegröße

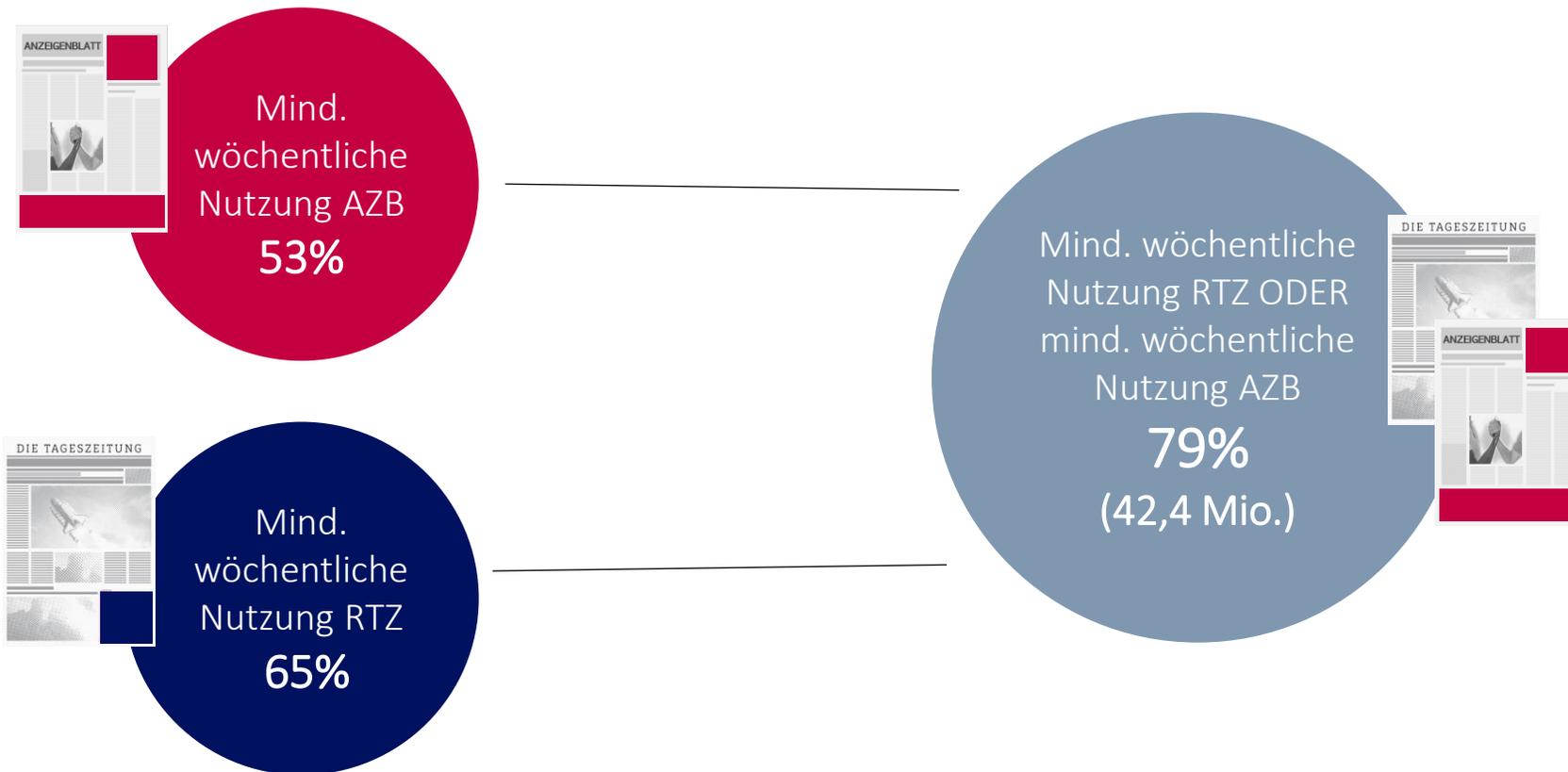


Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

Fragen: Wie häufig nutzen Sie ein kostenloses Anzeigenblatt? Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote einer regionalen Tageszeitung?

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Anzeigenblätter n=2.901; RTZ n=3.682

# WÖCHENTLICH LESEN 79 PROZENT DER BEVÖLKERUNG DIE RTZ ODER ANZEIGENBLÄTTER.



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2020.

Fragen: Wie häufig nutzen Sie ein kostenloses Anzeigenblatt? Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote einer regionalen Tageszeitung?

Basis: Gesamt n=5.527

# ZUSAMMENFASSUNG

Key Take Aways

# TAKE AWAYS.

- / Sowohl in der Gesamtbevölkerung als auch unter den Lesern herrscht Einigkeit, dass **professioneller Journalismus essentiell** ist. Die Glaubwürdigkeit und Vollständigkeit von **Nachrichten in sozialen Medien** wird hingegen **kritischer beurteilt**.
- / **Print bleibt** die **beliebteste Nutzungsform** der regionalen Tageszeitung. Doch zeichnet sich ein klarer **Nutzungstrend der Zukunft** ab: Die **E-Paper-Nutzung nimmt weiterhin rasant zu** - und das heute auch immer mehr exklusiv.
- / **Anzeigenblattleser haben eine hohe Blattbindung.**
- / **Die Leserschaft von Anzeigenblättern unterscheidet sich** von regionalen Tageszeitungen u.a. hinsichtlich Geschlecht, Bildung und Gemeindegröße. So kann **zielgruppenspezifisch im jeweiligen Medium** geworben werden. **Durch die Kombination** beider Medien können Werbekunden **4 von 5 Deutschen erreichen**.

HABEN SIE  
FRAGEN?



## KONTAKT

SCORE MEDIA GROUP

Düsseldorf: +49 211 33 99 72 29

München: +49 89 55 27 850

[info@score-media.de](mailto:info@score-media.de)

[www.score-media.de](http://www.score-media.de)