



Bundesverband
Digitalpublisher und
Zeitungsverleger



ZMG

DIGITALER JOURNALISMUS

Erwartungen und Nutzungsbereitschaft von Online-Nachrichten

Februar 2021

STECKBRIEF DER STUDIE

- /// Grundgesamtheit: Deutschsprachige Wohnbevölkerung im Alter ab 14 Jahren in Privathaushalten innerhalb der Bundesrepublik Deutschland
- /// Methode: CATI-Interview (Dual-Frame-Ansatz)
- /// Untersuchungszeitraum: November/Dezember 2020
- /// Stichprobe: Bestimmung der Zielperson innerhalb des kontaktierten Haushalts nach dem Quotenverfahren.
Randsummenquotierung nach ma Tageszeitung für Geschlecht (2), Alter (3), Berufstätigkeit (2) und Bundesländer (16)

1.002 Fälle
- /// Feldarbeit: Ipsos GmbH

ZENTRALE ERGEBNISSE (1)

- /// **Breites Nachrichteninteresse:** Nachrichten sind gefragt – das gilt für alle Wissensbereiche und für alle Altersgruppen. Politik, Wirtschaft und Wissenschaft interessiert am meisten.
- /// **Große Nachfrage nach lokalen Nachrichten:** 86 Prozent möchten über regionale Nachrichten rund um den eigenen Wohnort informiert werden. Es besteht aber auch hohes Interesse (73 Prozent) an Lokalnachrichten aus wohnortfernen Regionen.
- /// **Qualitätskriterien zählen:** Um Hintergründe und Zusammenhänge besser zu verstehen, werden verlässliche und gründliche Informationen erwartet. Daneben stellen die Absender-Bekanntheit und die Qualität journalistischer Inhalte wichtige Faktoren dar.

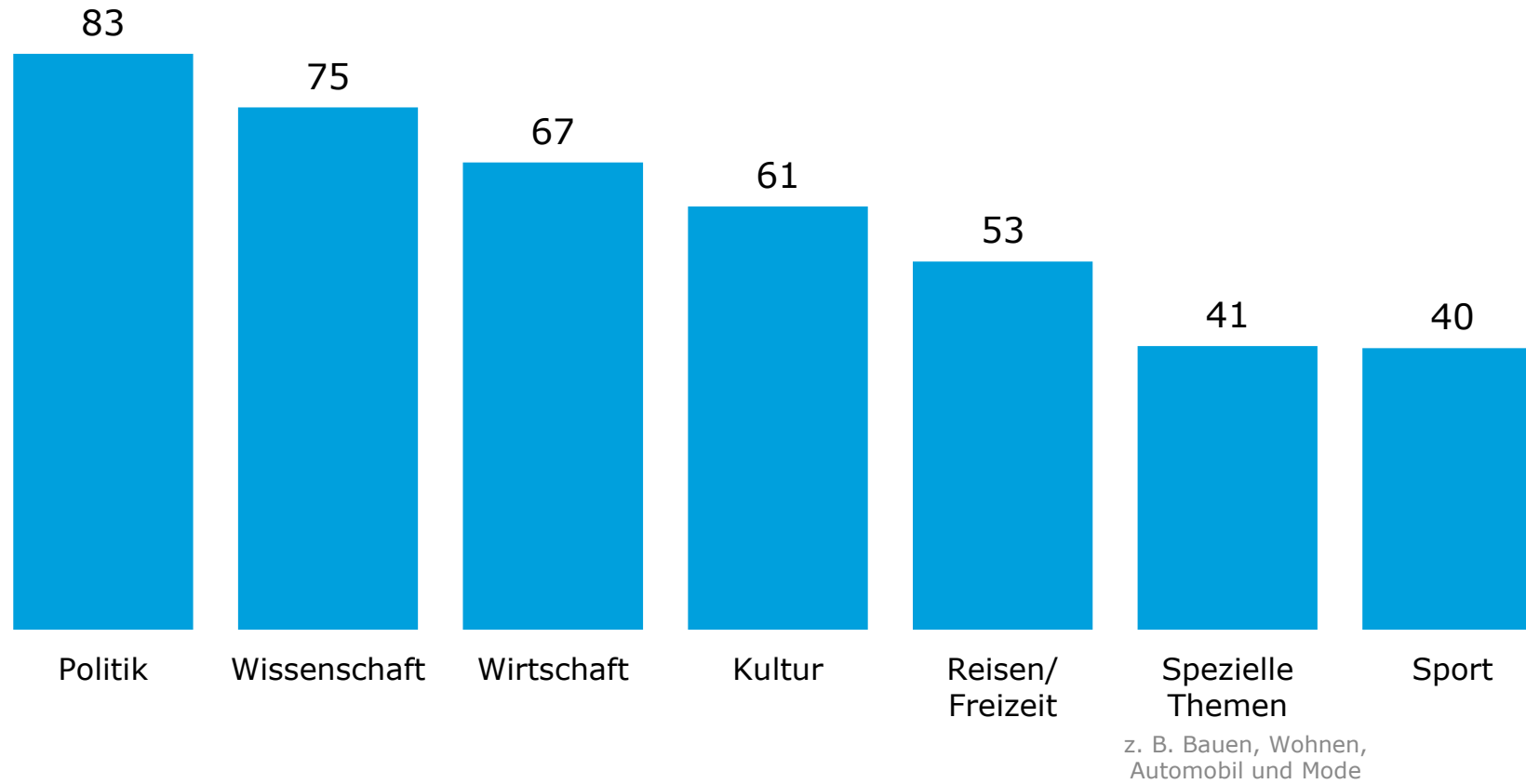
ZENTRALE ERGEBNISSE (2)

- /// **Große Zufriedenheit mit der Berichterstattung der Zeitung:** Trotz hoher Zufriedenheit besteht der Wunsch vor allem nach mehr Hintergrundinformationen und mehr Informationen zu persönlichen Spezialthemen.
- /// **Nutzer von Online-Nachrichten:** Ein Viertel hat bereits für Nachrichten oder journalistische Inhalte im Internet Geld ausgegeben. Nicht-Nutzern ist digitaler Journalismus in erster Linie zu teuer – sofern es die gleichen Infos kostenlos woanders im Web gibt.

