



# **DIE ROLLE DER ZEITUNG FÜR DIE REGION**

Mai 2019



HEIMAT IST EIN  
EMOTIONALER BEGRIFF

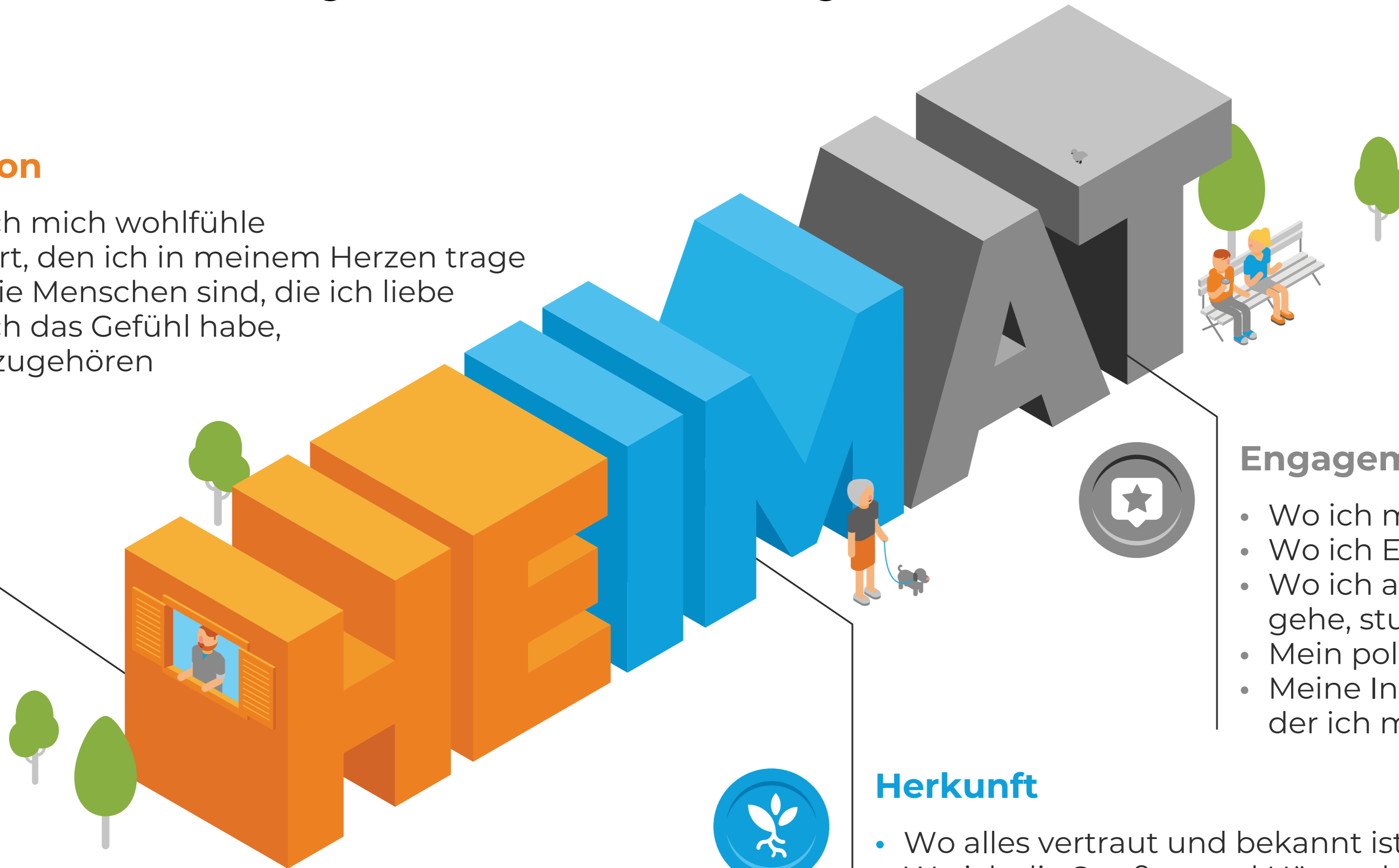
# Heimat: ein facettenreiches Gefühl

90 Prozent können mit dem Begriff Heimat etwas anfangen



## Emotion

- Wo ich mich wohlfühle
- Ein Ort, den ich in meinem Herzen trage
- Wo die Menschen sind, die ich liebe
- Wo ich das Gefühl habe, dazuzugehören



## Engagement

- Wo ich mich aktiv engagiere
- Wo ich Einfluss nehmen kann
- Wo ich arbeite oder zur Schule gehe, studiere
- Mein politisches Umfeld
- Meine Internet-Community, in der ich mich jeden Tag bewege



## Herkunft

- Wo alles vertraut und bekannt ist
- Wo ich die Straßen und Häuser kenne
- Wo meine Sprache/mein Dialekt gesprochen wird
- Wo ich geboren und/oder aufgewachsen bin
- Wo meine Traditionen gepflegt werden

