DuMont

Whitepaper I

Zeitungswerbung wirkt – garantiert!

Stand 2021

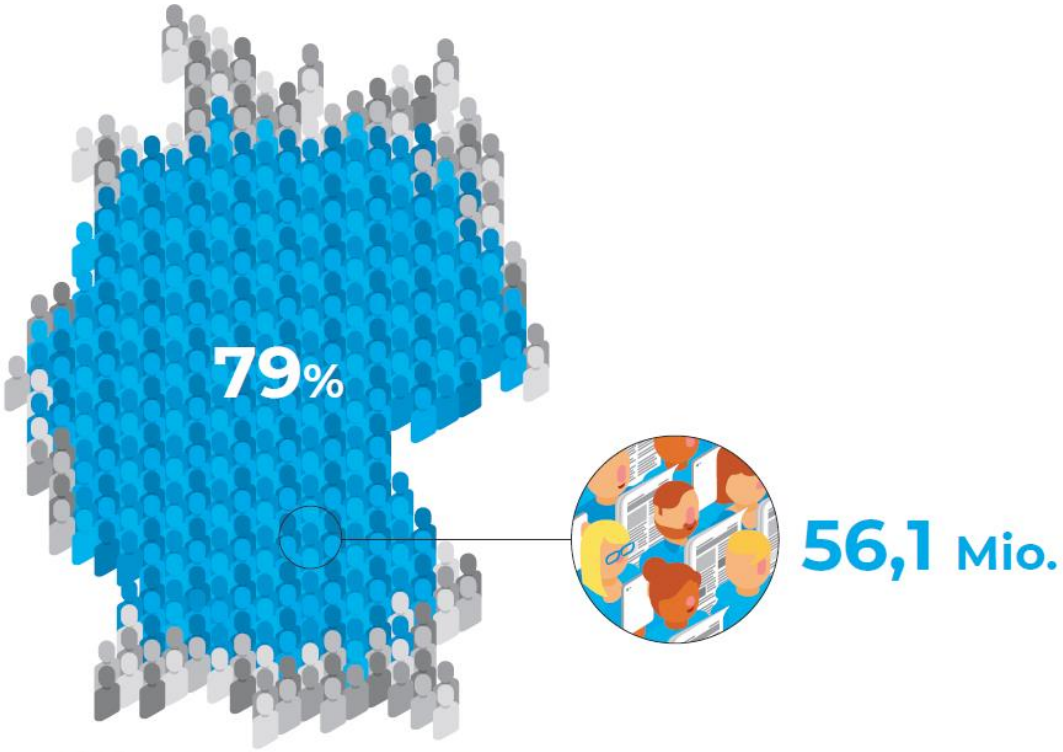
Die Zeitung bietet viele Nutzen

- Die **Wahrnehmung** der Zeitung ist **sachlich, informativ, aktuell und glaubwürdig**
- Sie wird **gründlich gelesen**
- Die Zeitung erzielt eine **hohe Reichweite**
- Ein **unverzichtbares Basismedium** für die regionale und lokale Kommunikation
- **Alle Kanäle** werden genutzt (Print, Online & Mobile)
- Sie setzt **Kauf- und Aktionsimpulse**
  - Einfluss auf Kaufentscheidungen
- Die **Werbung** erzielt eine **hohe Aufmerksamkeit**
  - Sie bleibt im Gedächtnis
- Sie ist **starker Werbeträger**
  - Die **wichtigste Informationsquelle** für Angebote der Geschäfte

Zeitungen erzielen große Reichweiten

- Die Zeitung hat in Deutschland eine Reichweite von 79 Prozent in der Woche
  - Insgesamt 56,1 Millionen Deutsche lesen jede Ausgabe eines täglich oder wöchentlich erscheinenden
- Auch die junge Generation liest Zeitung
  - Mit den **Print und Online** Angeboten werden 68 Prozent der 14- bis 29-Jährigen erreicht
  - Das sind fast 7 von 10 Youngsters
- Nahezu alle Bevölkerungsschichten werden durch die Zeitung erreicht

