



Zeitungsfacetten 2021

Juli 2021

# Agenda

## Zeitungsnutzung

Kanalunterschiede und Nutzungstrends

## Warum RTZ?

Nutzungsmotive und Medienprofil

## Anzeigen in der RTZ

Wahrnehmung und Bewertung von Zeitungswerbung

## Beilagen in der RTZ

Nutzung und Wahrnehmung

## Digitale Beilagen

Mehrwerte durch Zusatzfunktionen

## Fazit

Take Aways der Studie

# Studiensteckbrief

Methode	Repräsentative Online-Befragung
Befragungszeitraum	Januar 2021
Zielgruppe	Erwachsene 15-69
Stichprobe	n=5.574
Dienstleister	Dentsu (CCS)

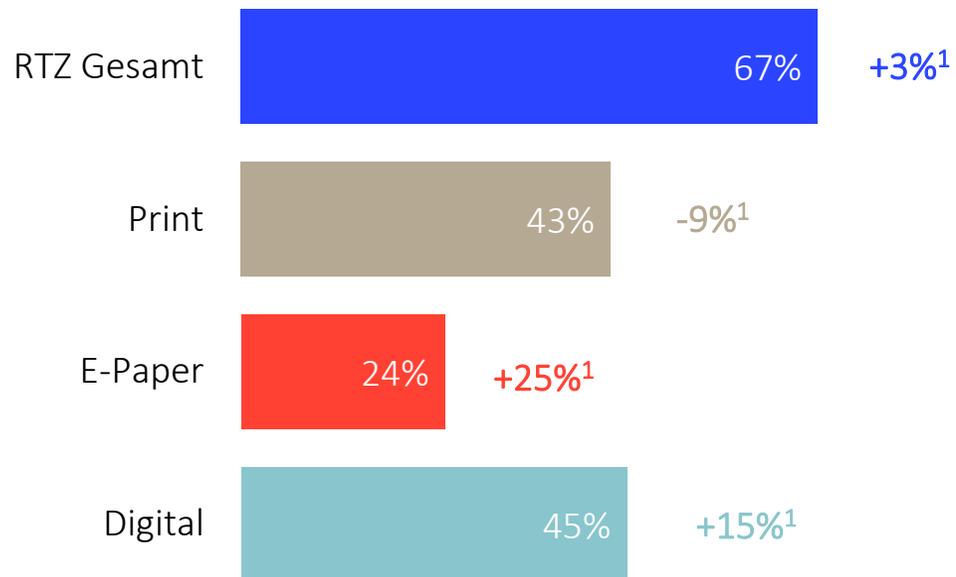


# Zeitungsnutzung

Kanalunterschiede und Nutzungstrends

# Digital löst Print als beliebteste Nutzungsform ab

Mind. wöchentliche Nutzung

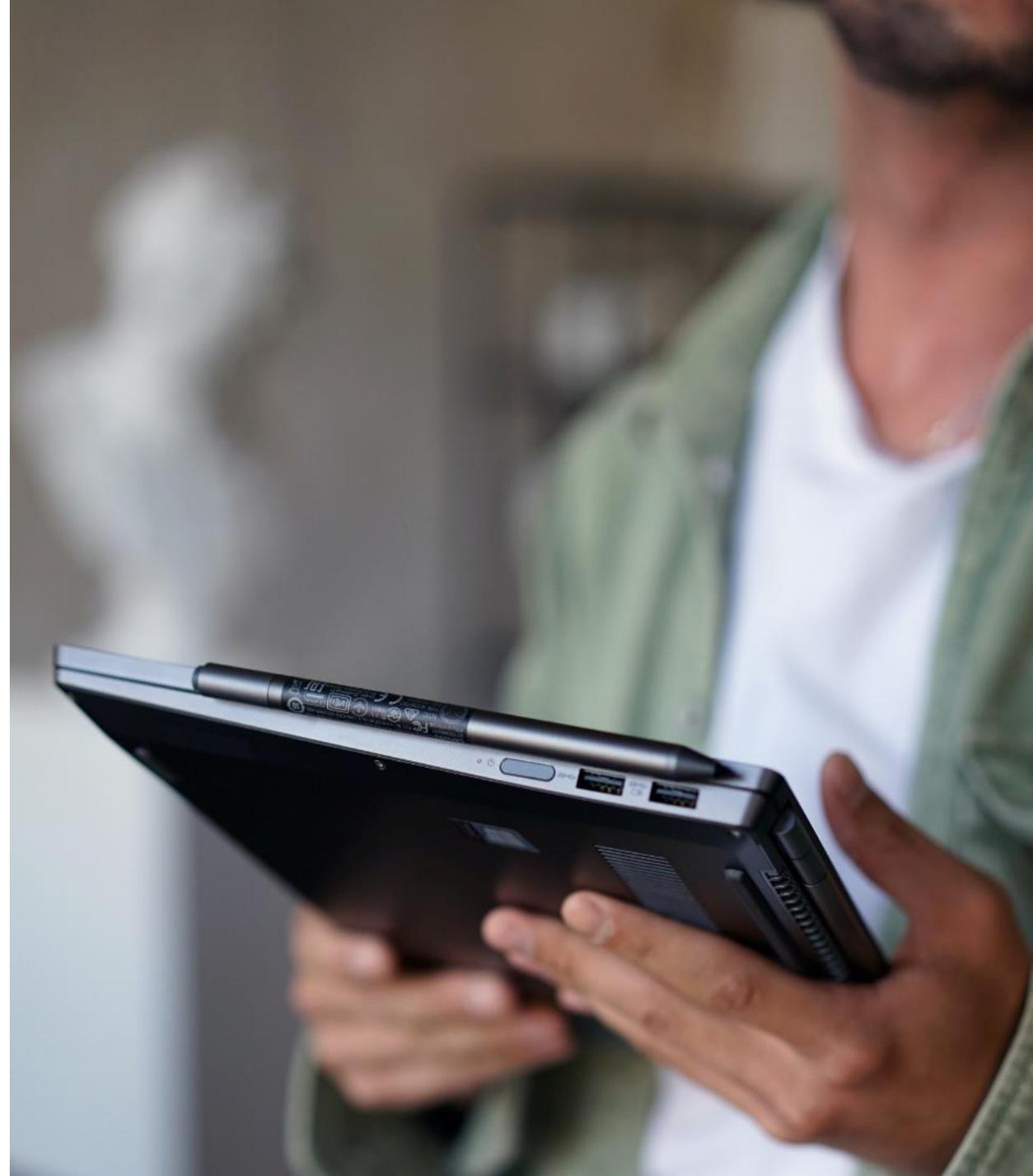


Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021.