# Die vier Heimattypen

Der Begriff „Heimat“:  
zwischen Emotion, Herkunft und Engagement

**28%**  
Der sozial  
eingebundene  
Kosmopolit



**18%**  
Der  
unzufriedene  
Entwurzelte



**36%**  
Die glückliche  
Eingeborene



**18%**  
Der  
zufriedene  
Lokalaktivist



**Emotion**



**Herkunft**



**Engagement**



# Der sozial eingebundene Kosmopolit

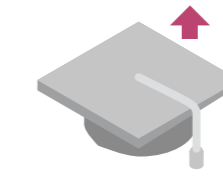
Seine Heimat trägt er in seinem Herzen



- Findet seine Heimat in sich selbst und seinem persönlichen Umfeld
- Kritische Weltsicht
- Globales Denken
- Kosmopolitisch
- Mobiler Intellektueller
- Gutsituierter Großstädter



- Niedersachsen (inkl. Hamburg und Bremen), Nordrhein-Westfalen
- Ab 50 Tsd. Einwohner



- Hohe Bildung



- HHNE: 2.500 € und mehr



- Zugezogener



## Charakteristika

- Teilweise mit dem Wohnort verbunden
- Geringere Zufriedenheit mit der Infrastruktur



## Engagement

- Aktiv
- Mitglied in Kulturverein, politischer Partei und Umweltorganisation
- Politisch engagiert, Teilnahme an Demonstrationen, Bürgerinitiativen und Aktionen für Menschen vor Ort



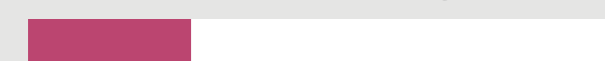
## Information

- Nur selten regionale Information
- Seltene Zeitungsleser
- Kritische Einstellung gegenüber allen Informationskanälen



**28%**

der Heimattypen



# Der unzufriedene Entwurzelte

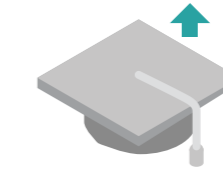
Seine Heimat ist der Ort, wo er herkommt (Geburtsort)



- Findet seine Heimat in seiner Herkunft, in geographischen Strukturen
- Nicht aktiv, nicht interessiert an seinem aktuellen Wohnort
- Anpassung an Notwendigkeit
- Angestellte/Mitarbeiter in kleinen Städten



- Berlin, Schleswig-Holstein, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen-Anhalt
- Unter 50 Tsd. Einwohner



- Hohe Bildung



- HHNE: bis 2.499 €



- Zugezogener



## Charakteristika

- Teilweise mit dem Wohnort verbunden
- Geringere Zufriedenheit mit Lebensqualität und Infrastruktur



## Engagement

- Nicht aktiv
- Keine Mitgliedschaft
- Kein Engagement



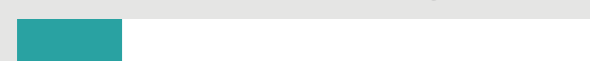
## Information

- Selten oder nie regionale Information
- Seltene Zeitungsleser
- Kritische Einstellung gegenüber allen Informationskanälen



**18%**

der Heimattypen



# Die glückliche Eingeborene

Ihre Heimat ist, wo sie geboren/aufgewachsen ist und heute glücklich lebt



- Findet ihre Heimat in den Menschen und dem Ort, wo sie schon immer lebt
- Etablierte Einheimische
- Verwurzelte Zufriedene
- Der harmonisch-bürgerliche Mainstream
- Ältere Leute in guten Wohngebieten und Umlandgemeinden



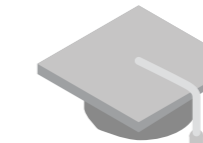
- Überdurchschnittlicher Anteil Frauen



- Rheinland-Pfalz/Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen
- Unter 50 Tsd. Einwohner



- Nicht berufstätig/Rentner



- Mittlere Bildung



- HHNE: 2.500 € und mehr



- Eingeborene/ Einheimische



## Charakteristika

- Sehr stark mit dem Wohnort verbunden
- Sehr hohe Zufriedenheit mit der Lebensqualität und Infrastruktur im Wohnort

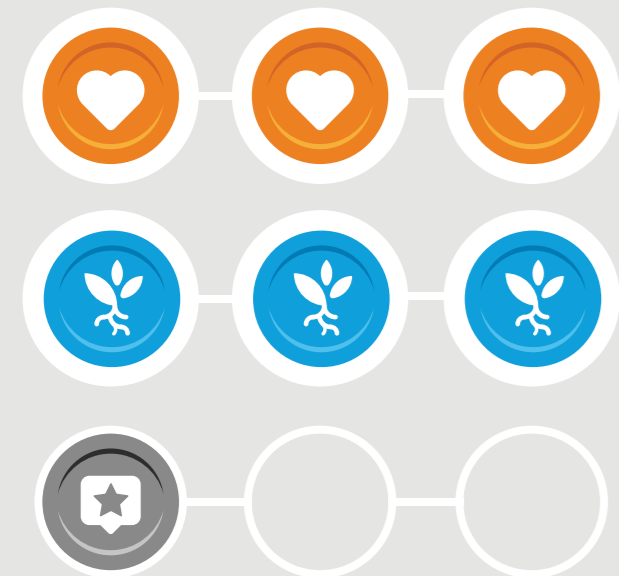


## Engagement

- Wenig aktiv
- Passives Mitglied in Kirchen und religiöser Gemeinschaft

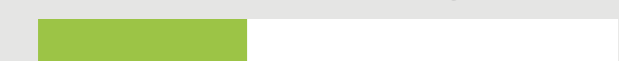
## Information

- Regelmäßige regionale Information
- Kernleser Zeitung
- Voll und ganz vertrauen in Redaktion, Fachleute und eigene Erfahrung/ Erlebnisse



