

# Doch lieber gedruckt

Tageszeitungen tun sich im Netz schwer. **Online-Editionen** werden seltener genutzt als das Printprodukt. Surfer sehen in den digitalen Ausgaben kaum Mehrwert.

**D**ie Internet-Angebote der Tageszeitungen müssen im World Wide Web noch aufholen. Während mehr als zwei Fünftel der Internet-Nutzer zwischen 14 und 49 Jahren täglich oder fast täglich die gedruckte Ausgabe einer lokalen oder überregionalen Zeitung zur Hand nehmen, ruft gerade mal ein Drittel mindestens einmal pro Woche die Website einer Tageszeitung auf. Über 60 Prozent tun dies dagegen nicht einmal alle 14 Tage, viele davon haben noch nie ein solches Angebot besucht.

Das besagt eine Untersuchung von TNS Emnid, die exklusiv für W&V durchgeführt wurde. Das Markt- und Medienforschungsinstitut aus Bielefeld befragte dafür mehr als 1000 Onliner. Die Umfrageergebnisse zeigen Parallelen zu anderen Datenquellen.

So bleibt bei den deutschen Zeitungs-Websites von den *Aachener Nachrichten* bis zur *Wolfenburger Allgemeinen Zeitung* die Zahl der in der IVW ausgewiesenen Visits pro Monat (umgerech-



**Tageszeitung** Selbst viel besuchte Online-Editionen zählen deutlich weniger Leser als das Printprodukt.

net auf den Tag) in der Regel weit unter der verkauften Auflage. Noch größer fällt die Differenz beim Absatz von E-Paper-Editionen der Zeitungen aus. Selbst der „Bestseller“ *Süddeutsche Zeitung* kommt gerade mal auf gut 6000 Exemplare pro Ausgabe. Das Printprodukt findet dagegen rund 440 000 Abnehmer. Gerade mal 16 E-Paper-Editionen bringen es laut IVW auf mehr als 1000 Verkäufe.

**Das Alter der Surfer** oder auch die Art des Online-Zugangs haben laut der Emnid-Untersuchung nur wenig Einfluss auf die Nutzung von Online-Zeitungen. Zwar sind jüngere Personenkreise sowie Breitband-Nutzer tendenziell die intensiveren Web-Surfer, die Unterschiede zwischen ihnen und dem Rest der Online-Gemeinde bewegen sich aber – was Internet-Editionen von Tageszeitungen angeht – nur in der Größenordnung weniger Prozentpunkte.

Etwas überdurchschnittlich ist dagegen der Nutzeranteil unter Personen, die im Haushalt eine Tageszeitung kaufen. „Die Online-Seiten der Tageszeitung dienen hier der Bindung an das Medium“, vermutet Michael Voß, Senior Research Consultant bei TNS Emnid.

**Kostenpflichtige Angebote** stoßen bei den Surfern erwartungsgemäß auf wenig Gegenliebe: Über die Hälfte ist nicht bereit, für die Online-Zeitung zu bezahlen. Eher würden die Befragten dann auf die



## Digitale Medienformen

TNS Emnid erhebt regelmäßig exklusiv Untersuchungen für W&V. Zu aktuellen Themen und Trends werden jeweils 1000 Online-Nutzer zwischen 14 und 49 Jahren befragt.

Diese und weitere aktuelle Studien finden Sie im Web unter: [www.wuv.de/studien](http://www.wuv.de/studien)

### ÜBER DIE HÄLFTE SURFT SCHNELL

Art des Online-Zugangs

Angaben in Prozent der Onliner

DSL	51
ISDN	25
Modem	23
Kabelmodem	3
Firmennetz	1
anderer Breitbandzugang	1

World Wide „Wait“ statt „Web“ wird immer seltener.  
Basis: 1001 Online-Nutzer, 14 bis 49 Jahre.  
Quelle: TNS Emnid.



### BREITBANDIGE SURFEN MEHR...

Ich nutze fast täglich...

Angaben in Prozent

	alle Onliner	per Modem/ISDN	per Breitband
Regionale Abo-Zeitung	44	48	41
Überregion. Zeitung	6	6	6
Bild-Zeitung	7	8	6
Anzeigenblatt	6	9	3
Zeitschriften	6	7	5
Internet	82	78	87

Vier Fünftel der Onliner tummeln sich täglich im Netz.  
Basis: 1001 Online-Nutzer, 14 bis 49 Jahre.  
Quelle: TNS Emnid.



