



Zeitungsfacetten 2023

August 2023

Studiensteckbrief

Teil 1

Methode	Repräsentative Online-Befragung
Zielgruppe	Erwachsene 15-69 Jahre
Stichprobe	n=5.510
Befragungszeitraum	24.11.2022 – 06.12.2022

Teil 2

Methode	Quantitative Online-Befragung
Zielgruppe	Nutzer*innen von Newssites, 18-69 Jahre
Stichprobe	n=2.037
Befragungszeitraum	09.12.2022 – 04.01.2023
Dienstleister	Annalect

Bild: Pexels



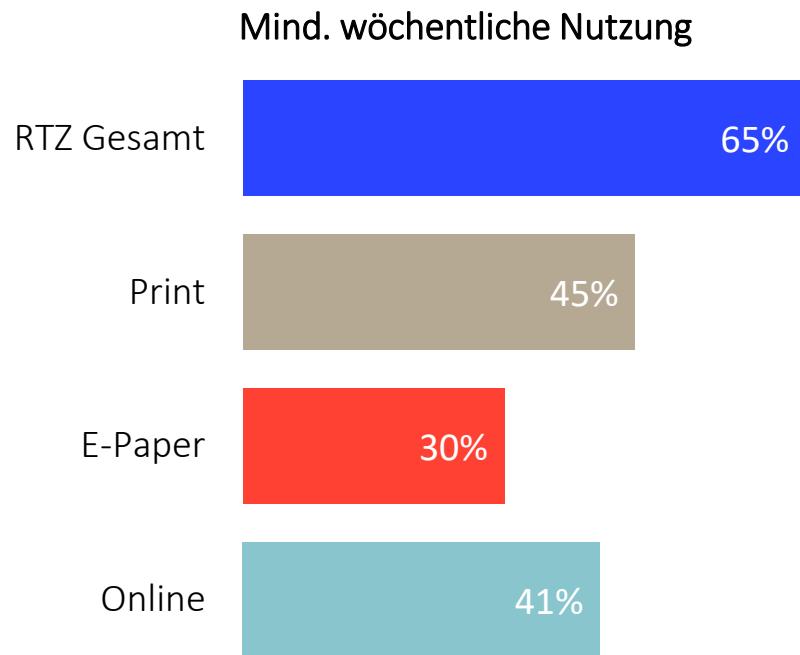
Agenda

Zeitungsnutzung

Consent Banner

Nachhaltigkeit

Nutzung regionaler Tageszeitung: Digital bald gleichauf mit Print



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

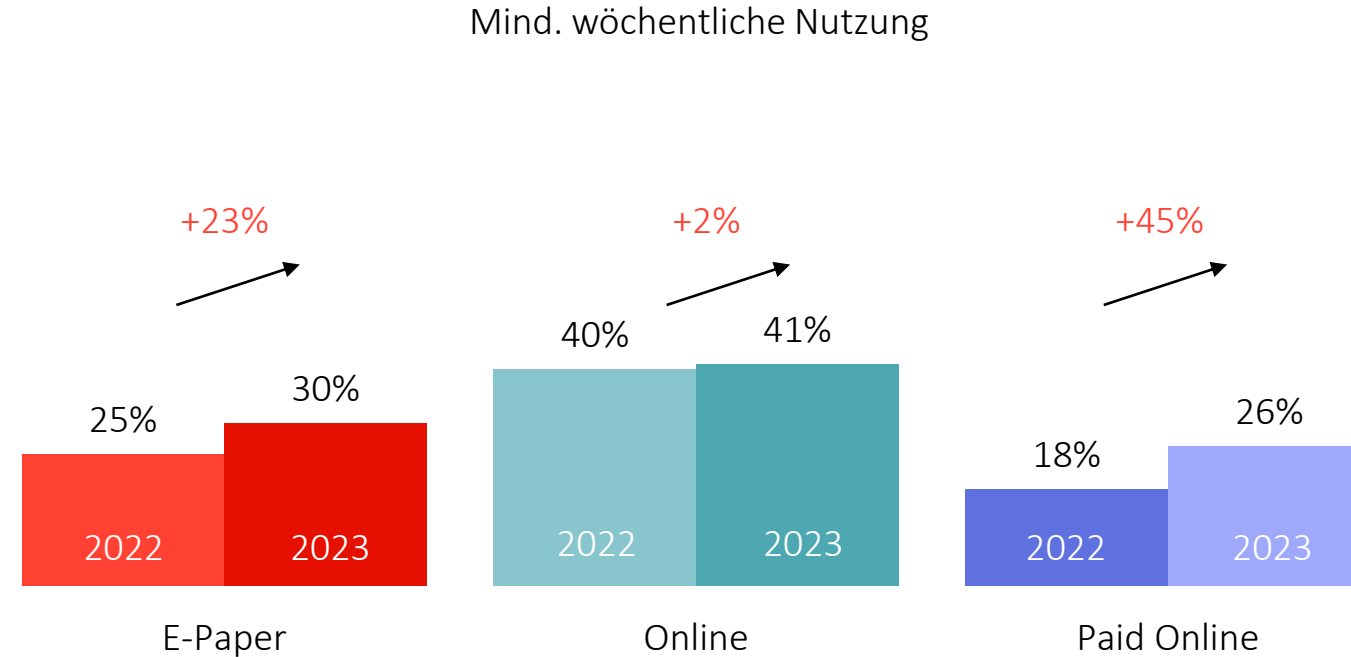
Teil 1: Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote einer regionalen Tageszeitung?

Basis: Gesamt n=5.510

Bild: Pexels



Paid Online wächst am stärksten



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 1: Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote einer regionalen Tageszeitung?

