



Zeitungsfacetten 2026

Juni 2026

Studiensteckbrief

Methode	Repräsentative Online-Befragung
Befragungszeitraum	11.12.2025 - 16.01.2026
Zielgruppe	Erwachsene 16-69 Jahre mind. wöchentliche Nutzung der RTZ
Stichprobe	n=5.524
Dienstleister	Annalect, Trend Research
Zielsetzung	Analyse von Nutzungstrends und Nutzungsmotiven der regionalen Tageszeitung in den einzelnen Medien (Print, E-Paper, Online)



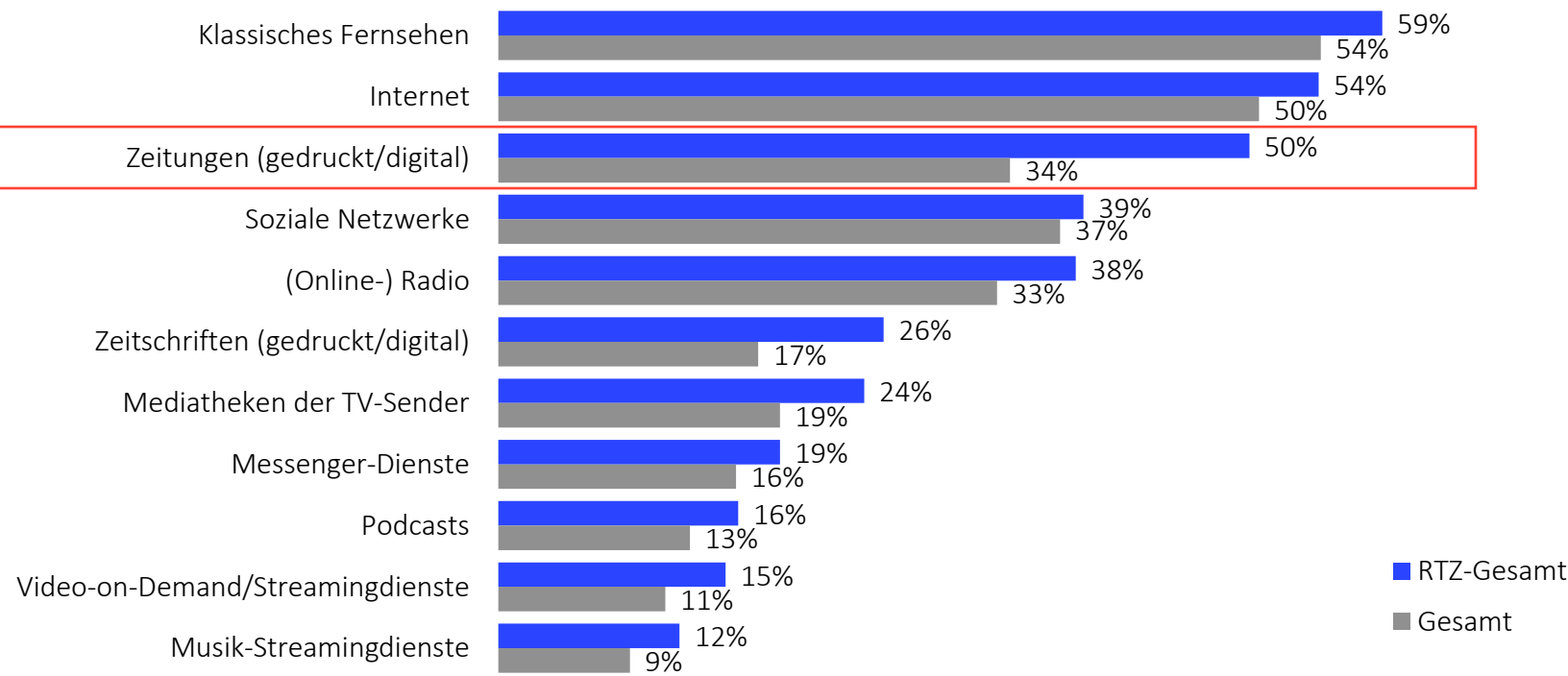
71% der RTZ-Leser*innen sagen:
„Egal ob gedruckt oder digital – am Ende zählt für mich, dass ich
verlässliche Informationen bekomme.“



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.
Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Top-2-Box)
Basis: RTZ-Gesamt n=3.441; Bild: Score Media

Zeitungen gehören zu den wichtigsten Informationsquellen

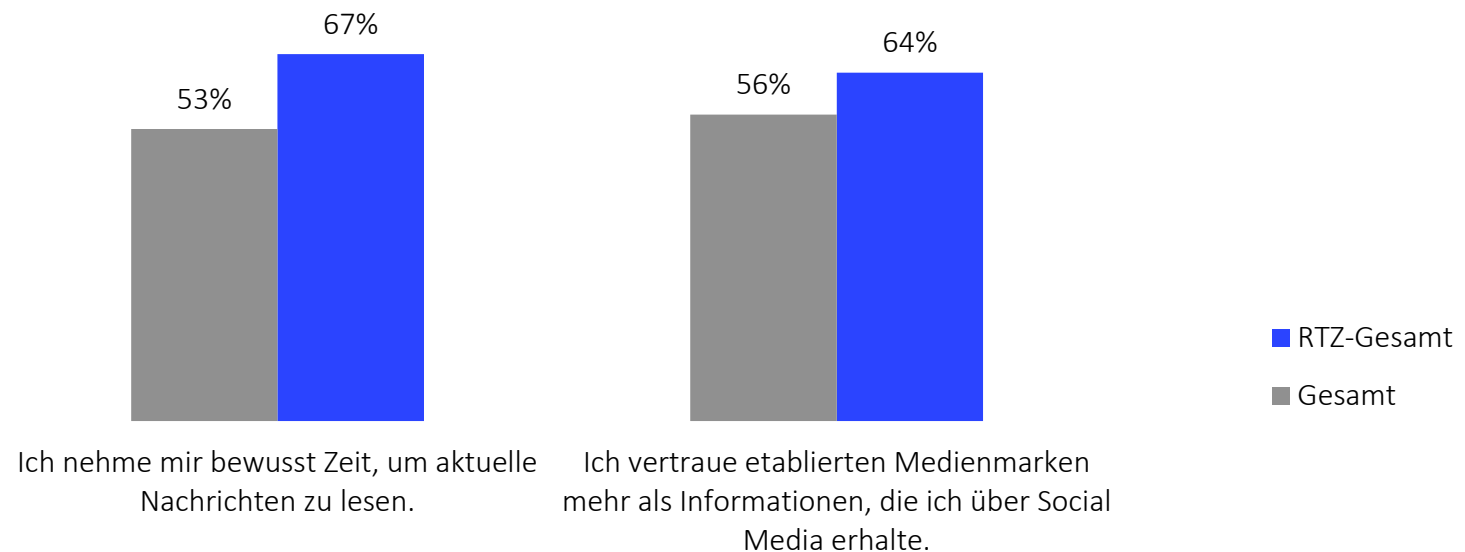
Über welche Medien informieren Sie sich über das aktuelle Geschehen?