**36%**

der Heimattypen



# Der zufriedene Lokalaktivist

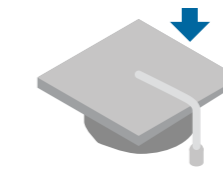
Seine Heimat ist, wo er sich heute engagiert



- Definiert seine Heimat über sein Engagement
- Engagiert-zufriedener Pragmatiker
- Lokaler Macher
- Mittelklasse, die hoch engagiert und aktiv ist



- Überdurchschnittlicher Anteil Männer



- Niedrige und mittlere Bildung



- Rheinland-Pfalz/Saarland, Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern
- Ab 50 Tsd. Einwohner



- HHNE: bis 2.499 €



- Eingeborene/ Einheimische



## Charakteristika

- Sehr stark mit dem Wohnort verbunden
- Sehr hohe Zufriedenheit mit der Lebensqualität und Infrastruktur im Wohnort



## Engagement

- Sehr aktiv
- Mitglied in Sport-, Musik- und Kulturverein, politischer Partei, Gewerkschaft, Umwelt- und Hilfsorganisation
- Politisch und in Schule/Kinder- garten engagiert, Teilnahme an Demonstrationen, Bürgerinitiativen und Aktionen für Menschen vor Ort



## Information

- Regelmäßige regionale Information
- Häufige Zeitungsleser
- Voll und ganz vertrauen in Journalisten, Unternehmen und automatisch generierte Informationen



