



**Bundesverband
Digitalpublisher und
Zeitungsverleger**

PRESSEMITTEILUNG

Zeitungsqualitäten 2023: Wie die Zeitung Nutzen stiftet

ZMG-Studie mit aktuellen Leistungsdaten zu Lesern, Nutzern, Werbekunden

Berlin, 24. März 2023

Sie informiert und unterhält, ermöglicht Meinungsbildung und verkauft Produkte: Für acht von zehn Bundesbürgern (79,8 Prozent) ist die Zeitung ein selbstverständlicher Begleiter durch den Alltag. Längst auch in ihrer digitalen Variante, mit der sie besonders die unter 30-Jährigen für sich gewinnt: 67 Prozent von ihnen sind Zeitungsnutzer.

Mit neuen Daten zeigt jetzt die Zeitungsmarktforschung Gesellschaft (ZMG) in ihrer im Auftrag des Bundesverbands Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) durchgeführten Studie „Zeitungsqualitäten 2023“, was die Zeitungen gedruckt und digital alles bieten. Die intensive Nutzung gehört ebenso dazu wie Bestwerte für die regionale Kompetenz.

Größte Lokalkompetenz

Für wohnortnahe Informationen sind die lokalen und regionalen Tageszeitungen unangefochten die erste Anlaufstelle. 93 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren bewerten sie als unverzichtbar und sinnvoll für lokale Themen – ein Wert, der im Vergleich zu den Vorjahren noch gestiegen ist. Für ihre Leserinnen und Leser ist die Heimatzeitung besonders glaubwürdig (96 Prozent) und eine feste Größe in der Region (95 Prozent), die umfassend informiert (91 Prozent), die Lokalpolitik im Fokus hat (86 Prozent), aber auch für Entspannung und Unterhaltung sorgt (77 Prozent). Über den persönlichen Tellerrand hinaus attestieren 90 Prozent der Bevölkerung dem lokalen Journalismus, dass er sehr wichtig für die Gesellschaft insgesamt ist – und das auch in seiner digitalen Variante.

Digitale Angebote für neue Zielgruppen

Mit ihren vielfältigen Digital-, Audio- und App-Angeboten sind die Zeitungen nach Ansicht von 80 Prozent der Nutzer modern und zeitgemäß aufgestellt. Diese Zusatzangebote sind auch ein Türöffner zu Zielgruppen, die mit dem Printtitel bislang nicht erreicht wurden. So sind 46 Prozent der bisherigen Nichtleser durchaus an Apps mit aktuellen Nachrichten interessiert, 43 Prozent möchten die Webangebote der Zeitungen nutzen, rund ein Drittel ist aufgeschlossen für Social Media-, Video- oder Podcast-Angebote.

Vor allem E-Paper finden immer mehr Anhänger. Wer sie nutzt, weiß ihre flexible Verfügbarkeit („E-Paper bekomme ich einfacher als Print und kann lesen, wann und wo ich will“: 76 Prozent) und die Vorteile beim Handling („da kann man interessante Seiten oder Beiträge besser aufheben“: 58 Prozent) zu schätzen.

Starke Werbeleistungen

Auch Werbungtreibenden haben die Zeitungen viel zu bieten. Sowohl im E-Paper als auch gedruckt werden Anzeigen stark beachtet (64 bzw. 63 Prozent Anzeigenbeachtung). Zeitungswerbung gilt als glaubwürdig und zuverlässig (77 Prozent), die werbenden Unternehmen als seriös (80 Prozent).

Gerade in Zeiten, in denen Konsumenten stärker auf Preise achten, helfen ihnen Zeitungsanzeigen, preiswerte Angebote auszuwählen (69 Prozent). Für 34 Prozent der Bevölkerung sind Tageszeitungen die wichtigste Informationsquelle für aktuelle Handelsangebote. Weder andere Werbemedien noch die vieldiskutierten Kunden-Apps können aus Verbrauchersicht mit der Relevanz und dem konkreten Nutzwert von Zeitungswerbung mithalten.

Infografiken zu den Studienergebnissen mit Downloadmöglichkeit gibt es auf

www.zeitungsqualitaeten.de.

Kontakt:

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

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdztvPresse](https://twitter.com/BdztvPresse), Instagram [bdztv.de](https://www.instagram.com/bdztv.de) und [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/bdztv.de)