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.
Frage: Und über welche der Medien informieren Sie sich über das aktuelle Geschehen?
Basis: Gesamt n=5.520, RTZ-Gesamt n=3.440
Bild: Unsplash



Aktuelle Nachrichten werden bewusst gelesen. Das Vertrauen in etablierte Medienmarken bleibt dabei hoch.



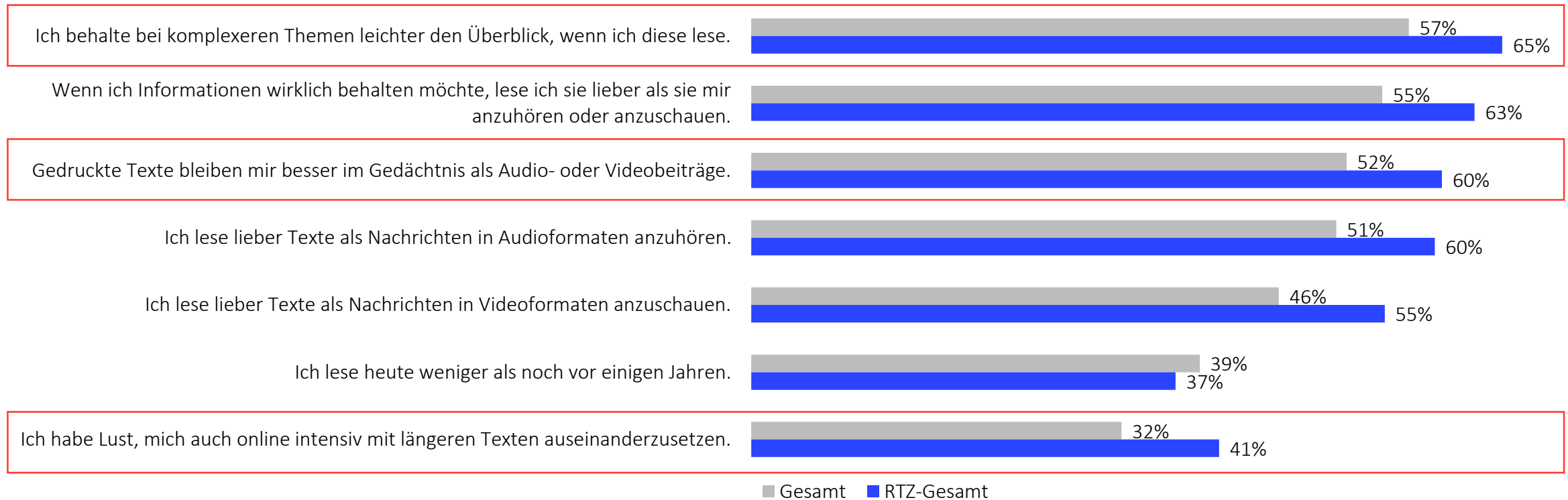
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Top-2-Box)

Basis: Gesamt n=5.524, RTZ-Gesamt n=3.441

Bild: KI-Generiert

Für RTZ-Leser*innen bleibt der Wert des geschriebenen Wortes



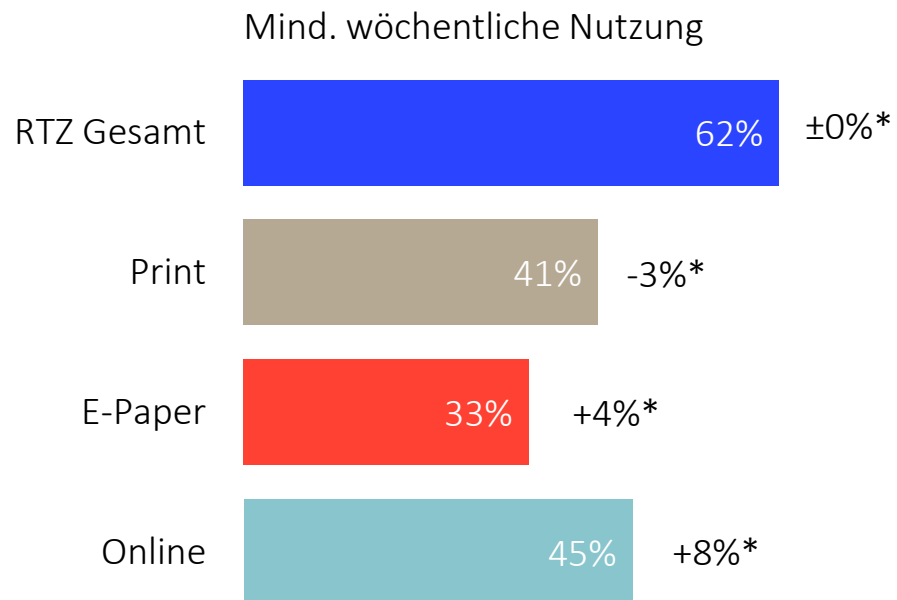
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Top-2-Box)

Basis: Gesamt n=5.524, RTZ-Gesamt n=3.441

Nutzung der regionalen Tageszeitung

Hohe Nutzung der regionalen Marken über alle Kanäle hinweg



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

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

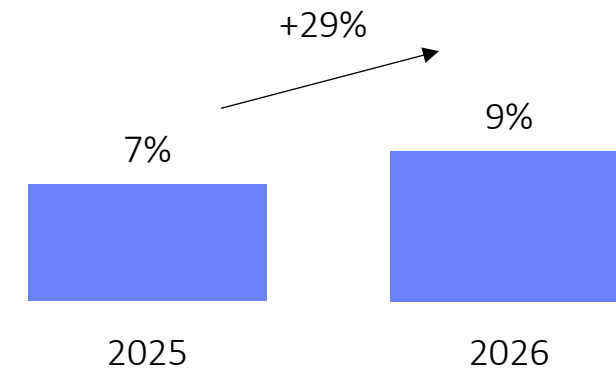
Basis: Gesamt n=5.524, RTZ-Gesamt n=3.441, *Prozentuale Veränderung zum Vorjahr

