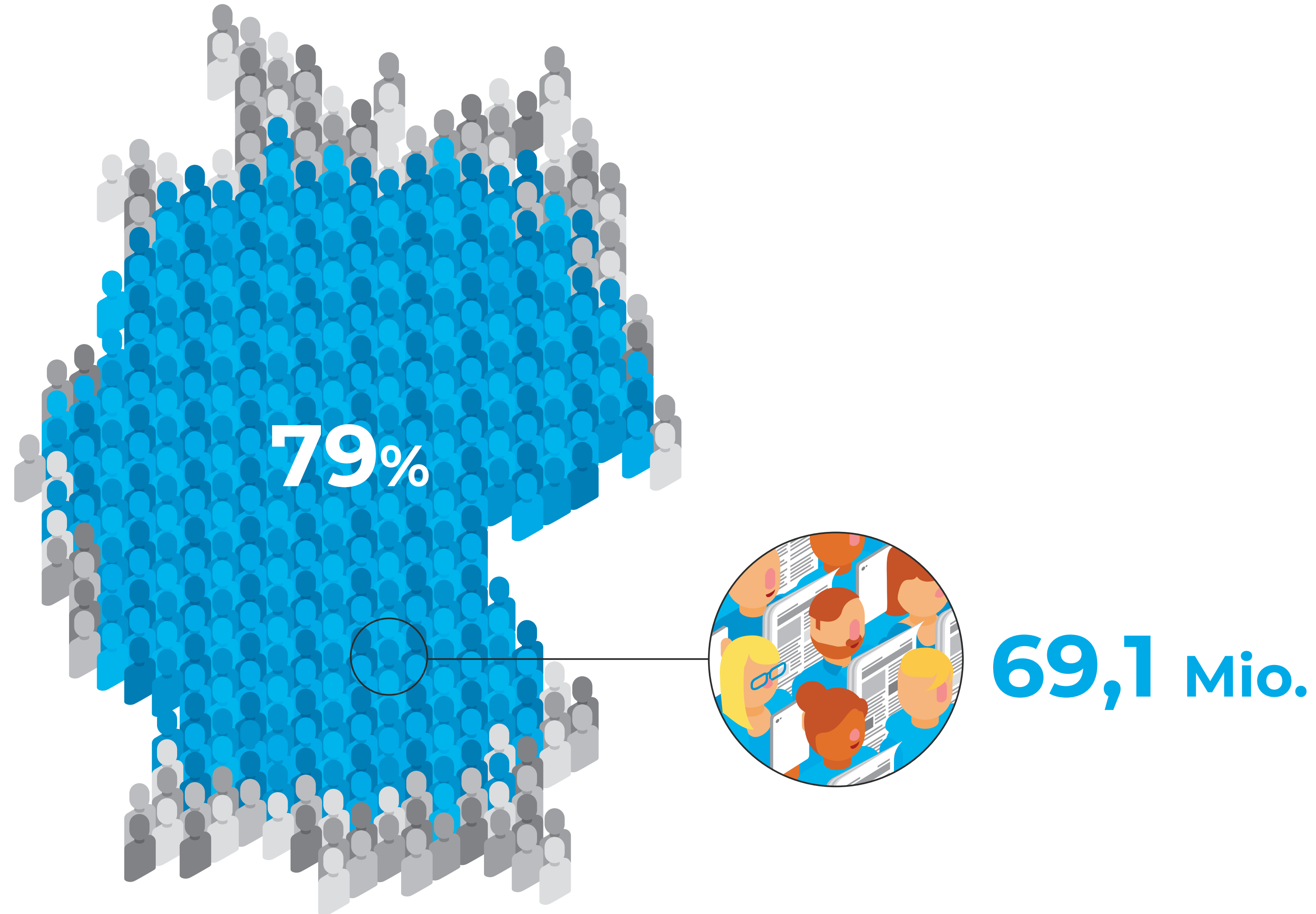




Zeitungsqualitäten 2020

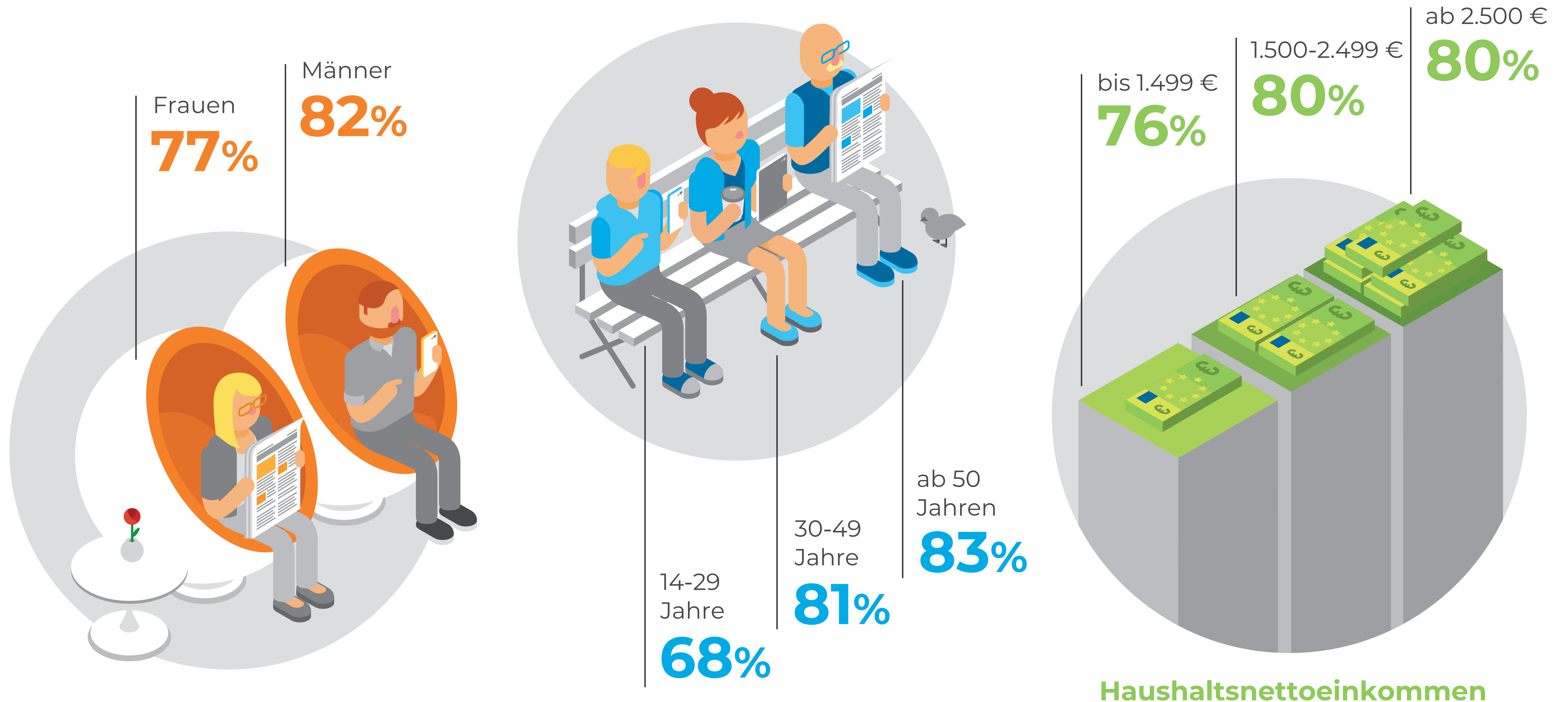
Die Mehrheit liest Zeitung

Nettoreichweiten Print und Digital in der Woche



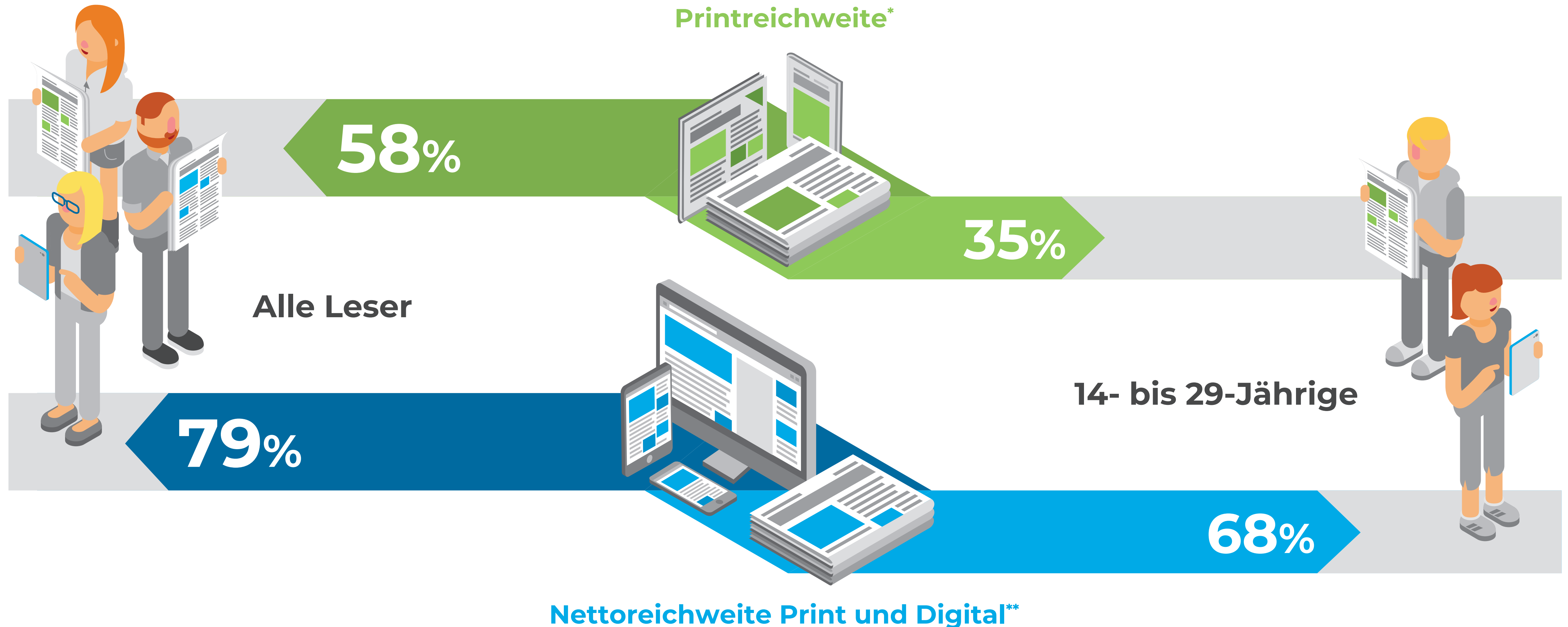
Zeitungen erreichen alle Bevölkerungsgruppen