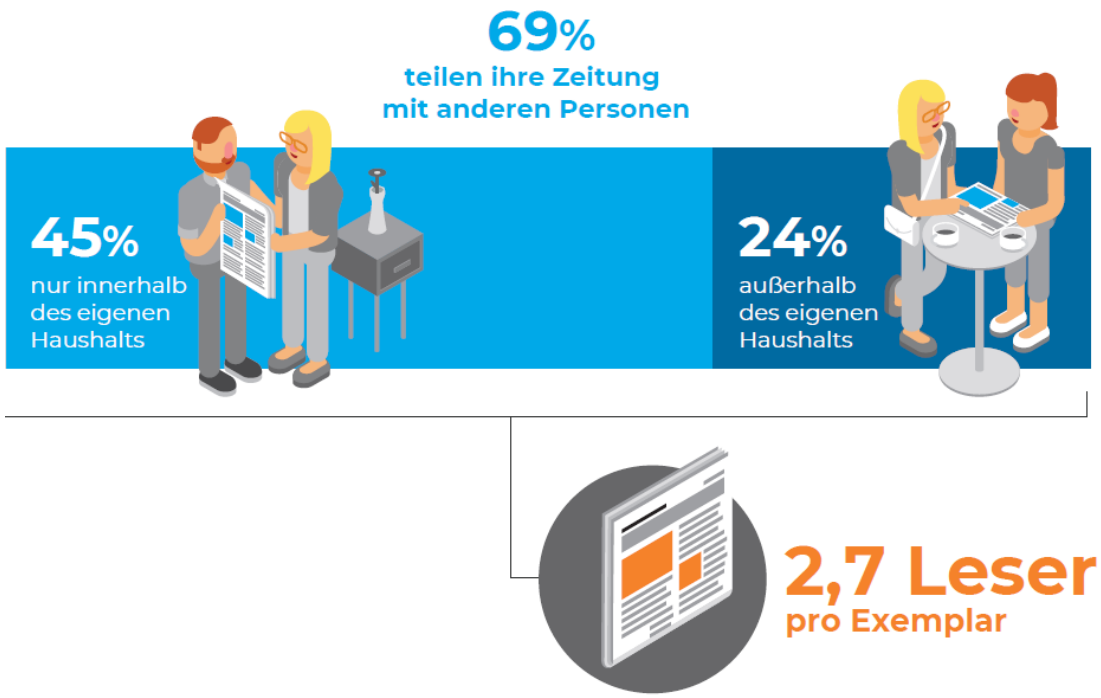
Nettoreichweiten **Print und Digital** in der Woche



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren / LpA/Unique User Desktop, Mobile, Apps pro Woche
Quelle: Best for Planning 2019 I

Mehr als zwei Drittel der Deutschen teilen ihre Zeitung

- **69 Prozent** der Zeitungsleser betrachten ihre Zeitung als „Gemeinschaftsgut“ und **teilen** sie mit anderen Personen
- Dabei überlassen die Deutschen ihre Tageszeitung nicht nur Personen im eigenen Haushalt
    - **Jeder vierte Leser gibt** seine Zeitung auch an **Personen außerhalb** der eigenen vier Wände **weiter**
- Ein **einzelnes Zeitungsexemplar** kommt so auf durchschnittlich **2,7 Leser**
- Das heißt: Hinter **einem Zeitungsexemplar** stecken **mehr als doppelt so viele Leser** und somit mehr als doppelt so viele Kontakte



Basis: WLK Tageszeitungen ab 14 Jahren
Quelle: ZMG Bevölkerungsumfrage 2019 / IVW I 2019 / MA 2019

Zeitungen sind eine feste Größe in der Region

Bei **lokalen Themen** sind die Print- und Onlineausgaben der **lokalen/regionalen Tageszeitungen das Infomedium Nr. 1.**

