

Erste Lokalmedienstudie von Table.Media

### **Große regionale Unterschiede bei der Zufriedenheit mit Lokaljournalismus / "Lokale Lücke" klappt bei der „aktiven Mitte“**

Berlin, 20.04.2021

**Das Interesse an Lokaljournalismus ist bundesweit groß, doch bei der Zufriedenheit gibt es große regionale Unterschiede. Überall in Deutschland gibt es zudem die "lokale Lücke" bei der "aktiven Mitte" zwischen 30 und 50 Jahren. Wer mehr Bildung und mehr Familie hat und in einer Region mit höherer Kaufkraft lebt, der hat nicht nur großes Interesse an lokalen Nachrichten, sondern ist auch besonders unzufrieden mit dem lokalen Informationsangebot. Das zeigt die erste Lokalmedienstudie von Table.Media, für die das Meinungsforschungsinstitut Civey vom 26. März bis zum 1. April 2021 in einer repräsentativen Untersuchung bundesweit über 2.500 Menschen befragte.**

"Die Umfrage zeigt, dass Deutschland ein starkes lokaljournalistisches Fundament hat, sich aber bei Regionen und Teilgruppen zunehmend uneinheitlich darstellt", sagt der Herausgeber von Table.Media, Sebastian Turner. „Entsprechend gibt es auch kein einheitliches Rezept für die Zukunft der Lokalmedien. Wir müssen Ort für Ort verstehen, was Menschen zufrieden stellt und insbesondere, was an lokaljournalistischen Angeboten fehlt, um die lokale Lücke bei der "aktiven Mitte" zu schließen."

Die regionalen Unterschiede sind erheblich: Im Bundesländervergleich rangieren vor Schlusslicht Bremen (34% Unzufriedene) Thüringen (32%), Saarland (31%), Brandenburg (29%) und Sachsen-Anhalt (28%). Die Spitzenplätze belegen hier Berlin (17% Unzufriedene), Schleswig-Holstein, Hamburg (beide 18%) und Baden-Württemberg (19%). Aufschlussreich ist, dass die üblichen Muster - etwa Gefälle zwischen Nord und Süd oder Ost und West oder Stadt und Land - nicht zu erkennen sind. „Hier stellen sich sehr interessante Fragen für Medienforscher und Medienpraktiker“, so Turner.

### **Die "Lokale Lücke" bei der "aktiven Mitte": Die 30- bis 50-Jährigen haben hohes Lokaljournalismus-Interesse - und größten Lokaljournalismus-Frust**

Noch markanter sind die Unterschiede bei den soziodemografischen Merkmalen - hier zeigt sich die "lokale Lücke" bei der „aktiven Mitte“. Für diese Analyse wurden Interesse und Zufriedenheit erfragt und dann nach

Altersgruppen verglichen. Während das Interesse für Lokalinformation schon bei den 18-29-Jährigen auf hohem Niveau liegt (60,4 Prozent) und dann kontinuierlich bis ins Rentenalter ansteigt (81,2), offenbart die Frage nach der Zufriedenheit die „Lokale Lücke“. Die Zufriedenheit ist am größten bei den Ruheständlern (72,5), dann folgen die 50-64-Jährigen (65,1) und dann - Überraschung - die jüngste erhobene Gruppe der 18-29-Jährigen (57,6). Deutlich unzufriedener sind die beiden Alterskohorten von 30 bis 39 Jahren (44,9) und von 40 bis 49 Jahren (53,7). Wenn man nun Interesse und Zufriedenheit in Beziehung setzt, zeigt sich bei den mittleren Jahrgängen die "Lokale Lücke". Während die Jungen bis 29 und die Gruppen ab 50 Jahren eine geringe Differenz zwischen Interesse und Zufriedenheit aufweisen (4 bis 9 Prozent), zeigt sich bei den Jahrgängen von 30 bis 49 eine doppelt bis vierfache Abweichung (jeweils 20 Prozent): Ein großes Interesse an lokaler Information stößt auf ein unbefriedigendes lokales Angebot. Der Blick auf die familiäre Situation unterstreicht die Lokale Lücke bei der aktiven Mitte der Gesellschaft. Nur die Hälfte der Befragten mit Kindern im Haushalt sind mit den Lokalmedien zufrieden (49,8 Prozent) - ganz im Gegensatz zu den Haushalten ohne Kinder, dort sind zwei Drittel der Befragten (67,4) zufrieden.