Nettoreichweiten Print und Digital in der Woche



Digital jünger: Zeitungen gewinnen online junge Leser

Reichweiten online und offline



Leser teilen sich ihre Zeitung

Nutzungsgemeinschaften

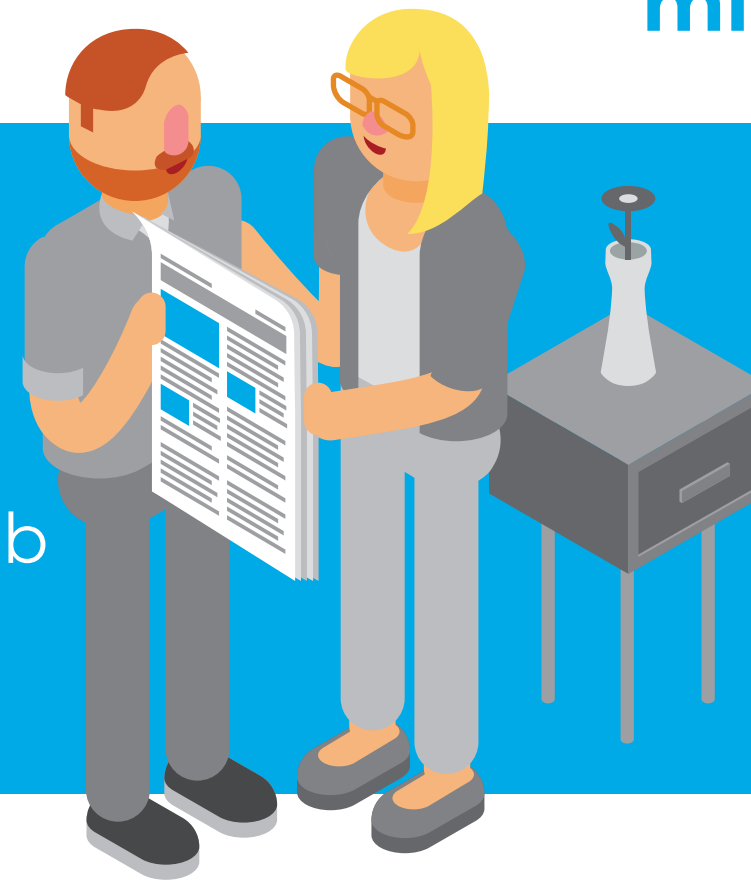
31%

lesen ihre Zeitung alleine



45%

nur innerhalb
des eigenen
Haushalts



69%

teilen ihre Zeitung
mit anderen Personen

24%

außerhalb
des eigenen
Haushalts



2,7 Leser
pro Exemplar

Im Lokalen führt an der Tageszeitung kein Weg vorbei

Bedeutung lokaler Informationen

77%

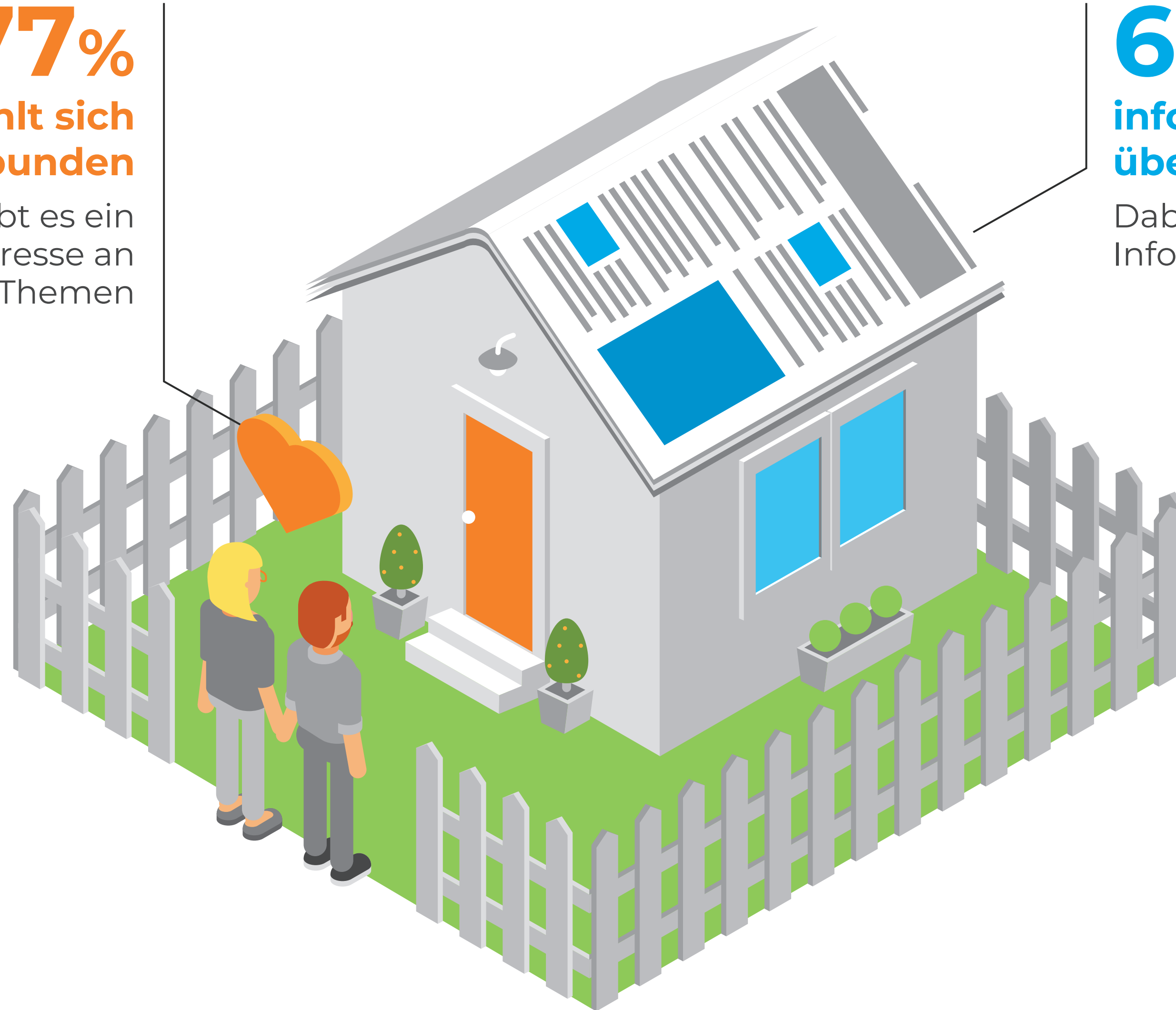
**Die Mehrheit fühlt sich
ihrem Wohnort verbunden**

Entsprechend gibt es ein
hohes Informationsinteresse an
Informationen zu lokalen Themen

68%

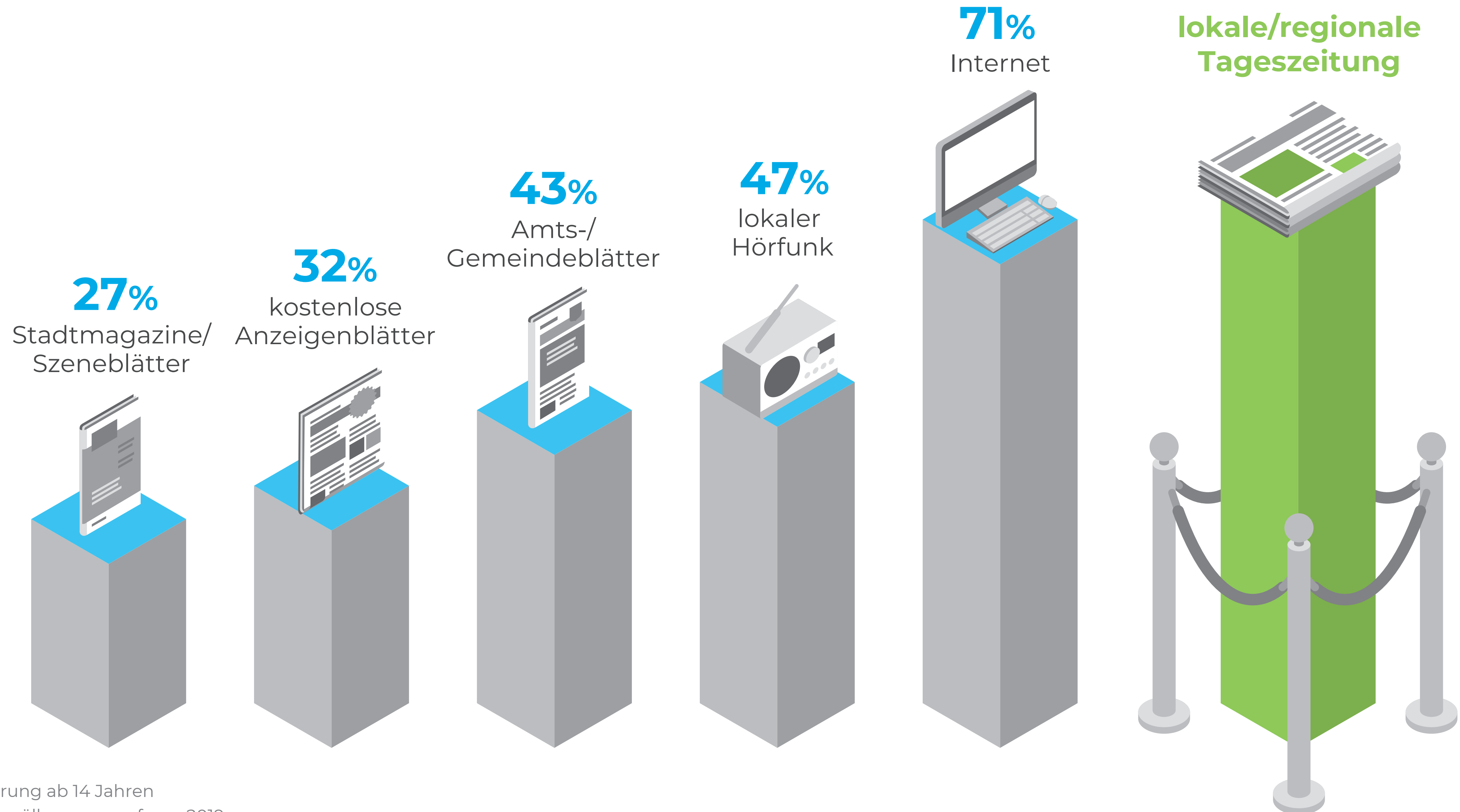
**informieren sich (sehr) häufig
über Ereignisse am Wohnort**

