

Zehn für die Zeitung

Wer sagt denn, dass Zeitungen nur noch dafür gut sind, Fisch oder andere Lebensmittel einzupacken? Selbst wenn, wird es die Zeitung von gestern sein.

Dabei geben sogar Starköche den Tipp, Fisch in nassem Zeitungspapier zu grillen, damit die Haut nicht verbrennt und das Fleisch nicht austrocknet.

Es gibt aber noch weit mehr Eigenschaften der Zeitung, die sie für den täglichen Gebrauch nützlich macht. Wir haben hier einmal zehn zusammengetragen.

Deutschland ist der größte Zeitungsmarkt Europas und der fünfgrößte weltweit. Die Zeitungen stehen für glaubwürdige Information, hohe Reichweiten und hervorragende Kontaktqualitäten. Vor allem aber haben sie gerade im Zeitalter überbordender Informationen eines: Qualitäten, die viele andere Medien kaum zu bieten haben. Sie bieten Orientierung.

1. ZEITUNGEN SIND BELIEBT. Drei von vier Deutschen über 14 Jahre lesen täglich eine Zeitung. Das sind 45,5 Mio. Männer und Frauen. Derzeit erreichen die Zeitungsverlage mit ihren Printausgaben und Online-Auftritten 80,5% der deutschsprachigen Bevölkerung. Zeitungen erreichen damit aber nicht einfach nur viele Menschen, sondern auch verschiedene Altersgruppen. 75% aller Zeitungsleser ›teilen‹ ihr Exemplar übrigens mit anderen: im eigenen Haushalt und zu 21% mit Nachbarn. So kommt eine Zeitung durchschnittlich auf 2,6 Leser. Damit erreicht sie auch höchst unterschiedliche Interessengruppen.

2. ZEITUNGEN SIND ZUVERLÄSSIG. Für viele Menschen sind Zeitungen die zuverlässigste Quelle von Nachrichten und Informationen, ergänzt um fundierte Kommentare und Hintergrundwissen. Studien zufolge sind Tageszeitungen das Medium, dem die Menschen am meisten vertrauen. Dieses Vertrauen bewirkt, dass die Leser einen erheblichen Teil ihrer Zeit, nämlich 40 Minuten täglich, mit der Zeitungslektüre verbringen.

3. ZEITUNGEN BIETEN GEBALLTES WISSEN. Die Redaktionen wissen, dass sie vielfältige Inhalte bieten müssen, wenn sie Erfolg haben wollen. Um dies zu erreichen, beschäftigen die Zeitungen die meisten fest angestellten Journalisten – weit mehr als andere Medien. 12.000 Zeitungs-Journalisten und Redakteure stehen 9.000 in den Zeitschriften, 11.000 in den Fernsehsendern (auch privaten) und 1.500 Journalisten in Online-Medien gegenüber. Kein Wunder also, dass Zeitungen das am meisten zitierte Medium in anderen Medien (auch im Internet) sind und dass sie die Themen der öffentlichen Diskussion bestimmen.

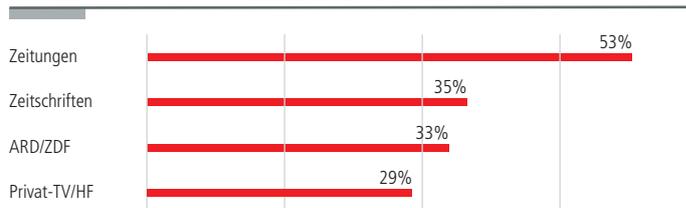
4. ZEITUNGEN GEBEN ORIENTIERUNG. Wer etwas sagt, meint oder tut – die Zeitungen berichten darüber. Von ihren Lesern wird die Zeitung täglich erwartet – zur Information über alle Lebensbereiche und zur Orientierung über aktuelle Angebote des Handels. 82% der Leser geben an, dass sie mindestens die Hälfte aller Seiten ihrer Tageszeitung lesen.

