

Zeitungen – ein starkes Medium auch für die Jugend

Bei Jugendlichen sind Zeitungen nicht abgeschrieben. Studien belegen stabile und sogar steigende Nutzung. Zeitungen bieten Jugendlichen ein breites Themenspektrum und punkten vor allem mit ihrer regionalen Kompetenz.

**Grit Rother und Dr. Joachim Donnerstag,
ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft, Frankfurt am Main**

Wachsende Internetnutzung ginge zu Lasten von Zeitungen und Zeitschriften – ein oft zitierter Zusammenhang, der auf Basis der Studie „Print-Nutzung in Zeiten digitalisierten Contents“ der TNS Emnid Medienforschung differenzierter gesehen werden muss. Die Befragung von 1.724 Bundesbürgern ab 14 Jahren von Dezember 2008 bis Februar 2009 zeigt: Die Printnutzung ist in den vergangenen fünf Jahren stabil und steigt sogar – bei gleichzeitig wachsendem Internetkonsum.

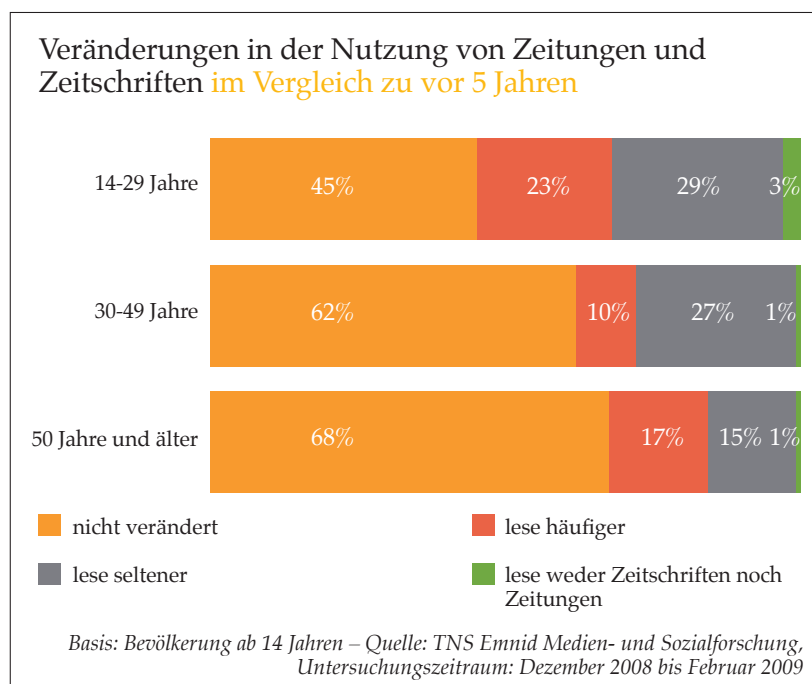
Zum Blättern und für unterwegs

Knapp 40 Prozent der Befragten geben an, dass sie das Internet heute häufiger als noch vor fünf Jahren nutzen. Ein Fünftel (22%) spricht von einer gleichbleibenden Nutzung. 61 Prozent der Deutschen ließen ihre Nutzungsfrequenz bezogen auf Zeitungen

bzw. Zeitschriften unverändert. 16 Prozent sprechen sogar von einer häufigeren Nutzung der Printmedien. Letztere gehören vor allem zur jungen Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen, hier sind es 23 Prozent, die Zeitungen und Zeitschriften häufiger nutzen. Insgesamt ist somit bei mehr als zwei Dritteln der jüngsten Altersgruppe (68%) die Nutzung von Zeitungen und Zeitschriften in den letzten fünf Jahren stabil geblieben bzw. sogar gestiegen. Die jungen Leute machen keineswegs einen Bogen um Print.

Für eine gleichbleibende bzw. gestiegene Printnutzung sorgen bei den 14- bis 29-Jährigen vor allem eine hohe Leser-Blatt-Bindung („Möchte auf meine/n derzeit genutzten Titel nicht verzichten“, 39%), die haptische Anmutung des Papierformates („Ich blättere gern darin“, 38%) und die unabhängige, mobile Nutzungsmöglichkeit der Printformate („Ich lese meine Zeitung/Zeitschrift gern unterwegs, 27%).

Die Gruppe der Jugendlichen, die jetzt verstärkt zu Printmedien greift, wurde nach den Gründen gefragt: Ein gesteigener Informationsbedarf durch die private bzw. berufliche Situation führt in erster Linie zu einer verstärkten Nutzung von Zeitungen und Zeitschriften (44%). Ein verbessertes Zeitungs- und Zeitschriftenangebot ist ein weiterer wichtiger Grund für mehr Printmedien (33%). Diese werden aber auch als Unterstützung und Information zu Computer, Mobilfunk, neue TV-Technik etc. häufiger genutzt (19%).



Cool. All-In-Medium Zeitung

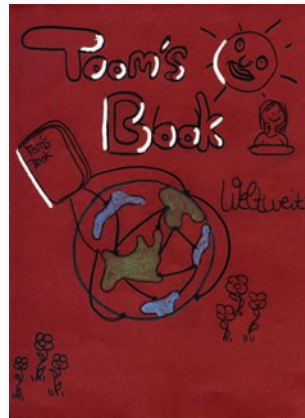
Als Universalmedium bietet die Zeitung auch jungen Lesern eine breite Palette an Informationen. Im Gegensatz zu Special-Interest-Titeln versorgt sie ihre Leser nicht nur mit Informationen, die diese gezielt suchen, sondern auch mit Informationen aus Bereichen, über die sie ansonsten kaum etwas erfahren würden. Diese Themenvielfalt wird von den Lesern – insbesondere auch von jungen Lesern – angenommen.

