



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Hamburg University of Applied Sciences

DEPARTMENT INFORMATION

Bachelorarbeit

Sorgenkind Print – Umfrage und Fokusgruppenanalyse zur zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der "Digital Natives"

vorgelegt von

Tatjana Kathöfer

Studiengang Medien und Information

erster Prüfer: Prof. Dr. M.A. Ralph Schmidt
zweiter Prüfer: Prof. Dr. Steffen Burkhardt

Hamburg, Juli 2015

Abstract

Die im Rahmen dieser Arbeit angelegten Untersuchungen, befassen sich mit der Frage nach der zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen, bei der Generation der Digital Natives. Die gesamte Forschung dient dazu, Klarheit in die bisher wenig absehbare Zukunft der Printzeitung zu bringen und bezieht sich dabei auf die Digital Natives, deren aktuelles und zukünftiges Medien-, Nachrichten- und Rezeptionsverhalten, ausschlaggebend für die Entwicklung der gedruckten Zeitung ist. Für die wissenschaftliche Behandlung des Themas, wurde sowohl eine repräsentative Umfrage mit 100 Medienstudenten im Alter zwischen 20 und 35 Jahren, als auch eine Fokusgruppendifkussion mit insgesamt sechs TeilnehmernInnen im Alter von 22 bis 25 Jahren, durchgeführt. Das zusammengefasste Ergebnis der Forschung zeigt, dass eine zukünftige Akzeptanz und Rezeption der gedruckten Zeitung bei der Generation der Digital Natives, von Seiten der Zeitungsverlage, durchaus erreicht und verankert werden kann, sofern die Verlage aktiv Veränderungen und Entwicklungen für ihre Zeitungsformate vorsehen. Aus den erhobenen Daten geht hervor, dass die Digital Natives einer Generation angehören, die gerne liest und interessiert an Nachrichten ist. Die Untersuchungen ergaben zudem, dass die Zeitung von den Digital Natives aufgrund von Faktoren wie Zeit, Geld und Verfügbarkeit verhältnismäßig wenig rezipiert wird. Die Akzeptanz durch Aspekte wie die Haptik, den Lesekomfort und die Qualität des Journalismus, ist aber dennoch gegeben. Demnach würde die Mehrheit der befragten Digital Natives bei gleichen Voraussetzungen, das Lesen einer Printzeitung gegenüber dem Lesen der digitalen Version bevorzugen. Auch der Ansatz, durch Zusatzleistungen in den Zeitungsausgaben, einen Wertzuwachs des Printprodukts zu schaffen, ging aus den erhobenen Daten hervor. Die Zukunft der gedruckten Zeitung in der Generation der Digital Natives, könnte daher eine durchaus positive sein, sofern die aus dieser Arbeit als notwendig hervorgehenden Reformen, durch einbeziehen der Digital Natives erarbeitet und an deren Vorstellungen angepasst konzipiert werden.

Schlagwörter: Zeitungsbranche, gedruckte Zeitung, Print, Printzeitung, Digital Natives, Generation, Umfrage, Fokusgruppendifkussion, Fokusgruppenanalyse, Zukunft, Prognose, Rezeption, Akzeptanz, Leseverhalten

Inhaltsverzeichnis	III
Anhangsverzeichnis	V
Darstellungsverzeichnis	V
1. Einleitung	S. 6
2. Die Digital Natives als richtungsweisende Generation für die Zukunft gedruckter Zeitungen	S. 8
3. Die Aufarbeitung und der Forschungsstand der aktuellen Position und Situation gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives	S. 9
4. Studie A: Umfrage für die Analyse der zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives	S. 14
4.1 Die Rahmenbedingungen der Umfrage	S. 15
4.2 Der Aufbau und die Bestandteile des Fragebogens	S. 16
4.3 Die Auswertung der Umfrage	S. 18
4.4 Die Analyse und Diskussion der Ergebnisse	S. 36
5. Studie B: Fokusgruppenanalyse zur zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der "Digital Natives"	S. 45
5.1 Die Rahmenbedingungen und die Durchführung der Gruppendiskussion	S. 45
5.2 Die Auswertung und Analyse der Gruppendiskussion	S. 48
6. Die Vergleichsanalyse der Studien unter Einbezug des externen Forschungsstandes	S. 55

7. Die Bedeutung der Ergebnisse von Umfrage und Fokusgruppenanalyse in Bezug auf die zukünftige Akzeptanz und Rezeption gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives	S. 59
8. Fazit	S. 62
Literaturverzeichnis	S. 64
Eidesstattliche Erklärung	S. 74

Anhangsverzeichnis:

Anhang 1: Fragebogen	S. 67
Anhang 2: Leitfaden	S. 71

Darstellungsverzeichnis

Abb. 1: Durchschnittliche Nutzungsdauer der Medien 2014 in Min./Tag	S.12
Abb. 2: Das Selbstverständnis der "Digital Natives" als Teil der Generation	S.19
Abb. 3: Der Stellenwert nachrichtenorientierter Medien für die befragten	S. 21
Abb. 4: Der Stellenwert gedruckter Zeitungen für die befragten Digital Natives	S. 22
Abb. 5: Der Stellenwert digitaler Nachrichten für die befragten Digital Natives	S. 22
Abb. 6: Die Relevanz gedruckter und digitaler Nachrichtenformen für die untersuchte Generation im Vergleich	S. 23
Abb. 7: Übersicht über die bevorzugten Medien zur Nachrichtenbeschaffung	S. 25
Abb. 8: Die Allgemeine Lesebereitschaft der Digital Natives	S. 26
Abb. 9: Die zeitliche Nutzung von Printzeitungen bei den Digital Natives	S. 27
Abb. 10: Die Vor- und Nachteile der gedruckten Zeitung aus Sicht der Digital Natives	S. 31
Abb. 11: Die Wichtigkeitstendenz für das zukünftige Fortbestehen der gedruckten Zeitungen in der Generation der Digital Natives	S. 34

1. Einleitung

Die Position und Situation gedruckter Zeitungen innerhalb unserer Gesellschaft, hat sich in den letzten 30 Jahren zunehmend verändert. Vor allem die Bedeutung und Funktion des nachrichtenorientierten Printmediums für die Allgemeinheit, verlor über die Jahre an Definition mit Alleinstellungsmerkmal. Der Grund dafür scheint zunächst eindeutig. So ist es bekanntermaßen kein Zufall, dass mit den Veränderungen des Zeitungswesens, die Digitalisierung, langsam aber stetig Einzug in das private, berufliche und öffentliche Leben der Menschen hielt. Die Zeitung, die seit ihrer Entstehung als Nachrichtendienst und Informationsquelle für Geschehnisse fungiert, und heute mit dem deutschen Grundrecht der Pressefreiheit als regierungsunabhängiges Medium der informationsgestützten Meinungs- und Wissensbildung sowie der Unterhaltung dient, ist anfechtbar und vor allem ersetzbar geworden. Die digitale Nachrichtenwelt, als Mitstreiterin im Kampf um wissbegieriges und informationsdurstiges Publikum, ist vielfältig, schnell, nahezu überall verfügbar und immer aktuell. Dass sich diese Attribute mit der Entwicklung und den Bedürfnissen der Gesellschaft ideal ergänzen ist ebenfalls kein Zufall. Neue berufliche und private Lebenskonzepte und Lebensstile haben zur Folge, dass auch der Mensch immer erreichbar und auf dem neusten Stand sein möchte, oder sogar sein muss. Bei der Betrachtung der sich wandelnden Zeitungsentwicklung steht besonders die heutige Generation der "Digital Natives" im Focus. Mit ihr gehen ein Grund- und Selbstverständnis sowie ein deutlich erhöhtes Interesse für digitale Technik und dadurch auch für digitale Medien, einher. Die Generation der Digital Natives, ist die Generation von heute und morgen und spielt daher eine zentrale Rolle für die Betrachtung und Prognose der Entwicklung gedruckter Zeitungen, denn das dieser schon oft der Untergang prophezeit wurde ist kein Geheimnis. Schlagzeilen wie "Das große Zeitungssterben" (SCHMITT, 2009), oder "Zeitungen im Untergang" (KISSLER, 2012), sind keine Seltenheit. Da scheint es nicht abwegig, dass Bill Gates bereits 1990 voraussagte, dass es im Jahr 2000 keine Zeitungen mehr geben wird. Und obwohl bei diesen Worten eine leichte Vorahnung nicht von der Hand zu weisen ist, erweist sich diese Schätzung aus heutiger Sicht dennoch als weit verfehlt (vgl. KOCH, 2009). Der Journalistik-Professor Klaus Meier begründet seine Prognose für das Ende der Tageszeitung im Jahr 2034 sogar statistisch. Die Trendberechnung der Auflagenzahlen, der täglich erscheinenden Zeitungen, ließ ihn

diese düstere Prophezeiung tätigen. Das diese Voraussagung so nicht zutreffen muss, stammt von Meier selbst, da sich die Rahmenbedingungen einer Prognose massiv ändern können (vgl. MEIER, 2012). Besteht also doch noch Hoffnung für das Printmedium Zeitung? Der Journalist und ehemalige Chefredakteur der Nürnberger Zeitung Wolfgang Riepl hielt, im Rahmen seiner Dissertation "Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rücksicht auf die Römer", im Jahr 1913 für die Entwicklung der Nachrichtenlandschaft fest: „(...) daß die einfachsten Mittel, Formen und Methoden, wenn sie nur einmal eingebürgert und brauchbar befunden worden sind, auch von den vollkommensten und höchst entwickelten niemals wieder gänzlich und dauernd verdrängt und außer Gebrauch gesetzt werden können“ (RIEPL, 1913). Dies würde bedeuten, dass das Printprodukt Zeitung auch in Zukunft bestehen bliebe. Hinzukommt, dass Deutschland als Ursprungsland der Zeitung und mit der Geburtsstunde im Jahr 1605, ein gefestigtes Alter vorzuweisen hat (vgl. GERLACH/SQUARR, 2002). Das Entwicklungspotenzial sowie die Entwicklungsrichtung gedruckter Zeitungen stehen also noch aus und bieten weiter Platz für Prognosen. Die im Rahmen dieser Arbeit enthaltenen Informationen, Untersuchungen und Datenerhebungen dienen der Beantwortung folgender These: Die gedruckte Zeitung kann ihre Akzeptanz, Rezeption und das langfristige Bestehen als nachrichtenorientiertes Medium, in der Generation der Digital Natives, sichern, wenn Veränderungen und Entwicklungsprozesse den problembezogenen Bedürfnissen dieser Generation angepasst und innovative Formaterweiterungen umgesetzt werden. Es ist daher wichtig zu untersuchen, welche Vorstellungen und Bedürfnisse die Digital Natives gegenüber der gedruckten Zeitung haben und welche Möglichkeiten und Chancen, die mit Geschichte und Tradition verbundene Zeitung, in einer Gesellschaft hat, die immer mehr Selbstverständnis für das Digitale erlangt. Im Rahmen der Untersuchung zur zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives, wurde deshalb zum einen eine Umfrage und zum anderen, eine auf den Umfrageergebnissen, aufbauende Fokusgruppendifkussion, mit anschließender Analyse durchgeführt.

2. Die Digital Natives als richtungsweisende Generation für die Zukunft gedruckter Zeitungen

Für die Untersuchung zur zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives, ist es zunächst einmal wichtig, die Definition und Rahmenbedingungen für jene, in einer sich digitalisierenden Welt aufgewachsenen Jahrgänge, zu benennen und festzulegen, da die folgenden Auswertungen und Analysen, sich auf die hier verfassten Bedingungen stützen. Darüber hinaus gilt zu klären, in welchem Zusammenhang die Digital Natives mit der Zukunft gedruckter Zeitungen stehen und wie durch die generationsspezifische Interessens- und Verhaltensanalyse, bezogen auf die digitale und gedruckte Welt der Nachrichten, eine Prognose für das Printmedium Zeitung ermittelt werden kann.

Der Begriff "Digital Natives" wurde im Jahr 2001, durch den Autor und Bildungsexperten Marc Prensky, bekannt. In seinem Artikel "Digital Natives, Digital Immigrants", den Prensky für *On the Horizon*, eine Zeitschrift für internationale Bildungsthemen, verfasste, beschreibt er die Jahrgänge vom Kindergarten bis hin zur Universität, als die Generation der Digital Natives. Ausschlaggebend für diese neue Bezeichnung, einer bereits existierenden Generation, waren für Prensky die Veränderungen im Heranwachsen der Kinder, Schüler und Studenten: „Today's students – K – through college represent the first generations to grow up with this new technology. They have spent their entire lives surrounded by and using computers, videogames, digital music players, video cams, cell phones, and all the other toys and tools of the digital age” (PRENSKY, 2001). Die beiden Autoren, des 2008 erschienenen Buches "Born Digital", John Palfrey und Urs Gasser, definieren in ihrem Werk das Jahr 1980 als Beginn, der als Digital Natives zu bezeichnenden Generation: „They were all born after 1980, when social digital technologies, such as Usenet and bulletin board systems, came online. They all have access to networked digital technologies. And they all have the skills to use those technologies” (PALFREY/GASSER, 2008). Maßgebend für die Zugehörigkeit zu dieser Generation, ist also zum einen das Heranwachsen, in der sich entwickelnden digitalen Welt sowie das daraus resultierende Selbstverständnis für digitale Techniken und Prozesse. Prensky grenzt den Begriff "Digital Natives" in seinem Artikel daher deutlich von der Bezeichnung "Digital Immigrants" ab, da Letztere nicht

mit digitaler Technik aufgewachsen sind, sondern in die digitale Welt erst hineinwachsen mussten (vgl. PRENSKY, 2001). Auch die digitalen Nachrichten haben längst Einzug in den Alltag der Digital Natives gehalten. Die digitale Medienwelt bietet unter anderem mit Online-Zeitungen, Sozialen Netzwerken, Blogs und Apps, ein weitreichendes Nachrichtennetzwerk für alle Interessierten. Die Digital Natives haben die Möglichkeit per Smartphone und Tablet, nahezu überall aktuelle Nachrichten aufrufen und lesen zu können. Aus diesen Kriterien und dieser Merkmalfestlegung für die Generation der Digital Natives, resultiert die Tatsache, dass die gedruckte Zeitung in einer Gesellschaft existiert, die einen stetig wachsenden Anteil an digitalen "Experten" ausmacht. Es wird daher deutlich, dass die Gruppe der Digital Natives, einer der wesentlichen Faktoren für die Zukunft gedruckter Tageszeitungen ist und die Generation darstellt, die Informationen, Gründe und Meinungen über die Zukunft des Printmediums liefern kann. Dies ergibt sich aus dem Sachverhalt, dass jene Generationsmitglieder, sowohl mit der digitalen, als auch analogen Welt vertraut sind und daher Vergleiche und Schlüsse ziehen können. Letztlich ist es zudem wichtig zu erfahren, ob sich die Definition dieser Generation, mit all ihren Merkmalen, auf eine größere Masse der ernannten, aber nicht selbsternannten, Digital Natives beziehen lässt. Um das Ergebnis einer aussagekräftigen Untersuchung, über die Zukunft der gedruckten Zeitung zu erlangen, ist die Hinzuziehung der Generation der Digital Natives daher zwingend notwendig.

3. Die Aufarbeitung und der Forschungsstand der aktuellen Position und Situation gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives

Die Aufarbeitung und die Übersicht des Forschungsstandes zur aktuellen und insbesondere zur zukünftigen Position und Situation gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives, dient als Grundlage und Verständnishilfe für die später folgenden Auswertungen und Ergebnisanalysen der Umfrage sowie der Fokusgruppendifkussion.