Dabei ist die Tageszeitung die
Informationsquelle Nummer 1



Zeitungen sind lokale Informationsquelle Nr. 1

Unverzichtbar und sinnvoll für lokale und regionale Themen



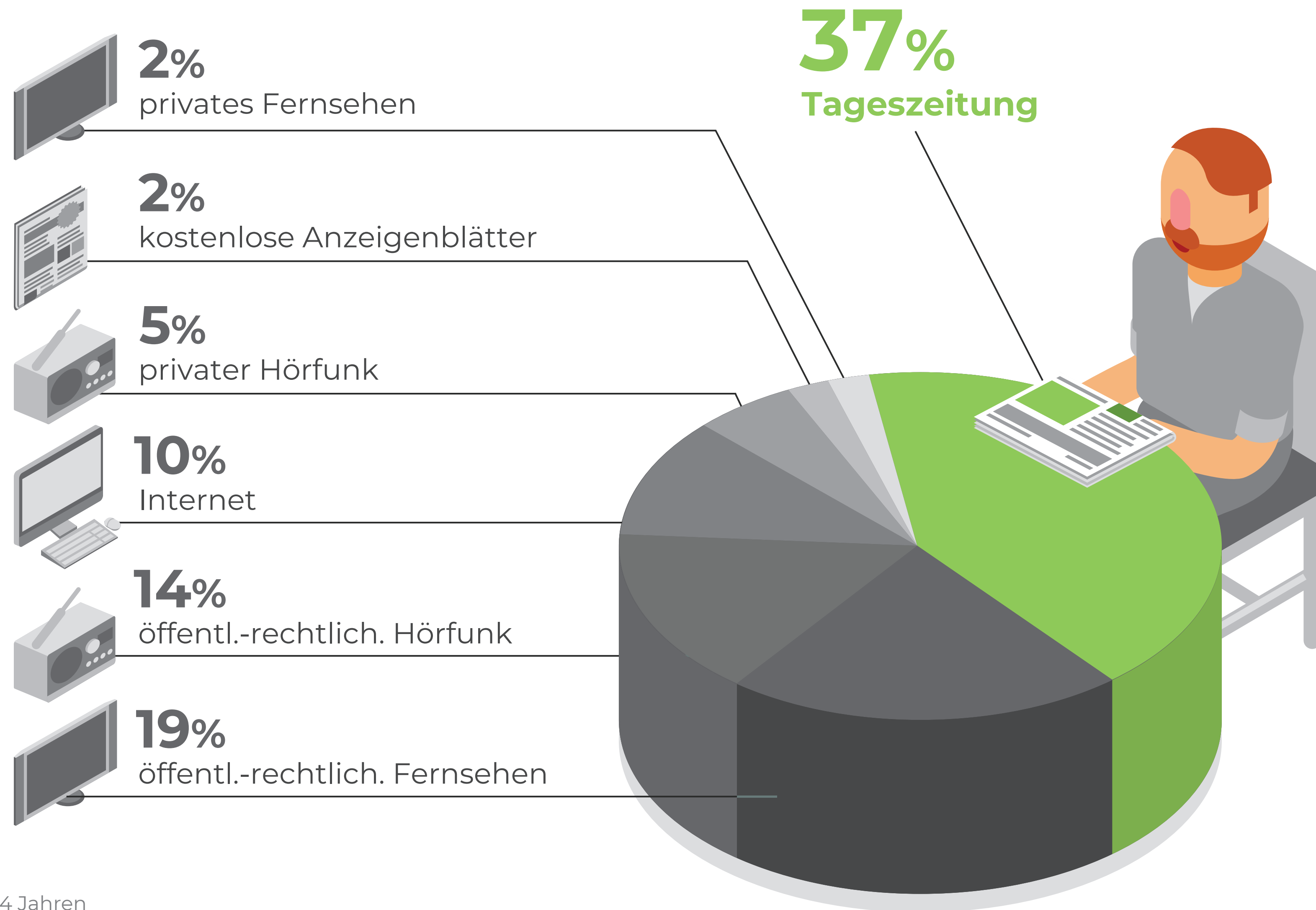
Tageszeitungen sind uns am nächsten

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

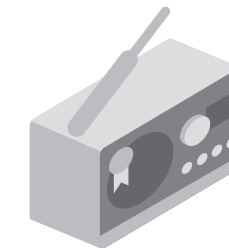


Zeitung
80%



öffentlich-rechtliches
Fernsehen

78%



öffentlich-rechtliches
Radio

64%



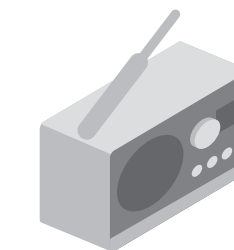
Internet

56%



privates Fernsehen

45%



privates Radio

39%



kostenlose Anzeigenblätter

27%

28%

sehr
konzentriert



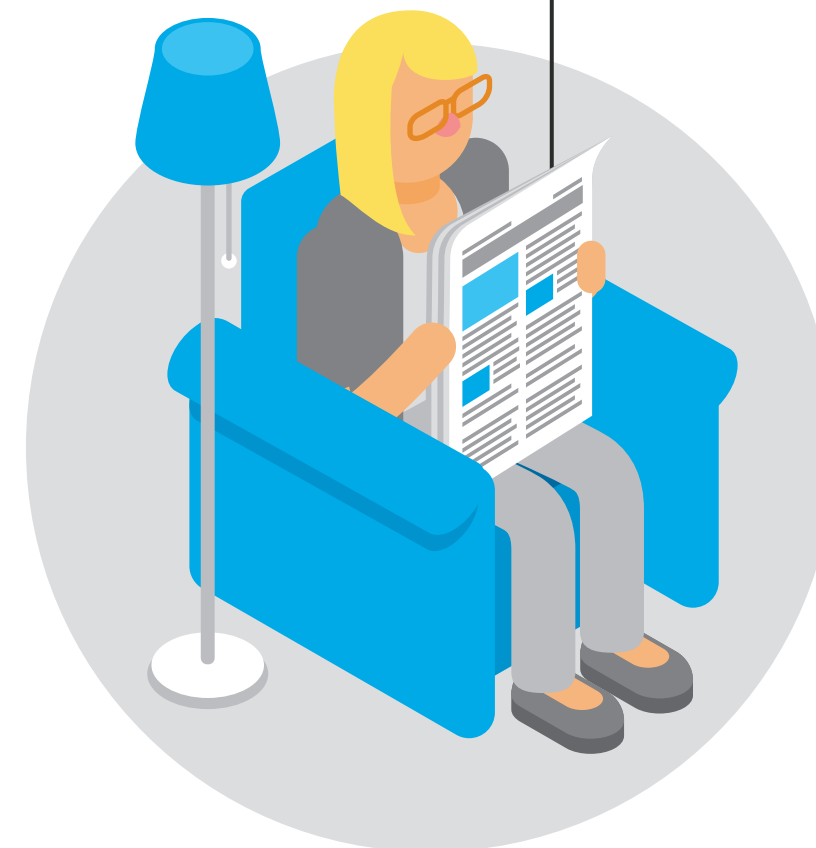
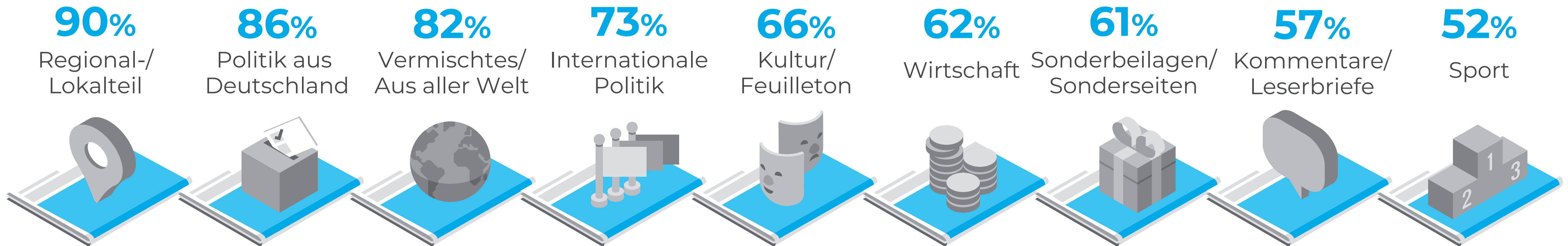
52%