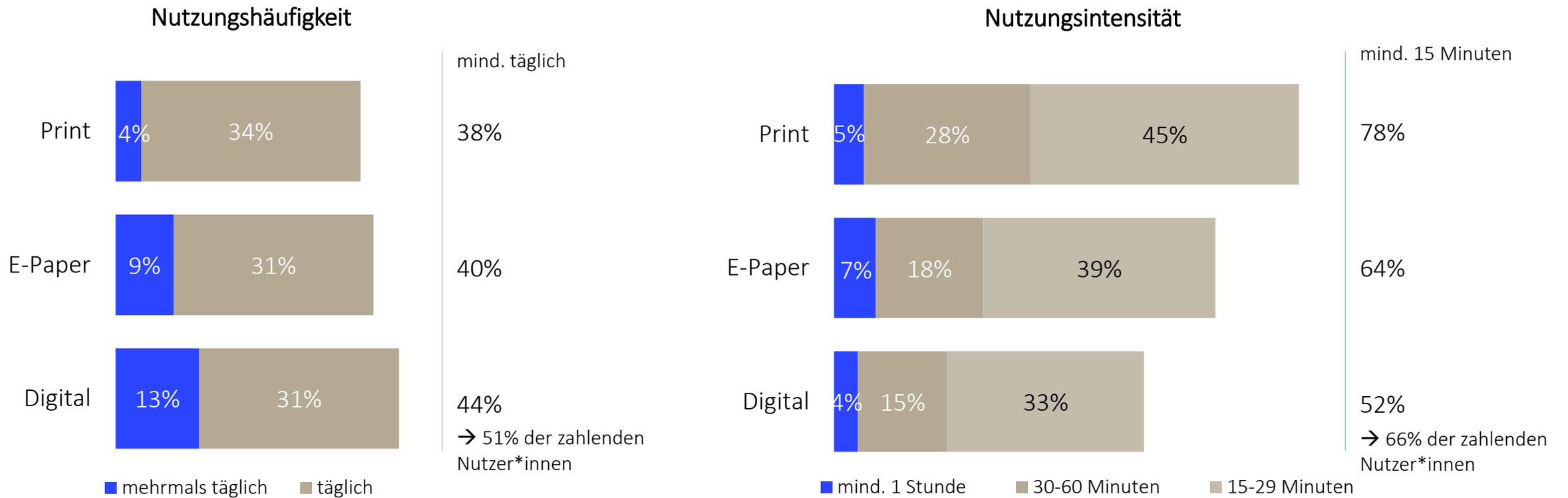
Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote einer regionalen Tageszeitung?

Basis: Gesamt n=5.574; Digital = Web+App

<sup>1</sup>prozentualer Anstieg ggü. Zeitungsfacetten 2020; Bild: Unsplash



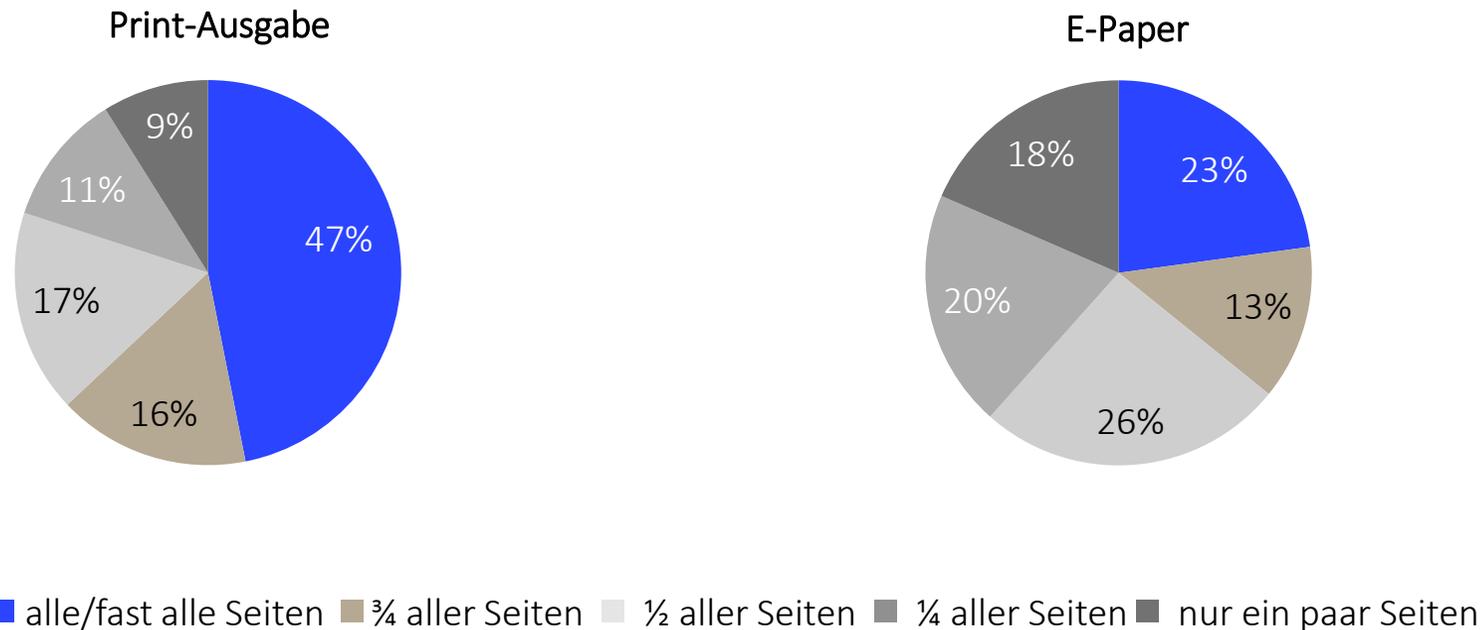
# Intensive Nutzung, hohe Kontaktqualität



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021.

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=2.268; E-Paper n=1.327; Digital (Web+App) n=2.564

## Fast die Hälfte der Befragten lesen ihre gedruckte Zeitung (nahezu) von vorne bis hinten.

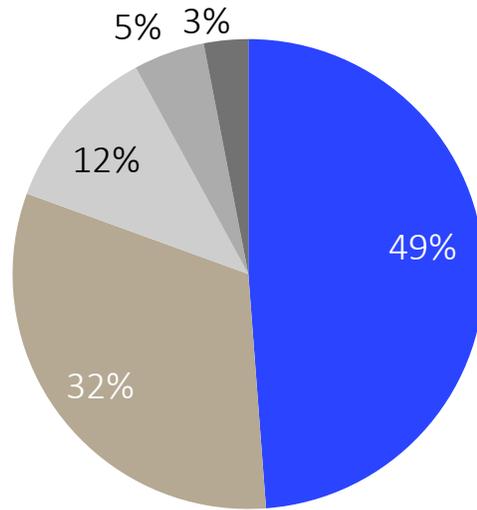


Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021.

Fragen: Wenn Sie an die gedruckte Ausgabe/das E-Paper Ihrer regionalen Tageszeitung denken: Wie viele Seiten schlagen Sie normalerweise auf, um sich darauf etwas anzusehen oder etwas zu lesen?

