



Zeitungsfacetten 2025

Die regionale Tageszeitung auf allen Kanälen. Bedeutung, Nutzung, Werbeakzeptanz.

Juni 2025

Studiensteckbrief

Methode	Repräsentative Online-Befragung
Befragungszeitraum	28.11.-20.12.2024
Zielgruppe	Erwachsene 16-69 Jahre
Stichprobe	n=5.503
Dienstleister	Annalect
Zielsetzung	Analyse von Nutzungstrends und Nutzungsmotiven der regionalen Tageszeitung in den einzelnen Medien (Print, E-Paper, Online)

Bild: pexels

Agenda

1 Nutzung der RTZ

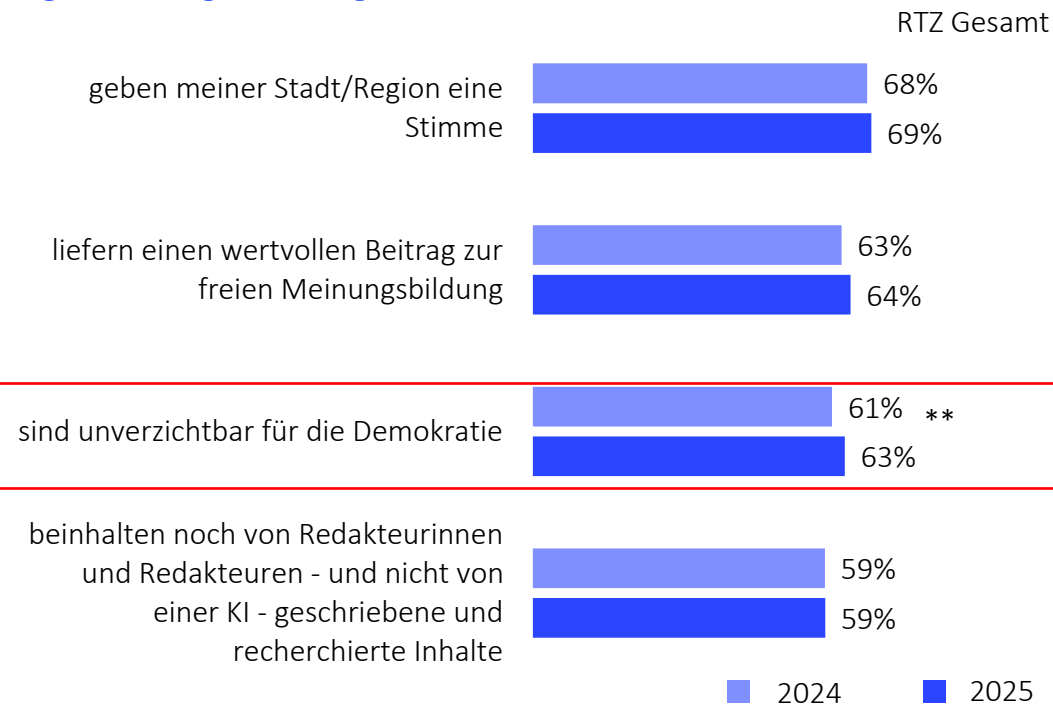
2 Werbeakzeptanz in der RTZ

3 Newsletter



RTZ mit gestiegener Relevanz für die Demokratie

Regionale Tageszeitungen...



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025
Frage: Wenn Sie an neutrale Berichterstattungen und den Beitrag zur Demokratie denken, welche Rolle spielt Ihrer Meinung nach dabei die regionale Tageszeitung? Top-2-Box auf 5er-Skala
Basis: Mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt 2025 n=3.411, 2024 n=3.574, **sign. Unterschied zu 2024 (p<05)
Bild: Unsplash



Nutzung der RTZ bleibt auf hohem Niveau

Mind. wöchentliche Nutzung

RTZ Gesamt 62%

Print 43%

E-Paper 32%

Online 42%

Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025

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

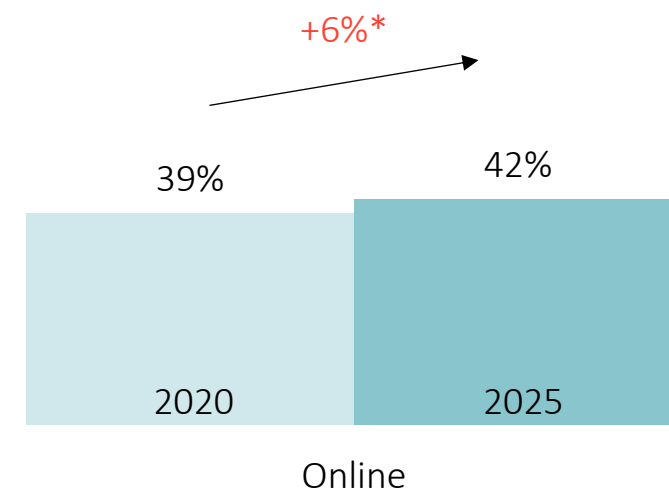
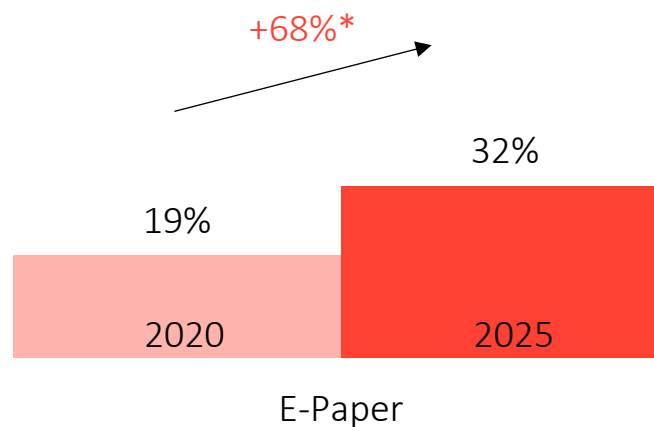
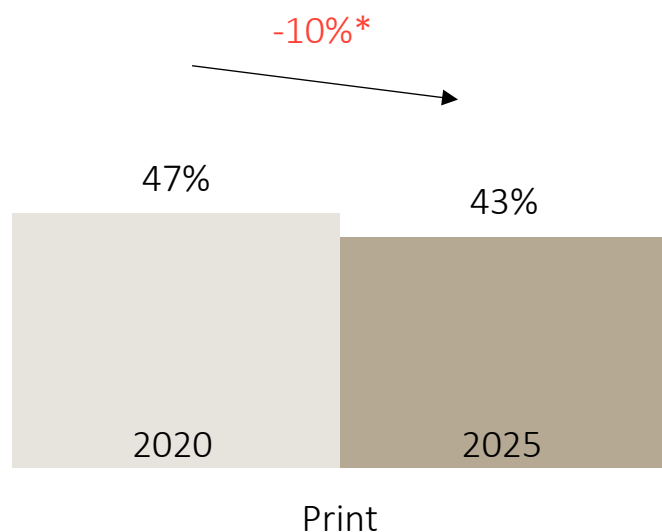
Basis: Gesamt n=5.503

Bild: Istock



Fünffjahresvergleich: E-Paper verzeichnen das stärkste Wachstum

Mind. wöchentliche Nutzung



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2025.

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

Basis: Gesamt 2025 n=5.503, 2020 n=5.527, *Prozent-Veränderung zu 2020

63% der Paid Online-Nutzenden ist bewusst, dass guter Journalismus auch online seinen Preis hat.

Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025

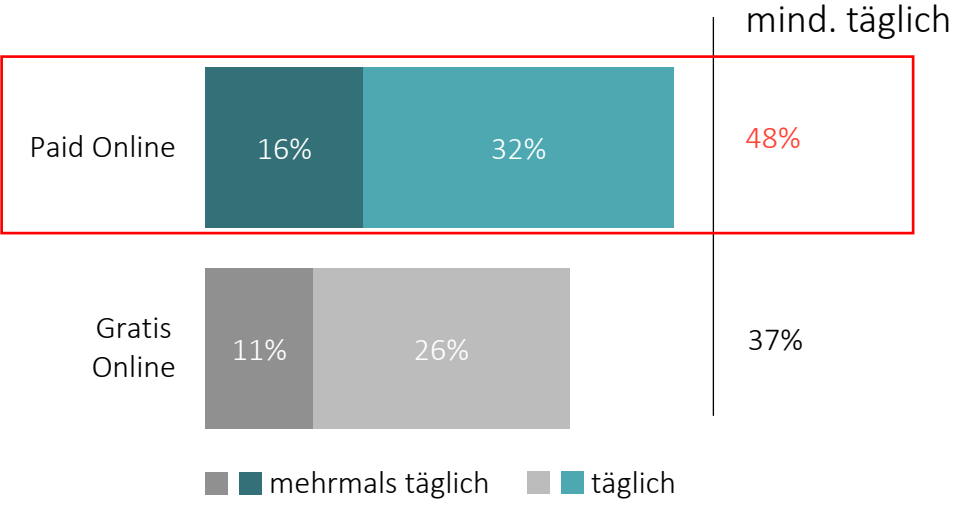
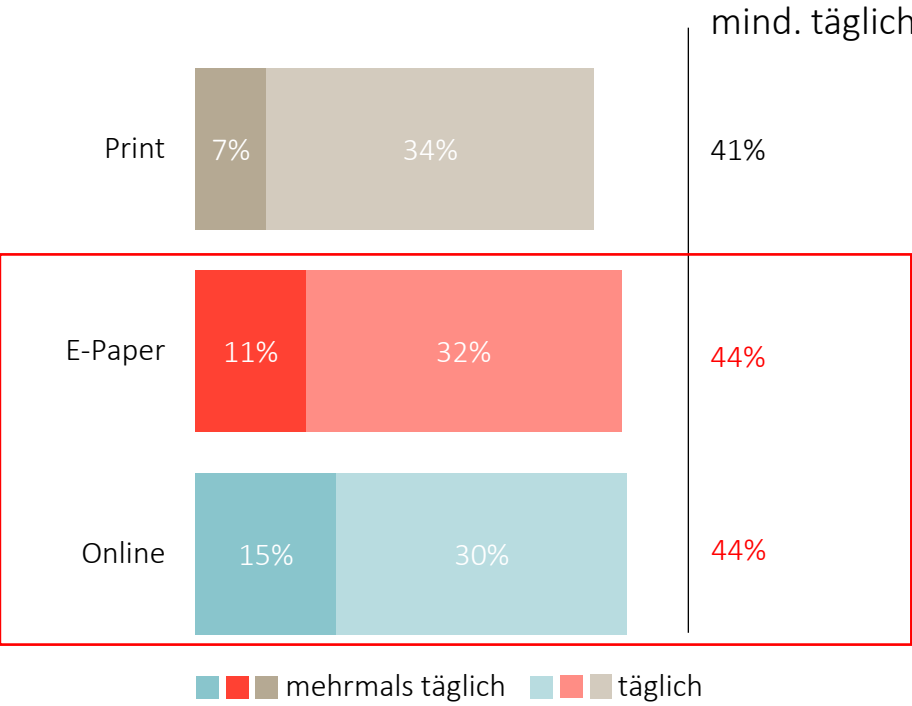
Frage: Aus welchen Gründen bezahlen Sie für die Online-Nutzung Ihrer regionalen Tageszeitung? Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte? Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: Mind. monatliche Nutzung Paid Online n=1.105

Bild: Pexels

Paid-User*innen nutzen Angebote häufiger

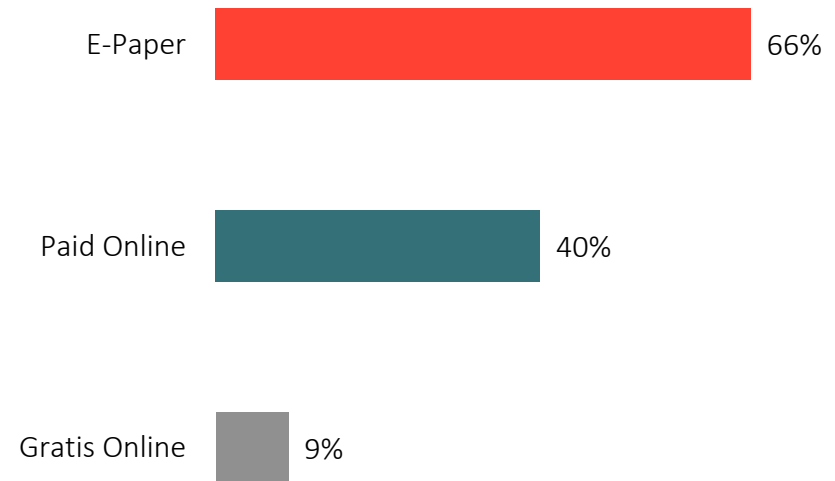
Nutzungshäufigkeit



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025
Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote Ihrer regionalen Tageszeitung?
Basis: Mind. wöchentliche Nutzung Print n=2.350; E-Paper n=1.763; Online n=2.303, Paid Online n=1.105; Gratis Online n=815

Hohe Multichannel-Nutzung unter den Printabo-Leser*innen

Mind. wöchentliche Parallelnutzung der Print-Abonent*innen



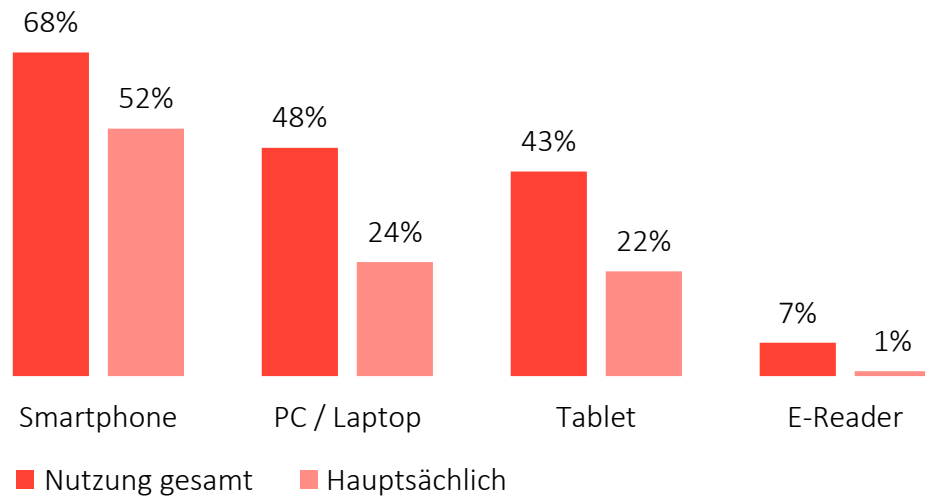
Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025

Fragen: In welcher Form erwerben Sie die gedruckte Ausgabe Ihrer am häufigsten genutzten regionalen Tageszeitungen? | Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote Ihrer regionalen Tageszeitung?