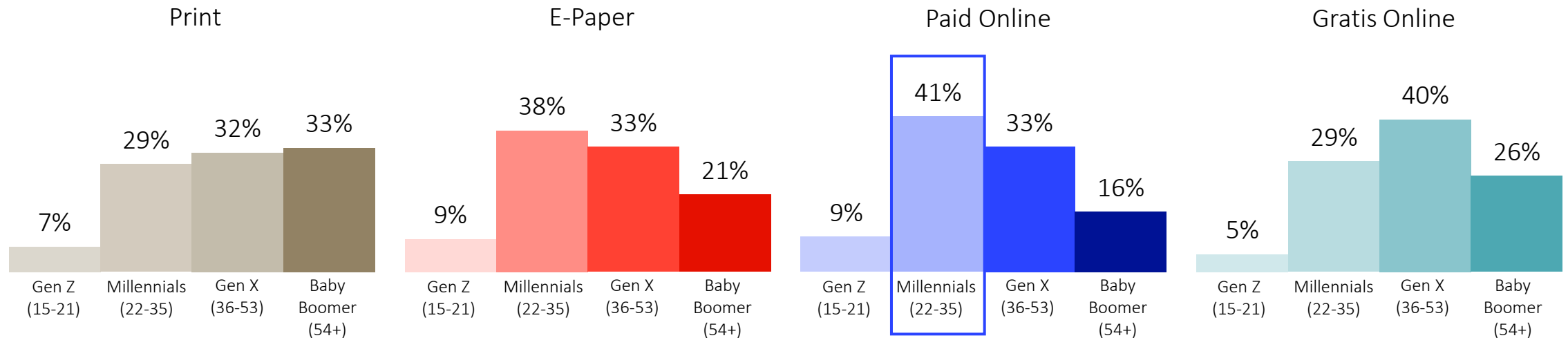
Basis: Gesamt 2022 n=5.406; 2023 n=5.510

59% der Leser*innen ist bewusst,
dass guter Journalismus auch
online seinen Preis hat.

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.
Frage: Aus welchen Gründen bezahlen Sie für die Online-Nutzung Ihrer regionalen Tageszeitung? Top-2-Box auf 5er-Skala
Basis: mind. wöchentliche Nutzung Paid Online n=1.440
Bild: Pexels

Die Nutzung von bezahlten Online-Angeboten ist bei Millennials am höchsten

Mind. wöchentliche Nutzung



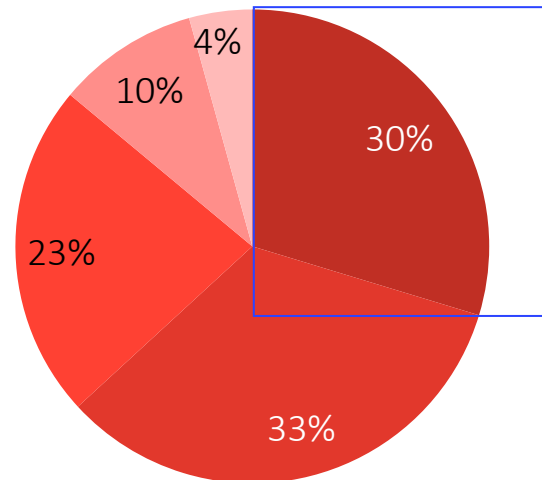
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 1: Frage: Wie häufig nutzen Sie die folgenden Angebote einer regionalen Tageszeitung?

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Print n=2.499; E-Paper n=1.665; Paid Online n=1.440; Gratis Online n=835

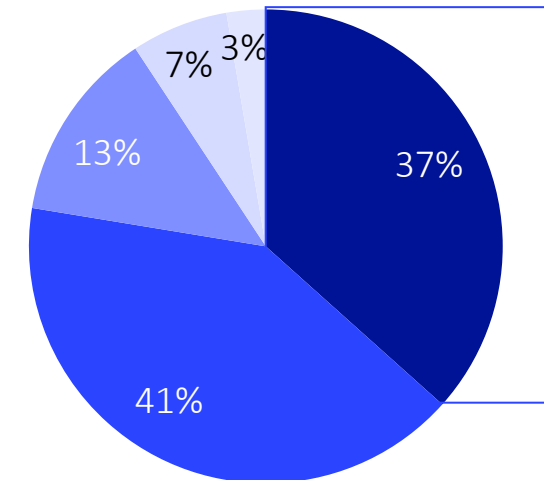
Die gemeinsame Nutzung von digitalen Inhalten schafft hohe Reichweiten