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Print n=2.268; E-Paper n=1.327

# Die Hälfte teilt sich das E-Paper mit anderen

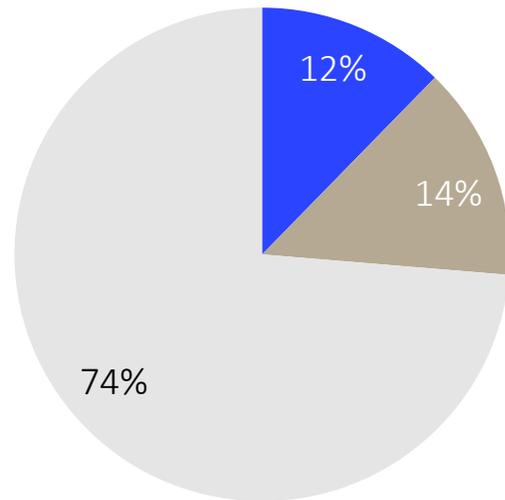


- Nutze nur ich
- 1 weitere Person
- 2 weitere Personen
- 3 weitere Personen
- 4+ weitere Personen

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021.  
 Fragen: Wie viele weitere Personen nutzen das von Ihnen genutzte E-Paper mit?  
 Basis: mind. wöchentliche Nutzung E-Paper n=1.327  
 Bild: Unsplash & Rheinische Post



## Ein Viertel der Digital-Nutzer\*innen zahlt für Artikel



- Habe mind. ein kostenpflichtiges Online-Abo
- Nutze vereinzelt kostenpflichtige Inhalte
- Nutze ausschließlich kostenfreie Angebote

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021.

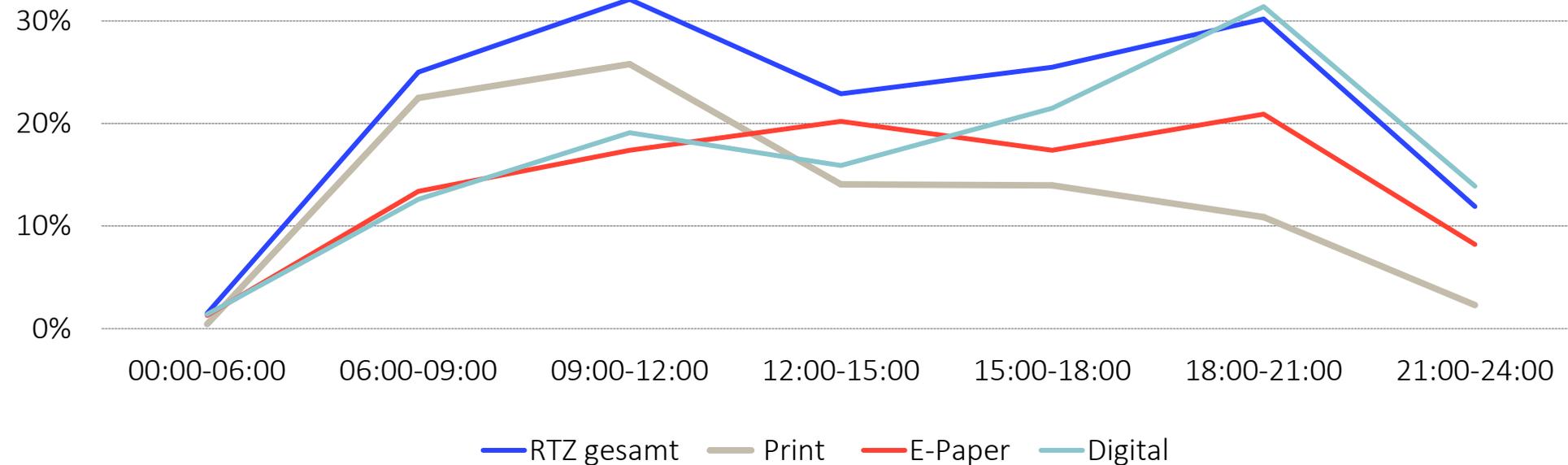
Fragen: Nutzen Sie ausschließlich das kostenfreie Online-Angebot Ihrer regionalen Tageszeitung oder auch Bezahlangebote?

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Digital n=2.564

Bild: Unsplash



## E-Paper und Webangebot erweitern das Nutzungspotenzial im Feierabend



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021.

Fragen: Zu welchen Tageszeiten haben Sie gestern jeweils die folgenden Angebote Ihrer regionalen Tageszeitung genutzt? Mo-Fr

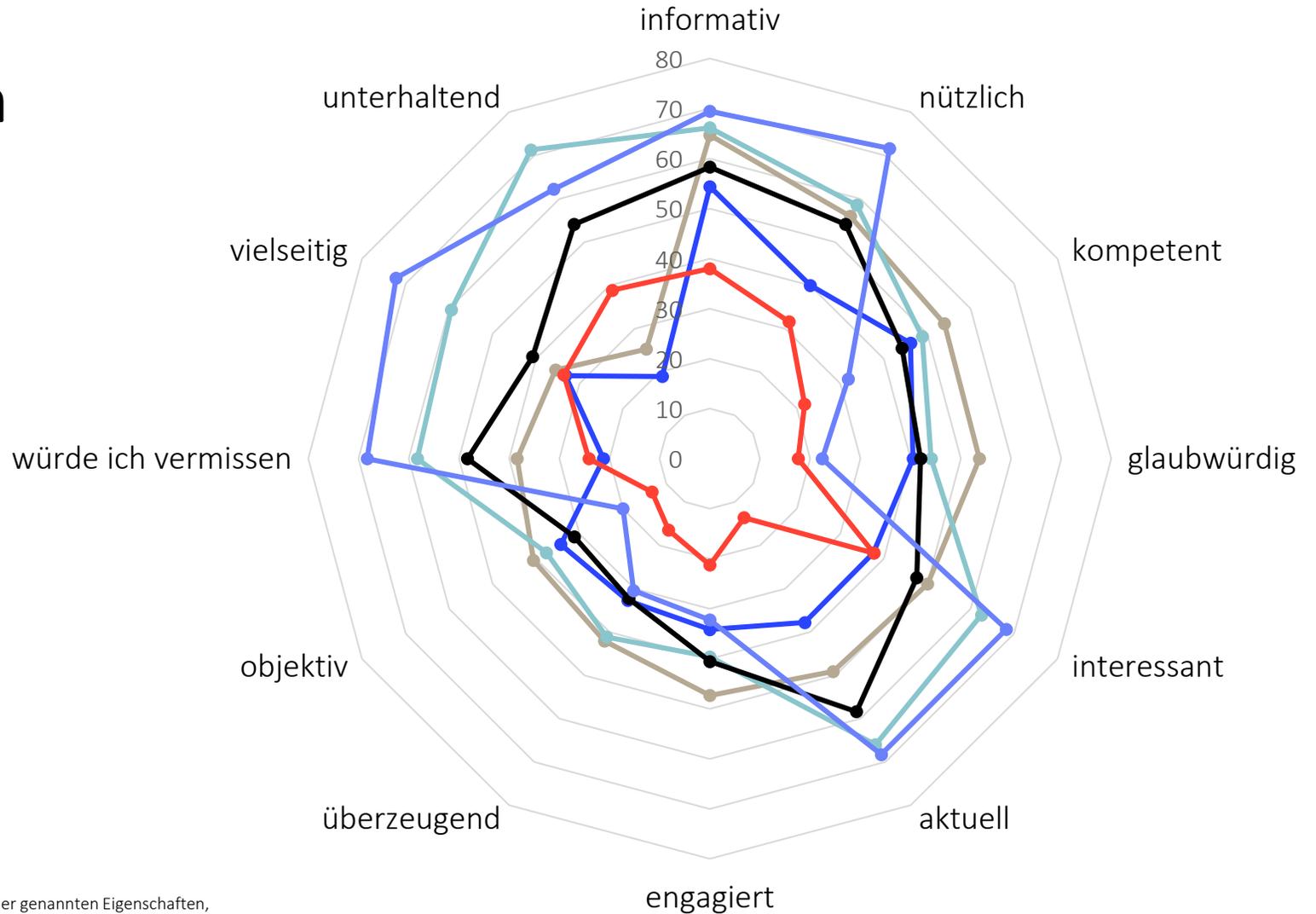
Basis: mind. wöchentliche Nutzung RTZ n=3.640; Print n=2.268; E-Paper n=1.327; Digital n=2.564