Das Bedürfnis nach gutem Lokaljournalismus kommt genau dann auf, wenn Menschen sich beruflich und privat für eine Region längerfristig entschieden haben, erklärt Janina Mütze, Gründerin und Geschäftsführerin von Civey. „Die Umfrage zeigt tendenziell, dass das Interesse an Lokalmedien mit zunehmendem Alter nach Ende der Ausbildung zunimmt. Davon weicht die Wertschätzung des Angebotes erkennbar ab.“

Das Interesse an lokalen Nachrichten aus der Stadt oder Gemeinde hängt auch von der Ausbildung ab. So zeigen Menschen mit Berufsabschluss (78%) oder Hochschulabschluss (73%) deutlich mehr Interesse als Menschen in Ausbildung (64%) oder ohne Berufsabschluss (56%). Am stärksten interessiert sind Befragte aus Regionen mit mittlerer (76%) und sehr hoher (73%) Kaufkraft, aber auch Menschen aus wirtschaftsschwachen Regionen sind überwiegend an Lokalnews interessiert (71%). In der Tendenz sind Frauen noch etwas interessierter (75%) als Männer (71%).

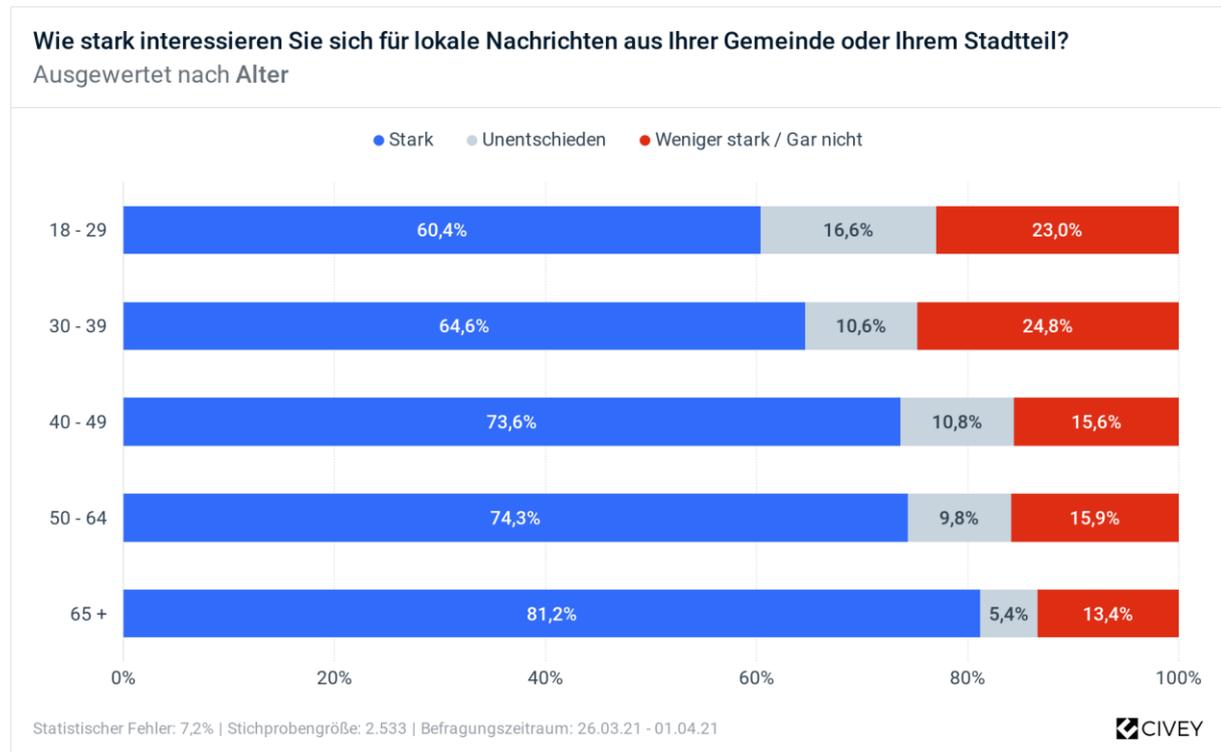
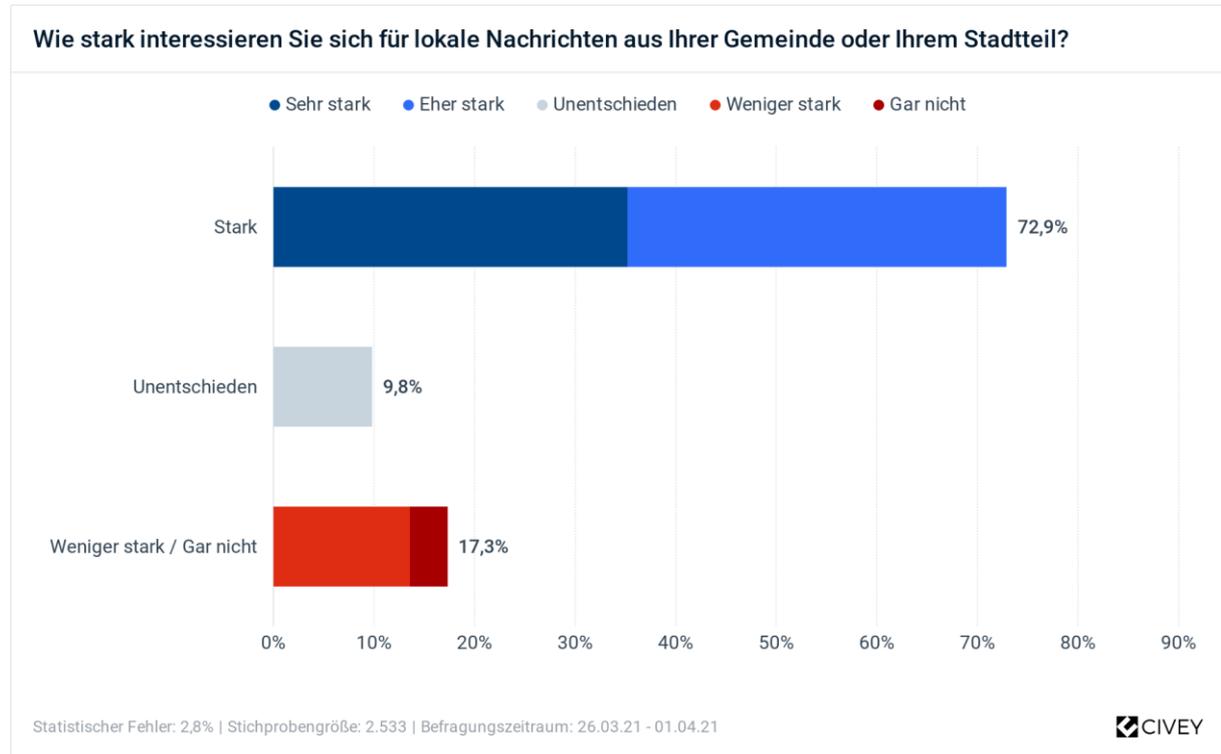
### **Über Table.Media: Ein neuer Weg zum Qualitätsjournalismus**