- 96 Prozent der Befragten hält sie für **glaubwürdig** und als eine **feste Größe in der Region**
- Genauso viele finden, dass die Zeitung **umfassend informiert**
- Zeitungen gelten als **regionales Sprachrohr**

Tageszeitungen sind uns am nächsten

Eigenschaften der regionalen Tageszeitungen

Basis: WLK regionale Tageszeitungen ab 14 Jahren / Trifft voll und ganz/teilweise zu

Quelle: ZMG Bevölkerungsumfrage 2019

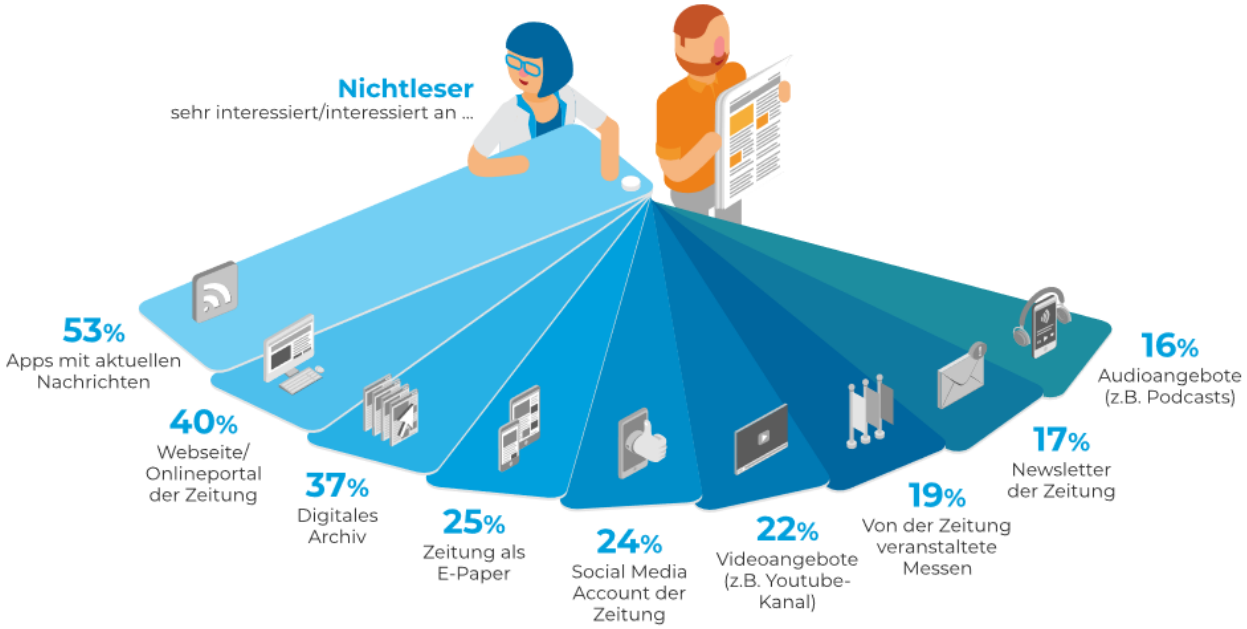
Die Zeitung ist mehr als ihre Printausgabe

Die Zeitung wird auf verschiedensten Arten genutzt

- Als gedruckte Printausgabe
- Als E-Paper Ausgabe
- Als Online-Ausgabe
- Als Mobile-Angebot
- Als App

Digitale Zusatzangebote öffnen **neuen Zielgruppen** die Türe

- Mehr als die Hälfte der bisherigen Nichtleser ist interessiert an Apps mit aktuellen Nachrichten
- 40 Prozent möchten die Webangebote nutzen



Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren, in den letzten 14 Tagen keine Tageszeitung gelesen