## Warum RTZ?

Medienprofil und Nutzungsmotive

# Wahrnehmung der Medien im Überblick

- Regionale Tageszeitung
- Überregionale Tageszeitung
- Zeitschrift
- Fernsehen
- Radio
- Internet

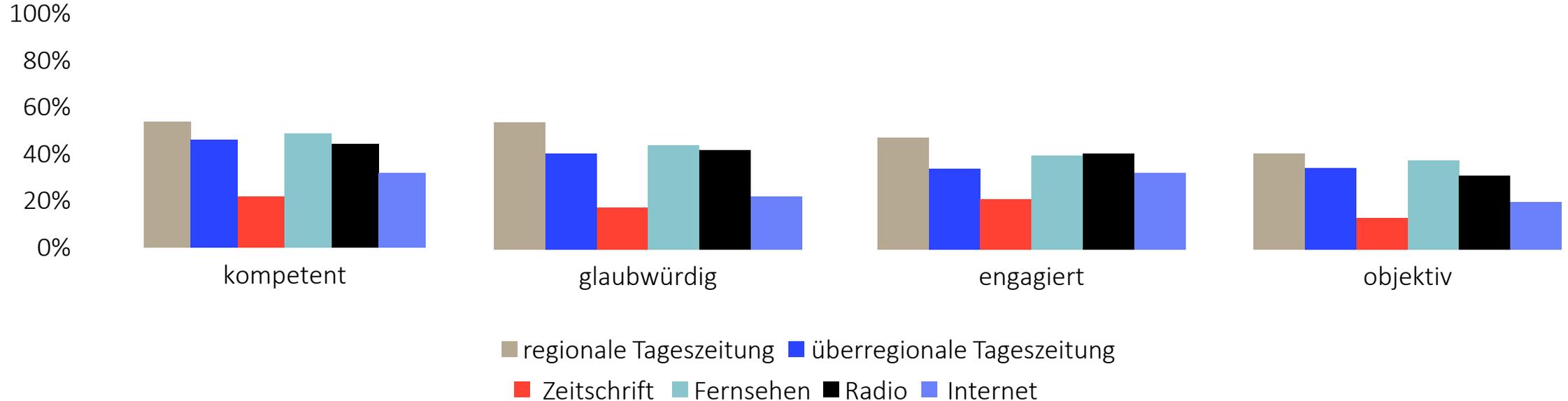


Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021.

Frage: Auf Medien können verschiedene Eigenschaften zutreffen. Bitte sagen Sie uns für jede der hier genannten Eigenschaften, auf welches Medium oder auf welche Medien sie zutrifft.

Basis: Gesamt n=5.274

# Kompetent, glaubwürdig, objektiv – ein Informationsmedium mit klarem Profil



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021.

Frage: Auf Medien können verschiedene Eigenschaften zutreffen. Bitte sagen Sie uns für jede der hier genannten Eigenschaften, auf welches Medium oder auf welche Medien sie zutrifft.

Basis: Gesamt n=5.274

---

76%

der Leser\*innen halten die RTZ für wichtig,  
um auf dem Laufenden zu bleiben

---

71%

bekommen durch die RTZ wichtige  
Infos für ihren Alltag vor Ort

---

59%

betrachten die RTZ als ein  
„Stück Zuhause“



# Die regionalen Inhalte der Zeitung haben hohe Relevanz

## Top 5 Nutzungsmotive

- 75% Information allgemein
- 62% Information über Ereignisse in der Region
- 49% Interesse an Geschehnissen vor Ort
- 43% Information über Weltgeschehen
- 34% Meinung bilden

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021.

Frage: Aus welchen der folgenden Gründe nutzen Sie die folgenden Angebote Ihrer regionalen Tageszeitung normalerweise? Top-5 von 18 abgefragten Nutzungsmotiven

Basis: mind. wöchentliche Nutzung RTZ n=3.640

Bild: Unsplash



## Die RTZ kann sowohl Nah als auch Fern

72%

finden, dass die RTZ von allen Medien am besten weiß, was in der Region passiert



64%

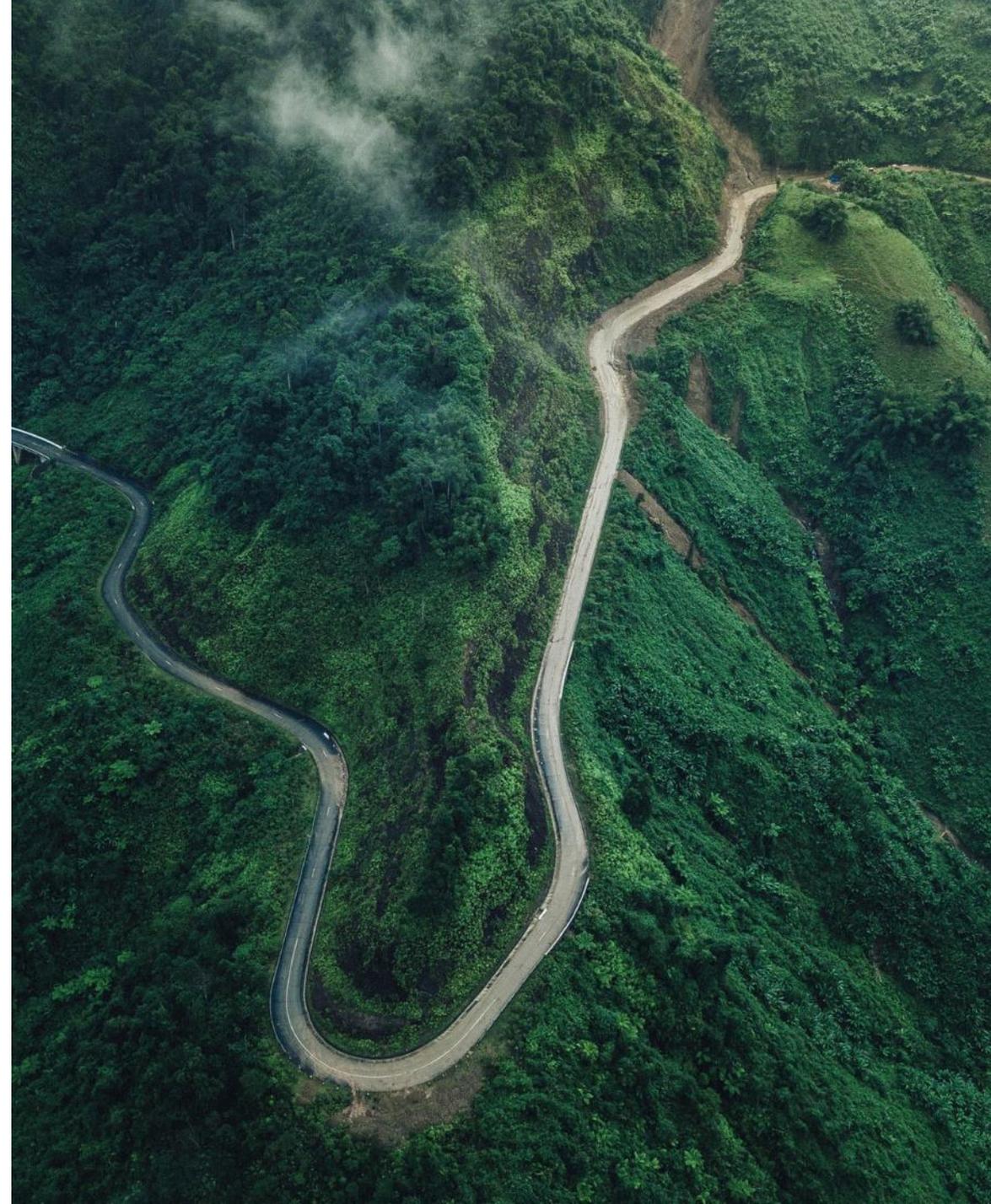
stimmen zu, dass die RTZ die **Bedeutung überregionaler Ereignisse** für die Region sehr gut darstellt