Die Situation der gedruckten Zeitungen ist anhand vieler ausschlaggebender Faktoren und Ereignissen in den vergangenen Jahren festzumachen. Nicht nur die fortwährenden Veränderungen in der immer mehr digitalaffinen Gesellschaft, mit

Wirkung auf die Zeitungsbranche, auch die daraus resultierende Frage nach der Zukunft des Printmediums, ist ein beständiges Thema in den Medien. Neben dem Aus für die *Financial Times Deutschland* im Jahr 2012 (vgl. GRUNER + JAHR, 2012) gab die *Frankfurter Rundschau* fast zeitgleich ihren Insolvenzantrag bekannt (vgl. GÖPPERT, 2012). Die Zeitung blieb als neuer Teil in der unabhängigen Verlags- und Redaktionsgesellschaft *Frankfurter Rundschau GmbH* bestehen (F.A.Z, 2013). Eine Analyse der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) von April 2014 ergab, dass die Quartalsauflagen der deutschen Zeitungen nur wenig Lichtblicke zeigten. Alle Titel verzeichneten sinkende Quartalsauflagen. Unter den größten Verlierern die BILD und F.A.Z. (vgl. SCHRÖDER, 2014). Der Autor des *Süddeutsche Zeitung Magazins* Georg Diez schrieb bereits 2009: „In den vergangenen Jahrzehnten haben die deutschen Tageszeitungen jeden fünften Leser verloren, die Jahresauflage stürzte von 30 Millionen auf unter 24 Millionen ab (...)“ (DIEZ, 2009). Des Weiteren ist der Anzeigenerlös drastisch zurückgegangen. Diese Tatsache ist deshalb so dramatisch, da die Printformate sich zu großen Teilen durch Anzeigen finanzieren (vgl. DIEZ, 2009). Anhand dieser negativen Schlagzeilen und Nachrichten, ist es nur wenig überraschend, dass die Bundesagentur für Arbeit im Jahr 2012 die größte Entlassungswelle in der Zeitungsbranche seit 1949 verzeichnete (vgl. KISLLER, 2012). Ein Blick in die von der IVW bereitgestellten Quartalsauflagen zeigt, dass der Negativ-Trend für die meisten Zeitungen in den letzten fünf Jahren konstant blieb. Die Tageszeitung DIE WELT hatte im letzten Quartal des Jahres 2009 noch eine Auflagenzahl von 370.767 und eine Verkaufszahl von 260.177. Im letzten Quartal 2014 waren es hingegen nur noch 236.400 gedruckte Auflagen und 183.044 verkaufte Zeitungen. Auch für die Wochenzeitung DIE ZEIT ging es, wenn auch nicht ganz so rapide, dennoch bergab. Am Jahresende 2009 waren es noch 652.600 gedruckte Auflagen und 502.246 verkaufte Exemplare. Ende 2014 waren es hingegen mit 631.846 Druckauflagen mehr als 20.000 weniger. Auch die Verkaufszahlen sanken auf 484.913 gedruckte Zeitungen. Auffällig ist, dass die verkauften ePaper –Ausgaben der Zeitungen hingegen eine positive Entwicklung in den letzten Jahren verbuchen können. So verkaufte DIE ZEIT im vierten Quartal 2012 6.347 ePaper, im Jahr 2014 waren es mit 25.721 verkauften elektronischen Zeitungen 19.374 Exemplare mehr (vgl. IVW, 2015). Was aber bedeutet diese kritische Situation, für die Rolle der gedruckten Zeitung, in der Generation der Digital

Natives? Einen Hinweis auf den Verfall der gedruckten Zeitung, unter dieser wachsenden Generation?

Die Position der Printzeitung war in der Gesellschaft lange Zeit klar definiert. In der Funktion des Nachrichten- und Informationslieferanten war es die Aufgabe der Zeitung, Inhalte und Informationsteile darzustellen, zu ordnen, zu analysieren, zu verdichten und zu verifizieren, um so ein wirklichkeitsgetreues, akkurates und verständliches Bild der Geschehnisse zu liefern (vgl. GESTMANN, 2010). Doch die Zeitung befindet sich schon etliche Jahre und heute mehr denn je, in einem großen Konkurrenzkampf. Das Medium Internet ist im Laufe der Digitalisierung, insbesondere für die Generation der Digital Natives, immer mehr zu einer wichtigen Quelle der Nachrichtenbeschaffung, mit dem Vorteil großer Entwicklungsmöglichkeiten und viel Raum für Informationen und Nachrichten aus aller Welt, geworden. Die gedruckte Zeitung hingegen ist ein in sich abgeschlossenes Format, mit nur wenig Spielraum für Entwicklungen oder große Veränderungen. Die Zeitung informiert und dient der Unterhaltung, andere Medien, wie das bereits genannte Internet oder das Fernsehen und Radio, erfüllen diesen Zweck ebenso. Die Position und der Sinn des Printmediums Zeitung, innerhalb unserer Gesellschaft, haben sich daher verändert. Das hat zur Folge, dass die Zeitung kaum noch Alleinstellungsmerkmale besitzt. Der Umstand für die verrückte Position des Print ist nicht zuletzt auf die, in einer sich stetig entwickelnden, digitalen Welt aufgewachsenen Generation der Digital Natives, zurückzuführen. Dem zu Grunde liegt die Tatsache, dass Jugendliche und junge Erwachsene weniger Zeit mit dem Lesen von Zeitungen verbringen, als Erwachsene und Senioren. Erstere beziehen ihre Informationen lieber aus dem Internet (vgl. DIEZ, 2009). Für die Einschätzung des Leseverhaltens der Digital Natives zeigt die folgende Abbildung, die durchschnittliche Dauer, angegeben in Minuten pro Tag, die der Deutsche mit der Nutzung von den hier aufgeführten Medien verbringt. Die Übersicht wurde im Rahmen der ARD/ZDF Onlinestudie 2014 veröffentlicht.

	Fernsehen ¹⁾	Hörfunk ²⁾	Internet ³⁾	Zeitung ⁴⁾	Tonträger ²⁾	Buch ⁴⁾	Zeitschrift ⁴⁾
Gesamt (ab 14 J.)	240	192	111	23	27	22	6
14-29 J.	128	142	233	10	63	30	4
30-49 J.	223	207	135	18	26	15	4
ab 50 J.	297	203	46	34	10	23	9

1) AGF in Zusammenarbeit mit GfK, TV Scope: 1. Halbjahr 2014.

2) ma 2014/l.

3) ARD/ZDF-Onlinestudie 2014.

4) Massenkommunikation 2010.

Abb. 1: Durchschnittliche Nutzungsdauer der Medien 2014 in Min. /Tag (Quelle: ARD/ZDF ONLINESTUDIE, 2014).

Anhand der Abbildung wird deutlich, dass sich die Kerngruppe der als Digital Natives zu bezeichnenden 14 bis 29 Jährigen im Jahr 2010, im Durchschnitt zehn Minuten täglich mit dem Lesen einer gedruckten Zeitung beschäftigt haben. Bei der Altersgruppe der 30 bis 49 Jährigen verschwimmt die Grenze zwischen Digital Natives und Digital Immigrants. Die Nutzungsdauer verlängert sich hier jedoch nur gering auf durchschnittliche 18 Minuten. Da laut dieser Studie, alle Deutschen über 50 Jahren, im Durchschnitt 34 Minuten pro Tag mit dem Lesen einer Printzeitung verbringen, stützt die vorliegende Übersicht die These, dass ältere Erwachsene und Senioren mehr gedruckte Zeitung lesen als Jugendliche und junge Erwachsene. Besonders auffällig ist, dass das Internet mit durchschnittlich 233 Nutzungsminuten pro Tag, als Hauptmedium der Kerngruppe der Digital Natives hervorgeht. Dieses Ergebnis stimmt also mit dem wesentlichen Merkmal dieser Generation überein. Beachtlich ist zudem, dass die gedruckte Zeitung nur an fünfter Stelle, der täglich genutzten Medien liegt. Die Begründungen hierfür können verschiedenster Art sein. Ein Grund für das schlechte Abschneiden der Zeitung ist sicherlich, dass Medien wie Fernsehen und Internet weitreichend und ausgesprochen vielfältig sowie brandaktuell sind. Dadurch werden diese Medien fortwährend genutzt. Die Zeitung hingegen ist endlich. Die schlechte Platzierung des Printmediums kann auch ein Hinweis auf die fehlende Motivation, für das Lesen der gedruckten Zeitung sein. Dies würde im Umkehrschluss bedeuten, dass die Zeitung sich Veränderungsprozessen unterziehen muss. Fest steht, dass das Medium Zeitung sich in einer Situation befindet, in der es in Bezug auf andere Medien immer mehr in

den Hintergrund gerät. Diese Tatsache allein bedeutet jedoch nicht, dass die gedruckte Zeitung durch die Digital Natives in Zukunft zu einer Art Auslaufmodell degradiert und für die Beschaffung von Nachrichten, keine Rolle mehr spielen wird. Die folgende Studie gibt Anlass zur Hoffnung. Die Masterarbeit von Sabrina Kainrad bietet, als eine der wenigen Studien mit dem Thema der Digital Natives in Zusammenhang mit der Zeitungen und ihrer Zukunft, mehr Aufschluss. Gegenstand der Arbeit ist die Untersuchung, der sich wandelnde Zeitungsnutzung der Digital Natives und die Folgen dieser Veränderungen. Für die Erhebung der relevanten Daten wurden problemorientierte Interviews mit 20 Personen im Alter von 20 bis 29 Jahren durchgeführt und anschließend ausgewertet. Die Untersuchung basiert auf der These, dass die Zeitung dann Anklang in der Generation der Digital Natives findet, wenn sie einen Mehrwert gegenüber den zahlreichen Online-Angeboten schafft (vgl. KAINRAD, 2014). Die Auswertungsergebnisse widersprechen damit der Krisenstimmung, in der sich die gedruckte Zeitung seit Jahren befindet. „Der Ruf der Nicht-ZeitungsleserInnen eilt den Digital Natives voraus. Viele der befragten jungen Menschen zwischen 20 und 29 Jahren lesen sehr gerne eine Printzeitung und können mit den Zukunftsszenarien, wonach es die Zeitung auf dem Trägermedium Papier schon bald nicht mehr geben soll, nicht viel anfangen“ (KAINRAD, 2014). Aus der Masterarbeit geht zudem hervor, dass Digital Natives das Lesen einer Printzeitung, als einen positiven und entspannenden Prozess, insbesondere als Rückzugsmöglichkeit aus der digitalen Welt wahrnehmen und die Zeitung in dieser Generation daher mehr zur Unterhaltung und nicht als trockener Informationslieferant fungieren sollte. Deshalb sollte auch über die Aufhebung der strikten Ressortenteilungen nachgedacht und mehr Themen, die unter den Digital Natives Popularität genießen, aufgearbeitet werden. Zudem wird auf das Internet als Gegenpol zur gedruckten Zeitung eingegangen. Demnach würden Bezahlschranken für Zeitungsartikel im Internet, einen positiven Effekt auf die Printversion erzielen, da viele der Befragten durchaus bereit sind, für Nachrichten und Informationen zu zahlen. Die Kostenvorteile auf Seiten des Internets und die Kostennachteile auf Seiten der gedruckten Zeitung würden so ausgeglichen (vgl. KAINRAD, 2014). Die Masterarbeit zeigt also Umstände auf, die erkennen lassen, dass die gedruckte Zeitung noch nicht zum Aussterben verurteilt ist. Allgemein auffällig ist jedoch, dass Recherchen nach größeren Studien, die sich ausschließlich mit der Generation der Digital Natives und deren Bezug zu gedruckten Zeitungen beschäftigen, kaum

Ergebnisse ans Tagelicht befördern. Dabei sind die Ergebnisse derartiger Analysen ausschlaggebend für die Zukunft der Zeitungslandschaft. Nur wenn die Digital Natives und ihr Bezug gegenüber der gedruckten Zeitung untersucht und definiert wird, können daraus notwendige Entwicklungsmöglichkeiten und Prozesse erkannt und umgesetzt werden.

4. Studie A: Umfrage für die Analyse der zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives

Für den ersten praxisbezogenen Teil der Untersuchung wurde eine Umfrage (s. Anhang 1, S.68) mit themenspezifischen Fragen entwickelt, durchgeführt, ausgewertet und analysiert. Die Befragung dient der empirischen Forschung und Datenerhebung zur Analyse der zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives. Die Umfrage ist größtenteils repräsentativ gestaltet und enthält nur wenige qualitative Fragen, die in ihrer Notwendigkeit im Kapitel 4.2 *Der Aufbau und die Bestandteile des Fragebogens* erläutert werden. Die Datenerhebung ist Voraussetzung und Instrument für die spätere Analyse und Prognose der Situation gedruckter Zeitungen im Zeitalter der Digital Natives (vgl. SCHUHMANN 2012).

Innerhalb der Auswertung und der anschließenden Analyse der Umfrageergebnisse sollen die folgenden Hypothesen, die auf den bereits theoretisch festgehaltenen Aspekten basieren, untersucht werden:

Hypothese 1: Die gedruckte Zeitung besitzt in der Generation der Digital Natives einen niedrigen Nutzen, was auf den Vergleich mit nachrichtenorientierten, digitalen Medien zurückzuführen ist

Hypothese 2: Die allgemeine Lesebereitschaft der Digital Natives steht in Zusammenhang mit der Häufigkeit für das Lesen von gedruckten Zeitungen in dieser Generation

Hypothese 3: Die Generation der Digital Natives kann die Vorteile der gedruckten Zeitung, trotz digitaler Affinität, klar definieren und ist sich dieser daher durchaus bewusst

Hypothese 4: Die Mehrheit der Digital Natives ist nur mäßig interessiert am Fortbestand der gedruckten Zeitung im Zeitalter der digitalen Nachrichten

Die Untersuchung dieser Hypothesen dient der ersten Bestandsaufnahme, um später die zu Beginn formulierte These, dass die gedruckte Zeitung ihre Akzeptanz, Rezeption und das langfristige Bestehen als nachrichtenorientiertes Medium, in der Generation der Digital Natives, sichern kann, sofern Veränderungen und Entwicklungsprozesse den problembezogenen Bedürfnissen dieser Generation angepasst und innovative Formaterweiterungen gefunden und umgesetzt werden, leichter überprüfen zu können.

4.1 Die Rahmenbedingungen der Umfrage

Die Umfrage wurde vor der Recherche des externen Forschungsstandes und somit unabhängig entwickelt, um eine Beeinflussung für mögliche Fragenkonzepte zu vermeiden. An der Umfrage nahmen 100 Studenten des Kunst- und Mediacampus Finkenau in Hamburg teil. Alle TeilnehmerInnen der Befragung stammen aus dem Studienfachbereich der Medien. Die Altersspanne der Befragten liegt zwischen 20 und 35 Jahren. Damit ist gewährleistet, dass alle Interviewten nicht vor dem Jahr 1980 geboren sind und somit, nach der in Kapitel 2 *Die Digital Natives als richtungsweisende Generation für die Zukunft gedruckter Zeitungen*, aufgeführte und für diese Arbeit festgelegte Definition der beiden Autoren Palfray und Gassern in ihrem Buch "Born digital", die Generation der Digital Natives repräsentieren. Das errechnete Durchschnittsalter der Befragten liegt aufgerundet bei 24 Jahren. Für die Umfrage wurde auf ein möglichst ausgeglichenes Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Teilnehmern und Teilnehmerinnen geachtet. An der Umfrage haben, basierend auf dem Gesamtwert von 100 Befragten, 59 Frauen und 41 Männer teilgenommen. Den Interviewten stand genügend Zeit, für das Ausfüllen des Fragebogens, zur Verfügung. Aufgrund der Tatsache, dass die Umfrage vor Ort

durchgeführt wurde, konnten allgemeine Fragen beantwortet werden. Davon ausgenommen sind inhaltliche Fragen, da das Ziel, möglichst intuitive und authentische Antworten zu generieren, erreicht werden sollte.

4.2 Der Aufbau und die Bestandteile des Fragebogens

Der vierseitige Fragebogen ist aufgeteilt in drei wesentliche Teilbereiche. Der erste Teil der Umfrage *Reflektion und Medienverhalten der Digital Natives* befasst sich mit der Selbstwahrnehmung und dem Medienverhalten der genannten Generation. Es sollte durch diesen ersten Abschnitt ermittelt werden, ob sich die Befragten selbst als Digital Natives empfinden und warum, oder warum nicht. Dieser erste Abschnitt diene daher der Forschung, inwieweit die Generationsbezeichnung, auf die befragte Altersgruppe zutrifft und ob das Ergebnis, die Position und Situation gedruckter Zeitungen noch einmal verändert. Zudem sollte nachvollziehbar werden, welche Rolle nachrichtenorientierte Medien, bei den Digital Natives im Allgemeinen zukommt und in welcher Position sich nachrichtenorientierte digitale und gedruckte Medien, innerhalb dieser Generation, befinden. Des Weiteren soll durch die erste Einheit des Fragebogens geklärt werden, welches Medium von den Befragten, ausschließlich bezogen auf die Beschaffung von Nachrichten, am häufigsten genutzt wird und wie sich diese Häufigkeit beschreiben lässt.