E-Paper-Abonent*innen pro Login



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

Paid Online-Abonent*innen pro Login



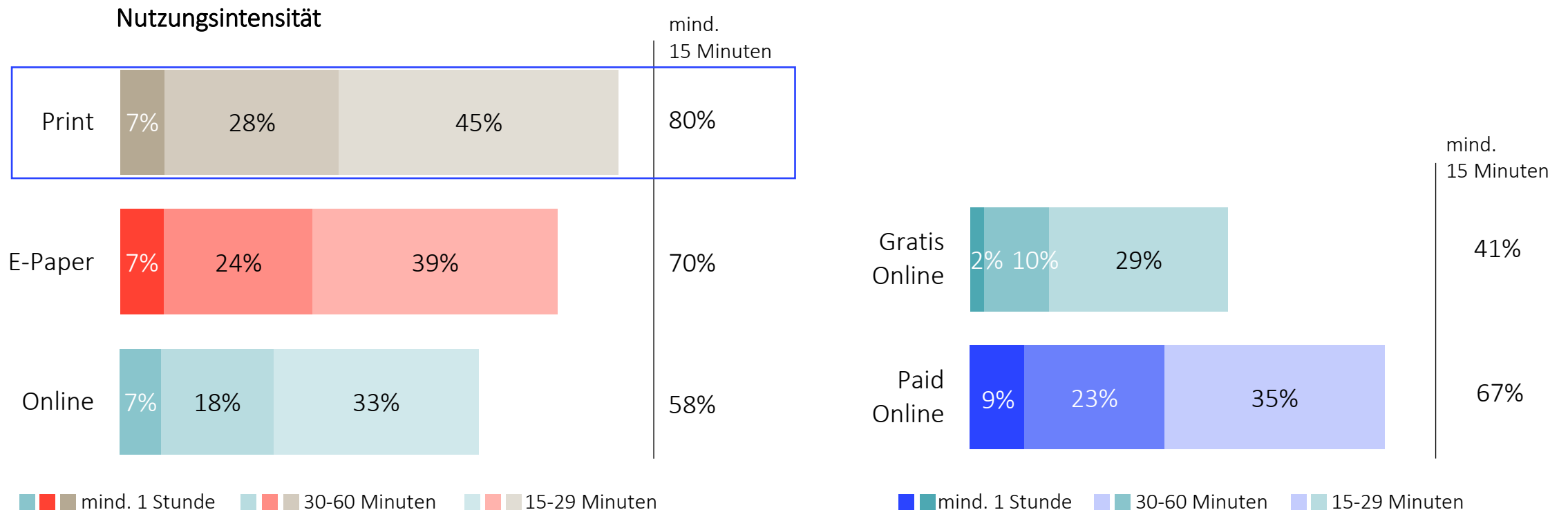
■ Nutze nur ich
 ■ 1 weitere Person
 ■ 2 weitere Personen
■ 3 weitere Personen
 ■ 4+ weitere Personen

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 1: Fragen: Wie viele weitere Personen nutzen das von Ihnen genutzte E-Paper mit? Wie viele Personen teilen sich die Login-Daten des von Ihnen genutzten Online-Angebots der regionalen Tageszeitung?

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Paid Online im Abo n= 1.013; E-Paper im Abo n=953

Print wird intensiv genutzt, doch auch mit der digitalen regionalen Tageszeitung wird viel Zeit verbracht



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 1: 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=2.499; E-Paper n=1.665; Online n=2.275; Paid Online n=1.440; Gratis Online n=835

Fokus Paid Online

73% der Paid Online-Leser*innen nutzen die digitalen Newsangebote (der regionalen Tageszeitungen), um Zugang zu häufig aktualisierten Informationen zu erhalten.

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

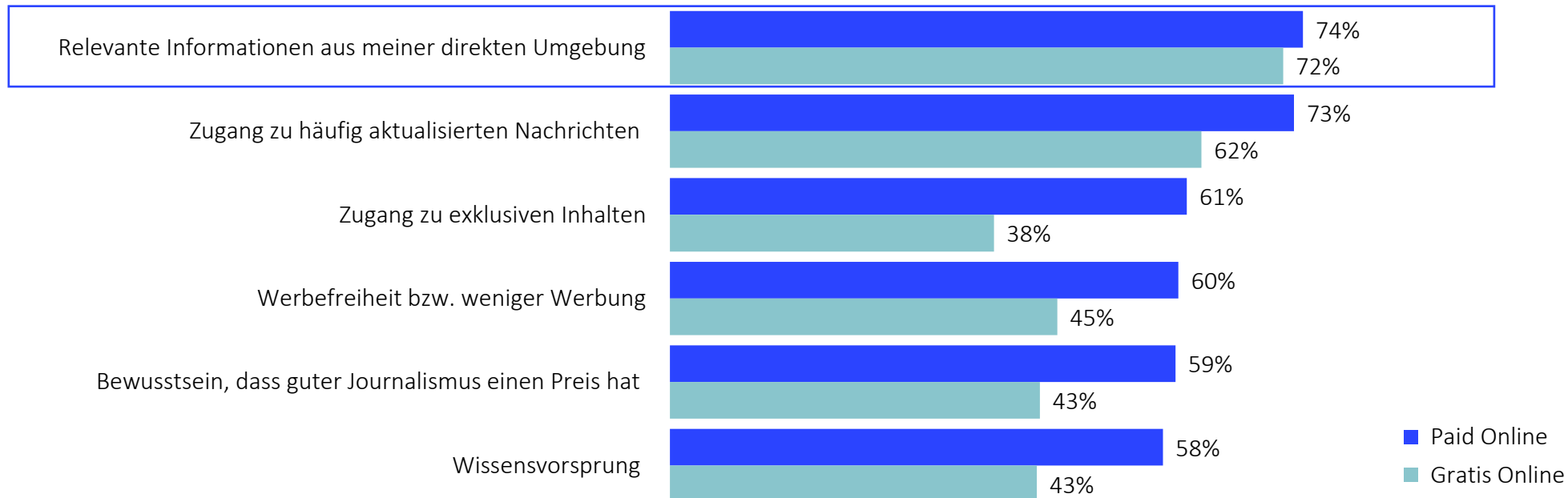
Teil 1: Frage: Aus welchen Gründen bezahlen Sie für die Online-Nutzung Ihrer regionalen Tageszeitung? Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Paid Online n=1.440