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021.

Frage: Wie sehr stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

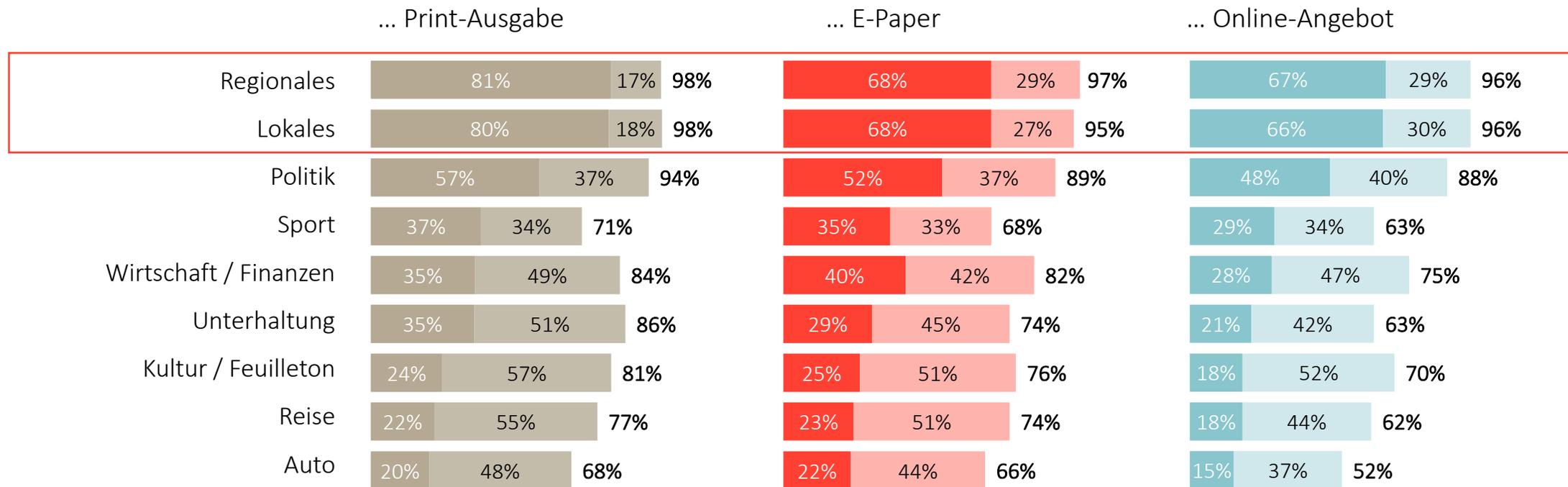
Basis: mind. wöchentliche Nutzung RTZ n=3.640

Bild: Unsplash



# Vor allem Regionales wird als Alleinstellungsmerkmal der RTZ enorm geschätzt

Regelmäßig gelesene Rubriken in ...



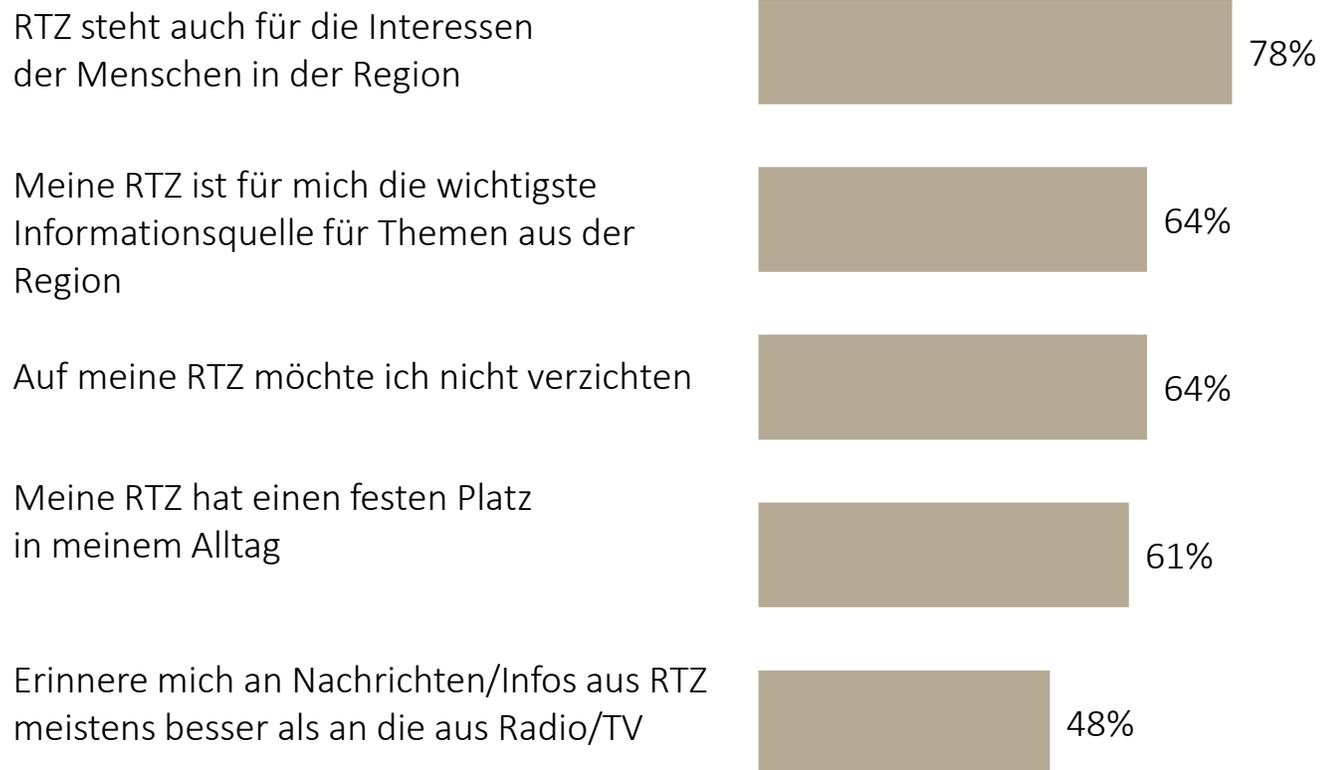
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021.