Quelle: ZMG Bevölkerungsumfrage 2019

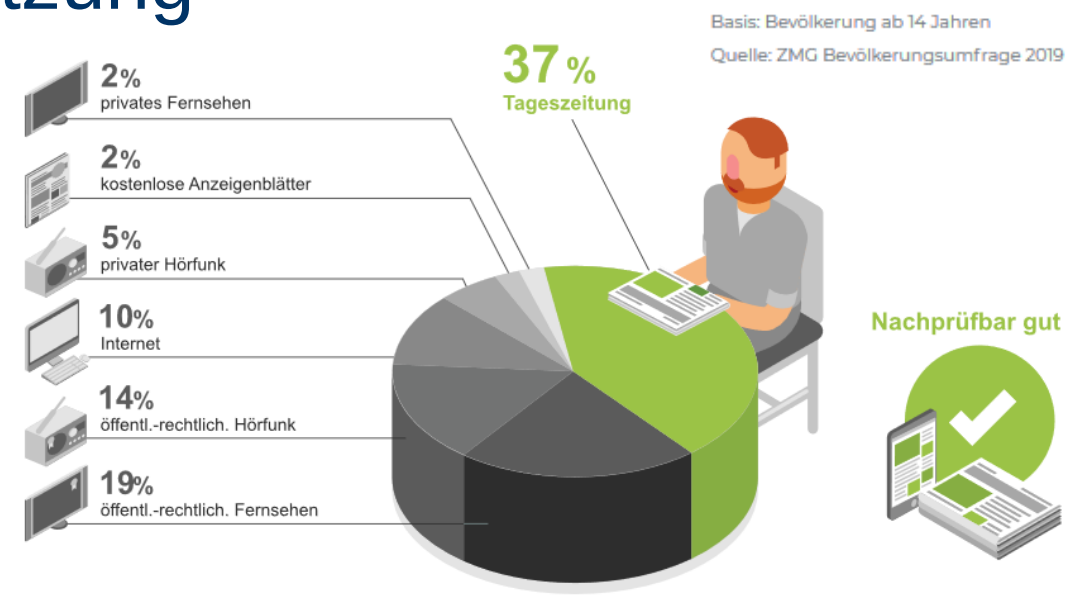
Die Glaubwürdigkeit und intensive Nutzung

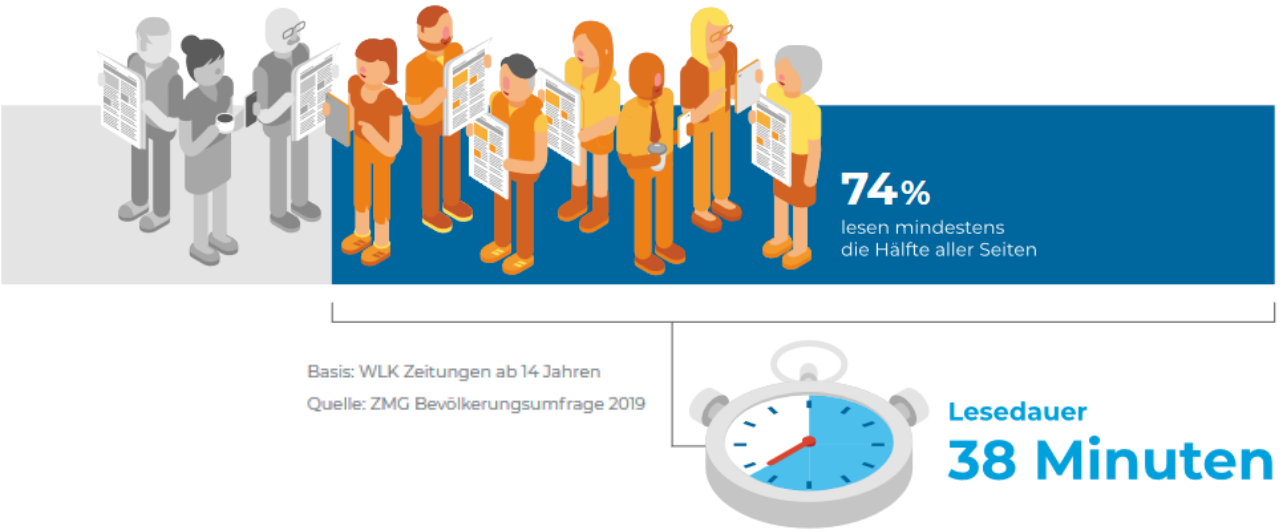
Mehr als ein Drittel der Deutschen hält die Tageszeitung für das **glaubwürdigste Medium** bei lokalen Themen