Basis: Print-Abonent*innen und mind. wöchentliche Nutzung n=1.458 | Bild: Unsplash

E-Paper wird hauptsächlich auf dem Smartphone gelesen

Nutzung E-Paper nach Endgerät



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025

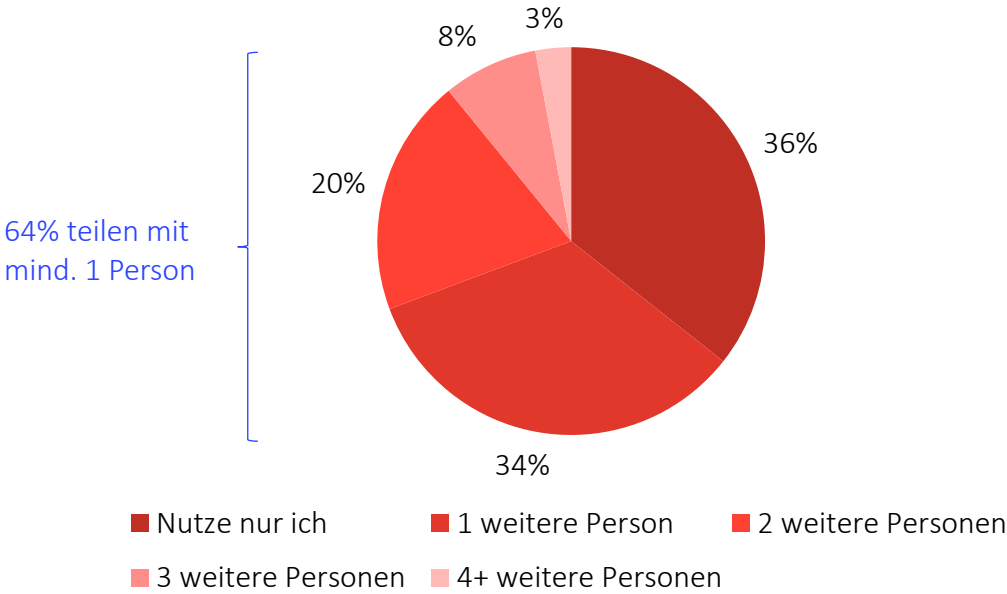
Fragen: Über welches Gerät bzw. welche Geräte lesen Sie das bzw. die E-Paper Ihrer regionalen Tageszeitung(en) allgemein?; Und welches nutzen Sie hauptsächlich?

Basis: Mind. monatliche Nutzung E-Paper n=1.763, Bild: Pexels

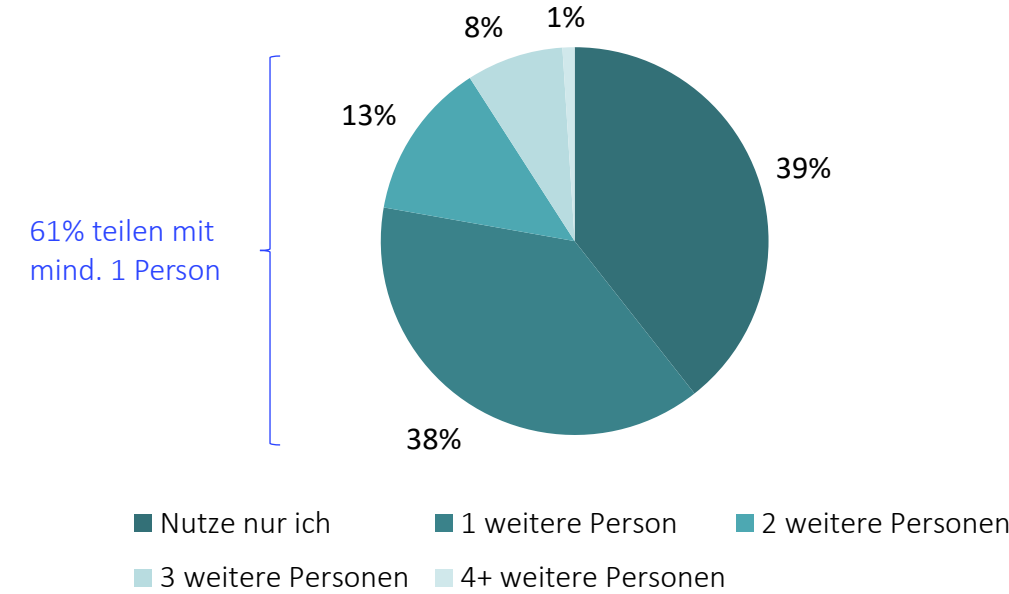


Hohe Reichweiten durch gemeinsame Nutzung

E-Paper Abonnent*innen pro Login



Paid-Online Abonnent*innen pro Login

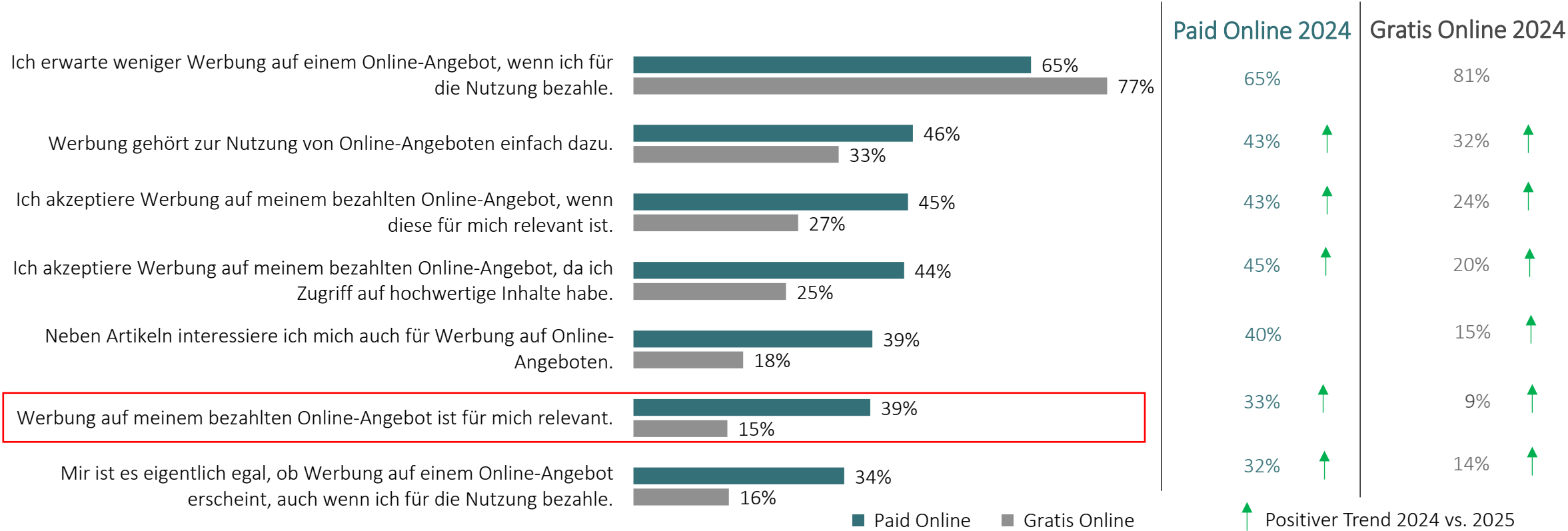


Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025
Frage: Wie viele Personen teilen sich die Login-Daten des von Ihnen genutzten Online-Angebots der regionalen Tageszeitung?
Basis: Mind. wöchentliche Nutzung Paid Online im Abo n=832, mind. wöchentliche Nutzung E-Paper im Abo n=772 (gewichteter Durchschnitt aus: reines e-paper-abo n=257, kombi-abo e-paper & print n=355, kombi-abo e-paper & online n=23 und Kombi-abo e-paper, print & online n=137)