konzentriert



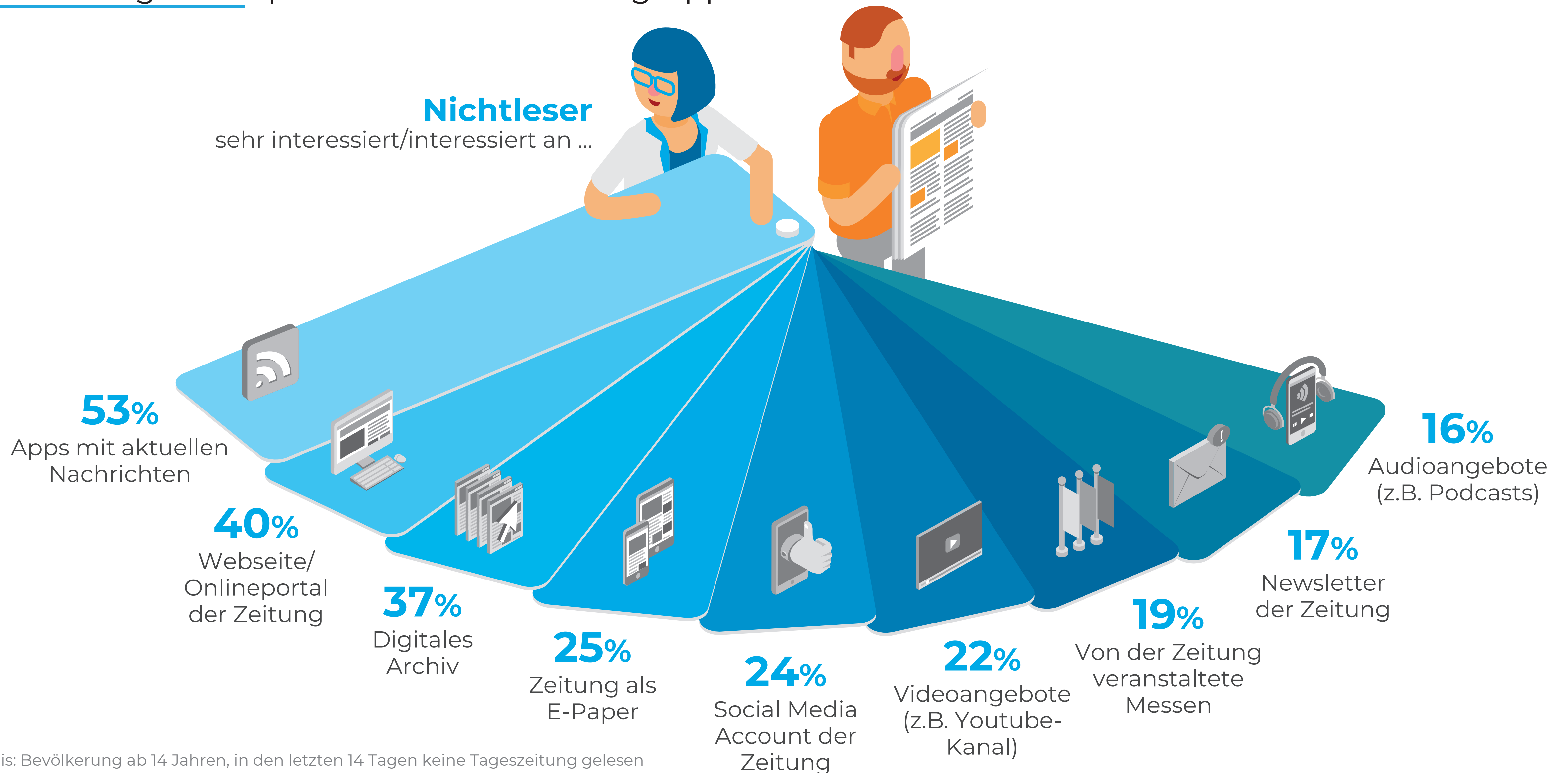
Die Zeitung ist ein Universalmedium

Nutzung des jeweiligen Ressorts



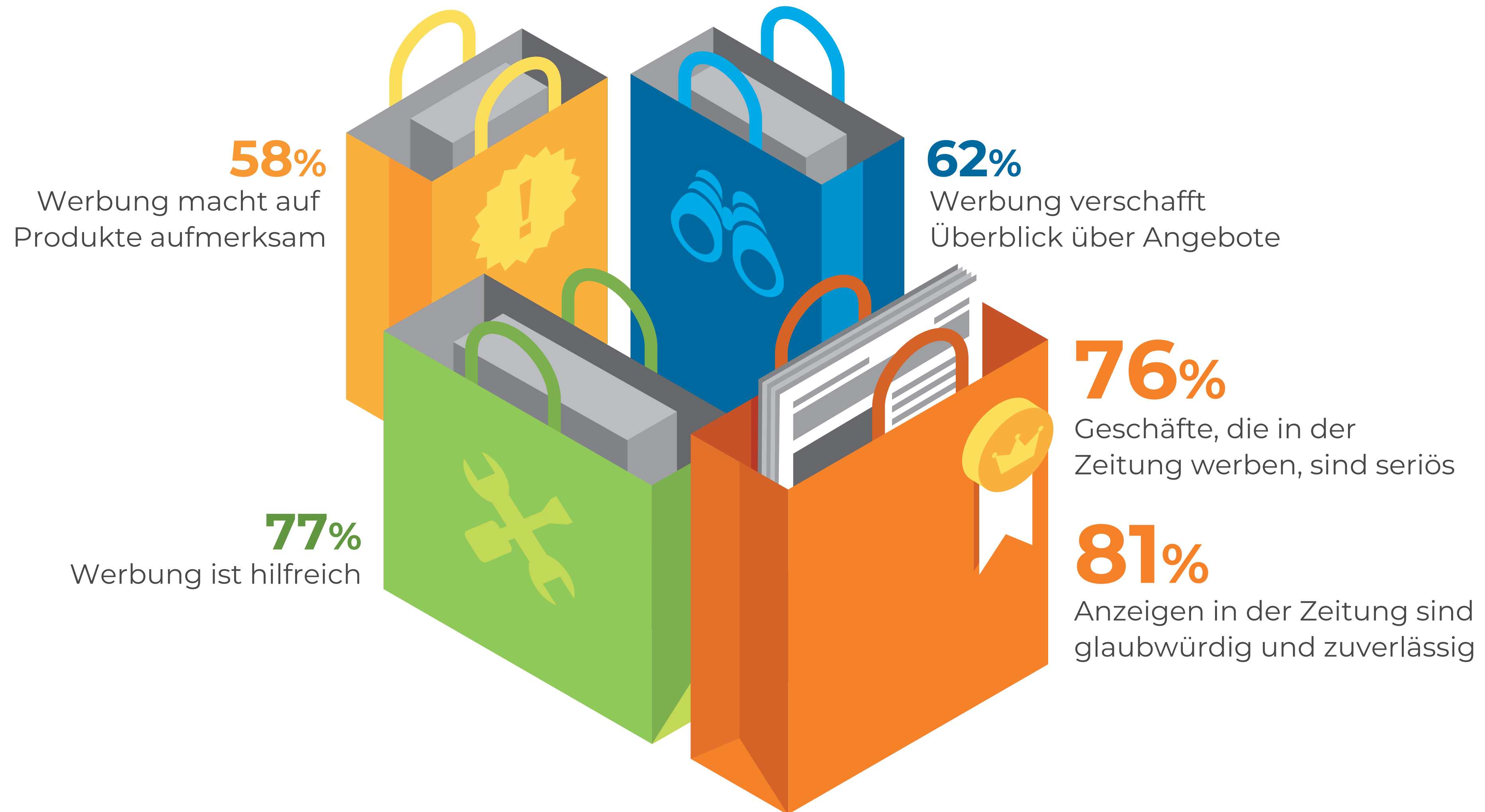
Zeitungen sind mehr als Print

Zusatzangebote sprechen auch neue Zielgruppen an



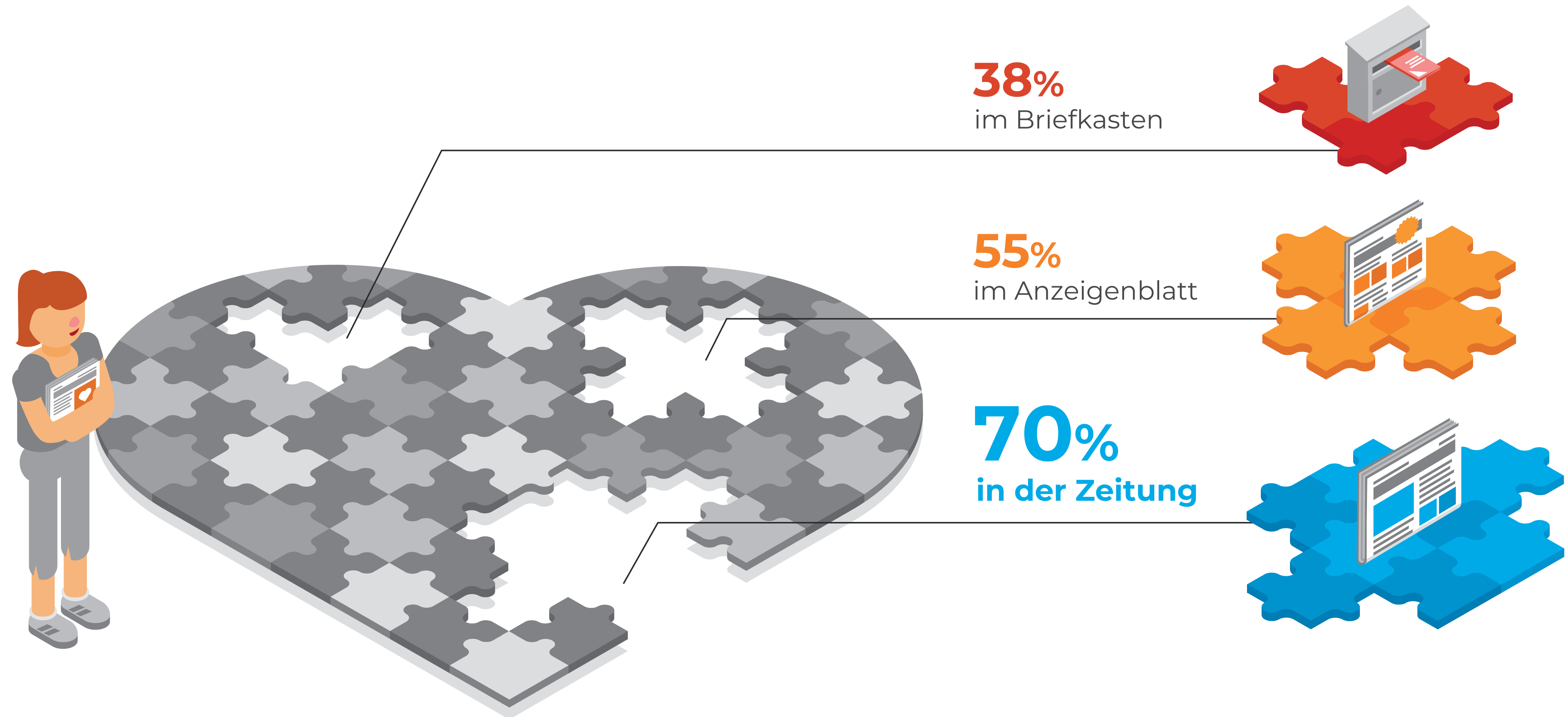
Werbung ist Gestaltungshilfe für den Einkaufszettel