GENERELLES INTERESSE AN NACHRICHTEN

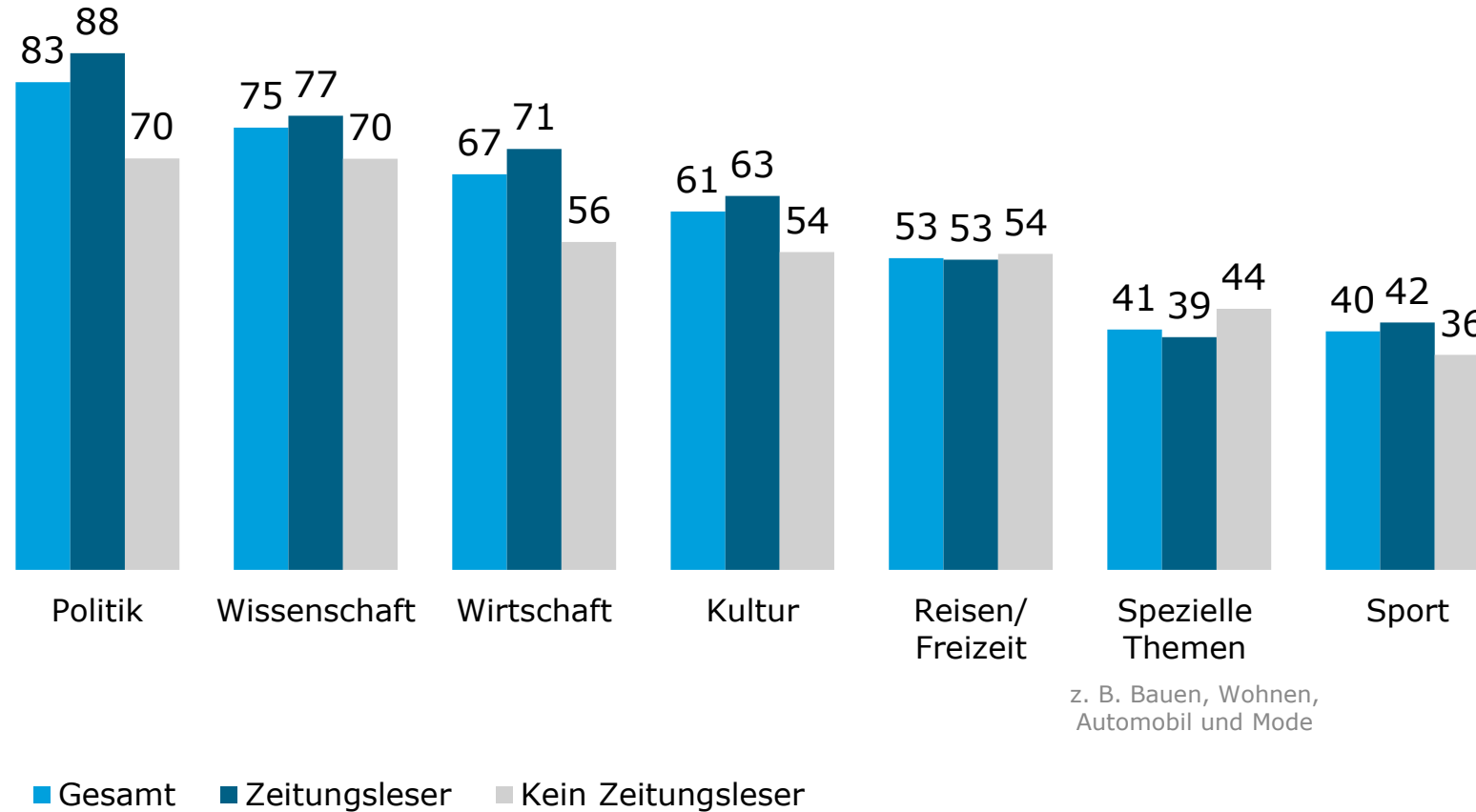
BREITES THEMENINTERESSE

Interesse an Nachrichten zu ...



ZEITUNGSLESER BESONDERS INTERESSIERT

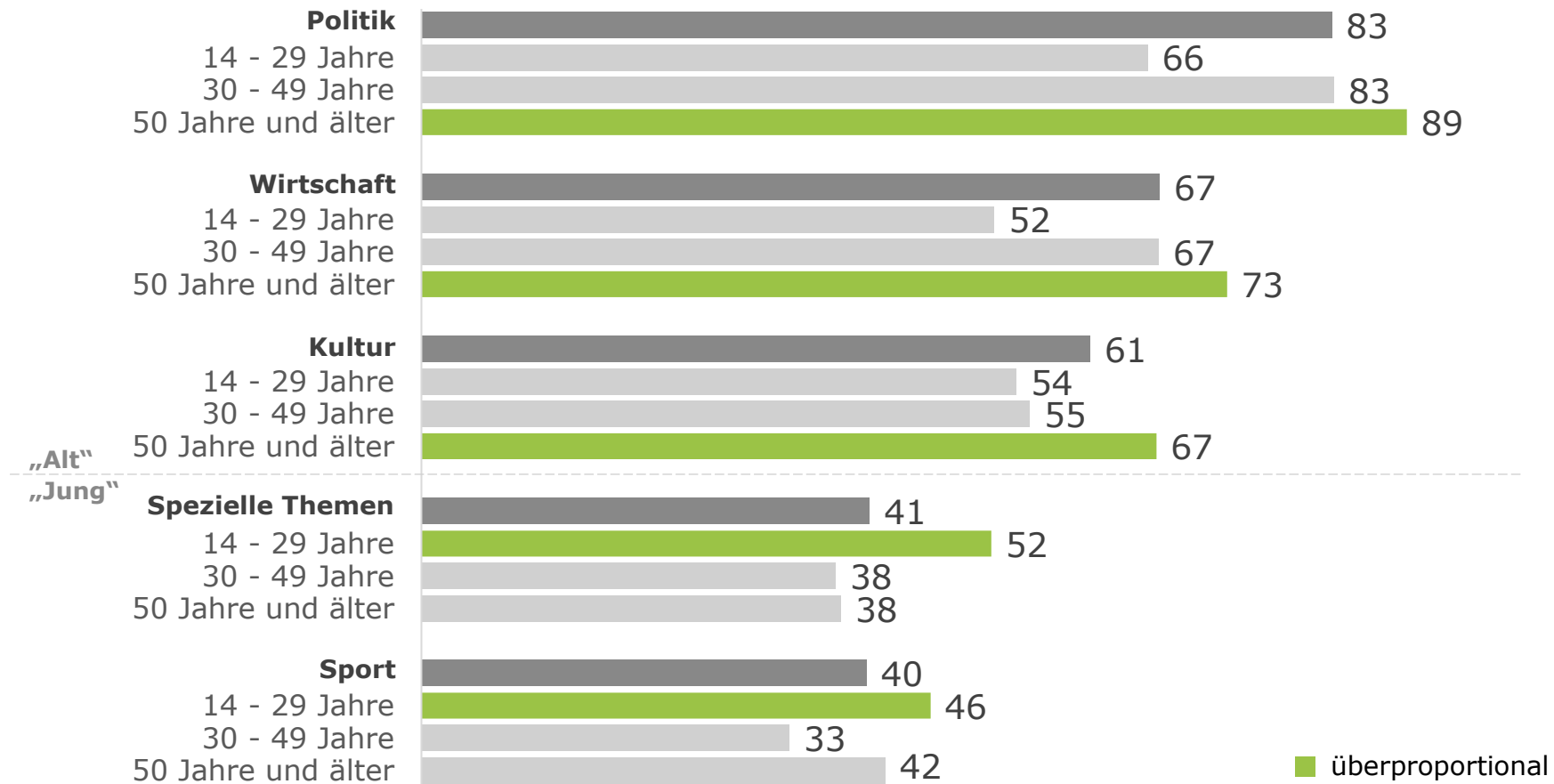
Interesse an Nachrichten zu ...