**18%**

der Heimattypen







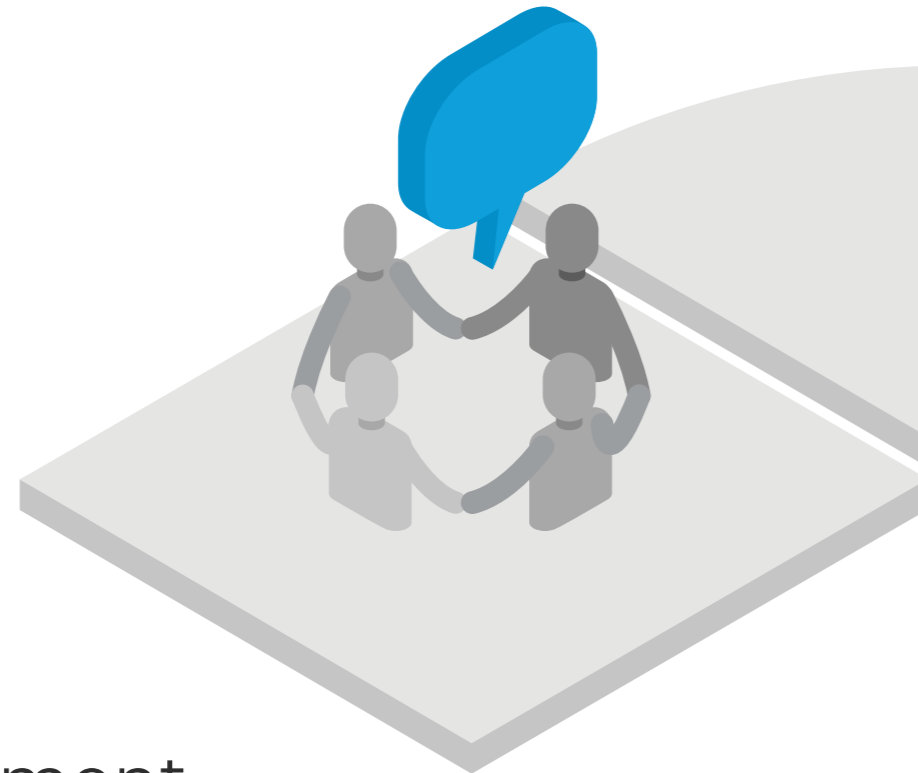
TREIBER VON ZUFRIEDENHEIT  
AM WOHNORT

# Lebensqualität

Die Bewertung der Lebensqualität wird von eher „weichen“ Faktoren bestimmt

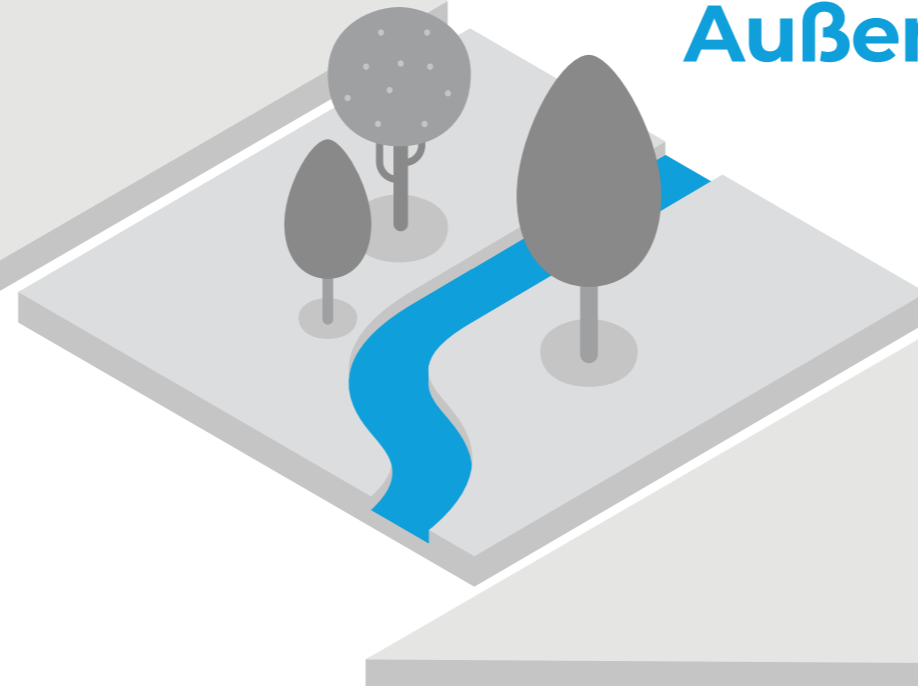
## 22% Kommunales Umfeld

- Verwaltung
- Politik
- Bürgerengagement
- Informationsmedien



## 34% Außenraum

- Wohnungsangebot
- Landschaft
- Öffentlicher Raum
- Umweltsituation
- Sicherheit und Ordnung