[www.Table.Media](http://www.Table.Media) ist ein deutscher Digitalpublisher mit Sitz in Berlin, der sich zum Ziel gesetzt hat, neue Wege für wirtschaftlich tragfähigen Qualitätsjournalismus zu finden. Zu den ersten Publikationen zählen China.Table Professional Briefing und 100Headlines.Table. Die Table-Strategie

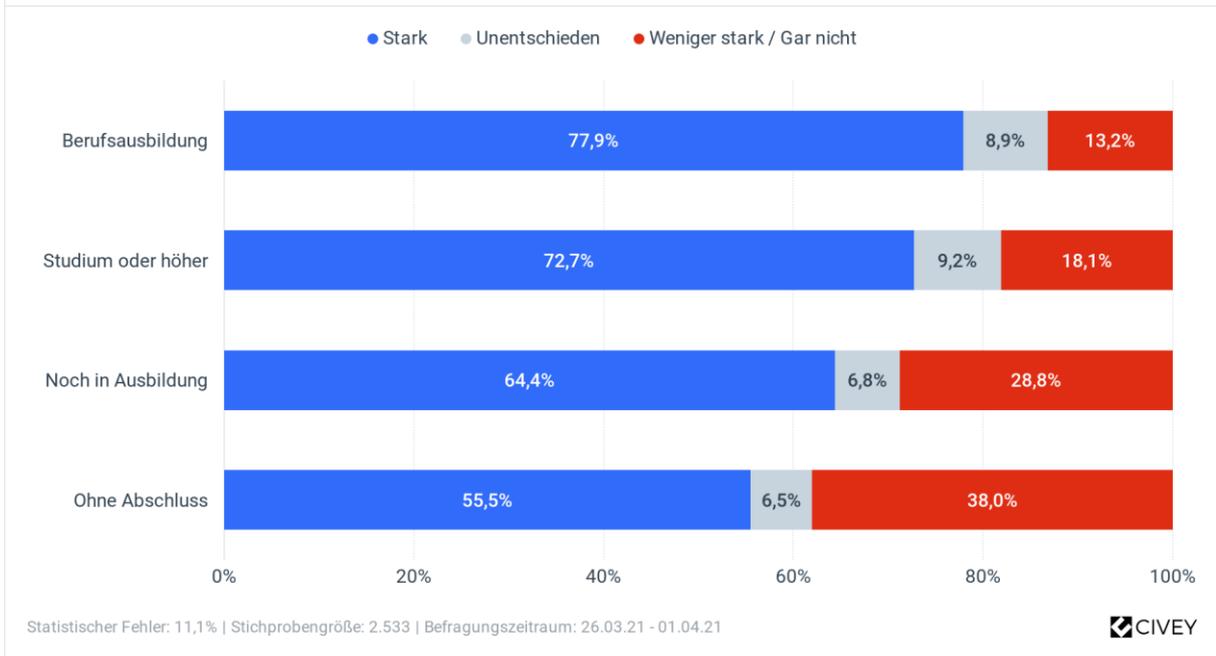
steht auf drei Beinen: Erstens redaktionelle Kompetenz, zweitens technologische Führung und drittens das Gespräch mit dem Publikum auf Augenhöhe – wie es auch im Namen Table angedeutet wird. Table.Media wurde vom langjährigen Herausgeber und Gesellschafter des Tagesspiegels und Aufsichtsrat der D. v. Holtzbrinck-Medien, Sebastian Turner, gegründet. Er greift dabei auf die Erfahrungen zurück, wie sich der Tagesspiegel durch eine digitale Qualitätsstrategie zur größten Zeitung Berlins entwickeln konnte. Chefredakteurin von Table.Media ist Antje Sirleschtov, zuvor geschäftsführende Redakteurin des Tagesspiegels. Table.Media ist Teil der **Trafo MediaTech Gruppe**, Berlin, in der Turner seine Media- und Content-Tech Beteiligungen zusammengefasst hat, um den Austausch von publizistischen und technologischen Innovationen zu erleichtern. Die Trafo Gruppe ist auch beteiligt an [Civey.com](https://www.civey.com), [Opinary.com](https://www.opinary.com), [Delphai.com](https://www.delphai.com), [Whereby.us](https://www.whereby.us) und Rums.ms. Geschäftsführer der Trafo MediaTech GmbH sind Nina Schoenian und Jochen Beutgen. Schoenian hat die Tageszeitung taz erfolgreich digitalisiert und die Markenkommunikation des WWF (World Wide Fund for Nature) geleitet. Beutgen ist Finanzspezialist mit zwanzig Jahren Erfahrung bei Startups und Digitalunternehmen.