Die Deutschen nehmen sich gerne Zeit für ihre Tageszeitung

- durchschnittlich 38 Minuten täglich.
- 74 Prozent der Befragten lesen mindestens die Hälfte aller Seiten ihrer Zeitung

Daraus bietet sich eine hohe Beachtungschance für Anzeigen





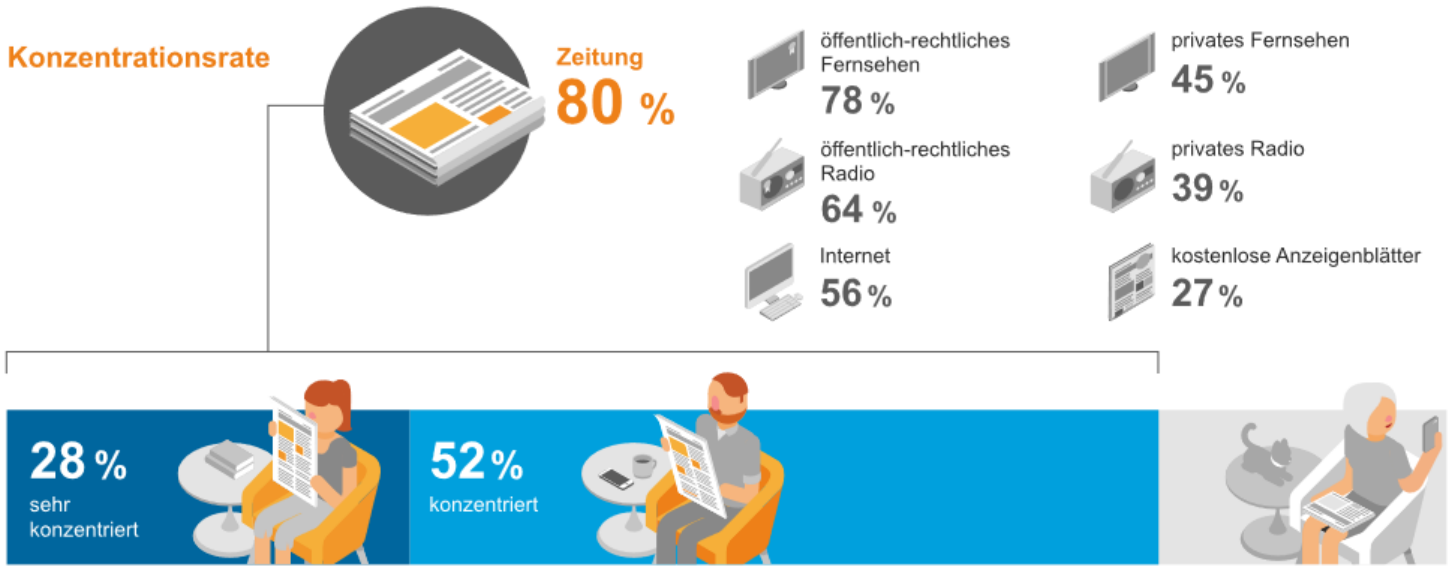
Die hohe Aufmerksamkeit

Die Zeitung **fesselt die Aufmerksamkeit** der Befragten am meisten

- 80 Prozent der Leser lassen sich beim Lesen der Zeitung **nicht ablenken**

Im Vergleich zu den anderen Medien, ist die Leserschaft bei der Zeitung am konzentriertesten