Bild: Pexels

Regionalität und Aktualität erhöhen die Zahlungsbereitschaft für Online-Inhalte

Gründe für die Zahlungsbereitschaft



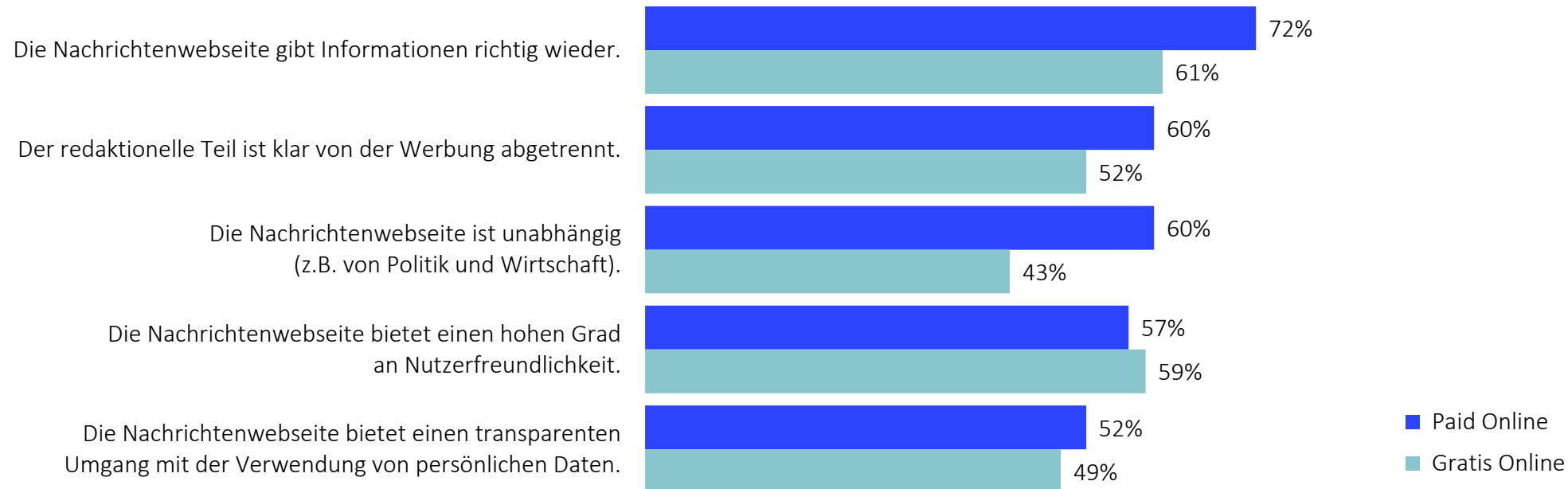
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 1: Frage: Aus welchen Gründen bezahlen Sie für die Online-Nutzung Ihrer regionalen Tageszeitung? Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: mind. wöchentliche Nutzung Paid Online n=1.440; Gratis Online n=835

Paid Online wird gegenüber kostenlosen Online-Inhalten als journalistisch unabhängiger beurteilt

Bewertung von Newssites



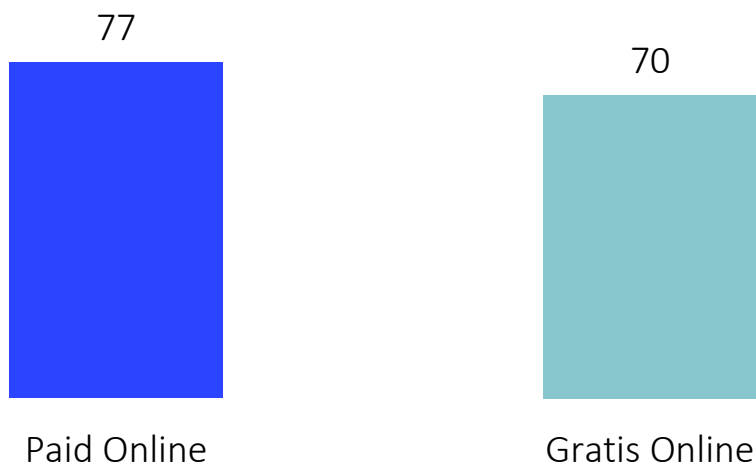
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 2: Frage: Wenn Sie einmal an [Titel] denken. Wie schätzen Sie die Berichterstattung anhand der folgenden Kriterien ein? Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: Nutzer*innen RTZ Paid Online n=193; RTZ Gratis Online n=207

Damit einher geht ein sehr hohes Vertrauen in kostenpflichtige regionale Newssites...

Vertrauen in regionale Newssites (Mittelwert 1-100)



Was bedeutet Vertrauen?

- 78% Korrekte Berichterstattung (keine Fake-News)
- 74% Umfassende/umfangreiche Berichterstattung
- 73% Gut recherchierte Informationen durch kompetente Journalist*innen

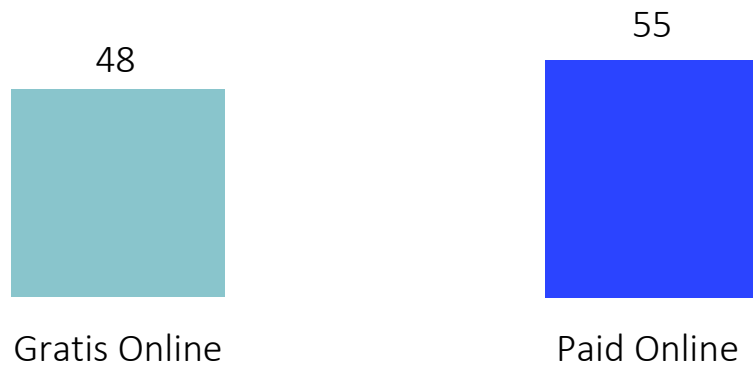
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 2: Fragen: Wie sehr vertrauen Sie der Nachrichtenwebseite [Titel]? Was verstehen Sie persönlich unter „Vertrauen“ in Verbindung mit Nachrichtenwebseiten? Top-1-Box auf 5er-Skala

Basis: Nutzer*innen RTZ Paid Online n=193; RTZ Gratis Online n=207

...was zu mehr Vertrauen in Werbung führt

Vertrauen in Werbung auf Newssites (Mittelwert 1-100)



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.
Teil 2: Frage: Wie sehr vertrauen Sie der Werbung auf [Titel] insgesamt?
Basis: Nutzer*innen RTZ Paid Online n=193; RTZ Gratis Online n=207
Bild: Pexels



Werbung wird von Paid Online-Nutzer*innen besser bewertet...