### ... UND ABONNIEREN WENIGER

Regelmäßiger Bezug von Zeitungen

Angaben in Prozent

	alle Onliner	per Modem/ISDN	per Breitband
<b>HABE ZEITUNG IM ABO</b>			
regionale Zeitung	41	44	39
überregionale Zeitung	6	5	7

### KAUFE MEHRMALS PRO WOCHE EINZELN

regionale Zeitung	18	20	16
überregionale Zeitung	12	14	12

Basis: 1001 Online-Nutzer, 14 bis 49 Jahre.  
Quelle: TNS Emnid.



Nutzung verzichten. Die meisten Zahlungswilligen erklären sich noch dazu bereit, pro Monat zwei bis fünf Euro locker zu machen – also gerade mal den Preis von drei bis vier Einzelausgaben. Aber immerhin kann sich gut jeder Zehnte vorstellen, etwa die Hälfte eines Monats-Abopreises zu bezahlen. Dabei fällt der Anteil der Zahlungsbereiten unter Abonnenten noch etwas höher aus – „denn diese wissen den Wert einer Tageszeitung richtig einzuschätzen“, sagt Online-Experte Voß.

**Am häufigsten abgerufen** wird im digitalen Blätterwald die Regionalzeitung: Über 60 Prozent der (zumindest gelegentlichen) Online-Zeitungsleser haben dies „in den letzten 14 Tagen“ getan. Noch mehr sind es unter Zeitungsabonnenten – hier liegt der Wert bei über 70 Prozent. Von den überregionalen Objekten wird Bild.de am häufigsten besucht.

Die Surfer interessieren sich unter den Bestandteilen eines Online-Angebots vor allem für aktuelle Nachrichten: Vier Fünftel informieren sich über das jüngste Geschehen. Rund die Hälfte schaut auf Servicemeldungen wie Wetter oder Verkehrs-

## GRATIS-KULTUR

Die Mehrheit der Surfer vermeidet Kosten.

Viel bezahlen möchten Onliner für die Internet-Edition einer Zeitung nicht. Nur ein Prozent würde dafür pro Monat so viel wie für ein reguläres Zeitungs-Abonnement (25 bis 30 Euro). 13 Prozent könnten sich die Hälfte davon (10 bis 15 Euro) vorstellen. 28 Prozent würden monatlich bis zu fünf Euro locker machen. 55 Prozent wollen nichts bezahlen.

Info. Relativ wenige Unterschiede zeigen sich dabei zwischen allen Online-Nutzern und den Abonnenten einer gedruckten Tageszeitung. Nur in Einzelfällen wie Lokalsport und Serviceleistungen liegen Zeitungsabonnenten deutlich über Nichtbezieher. Dies könnte auch darauf zurückzuführen sein, dass in der Printausgabe gezielt auf Online verwiesen wird – bemühen sich doch viele Verlage allmählich um eine bessere Verzahnung.

**Die neuen Möglichkeiten** des Internets, darunter Podcasts, Videoabrufe, Commu-

nities und Blogs sind laut Michael Voß noch von nachrangigem Interesse – „Selbst bei den jungen Leute rufen sie kein erhöhtes Interesse hervor“, besagen seine Beobachtungen.

Der Forschungsprofi hat auch Einstellungen zu Mediennutzung abgefragt: Demnach nutzen immerhin 15 Prozent der Onliner die digitale Zeitung statt der Printausgabe. Weitere 15 Prozent könnten sich dies künftig vorstellen. Aber jeweils zwei Drittel aller Onliner sind der Auffassung, dass die Lektüre auf Papier ein größeres Vergnügen bereitet und dass die Printausgabe übersichtlicher ist.

Die Befragten erkennen beim jeweiligen Medium Vorteile: Der Online-Auftritt ist schneller und aktueller, während die Printausgabe Details und Hintergründe liefert. Als bedenklich für die Seriosität der Zeitung findet Michael Voß allerdings, dass nur jeder Vierte Nachrichten in waz.de, Welt.de und Co. als glaubwürdiger erachtet als anderswo im Web – die Mehrheit macht hier keinen Unterschied zu reinen Online-Portalen.