Ihre Fragen richten Sie bitte an Leonie Gürtler: [Leonie.Guertler@trafo.com](mailto:Leonie.Guertler@trafo.com) oder telefonisch: +49 30 30 809 517.

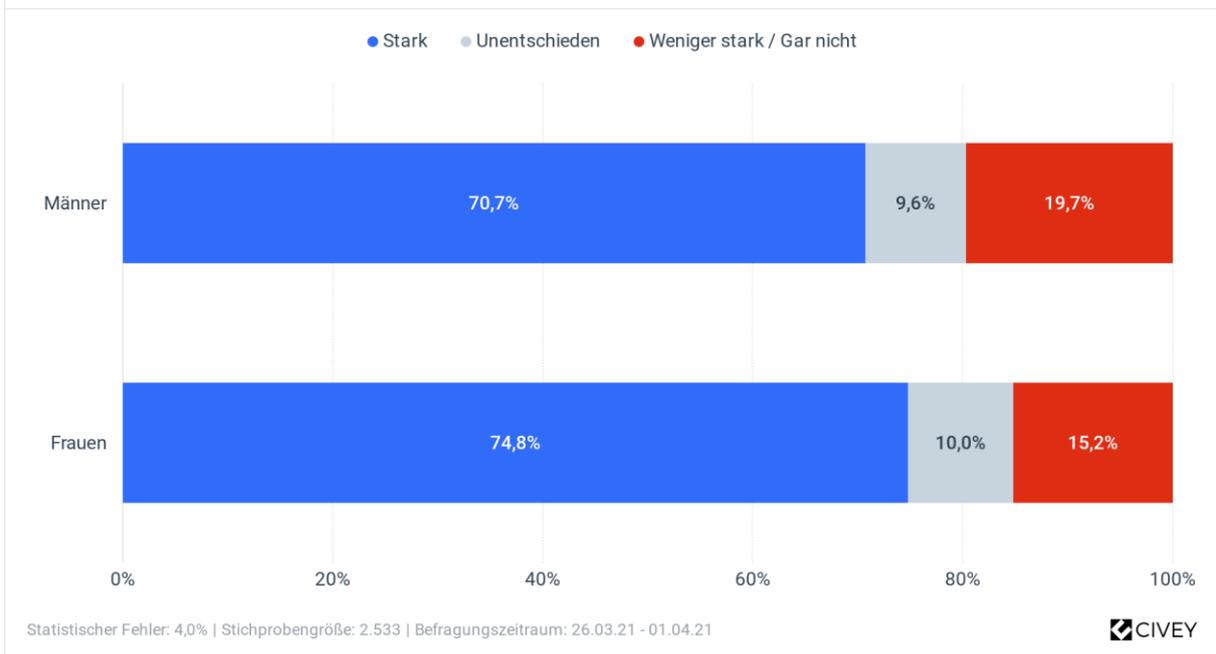
## Lokaljournalismus - Schaubilder zur Table.Media-Studie