Der zweite Teil der Umfrage *Das Leseverhalten der Digital Natives bezogen auf gedruckte Zeitungen* diene dazu, dass Leseverhalten der Digital Natives zunächst im Allgemeinen und dann im Besonderen, bezogen auf das Lesen von gedruckten Zeitungen, zu erforschen. Das allgemeine Leseverhalten wurde abgefragt, um später Rückschlüsse auf einen möglichen Zusammenhang zwischen dem allgemeinen Leseverhalten und dem Lesen von Printzeitungen zu ziehen, oder aber eine eventuelle Unabhängigkeit dieser beiden Bereiche voneinander feststellen zu können. Für die Ermittlung dieser Vergleichswerte war daher wichtig zu erfahren, wie gerne und wie oft die Befragten für gewöhnlich lesen und wie oft sie gedruckte Zeitungen rezipieren. Um ein möglichst weitreichendes Bild über die Situation der Zeitung in der Generation der Digital Natives zu erhalten, wurde sich zudem nach Alltagssituationen, für das Lesen von gedruckten Zeitungen erkundigt. Die Frage nach den Zeitungsnamen wurde bewusst als offene Frage gestaltet, um dadurch

eine Vielfalt an Antworten zu ermöglichen und die nicht national bekannten, regionalen und lokalen Zeitungen aufzählen zu lassen. Der letzte Abschnitt dieses Umfrageteils befasst sich mit der Frage, ob Eltern und/oder Verwandte regelmäßig Zeitungen rezipieren. Im Fokus stand hierbei, das Leseverhalten der Digital Natives von dem Leseverhalten der Generation der Digital Immigrants abzugrenzen.

Der dritte und abschließende Teil des Fragebogens *Die Rolle und Zukunft gedruckter Zeitungen in der Generation der Digital Natives*, befasst sich mit dem aktuellen und zukünftigen Stellenwert gedruckter Zeitungen, innerhalb dieser Generation. Ein wesentlicher Teil des letzten Fragenkomplex und wichtiger Bestandteil der gesamten Umfrage war die Nennung von Vor- und Nachteilen, die die gedruckte Zeitung, nach Meinung der Interviewten, mit sich bringt. Dieser Bereich sollte vor allem der späteren Analyse, zum Stellenwert gedruckter Zeitungen bei den Digital Natives dienen und Aufschluss über Schwächen und Stärke, sowie positive und negative Aspekte des Printmediums geben. Zudem wurde, basierend auf der Sammlung der Vor- und Nachteile gedruckter Zeitungen, ermöglicht die Voraussetzung für die Problemerkennung der gedruckten Zeitung, in einer digitalisierten Generation zu schaffen und das konzipieren von Lösungsansätzen zu realisieren. Diese beiden Prozesse sind ausschlaggebend für eine abschließende Prognose des Printmediums Zeitung. Die Frage nach den Vor- und Nachteilen der Zeitung wurde auch hier bewusst offen gehalten und ohne vorformulierte Antworten durchgeführt. Dies soll in erster Linie zum Nachdenken anregen und die authentische Meinung der Befragten widerspiegeln sowie eine große Bandbreite an Aussagen bieten. Interessant zu erfahren ist zudem, wie wichtig den Digital Natives das Fortbestehen der gedruckten Zeitung ist. Aufbauend auf der Frage nach den Vor- und Nachteilen der Zeitung als Printmedium, ist die Frage nach zukünftigen Verbesserungsmöglichkeiten. Diese ebenfalls offene Frage diente zur Ermittlung, über welche Entwicklungsmöglichkeiten und Entwicklungspotenziale, die gedruckte Zeitung verfügt, um daraus ebenfalls Lösungskonzepte zu generieren. Wie bereits im Kapitel 3 *Die Aufarbeitung und der Forschungsstand der aktuellen Position und Situation gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives* beschrieben, verbringt die Altersklasse um die Fünfzig und älter, von allen Altersgruppen am meisten Zeit mit dem Lesen von gedruckten Zeitungen. Begründet auf der Tatsache, dass die bisherigen Recherchen, diese Altersgruppe als Hauptkonsument für das Printmedium Zeitung festhalten, zielt die

letzte Frage des Bogens in die ferner gelegene Zukunft. Wichtig ist es bei der Frage, ob sich der Interviewte vorstellen kann auch in 30 Jahren noch gedruckte Zeitungen zu lesen, eine Tendenz und eine Meinung für die Zukunft des Mediums zu generieren. Da das Durchschnittsalter der Befragten aufgerundet bei 24 Jahren liegt, ergibt eine Aufrechnung von 30 Jahren die Altersgruppe 50 plus, also die Altersklasse die heutzutage noch am meisten gedruckte Zeitung liest.

Der Aufbau und die Bestandteile der Umfrage decken daher zum einen die Frage nach dem Ist-Zustand der gedruckten Zeitung in der Generation der Digital Natives ab, um dadurch Entwicklungsmöglichkeiten und Potenziale des Printmediums ausarbeiten zu können und ermittelt zum anderen das Meinungsbild und die Tendenz der Zukunftsentwicklung der Zeitung innerhalb der digitalorientierten Generation.

4.3 Die Auswertung der Umfrage

Alle quantitativen Daten der Befragung sind mit dem Statistik-Analyseprogramm *IBM SPSS Statistics 22* ausgewertet und analysiert worden. Die qualitative Datenerhebung wurde durch die genaue Betrachtung und Zählung verschiedener, ähnlicher und gleicher Antworten, mithilfe einer Excel-Tabelle durchgeführt. Diese Erhebung dient insbesondere als Hilfe, die quantitativ erhobenen Daten optimal zu ergänzen und Auswertungsergebnisse mit diesen Hintergrundinformationen zu erläutern. Die erzielten Ergebnisse werden in diesem Kapitel, zunächst nur direkt auf das jeweilige Auswertungsergebnis bezogen, kurz beleuchtet und anschließend im Kapitel 4.4 *Die Analyse und Diskussion der Ergebnisse* analysiert und diskutiert. Wie bereits in Kapitel 4.2 *Aufbau und Bestandteile des Fragebogens* erwähnt, liegt der Fokus im ersten Teil der Umfrage zunächst auf der Betrachtung der Generation der Digital Natives. Die auf S. 19 folgende Grafik zeigt daher das Selbstverständnis der Befragten als ein Teil dieser Generation.

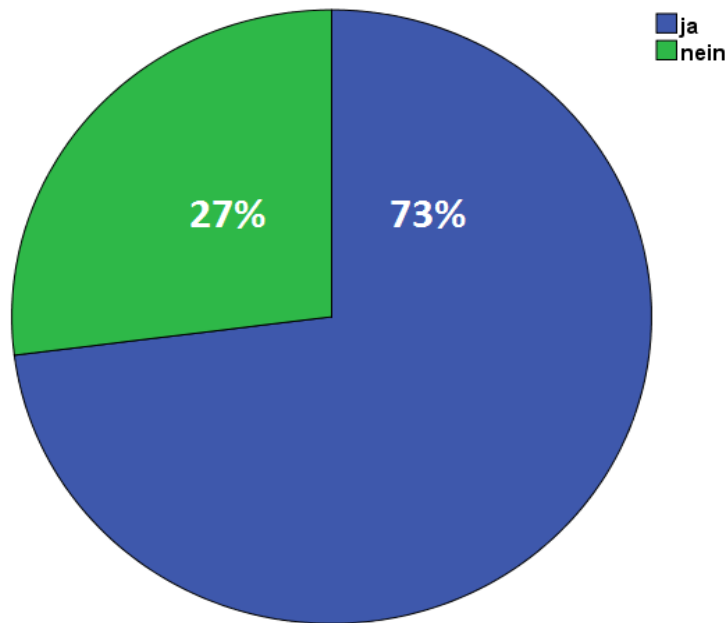


Abb. 2: Das Selbstverständnis der Digital Natives als Teil der Generation
(Quelle: Eigene Darstellung)

Anhand des Diagramms wird deutlich, dass die große Mehrheit der Befragten sich als Digital Natives bezeichnet und sich daher als Teil dieser Generation versteht. Die bei der Umfrage angegebenen Begründungen, stimmen mit den bereits theoretisch behandelten Merkmalen überein. Über die Hälfte aller Befragten, die sich als Digital Native bezeichnen, gaben diesbezüglich an, mit den technischen Entwicklungen im Laufe der Digitalisierung, wie z.B. Computer, Handy und Internet aufgewachsen und daher mit diesen vertraut zu sein. Diese Antwort ergänzt die häufige Nennung des Selbstverständnisses im Umgang mit digitaler Technik, sowie digitalen Medien. Der selbstverständliche Umgang mit digitalen Erzeugnissen führt zum einen auf das Heranwachsen in einer sich digitalisierenden Welt zurück und basiert zum anderen auf dem Umstand, dass digitale Technik und digitale Medien ein fester und täglicher Bestandteil im beruflichen und privaten Alltag der Digital Natives sind. So gab fast jeder Zweite, von den 73 % der sich als Digital Natives verstandenen Befragten, an digitale Medien im Studienalltag, aus beruflichen Gründen, oder zu privaten Zwecken zu nutzen. Da immerhin 27% der Befragten sich selbst nicht mit dem Begriff identifizieren, ist in diesem Fall eine Betrachtung der Begründungen ebenfalls interessant. Zehn Prozent der sich als Nicht-Digital Native bezeichnenden Interviewten gaben an, erst als Jugendlicher mit digitaler Technik in Kontakt gekommen zu sein und sehen sich daher nicht als ein "Ureinwohner" der digitalen

Generation. Weitere Gründe für die fehlende Identifikation als ein Digital Native, sind laut Aussagen der Befragten, mangelndes Interesse an digitaler Technik und die Tatsache, dass das Aufwachsen ohne digitale Einflüsse wie Handys oder Computer noch im Bewusstsein der Befragten ist. Es lässt sich daher festhalten, dass die Mehrheit der ernannten Digital Natives sich auch tatsächlich als solche versteht, es aber dennoch eine zu beachtende Anzahl gibt, die die Grenze und den Übergang zur Generation der Digital Natives in der Gesellschaftsentwicklung deutlich später ansetzen würden, da für sie der Begriff Digital Native impliziert, nahezu von Geburt an mit digitalen Techniken in Berührung zu treten. Zudem geht aus den mithilfe des Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest, durch das Statistikprogramm SPSS, ermitteltem Auswertungsergebnissen hervor, dass mit einem p-Wert von 0,26 und einem vorher festgelegtem Signifikanzniveau von 0,05 kein Zusammenhang zwischen dem Alter und der getroffenen Auswahl zwischen "Digital Native" und "kein Digital Native" besteht. Aus diesem Ergebnis lässt sich ableiten, dass die zeitliche und merkmalsbezogene Definition dieser Generation durchaus generalisierbar ist, aber dennoch Faktoren für eine Nicht-Identifikation existieren. Diese Faktoren erscheinen zu großen Teilen individuell, da sie zum einen die Umstände des Heranwachsens der Befragten sowie deren persönliche Meinung und Einstellung zu dem Thema, behandeln. Für die Zukunft der gedruckten Zeitung ist dieses Ergebnisse interessant, da es in der fest eingebürgerten digitalen Generation unterschiedliche Ansichten und Auslegungsarten zu geben scheint, die den rasanten Fortschritt der Digitalisierung innerhalb der Gesellschaft etwas entschleunigt.

Für die weitere Untersuchung der Digital Natives als die richtungsweisende Generation für die Zukunft gedruckter Zeitungen, werden im Folgenden die Auswertungsergebnisse für das Bewusstsein und Interesse an nachrichtenorientierter Medien allgemein sowie an nachrichtenorientierter digitaler und gedruckter Medien, präsentiert und analysiert. Dieser Forschungsschritt dient als spätere Grundlage für eine Prognose der Printzeitungen in der Generation der Digital Natives. Die auf S. 21 folgende Abbildung zeigt den Stellenwert und das Interesse an nachrichtenorientieren Medien bei der fokussierten Generation.

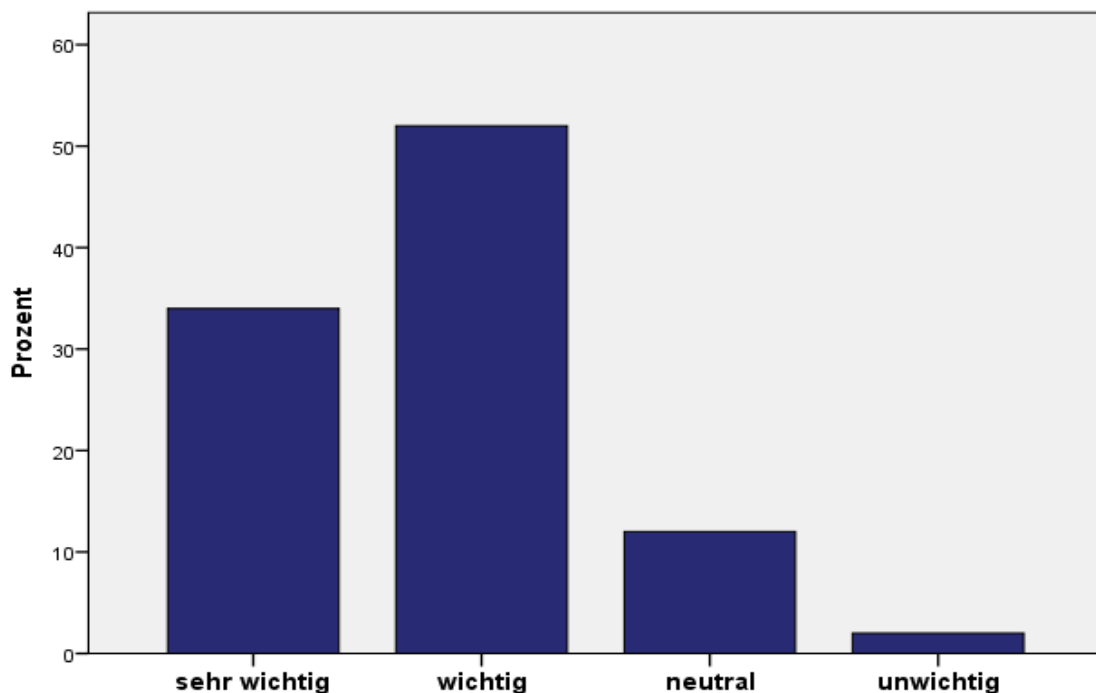


Abb. 3: Der Stellenwert nachrichtenorientierter Medien für die befragten Digital Natives
(Quelle: Eigene Darstellung)

Anhand der Abbildung wird deutlich, dass die nachrichtenorientierten Medien einen wichtigen Stellenwert im Alltag der Digital Natives besitzen. Über die Hälfte, nämlich 52% aller Befragten, gab an diesen Medien das Attribut "wichtig" zu erteilen. Immerhin 34% empfinden nachrichtenbezogene Medien als "sehr wichtig". Zusammengezählt bekunden ganze 86% ihr Interesse an Medien mit Nachrichtenhintergrund. Die Tendenz wird anhand dieser Prozentzahlen deutlich. Nachrichten spielen eine wesentliche und wichtige Rolle in der Generation der Digital Natives. Dies belegt auch die Tatsache, dass gerade einmal 2% aller UmfrageteilnehmerInnen nachrichtenorientierte Medien als unwichtig empfinden. Festzuhalten ist zudem, dass Zwölf Prozent der Befragten eine neutrale Haltung gegenüber der Frage nach der Wichtigkeit nachrichtenorientierter Medien einnehmen. Für die gedruckte Zeitung und deren Zukunft ist dieses Ergebnis zunächst positiv zu werten, da es einen vorhandenen Markt für die Nachrichtenwelt an sich zeigt. Dies ist deshalb wichtig, da ein Grundinteresse an gesellschaftsumfassenden Themen vorhanden ist, welche in der gedruckten Zeitung den Hauptbestandteil darstellen. Diesem Ergebnis folgend ist im nächsten Schritt eine Unterscheidung in der Wichtigkeit zwischen nachrichtenorientierter digitaler Medien und nachrichtenorientierter Printmedien, sprich gedruckten Zeitungen,

zwingend notwendig. Die beiden abgebildeten Balkendiagramme spiegeln daher den Stellenwert gedruckter und digitaler Nachrichtendienste, innerhalb der Generation der Digital Natives, im direkten Vergleich zueinander wieder.