Frage: Welche dieser Rubriken lesen Sie regelmäßig, welche nur gelegentlich?

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Print n=2.268; E-Paper n=1.327; Digital n=2.564

■ ■ ■ regelmäßig ■ ■ ■ gelegentlich

## Die Wertschätzung der RTZ ist kanalunabhängig



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021.

Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen über regionale Tageszeitungen zustimmen.

Basis: mind. wöchentliche Nutzung RTZ n=3.640

# Anzeigen in der regionalen Tageszeitung

## Wahrnehmung und Bewertung von Zeitungswerbung

# Ein Umfeld mit Leuchtkraft für Marken

49%

Werbung mit lokalem Bezug  
in meiner RTZ spricht mich an

43%

Werbung in einem lokalen Medium spricht mich  
viel persönlicher an, als Werbung in nationalen  
Medien

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021

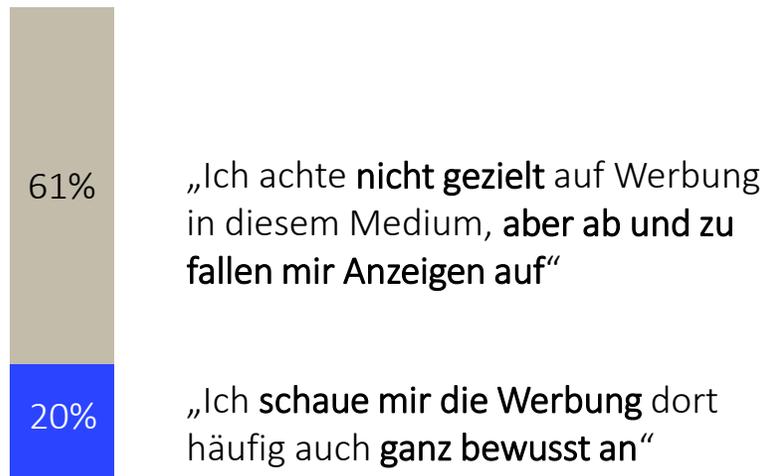
Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen über Werbung in der gedruckten Ausgabe/der E-Paper-Ausgabe Ihrer regionalen Tageszeitung zustimmen.

Basis: mind. wöchentliche Nutzung E-Paper oder Print n=2.696

Bild: Pexels



# Werbung in der gedruckten Zeitung wird gezielt konsumiert



## Anzeigen in der RTZ erwecken Aufmerksamkeit...

43%

Durch Anzeigen in meiner RTZ bin ich schon öfter auf interessante Produkte aufmerksam geworden

36%

Wenn eine große Marke in der RTZ wirbt, fällt mir das positiv auf

32%

Anzeigen in meiner RTZ sind für mich manchmal genauso interessant wie Meldungen der Redaktion

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021

Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen über Werbung in der gedruckten Ausgabe/der E-Paper-Ausgabe Ihrer regionalen Tageszeitung zustimmen. Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: mind. wöchentliche Nutzung E-Paper oder Print n=2.696

Bild: Pexels



## ... und bieten einen hohen Nutzwert

59%

Anzeigen in der RTZ sind eine gute Informationsquelle über Schlussverkäufe oder Sonderangebote

49%

Anzeigen in der RTZ helfen mir, preiswerte Angebote auszuwählen

45%

Anzeigen in der RTZ geben mir hilfreiche Informationen

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021

Frage: Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen über Werbung in der gedruckten Ausgabe/der E-Paper-Ausgabe Ihrer regionalen Tageszeitung zustimmen. Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: mind. wöchentliche Nutzung E-Paper oder Print n=2.696