Basis: Alle Befragten | **Quelle:** Studie „Digitaler Journalismus“ | **Angaben:** in Prozent, sehr interessiert/eher interessiert
Definition Zeitungsleser: Weitesten-Leserkreis (WLK)

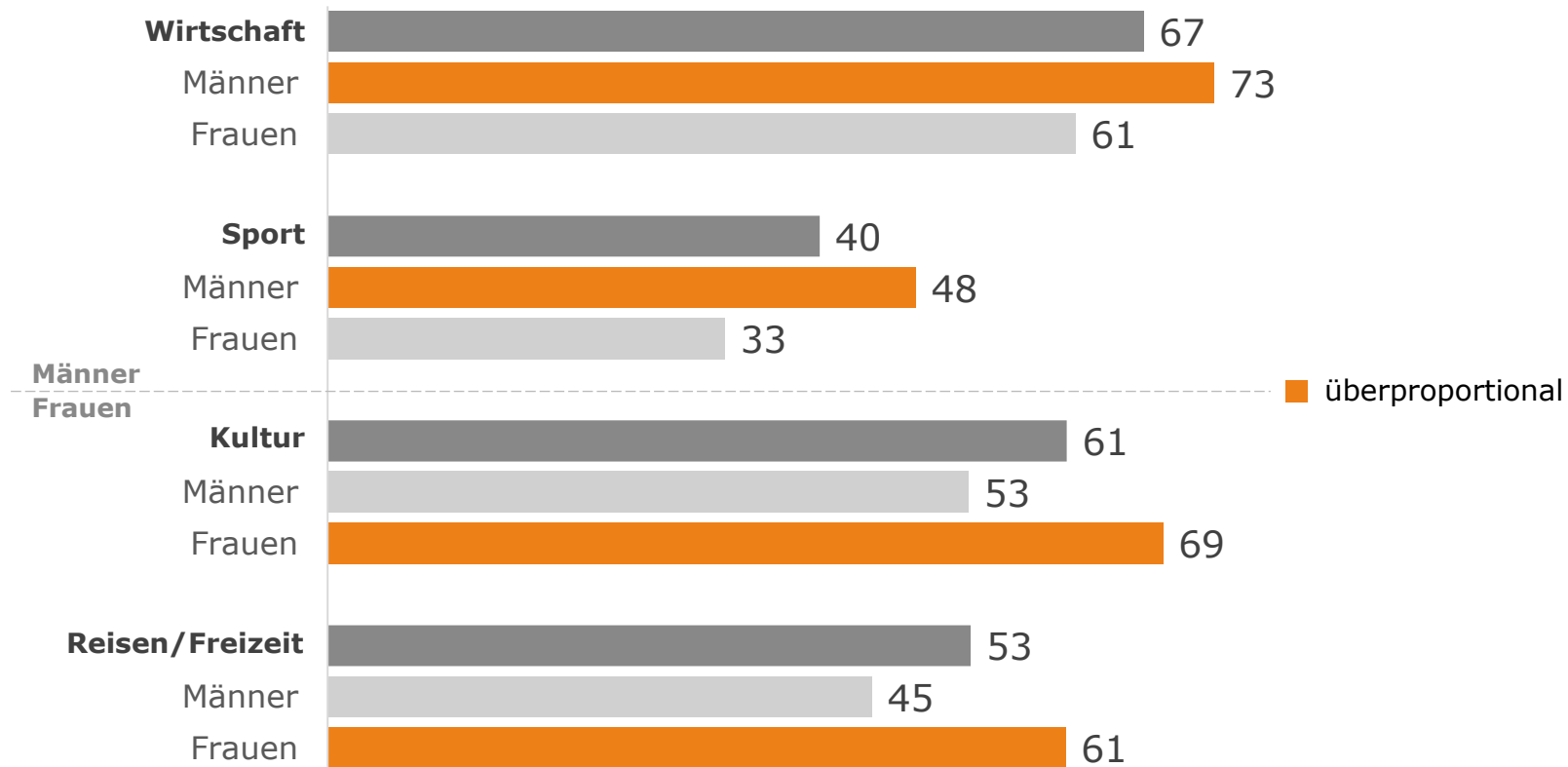
ALT UND JUNG TICKEN ANDERS

Interesse an Nachrichten zu ...



MÄNNER UND FRAUEN UNTERSCHIEDLICH INTERESSIERT

Interesse an Nachrichten zu ...



