

PRESSEINFORMATION

**Media-Analyse Tageszeitungen 2010:
Mehr als zwei Drittel der Bundesbürger lesen
Tageszeitungen**

**Leistung von Tageszeitungen eindrucksvoll
bestätigt**

Frankfurt, 28. Juli 2010. Über 49 Millionen Bürger in Deutschland lesen an einem durchschnittlichen Tag eine Tageszeitung. Das Tageszeitungslesen spielt damit nach wie vor eine zentrale Rolle im täglichen Leben der Menschen. Dies ist eine der Erkenntnisse aus den aktuellen Daten für 2010, welche die Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse (ag.ma) jetzt vorgelegt hat und die von der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, Frankfurt, für die Tageszeitungen ausgewertet wurden.

Die Tageszeitungen in Deutschland haben eine Gesamtreichweite von 69,6 Prozent (deutschsprachige Personen ab 14 Jahren, Leser pro Ausgabe).

Die Analyse der Leserschaftsstruktur der Tageszeitungen bestätigt, dass sie in allen Altersgruppen gelesen werden: 7,5 Millionen der 14 bis 29-Jährigen (Reichweite 49,4 Prozent), 16,1 Millionen der 30 bis 49-Jährigen (Reichweite 67,7 Prozent) und über 25,5 Millionen Menschen (Reichweite 80,7 Prozent) in der Altersgruppe der über 50-Jährigen lesen täglich mindestens eine Tageszeitung.

ZMG ZEITUNGS MARKETING GESELLSCHAFT MBH & CO. KG
TELEFON 069/97 38 22-0 FAX 069/97 38 22-51 INFOCENTER@ZMG.DE

Auch wenn die Tageszeitungen als Universalmedium alle Bevölkerungsgruppen in hohem Maße erreichen, erzielen Sie vor allem bei den Premium-Zielgruppen Spitzen-Reichweiten: 72,8 Prozent bei Gutverdienenden (HHNE 2.500 € plus) und 75,8 Prozent bei Gutausgebildeten (Fach-/Hochschulreife mit Studium).

„Tageszeitungen sind ein wichtiges Informationsmedium für die Bundesbürger. Sie werden stark und intensiv genutzt und liefern ihren Lesern, verlässliche und interessante Neuigkeiten von hoher Bedeutung. Tageszeitungen werden in allen Altersgruppen gelesen und sind so ein optimaler Werbe- und Informationsträger“, kommentiert Alexander Potgeter, Leiter Forschung der ZMG, die aktuellen ma-Zahlen.

Die regionalen Abonnementzeitungen weisen eine Reichweite von 56,9 Prozent auf, die Reichweite der Kaufzeitungen liegt bei 21,0 Prozent und die überregionalen Tageszeitungen haben eine Reichweite von 5,5 Prozent.

In der neuen Media-Analyse 2010 der Printmedien wird die ausgewiesene Grundgesamtheit um die in Deutschland lebenden deutschsprachigen Ausländer erweitert. Die neue Grundgesamtheit ist somit definiert „als deutschsprachige Bevölkerung in Privathaushalten am Ort der Hauptwohnung in der Bundesrepublik Deutschland ab 14 Jahre“. Die Grundgesamtheit steigt damit deutlich um 8,8 Prozent von 64,8 Millionen auf 70,5 Millionen.

Die Erweiterung der Grundgesamtheit führt dazu, dass die Daten der ma 2010 Pressemedien II und ma 2010 Tageszeitungen nicht

mit denen der Vorjahre vergleichbar sind. Reichweitenveränderungen - auch in der Gruppe der deutschen Bevölkerung - lassen keine direkten Rückschlüsse auf Reichweitengewinne oder -verluste zu.

Die ma Tageszeitungen ist die maßgebliche Media-Analyse für den deutschen Zeitungsmarkt und liefert Reichweiten und Leserschaftsdaten. Die Studie basiert auf rund 139.000 Interviews und wird von der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (ag.ma) in Frankfurt am Main herausgegeben.

Die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft ist der zentrale Marketing-Dienstleister der Zeitungsverlage. Sie bietet Forschung, Planung und Beratung. Sie unterstützt Werbekunden und Agenturen mit praxisorientierten Dienstleistungen von der Media-planung bis zur Werbewirkungskontrolle.

Ansprechpartner:

Alexander Potgeter
Leiter Forschung
Mitglied der Geschäftsleitung
ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft
Telefon (069) 97 38 22-24
E-Mail potgeter@zmg.de

[Anlage PM Erweiterte Grundgesamtheit \(vom 15. Juli 2010\)](#)

Logo ag.ma
Foto Potgeter