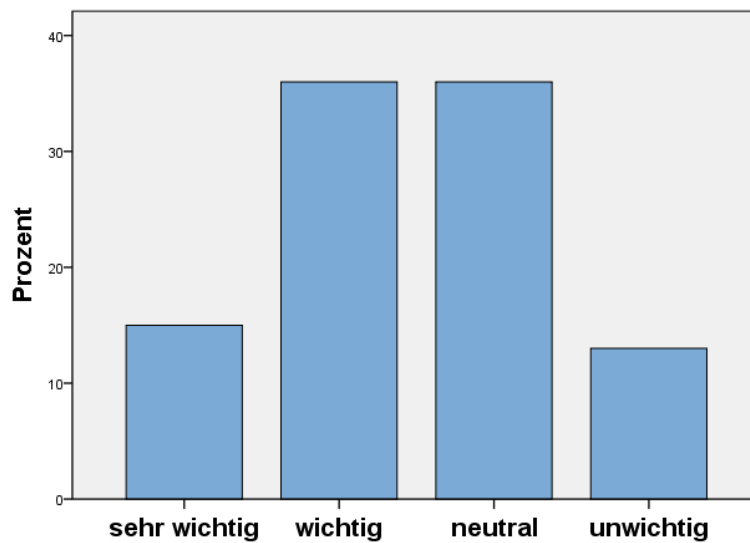


Abb. 4: Der Stellenwert nachrichtenorientierter Printmedien für die befragten Digital Natives (Quelle: Eigene Darstellung)

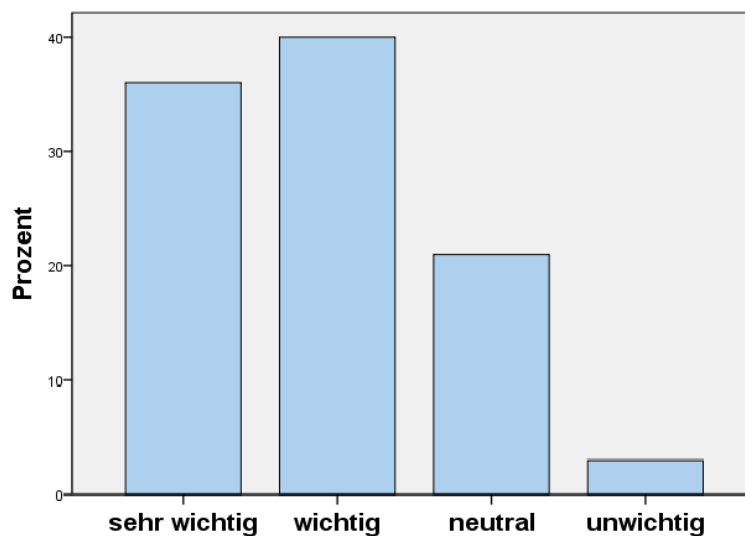


Abb. 5: Der Stellenwert digitaler Nachrichten für die befragten Digital Natives (Quelle: Eigene Darstellung)

Auffällig beim Vergleich beider Diagramme ist zunächst der unterschiedliche Wichtigkeitsgrad der verschiedenen Medienformen, zu Lasten der gedruckten Zeitung. So empfinden 36% der Befragten Digital Natives digitale Medien als "sehr wichtig" und 40% als "wichtig", die gedruckten Nachrichtenmedien kommen auf 15%

für den Stellenwert "sehr wichtig" und auf 36% für das Attribut "wichtig". Zusammengezählt bedeutet das einen Stellenwert mit der Mindestbezeichnung "wichtig" von 76% zu 51%. Beachtlich ist auch, dass ganze 36% dem nachrichtenorientierten Printmedium gegenüber eine neutrale Haltung einnehmen. Der Stellenwert "neutral" hat damit die gleiche Prozentzahl wie der Stellenwert "wichtig". Die digitalen Medien verbuchen mit 21% eine geringere neutrale Haltung und mit 3% eine sehr niedrige Verneinung auf Seiten der Digital Natives. Die gedruckte Zeitung hingegen gelangt mit 13% zu einem deutlich höheren Unwichtigkeitsgrad. Im Umkehrschluss ist dieses Ergebnis jedoch keineswegs nur negativ auszulegen. Ein Stellenwert mit der Mindestbezeichnung "wichtig", der für das Printmedium bei über 50% liegt, präsentiert keinen schlechten Wert und bietet Platz für Entwicklungsmöglichkeiten. Um den Überblick über die Situation gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives noch zu präzisieren, zeigt das folgende Kreisdiagramm die Aufteilung der nachrichtenorientierten Medien in ihrer vergleichbaren Relevanz für die Digital Natives.

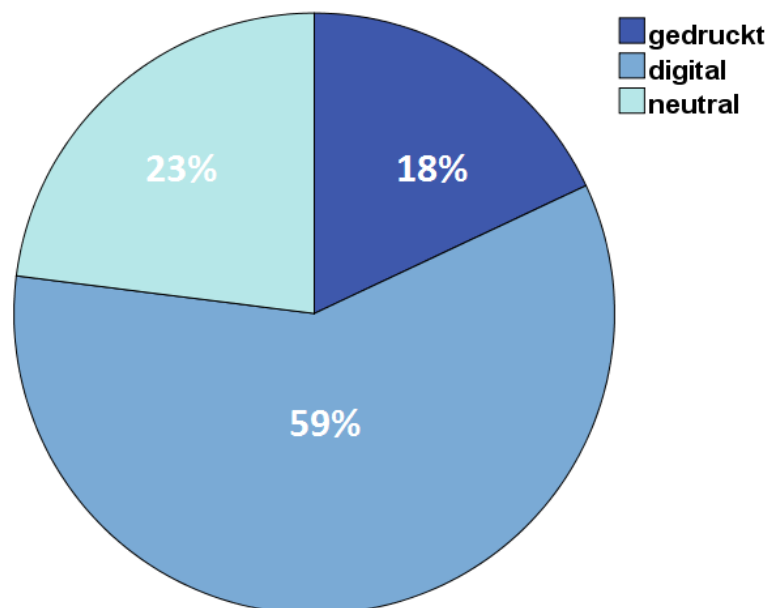


Abb. 6: Die Relevanz gedruckter und digitaler Nachrichtenformen für die untersuchte Generation im Vergleich (Quelle: Eigene Darstellung)

Anhand des Kreisdiagramms wird deutlich, dass die gedruckte Zeitung im direkten Vergleich deutlich weniger relevant für die Beschaffung von Nachrichten ist, als

digitale Medien. Demnach gaben 18% der Befragten an, dass ihnen das Printmedium als Nachrichtendienst wichtiger ist. Der Unterschied ist mit 59% auf Seiten der digitalen Nachrichtendienste gravierend. Das Ergebnis passt zum einen zu den Bedingungen der Generation der Digital Natives und spiegelt zudem die wacklige Situation des Printmediums in dieser Generation wieder. Wichtig für dieses Ergebnis sind Hintergrundinformationen über die Gründe einer Bevorzugung digitaler Medien gegenüber der gedruckten Zeitung. Der darauf bezogene, qualitative Teil der Umfrage ergab, dass viele der Befragten, insbesondere die universelle Abrufbarkeit, die schnelle Verfügbarkeit von Nachrichtenquellen und die hohe Aktualität der digitalen Nachrichtenplattformen schätzen und nutzten. Zudem wurden positive Argumente, wie das Vorhandensein mehrerer Quellen auf einem Gerät, wie dem Handy oder Tablet, die zu großenteils kostenlose Verfügbarkeit sowie die Möglichkeit multimedialer Leseerlebnisse, genannt. Merkbar viele Vorteile für den Konsum digitaler Nachrichten. Doch auch bei den Umfrageergebnissen für eine bevorzugte Nachrichtenbeschaffung durch gedruckte Zeitungen lassen sich interessante und ausbaufähige Antworten und Argumente finden. Zum einen sind die Haptik und das angenehmere Lesegefühl ausschlaggebend für die Befragten, die zum gedruckten Medium tendieren und zum anderen spielt das Thema Qualitätsjournalismus eine wesentliche Rolle. Die in dem Zusammenhang mit gedruckten Zeitungen genannten Pro-Argumente werden im Rahmen dieser Arbeit später noch einmal aufgegriffen und ausführlich behandelt. Um das Verhalten der Mediennutzung, bezogen auf die Nachrichtenbeschaffung der betroffenen Generation, noch genauer zu analysieren, wurde mithilfe des Fragebogens ermittelt, welches spezielle Medium am häufigsten zur Nachrichtenbeschaffung verwendet wird und wie häufig sich Digital Natives generell, mit dem ihnen bevorzugtem Nachrichtenmedium, beschäftigen. Die folgende Abbildung aus S.24 stellt daher verschiedene nachrichtenorientierte Medien dar und dient in erster Linie dem Positionieren der gedruckten Zeitung innerhalb der verschiedenen Nachrichtenoptionen und dem Vergleich zwischen dem Printmedium und den digitalen Möglichkeiten.

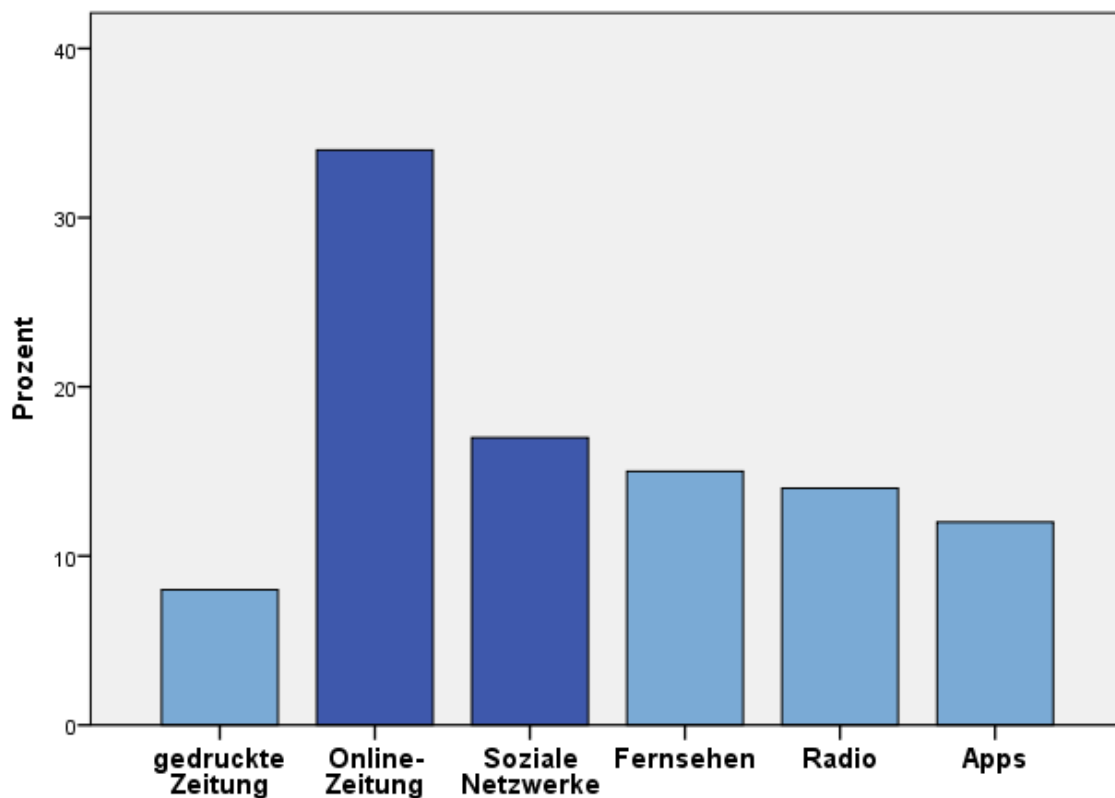


Abb. 7: Übersicht über die bevorzugten Medien zur Nachrichtenbeschaffung Generation im Vergleich (Quelle: Eigene Darstellung)

Aus dieser Abbildung lässt sich entnehmen, dass die gedruckte Zeitung auch hier als Verlierer dasteht. Der deutliche Sieger, der aus diesem Umfrageteil hervorgeht, ist die Online-Zeitung. Sie stellt daher wohl den größten Konkurrenten für die gedruckte Version dar. Demnach gaben 34 % an, dass die Online-Zeitung das von ihnen bevorzugte Medium zur Nachrichtenbeschaffung ist. Darauf folgen Soziale Netzwerke wie Twitter und Facebook mit 17%, das Fernsehen mit 15%, das Radio mit 14% und Nachrichten-Apps mit 12%. Das Schlusslicht bildet mit nur 8% die gedruckte Zeitung. Dieses Ergebnis bestätigt und untermauert noch einmal die bisherigen Auswertungen, nach denen der Nachrichtenbeschaffungstrend in der Generation der Digital Natives deutlich im digitalen Bereich liegt. Die Frage nach der allgemeinen Häufigkeit der Nutzung, des von dem jeweiligen Befragten bevorzugten Mediums, zeigt deutlich, dass die Digital Natives sich täglich mit dem Lesen von Nachrichten beschäftigen. Das Ergebnis für eine tägliche Nutzung des bevorzugten Mediums liegt bei 76%. Rund 11% gaben an, sich nicht täglich, aber regelmäßig, über ihren bevorzugten Nachrichtendienst zu informieren. Die restlichen 13% zu

nutzen das bevorzugte Nachrichtenmedium eher selten. Dieses Ergebnis deckt sich mit den Angaben der UmfrageteilnehmerInnen, nach denen 14% eine neutrale Haltung gegenüber nachrichtenorientierten Medien einnehmen, oder diese als für sich "unwichtig" definieren.

Im zweiten Teil der Umfrage wurde das Leseverhalten der Digital Natives, bezogen auf die gedruckte Zeitung, behandelt. Die nachstehend abgebildete Grafik zeigt zunächst die allgemeine Lesebereitschaft der Befragten. Ausgehend davon, sollen später Schlüsse auf das Leseverhalten bei Printzeitungen innerhalb dieser Generation, gezogen werden.

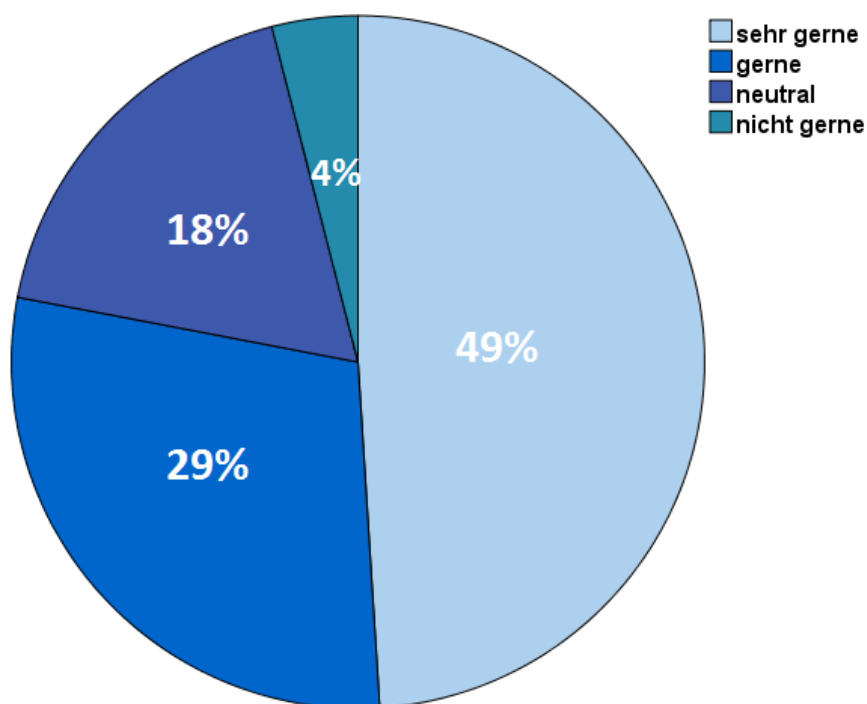


Abb.8 Die Allgemeine Lesebereitschaft der Digital Natives (Quelle: Eigene Angabe)

Anhand des Kreisdiagramms wird deutlich, dass die Lesebereitschaft, zunächst nur gemessen an der Einstellung der Digital Natives gegenüber dem Lesen, hoch ist. Ganze 78% der Umfrage-TeilnehmerInnen gaben an "sehr gerne" oder "gerne" zu lesen. Dem entgegengesetzt gaben nur 4% der Befragten an nicht gerne zu Lesen. Zudem haben 18% der Befragten dem Lesen gegenüber eine neutrale Haltung. Diese Erkenntnis ist wichtig, da sie verdeutlicht, dass die Generation der Digital Natives keineswegs lesefaul ist. Gerade bezogen auf die gedruckte Zeitung ist dies ein

positives Ergebnis, da das Printformat eine hohe Lesebereitschaft voraussetzt. Um das allgemeine Leseverhalten noch zu spezifizieren, wurden die TeilnehmerInnen gefragt, wie oft sie digitale und gedruckte Texte lesen. Die Auswertung ergibt, dass 39% aller Befragten täglich und 30% der Interviewten alle zwei bis drei Tage lesen. Des Weiteren lesen 23% der befragten Digital Natives gelegentlich. Das Schlusslicht bilden mit 8% die Umfrage-TeilnehmerInnen, die die Angabe machten nur selten bis nie digitale und gedruckte Texte zu lesen. Aus diesem ersten Teil des Fragenkomplexes zum Leseverhalten der Digital Natives lässt sich daher festhalten, dass eine hohe Lesebereitschaft durchaus vorhanden ist, sich die Angaben der Zeitabstände für das Lesen von gedruckten Zeitungen bei den Digital Natives, aber eher verteilen. Dementsprechend lesen zwar 39% das Printprodukt Zeitung täglich, im Gegensatz dazu stehen jedoch 61% die verdeutlichen, dass weit mehr als die Hälfte aller Befragten nicht jeden Tag eine gedruckte Zeitung rezipiert. Das Potenzial mehr Digital Natives für ein tägliches Lesen von Zeitungen zu gewinnen, ist aufgrund der Auswertungsergebnisse, nach denen wie bereits erwähnt 78% der TeilnehmerInnen "sehr gerne" oder "gerne" lesen, durchaus vorhanden und bietet die Möglichkeit diese Tendenz mit in mögliche Entwicklungsstrategien einzubeziehen. Für die Auswertung des Leseverhaltens der Digital Natives, im direkten Bezug zur gedruckten Zeitung, zeigt die folgende Grafik die Häufigkeitsverteilung zur Frage nach den zeitlichen Abständen in denen die Befragten Printzeitungen lesen.