- Die Leser sind ganz bei der Sache



Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren

Quelle: ZMG Bevölkerungsumfrage 2017

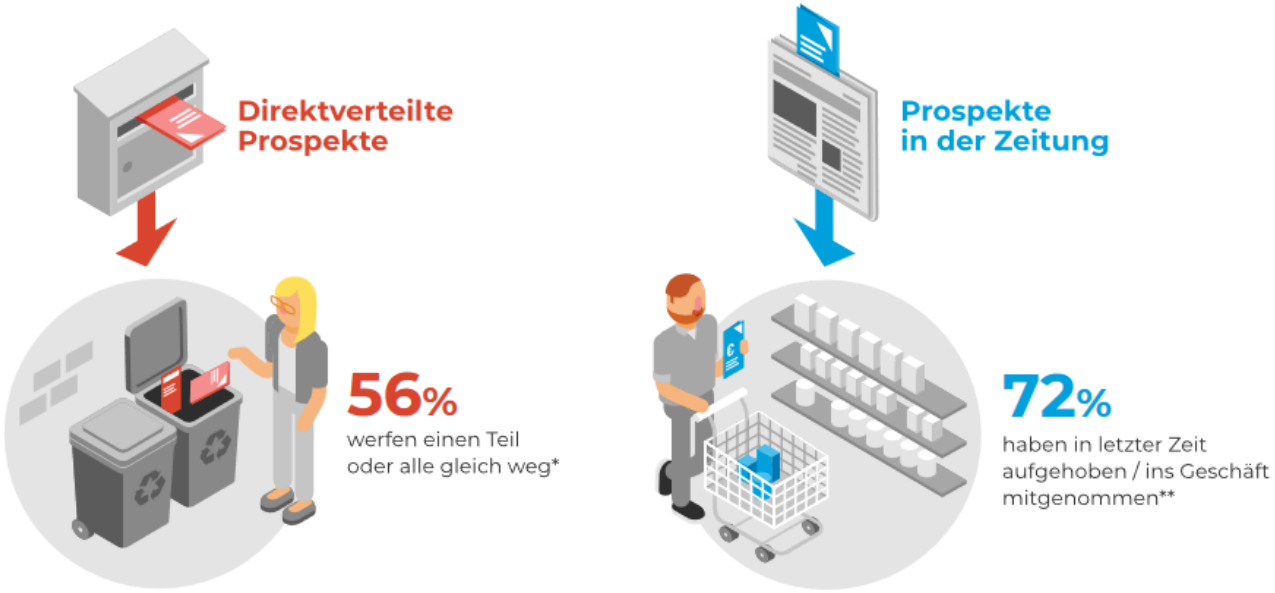
In Zeitungen sind Prospekte relevant

Bundesweit wird Direktwerbung verweigert

- mehr als jeder vierte Haushalt den Einwurf von Direktwerbung.
- Mehr als die Hälfte der Deutschen **entsorgt Direktwerbung umgehend**

Bei der Tageszeitung ist das anders:

- Fast drei Viertel der Leser **heben** die Prospekte **auf** oder
- **nehmen** sie zum Einkauf **mit** ins Geschäft



Basis: *Bevölkerung ab 14 Jahren (n=730) / **WLK Tageszeitungen ab 14 Jahren (n=605)