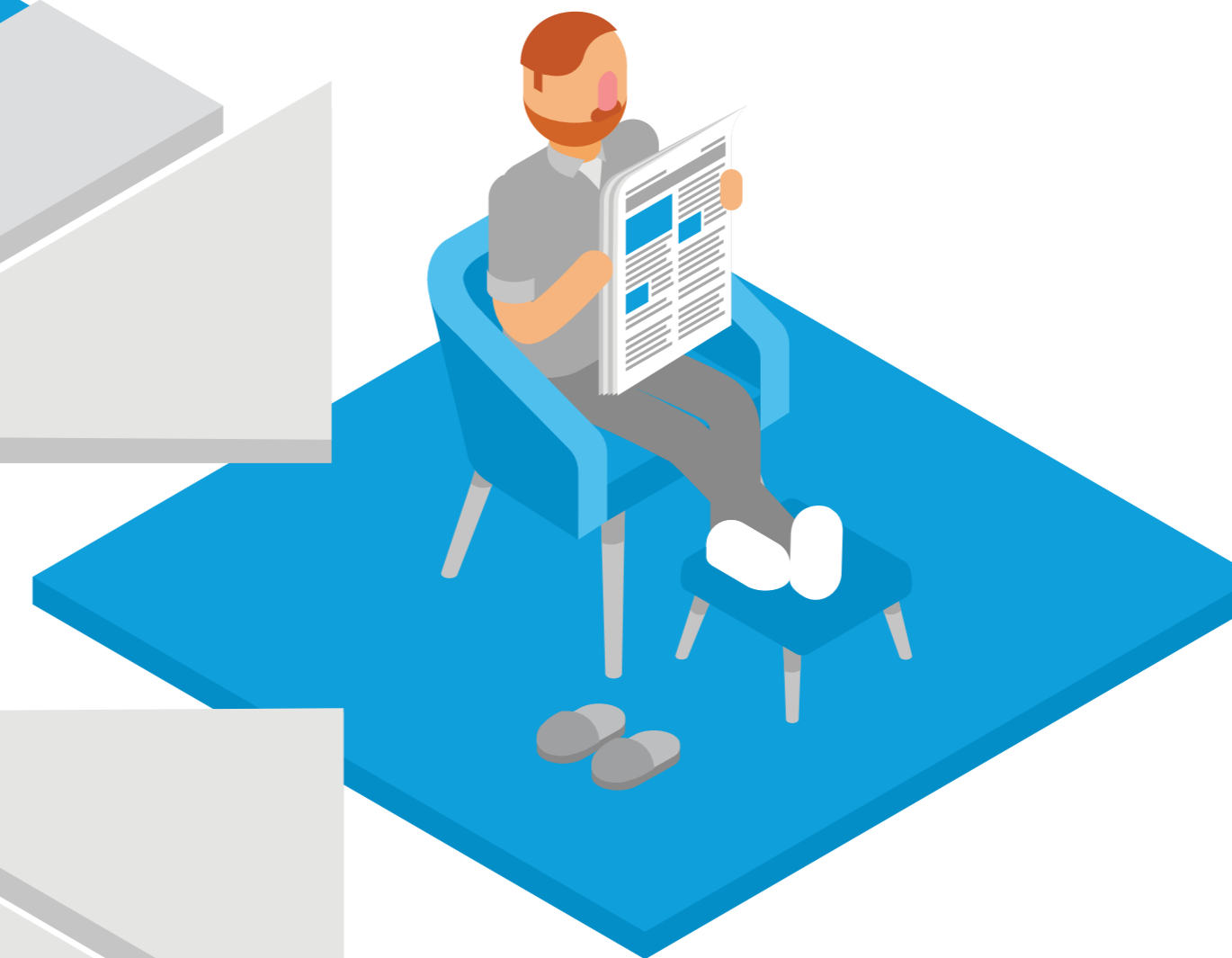
## 16% Individuelles Umfeld

- Mentalität
- Sozialstruktur
- Zusammenhalt



## 28% Innenleben

- Verbundenheit mit Wohnort



Lebensqualität

# Lebensqualität und lokale Angebote

Vier Faktoren bestimmen die Zufriedenheit mit der Infrastruktur des Wohnortes

## 38% Lebensqualität

14-29 Jahre **24%**



50+ Jahre **48%**



Land **47%**

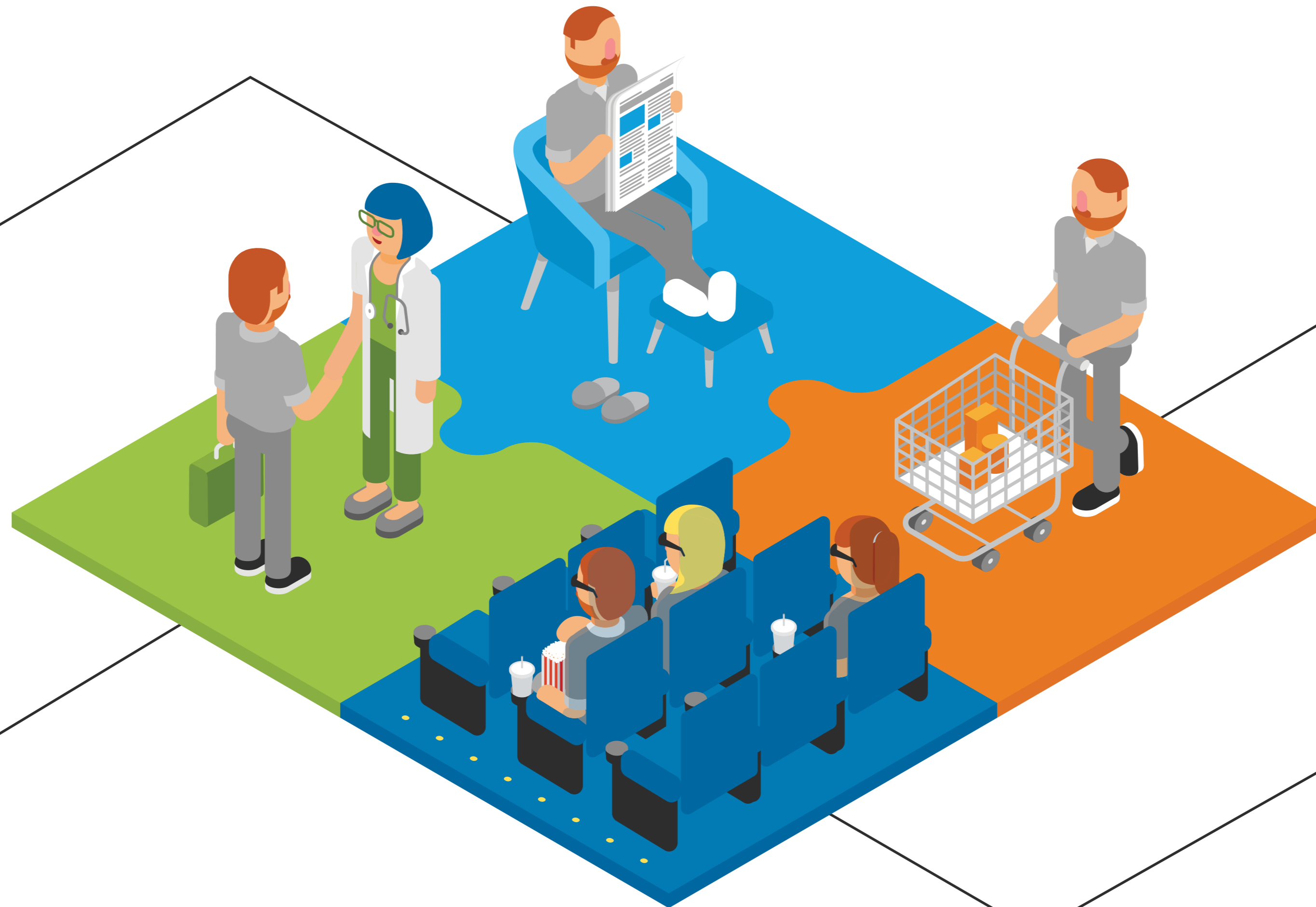


## 12% Arbeit & Soziales

14-29 Jahre **18%**



- Bildungsangebote
- Arbeitsmarkt
- Medizinische Versorgung



## 25% Konsum

- Einkaufsmöglichkeiten
- Täglicher Bedarf
- Größere Anschaffungen
- Einkaufsatmosphäre