Positive Einstellung zur Werbung



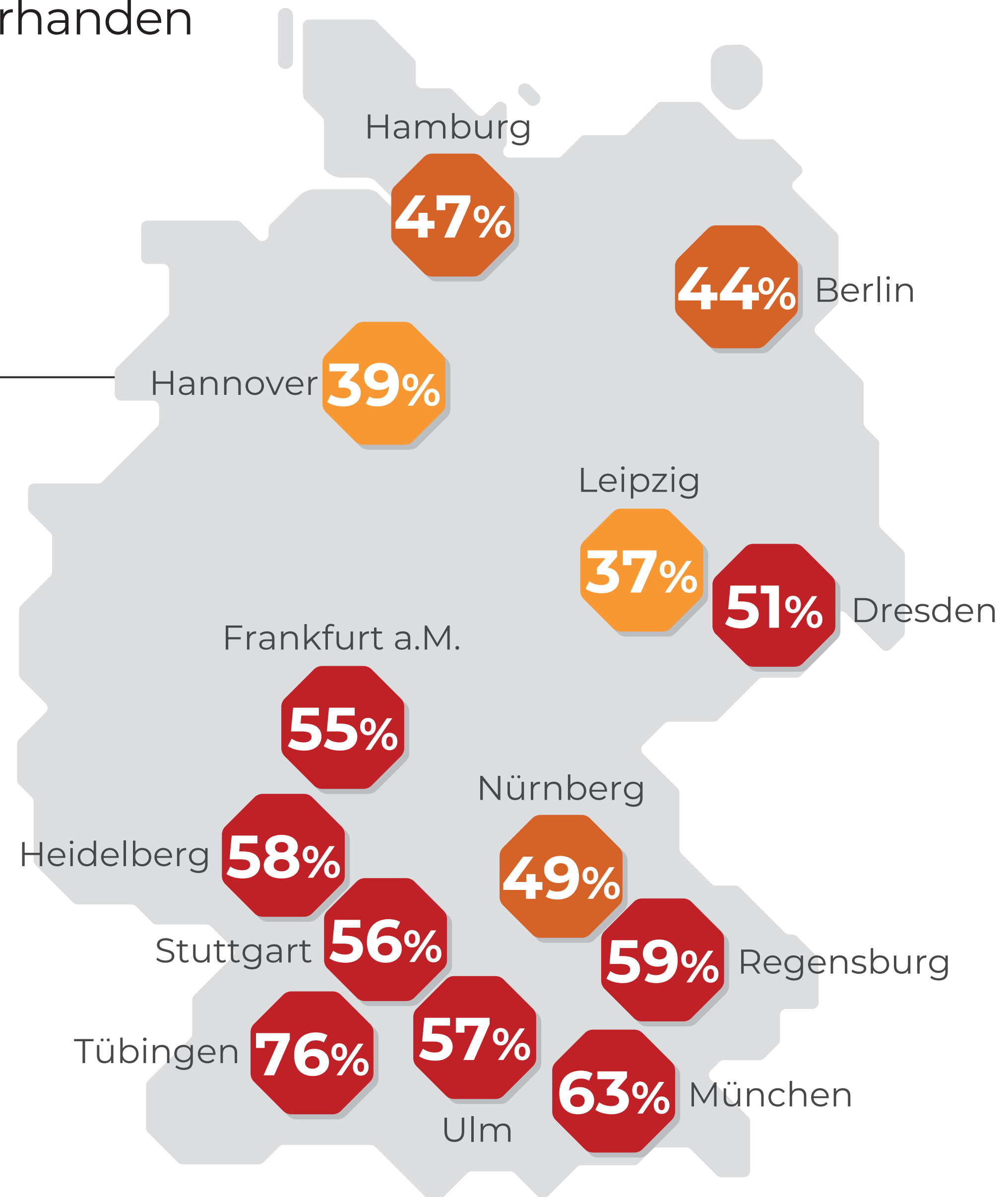
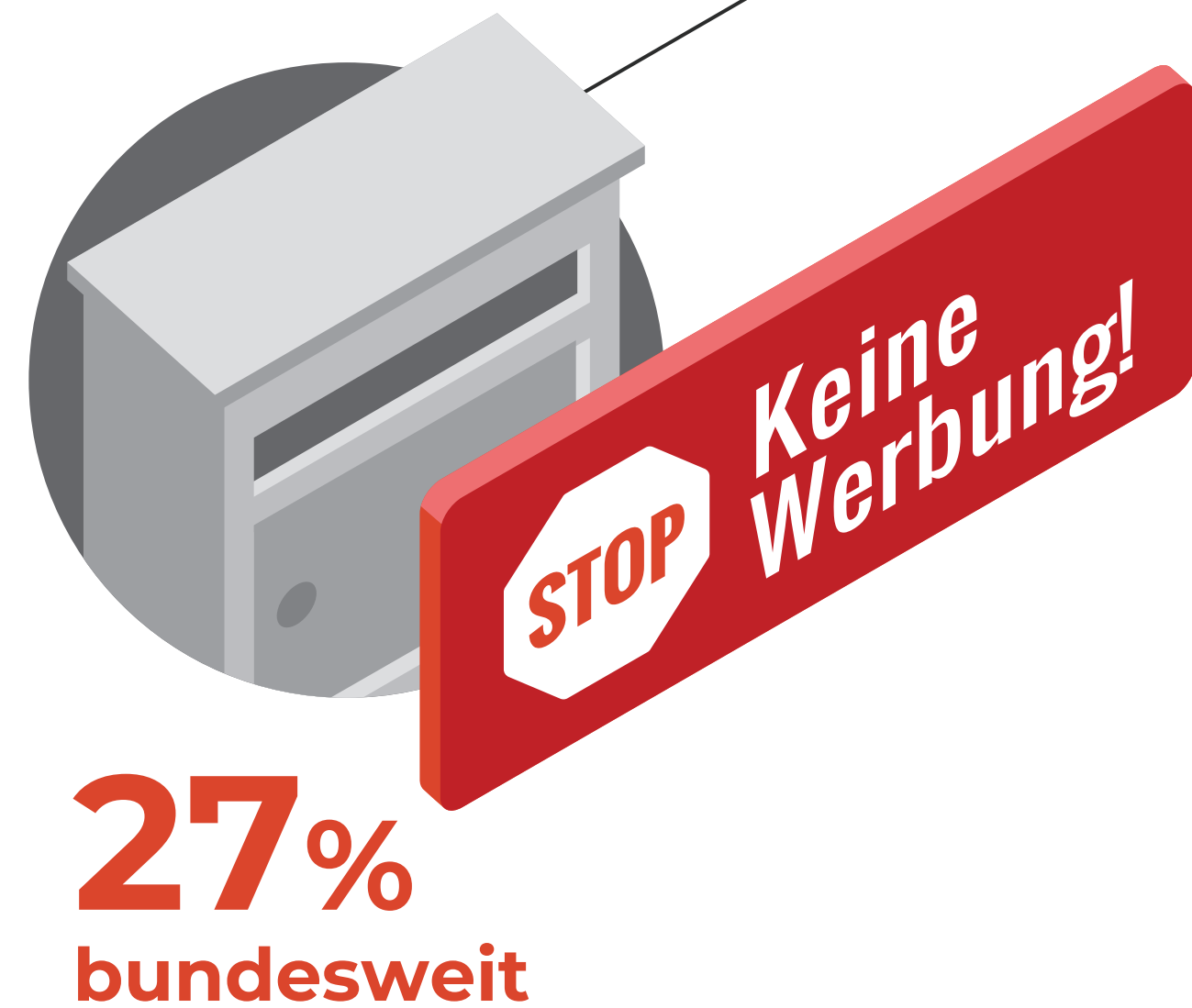
In der Zeitung ist Werbung wichtig