Bild: Unsplash



Die Anzahl der Online-Zeitungsabos steigt

Mind. wöchentliche Nutzung Paid Online



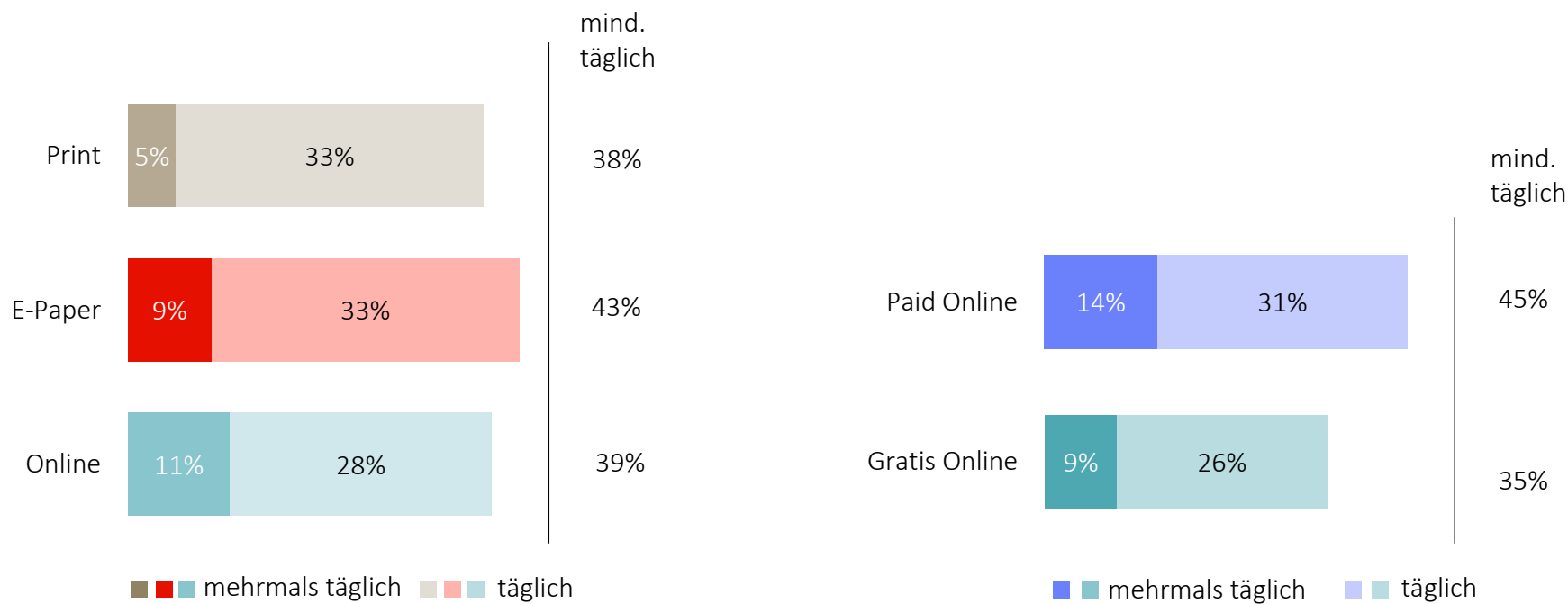
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote Ihrer regionalen Tageszeitung? In welcher Form nutzen Sie das Online-Angebot Ihrer am häufigsten genutzten regionalen Tageszeitung? – Abonnement

Basis: Gesamt 2026 n=5.524, 2025 n=5.503

Bild: Unsplash

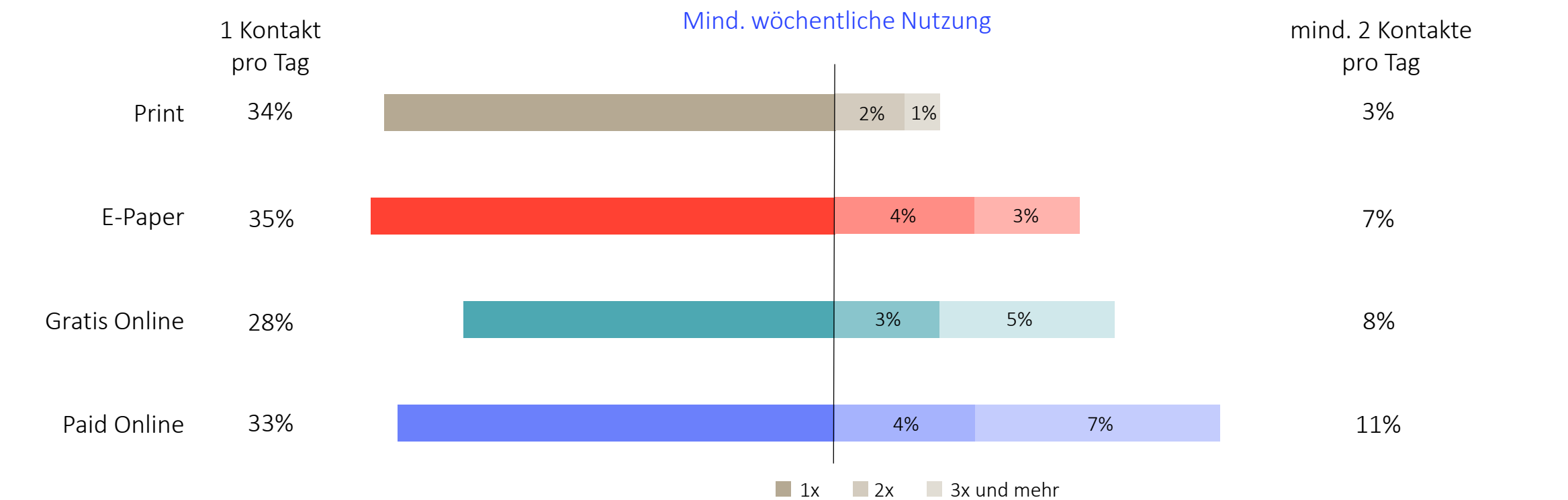
Digitale Bezahlangebote (E-Paper und Paid Online) werden besonders regelmäßig genutzt