## 25% Freizeit & Verkehr

14-29 Jahre **33%**



50+ Jahre **16%**



Land **18%**



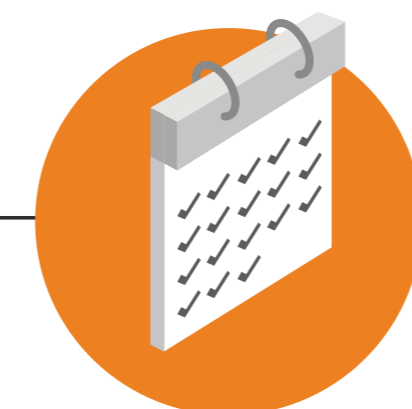
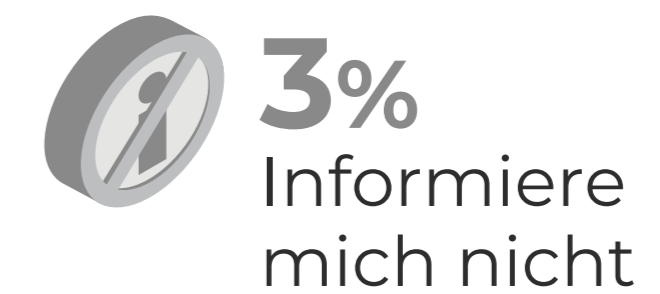
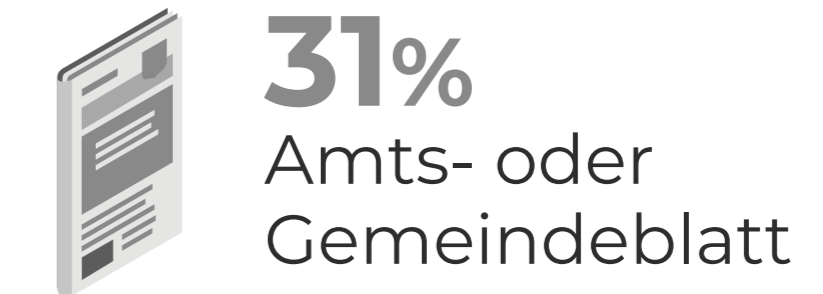