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 2. Frage: Wenn Sie an [Titel] denken: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Semantisches Differenzial, 11er-Skala)

Basis: Nutzer*innen RTZ Paid Online n=193; RTZ Gratis Online n=207

...und aktiviert deutlich stärker

Die Werbung...



11,0 10,0 9,0 8,0 7,0 6,0 5,0 4,0 3,0 2,0 1,0

...bietet mir **keinen Mehrwert**.

...bietet mir einen **Mehrwert**.

...führt **nicht** dazu, dass ich mich weiter über die Produkte **informiere**.

...führt dazu, dass ich mich **weiter** über die Produkte **informiere**.

...führt **nicht** dazu, dass ich die Seite der Marke im Internet besuche.

...führt **dazu**, dass ich die Seite der Marke im **Internet besuche**.

...führt **nicht** dazu, dass ich Produkte beim nächsten Kauf in die **engere Wahl** ziehe.

...führt dazu, dass ich Produkte beim **nächsten Kauf** in die **engere Wahl** ziehe.

...führt **nicht dazu**, dass ich Produkte **kaufe**.

...führt **dazu**, dass ich Produkte **kaufe**.

—●— Gratis Online —●— Paid Online

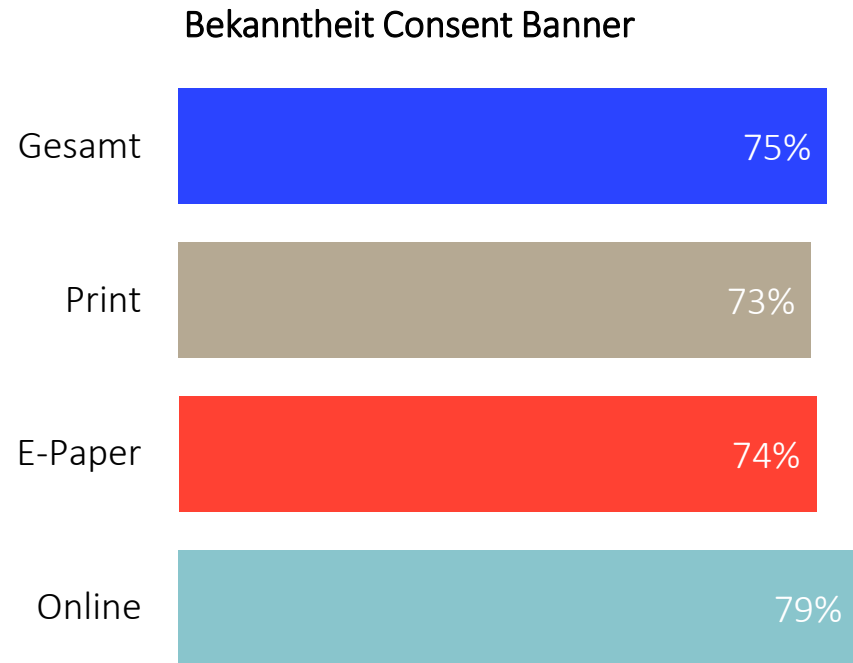
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 2. Frage: Wenn Sie an [Titel] denken: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Semantisches Differenzial, 11er-Skala)

Basis: Nutzer*innen RTZ Paid Online n=193; RTZ Gratis Online n=207

Consent Banner und ihr Einfluss auf die Online-Nutzung

Consent Banner sind allgemein bekannt



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 1: Frage: Haben Sie diese Banner so oder so ähnlich schon einmal bei der Nutzung von Webseiten gesehen?

Basis: Gesamt n=5.510, mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=3.587; Print n=2.499; E-Paper n=1.665; Online n=2.275

Bild: Unsplash



79%

der Online-Leser*innen versuchen,
Consent Banner möglichst **schnell**
wegzuklicken.

56%

der Online-Leser*innen **überlegen**
genau, welchen **Privatsphäre-/**
Cookie-Einstellungen sie **zustimmen**
möchten.