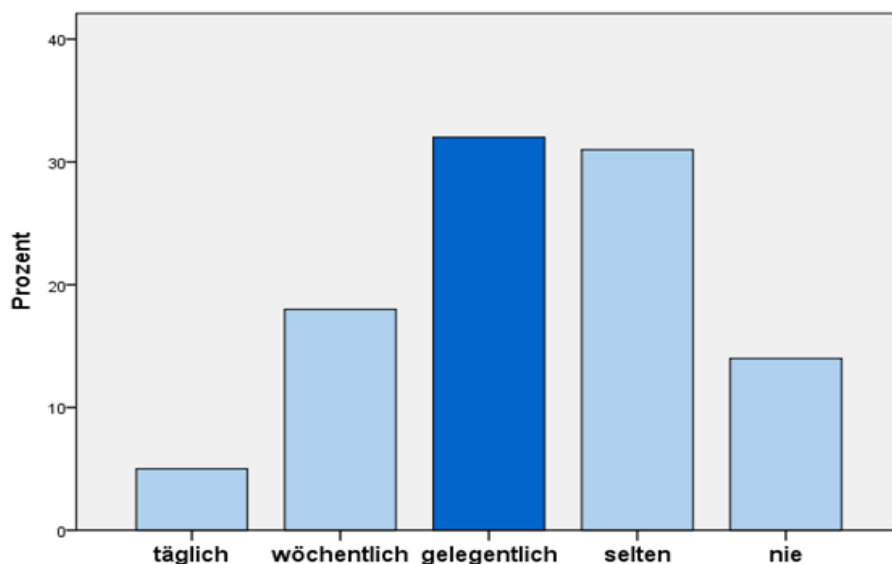


Abb. 9 Die zeitliche Nutzung von Printzeitungen bei den Digital Natives
(Quelle: Eigene Darstellung)

Die Grafik zeigt ein knappes Ergebnis für die Häufigkeit der Rezeption gedruckter Zeitungen. Die Angabe, nach der das Printmedium mit 32% gelegentlich gelesen wird, bildet mit minimalem Vorsprung die Mehrheit unter allen Teilnehmern und Teilnehmerinnen der Umfrage. Auf die Häufigkeitsangabe "gelegentlich" folgt das Ergebnis, dass 31% der Befragten angaben nur selten eine gedruckte Zeitung zu lesen. Besonders auffällig ist die geringe, tägliche Rezeption, die bei gerade einmal 5% liegt. Des Weiteren gaben 18% der befragten Digital Natives an zwei bis dreimal wöchentlich eine Zeitung zu lesen. Nicht vernichtend hoch, aber dennoch zu beachten ist die Tatsache, dass 14% das Printmedium Zeitung, nie für die Nachrichtenbeschaffung nutzen. Dieses nicht ganz eindeutige Ergebnis, spiegelt zum einen die schwierige Situation der gedruckten Zeitung in der Generation der Digital Natives wieder, zeigt zum anderen aber auch, dass das Medium Zeitung noch nicht vollständig abgeschrieben ist. Für die weitere Untersuchung der zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei den Digital Natives ist zudem interessant, ob ein genereller Zusammenhang zwischen der allgemeinen Lesebereitschaft und der Lesebereitschaft für das Rezipieren von Printzeitungen besteht. Es wurde daher getestet, ob die Tatsache, dass viele der Befragten gerne lesen, im Umkehrschluss bedeutet, dass diese auch häufiger gedruckte Zeitungen lesen. Daraus ergeben sich folgende Hypothesen die für den Test benötigt werden:

Nullhypothese: Die allgemeine Lesebereitschaft der Befragten ist unabhängig von der angegebenen Häufigkeit für das Lesen von Printzeitungen

Alternativhypothese: Die allgemeine Lesebereitschaft der Befragten ist abhängig von der angegebenen Häufigkeit für das Lesen von Printzeitungen

Die Durchführung des Chi-Quadrat-Unabhängigkeitstest mithilfe des Statistikprogramm SPSS, ergab mit einem p-Wert von 0,143 und einem vorher festgelegten Signifikanzniveau von 0,05 dass kein Zusammenhang zwischen der allgemeinen Lesebereitschaft und der angegebenen Häufigkeit für das Lesen von Printzeitungen besteht. Damit gilt die Nullhypothese. Die festgestellte und allgemein

hohe Lesebereitschaft der befragten Digital Natives bedeutet demnach nicht, dass dadurch ein häufigeres Lesen von gedruckten Zeitungen gewährleistet ist.

Des Weiteren konnte mithilfe des Fragebogens ermittelt werden, in welchen Alltagssituationen die gedruckte Zeitung gelesen wird. Die Auswertungen ergeben, dass 15% der Umfrage-TeilnehmerInnen, wenn sie eine Printzeitung lesen, dieses zu Hause tun. Davon ausgenommen sind die Angaben, der Befragten die noch bei ihren Eltern leben, oder zu Besuch bei der Familie sind. Hier gaben 18% der Interviewten an, gedruckte Zeitungen im Elternhaus zu rezipieren. Weitere Situationen in denen die Befragten zur Zeitung greifen sind in öffentlichen Verkehrsmitteln, wie Bus und Bahn, oder auf Reisen mit dem Flugzeug. Dies gaben 22 von 100 Befragten an. Darauf folgt der Arztbesuch mit 10%, als Situation, in denen die Befragten gedruckte Zeitungen lesen. Die mit 35% am häufigsten genannte Situation in der die befragten Digital Natives zu einer gedruckten Zeitung greifen ist, wenn diese "zufällig" verfügbar ist. Aus diesen Auswertungsergebnissen wird deutlich, dass die Zeitung zwar durchaus noch zu Hause gelesen wird, sie aber besonders für unterwegs eine größere Rolle spielt, oder vor allem dann rezipiert wird, wenn diese den Digital Natives "zufällig" in die Hände fällt. Ein Teil des Fragebogens bestand zudem aus der Nennung der Zeitungstitel, die von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen der Umfrage in Printform gelesen werden. Die meistgenannten Zeitungen sind DIE WELT, DIE ZEIT und das Hamburger Abendblatt. Besonders Auffällig ist die häufige Nennung diverser lokaler, heimatbezogener Zeitungen. Der Aspekt der Akzeptanz und Rezeption regionaler, gedruckter Zeitungen wird im Kapitel 4.4 *Die Analyse und Diskussion der Ergebnisse* ausführlicher beleuchtet.

Die letzte Frage des Themenkomplexes beschäftigt sich mit der Frage, ob im Elternhaus täglich eine gedruckte Zeitung gelesen wird, um so einen direkten Vergleich zwischen den Generationen der Digital Natives und die der Digital Immigrants zu ziehen. Bei dieser Untersuchung steht im Focus, den Unterschied im Leseverhalten, bezogen auf die gedruckte Zeitung, zu überprüfen. Daher sollten die Befragten angeben, ob in ihrem Elternhaus täglich eine Printzeitung gelesen wird. Das Auswertungsergebnis ist deutlich und nur wenig überraschend. 74% aller Befragten gaben an, dass ihre Eltern täglich eine gedruckte Zeitung lesen. Dieser Wert ist im Vergleich zu den 5% der Befragten, die angeben täglich eine gedruckte

Zeitung zu lesen, enorm hoch. Es lässt sich also feststellen, dass das Lesen der Printzeitung definitiv eine Generationsfrage ist und die Digital Immigrants, die zwar nicht direkt mit digitaler Technik aufgewachsen sind, sich aber dennoch damit auskennen, viel öfter die gedruckte Version der Zeitung lesen, als es bei den Digital Natives der Fall ist.

Zu Beginn des letzten Fragenkomplexes, der eine prognoseorientierte Analyse zur Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives zum Ziel hatte, wurden zunächst, die nach Meinung der UmfrageteilnehmerInnen, existierenden Vor- und Nachteile der gedruckten Zeitung ermittelt, die das Lese- und Kaufverhalten aktuell und auch zukünftig als wesentliche Faktoren beeinflussen. Die folgende Tabelle auf S. 31 zeigt die jeweils zehn am häufigsten genannten Vor- und Nachteile, die durch eine qualitative Datenerhebung, ermittelt wurden. Im Anschluss werden weitere, von den Befragten genannte, Pro- und Contra-Argumente vorgestellt. Im Rahmen der Sammlung der Vor- und Nachteile für die Zeitung als gedrucktes Exemplar, wurden pro Fragebogen mehrere Argumente aufgezählt:

<u>Vorteile der gedruckten Zeitung</u>	<u>Nachteile der gedruckten Zeitung</u>
1. Haptik	1. unhandliches Format
2. Qualitätsjournalismus	2. „nur“ Tagesaktuell
3. Lesekomfort	3. Belastung für die Umwelt
4. Unabhängigkeit vom Stromnetz	4. hohe Kosten
5. Zeitung ist sammelbar	5. nicht spontan verfügbar
6. beschränktes Zeitungsformat ist übersichtlicher	6. keine Interaktivität
7. Zeitung ist historisch	7. fehlender Kontakt zu Journalisten
8. regionale Zeitungsblätter	8. Archivierung erfordert Stauraum
9. automatischer Lesefluss	9. Unübersichtlichkeit
10. Angebotsseiten/ Flyer	10. keine aktiven Verweise

Abb. 10: Die Vor- und Nachteile der gedruckten Zeitung aus Sicht der Digital Natives
(Quelle: Eigene Darstellung)

Die Tabelle zeigt klare Aspekte für die jeweiligen Vor- und Nachteile, die die Befragten mit der gedruckten Zeitung verbinden. An erster Stelle der genannten Vorteile steht die Haptik. Fast die Hälfte aller Befragten schätzt es demnach, etwas Handfestes zum Lesen zu nutzen. Ein weiterer wichtiger Punkt, der häufig als positiver Aspekt der gedruckten Zeitung genannt wurde, ist der Begriff des Qualitätsjournalismus. Die TeilnehmerInnen der Umfrage, die diesen Punkt als ein Vorteil zählen, gaben an, dass die gedruckte Zeitung ihrer Auffassung nach, fundierte und besonders verifizierte Beiträge enthalten. Dieser Aspekt, ist besonders dem Internet, als digitaler Nachrichtenpool mit unzähligen und schnell veröffentlichten Artikeln und Texten, gegenübergestellt. Zudem ist neben dem Qualitätsjournalismus, der Lesekomfort, der durch das Lesen auf Papier gegeben ist, für die Befragten ebenfalls ein positiver Aspekt der gedruckten Zeitung. Hier gaben einzelne Umfrage-TeilnehmerInnen an, vor allem beim Lesen im Sonnenlicht, einen Vorteil der Printzeitung zu sehen. Des Weiteren verbucht die Zeitung einen Vorteil für die Tatsache, dass sie nicht an ein Stromnetz, Akku, oder eine Internetverbindung gebunden und daher unabhängig, immer und überall nutzbar ist. Dieser Gegensatz

ist für die Betrachtung der Digital Natives und dem Leseverhalten dieser Generation interessant, da die von ihnen im Alltag genutzten Geräte und Medien, stark von der Verfügbarkeit des Internets und Stroms abhängig sind. Auch Faktoren, wie die Möglichkeit interessante Artikel oder ganze Zeitungsausgaben zu sammeln oder die aufgrund des in sich abgeschlossenen Zeitungsformats vorhandene Übersichtlichkeit des Informationsgehalts, stellen für viele der Befragten, einen Vorteil der gedruckten Zeitung dar. Besonders interessant ist die Nennung der Zeitung, als ein historisches Produkt, dass in der heutigen Zeit von einigen der Umfrage-TeilnehmerInnen als Retro bezeichnet und mit einem gewissen Charme verbunden wird. Dieser Ansatz scheint zunächst zwar nicht zu einer Generation wie die der Digital Natives zu passen, gliedert sich aber dennoch in den aktuellen Trend ein, nachdem Retro ein Comeback feiert (vgl. WASSNIK, 2015). Wie bei der Auswertung zum Leseverhalten der Digital Natives bereits erwähnt, wenn Zeitung gelesen wird, dann häufig lokale Zeitungsblätter. Daher überrascht es nicht, dass dieser Aspekt auch in der Liste der Argumente für die gedruckte Zeitung auftaucht. Einer der am häufigsten genannten Pro-Argumente für die Zeitung in der gedruckten Version, ist der hohe Lesefluss, der für viele der Befragten beim Lesen entsteht. Die Zeitung animiert demnach dazu, auch Artikel zu lesen, die sonst nicht aktiv zum Lesen gesucht wurden. Der letzte Aspekt der oben gezeigten Liste der Pro-Argumente, sind die in Zeitungen enthaltenen Angebotsflyer, Gutscheine und Gewinnspiele. Die Zeitung besitzt in diesem Zusammenhang nicht nur die Funktion des Nachrichtenlieferanten, sondern bietet neben dem Lesen, eine aktive Möglichkeit, durch z.B. Gutscheine und Gewinnaktionen, einen weiteren Nutzen aus dem Printprodukt zu ziehen. Weitere Vorteile, die zwar nur vereinzelt genannt wurden, aber dennoch wichtige Anhaltspunkte für die Prognose der Printzeitung in der Generation der Digital Natives darstellen, sind zum einen die in der Zeitung enthaltene Werbung, im Gegensatz zu digitalen Medienplattformen, bei denen die Werbe-Pop-Ups von den Befragten als störend empfunden werden und zum anderen Aspekte, wie eine große Auswahl an verschiedensten Zeitungen und zum Teil zeitlosen Themen, die nicht dem Aktualitätszwang der heutigen Nachrichtenwelt unterliegen. Laut der Befragten ist die umfassende Recherche solcher Themen und das damit verbundene Verleihen von Hintergrundwissen sowie die Möglichkeit sich jeden Tag mithilfe der Tageszeitungen über das Nachrichtengeschehen informieren zu können, ebenfalls positiv zu werten. Die zahlreichen Pro-Argumente zeigen, dass die genannten Vorzüge der gedruckten

Zeitung, von der Generation der Digital Natives, klar definiert werden können und diese daher durchaus im Bewusstsein der Generation sind. Im Gegenzug zu den aufgeführten, positiven Eigenschaften der Printzeitung, wurden mithilfe des Fragebogens, auch die nach Meinung der Befragten vorhandenen negativen Eigenschaften der gedruckten Zeitung ermittelt, um diese zum einen den Pro-Argumenten gegenüberzustellen und zum anderen die Defizite der Zeitung sowie mögliche Verbesserungsmöglichkeiten zu ergründen. Der mit knapp über 50% am häufigsten genannte Nachteil der gedruckten Zeitung, ist aus Sicht der Digital Natives, das Format der Zeitung, welches für mehr als die Hälfte aller Befragten zu groß, unhandlich und umständlich zum Lesen ist. Diese Tatsache, so gaben einige der Befragten an, verringere das Lesevergnügen und mache das Lesen für unterwegs kompliziert. Des Weiteren bezogen sich viele der Befragten auf die Aktualität der Zeitung, die zwar tagesaktuell produziert wird, aber im Vergleich zu digitalen Nachrichtenplattformen an Aktualität verliert und es daher nicht möglich ist, aktuelle Ereignisse durch die gedruckten Zeitung in Erfahrung zu bringen. Ein weiterer Aspekt, der von fast 30% der Befragten als negativer Effekt der gedruckten Zeitung bezeichnet wird, ist die Belastung der Umwelt, die durch das Drucken der Nachrichten auf Papier besteht. Demnach gaben einige der befragten Digital Natives, die den Aspekt der Umweltbelastung nannten, zusätzlich an, dass der Druck einer Printzeitung im digitalen Zeitalter eine Papierverschwendung für sie darstellt. Anhand der erhobenen Daten lässt sich zudem eine häufige Nennung des Kostenfaktors feststellen. Einige der befragten Digital Natives, die diesen Faktor angaben, begründeten dieses mit dem täglichen Kauf einer gedruckten Zeitung, den sie besonders im Vergleich zu kostenlos zugänglichen Nachrichten im Netz, als zu teuer empfinden. Weitere negative Aspekte, die die befragten Digital Natives der Printzeitung zuordneten, sind der erforderliche Kauf der Zeitung und die damit niedrigere Spontanität mit der eine Zeitung gelesen wird, die fehlende Interaktion beim Lesen bzw. das nicht mögliche innovative Storytelling mit Inhalten, Bildern und Videos, der fehlende Kontakt zu den Journalisten als Anlaufstelle für Fragen, Diskussionen und Feedback, die Unübersichtlichkeit aufgrund eines nicht vorhandenen Inhaltsverzeichnisses sowie die Tatsache, dass das Archivieren der gedruckten Zeitung physisch begrenzten Stauraum benötigt. Anhand der aufgeführten Contra-Argumente, die bei der Befragung generiert wurden, gilt auch hier, dass die Digital Natives die Nachteile der Zeitung klar definieren können. Bei

der Erhebung der Daten wurde zudem festgestellt, dass die genannten negativen Aspekte zwar mit einer höheren Prozentzahl in den Fragebögen auftraten, insgesamt aber mehr positive Argumente für die gedruckte Zeitung genannt wurden als negative. Dieser Sachverhalt könnte zudem den Umstand erklären, dass die als positiv genannten Faktoren mit einer geringeren Anzahl verbunden sind als die Nachteile, da sich die Antworten beim ersteren auf mehrere Aspekte verteilen. Das gesamte Ergebnis aus diesem Umfragesegment zeigt, dass die positiven und negativen Merkmale der gedruckten Zeitung von den befragten Digital Natives klar definiert werden können. Die genannten Vor- und Nachteile bilden das Fundament auf dem mögliche Entwicklungsstrategien und Entwicklungspotenziale sowie eine Prognose für die gedruckte Zeitungen bei der Generation der Digital Natives, entworfen werden können. Die aufgeführten Punkte werden im Kapitel 4.4 *Die Analyse und Diskussion der Ergebnisse* zudem noch einmal umfassend analysiert.