Personen, die Werbung vermissen würden



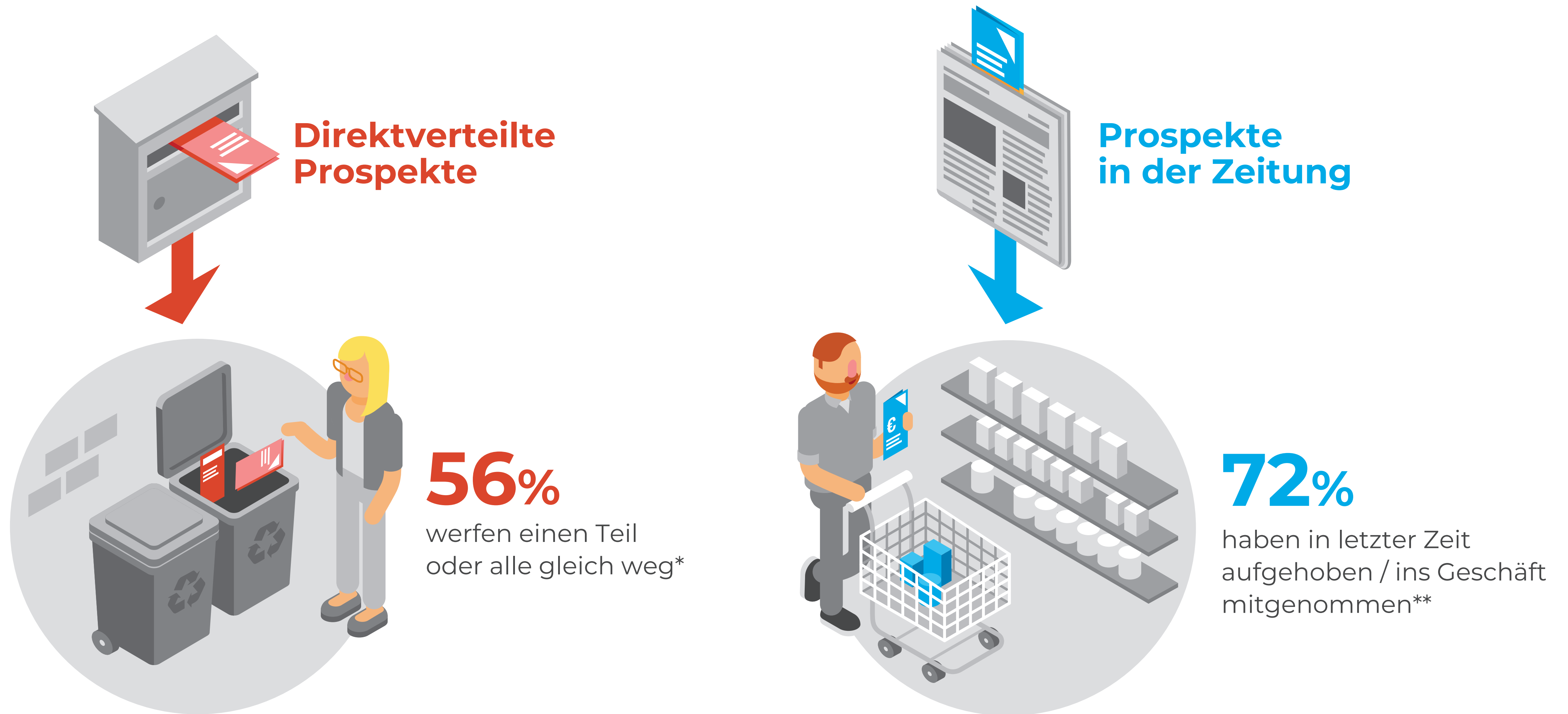
Direktwerbung kommt nicht gut an

Aufkleber „Bitte keine Werbung einwerfen“ vorhanden



In Zeitungen sind Prospekte relevant

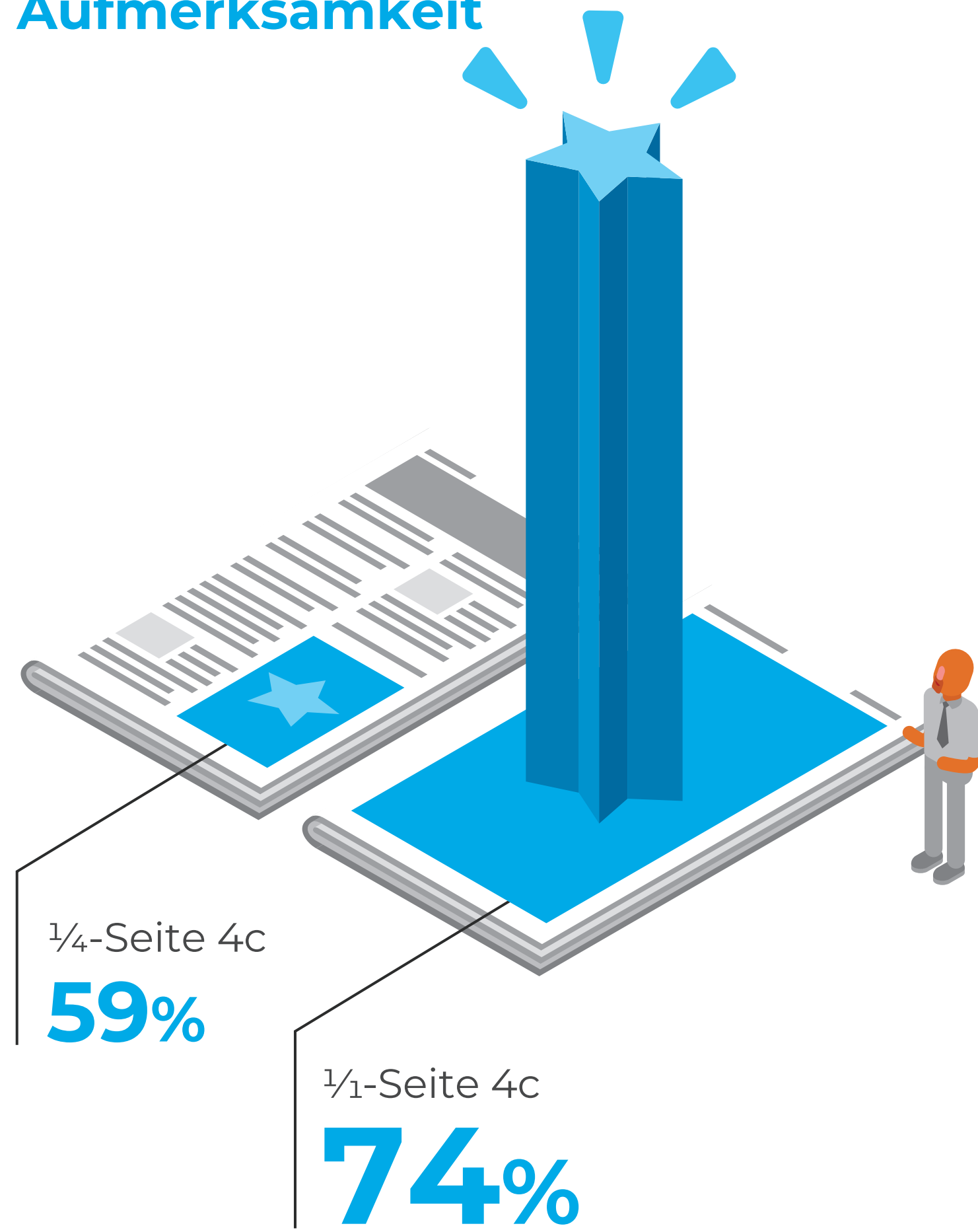
Umgang mit Prospekten



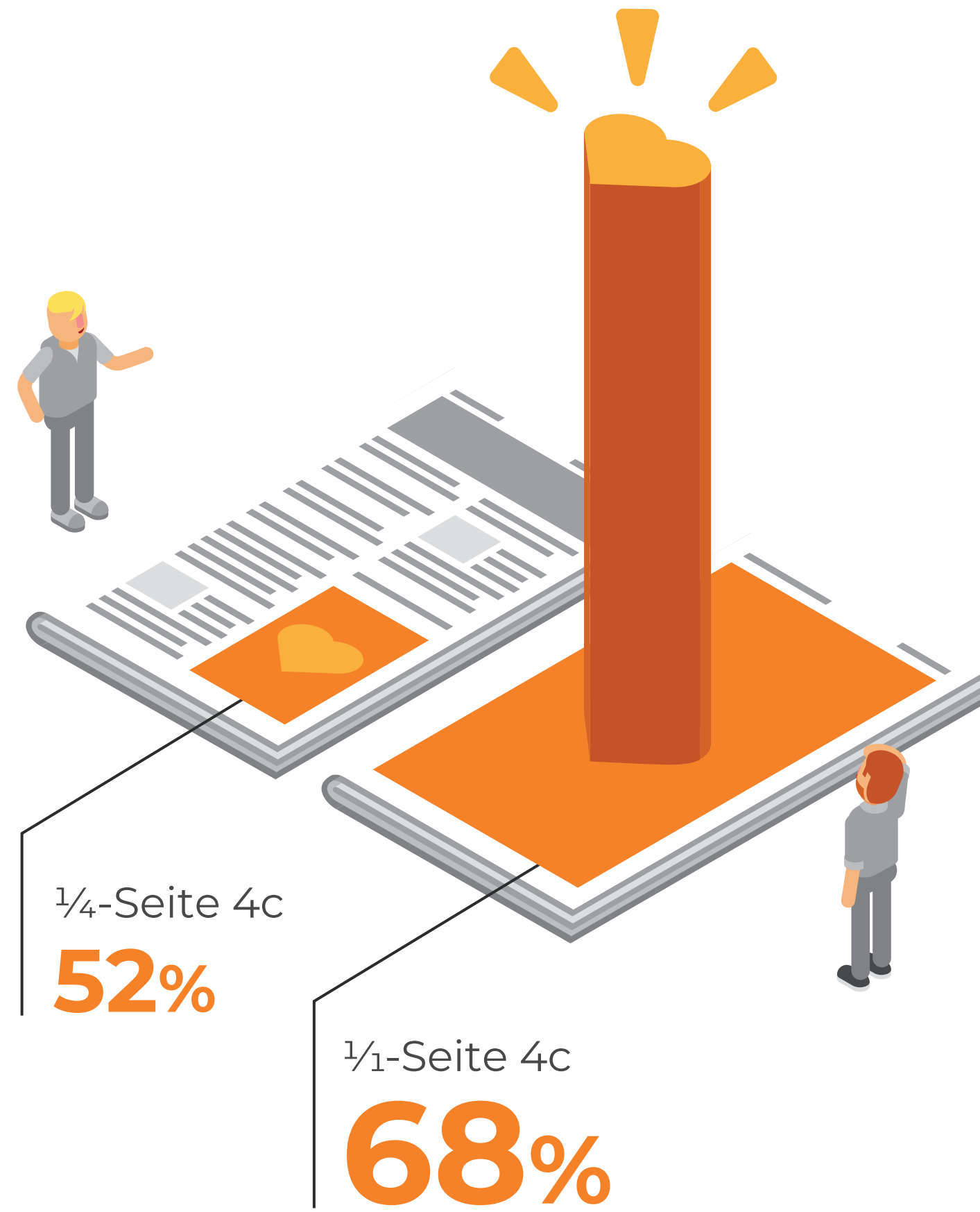