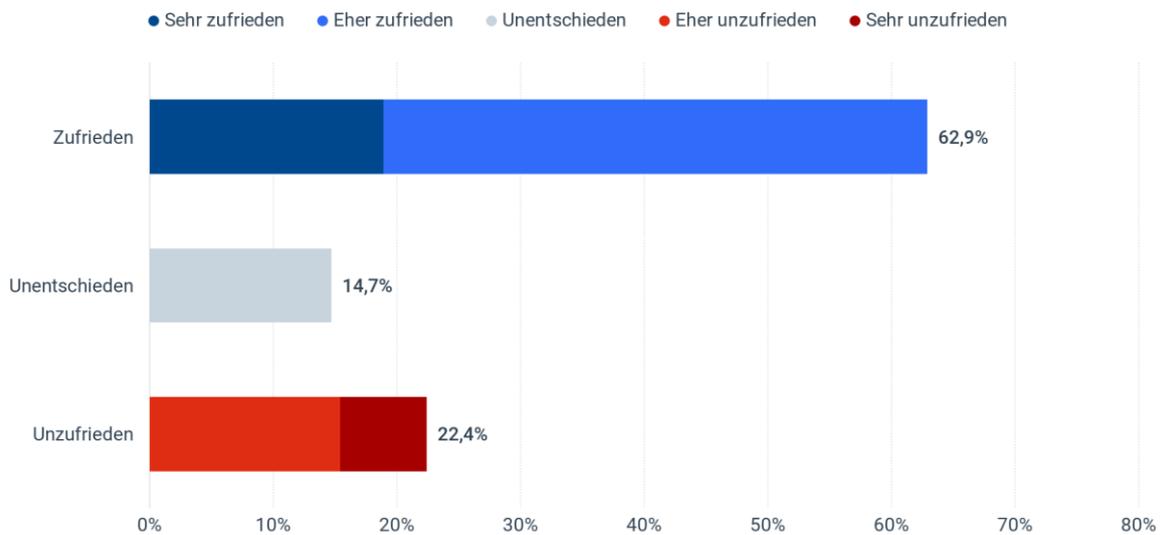
### Wie stark interessieren Sie sich für lokale Nachrichten aus Ihrer Gemeinde oder Ihrem Stadtteil? Ausgewertet nach Berufsbildung



### Wie stark interessieren Sie sich für lokale Nachrichten aus Ihrer Gemeinde oder Ihrem Stadtteil? Ausgewertet nach Geschlecht



**Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit dem Angebot an lokalen Medien (Zeitungen, Online-Medien, Lokalradio und Lokalfernsehen) in Ihrer Region?** ☞ Personen, die sich für lokale Nachrichten interessieren