31%

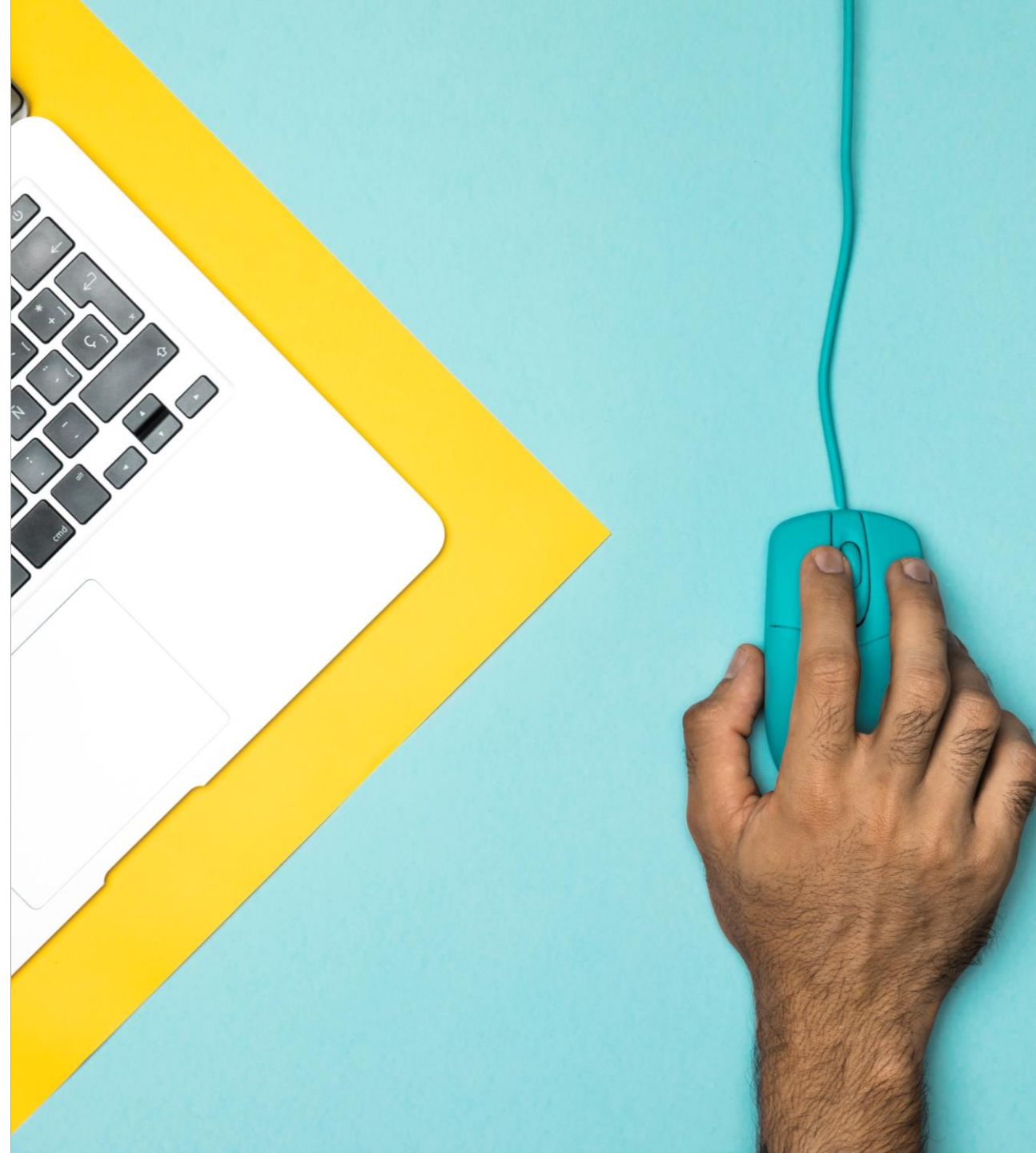
der Online-Leser*innen **lesen** die
Privatsphäre-/Cookie-Einstellungen
durch.

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 1: Frage: Wenn Sie ganz allgemein an Webseiten denken, wie gehen Sie mit Consent Bannern um? Top-2-Box auf 4er-Skala

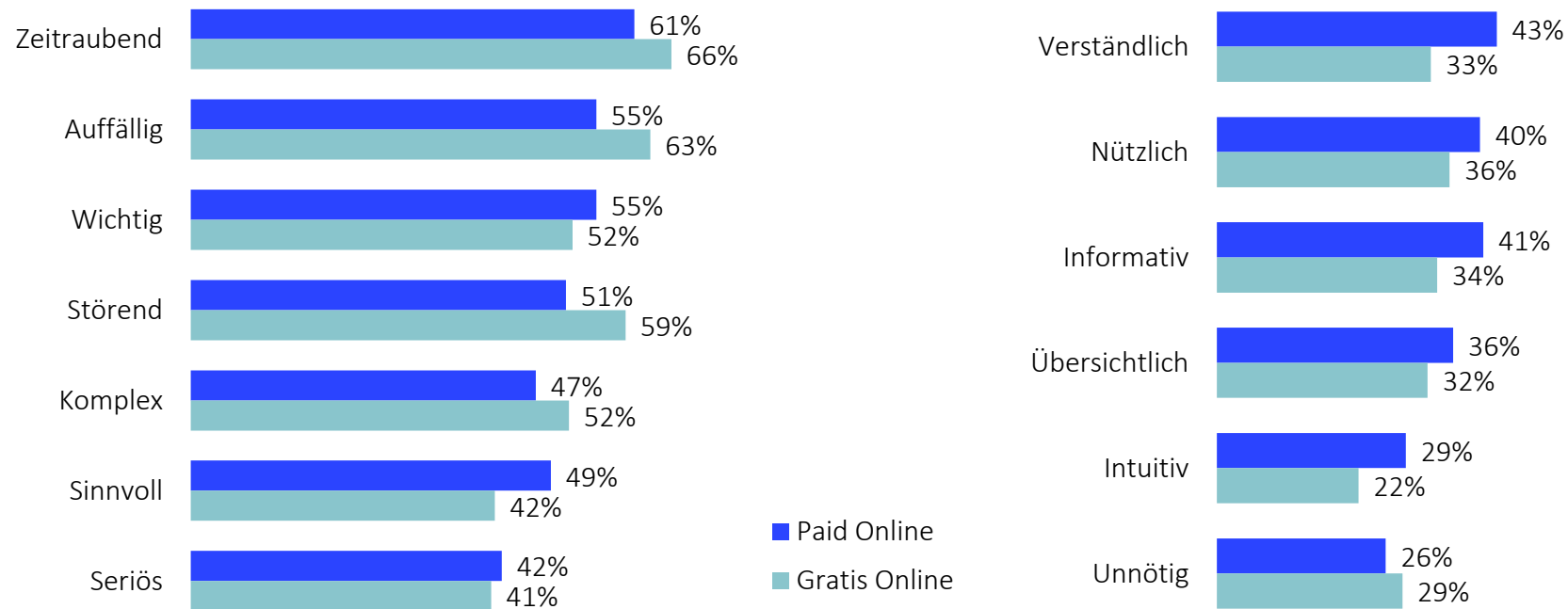
Basis: Consent Banner bekannt und mind. wöchentliche Nutzung Online n=1.788