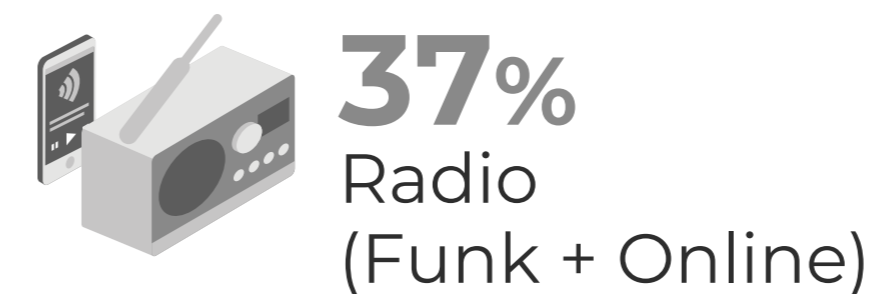
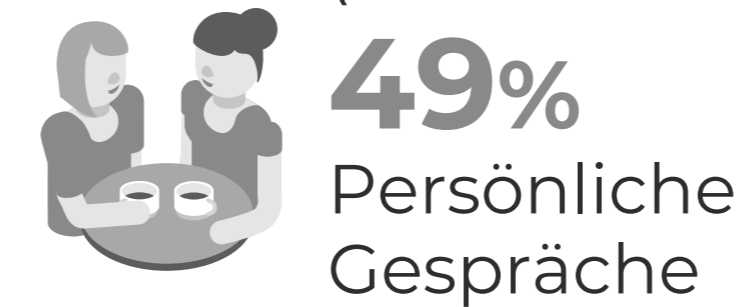
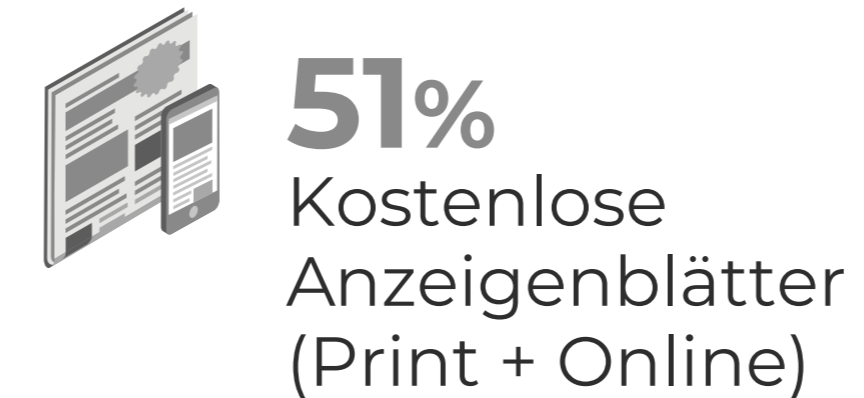
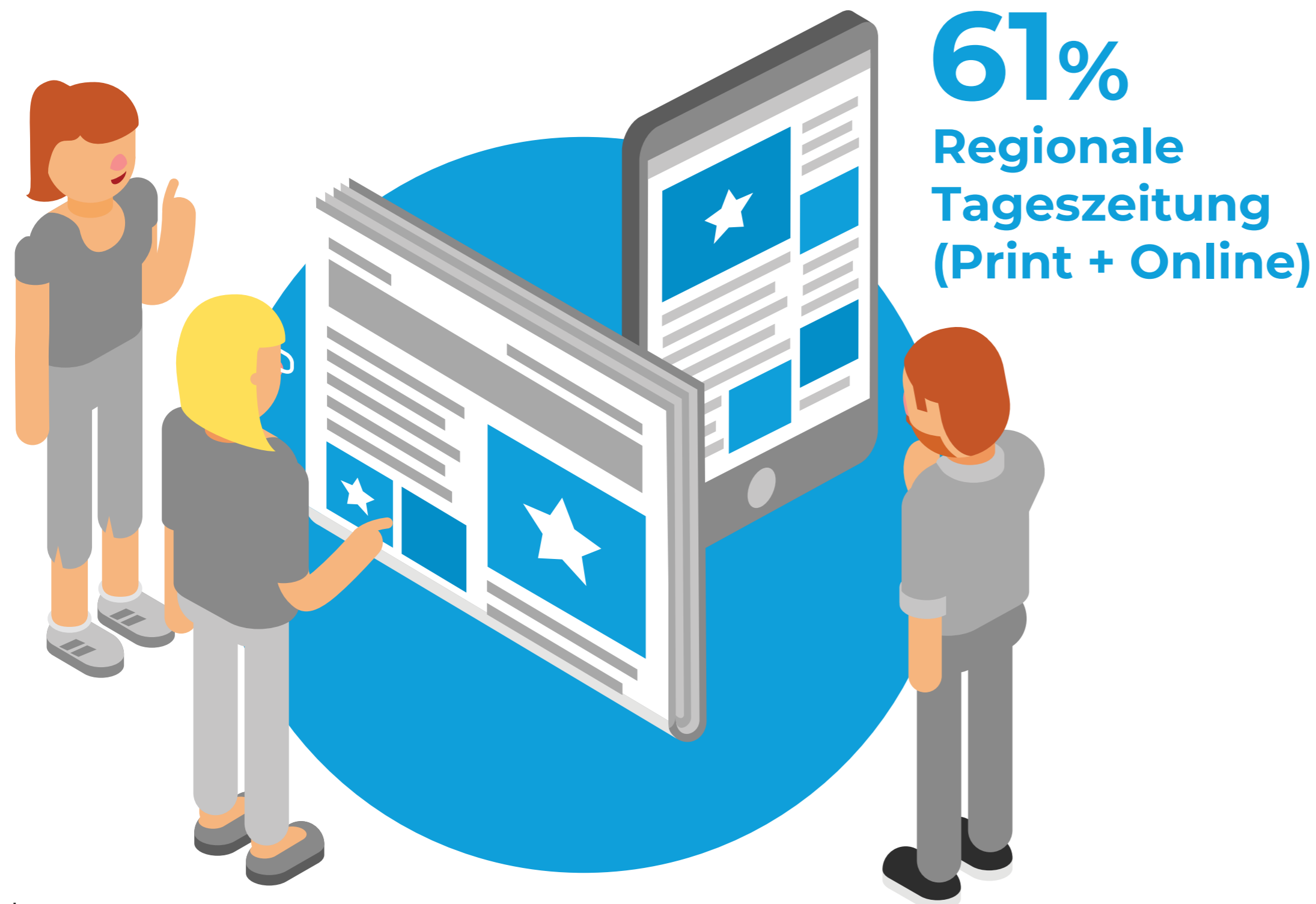
- Nahverkehr
- Verkehrsanbindung
- Freizeitangebote
- Kulturelle Angebote