GROßES INTERESSE AN REGIONALEN NACHRICHTEN

86%

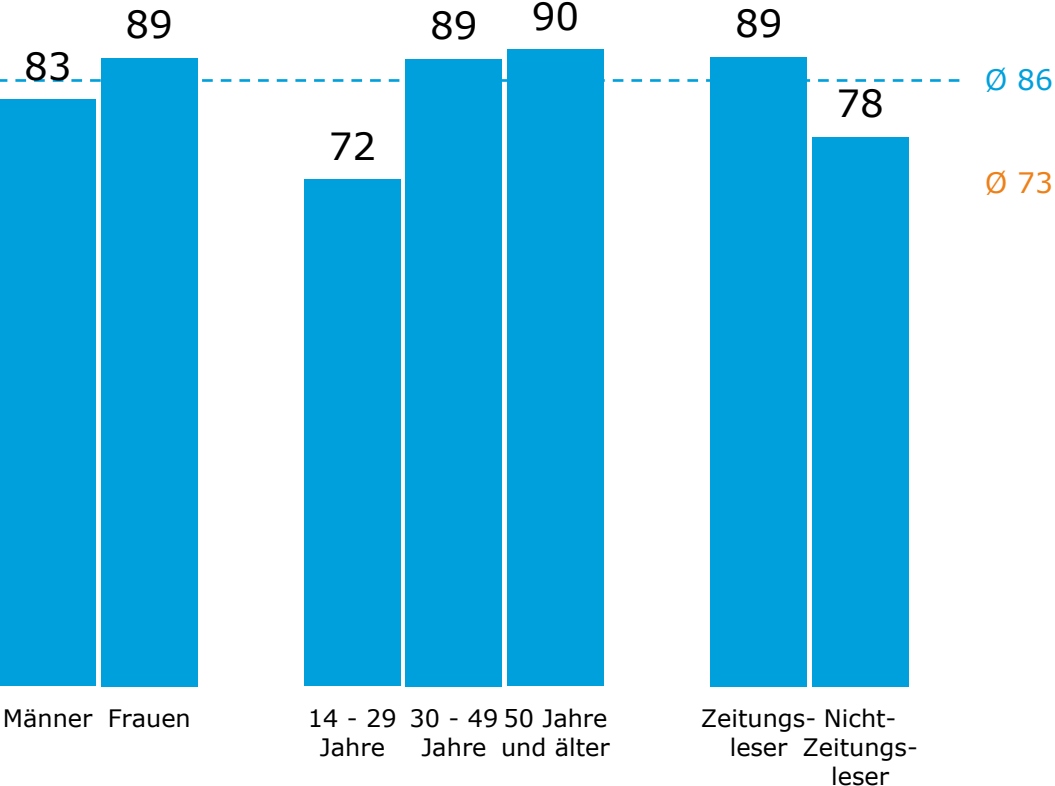
zum Wohnort / Region, in der man lebt

73%

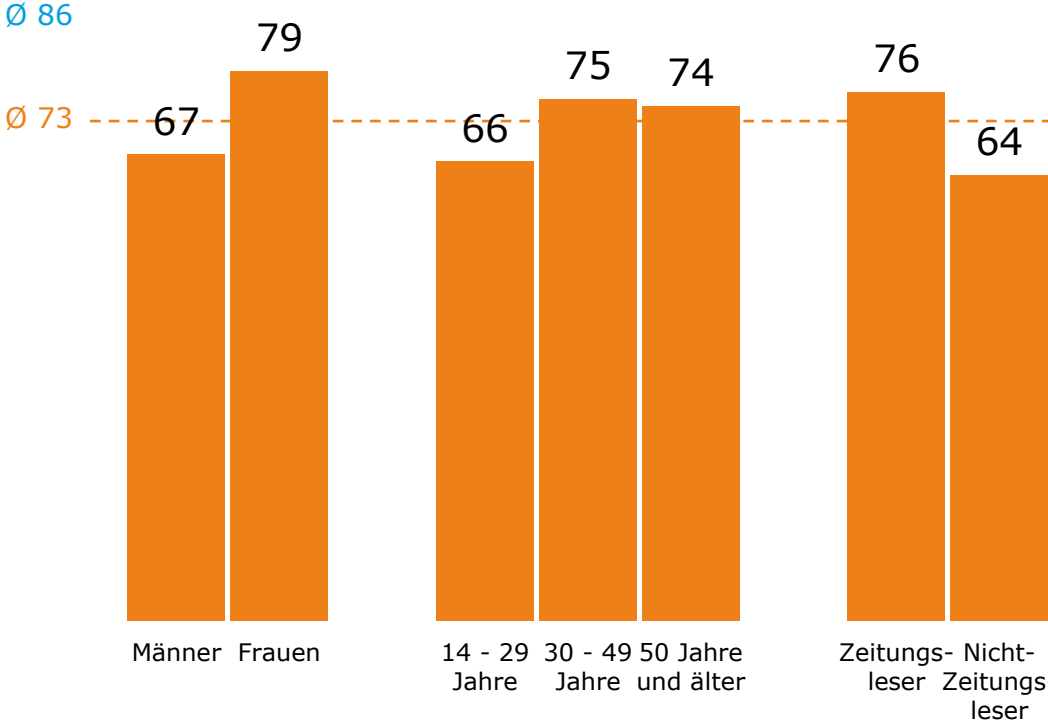
zu anderen Orten / Regionen, zu denen man einen persönlichen Bezug hat

GROßES INTERESSE AN REGIONALEN NACHRICHTEN

Zum Wohnort / zur Region, in der man lebt



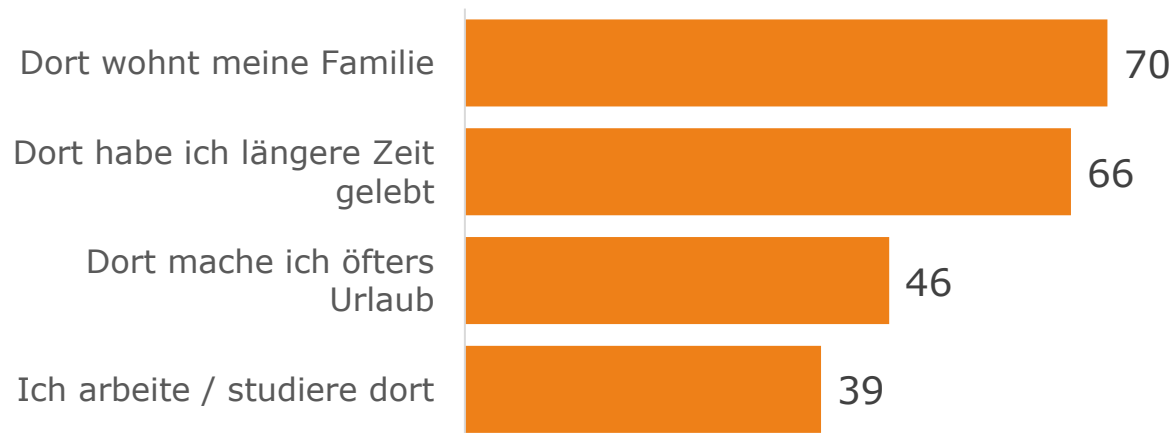
Zu anderen Orten / Regionen zu denen man einen persönlichen Bezug hat