Größer ist besser

Beachtung von Zeitungsanzeigen $\frac{1}{4}$ -Seite vs. $\frac{1}{1}$ -Seite

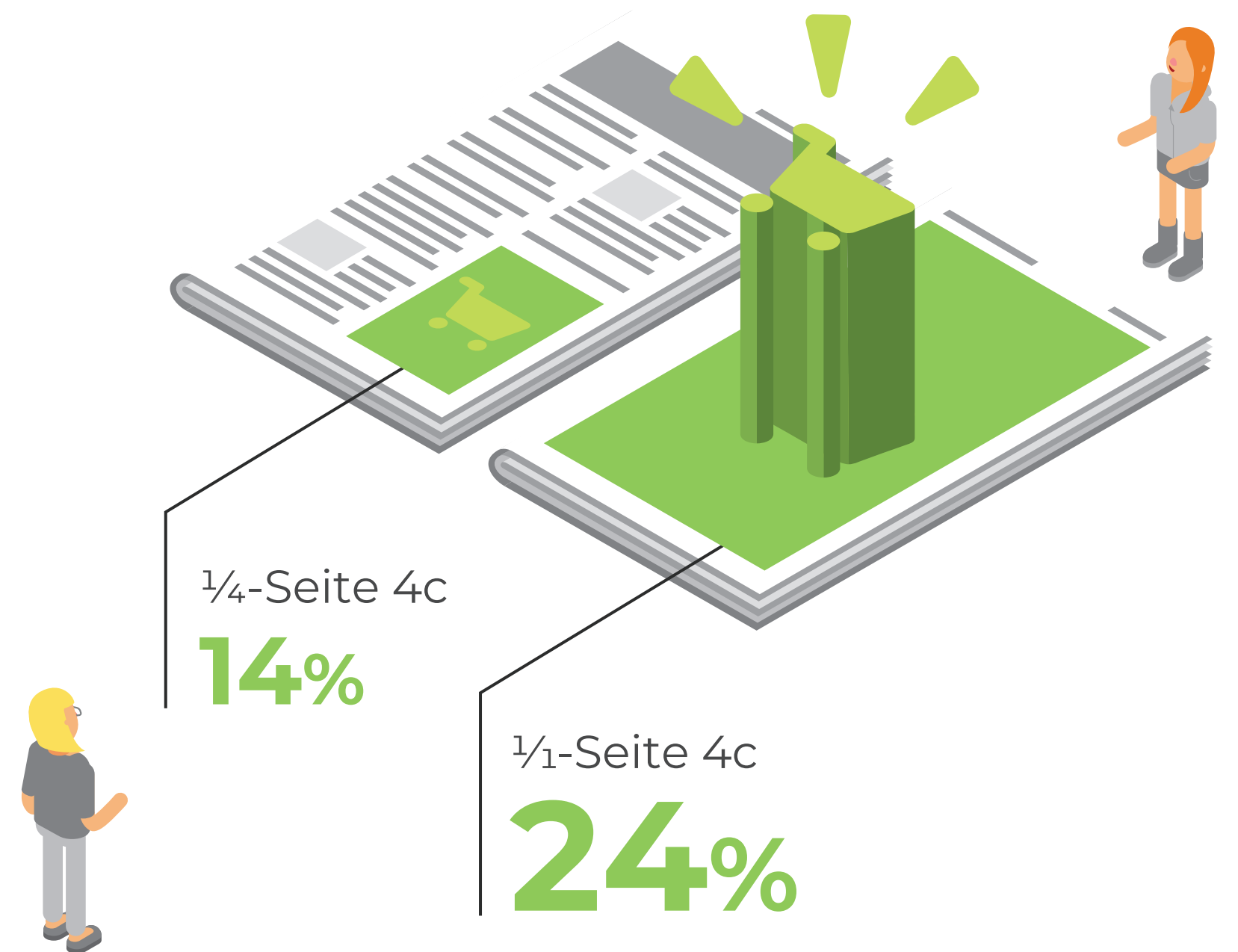
Aufmerksamkeit



Marken-Identifikation

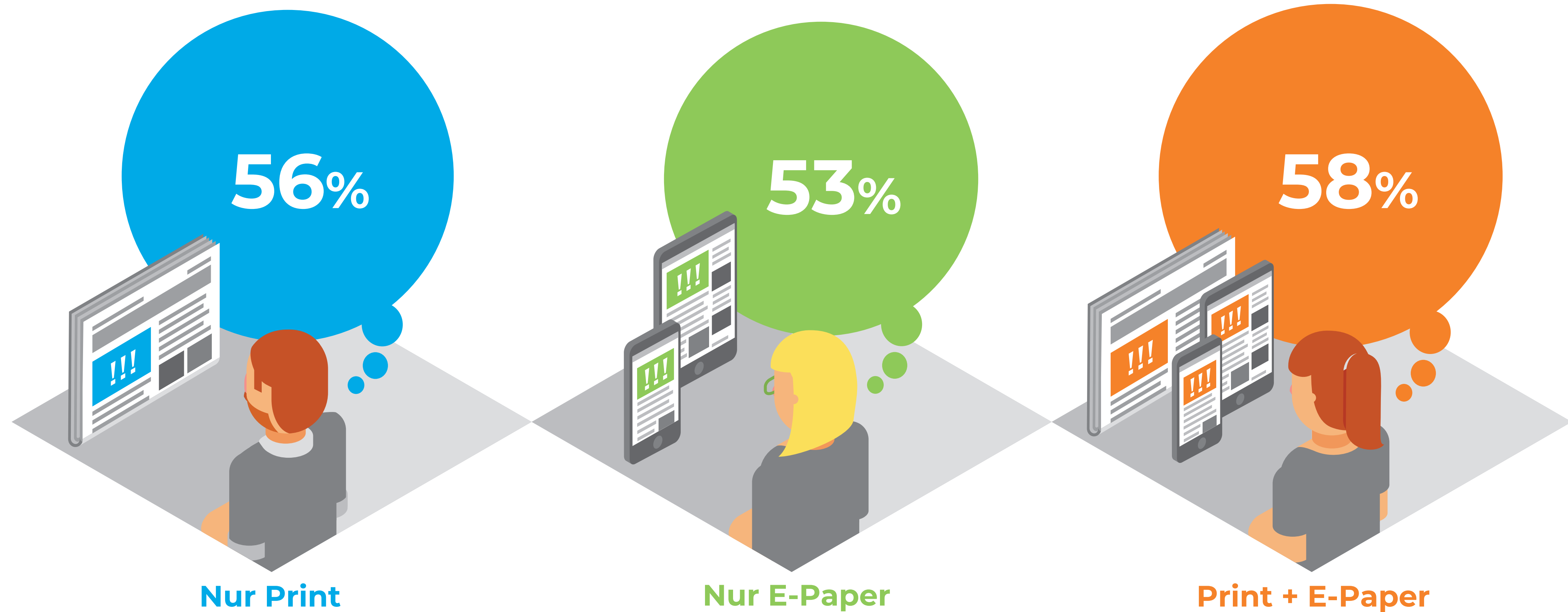


Aktionsimpuls



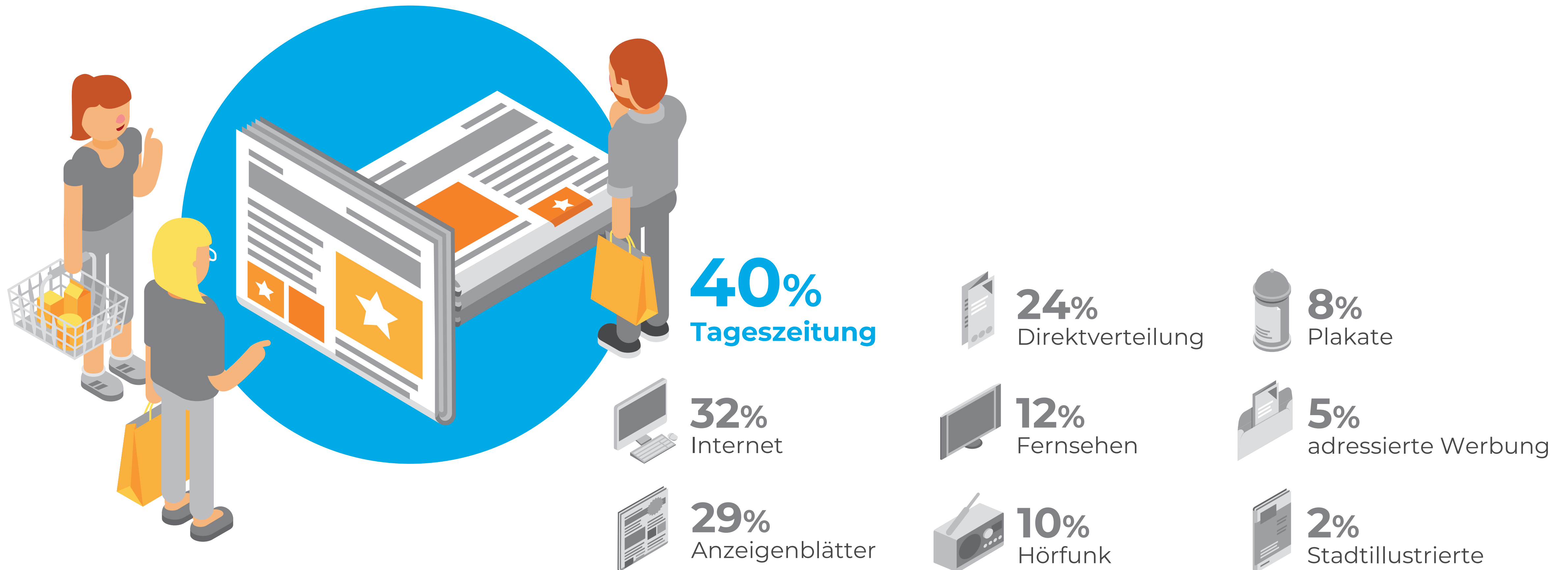
Anzeigen werden auch im E-Paper beachtet