Eine wesentlich Frage, die sich im Zusammenhang mit der Zukunft und Richtung der gedruckten Zeitung bei den Digital Natives stellt, ist inwieweit diese Generation Interesse an dem Fortbestehen des Printmediums zeigt. Das folgende Kreisdiagramm zeigt daher die Wichtigkeitstendenz für ein fortwährendes Existieren der Zeitung unter der befragten Generation.

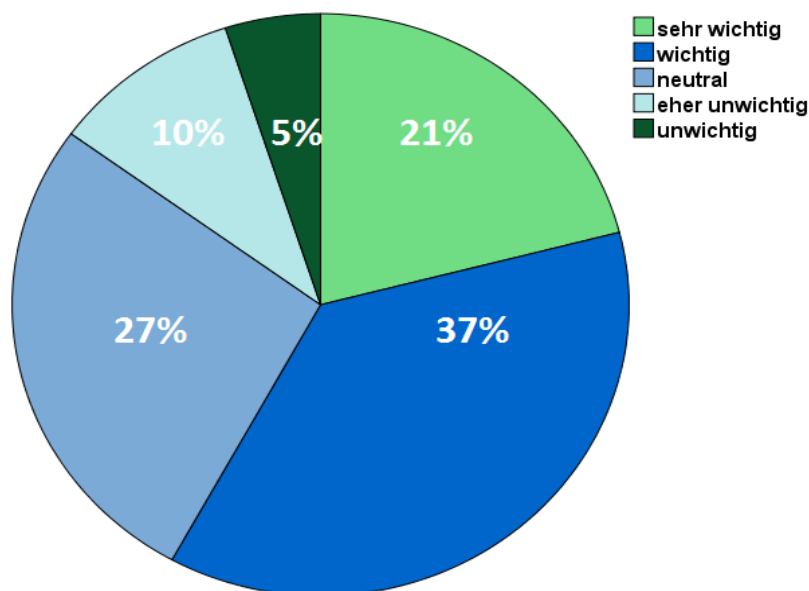


Abb. 11: Die Wichtigkeitstendenz für das Fortbestehen der gedruckten Zeitung in der Generation der Digital Natives (Quelle: Eigene Darstellung)

Anhand der Grafik wird deutlich, dass über die Hälfte der befragten Digital Natives, das Fortbestehen der gedruckten Zeitung, mit zusammengezählt 58%, als wichtig oder sogar sehr wichtig empfindet. Mit 37% ist die Kategorie "wichtig", die am häufigste, von den Umfrage-Teilnehmern und Teilnehmerinnen, gewählt. Darauf folgt mit 27% die neutrale Einstellung gegenüber dem zukünftigen Fortbestehen der Printzeitung. Immerhin fast genauso viele Befragte gaben hingegen an, es als sehr wichtig zu erachten, dass es die gedruckte Zeitung auch in Zukunft noch gibt. Am wenigsten wurde der Wichtigkeitsgrad "unwichtig" mit 5% angegeben, gefolgt von der Antwortmöglichkeit "eher unwichtig", die 10 der insgesamt 100 Stimmen erhielt. Es lässt sich daher festhalten, dass mehr als jeder Zweite der Befragten an der zukünftigen Existenz von gedruckten Zeitungen interessiert ist und sich ein fortführen wünscht. Dagegen ist der Wert derer, die überhaupt nicht am Schicksal der Zeitung interessiert sind, gering. Dennoch ist die Zahl der Befragten, die eine neutrale Haltung einnehmen oder das zukünftige Vorhandensein der Zeitung als "eher unwichtig" empfinden, mit zusammengerechnet 37%, beachtlich hoch. Generell lässt sich jedoch auch hier der Schluss ziehen, dass die Zeitung und deren Zukunft, in der Generation der Digital Natives noch längst nicht negativ auszulegen ist, da die Zahl derer, die sich ein Fortbestehen des Printmediums wünschen, ausreichend hoch ist. Nachdem nun die Nachteile festgestellt wurden, ist eine Betrachtung der genannten Verbesserungsvorschläge, für das Printformat Zeitung, interessant. Wenig überraschend ist das Ergebnis, dass fast die Hälfte aller Befragten, das große und unhandliche Format der gedruckten Zeitung ändern würden, da dieser Punkt einen zentralen Aspekt, bei der Frage nach den Nachteilen einer gedruckten Zeitung, darstellt. Demnach gaben die Befragten an, sich Printzeitungen in Tabletgröße oder im Pocketformat zu wünschen. Im Gegensatz zu der Nennung der Umweltbelastung, als ein nachteiliger Faktor des gedruckten Nachrichtenmediums, steht der Vorschlag einer besseren Papier- und Bildqualität. Diese Verbesserungsvorschläge stellen zwar Ansätze für Entwicklungsmöglichkeiten dar, unterstehen jedoch sicherlich Diskussionsbedarf. Anknüpfend an diese Form eines besseren Lesekomforts, ist der Wunsch nach einem größeren Leseerlebnis. Die Befragten gaben unter diesem Aspekt an, eine Reformierung des alten, eher schlichten Zeitungslayouts, hin zu einem moderneren, erlebnisreicheren Layout, zu bevorzugen. Des Weiteren findet die Strategie, die gedruckte Zeitung aus dem direkten Wettkampf mit den digitalen Medien zu nehmen, indem diese sich nicht auf die Aktualität ihrer Nachrichten,

sondern auf eine umfangreiche Themenbehandlung mit fundiert recherchierten Hintergrundwissen und der Ausleuchtung möglichst vieler Teilaspekte beruht, Anklang bei den Digital Natives. Auch wurde die Möglichkeit erwähnt, nur themenspezifische Zeitungsausgaben, wie zum Beispiel politisch, gesellschaftlich, wirtschaftlich oder kulturell orientierte Ausgaben zum Kauf anzubieten. In Bezug auf den Kauf einer gedruckten Zeitung, plädierten einige der Befragten zudem auf eine Kostensenkung. Dabei wird deutlich, dass dieser Verbesserungsvorschlag in Kontrast mit den entstehenden Kosten, bei einer Umstrukturierung und Reform der gedruckten Zeitung steht, da beim Umsetzen dieser Aspekte, zunächst diverse Kosten für die Verlage entstehen würden. Zuletzt wurden die bereits positiv gewerteten Bonusbeilagen, wie Angebotsflyer, Gutscheine, Gewinnspiele oder Rabattaktionen, als ausbaufähige Strategie für einen höheren Nutzen der Zeitung genannt sowie die Erstellung von Abo-Angeboten, die sowohl die Printausgabe, als auch die Onlineversion enthalten sollen, aufgeführt. Die genannten Verbesserungsmöglichkeiten werden in Kapitel *4.4 Die Analyse und Diskussion der Ergebnisse* noch einmal ausführlich diskutiert.

Die letzte Frage des Fragebogens, befasst sich mit dem Zukunftsszenario, des spekulativen Ansatzes, ob der Befragte sich vorstellen könne, in 30 Jahren, also ab dem erreichten Alter von 50 Jahren, noch gedruckte Zeitungen zu lesen. Die Auswertungsergebnisse ergeben, dass die Mehrheit, nämlich 60% aller Interviewten sich vorstellen kann, auch in 30 Jahren noch Zeitung zu lesen. Dieser Trend gibt zunächst Hoffnung, für die zukünftige Akzeptanz der Printzeitung bei der Generation der Digital Natives und wird auch in der folgenden Analyse noch eine weitere Rolle spielen.

4.4 Die Analyse und Diskussion der Ergebnisse

Anhand der Auswertungsergebnisse, lassen sich zunächst zwei erwartete Sachverhalte bestätigen. Die Generation der Digital Natives ist digitalversiert und nutzt daher auch bei der Beschaffung von Nachrichten lieber das Netz der digitalen Medien, als das bedruckte Papier. Zudem wird mithilfe der erhobenen Daten, die Situation der gedruckten Zeitung in der Generation der Digital Natives noch einmal

deutlich. Vor allem die Rezeption des Printmediums, bei der untersuchten Generation, ist durchwachsen und unstabil. Dennoch lassen sich einige positive Ansatzmöglichkeiten finden. Die Tatsache, dass 59% der Befragten, die digitalen Medien für die Beschaffung von Nachrichten, der gedruckten Zeitung gegenüber bevorzugen, ist wenig überraschend. Aus der Übersicht der bevorzugten Medien für die Nachrichtenbeschaffung bei den befragten Digital Natives, geht die Online-Zeitung als Sieger hervor und bietet damit das konkurrierende Gegenstück zur gedruckten Zeitung. Die festgelegte Hypothese *Die gedruckte Zeitung besitzt in der Generation der Digital Natives einen niedrigen Nutzwert, was auf den Vergleich mit nachrichtenorientierten, digitalen Medien zurückzuführen ist*, gilt somit. Zudem wird ein ganz entscheidender Faktor für den ermittelten, statistisch niedrigen Stellenwert der Printzeitung deutlich, nämlich dass diese ihren Wert gleich gegen mehrere digitale Nebenbuhler verteidigen muss. Der Umstand, dass 86% der Befragten, dass informieren über Neuigkeiten und Nachrichten als mindestens wichtig empfinden und 76% angaben, mit dem von ihnen bevorzugten Medium Nachrichten zu rezipieren, zeigt dass innerhalb der untersuchten Generation, ein großes Interesse an Nachrichten besteht und diesen eine hohe Gewichtigkeit im Alltag der Digital Natives zukommt. Diese Tatsache ist in ihrem Grundzustand durchaus positiv für die gedruckte Zeitung auszulegen. Die Grundvoraussetzungen, die ein Produkt wie die Zeitung zum Existieren in einer Gesellschaft, in diesem Fall bezogen auf die Generation der Digital Natives benötigt, ist daher theoretisch immer noch gegeben. Auch die ermittelte allgemeine Lesebereitschaft ist ein Umstand, der im Allgemeinen für das Rezipieren einer gedruckten Zeitung bei den Digital Natives spricht. Die Auswertungsergebnisse für die Lesebereitschaft von Printzeitung zeigt jedoch, dass es in der Praxis anders aussieht. Zunächst zeigen die Auswertungen, dass 78% der Befragten „gerne“ oder sogar „sehr gerne“, bei der Frage nach dem Gefallen am Lesen, angaben. Hinzukommt das mit 69% aller UmfrageteilnehmerInnen weit über die Hälfte täglich, oder mehrmals die Woche liest. Im Gegensatz dazu steht, dass gerade einmal 5% der befragten Digital Natives täglich und nur 18% zwei bis dreimal wöchentlich eine gedruckte Zeitung lesen. Am häufigsten wurde ein gelegentliches Lesen angegeben, dass im Umkehrschluss keine stabile und konstante Leserschaft für die gedruckte Zeitung in der Generation der Digital Natives hervorbringt. Dem entgegen gesetzt steht das Ergebnis, das ganze 76% der Befragten angaben, dass in ihrem Elternhaus täglich eine gedruckte Zeitung gelesen wird. Dies verdeutlicht

noch einmal den Unterschied beider Generationen in Bezug auf die Rezeption gedruckter Zeitungen. Aus der Auswertung der Fragebögen geht zudem hervor, dass es keinen Zusammenhang zwischen dem Gefallen am Lesen und der Angaben für die Häufigkeit des Lesen einer Printzeitung gibt. Es wird daher deutlich, dass die gedruckte Zeitung, bezogen auf diese Ergebnisse, in Zukunft Wert auf Entwicklung legen muss, damit eine stabile Leserschaft unter den Digital Natives überhaupt generiert werden kann. Die Hypothese - *Die allgemeine Lesebereitschaft der Digital Natives steht in Zusammenhang mit der Häufigkeit für das Lesen von gedruckten Zeitungen in dieser Generation* – muss daher verworfen werden. Bei der Auswertung der Daten fiel zudem auf, dass die gedruckte Zeitung von den Digital Natives besonders dann gelesen wird, wenn diese "zufällig" vorhanden ist. Dieses Ergebnis ist deshalb interessant, da es zeigt, dass ein Vorhandensein der Zeitung durchaus zum Lesen dieser führt und keinesfalls zu einer Nichtbeachtung. Anhand des nächsten Auswertungsergebnisses, lässt sich ein positiver Ansatz für eine Zeitungsart feststellen. Neben den am häufigsten genannten und deutschlandweit bekannten Zeitungen wie DIE WELT, DIE ZEIT und das Hamburger Abendblatt, wurden insbesondere lokale Zeitungen oft genannt. Unter den aufgezählten Zeitungsblättern befinden sich unter anderem Zeitungstitel, wie die Kieler Nachrichten, das Flensburger Tagesblatt, der Wiesbadener Kurier, die Schweriner Volkszeitung, die Neue Westfälische und die Nordsee-Zeitung. Diese Tatsache in Verbindung mit dem Ergebnis, dass die regionale Zeitung unter den Befragten als ein Vorteil der gedruckten Zeitung galt, zeigt das lokale Nachrichten geschätzt und durch eine gedruckte Zeitung rezipiert werden. Das Interesse an solchen, spezifischen Zeitungen ist demnach vorhanden. Der große Nachteil für die Zeitung an sich ist, dass eben jene lokalen Printprodukte kostenlos verfügbar sind und ausschließlich durch Anzeigen finanziert werden. Hier stellt sich daher die Frage, ob das Lesen von regionalen Tages- oder Wochenzeitungen nur durch den Faktor der Kostenlosigkeit bedingt ist, oder es sich tatsächlich um ein Zeitungsformat handelt, dass aufgrund der Spezifität Abnehmer findet. Diese Leitfrage wird in der später folgenden Fokusgruppenanalyse noch einmal aufgegriffen.