Basis: Alle Befragten | **Quelle:** Studie „Digitaler Journalismus“ | **Angaben:** in Prozent, sehr interessiert/eher interessiert
 Definition Zeitungsleser: Weitest-Leserkreis (WLK)

GRÜNDE FÜR REGIONALEN FOKUS

73% haben zu anderen Orten o. Regionen einen persönlichen Bezug und nennen folgende Gründe:



INFORMATIONSMEDIEN EINSTELLUNGEN & NUTZUNG

QUALITÄTSKRITERIEN FÜR INFORMATIONSMEDIEN

Worauf legt man besonders Wert?

68% verlässliche Berichterstattung

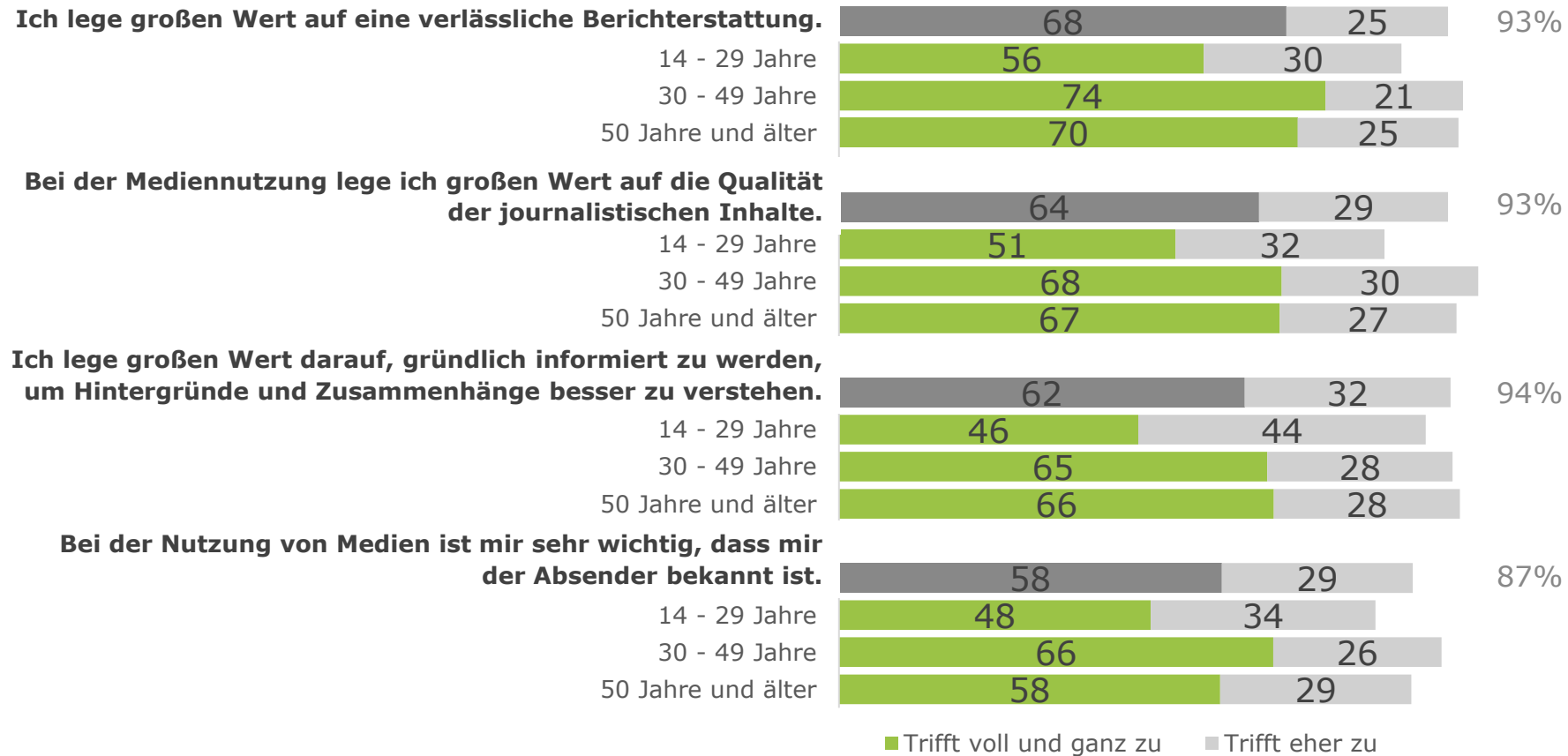