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.
Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote Ihrer regionalen Tageszeitung?
Basis: Print n=2.290, E-Paper n=1.834, Online n=2.500, Paid Online n=473, Gratis Online n=835
Bild: Unsplash



Digitale News erzeugen mehrere Kontakte pro Tag



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.
Frage: Wie oft schauen Sie an einem typischen Tag in Ihre regionale Tageszeitung?
Basis: Print n=2.290, E-Paper n=1.834, Paid Online n=473, Gratis Online n=835

Print wird mit deutlich mehr Aufmerksamkeit gelesen

Konzentrierte Nutzung des Mediums



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

Frage: Beschreiben Sie bitte einmal Ihr generelles Verhalten, wenn Sie Angebote Ihrer regionalen Tageszeitung lesen. (Top-2-Box)

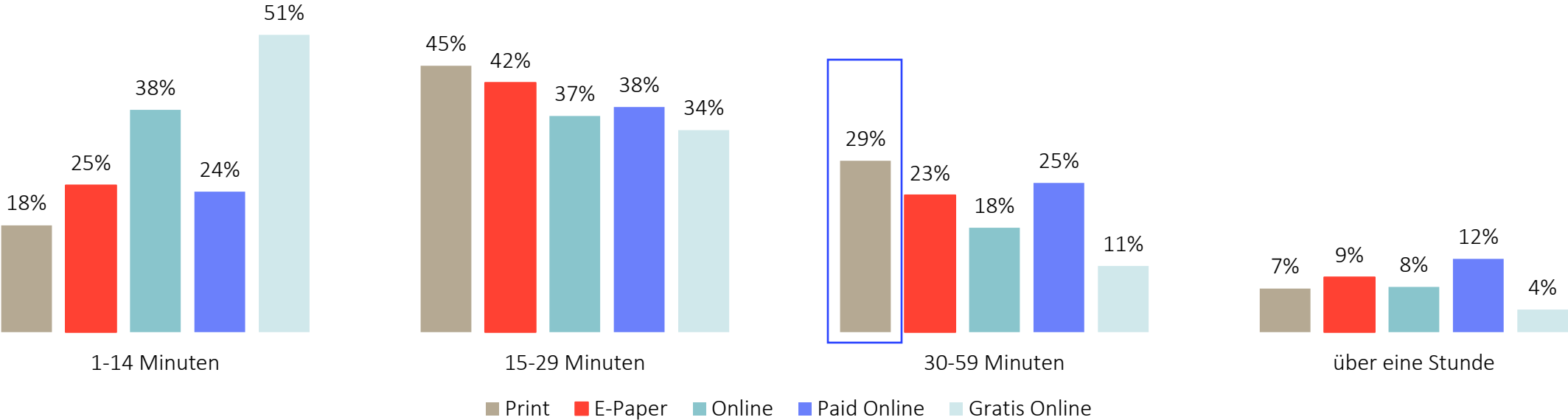
Basis: Print n=2.290, E-Paper n=1.834, Paid Online n=473, Gratis Online n=835

Bild: Unsplash



In die gedruckte Lektüre wird viel Zeit investiert

Durchschnittliche Lesedauer / Tag



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.
Frage: Denken Sie bitte an einen typischen Tag, an dem Sie Ihre regionale Tageszeitung lesen: Wie viel Zeit verbringen Sie dann insgesamt damit?
Basis: Print n=2.290, E-Paper n=1.834, Online n=2.500, Paid Online n=473, Gratis Online n=835

64% der Print-Leser*innen sagen:
„Inhalte, die ich gedruckt lese, bleiben mir länger im Gedächtnis.“



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Top-2-Box)

Basis: Print n=3.441

Bild: Unsplash

Nutzungsmotive regionaler Tageszeitungen

50% der RTZ-Leser*innen sagen:
„Wenn ich mich über aktuelle
Themen informieren möchte,
nutze ich *zuerst* meine
regionale Tageszeitung.“

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

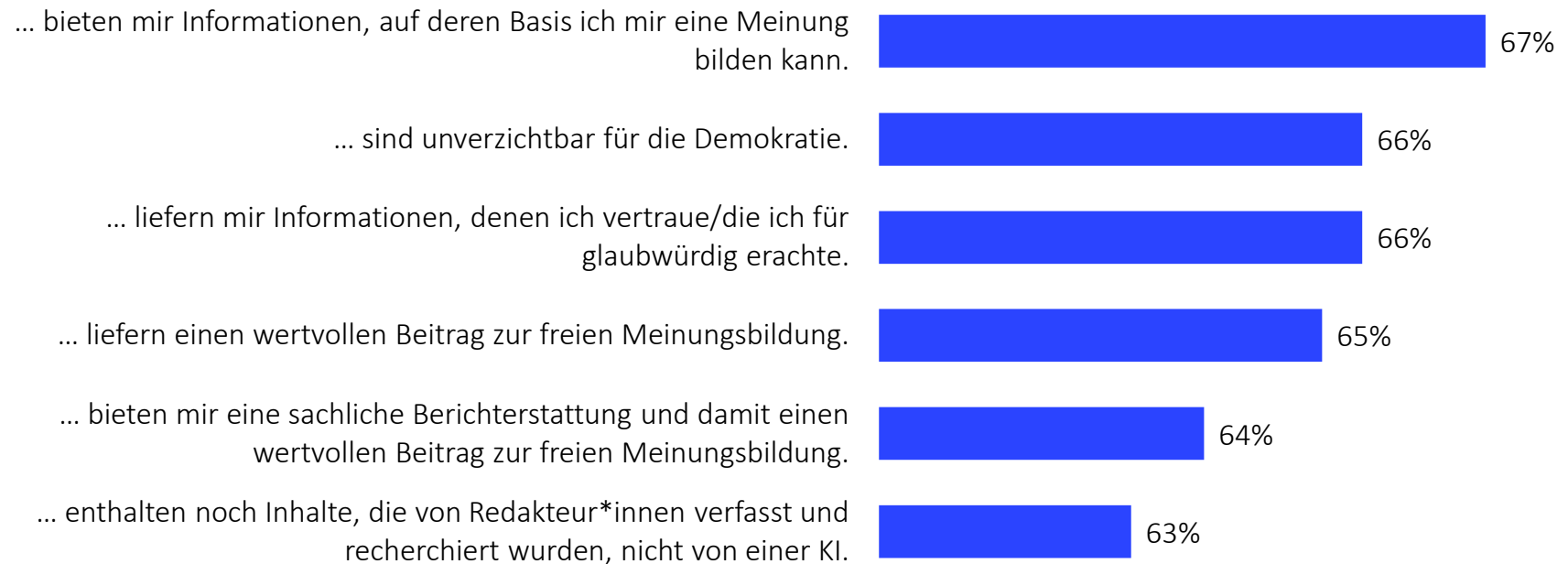
Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Top-2-Box)

Basis: RTZ-Gesamt n=3.441; Bild: Unsplash



Regionale Tageszeitungen liefern valide und vertrauenswürdige Informationen

Regionale Tageszeitungen...