Bild: Pexels



Paid Onliner*innen bewerten Consent Banner als sinnvoller und informativer

Bewertung Consent Banner



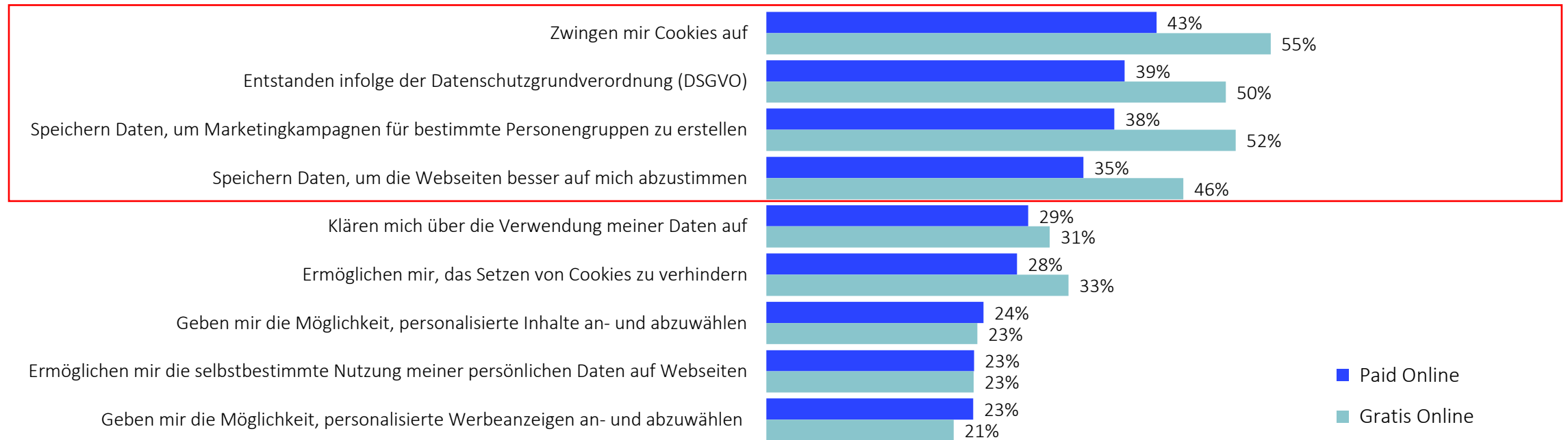
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 2: Frage: Hier sehen Sie zwei Beispiele für Datenschutzabfragen (Consent Banner) auf Nachrichtenwebseiten. Wie bewerten Sie solche Datenschutzabfragen ganz allgemein? Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: Nutzer*innen RTZ Paid Online n=193; RTZ Gratis Online n=207

Gratis Nutzer*innen glauben häufiger, dass Consent Banner Cookies aufzwingen

Bewertung Consent Banner



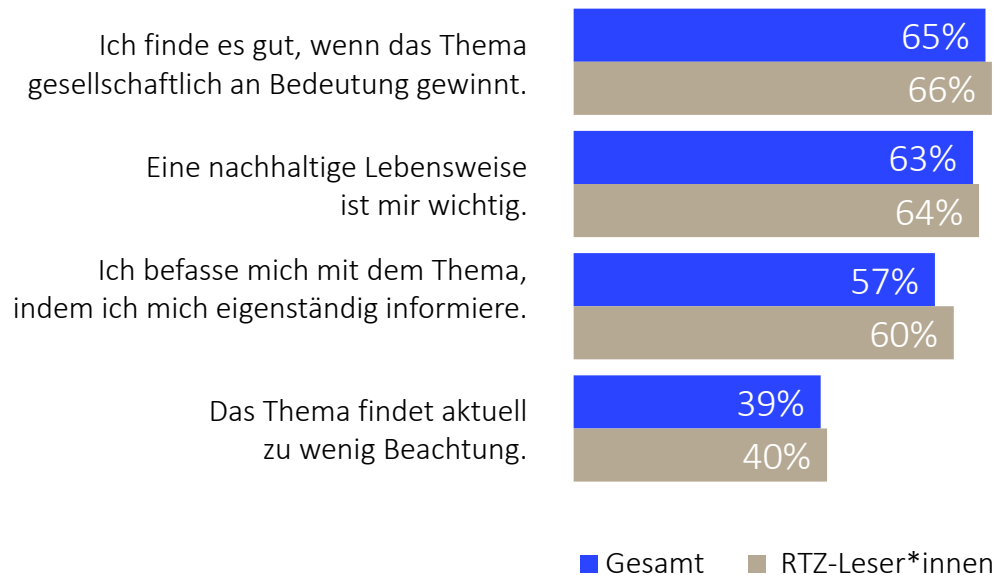
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 1: Frage: Welche der nachfolgenden Aussagen treffen Ihrer Meinung nach auf Consent Banner zu?

Basis: Consent Banner bekannt und mind. wöchentliche Nutzung Paid Online n=1.058; Gratis Online n=730

Exkurs Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist ein relevantes Thema