64% Qualität der Inhalte

62% Hintergründe und Zusammenhänge verstehen

58% Bekanntheit des Absenders

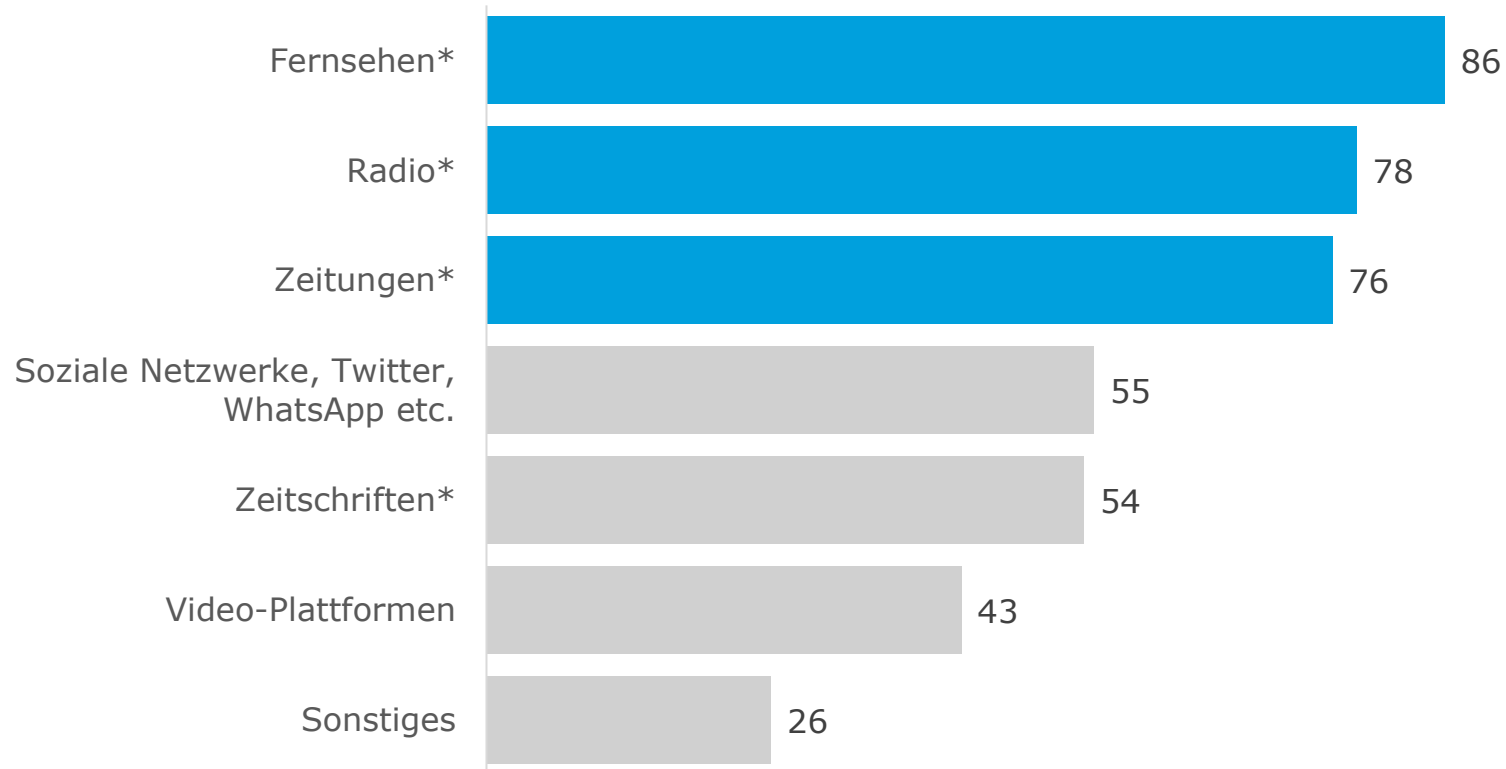
QUALITÄTSKRITERIEN FÜR INFORMATIONSMEDIEN

Worauf legt man besonders Wert? Nach Alter



TOP 3 GENUTZTE INFOQUELLEN

Zu Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport oder regionalen Themen



* inkl. der Web- und Mobilangebote

BEWERTUNG DER BERICHTERSTATTUNG DER ZEITUNG

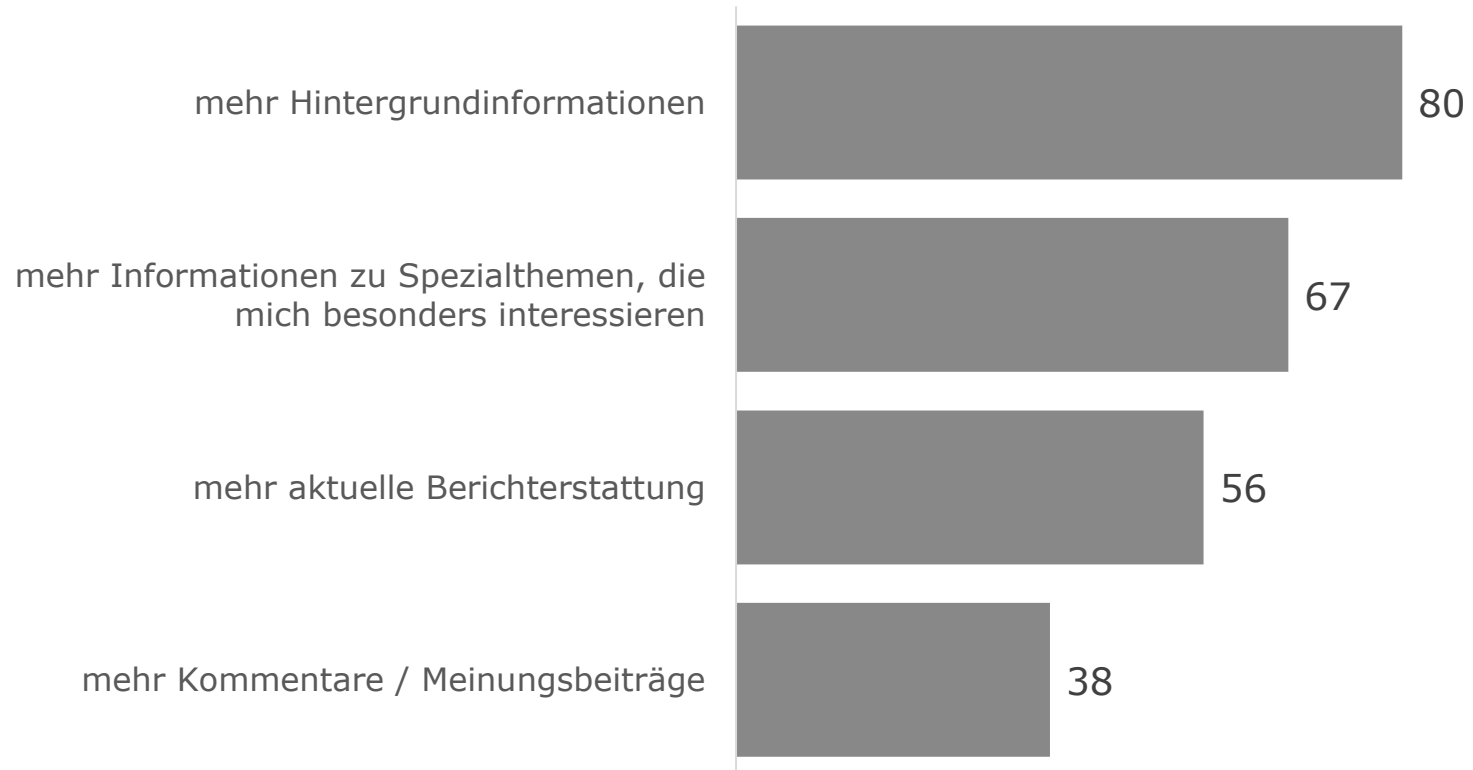
Hinweis: inkl. der Web- und Mobilangebote