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

Frage: Wenn Sie an wesentliche Grundlagen unserer Demokratie wie freie Meinungsbildung denken, welche Rolle spielen dabei die Angebote der regionalen Tageszeitung? (Top-2-Box)

Basis: RTZ-Gesamt n=3.441

Bild: PPT-Archiv

71% der RTZ-Leser*innen sagen:
„Regionale Tageszeitungen geben
meiner Region eine Stimme.“

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

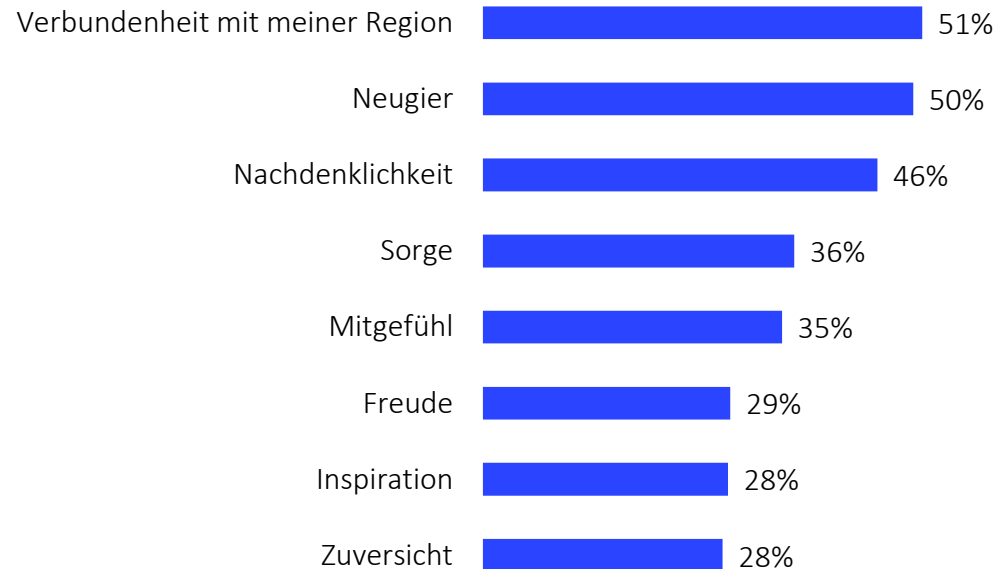
Frage: Wenn Sie an wesentliche Grundlagen unserer Demokratie wie freie Meinungsbildung denken, welche Rolle spielen dabei die Angebote der regionalen Tageszeitung? (Top-2-Box)

Basis: RTZ-Gesamt n=3.441

Bild: Pexels

Regionale Nachrichten schaffen Nähe und Verbundenheit

Emotionen beim Lesen regionaler Nachrichten



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

Frage: Wenn Sie Nachrichten Ihrer regionalen Tageszeitung (gedruckt oder digital) lesen:

Wie häufig empfinden Sie die folgenden Gefühle? (Top-2-Box)

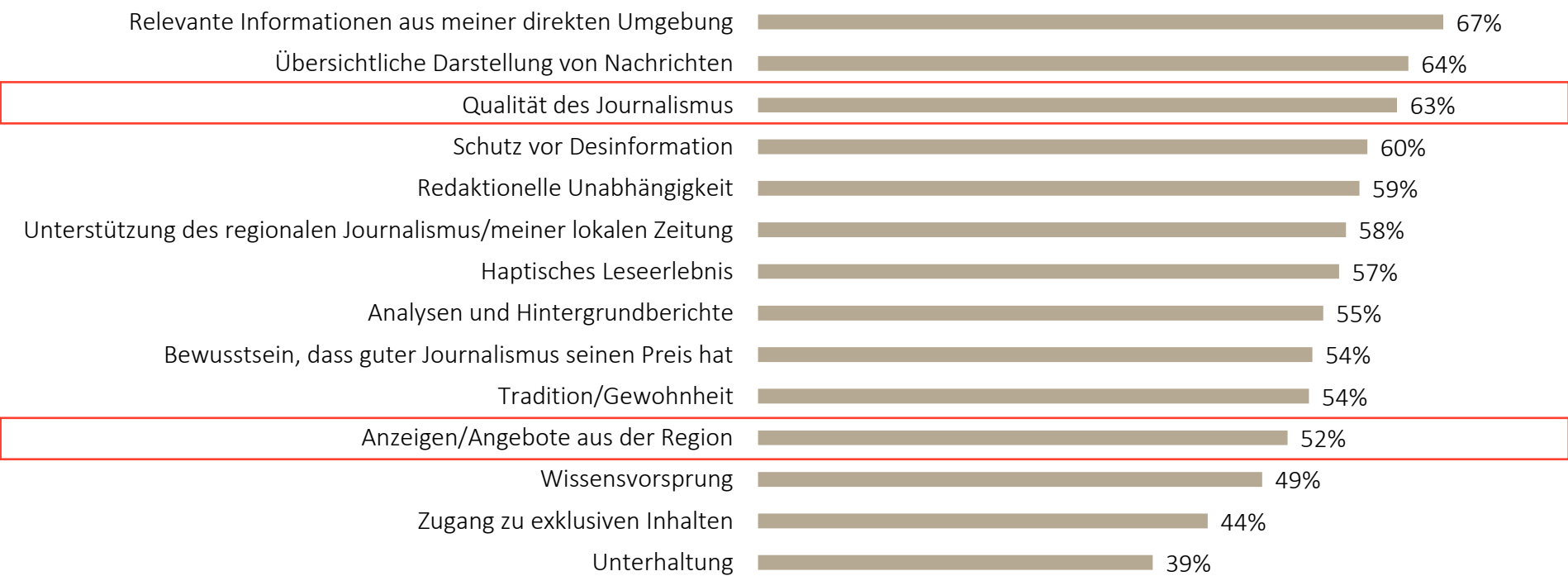
Basis: RTZ-Gesamt n=3.441

Bild: Pexels



Zahlungsbereitschaft entsteht durch Qualitätsjournalismus und den Schutz vor Desinformation