REGIONALE  
INFORMATIONEN

# Nutzung regionaler Informationsmedien

Wo informieren Sie sich über das Geschehen an Ihrem Wohnort oder in der näheren Umgebung? (Mehrfachnennung möglich)



**62%**  
informieren sich immer/häufig  
über regionales Geschehen

# Gut Informierte nutzen die Zeitung

Wie gut fühlen Sie sich ganz persönlich über Ereignisse und das Geschehen hier in Ihrem Wohnort oder in der näheren Umgebung informiert? (Mehrfachnennung möglich)



**69%**  
Zeitung  
(Print + Online)



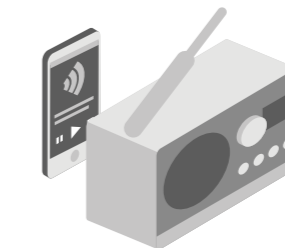
**56%**  
Anzeigenblatt  
(Print + Online)



**56%**  
Andere  
Internetangebote



**55%**  
Persönliche  
Gespräche



**41%**  
Radio  
(Funk + Online)



**37%**  
Amts- oder  
Gemeindeblatt



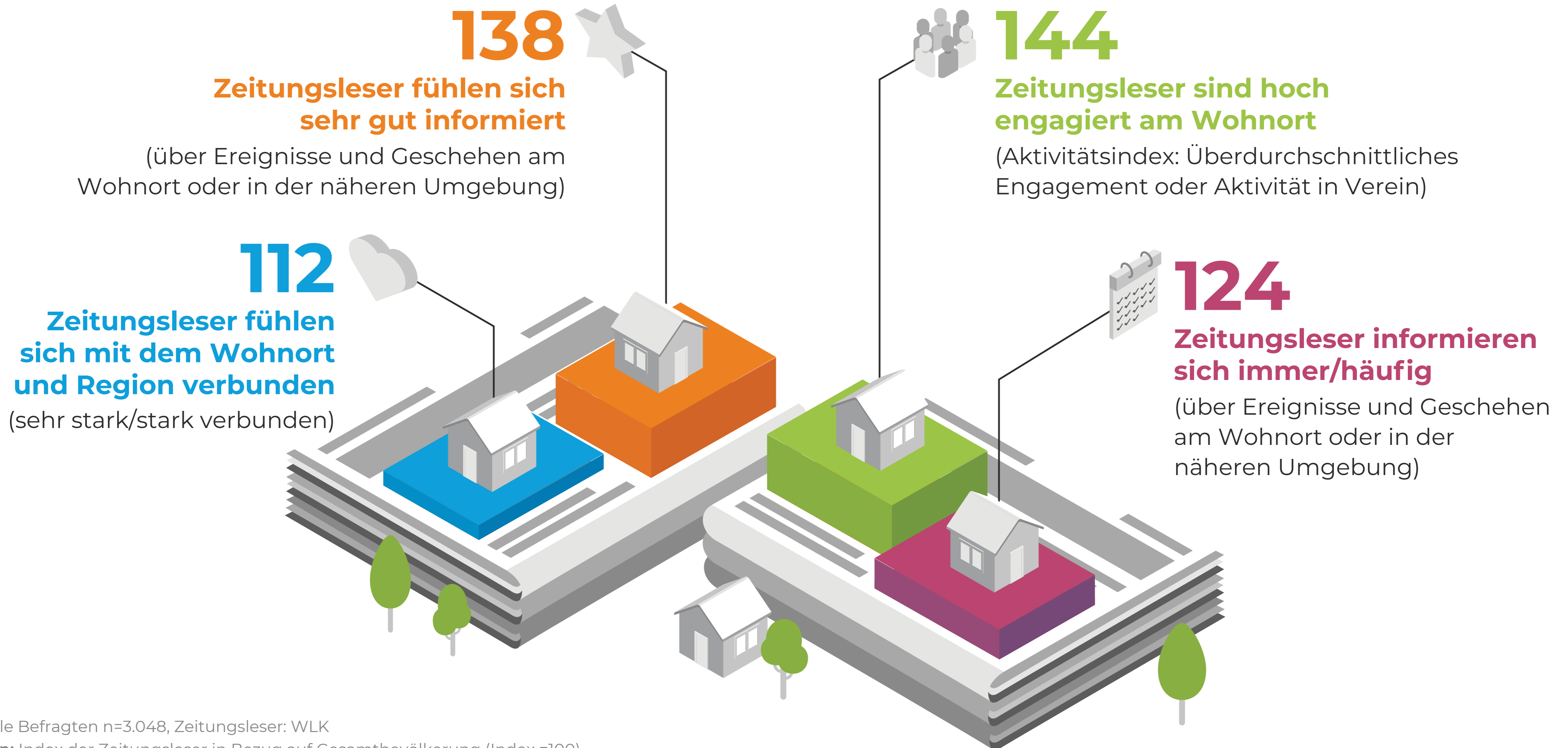
**35%**  
Regionalfernsehen  
(Funk + Online)



**30%**  
Stadtmagazine/  
Szeneblätter

# Regionale Verbundenheit mit der Zeitung

Vergleich Bevölkerung (Index = 100) und Zeitungsläser



Basis: alle Befragten n=3.048, Zeitungsläser: WLK

Angaben: Index der Zeitungsläser in Bezug auf Gesamtbevölkerung (Index =100)

# Die Zeitung ist in der Region unverzichtbar

Hier finden Sie einige Aussagen zur Rolle der Zeitung in Ihrem Wohnort oder in Ihrer Gegend. Wie sehr stimmen Sie den Aussagen zu? Die regionale Tageszeitung hier am Ort...