Wahrnehmung in Print und E-Paper



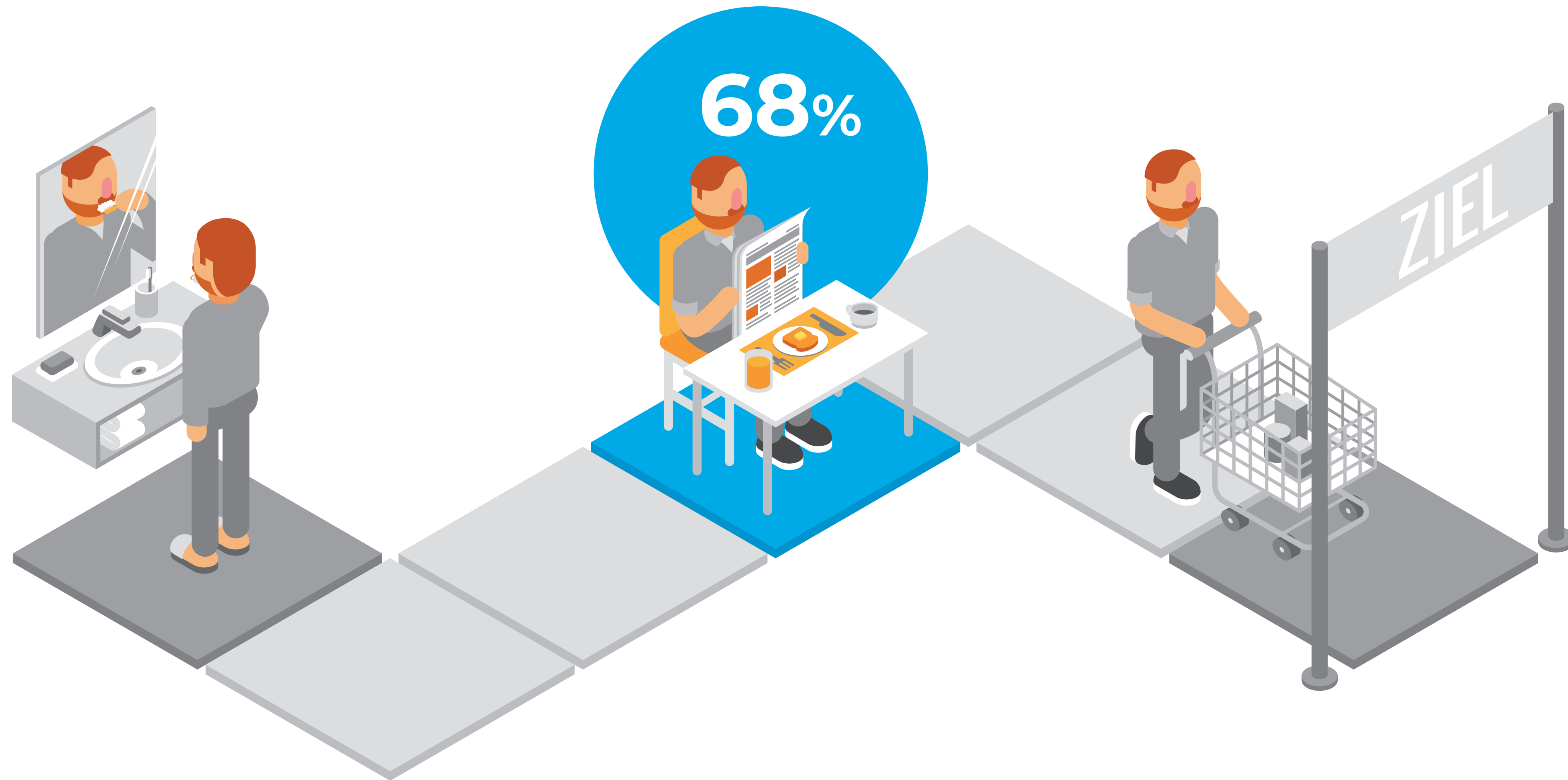
Konsumenten informieren sich aktiv in der Zeitung

Wichtigste Informationsquelle für Angebote der Geschäfte



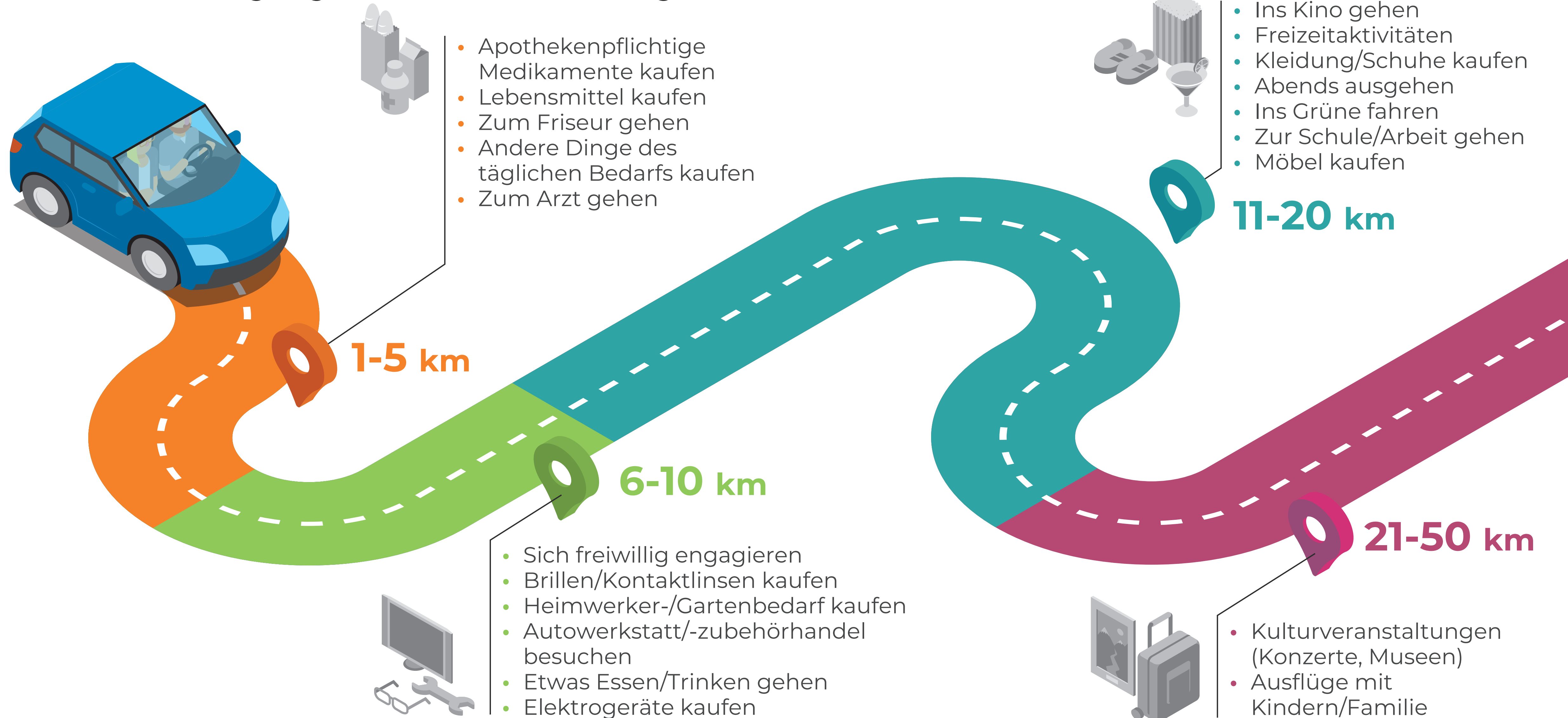
Konsumenten informieren sich vor dem Einkauf in der Zeitung

Einkäufe nach der Zeitungslektüre



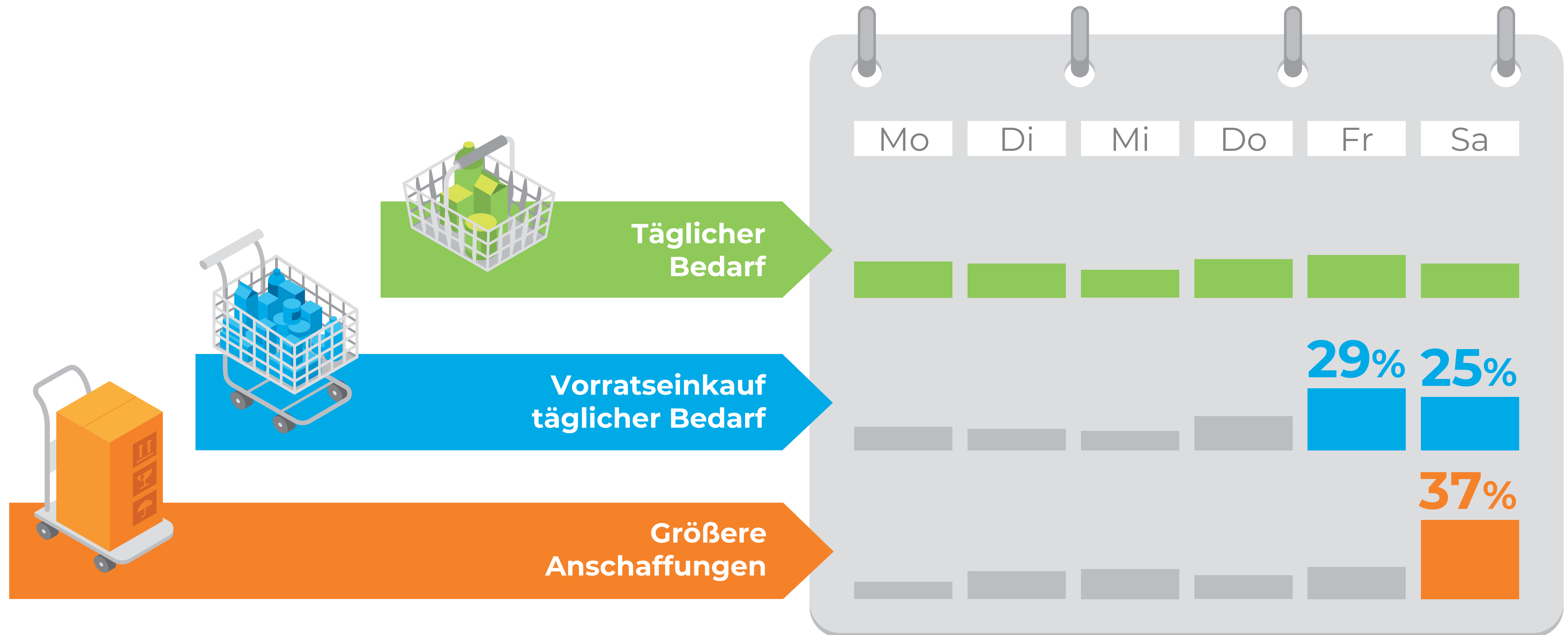
Einkauf ist überwiegend regional

Radius für Erledigungen und Unternehmungen



Bevorzugte Einkaufstage

Letzter Einkauf





Vielen Dank!