Ein wesentlicher Teil der Studie ist die Definition der Vor- und Nachteile der gedruckten Zeitung nach Meinung der befragten Digital Natives. Anhand der bereits aufgeführten positiven und negativen Argumente, lassen sich zum einen wesentliche

Hinweise auf die zukünftige Akzeptanz der Printzeitung bei der Generation der Digital Natives und zum anderen einige Anhaltspunkte für notwendige und zukunftsweisende Veränderungen des Printprodukts finden. Im Folgenden werden daher jene Vor- und Nachteile genauer analysiert, die es in ihrer Deutungsweise und Bedeutung für die zukünftige Rezeption und Akzeptanz der Printzeitung bei der Generation der Digital Natives, genauer zu betrachten galt. Neben der Haptik, als ein wesentlicher Vorteil der gedruckten Zeitung, wurde der Qualitätsjournalismus auf Seiten der Pro-Argumente oft genannt. Der Begriff des Qualitätsjournalismus ist ein häufig diskutierter und umstrittener. Margreth Lüneborg, Professorin für Kommunikationswissenschaften an der Freien Universität Berlin, erklärt in ihrem Text "Qualität in der Krise?", der im Rahmen des Werks "Aus Politik und Zeitgeschichte" veröffentlicht wurde, dass zum einen die Bedeutung des Wortes definiert werden müsse und zum anderen eine Untersuchung notwendig ist, die zeigt wie sich der Begriff zu den einzelnen Nachrichtenmedien verhält (vgl. LÜNEBORG, 2012). Mithilfe der Auswertungsergebnisse lässt sich eine Definition, zumindest aus Sicht der befragten Digital Natives, skizzieren. Viele der Interviewten, die den Aspekt des Qualitätsjournalismus aufzeigten, ergänzten übereinstimmend die Auslegung des Begriffs. Für die Befragten bedeutet Qualitätsjournalismus demnach, dass die gedruckte Zeitung als Nachrichtenmedium fundierte und gut verifizierte Inhalte bietet, die darüber hinaus von einer erfahrungsgemäß vertrauenswürdigen Quelle stammen. Das Argument der inhaltlichen Qualität, wurde zudem oft in Gegenüberstellung mit dem Internet genannt, das laut der Befragten, durch seine Fülle an Nachrichten, weniger transparent ist und für einige der befragten Digital Natives zudem, einen durch den hohen Stellenwert der Aktualität hervorgerufenen Verlust an journalistischer Qualität vermuten lässt. Es lässt sich daher feststellen, dass Qualitätsjournalismus, von den Digital Natives durchaus gefordert wird und das Vertrauen der Generation diesbezüglich, bei der gedruckten Zeitung durchaus vorhanden ist. Die Qualität ist daher ein festzuhaltender Faktor, der für die spätere Prognose der Position der gedruckten Zeitung, in der Generation der Digital Natives, eine Rolle spielt. Gleichzeitig mit der Qualität wird ein weiterer Aspekt deutlich, der von den Befragten mit der gedruckten Zeitung in Zusammenhang gebracht wird. Die Zeitung hat sich über die vielen Jahre ihrer Existenz, in der Gesellschaft manifestiert und wird daher von den Teilnehmern und Teilnehmerinnen Innen der Umfrage als ein Retro-Produkt mit historischem Charme angesehen. Der Vorteil der sich aus diesem

Auswertungsergebnis ergibt ist, dass die Zeitung dadurch einen gewissen Gesellschaftswert besitzt, der nicht einfach verloren geht. Diese Tatsache erschließt einen weiteren Faktor, der für die Zukunft der gedruckten Zeitung, in einer Generation die den Namen der Digital Natives trägt, eine Rolle spielt. Mithilfe der Ergebnisse, lässt sich außerdem ein weiterer interessanter Vorteil erkennen. Demnach gaben einige der Befragten an, die der Zeitung beigelegten oder in ihr enthaltenen Angebotsflyer, Gutscheine, Gewinnspiele und Rabattaktionen als positiv zu empfinden. Aus diesem Sachverhalt lässt sich schlussfolgern, dass die Zeitung nicht nur als Medium zum Lesen Anklang findet, sondern verstärkt als Unterhalter und Bonuslieferant dem Konsumenten weitere Werte, neben dem Lesen, bieten sollte. Zusammenfassend lassen sich, aus den genannten Vorteilen, wichtige Erkenntnisse ziehen, durch die die Aussage einer positiven Prognose, zunächst möglich scheint. Doch auch die bereits aufgezeigten Nachteile stehen in enger Verbindung mit der Entwicklung der Zeitung, in der Generation der Digital Natives. Im Folgenden werden diese noch einmal ausführlich analysiert. Richtungsweisend für die zukünftige Akzeptanz und Rezeption gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives sind zudem, die in der Auswertung bereits angeführten Verbesserungsvorschläge. Die herausgearbeiteten Nachteile werden daher, zusammen mit den Verbesserungsvorschlägen und Wünschen der Befragten analysiert, da diese meist aufeinander aufbauend sind oder sich in ihrer Argumentation ergänzen. Zunächst einmal ist die Tatsache, dass mehr als jeder Zweite auf seinem Fragebogen, das Format der Printzeitung als ein Defizit angab, vielsagend und zeigt, dass die Generation der Digital Natives handliche und leicht zu transportierende Medien bevorzugt. Die BILD Hamburg reagierte bereits im Mai 2012 auf den Störfaktor Format und brachte die „lütte BILD“ auf den Zeitungsmarkt (vgl. BILD, 2012). Die Devise dabei lautete: „halb so groß, gleicher Inhalt und gleicher Preis (...)“ (BILD, 2012). Das zunächst nur für einen begrenzten Zeitraum geplante Format mit der Größe 285x400 mm war so erfolgreich, dass es bestehen blieb (vgl. STREUBEL, 2013). Die Hamburger Morgenpost erscheint bereits seit 1986 im sogenannten Half-Broadsheet-Format, mit den Maßen 235x315 mm (vgl. STREUBEL, 2013). Diese Formatänderungen sind demnach zielgerichtet an ein Publikum, wie dem der Digital Natives. Unter den Verbesserungsvorschlägen, ließen sich sogar noch kleinere Formatwünsche, wie beispielsweise das Tabletformat, finden. Dieser Sachverhalt führt zu der Annahme, dass Zeitungstitel mit großem

Format, wie die WELT und DIE ZEIT, mithilfe von Formatveränderung ihre Akzeptanz und Rezeption bei der Generation der Digital Natives steigern, bzw. zuallererst festigen könnten. Ein weiterer generierter Nachteil, kommt einer Beschwerde auf hohem Niveau gleich und ergibt nur in Zusammenhang mit dem Vergleich zu digitalen Nachrichten, ein Argument gegen die gedruckte Zeitung. Die "nur" tägliche Aktualität, die die Printzeitung erzielt, verliert daher gegen die absolute Aktualität nachrichtenorientierte, digitale Medien. Basierend auf diesem Nachteil gegenüber der digitalen Nachrichtenwelt, äußerten einige der Befragten, dass sich die gedruckte Zeitung aus dem Konkurrenzkampf mit den, aufgrund technischer Möglichkeiten aktuelleren Online-Medien, zurückziehen und sich dafür auf gründlich recherchierten, gesellschaftlichen Themen und Geschichten, konzentrieren sollte. Diese Tendenz ergänzt sich mit dem bereits analysierten Faktor des Qualitätsjournalismus, der für die befragten Digital Natives ein wichtiger Vorteil der gedruckten Zeitung ist und zudem für gründlich recherchiertes und verifiziertes Hintergrundwissen steht. Der Trend für eine Entwicklung der gedruckten Zeitung, geht daher in Richtung der Nachrichtenmagazine, die in erster Linie nicht von der Aktualität ihrer Nachrichten leben, sondern aktuelle oder zeitlose Themen behandeln, mit Wertlegung auf die Ausführlichkeit der Geschichten. Ein weiterer Punkt der die befragten Digital Natives vom Lesen, bzw. vielmehr vom Kauf einer gedruckten Zeitung abhält sind die Kosten, die der tägliche, oder wöchentliche Erwerb einer Zeitung bedeutet. Den Ansatz einer Lösung stellt der genannte Aspekt dar, nach denen Zeitungen den Kauf von themenspezifischen Zeitungsausgaben ermöglichen sollten. Demnach könnten, je nach Interessen, beispielsweise übersichtliche Politik-, Wirtschafts-, oder Kulturausgaben angeboten werden, die aufgrund des geringeren Inhalts für weniger Geld erwerbbar wären. Mit diesem Aspekt zusammenhängend, ist die von einigen der Befragten als nachteilig empfundene, fehlende Spontaneität, die mit dem Lesen einer Printzeitung verbunden ist. Dies liegt an der Tatsache, dass eine gedruckte Zeitung extern gekauft werden muss. Wie bereits erwähnt, gaben die befragten Digital Natives an, bei einem zufälligen Vorhandensein einer gedruckten Zeitung, diese durchaus zu lesen. Es ist daher davon auszugehen, dass die Zeitung, sollte diese dem Digital Native vorliegen, sprich zum Beispiel nach Hause geliefert werden, dann auch von ihm gelesen wird. Ein Lösungsansatz für diesen Sachverhalt, bietet die Entwicklung von Abo-Angeboten die Print und Onlinezeitung kombinieren. Die zurzeit verfügbaren Modelle, wie das Digital Plus-Modell für WELT am SONNTAG,

welches die ePaper-Ausgabe für PC, Tablet und Smartphone und eine gedruckte Ausgabe der WELT am SONNTAG beinhalten, sind ausbaufähig und bieten Platz für weitere Abo-Entwicklungen (vgl. PETERS, 2015). Ein weiterer Nachteil der von einigen der Umfrage-TeilnehmerInnen angegeben wurde, war die fehlende Möglichkeit des innovativen Storytellings, im Rahmen einer gedruckten Zeitung. Die Interaktion mithilfe von Videos und Audioelementen, ist in der gedruckten Version schlichtweg nicht umsetzbar. Dennoch gaben einige der Befragten an, sich als Alternativmaßnahme ein modernes und interessantes Layout vorstellen zu können, durch das das Lesen zu einem Erlebnis, vergleichbar mit dem einer interaktiven, digitalen Geschichte, wird. Zum Thema Interaktivität zählt demnach auch, der direkte Kontakt mit dem Journalisten der jeweiligen Artikel. Zwar nicht im Rahmen der Umfrage aufgetaucht aber dennoch vorstellbar, wäre hierbei eine Verbindung von Print, mit den digitalen Medien, die einen direkten Austausch über die journalistischen Texte ermöglicht. Der Ansatz hierfür, könnte beispielsweise ein Verweis unter den gedruckten Artikeln sein, die zeigen auf welche Weise es möglich ist, mit dem Verfasser oder anderen Lesern Kontakt aufzunehmen. Um der genannten Unübersichtlichkeit zu begegnen, gaben einige der Befragten zudem an, ein Inhaltsverzeichnis in der gedruckten Zeitung zu bevorzugen.

Nach Betrachtung der genannten Argumente fällt auf, dass obwohl die Frage nach den Vor- und Nachteilen der gedruckten Zeitung auf keinen Vergleich mit digitalen, nachrichtenorientierten Medien, sondern alleine auf das Herausstellen der positiven und negativen Aspekte der Printzeitung aus Sicht der Digital Natives abzielt, viele der genannten Antworten, automatisch in Zusammenhang oder Gegensatz zur digitalen Nachrichtenwelt gebracht wurden. Dies verdeutlicht noch einmal die Tatsache, dass die Befragten einer Generation angehören, die durch das Selbstverständnis im Umgang mit digitaler Technik und durch das tägliche Auseinandersetzen mit der digitalen Welt, auf die digitalen Medien fixiert ist. Aus der Erhebung der Daten geht dennoch hervor, dass das zukünftige Bestehen der gedruckten Zeitung für die Mehrheit der Befragten durchaus von Wichtigkeit ist. Wie bereits bei der Auswertung der Ergebnisse festgestellt, sprachen sich 58% der Befragten für die Wichtigkeit des Fortbestehens der Printzeitung aus. Der restliche Prozentsatz teilt sich, wie bereits grafisch dargestellt, in eine neutrale Meinung sowie das Empfinden einer geringeren bis totalen Unwichtigkeit, gegenüber dem Fortbestand des Printmediums, auf. Dieses

Ergebnis zeigt, dass die Zeitung trotz ihrem niedrigen Rezeptionswert, für die befragten Digital Natives, noch nicht abgeschrieben ist und zudem als alteingesessenes Nachrichtenmedium immer noch Akzeptanz in dieser Generation findet. Auch die Auswertung der, den Fragebogen abschließenden, Zukunftsfrage gibt Anlass zur Hoffnung. Da 60%, der an der Umfrage teilgenommenen Digital Natives, sich das Lesen einer Printzeitung mit 50 Jahren und älter, also in der Altersklasse die heutzutage im Vergleich zu den anderen Altersklassen, täglich noch am meisten Zeit mit dem Lesen einer gedruckten Zeitung verbringt, durchaus vorstellen können, ist diese Teilprognose für die Zeitungsbranche ein positives Ergebnis. Die Hypothese *Die Mehrheit der befragten Digital Natives ist nicht interessiert am Fortbestand der gedruckten Zeitung im Zeitalter der digitalen Nachrichten* muss daher, zu Gunsten der gedruckten Zeitung verworfen werden.

Trotz der Voraussetzungen und der gewissen Akzeptanz, die nicht zuletzt durch das Bewusstsein der Vorteile einer gedruckten Zeitung vorhanden ist, schafft die Printzeitung es dennoch nicht, eine höhere Präsenz und Rezeption in der Generation der Digital Natives zu erlangen. Das komprimierte Ergebnis der Umfrage, ist daher schon fast kontrovers, da auf der einen Seite die gedruckte Zeitung als aktiv genutzter Nachrichtensupplier weit hinter anderen, nachrichtenorientierte Medien liegt, zum anderen die Zeitung aber für die Mehrheit der befragten Digital Natives einen festen Bestandteil der Gesellschaft darstellt, dessen Vorteile geschätzt werden. Natürlich ist die Konkurrenz durch digitale Medien ein Faktor für diese durchwachsene Bilanz, dennoch darf sie nicht allein die Begründung für die Unsicherheit gegenüber der Zukunft der Printzeitung sein. Die Zeitung steht als festes Format seit Jahren still. Dabei wären Innovation und weitreichende Veränderungen die Devise, um den Stellenwert innerhalb der Generation der Digital Natives anzuheben. Um dies zukunftsorientiert in Angriff zu nehmen, müssen neue Strategien, verbunden mit Formatveränderungen und/oder Formaterweiterungen erarbeitet und umgesetzt werden.

Für eine bessere Übersicht und den Abschluss der Umfrageanalyse, sind im Folgenden die wichtigsten Erkenntnisse stichpunktartig festgehalten:

- Die Digital Natives bevorzugen digitale Medien zur Nachrichtenbeschaffung, was eine niedrige Rezeption der gedruckten Zeitung in dieser Generation zur Folge hat
- Der Nachrichten- und Informationsdurst ist in der Generation der Digital Natives gegeben und begründet somit eine Voraussetzung für die Akzeptanz der gedruckten Zeitung in dieser Generation
- Die allgemein hohe Lesebereitschaft ist nicht auf die Häufigkeit des Lesens einer Printzeitung in dieser Generation übertragbar
- Wenn eine Zeitung "zufällig" vorhanden ist, wird diese durchaus gelesen
- Lokale Zeitungsblätter spielen, für das Lesen einer gedruckten Zeitung in der Generation der Digital Natives, eine besondere Rolle
- Die gedruckte Zeitung hat einen historischen Gesellschaftswert für die Generation der Digital Natives und findet besonders aufgrund der Haptik, dem angenehmen Lesegefühl sowie der mit der Printzeitung assoziierten Qualitätsjournalismus, Akzeptanz in dieser Generation
- Die Zeitungsverlage müssen besonders in Bezug auf das Format und die Aufmachung ihrer Zeitungen Strategien entwickeln, um das Lesen einer Zeitung für die Digital Natives wieder attraktiver zu machen
- Das Fortbestehen der Zeitung ist für die Digital Natives durchaus wichtig
- Die Mehrheit der befragten Digital Natives spricht sich gegen eine Prognose, nach der die Digital Natives in Zukunft keine gedruckte Zeitung mehr lesen, aus.

5. Studie B: Fokusgruppenanalyse zur zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der "Digital Natives"

Die durchgeführte Gruppendiskussion und anschließende Analyse des Interviews dient der fundierten Nachforschung, für die bereits in der Umfrage erhobenen Daten zur zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives. Durch das Gruppeninterview sollte geprüft werden, inwiefern sich die Umfrageergebnisse auf einer individuelleren Ebene gleichen oder unterscheiden und ob es weitere, bisher nicht aufgeführte Aspekte für eine Prognose der Printzeitung in der untersuchten Generation gibt. Zudem soll auf die bereits analysierten Aspekte, noch einmal unter den Gesichtspunkten der Diskussion, eingegangen werden. Die Gruppendiskussion ist daher ein Interview, bei dem qualitative Daten erhoben werden und mit dem sich die quantitativen Daten der Umfrage erläutern oder hinterfragen lassen.