Gründe für das bezahlte Print Angebot



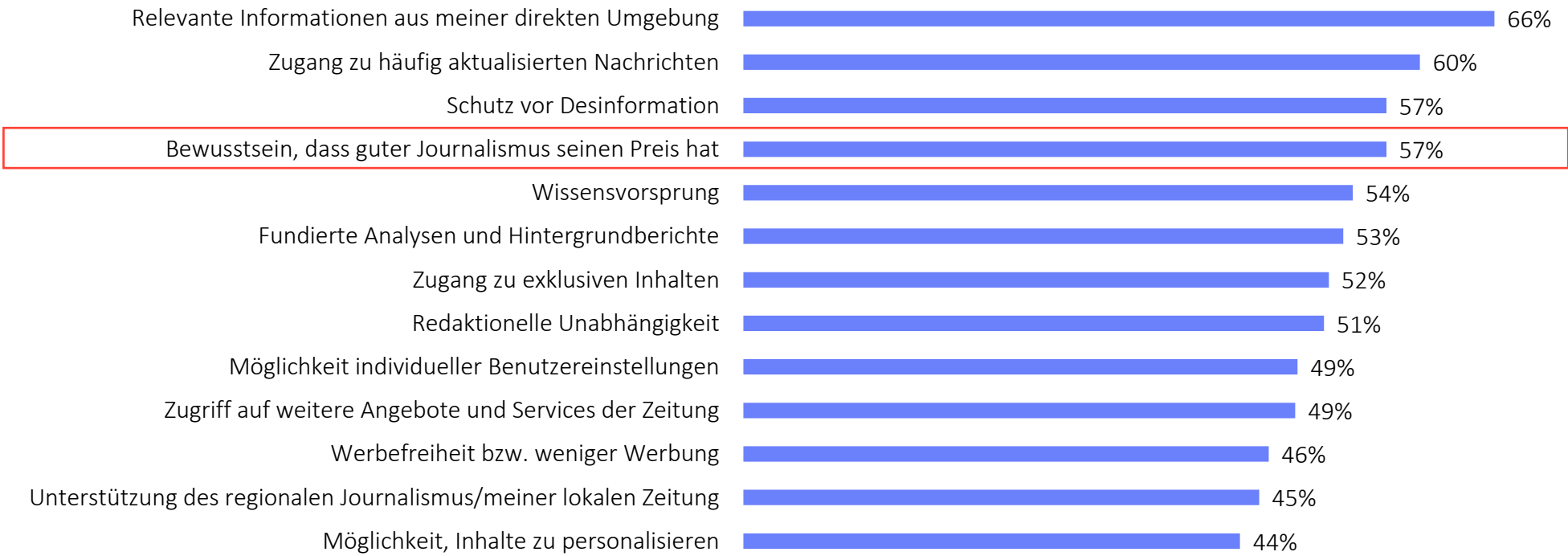
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.
Frage: Aus welchen Gründen bezahlen Sie für Ihre gedruckte Ausgabe der regionalen Tageszeitung? (Top-2-Box)
Basis: Nutzer*innen mit Print Abo n=1.520
Bild: Unsplash





Guter Journalismus ist den Leser*innen auch online Geld wert

Gründe für das bezahlte Online-Angebot




Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.
Frage: Und aus welchen Gründen bezahlen Sie für die Online-Nutzung Ihrer regionalen Tageszeitung? (Top-2-Box)
Basis: Paid Online n=473
Bild: Unsplash


55% der Paid Online-Nutzer*innen sagen:
„Ich habe Lust, mich auch online intensiv mit längeren Texten
auseinanderzusetzen.“ (Gesamt 31%)



Paid Online-Nutzer*innen stehen Werbung offen gegenüber

Werbeakzeptanz Paid Online

Ich akzeptiere Werbung auf meinem bezahlten Online-Angebot, da ich Zugriff auf hochwertige Inhalte habe.  45%

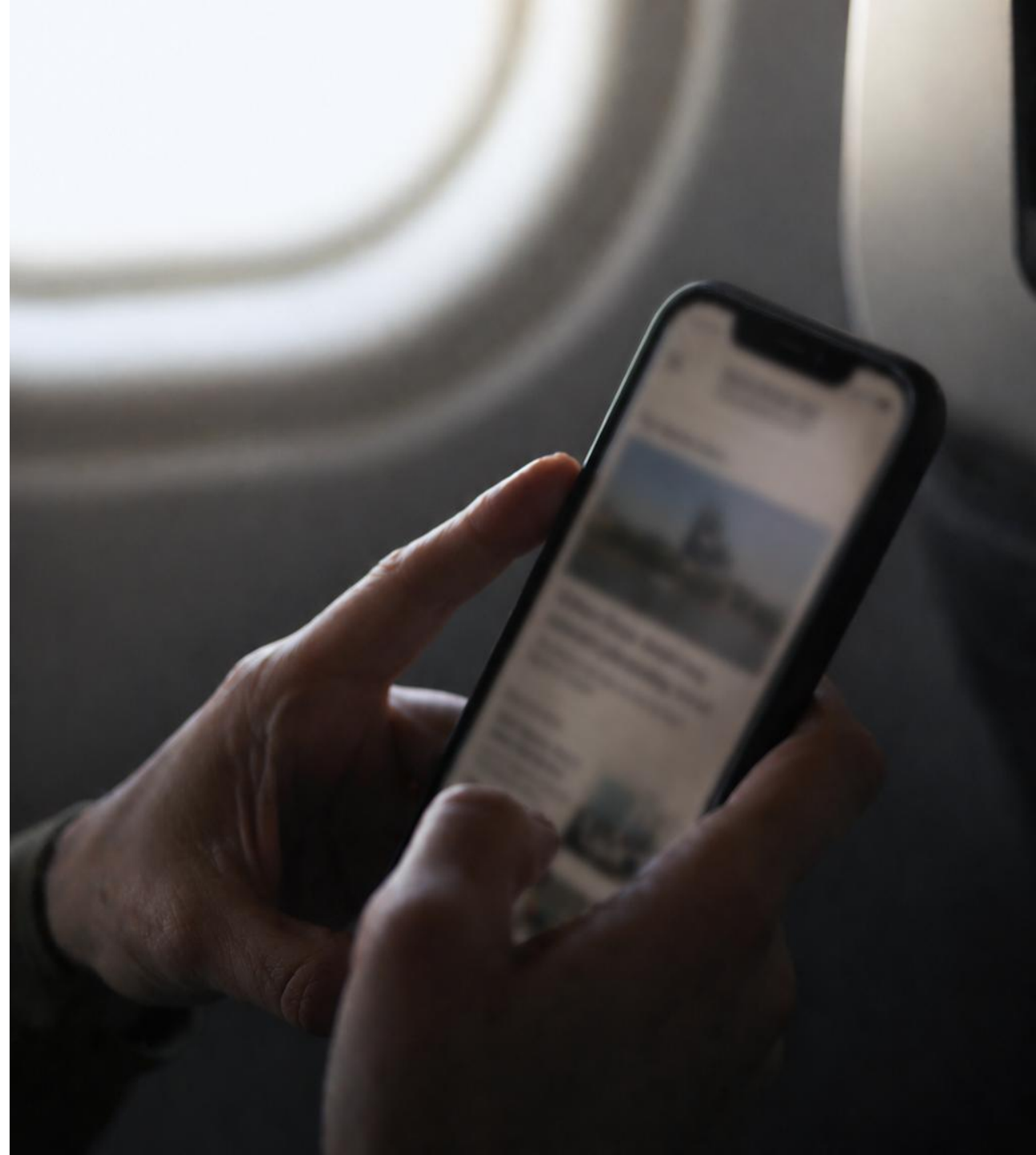
Neben Artikeln interessiere ich mich auch für Werbung auf Online-Angeboten.  44%