Werbeakzeptanz in der RTZ



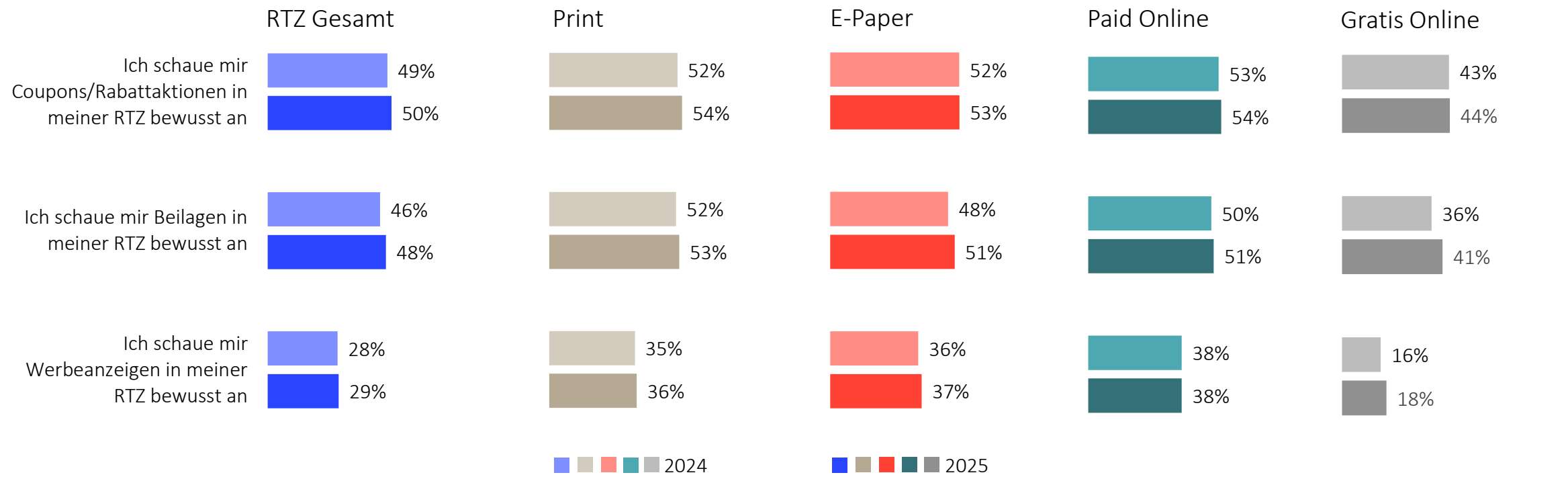
Jahresvergleich: Akzeptanz und Relevanz von Online-Werbung gestiegen



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025
Frage: Für Online-Angebote regionaler Tageszeitungen gibt es verschiedene Abonnements. Es gibt Plus-Abos, mit denen man Zugriff auf das gesamte Online-Angebot und alle Artikel hat, es kann dennoch Werbung integriert sein. Inwieweit stimmen Sie den nachfolgenden Aussagen in Bezug auf bezahlte Plus-Angebote regionaler Tageszeitungen zu? Top-2-Box auf 5er-Skala
Basis: Mind. wöchentliche Nutzung Paid Online n=1.105; Gratis Online n=815; absteigend nach Paid Online sortiert;

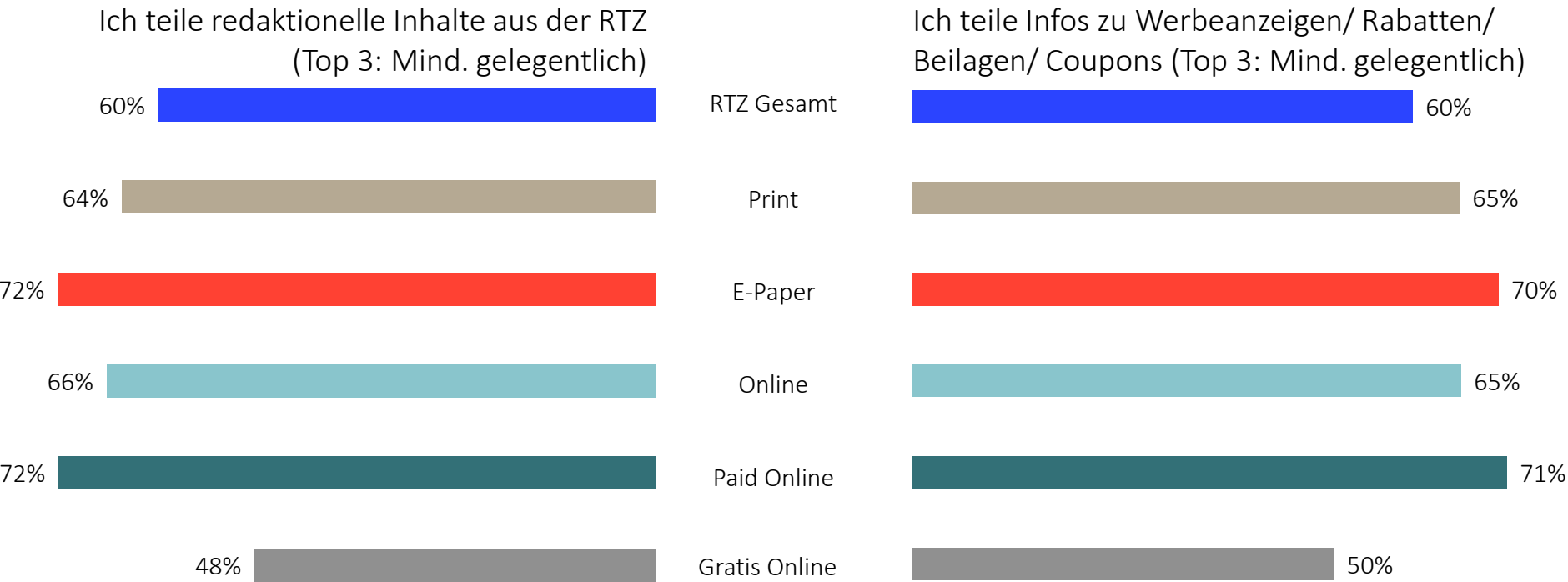
Beilagen und Coupons/Rabattaktionen ziehen immer: Etwa jede*r Zweite schaut sie sich bewusst an

Mind. wöchentliche Nutzung (Top-2 Zustimmung)



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025
Frage: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Top-2-Box auf 5er-Skala
Basis: Mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt 2025 n=3.411, 2024 n=3.574, Print 2025 n=2.350, 2024 n=2.482, E-Paper 2025 n=1.763, 2024 n=1.833, Online 2025 n=2.303, 2024 n=2.403, absteigend sortiert nach RTZ Gesamt 2025

Ob Werbung oder Inhalte: Paid-Online- und E-Paper-Leser*innen teilen besonders gerne

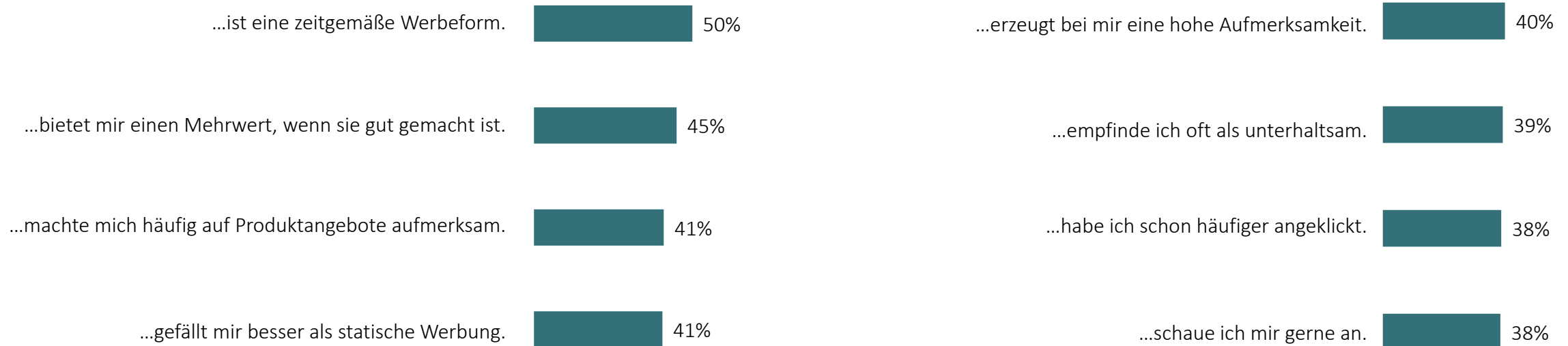


Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025
Frage: Und wie häufig teilen Sie relevante Inhalte oder Werbung aus regionalen Tageszeitungen mit Ihrem Umfeld, also Freunden, Bekannten und Verwandten? Top-3-Box auf 5er-Skala
Basis: Top-2 Zustimmung bewusstes Anschauen von Werbeanzeigen, Coupons/Rabattaktionen oder Beilagen und mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=2.145, Print n=1.576; E-Paper n=1.174, Online n=1.472, Paid Online n=747; Gratis Online n=443 | *Prozentuale Veränderung zum Vorjahr

Paid Online: Bewegtbildwerbung kommt gut an...

