

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

Berlin, 11. März 2020

Zusatzangebote erreichen neue Zielgruppen

ZMG-Studie „Zeitungsqualitäten 2020“ bündelt aktuelle Daten zur Nutzung und Werbeleistung der Zeitungen

Deutschland verfügt mit rund 350 Zeitungen sowie mehr als 600 digitalen journalistischen Angeboten und Marken im Internet über den größten Zeitungsmarkt Europas und den fünftgrößten der Welt. Gedruckt und digital erreichen die Zeitungen acht von zehn Deutschen in jeder Woche, darunter 68 Prozent der unter 30-Jährigen. Selbst wer bislang noch nicht zu den regelmäßigen Zeitungslesern zählt, ist für Zusatzangebote der Medienhäuser aufgeschlossen: 53 Prozent sind interessiert an Apps mit aktuellen Nachrichten, 40 Prozent an ihren Webportalen, 37 Prozent würden gerne ein digitales Archiv nutzen. Auch mit E-Paper, Social-Media- und Videoangeboten, Messen, Newslettern und Podcasts stoßen die Zeitungen bei jedem fünften Nichtleser auf Interesse.

Intensive Nutzung

Das zeigt die neue ZMG-Studie „Zeitungsqualitäten 2020“. Sie bündelt Daten zur Nutzung und Werbeleistung der Zeitungen. So widmen Leser dem Kernprodukt Tageszeitung 38 Minuten lang ihre volle Aufmerksamkeit, stöbern gerne mehrfach darin, und 69 Prozent teilen ihr Blatt sogar mit anderen Personen. Damit erreicht jedes Zeitungsexemplar im Schnitt 2,7 Leser.

Stark in der Region

Ihre besonderen Stärken spielen die Zeitungen in der Region aus. Für 68 Prozent der Bevölkerung sind sie die wichtigste Informationsquelle zum Geschehen vor Ort. 76 Prozent bezeichnen sie als unverzichtbar und sinnvoll im Lokalen, zumal den Zeitungen hier weit mehr Kompetenz zugesprochen

wird als Internet, Hörfunk, Anzeigen- oder Szeneblättern. Besonders ihre kompetenten Redakteure (97 Prozent Zustimmung) und die umfassende, glaubwürdige und objektive Information (96 Prozent Zustimmung) machen die Zeitung zu einer festen Größe in der Region und zum glaubwürdigsten Medium bei lokalen Themen.

Gutes Image von Zeitungswerbung

Das positive Image wirkt sich auch auf die Werbeleistung aus. Zeitungsanzeigen werden als glaubwürdig und zuverlässig (81 Prozent) wahrgenommen, die werbenden Geschäfte als besonders seriös (76 Prozent). Daher möchten sieben von zehn Deutschen auch nicht auf Werbung in der Zeitung verzichten, sondern bestätigen ihren praktischen Nutzen beim täglichen Einkauf.

In der Studie „Zeitungsqualitäten 2020“ bündelt die ZMG aktuelle Ergebnisse aus eigenen repräsentativen Bevölkerungsumfragen und aus Fremdstudien. Alle Auswertungen stehen als animierte Grafiken auf www.zeitungsqualitaeten.de zum freien Download zur Verfügung.

Kontakt:

BDZV, Anja Pasquay, Telefon 030/726298-214, E-Mail pasquay@bdzv.de.

Dr. Andrea Gourd, Telefon 069/973822-46, E-Mail gourd@bdzv.de

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzyPresse](https://twitter.com/BdzyPresse) und Instagram [bdzy.de](https://www.instagram.com/bdzy.de)