Quelle: ZMG Bevölkerungsumfrage 2017

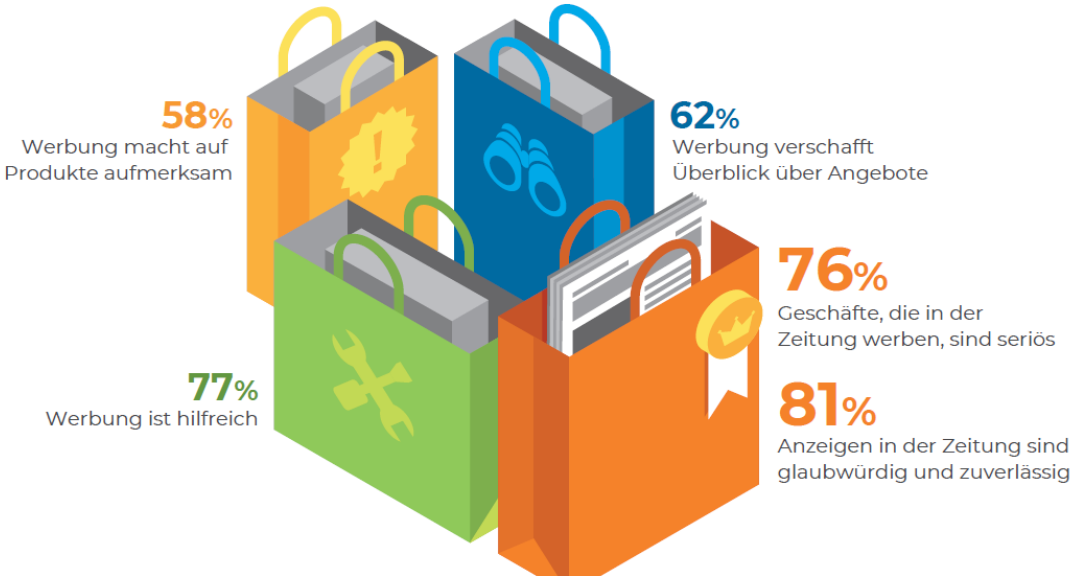
Zeitungsanzeigen werden intensiv wahrgenommen

Zeitungswerbung ist überzeugend:

- 81 Prozent der Konsumenten finden **Zeitungsanzeigen glaubwürdig**
- Gut drei Viertel der Leser halten **Geschäfte**, die in der Zeitung werben, für **seriös**

Die Blickaufzeichnung von Lesern ergab:

- im Schnitt **betrachten** Leser **sieben Sekunden** lang eine Zeitungsanzeige
- **90 Prozent** der Leser beachten die Werbung und **nehmen sie wahr**
- Auch im E-Paper werden Anzeigen so häufig wie in der Zeitung wahrgenommen



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung/WLK Zeitungen ab 14 Jahren / Stimme voll und ganz/teilweise zu
Quelle: ZMG Media Monitor 2019 / Best for Planning 2019 I / ZMG Bevölkerungsumfrage 2019

Basis: Werbekontakte
Quelle: EyeSquare-Benchmarking 2015

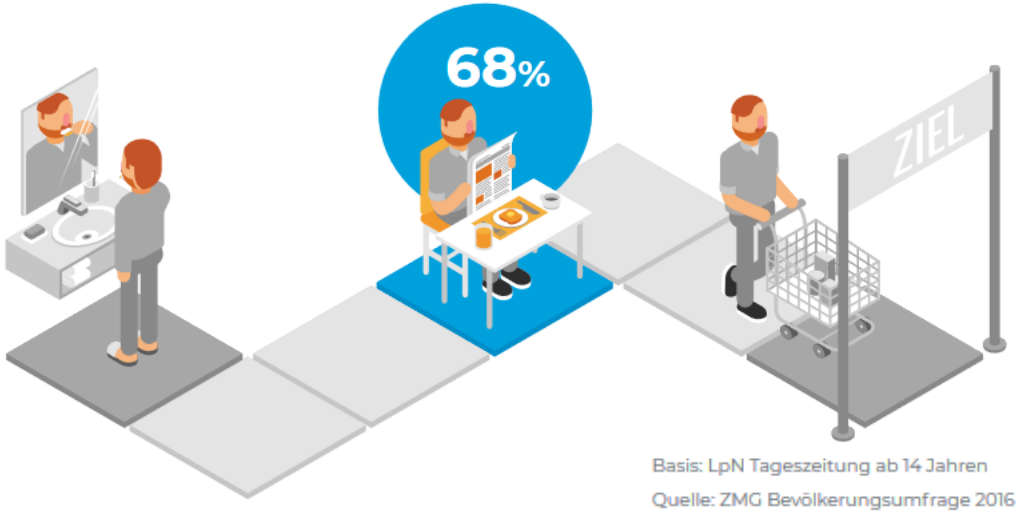
Informationsquelle für den Einkaufszettel