Die überwiegende Mehrheit der jugendlichen Leser nutzt das Ressort Vermischtes/ Aus aller Welt (87%), den Lokal- bzw. Regionalteil (80%), aber auch das Ressort Wirtschaft (62%) erreicht einen beachtlichen Nutzeranteil. Bemerkenswert ist gerade im Superwahljahr 2009 das politische Interesse der Jugend: drei Viertel der befragten Altersgruppe nutzt den nationalen Politikteil (75%), so die Ergebnisse einer repräsentativen ZMG-Bevölkerungsumfrage.

Local Hero

Die Stärke – insbesondere der regionalen und lokalen Tageszeitungen – liegt in ihrer Regional- und Lokalkompetenz. Die Tageszeitung bietet ihren Lesern Orientierung und hilft ihnen, sich eine eigene Meinung über die Ereignisse im Wohnort und in der Region zu bilden. Die Zeitung konkurriert auf diesem Gebiet nicht mit den großen überregionalen Medien, sondern mit lokal oder regional ausgerichteten Medien wie Anzeigenblättern oder dem lokalen Hörfunk. Die Ergebnisse einer ZMG-Bevölkerungsumfrage zeigen, dass die Zeitung in der Gesamtbevölkerung nach wie vor das mit Abstand wichtigste Medium für die Information über den eigenen Wohnort und die nähere Umgebung ist.

Auch für die jüngste Altersgruppe der 14- bis 29-Jährigen stellen Zeitungen – neben dem Internet – ein wichtiges Medium dar, um sich über das Geschehen im Wohnort und in der näheren Umgebung zu informieren: Drei von vier jungen Menschen sagen, dass die Zeitung für lokale Informationen unverzichtbar ist (74%). Jeder Fünfte hält sie zumindest für sinnvoll (20%). Der lokale Hörfunk und kostenlose Anzeigenblätter bleiben dahinter zurück.



TOMs Book – ein von Jugendlichen gestaltetes Buch-Cover

Vertrauen

Die guten Leistungswerte der Zeitungen spiegeln sich auch in den Ergebnissen der Studie „JIM 2008 – Jugend, Information, (Multi-)Media“ des medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (mpfs) wider. Auf die Frage, auf welches Medium Jugendliche bei widersprüchlicher Berichterstattung am ehesten vertrauen würden, nennen 44 Prozent der 12- bis 19-Jährigen die Zeitung. Platz zwei erreicht mit 31 Prozent das Fernsehen, gefolgt von Radio und Internet (13 bzw. 12%). Im Zeitvergleich zu 2005 bleibt die Zeitung unverändert das mit Abstand vertrauenswürdigste Medium bei den Jugendlichen. Selbst die nicht so regelmäßigen Zeitungsnutzer schenken am ehesten der Zeitung ihr Vertrauen.

Als Gründe, weshalb die Zeitung besonders vertrauenswürdig ist, nannten die Jugendlichen in einer qualitativen Zusatzbefragung zur JIM-Studie vor allem die gute Recherche und Professionalität der Redakteure sowie die regionale Verankerung und Nähe zum Leser.

Marketingaktion TOMs Book

Diese Ergebnisse finden ihre Bestätigung in der Marketingaktion TOMs Book (www.tomsbook.de). TOMs



TOMs Book – Jugendliche bei der Vorbereitung der Aktionsbücher sowie der Auswahl von Zeitungsartikeln

Book ist ein Wandertagebuch, das jungen Leuten Raum für Meinungen, Emotionen und Diskussionen zum Medium Zeitung bietet. Nach dem Prinzip des Book-Crossings werden die Bücher unter guten Freunden weitergegeben. Dazu kommt die Aufforderung, sich mit einem aktuellen Zeitungsartikel und einem Kommentar zum Artikel zu beteiligen. Die Kampagne gibt einen Querschnitt der Gedanken junger Leser und auch ein „Best of“ der Zeitungslandschaft aus der Sicht Jugendlicher und junger Erwachsener wider. Eine Inhaltsanalyse der eingestellten Beiträge zeigt, dass der lokale bzw. regionale Bezug eine zentrale Rolle spielt. 44 Prozent der Jugendlichen wählen Artikel, die Geschehnisse aus ihrer Umgebung schildern. Das Geschehen um sie herum interessiert die Jugendlichen am häufigsten, da sie sich mit den betroffenen Personen identifizieren und schnell emotionalen Bezug herstellen.

Fazit

Die Untersuchungen zeigen, dass die Kernkompetenzen der Zeitungen bei der Jugend Wirkungen zeigen. Zeitungen gehören nach wie vor zum Alltag der Jugendlichen und werden von diesen sehr geschätzt. Zeitung ist ein All-In-Medium, dem die Jugendlichen vertrauen – und was zutrauen.

Grit Rother



leitet Forschungsprojekte der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft in Frankfurt am Main.

✉ rother@zmg.de

Dr. Joachim Donnerstag



ist Spezialist für Werbewirkungsforschung und leitet seit 2004 die Kommunikation der ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft in Frankfurt am Main.

✉ donnerstag@zmg.de

ANZEIGE 1/2

Pforzheimer zeitung