BREITE ZUFRIEDENHEIT MIT DER BERICHTERSTATTUNG DER ZEITUNG



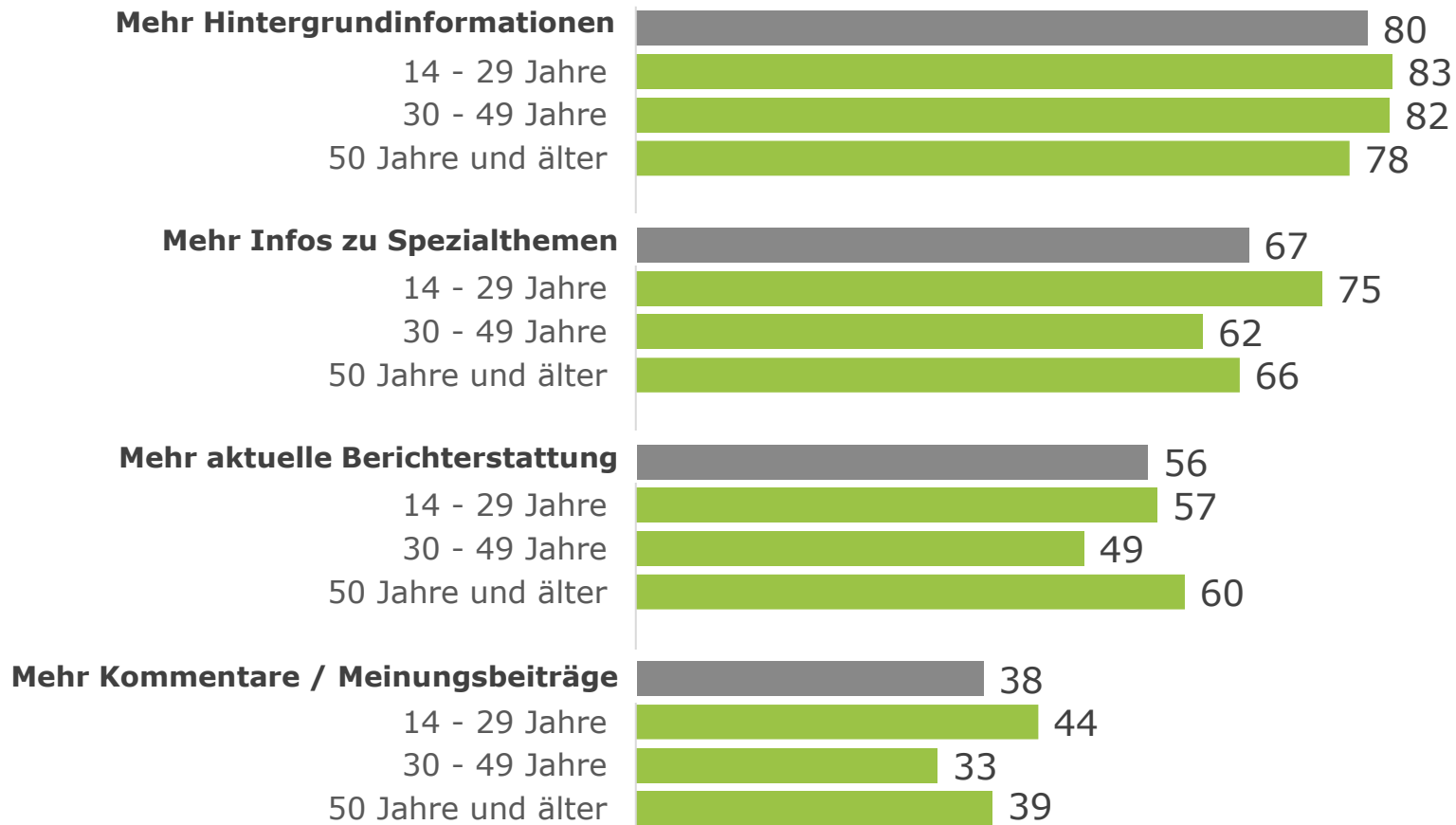
Basis: Alle Befragten, die Zeitungen (inkl. der Web- und Mobilangebote) zur Information nutzen | **Quelle:** Studie „Digitaler Journalismus“ | **Angaben:** in Prozent, sehr zufrieden/eher zufrieden

BEDÜRFNISSE AN BERICHTERSTATTUNG DER ZEITUNG



BEDÜRFNISSE AN BERICHTERSTATTUNG DER ZEITUNG

Nach Alter



NUTZUNG KOSTENPFLICHTIGER ONLINE-NACHRICHTEN

NUTZUNG KOSTENPFLICHTIGER ONLINE-NACHRICHTEN

26% haben schon einmal für Nachrichten o. journalistische Inhalte im Internet bezahlt.

74% haben noch nicht dafür bezahlt.