Paid Online bei mind. wöchentlicher Nutzung (Top 2)

„Bewegte Banner-/Video-Werbung auf den Newsseiten der RTZ...“



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025

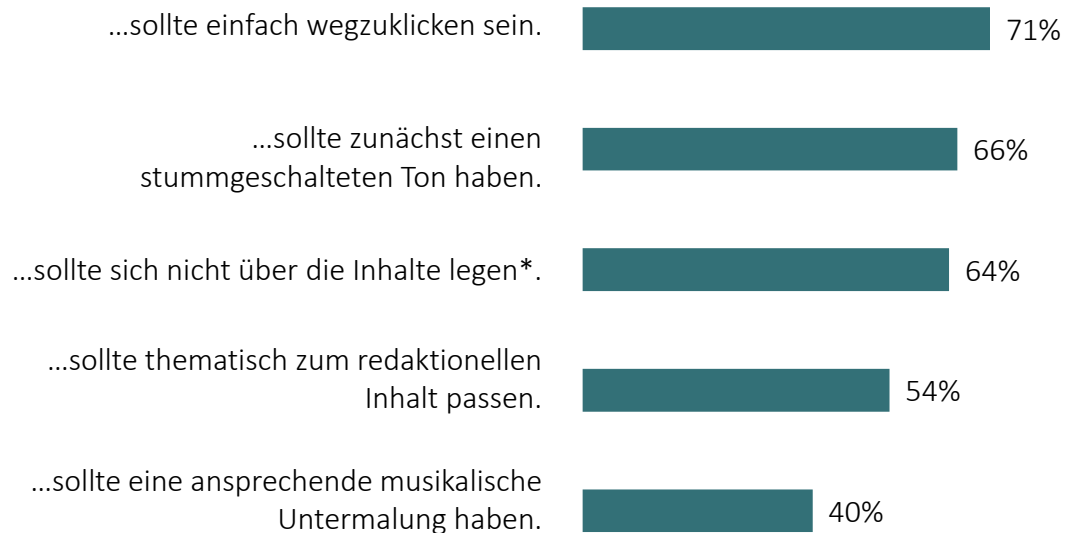
Frage: Bitte denken Sie konkret an die Nutzung der kostenpflichtigen Newsseiten Ihrer RTZ. In diesem Kontext interessiert uns Ihre grundsätzliche Meinung zu Bewegtbild- bzw. Video-Werbung auf den Newsseiten. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Top-2-Box auf 5er-Skala | *die ich gerade lesen möchte

Basis: Mind. wöchentliche Nutzung Paid Online n=980 (Befragte, die sowohl Paid Online und E-Paper mind. wöchentlich nutzen, wurden nur zu einem Thema befragt)

...aber nur unter bestimmten Voraussetzungen

Paid Online bei mind. wöchentlicher Nutzung (Top 2)

„Bewegte Banner-/Video-Werbung auf den Newsseiten der RTZ...“



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025

Frage: Bitte denken Sie konkret an die Nutzung der kostenpflichtigen Newsseiten Ihrer RTZ. In diesem Kontext interessiert uns Ihre grundsätzliche Meinung zu Bewegtbild- bzw. Video-Werbung auf den Newsseiten. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Top-2-Box auf 5er-Skala | *die ich gerade lesen möchte

Basis: Mind. wöchentliche Nutzung Paid Online n=980 (Befragte, die sowohl Paid Online und E-Paper mind. wöchentlich nutzen, wurden nur zu einem Thema befragt)

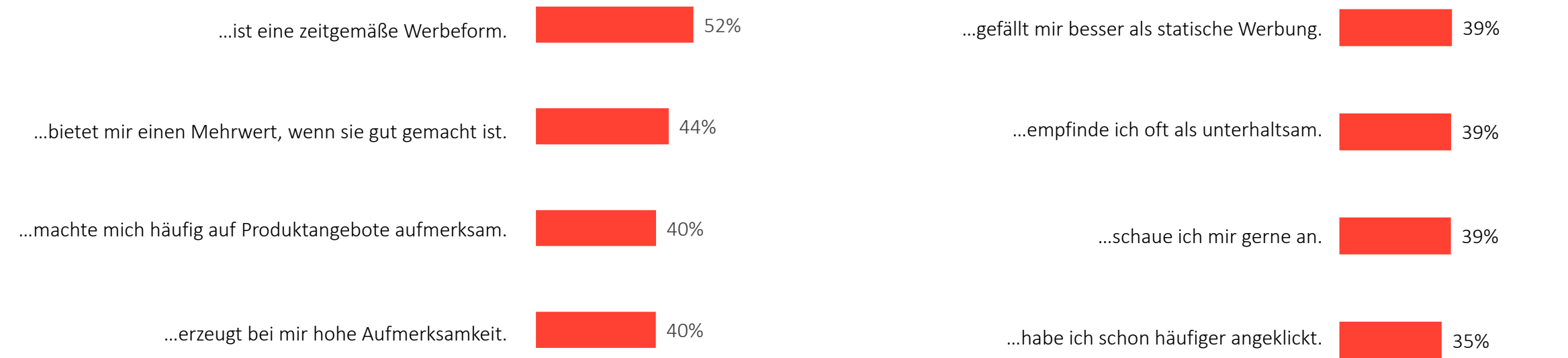
Bild: Pexels



E-Paper: Auch hier hohe Aufmerksamkeit für Bewegtbild

E-Paper bei mind. wöchentlicher Nutzung (Top 2)

Interaktive Werbung/Video-Werbung im E-Paper-Prospekt bzw. in der E-Paper-Beilage der RTZ...



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025
Frage: Bitte denken Sie konkret an die Nutzung des E-Papers sowie der Beilagen und Prospekte im E-Paper Ihrer RTZ. In diesem Kontext interessiert uns Ihre grundsätzliche Meinung zu interaktiver Werbung bzw. Video-Werbung im E-Paper-Prospekt/ in der E-Paper-Beilage. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Top-2-Box auf 5er-Skala
Basis: Mind. wöchentliche Nutzung E-Paper n=1.026 (Befragte, die sowohl Paid Online und E-Paper mind. wöchentlich nutzen, wurden nur zu einem Thema befragt)

Fokus Newsletter

Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025
Bild: Pexels





Jede*r Vierte nutzt Newsletter- und Social-Angebote der RTZ

RTZ Gesamt bei mind. wöchentlicher Nutzung



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025

Frage: [...] Welche der folgenden Angebote Ihrer regionalen Tageszeitung kennen Sie und welche davon haben Sie in den letzten vier Wochen genutzt?