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.


Frage: Inwieweit stimmen Sie den nachfolgenden Aussagen in Bezug auf bezahlte Plus-Angebote regionaler Tageszeitungen zu? (Top-2-Box)

Basis: Paid Online n=473

Bild: Unsplash



Werbung: Wahrnehmung & Akzeptanz

A person with dark, curly hair is seen from behind, sitting and reading a newspaper. The room is dimly lit, with light coming from a window on the left and some blurred lights in the background. The newspaper has a large black and white photograph on the left page and text on the right page.

66% der RTZ-Leser*innen sagen:
„Werbung gehört zur regionalen
Tageszeitung dazu.“

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

Frage: Welche der folgenden Aussagen beschreibt Ihre Wahrnehmung am besten?

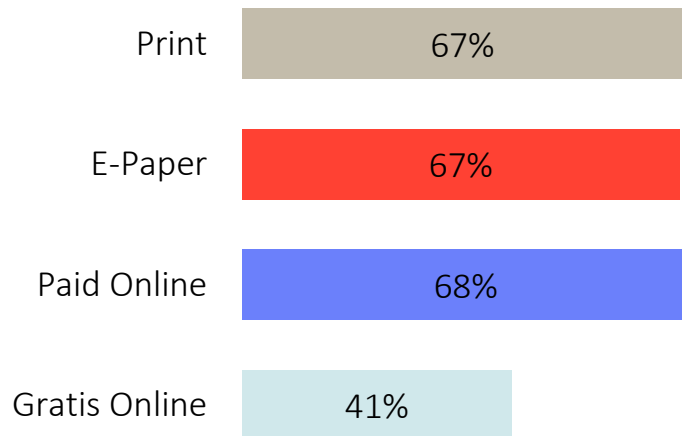
Basis: RTZ-Gesamt n=3.441

Bild: PPT-Archiv

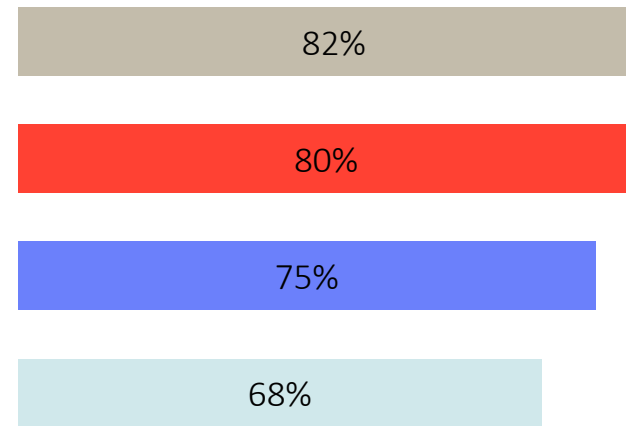
Die Werbeaufmerksamkeit ist in bezahlten Angeboten am höchsten

In meiner regionalen Tageszeitung schaue ich mir ...

...Werbeanzeigen (teils) bewusst an.



...Beilagen (teils) bewusst an.



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

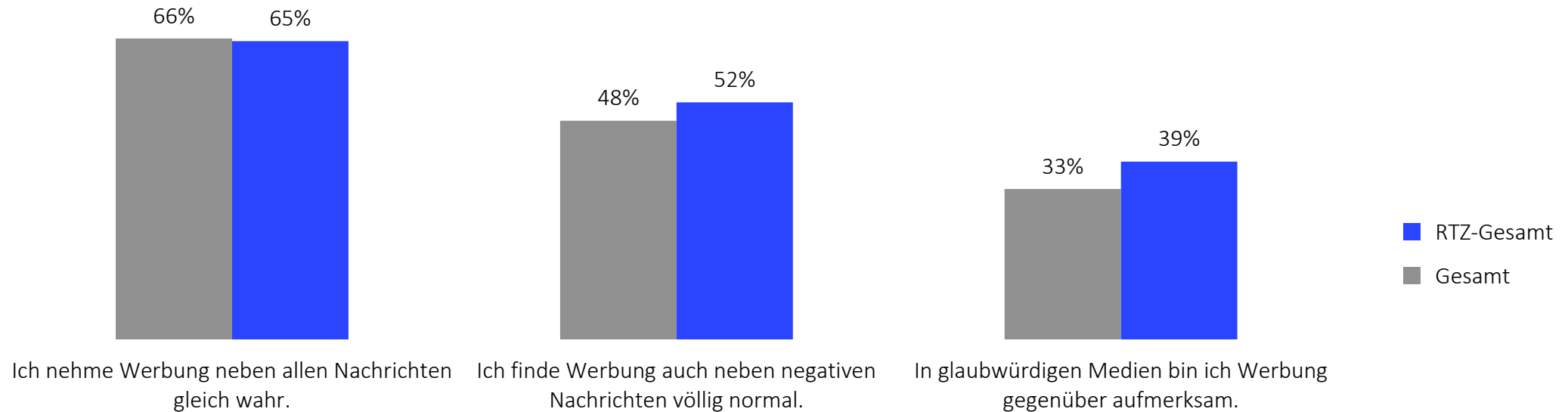
Frage: Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Top-3-Box)