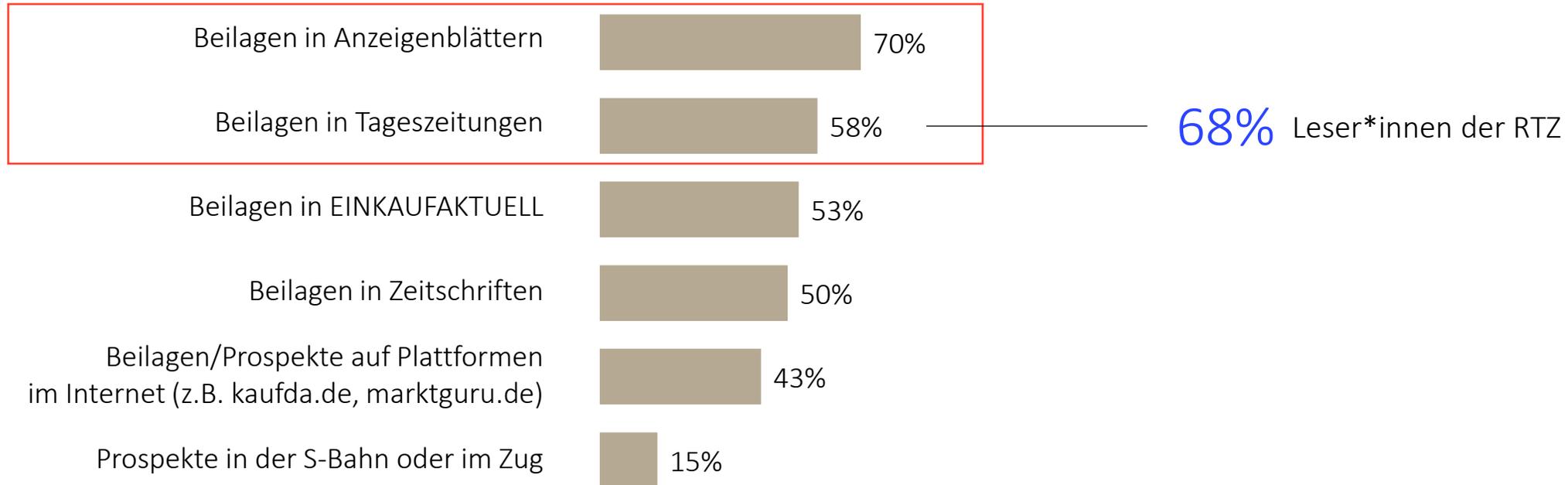
Bild: Pexels



# Beilagen in der regionalen Tageszeitung

## Nutzung und Wahrnehmung

# Beilagen und Prospekte werden in erster Linie aus Anzeigenblättern und Tageszeitungen genutzt



## Beide Beilagenarten finden starke Beachtung

76%

nutzen  
Werbebeilagen

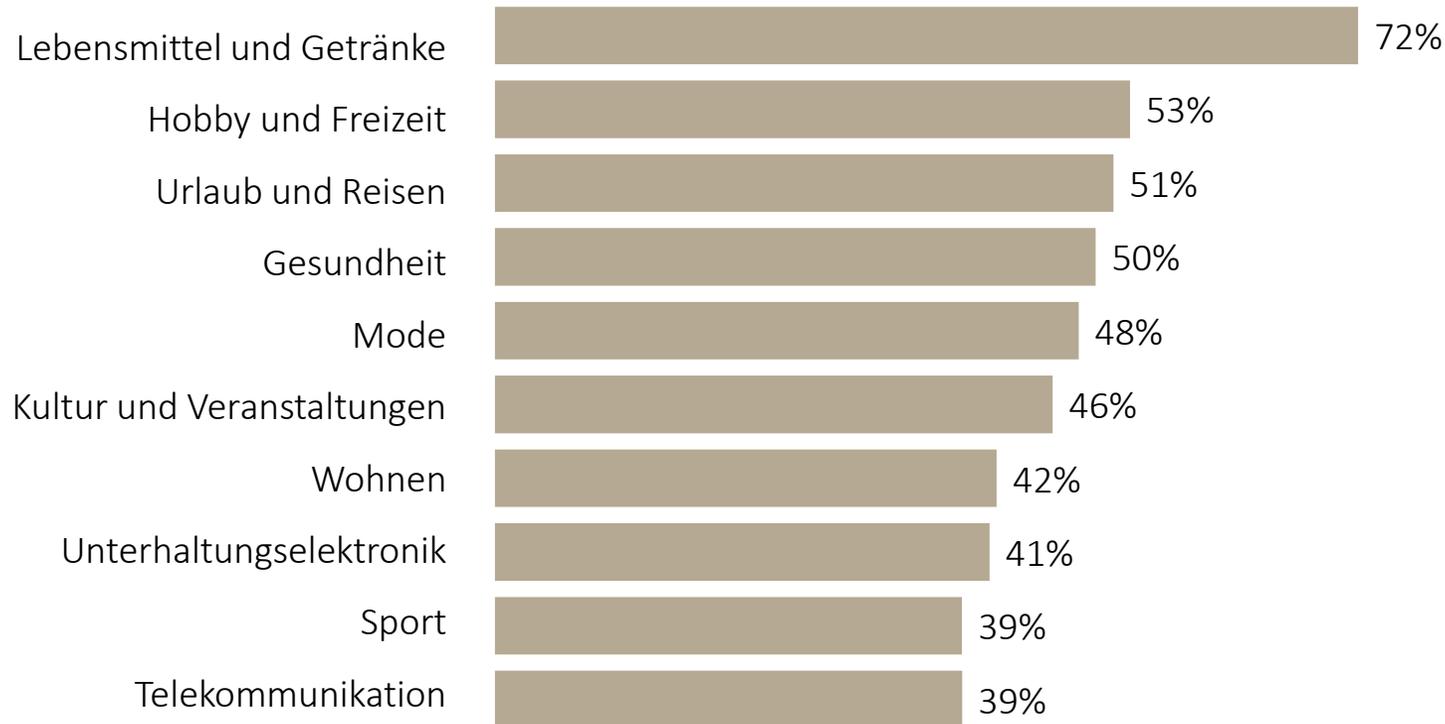
73%

nutzen redaktionelle  
Beilagen

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021  
Frage: Wie häufig nutzen Sie Beilagen Ihrer regionalen Tageszeitung? Nutze ich häufig oder nutze ich gelegentlich  
Basis: mind. wöchentliche Nutzung Print oder E-Paper n=2.696  
Bild: Pexels



## Das größte Interesse erzeugen Beilagen aus dem Bereich Lebensmittel und Getränke

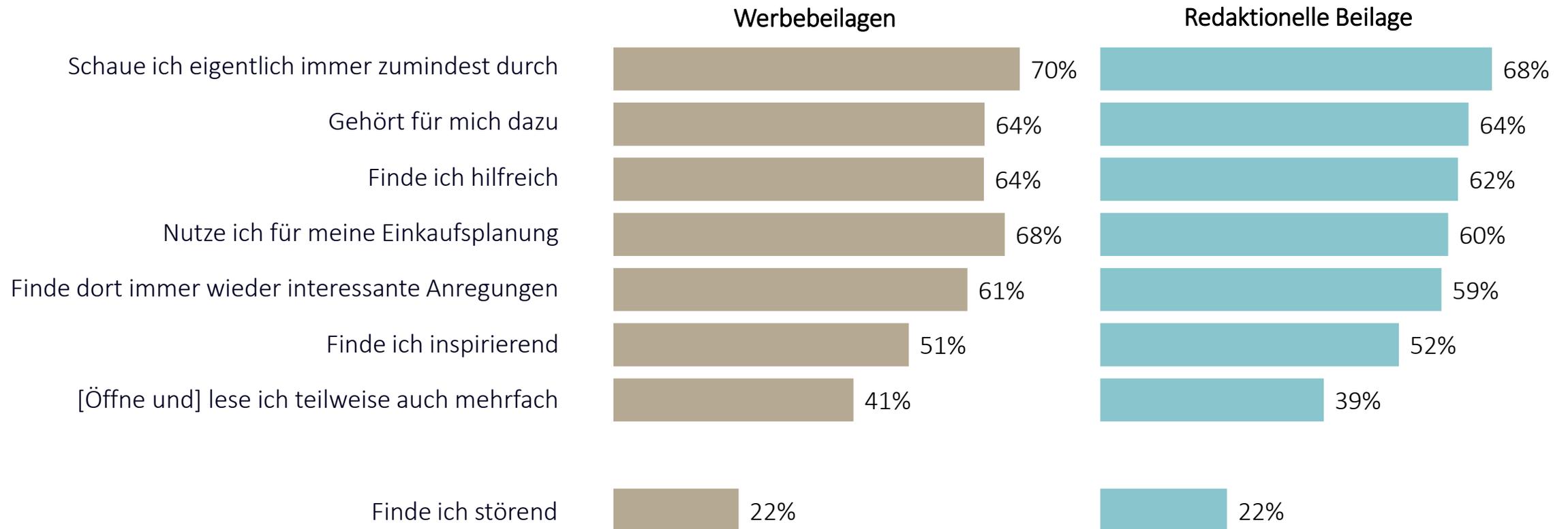


Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021

Frage: Für Beilagen zu welchen Branchen und Bereichen interessieren Sie sich? Top 10 Branchen genutzter Beilagen

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Print oder E-Paper UND Leser\*innen von Beilagen n=2.200

# Beilagen als effektiver Kaufimpulsgeber



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021

Frage: Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen über Werbebeilagen/redaktionelle Beilagen zur gedruckten Ausgabe/zum E-paper Ihrer regionalen Tageszeitung zu? Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Print oder E-Paper und Nutzer\*innen redaktioneller Beilagen n=1.959 oder Werbebeilagen n=1.993

# Digitale Beilagen

Mehrwerte durch Zusatzfunktionen

# E-Paper-Leser\*innen haben hohe Affinität für digitale Prospekte

52%

der **Befragten** nutzen digitale Einkaufsprospekte auf den Angebotsseiten der Handelsketten



61%

der **E-Paper-Leser\*innen** nutzen digitale Einkaufsprospekte auf den Angebotsseiten der Handelsketten

Quelle: Zeitungsfacetten 2021.

