

P R E S S E M I T T E I L U N G

Berlin, 19. November 2019

Die Zeitung als Reise-Influencerin

ZMG-Touristikstudie: Reiseseiten in der Zeitung inspirieren zur Urlaubsplanung

Mit den schönsten Wochen des Jahres beschäftigen sich Zeitungsleser und -nutzer gerne ganzjährig: 61 Prozent lesen jeden Reisetil ihrer regionalen Tageszeitung. Die Reiseseiten sind aber nicht nur ein willkommener und intensiv genutzter Lesestoff. Sie geben auch wesentliche Impulse für die eigene Urlaubsplanung. Das zeigt die jetzt vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) veröffentlichte ZMG-Touristikstudie 2019.

Neben Familie und Freunden sind Reiseberichte, Anzeigen und Beilagen der Zeitung für ihre Leser die wichtigste Informationsquelle in Sachen Urlaubsplanung. 41 Prozent informieren sich regelmäßig über aktuelle Reiseangebote in der Tageszeitung. Von Reiseberichten in Zeitschriften lassen sich 38 Prozent anregen, 33 Prozent setzen auf Bewertungs- und Vergleichsportale, 30 Prozent nutzen Reisesendungen in Radio und Fernsehen und 22 Prozent die digitalen Angebote von Touristikunternehmen.

Hoher Aktionsimpuls

Dabei ist der Reisetil der Zeitung für die Leser weit mehr als eine nüchterne Informationsquelle. Für viele gilt er sogar als „Highlight“ der Zeitung, das als glaubwürdig und vertrauensvoll (77 Prozent), einfallsreich und gut recherchiert (69 Prozent) beurteilt wird. 55 Prozent loben darüber hinaus den hohen Nutzwert. Oft aktiviert die Reiseberichterstattung unmittelbar zu konkreten Schritten von der Planung bis zur Buchung.

So nehmen 69 Prozent der Zeitungsleser die Reiseseiten zum Anlass, sich mit Freunden über Urlaubsthemen zu unterhalten, sich mit der Familie zur

eigenen Ferienplanung zusammensetzen (59 Prozent) und sich weitergehend über eine Reise beziehungsweise einen Anbieter zu informieren. Ein Drittel wird durch die Zeitungslektüre ganz konkret aktiviert: 35 Prozent sind durch Reiseberichte und -anzeigen motiviert, Kontakt zu einem Anbieter aufzunehmen und eine Reise oder Unterkunft zu buchen (33 Prozent).

Reisefreudige Leserinnen und Leser

Was die ZMG-Touristikstudie auch zeigt: Zeitungsleser sind eine reisebegeisterte Zielgruppe. Mehr als zwei Drittel (69 Prozent) gönnen sich mindestens drei Mal jährlich eine Auszeit vom Alltag. Favorit ist dabei der Urlaub am Meer (57 Prozent), gefolgt von Städtereisen (54 Prozent), Bergtouren (25 Prozent), Kultur- und Bildungsreisen (15 Prozent), Kreuzfahrten und Wellness-Urlaube (jeweils 13 Prozent). Da fast die Hälfte (48 Prozent) der Reisetil-Fans über mehr als 3.000 Euro Haushaltsnettoeinkommen verfügt, ist das Budget für Reisen und Kurztrips auch vorhanden.

„Die Reiseseiten der Zeitungen sind ein ideales Umfeld für den Touristik-Werbemarkt und für alle, die Menschen für kleine und große Alltagsfluchten begeistern möchten. Das macht die Zeitung – gedruckt und digital – zur perfekten Reise-Influencerin“, kommentiert BDZV-Geschäftsführerin **Katrin Tischer** die Studienergebnisse.

Für die Touristikstudie hat die ZMG Zeitungsmarktforschung Gesellschaft 1.728 Leser regionaler Tageszeitungen ab 18 Jahren zum Thema Reisen befragt. Die Studie wurde im August und September 2019 als Online-Befragung und Copytest von Reiseseiten durchgeführt.

Kontakt: BDZV, Dr. Andrea Gourd, Leitung Redaktion „Die Zeitungen“,
Telefon: 069/973822-46, E-Mail gourd@bdzv.de

Folgen Sie uns auf Twitter [@BdzvPresse](https://twitter.com/BdzvPresse) und Instagram [die_zeitungen](https://www.instagram.com/die_zeitungen)