Basis: Mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=3.411; Absteigend nach Kenne ich sortiert; *Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp | Bild: Unsplash

Hohe Akzeptanz von Werbung im Newsletter

RTZ Gesamt

Ich akzeptiere Werbung in Newslettern, damit diese kostenfrei angeboten werden können. 52%

Werbung im Newsletter bietet einen Mehrwert, wenn sie gut gemacht ist. 35%

Werbung gehört in Newslettern einfach dazu. 34%

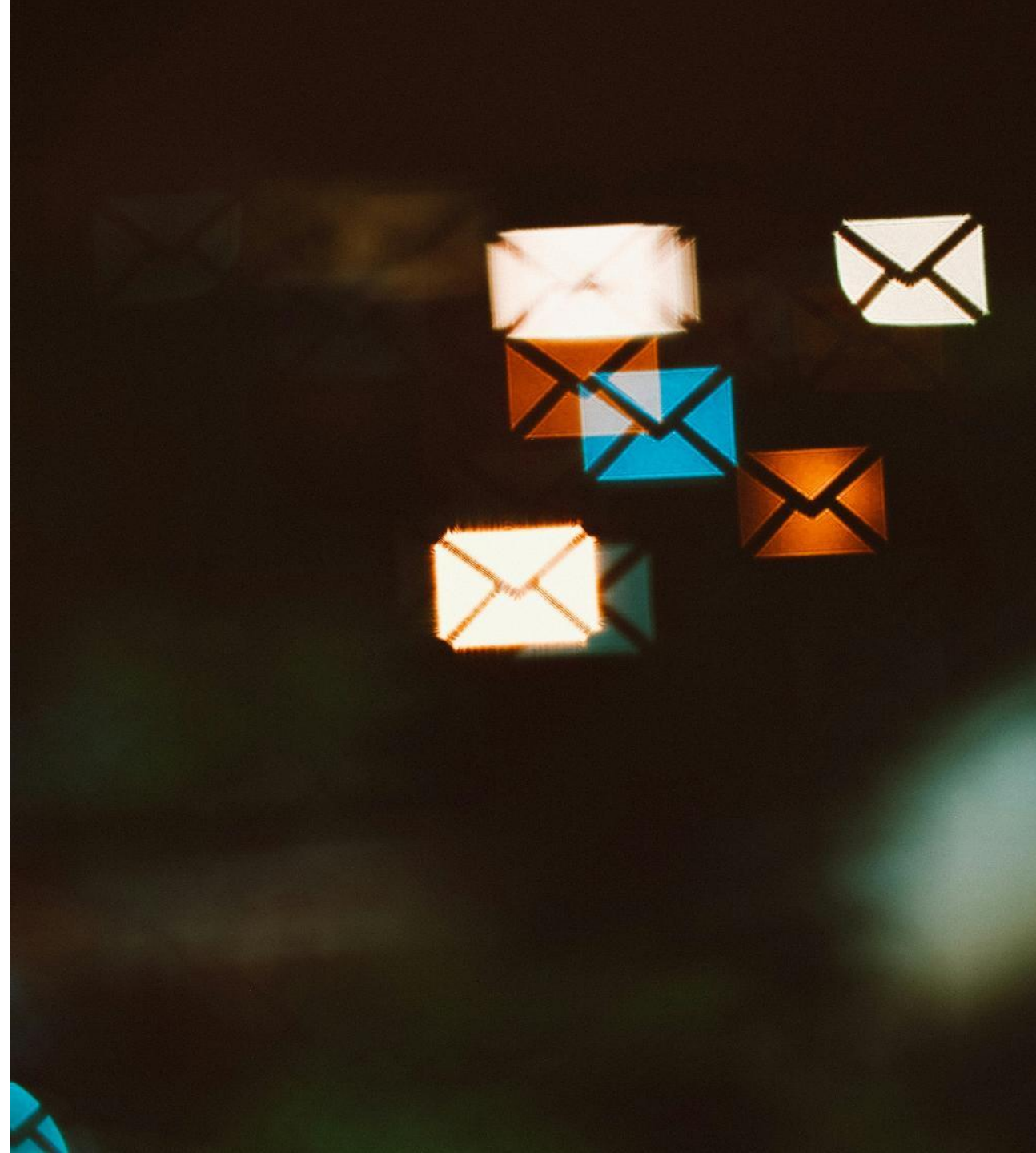
Werbung im Newsletter habe ich schon öfters angeklickt. 28%

Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025

Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Top-2-Box auf 5er-Skala

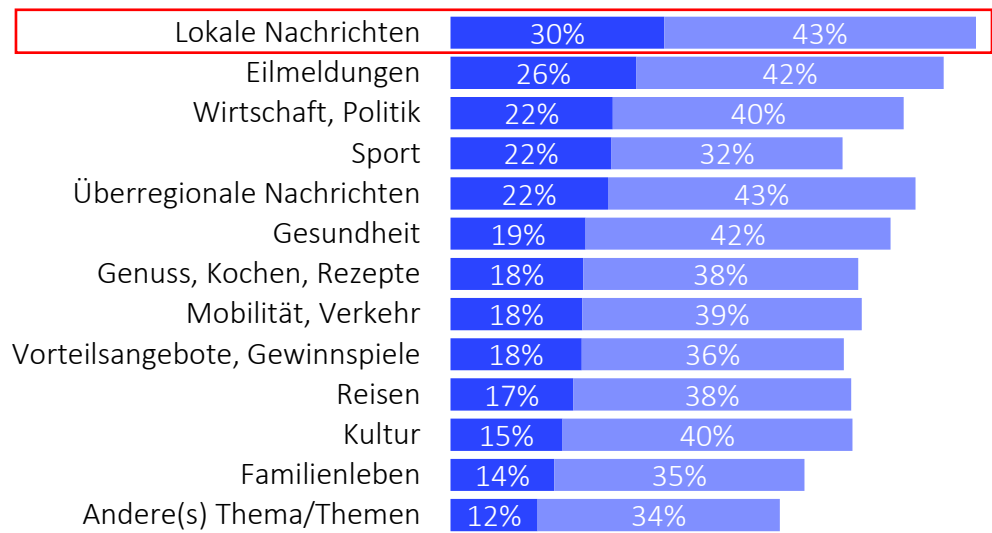
Basis: Mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=3.411 | *Neu in 2025

Bild: Unsplash



Auch im Newsletter sind lokale Nachrichten besonders beliebt

RTZ Gesamt bei mind. wöchentlicher Nutzung

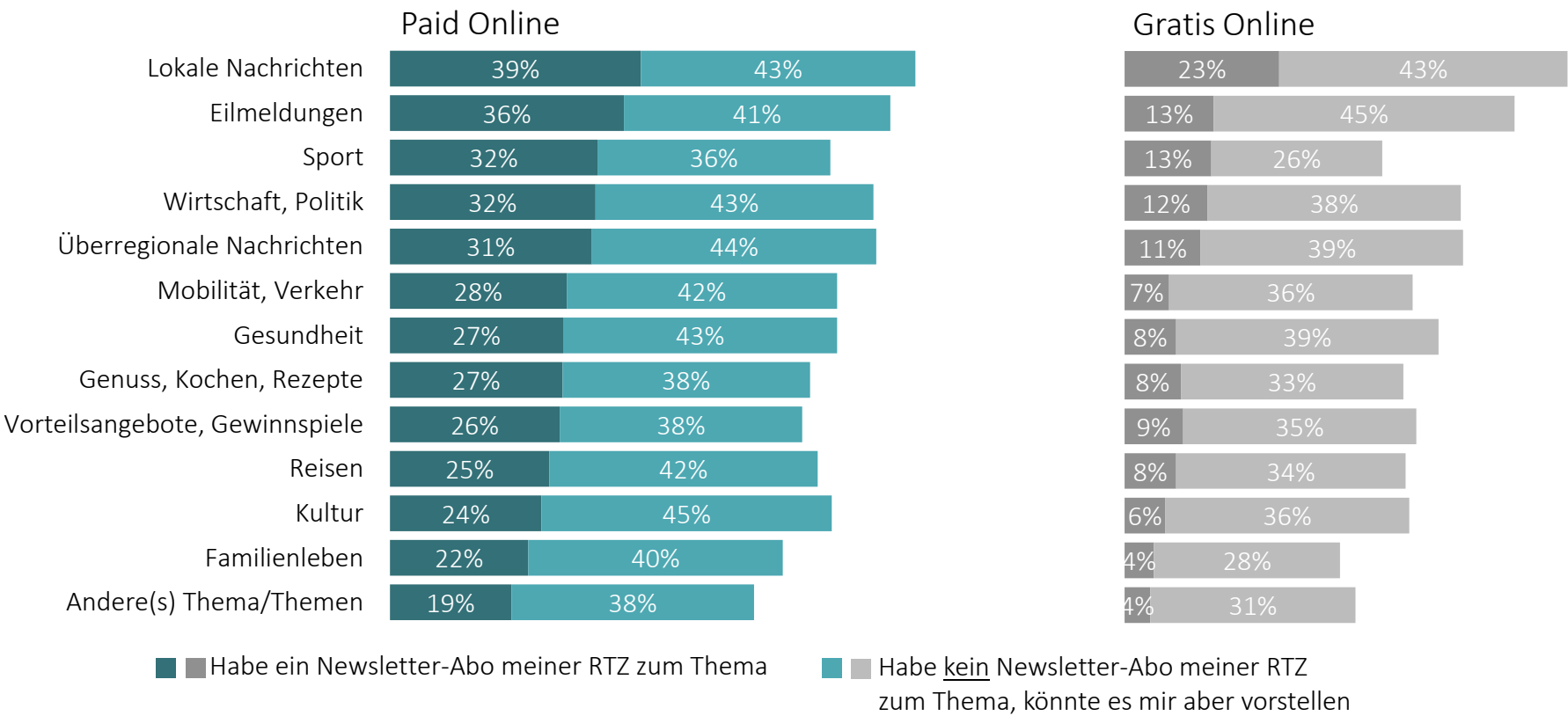


- Habe ein Newsletter-Abo meiner RTZ zu diesem Thema
- Habe kein Newsletter-Abo meiner RTZ zum Thema, könnte es mir aber vorstellen

Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025
Frage: Wir möchten gerne erfahren, welche Themenwelten bei einem Newsletter-Abo für Sie von besonderem Interesse sind.
Basis: Newsletter-Kenner*in oder (Interesse an) Newsletter-Nutzung und mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=2.486
Absteigend sortiert nach habe ein Newsletter-Abo meiner RTZ zu diesem Thema | Bild: Pexels



Viel Potenzial für Newsletter bei Gratis Online-Nutzenden

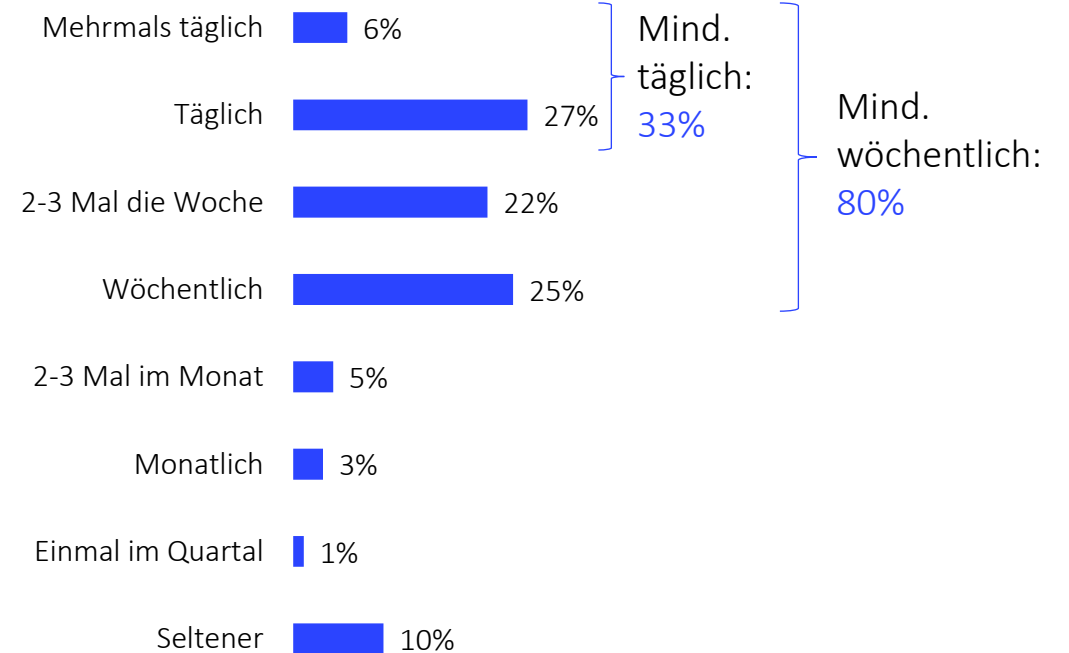


Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025
Frage: Wir möchten gerne erfahren, welche Themenwelten bei einem Newsletter-Abo für Sie von besonderem Interesse sind.
Basis: Newsletter-Kenner*in oder (Interesse an) Newsletter-Nutzung und mind. wöchentliche Nutzung Paid Online n=920, Gratis Online n=570, absteigend sortiert nach habe eine Newsletter-Abo meiner RTZ zum Thema Paid Online, Bild: Pexels



80% wünschen sich mind. wöchentlichen Newsletter

Gewünschte Newsletter Frequenz RTZ Gesamt
bei mind. wöchentlicher Nutzung



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025

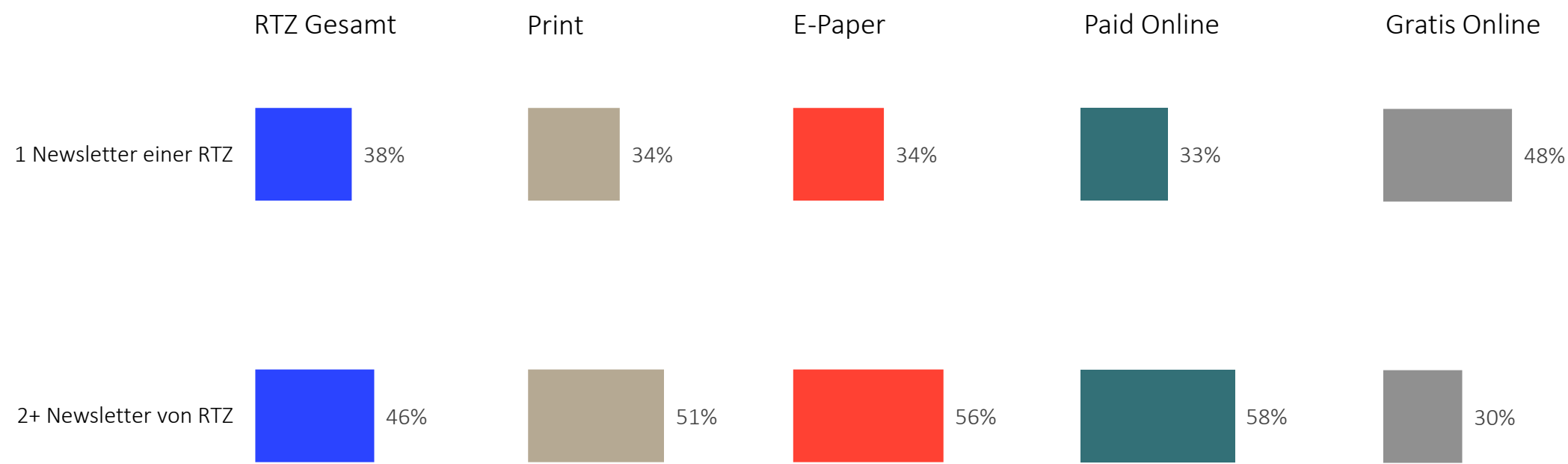
Frage: Wie oft wünschen Sie sich, Newsletter Ihrer regionalen Tageszeitung zu erhalten?