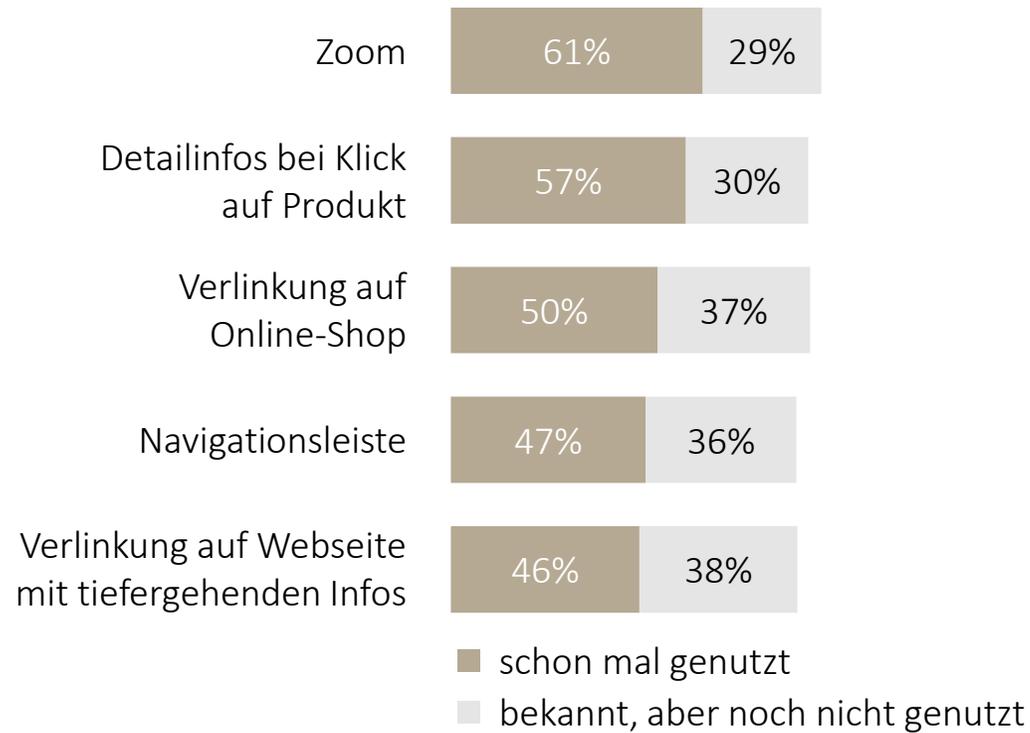
Frage: Es gibt Internetseiten, auf denen digitale Einkaufsprospekte mit Angeboten aus der Region veröffentlicht werden. Wie häufig nutzen Sie solche Seiten?

Basis: Gesamt n=5.574; mind. wöchentliche E-Paper-Leser\*innen n=1.327

Bild: Pexels



## Funktionen digitaler Beilagen werden bereits stark genutzt



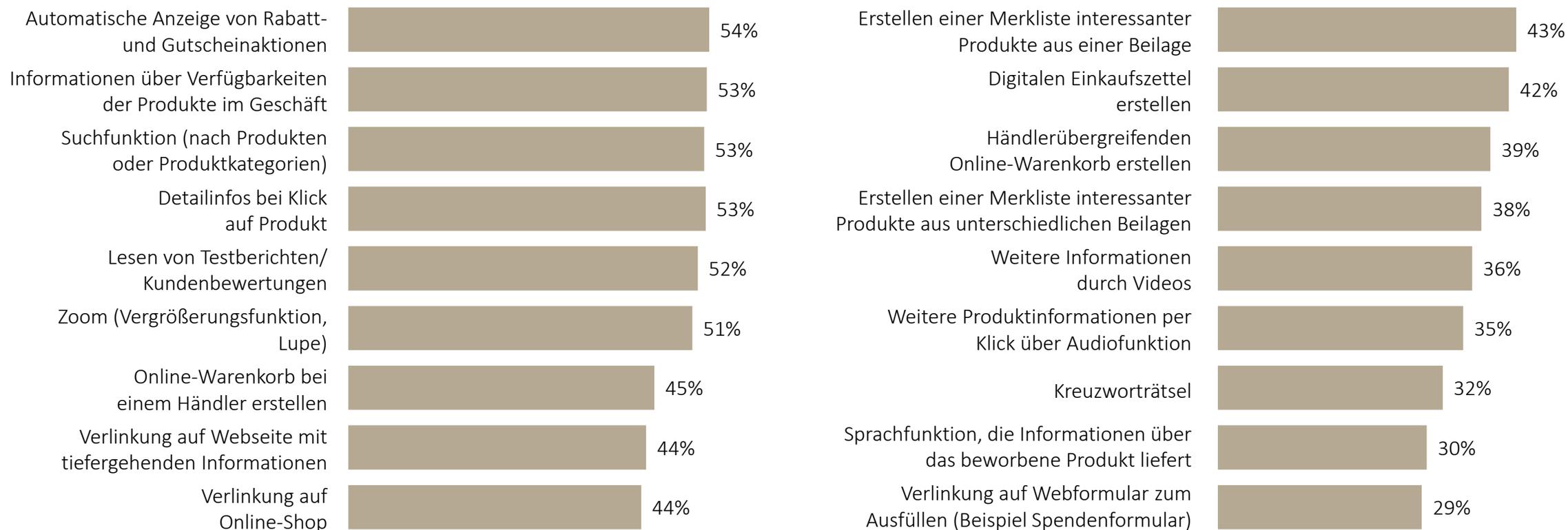
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021

Frage: In digitalen Werbebeilagen sind je nach Anbieter verschiedene Funktionen verfügbar. Welche davon haben Sie bereits genutzt?

Basis: mind. wöchentliche Nutzung E-Paper UND digit. Werbebeilagen n=1.150; Bild: Pexels



# Nutzer\*innen wünschen sich einfache, schnelle Funktionen mit unmittelbarem Mehrwert



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2021

Frage: Unabhängig von Ihrer bisherigen Nutzung: wie groß ist Ihr Interesse an der Nutzung der folgenden Funktionen von digitalen Werbebeilagen?

Basis: mind. wöchentliche Nutzung E-Paper UND digit. Werbe-Beilagen n=1.150

# Fazit

Take Aways der Studie



## Take Aways

- / Die Nutzung der regionalen Tageszeitung steigt leicht an. **Treiber sind E-Paper und Digital-Nutzung.**
- / Das **Digitalangebot wird häufiger, aber weniger intensiv als die anderen Kanäle genutzt.** Personen, die dafür zahlen, nutzen das Angebot stärker und häufiger.
- / **Die regionale Tageszeitung** ist unbestrittener **Local Hero.** Aber auch die Bedeutung internationaler Ereignisse für die Region ordnet die RTZ gut ein.
- / **Aufmerksamkeit und Nutzwert von Werbung in der regionalen Tageszeitung** sind groß.
- / Die Nutzung von (digitalen) Beilagen ist weit verbreitet. Dabei bieten bereits einige **Zusatzfunktionen in digitalen Beilagen** einen Mehrwert für die Nutzer\*innen.

Sie haben Fragen?

Immer her damit: [research@score-media.de](mailto:research@score-media.de)

## Kontakt

### Score Media Group

Düsseldorf: +49 211 81 98 4510

München: +49 89 55 27 850

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

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

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

Unsere AGB

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

Datenschutzerklärung

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