NUTZER KOSTENPFLICHTIGER ONLINE-NACHRICHTEN

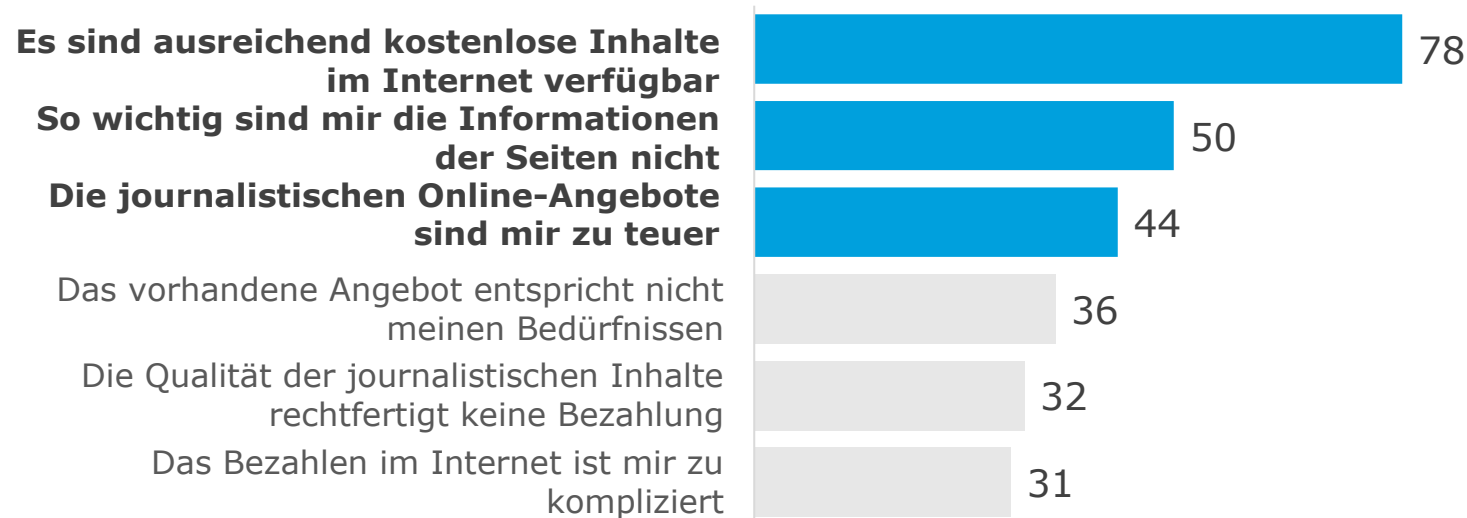
26% haben schon einmal für Nachrichten o. journalistische Inhalte im Internet bezahlt.

Nach Soziodemografie sieht die Verteilung wie folgt aus:



GRÜNDE GEGEN ZAHLUNGSBEREITSCHAFT

74% haben noch nicht für Nachrichten o. journalistische Inhalte im Internet bezahlt und nennen dafür folgende Gründe:

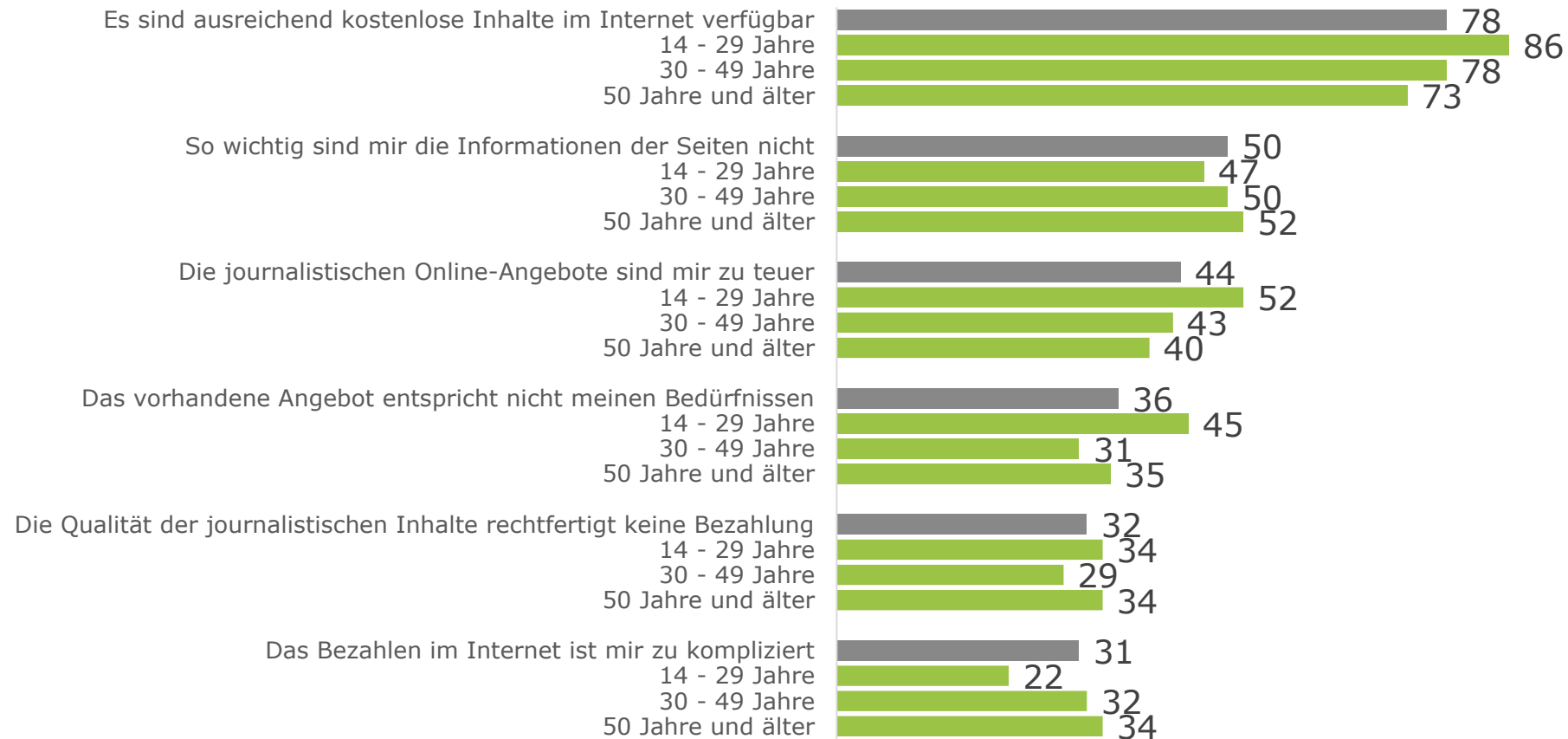


Basis: Alle Befragten, die noch nie für Nachrichten im Internet gezahlt haben | **Quelle:** Studie „Digitaler Journalismus“ |

Angaben: in Prozent, Mehrfachnennungen

GRÜNDE GEGEN ZAHLUNGSBEREITSCHAFT

Nach Alter, alle Items



Basis: Alle Befragten, die noch nie für Nachrichten im Internet gezahlt haben | **Quelle:** Studie „Digitaler Journalismus“ |

Angaben: in Prozent, Mehrfachnennungen