5. ZEITUNGEN SIND SCHNELL Weil die endgültige Version einer Anzeige kurzfristig eingereicht werden kann, sind Zeitungen das ideale Medium, über das ein werbendes Unternehmen eine Kampagne am Abend vor Erscheinen ändern und dennoch am nächsten Morgen dem Land vorstellen kann. So informiert Mercedes-Benz beispielsweise in überregionalen Zeitungen (und auch international) via Anzeige über das Ergebnis des Formel-1-Rennens des Vortags (wenn es denn mal wieder ein erfolgreiches für die Silberpfeile war).

6. ZEITUNGEN MACHEN NEUGIERIG. Vor Zeitschriften und dem Fernsehen machen Zeitungen auf neue und interessante Dinge aufmerksam. Und damit sind Zeitungen für die Werbung treibende Industrie und nicht zuletzt auch für Unternehmen, die vor allem



MACHEN AUF INTERESSANTE DINGE AUFMERKSAM



Quelle: VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e. V. (Print wirkt x 10⁶). Druckmarkt-Grafik 9/2014.

im Internet unterwegs sind, wichtig für Absatz und Geschäft. Zumal ohne die Unterstützung der gedruckten Zeitungen viele Internet-Plattformen unbekannt wären. Zeitungen sind also perfekte Ausgangspunkte, um Leser zu weiterführenden Informationen oder auf Webseiten zu leiten.

7. ZEITUNGEN SIND IMPULSGEBER. Zeitungen und ebenso die zeitungähnlichen Anzeigenblätter sind für 75% der Leser eine wichtige Informationsquelle. Drei von vier Lesern greifen vor mindestens jedem zweiten Einkauf zu ihrem Anzeigenblatt. Anzeigen werden in diesem Umfeld als nützlich und informativ wahrgenommen. Sie helfen rund 72% der Leser dabei, Angebote auszuwählen.

75% der Leser haben ihre Zeitungslektüre bereits abgeschlossen, bevor sie einkaufen gehen. Aktivierungspotenzial und Kaufimpuls der Werbung sind daher besonders hoch. Denn die gelesenen Informationen können direkt zu Kaufentscheidungen führen.

8. ZEITUNGEN HABEN GEDÄCHTNIS. Man kann ja gar nicht alles archivieren, auch wenn man es noch so gerne aufheben möchte. Zeitungen jedoch tun das. Zeitungsarchive sind ein wahrer Schatz an Informationen. Deshalb bieten Zeitungen auch bei plötzlich auftretenden Ereignissen stets Hintergrundinformationen und das dazugehörige Bildmaterial.

9. ZEITUNGEN SIND UNTERHALTSAM. Eine ›ausgewachsene‹ Tageszeitung (wie etwa die FAZ vom 15. September 2014 mit 32 Seiten) ergibt, rechnet man sie auf Taschenbuchgröße herunter, einen etwa 300 Seiten starken Schmöker. So liest man also ganz nebenbei und über das Jahr verteilt mehr als 300 Politik- und Wirtschaftskrimis, Sachbücher, Biografien, Kunstbände, Reiseführer, Sportschinken oder Bücher über neuere und neueste Geschichte. Wenn man denn alles liest.

10. ZEITUNGEN SIND NACHHALTIG. Nicht nur, dass Informationen aus der Zeitung das Gelesene nachweislich länger im Gedächtnis behalten als bei elektronischen Medien, Zeitungen sind im Vergleich zu Online-Medien auch umweltfreundlicher. Vor allem dann, wenn mehr als eine Person den Titel liest. Der ›carbon footprint‹ beim Lesen einer Tageszeitung liegt nach Studien des Königlich-Schwedischen Instituts für Technologie 20% niedriger als der, der beim Aufnehmen derselben Nachrichtenmenge am PC über das Internet entsteht. Eine Person, die ein Jahr lang eine Tageszeitung bezieht und liest, ist für den Ausstoß von 28 kg CO₂ pro Jahr verantwortlich. Das Äquivalent bei 30 Minuten Computernutzung am Tag entspricht 35 kg CO₂. Wird die Zeitung von mehreren Nutzern gelesen, wird der Unterschied noch größer.

Quellen:

Print Power Magazin (Frühjahr 2014), VDZ (Print wirkt), BDZV, ZMG (www.die-zeitungen.de), bvdvm (Die Zukunft wird gedruckt).