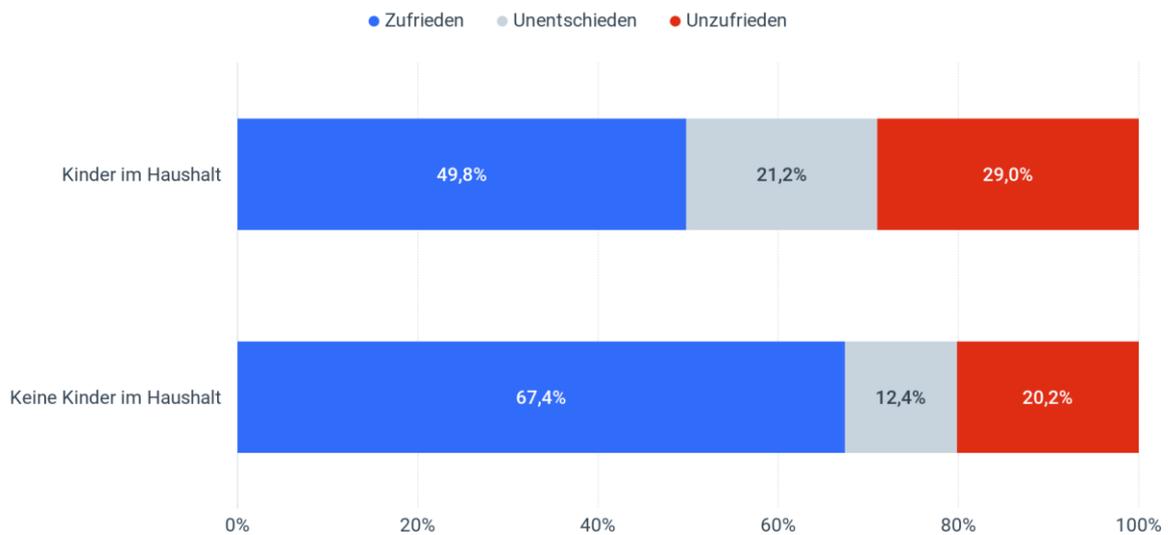


Statistischer Fehler: 3,1% | Stichprobengröße: 2.518 | Befragungszeitraum: 30.03.21 - 01.04.21



**Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit dem Angebot an lokalen Medien (Zeitungen, Online-Medien, Lokalradio und Lokalfernsehen) in Ihrer Region?** Ausgewertet nach Kinder im Haushalt

☞ Personen, die sich für lokale Nachrichten interessieren

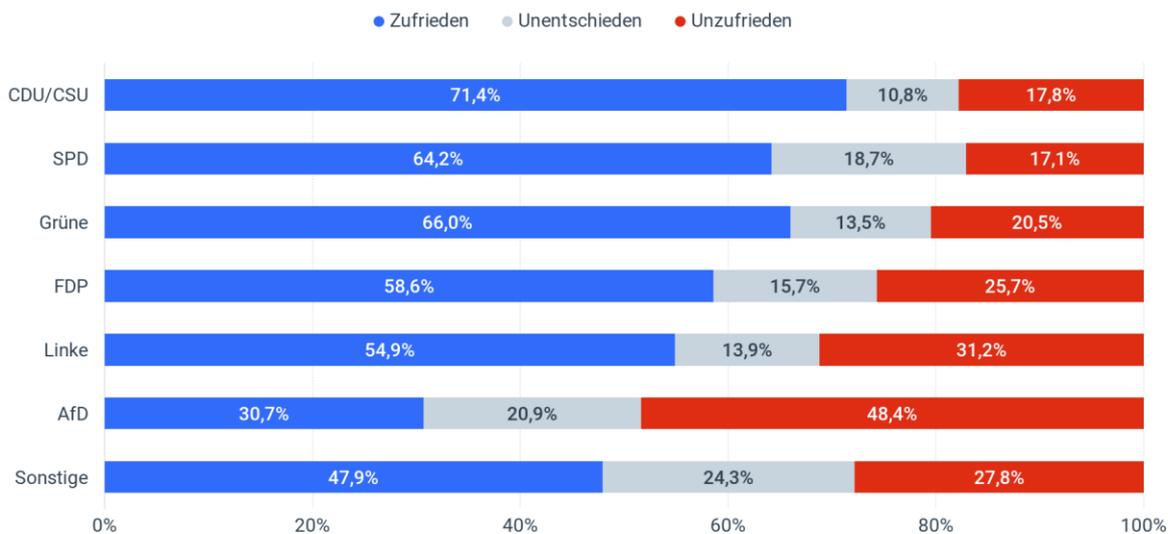


Statistischer Fehler: 6,2% | Stichprobengröße: 2.518 | Befragungszeitraum: 30.03.21 - 01.04.21



**Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit dem Angebot an lokalen Medien (Zeitungen, Online-Medien, Lokalradio und Lokalfernsehen) in Ihrer Region?** Ausgewertet nach Wahlabsicht - Bund