Basis: Newsletter-Kenner*in oder (Interesse an) Newsletter-Nutzung und mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=2.486

Bild: Pexels

Über die Hälfte der E-Paper- und Paid-Online-Nutzer*innen hat mindestens zwei Newsletter-Abos der RTZ

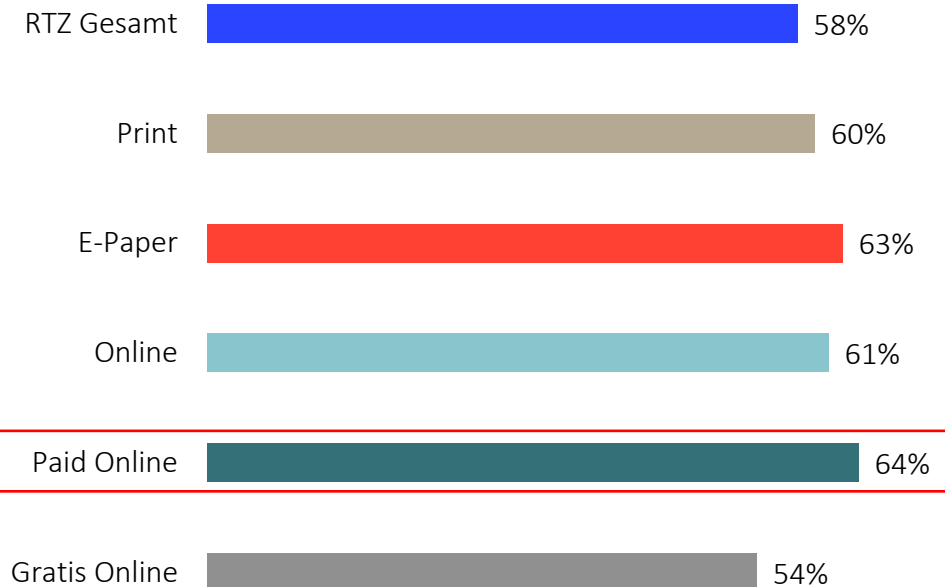
Ich beziehe momentan... (mind. wöchentliche Nutzung RTZ)



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025
Frage: Wie viele Abonnements für Newsletter regionaler Tageszeitungen beziehen Sie aktuell? Wenn Sie es nicht genau wissen, versuchen Sie zu schätzen.
Basis: Newsletter-Nutzer*in und mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=810, Print n=618, E-Paper n=542, Online n=614

Individualisierte Newsletter erwünscht

Relevanz individ. Newsletter bei mind. wöchentlicher Nutzung
(Top 3: Mind. eher relevant)



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025

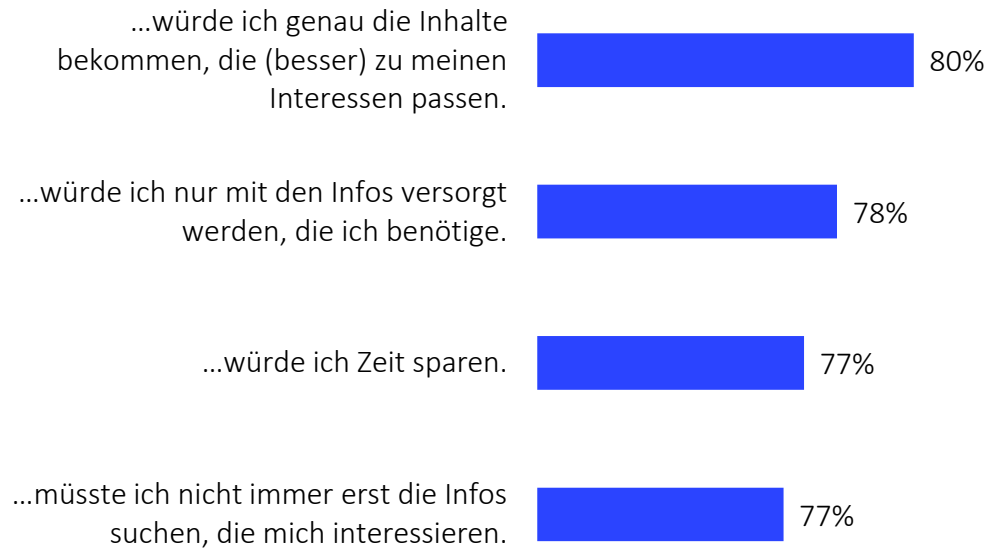
Frage: Wie relevant ist für Sie die Möglichkeit, Newsletter-Inhalte nach Ihren Interessen individualisieren zu können?
Top-3-Box auf 6er-Skala

Basis: Newsletter-Kenner*in oder (Interesse an) Newsletter-Nutzung und mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt
n=2.486, Print n=1.777, E-Paper n=1.482, Online n=1.827, Paid Online n=920, Gratis Online n=570 | Bild: Unsplash

Personalisierte Inhalte sorgen für Interessen-Fit und Zeitersparnis

RTZ Gesamt bei mind. wöchentlicher Nutzung

Mit individualisierbaren Newslettern...



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025

Frage: Sie haben eben angegeben, dass individualisierbare Newsletter für Sie (eher) relevant sind. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: Finden individualisierbare Newsletter mind. eher relevant und mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=1.448

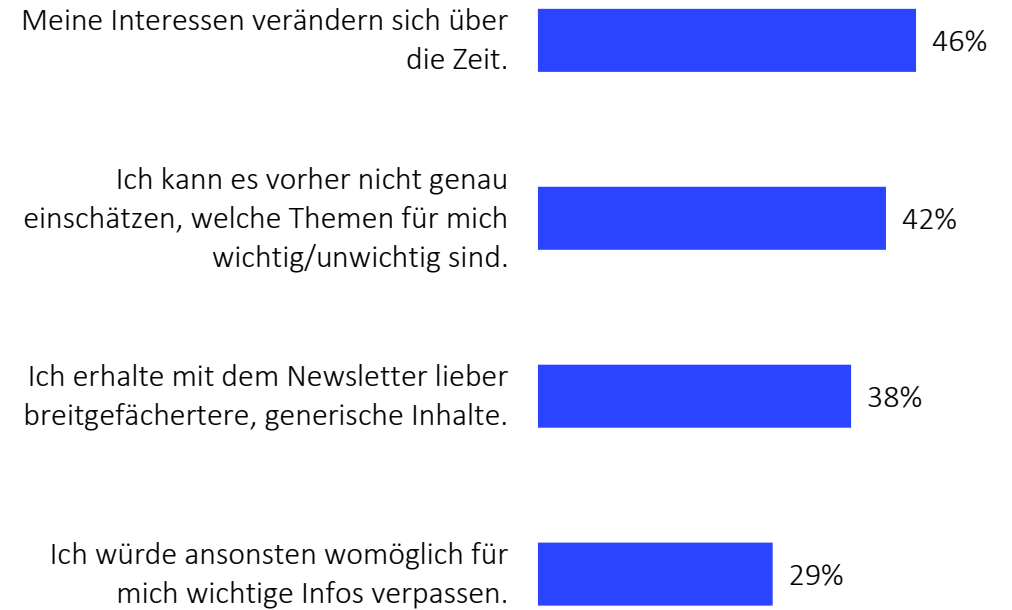
Bild: Pexels





Die Kehrseite individualisierter Newsletter

Mind. wöchentliche Nutzung (Top-2)



Quelle: Score Media | Zeitungsfacetten 2025

Frage: Sie haben eben angegeben, dass individualisierbare Newsletter für Sie (eher) nicht relevant sind. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: Finden individualisierbare Newsletter (eher) nicht relevant und mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=1.038

Bild: Unsplash

Key Takeaways

- / **Demokratieanker**: 63 % halten die regionale Tageszeitung für unverzichtbar für die Demokratie (+2 PP vs. 2024).
- / Attestierte **Reichweitenstärke**: Die Nutzung der regionalen Tageszeitung bewegt sich auf hohem Niveau (62%) – Print und Online aktuell gleichstark.
- / 5-Jahres-Trend: **E-Paper** ist der Kanal mit dem stärksten Wachstum.
- / **Multichannel-Nutzung** weit verbreitet: Viele Print-Abol Leser*innen nutzen regelmäßig zusätzlich E-Paper und Online-Angebot.
- / **Gestiegene Werbeakzeptanz**, besonders bei Paid-Nutzer*innen. Auch Bewegtbildwerbung findet Zustimmung.
- / **Newsletter** mit großem **Potenzial**: Beliebt ist lokaler Content – Möglichkeiten zur **Personalisierung** sind erwünscht.

Sie haben Fragen?

Immer her damit: research@score-media.de

info@score-media.de
www.score-media.de

Mit Kenntnis dieser Unterlagen bestätige ich die Score Media-AGB sowie die Datenschutzerklärung:

Unsere AGB

score-media.de/agb

Datenschutzerklärung

score-media.de/datenschutzerklaerung

