



**Bundesverband
Digitalpublisher und
Zeitungsverleger**

PRESSEMITTEILUNG

Print ist Zeitungsfeeling, E-Paper besonders flexibel

Studie „Zeitungsqualitäten 2021“: Neue Daten und Fakten zum Leser- und Werbemarkt

Berlin, 18. März 2021

Gut jeder dritte Zeitungsleser (37%) nutzt E-Paper, von den 14- bis 29-Jährigen tun es sogar 57 Prozent. Vor allem für junge Leute ist die Zeitung zunehmend digital. Zwar sagen auch sie – wie die Mehrheit der Bevölkerung –, dass die Printausgabe eher das richtige Zeitungsgefühl vermittele. Aber jenseits dieser emotionalen Kategorie zählen für die nachwachsende Generation stärker die Vorzüge der digitalen Lektüre. Vor allem die flexible und jederzeitige Verfügbarkeit spricht für das digitale Produkt. „Das kann ich besser lesen, wann und wo ich will“, attestieren 67 Prozent aller unter 30-Jährigen dem E-Paper.

Mit diesen und vielen weiteren Fakten zur Zeitung zeigt die neue Studie „Zeitungsqualitäten 2021“ der ZMG Zeitungsmarktforschung Gesellschaft aktuelle Entwicklungslinien. Die zunehmende Beliebtheit des E-Papers ist eine davon. Die Studie zeigt aber auch: Zeitunglesen ist stark mit Gewohnheiten verbunden. Leserinnen und Leser der gedruckten Ausgabe sehen im Printprodukt ganz überwiegend Vorteile: Für 89 Prozent ist sie das richtige Zeitungsfeeling, 82 Prozent finden sich in der Printausgabe besser zurecht als im E-Paper und 74 Prozent sagen, man kann interessante Seiten oder Beiträge gedruckt besser aufheben.

Wer dagegen E-Paper schon nutzt, kommt auch prima damit zurecht und weiß dessen flexibles Handling zu schätzen. Die gedruckte Zeitung hat für digitale Leserinnen und Leser kaum noch eindeutige Vorteile. In ihren Augen ist das E-Paper einfacher zu bekommen und lässt sich lesen, wann und wo immer man möchte (jeweils 76%), interessante Beiträge lassen sich besser aufheben (58%) und mehr als die Hälfte (54%) findet sich in der elektronischen Ausgabe besser zurecht.

Weitere Ergebnisse der Studie: Mit der wöchentlichen Reichweite von 84,6 Prozent (59,7 Millionen Leserinnen und Leser) erreichen die Zeitungen gedruckt oder digital alle Bevölkerungsgruppen – auch drei Viertel der unter 30-Jährigen (76%). Sie sind im Lokalen das stärkste Medium und sie sind das glaubwürdigste: Auch junge Leute vertrauen bei widersprüchlicher Berichterstattung am ehesten der Zeitung. Zeitung genießt täglich 39 Minuten höchste Aufmerksamkeit, was auf ihre Werbung einzahlt. Für acht von zehn Deutschen (81%) sind Zeitungsanzeigen glaubwürdig und zuverlässig und die werbenden Unternehmen seriös (76%). 47 Prozent würden Anzeigen und Prospekte in der Zeitung vermissen, wenn es sie nicht mehr gäbe.

Die ZMG ist ein Tochterunternehmen des Bundesverbands Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV). In der Studie „Zeitungsqualitäten 2021“ bündelt die ZMG aktuelle Ergebnisse aus eigenen repräsentativen Bevölkerungsumfragen und aus Fremdstudien. Alle Auswertungen stehen als animierte Grafiken auf www.zeitungsqualitaeten.de zum freien Download zur Verfügung.

Kontakt:

BDZV, Dr. Andrea Gourd, gourd@bdzv.de, Telefon 069/97 38 22-46
ZMG, Alexander Potgeter, potgeter@zmg.de, Telefon 069/97 38 22-0

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](https://twitter.com/BdzvPresse) und Instagram [bdzbv.de](https://www.instagram.com/bdzbv.de)