☉ Personen, die sich für lokale Nachrichten interessieren

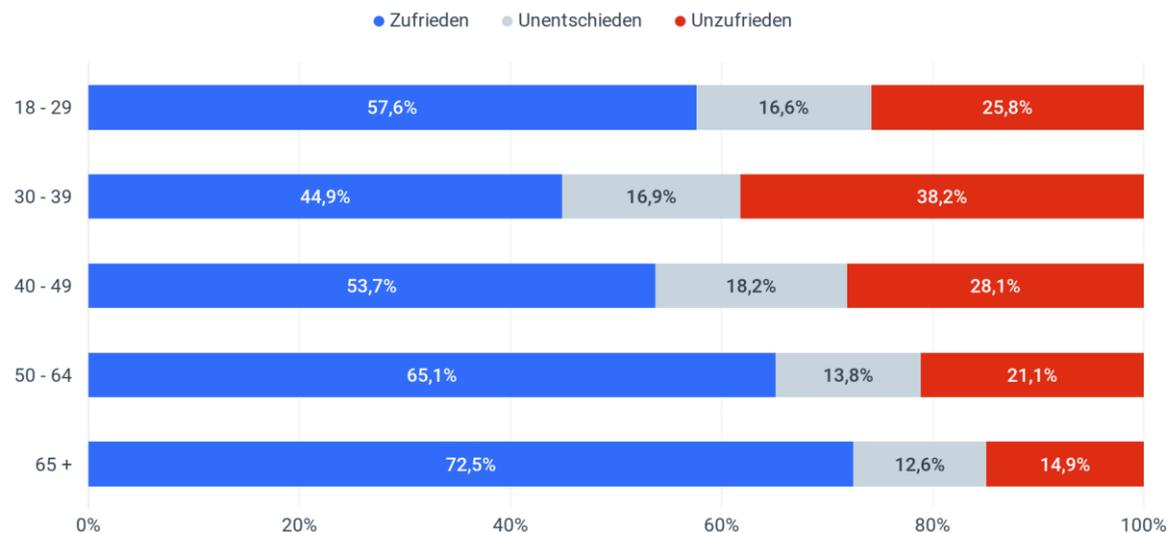


Statistischer Fehler: 9,9% | Stichprobengröße: 2.518 | Befragungszeitraum: 30.03.21 - 01.04.21



**Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit dem Angebot an lokalen Medien (Zeitungen, Online-Medien, Lokalradio und Lokalfernsehen) in Ihrer Region?** Ausgewertet nach Alter

☉ Personen, die sich für lokale Nachrichten interessieren



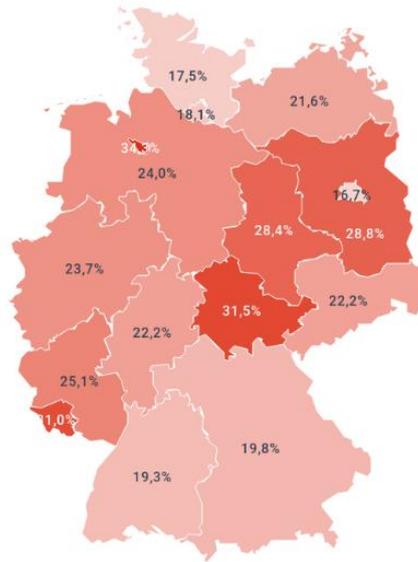
Statistischer Fehler: 9,6% | Stichprobengröße: 2.518 | Befragungszeitraum: 30.03.21 - 01.04.21



## Wie zufrieden sind Sie ganz allgemein mit dem Angebot an lokalen Medien (Zeitungen, Online-Medien, Lokalradio und Lokalfernsehen) in Ihrer Region? Ausgewertet nach Bundesländer

👤 Personen, die sich für lokale Nachrichten interessieren

- Zufrieden
- Unentschieden
- **Unzufrieden**



Statistischer Fehler: 8,8% | Stichprobengröße: 2.518 | Befragungszeitraum: 30.03.21 - 01.04.21