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

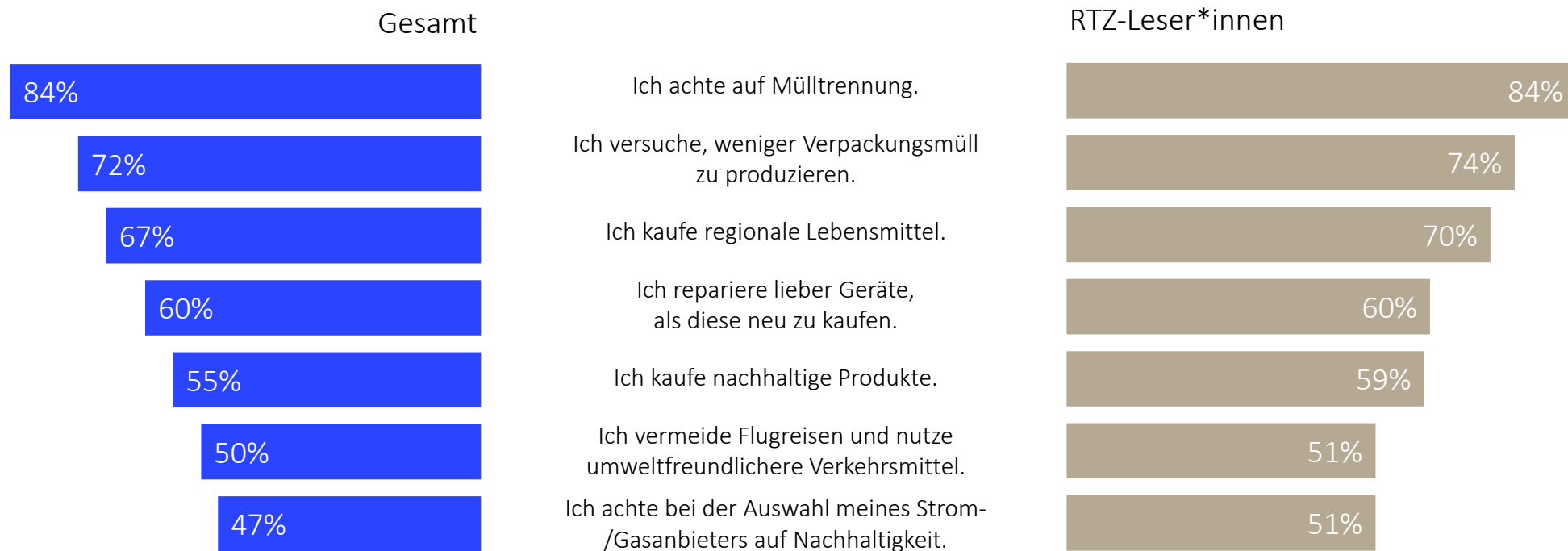
Teil 1: Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen jeweils zu? Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: Gesamt n=5.510; mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=3.587

Bild: Pexels



...und spielt im Alltag eine große Rolle



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 1: Frage: Und welche Bedeutung hat Nachhaltigkeit für Sie persönlich in Ihrem Alltag? Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: Gesamt n=5.510; mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=3.587

56% der Leser*innen regionaler Tageszeitungen finden es gut, wenn Unternehmen auch über Werbung ihren Beitrag zum Klima leisten.



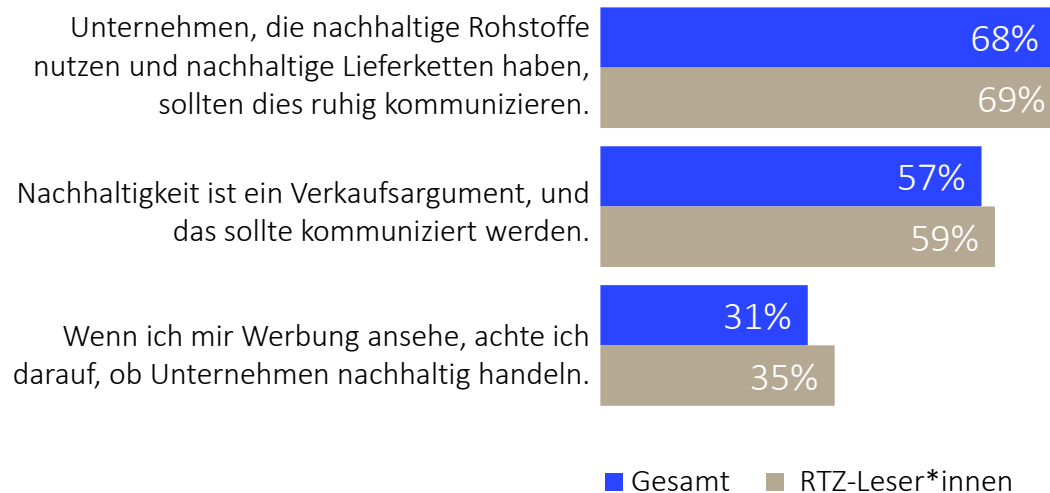
Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 1: Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen jeweils zu? Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=3.587

Bild: Pexels

Auch in der Kommunikation wird das Thema relevanter



Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 1: Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen jeweils zu? Top-2-Box auf 5er-Skala

Basis: Gesamt n=5.510; mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=3.587

Bild: Pexels



Nachhaltige Medien...

50%

...produzieren wenig Abfall bei der
Produktion / Verwendung.

48%

...haben einen geringen
Energieverbrauch bei der Produktion
/ Verwendung.

41%

...verwenden recycelbare
Materialien.

Quelle: Score Media Zeitungsfacetten 2023.

Teil 1: Frage: Was zeichnet Ihrer Meinung nach, nachhaltige Medien aus?

Basis: mind. wöchentliche Nutzung RTZ Gesamt n=3.587

Bild: Pexels



Fazit

- / Die Zeitungsnutzung bleibt auf einem hohen Niveau, [E-Paper](#) und [Paid Online](#) werden deutlich stärker genutzt.
- / Das [Vertrauen](#) in regionale Paid Online-Angebote ist deutlich stärker als in frei verfügbare Newssites. Dies spiegelt sich auch in der Werbung wider. [Werbung hinter der Paywall wird hochwertiger, relevanter und aktivierender bewertet.](#)
- / [Consent Banner](#) sind ein notwendiges Übel für die Nutzer*innen, Paid Online-Nutzer*innen haben jedoch ein hohes Wissen darüber.
- / [Nachhaltigkeit](#) ist und bleibt ein relevantes Thema, insbesondere für Leser*innen regionaler Tageszeitungen. Unternehmen können das [Thema in der Werbung](#) durchaus kommunizieren um bei den Leser*innen positiv im Gedächtnis zu bleiben.
- / Um die gedruckte Zeitung als recyclebares Medium in den Köpfen zu verankern, muss weiter [Aufklärung](#) betrieben werden.

Bild: iStock