**Christof Wadlinger** ✉ [cw@wuv.de](mailto:cw@wuv.de)

## GUT DREI FÜNFTEL NICHTNUTZER

Ich nutze Online-Ausgaben von Zeitungen...

Angaben in Prozent	alle	Zeitungsubonnenten
<i>täglich</i>	6	6
<i>mehrmals pro Woche</i>	13	8
<i>einmal pro Woche</i>	12	12
<i>ca. alle zwei Wochen</i>	8	8
<i>seltener</i>	47	54
<i>in der Regel gar nicht</i>	14	13

Basis: 1001 Online-Nutzer, 14 bis 49 Jahre.  
Quelle: TNS Emnid.

© WUV

## WENIG PESSIMISTEN

Das gedruckte Wort bleibt weiter wichtig.

Auch Onliner sehen beim klassischen Medium Vorteile: Zwei Drittel lesen die Zeitung lieber auf Papier, ähnlich viele finden sich in der Printausgabe leichter zurecht. 40 Prozent wünschen sich von der Digitalausgabe vor allem News, von der Printedition Hintergründe. Nur 20 Prozent glauben, dass die gedruckte Zeitung in zehn Jahren „keine große Rolle mehr spielen“ wird.

## NEWS UND WETTER

Häufig abgerufene Angebote im Web

Angaben in Prozent	alle Onliner	Zeitungsubonnenten
<i>Aktuelle News allgemein</i>	84	83
<i>Politisches Geschehen Welt</i>	62	57
<i>Politisches Geschehen Region</i>	58	62
<i>Service-Infos/Wetter/Staus</i>	48	45
<i>Veranstaltungskalender</i>	40	42
<i>Wirtschaft lokal</i>	39	39
<i>Wirtschaft (inter)national</i>	37	37
<i>Überregionaler Sport</i>	34	36
<i>Gesellschaftliches</i>	30	35
<i>Lokale Suchfunktionen</i>	29	30
<i>Lokalsport</i>	28	37
<i>Kleinanzeigen</i>	24	27
<i>Serviceleistungen</i>	22	29
<i>Umfragen/Votings</i>	21	21
<i>Entertainment/Stars/Promis</i>	21	19
<i>Themenarchive</i>	20	22
<i>E-Paper</i>	18	19
<i>Auto</i>	14	14
<i>Zusatzofferten</i>	14	16
<i>Abo-Card</i>	11	15
<i>Videoabrufe/Podcasts</i>	10	11
<i>Communities/Blogs</i>	8	9

Basis: 1001 Online-Nutzer, 14 bis 49 Jahre.  
Quelle: TNS Emnid.

© WUV

## „BILD“ VOR „SZ“

In den letzten 14 Tagen genutzt

Angaben in Prozent	
<i>Bild.de (Bild)</i>	26
<i>Sueddeutsche.de (Südd. Zeitung)</i>	20
<i>faz.net (Frankfurter Allg. Zeitung)</i>	15
<i>welt.de (Die Welt)</i>	13
<i>Handelsblatt.com (Handelsblatt)</i>	9
<i>Tagesspiegel.de (Berliner Tagessp.)</i>	9
<i>ksta.de (Kölnler Stadtanzeiger)</i>	7
<i>Berlinonline.de (Berliner Zeitung)</i>	7
<i>FTD.de (Financial Times Deutschl.)</i>	7
<i>rp-online.de (Rheinische Post)</i>	6
<i>WAZ.de (Westd. Allg. Zeitung)</i>	5
<i>abendblatt.de (Hamb. Abendblatt)</i>	5
<i>fr-online.de (Frankf. Rundschau)</i>	3
<i>Regionalzeitung online</i>	59
<i>andere Zeitung online</i>	19
<i>keine</i>	5

Jeder vierte zumindest gelegentliche Leser von Tageszeitungen im Web war in den letzten 14 Tagen auf der Site der „Bild“-Zeitung, jeder fünfte besuchte die Homepage der „Süddeutschen Zeitung“, und etwa jeder sechste surfte zur „FAZ“. Insgesamt liegen aber Regionalblätter vorn: Drei Fünftel haben das Online-Angebot ihres Regionaltitels aufgerufen.

Basis: 1001 Onliner, die zumindest geleg. Online-Editionen von Zeitungen nutzen, 14 bis 49 Jahre. Quelle: TNS Emnid. © WUV