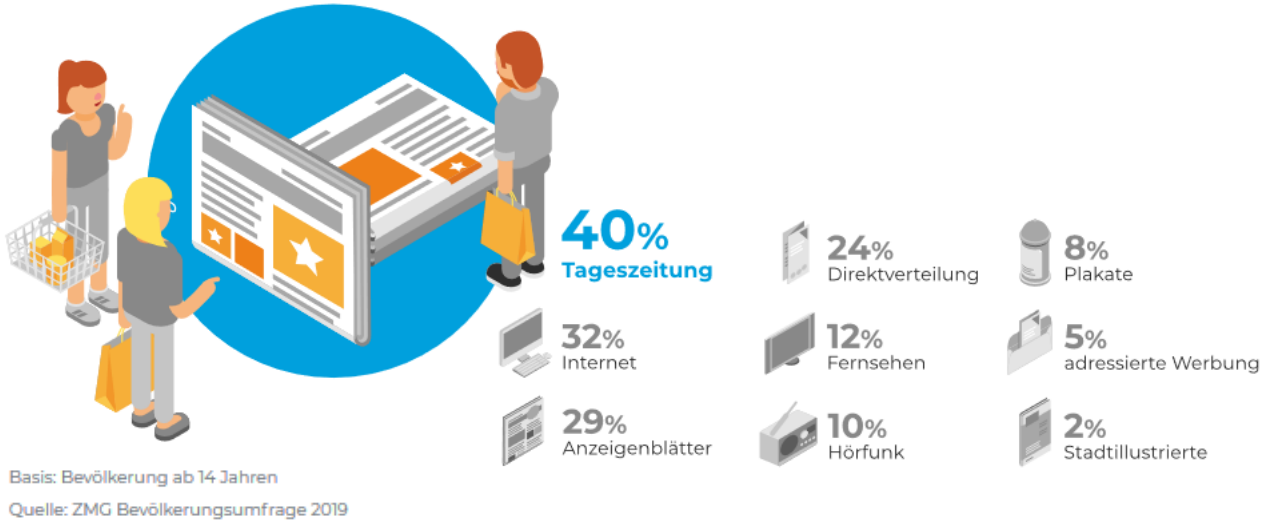
Bei der Schnäppchenjagd ist die Zeitung die erste Adresse

- Es wird ein guter Überblick über die Vielzahl der Angebote geschaffen
- 40 Prozent der Konsumenten **informieren** sich am liebsten durch **Zeitungswerbung über Angebote**

Gut zwei Drittel der Zeitungsleser haben ihr **Blatt gelesen, bevor sie einkaufen** gehen.

Laut Befragung würden **70 Prozent** der Leserschaft **Zeitungswerbung vermissen**, wenn es sie nicht gäbe.





Werbung in Tageszeitung I Erfolgreich kommunizieren

1. Der Nutzen der Zeitung
2. Die Reichweite von Zeitungen
3. Zeitungen werden geteilt
4. Zeitungen sind eine feste Größe in der Region
5. Mehr als nur Print
6. Glaubwürdigkeit und Intensivität
7. Hohe Aufmerksamkeit
8. Relevanz von Prospekten
9. Intensive Wahrnehmung von Anzeigen
10. Informationsquelle für den Einkaufszettel