Basis: Print n=2.290, E-Paper n=1.835, Paid Online n=473, Gratis Online n=835

Bild: Pexels



Auch im Umfeld negativer Berichterstattung wird Werbung akzeptiert



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

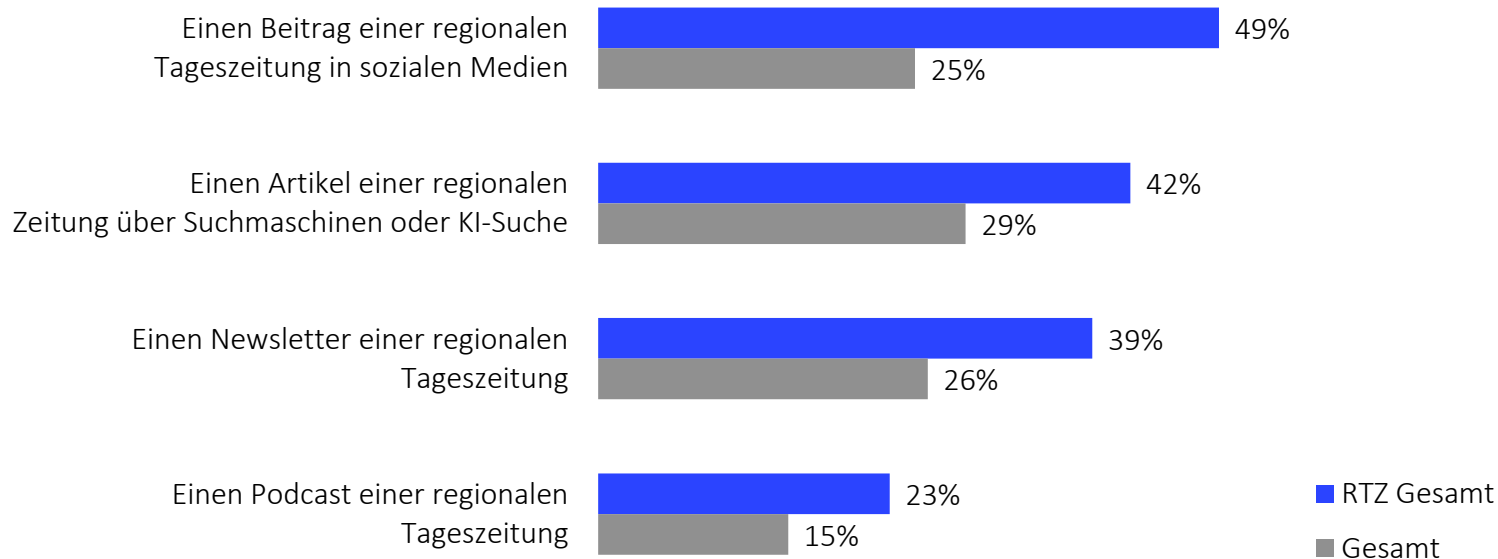
Frage: Welche der folgenden Aussagen beschreibt Ihre Wahrnehmung am besten?

Basis: Gesamt n=5.524, RTZ-Gesamt n=3.441

Die Zukunft regionaler Medienmarken

Regionale Medienmarken finden ihr Publikum überall

Nutzung weiterer Angebote regionaler Tageszeitungen (letzte 7 Tage)

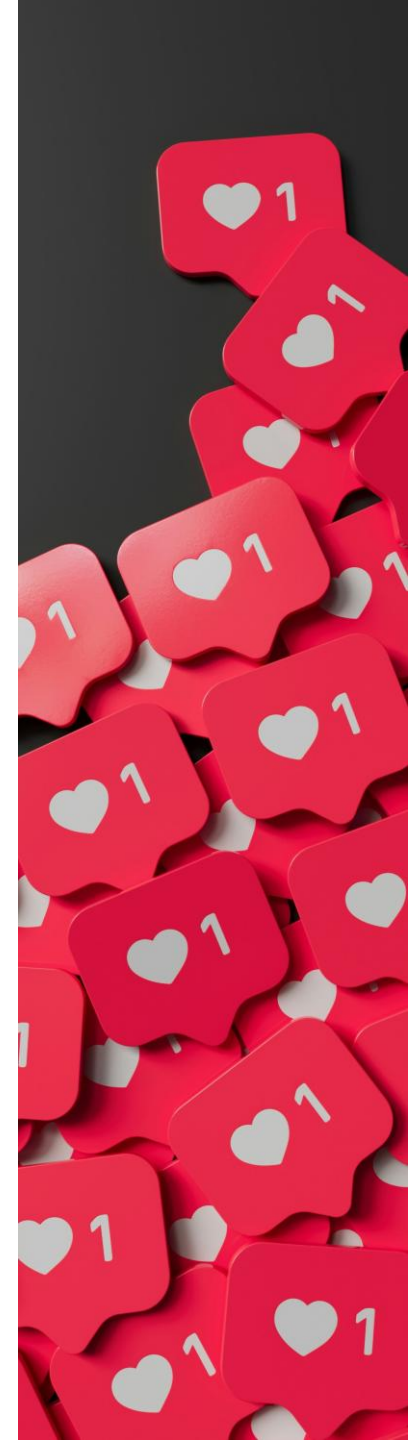


Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2026.

Frage: Und wann haben Sie die folgenden Angebote einer regionalen Tageszeitung zuletzt genutzt?

Basis: Gesamt n=5.524, RTZ-Gesamt n=3.441

Bild: Unsplash



Zusammenfassung

- / Regionale Tageszeitungen erreichen informationsaffine Menschen. [Die RTZ-Leserschaft](#) nutzt dabei [Medien insgesamt intensiver](#).
- / [Verlässliche Informationen](#), aktuelle und regionale News sowie der Schutz vor Desinformation [treiben Nutzung und Zahlungsbereitschaft der regionalen Medien](#).
- / Print überzeugt dabei durch Aufmerksamkeit und Lesetiefe, digitale Angebote durch hohe Nutzungsfrequenz.
- / Regionale Tageszeitungsmarken stehen in Print wie digital für [Aufmerksamkeit und Vertrauen](#) – das gilt auch für Werbung.



