

TZ wirkt

- 6 **90 Prozent – 7 Sekunden**
Studie zur Anzeigenrezeption
Stefan Schönherr, eye square und Stefanie Buchert/Stefan Dahlem, ZMG

TZ Zielgruppen

- 10 **Neuwagenkäufer in der Gen Y**
Studie: Zielgruppe „junge Neuwagenkäufer“ am besten mit digitalen Angeboten der regionalen Tageszeitungen erreichen
Matthias Zimmer, ZMG
- 14 **TZ-Leser wollen verlässlich und umfassende informiert sein**
Was Leser regionaler Abo-Zeitungen von den Medien erwarten und wie sie die unterschiedlichen Kanäle nutzen

TZ Facts

- 16 **TZ-Werbung: Glaubwürdig, nützlich und akzeptiert**
Wie die fünf wichtigsten Mediengattungen wahrgenommen werden

TZ nachgefragt

- 18 **Budget-Druck stärkt Bedeutung der regionalen Medien**
Umfrage: Wie Mediaexperten den Werbeträger regionale Tageszeitung einschätzen
- 24 **Content-Stärke ist der entscheidende Plus-Punkt**
Bei den Werbetreibenden steht die regionale Tageszeitung nach wie vor hoch im Kurs
- 26 **Die regionale Tageszeitung ist kein „Nebenbei-Medium“**
Interview mit Planning-Experte Peter Kiefer, Grabarz & Partner

TZ Digital

- 28 **Tageszeitungen sind auch auf Facebook starke Medienmarken**
Regionale Zeitungsmarken öffnen ihre Facebook-Kanäle immer mehr für Werbekunden
Oliver Fahle, prettysocial media
- 30 **LeseLounge eröffnet nicht nur Verlagen neuen Vertriebsweg**
Beacon-Technologie ermöglicht die Gewinnung neuer Leser und stärkt den Local Commerce
Matthias Keil, AVS

TZ Award

- 33 **„Die Zeitungen – Best-Sellers Best“!**
Die beste Angebotswerbung des Jahres
Dr. Joachim Donnerstag, ZMG

TZ Praxis

- 37 Moderne Regionalzeitungen sind keine Zufallsprodukte**
Mit der Serie „Leben im Revier“ konnte die WAZ ihre Reichweite erhöhen und neue Anzeigenkunden gewinnen
Andreas Tyrock, Westdeutsche Allgemeine Zeitung
- 40 Medienpaket München – Komfortabel dominant**
Das Medienpaket der Ippen-Gruppe bietet Medienvielfalt und Komfort für Werbekunden
Wolfgang Schuldlos, IWM Institut

TZ buchen

- 42 OBS – der Branchenstandard für Printbuchungen**
Das einheitliche B2B-Buchungssystem für die Printbranche hat sich im Markt etabliert
Claudia Mika und Urszula Dolder, ZMG

TZ planen

- 46 RegioMDS – das Planungstool für Tageszeitungsplanung im Wandel**
Petra Fügel, Media Impact
- 3 Editorial**
- 5 Impressum**

Impressum

REGIONALE TAGESZEITUNGEN 2016
erscheint als Sonderausgabe von NEW BUSINESS

Herausgeber und Verleger: Peter Strahlendorf (V.i.S.d.P.)
Autoren dieser Ausgabe: siehe gekennzeichnete Beiträge
Produktmanagement: Anja Kruse-Anyaegbu
Art Direction: Andrea Dingkuhn

Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 34.
Schutzgebühr: € 38,- zzgl. Porto und USt.

NEW BUSINESS erscheint wöchentlich montags in der
New Business Verlag GmbH & Co. KG,
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg
Fon: + 49 40 609009-0
Fax: + 49 40 609009-15 (Verlag)
+ 49 40 609009-77 (Redaktion)

info@new-business.de, www.newbusinessverlag.de

Kfm. Geschäftsführung: Antje-Betina Weidlich-Strahlendorf
Anzeigen Anzeigendisposition: Jens Jansen, Jacqueline Lampe
Vertrieb: Victoria Larson
Druck und Lithos: Angelika Schmidt (Ltg.)
Lehmann Offsetdruck GmbH,
Norderstedt

NEW BUSINESS dient nur der persönlichen Unterrichtung des Empfängers. Weitergabe oder Vervielfältigung ist nicht gestattet. Zitate aus dem Inhalt bei Quellenangabe erlaubt. ISSN 0342-4006
Das Abonnement kostet monatlich € 53,50 (Jahresbezug) bzw. € 56,80 (Halbjahresbezug) zzgl. Porto und USt.

Banken: Hamburger Sparkasse: IBAN: DE74 2005 0550 1217 1313 23 BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX
Commerzbank: IBAN: DE07 2004 0000 0482 2821 00 BIC/SWIFT: COBADEFFXXX
USt.-Id-Nr. DE 217920773