5.1 Die Rahmenbedingungen und die Durchführung des Gruppeninterviews

An der Gruppendiskussion nahmen insgesamt sechs Personen teil, von denen jeweils drei männlich und drei weiblich waren, sodass eine ausgeglichene Repräsentation beider Geschlechter für das Gruppeninterview gegeben war. Alle ausgewählten InterviewteilnehmerInnen waren Medienstudenten des Kunst- und Mediacampus Finkenau, aus dem Studiengang Medien und Information. Die an der Diskussion beteiligten Personen waren zwischen 22 und 24 Jahren alt. Im Vorfeld des Gruppeninterviews wurde darauf geachtet, dass die Interviewten den Fragebogen zur zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen in ihrer Generation, noch nicht ausgefüllt hatten, um Beeinflussungen durch das Fragenkonzept und die bereits gegebenen Antworten während der Diskussion zu vermeiden. Da der Inhalt der Diskussion sich mit der Frage nach der zukünftigen Akzeptanz und Rezeption der gedruckten Zeitung bei den Digital Natives beschäftigt, bestand eine weitere Bedingung für die Teilnahme an der Diskussion darin, dass sich der TeilnehmerInnen selbst als ein Digital Native sieht und sich mit dem Generationsbegriff identifizieren kann. Dies war deshalb wichtig, damit die ausgewählten Personen die Sicht eines in der digitalen Welt "Einheimischen", vertreten konnten. Um die Voraussetzungen für eine möglichst aktive und

ergebnisorientierte Diskussion zu schaffen, wurden alle TeilnehmerInnen im Vorfeld nach Ihrem Interesse an einer solchen Diskussion gefragt und entsprechend ausgewählt. Die mögliche Beteiligung an der Gruppendiskussion wurde daher persönlich mit den potenziellen Interviewpersonen besprochen. Durch diese Methode konnten zum einen Fragen auf Seiten der TeilnehmerInnen geklärt und zum anderen der Zeitpunkt und der Ort des Interviews beschlossen und von den jeweiligen Diskussionsteilnehmern bestätigt werden.

Das Gruppeninterview fand am 13.07.2015 im Department für Medien und Information an der HAW Hamburg statt und dauerte 60 Minuten. Der Diskussion vorausgehend wurde eine Willkommensrunde eingeleitet, in der sich alle Teilnehmer kurz vorstellen sollten, um dadurch eine angenehme und vertraute Diskussionsatmosphäre aufbauen zu können. Zu Beginn der Diskussion wurde den TeilnehmerInnen eine kurze Einführung in das Thema der Untersuchung und der aus diesem Anlass stattfindenden Diskussion gegeben. Es wurde daher die aktuelle Situation des Print in Zusammenhang mit der Generation der Digital Natives aufgezeigt und der Zweck der Diskussion, nämlich die zukünftige Akzeptanz und Rezeption der gedruckten Zeitung unter den Teilnehmern und Teilnehmerinnen des Interviews zu untersuchen, erläutert. Zudem wurde auf den vertraulichen Umgang und die anonyme Transkription der Diskussion hingewiesen, mit der alle TeilnehmerInnen einverstanden waren. Anschließend an die Einführung fand eine freie Diskussionsrunde statt. Diese wurde vorher mit dem bewusst zugespitzten Statement: *Die gedruckte Zeitung besitzt zukünftig keinen Wert mehr für die Generation der Digital Natives und wird daher nur noch eine absehbare Zeit existieren*, eingeleitet. Das für die Eröffnung der freien Diskussion gewählte Statement wurde erstellt, um den TeilnehmernInnen einen Einstieg sowie eine Orientierung für die eigene Sichtweise und Meinung, gegenüber des zu diskutierenden Themas, zu geben. Für die Gewährleistung eines Gesprächsflusses und der Erzeugung einer angenehmen Diskussionsatmosphäre wurde den InterviewteilnehmerInnen in dieser Diskussionsrunde ermöglicht, ihre Argumente und Sichtweisen frei zu äußern, ohne dass von außen in die Diskussion eingegriffen wurde. Die freie Diskussion wurde abgeschlossen, indem alle TeilnehmerInnen bestätigten, die für sie wichtigen Punkte angesprochen und besprochen zu haben. Im Anschluss an das freie Argumentationsgespräch wurden die im Rahmen der

Diskussion genannten Aspekte zum einen aufgegriffen und vertieft sowie die Ergebnisse der Umfrage in die Diskussion eingebracht. Hierfür wurden, die am Interview beteiligten Personen, mit den erhobenen Daten der Umfrage konfrontiert. Diese Methode dient zum einen dazu, die Diskussion über bestimmte Teilaspekte zu vertiefen und zum anderen die quantitativ erhobenen Daten mit Argumenten für die Tendenz der jeweiligen Ergebnisse, zu füllen. Für den umfragebezogenen Teil der Gruppendiskussion, sollten daher folgende Auswertungsergebnisse der Umfrage durch die TeilnehmerInnen diskutiert werden:

- Inwieweit ist es möglich, die gedruckte Zeitung nicht mit der digitalen Konkurrenz zu vergleichen und die zukünftige Rezeption und Akzeptanz der Printzeitung in der Generation der Digital Natives ausschließlich nur anhand des Mediums selbst festzumachen?
- Welche Begründungen gibt es für die einerseits geringe Rezeption der gedruckten Zeitung und die andererseits doch hohe Akzeptanz, die sich durch die genannten Vorteile und die mehrheitlich empfundene Wichtigkeit für das Fortbestehen der Printzeitung, äußert?
- Gibt es eine besondere bzw. andere Akzeptanz und Rezeption von lokalen Printzeitungen und wenn ja, wie äußert sich diese?
- Warum ist die Lesebereitschaft einer Zeitung dann so hoch, wenn diese "zufällig" vorhanden ist?

Die Diskussion wurde mithilfe eines Aufnahmegeräts aufgezeichnet und anschließend für die Auswertung und Analyse transkribiert. Weitere Notizen und Eindrücke während des Interviews wurden handschriftlich festgehalten. Der Abschluss der Gruppendiskussion bestand aus einer Feedbackrunde, welche den Ablauf der Diskussion zum Inhalt hatte und die Teilnahme an diesem Gruppeninterview noch einmal reflektieren sollte. Diese Maßnahme diente der Feststellung von positiver und negativer Kritik, bezogen auf die Durchführung der Gruppendiskussion und soll Aufschluss über mögliche Verbesserungen oder über das Beibehalten von Methoden für das Gruppeninterview geben.

5.2 Die Auswertung und Analyse der Gruppendiskussion

Die in der Auswertung aufgeführten Ergebnisse der Gruppendiskussion beziehen sich auf mehrheitlich übereinstimmende Äußerungen und Meinungen der TeilnehmerInnen und beziehen sich daher weniger auf stark individuelle Ansichten, da diese aufgrund persönlicher Faktoren und Umstände gegeben und im Rahmen dieser Untersuchung nicht verallgemeinerbar und nur schwer auswertbar sind. Die Auswertung hält daher die wesentlichen Inhalte, die von der Gruppe in der Diskussion hervorgebracht wurden, fest und zeigt allgemeine Tendenzen und Argumentationshintergründe für bestimmte Sachverhalte auf.

Zu Beginn der Gruppendiskussion, die mit dem bereits erwähnten und extra zugespitzten Statement: *Die gedruckte Zeitung besitzt zukünftig keinen Wert mehr für die Generation der Digital Natives und wird daher nur noch eine absehbare Zeit existieren*, den Anstoß fand, wurde zunächst schnell deutlich, dass zum einen das Ende der gedruckten Zeitung aus Sicht der befragten Digital Natives noch nicht absehbar ist und zum anderen die gedruckte Zeitung durchaus noch einen gewissen Wert in dieser Generation besitzt. Die Gruppe kam demnach zu dem Schluss, dass die Printzeitung für mindestens weitere 50 Jahre und darüber hinaus bestehen bleibt und somit auch ein Bestandteil in der Generation der heutigen 20 bis 35 jährigen Digital Natives sein wird. Innerhalb dieser ersten Argumentationskette wurde zudem deutlich, dass ein Interesse an der Entwicklung der gedruckten Zeitung besteht, da sich die Mehrheit der DiskussionsteilnehmerInnen als neugierig und gespannt gegenüber möglichen Veränderungen und Entwicklungen in der Zeitungsbranche aussprachen. Im Laufe der freien Diskussion wurden zudem die Faktoren, die für die zukünftige Akzeptanz und Rezeption gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives eine Rolle spielen, deutlich. Die freie Diskussion wurde durch die Gruppe zunächst auf die Frage gelenkt, inwiefern die gedruckte Zeitung noch einen Stellenwert in der Generation der Digital Natives besitzt. Das brachte unter anderem hervor, dass die Haptik einer gedruckten Zeitung in enger Verbindung mit dem Wert dieser, für die Digital Natives steht, die sich zudem trotz der digitalen Versiertheit dieser Generation, von der Haptik eines Tablets oder Smartphones, in Bezug auf das Lesen unterscheidet. Die Entscheidung zwischen dem Lesen einer vorhandenen, gedruckten oder vorliegenden digitalen Version eines Textes würde, nach dem

Meinungsbild der Gruppe, zu Gunsten der Printversion getroffen werden. Dies wurde vor allem mit der angenehmeren Haptik, dem höheren Lesekomfort sowie der Tatsache, dass das Lesen auf Papier eine Auszeit und einen Rückzug aus der digitalen Welt bedeutet, begründet. Auch der bereits erwähnte Retrotrend, der in der Diskussion als ein Trend gegen den "Digitalismus" behandelt wurde und ausdrückt, dass der Digital Native eben nicht mehr immer und überall online sein muss oder möchte, war Gesprächsgegenstand. Zudem bekundeten die meisten an der Diskussion beteiligten Personen, beim Lesen einer gedruckten Zeitung, automatisch mehr und reflektierter zu lesen. Hierfür wurde der Vergleich gegenüber dem Lesen von Online-Nachrichten in die Argumentation mit einbezogen. Den Argumentationen dieser Teildiskussion zu folge, geht es den Digital Natives in der heutigen Zeit besonders darum, über alltägliche Geschehnisse in kürzester Zeit informiert zu sein. Dabei spielt laut DiskussionsteilnehmerInnen der Faktor Zeit eine wesentliche Rolle. Die Gruppe war sich einig, dass die Priorität im Alltag der Digital Natives, auf der oberflächlichen Informationsaufnahme von möglichst vielen Themen und nicht auf der detaillierten Einzelinformation liegt. Die Mehrheit der DiskussionsteilnehmerInnen hielt für sich persönlich fest, dass sie dennoch das Gegenteil, nämlich die gründliche Informationsaufnahme, generell bevorzugen würden. Die angesprochene Tendenz aber ist laut Diskussion auf die Schnelllebigkeit der Gesellschaft und insbesondere der Generation der Digital Natives sowie die Verfügung über nicht genügend freie Lesezeit, zurückzuführen. Der Faktor Zeit spielt daher eine wesentliche Rolle für die geringe Rezeption von gedruckten Zeitungen. Hier ist dennoch festzuhalten, dass laut Argumentationen, die erfüllten Voraussetzungen von genügend freier Lesezeit und dem Vorhandensein einer Printzeitung zur Folge haben, dass das favorisierte Lesemedium die Printzeitung ist. Dies begründeten einige aus der Diskussionsgruppe mit der Empfindung, den gelesenen Inhalt einer gedruckten Zeitung besser aufnehmen und reflektieren zu können, besonders im Vergleich zum Lesen eines Textes am Bildschirm. In Bezug auf das bessere, allgemeine Zustimmung findende Lesegefühl, das beim Lesen einer Printzeitung entsteht, wurde das mit dem Lesen der gedruckten Zeitung in Verbindung gebrachte Unterhaltungsmotiv diskutiert. Zunächst lässt sich feststellen, dass die gedruckte Zeitung für die Mehrheit der DiskussionsteilnehmerInnen neben dem Informieren auch der Unterhaltung dient. Hierbei entstand ein Diskurs über die Frage inwiefern die Zeitung über das Informationsmotiv und die Unterhaltung hinaus, einen weiteren

Nutzen für die Generation der Digital Natives hat. Aus Sicht der DiskussionsteilnehmerInnen konnte jedoch kein Nutzen mit Alleinstellungsmerkmal gefunden werden, der die gedruckte Zeitung besonders attraktiv macht. Dadurch wurde die Schaffung eines Mehrwerts der gedruckten Zeitung für das Publikum der Digital Natives, als eine Möglichkeit für die Stabilisation der Zeitung und für die Steigerung der zukünftigen Rezeption der Printzeitung in dieser Generation, diskutiert und befürwortet. Neben der deutlichen Klarstellung, dass die gedruckte Zeitung durchaus noch einen Wert für die Digital Natives besitzt und diese in der Zukunft nicht zu einer Art Auslaufmodell degradiert wird, wurden neben dem Aspekt der geringen verfügbaren Lesezeit aufgrund der heutzutage schnelllebigen Gesellschaftskonzepte und dem zwar vorhandenen Nutzen der Zeitung, der allerdings ohne Alleinstellungsmerkmale besteht, weitere Gründe für die geringe aktuelle und die darauf aufbauende zukünftige Rezeption der Printzeitung in dieser Generation debattiert. Eine wesentliche Rolle für die niedrige und unbeständige Rezeption der gedruckten Zeitung spielen die Kosten, die von den Diskussionsteilnehmern und Teilnehmerinnen als zu hoch, für den dauerhaften Kauf einer und vor allem mehreren Printzeitungen, eingestuft wurde. Gerade der tägliche Erwerb mache sich im Geldbeutel bemerkbar, so das kollektive Meinungsbild der Gruppe. Hierbei zählt auch der Aspekt, das oftmals die gleichen Nachrichtenthemen kostenlos im Internet zu finden sind und zum Lesen bereitgestellt werden, sodass der Kauf einer gedruckten Zeitung aufgrund der anfallenden Kosten kein Nutzungs-Leistungsausgleich bedeutet. Aus den Argumentationen ging jedoch hervor, dass die an der Diskussion teilgenommenen Digital Natives, den Kauf einer Zeitung gegenüber dem Kauf eines ePapers unter gleichhohen Kosten, bevorzugen. Diese Tendenz wurde wiederum ein weiteres Mal mit dem höheren Lesekomfort begründet. Die in der Umfrage bereits angedeutete Möglichkeit themenspezifische Zeitungsausgaben hervorzubringen, wurde auch innerhalb der Diskussionsrunde thematisiert und besprochen. Den Vorteil einer solchen Maßnahme sehen die Digital Natives besonders darin, gezielt die verschiedenen Interessen eines Einzelnen anzusprechen und so mit einer dünnen und handlichen, themenspezifischen Zeitungsausgabe, die Rezeption der gedruckten Zeitung, in dieser Generation zu steigern. Der diskutierte Inhalt sowie die Ergebnisse dieser ersten Argumentationen decken bereits wesentliche Aspekte auf, mit denen die zukünftige Akzeptanz und Rezeption der Printzeitung bei den Digital Natives, bestimmt werden kann. Wie

bereits erläutert, diente die zweite Hälfte der Gruppendiskussion der qualitativen Ausleuchtung ausgewählter Umfrageergebnisse, die in diesem Kapitel im Unterpunkt 5.1 *Die Rahmenbedingungen und Durchführung des Gruppeninterviews* aufgeführt wurden. Anhand einiger genannter Ergebnisse der Gruppendebatte, wurde bereits deutlich, dass im freien Diskussionsteil argumentationsbegleitende Vergleiche der gedruckten Zeitung mit den digitalen Medien, sehr häufig stattfanden und daher nicht vermeidbar scheinen. Die Vergleiche wurden automatisch und wie selbstverständlich für die Begründung einer Aussage herangezogen. Basierend auf dieser Tatsache fiel die Frage nach einer möglichen Beurteilung der zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives, ohne die Hinzuziehung und Vergleiche mit digitaler Medien, kollektiv aus. Demnach waren die an der Diskussion beteiligten Personen der Meinung, dass die Zeitung nicht versuchen sollte im Konkurrenzkampf mit den digitalen Medien standhaft zu bleiben, sondern sich vielmehr auf die eigenen Stärken zu konzentrieren. Der Vergleich der Zeitung mit den digitalen Medien ist für die Digital Natives demnach unvermeidbar, da diese aufgrund ihres Zwecks und den jeweiligen Vor- und Nachteilen als direkte Konkurrenten gesehen werden. Dieser Umstand führte innerhalb des Diskurses zu einem Ansatz für eine mögliche, zukünftige Steigerung der Rezeption und Akzeptanz der Printzeitung in dieser Generation. Demnach hielten die DiskussionsteilnehmerInnen es für wichtig, dass die Zeitung nicht vergeblich versucht, mit den Vorteilen wie der Aktualität oder der spontanen Verfügbarkeit digitaler Nachrichten mithalten, sondern ihren Wert, durch die Intensität, Qualität und das Einbetten von gründlich recherchierten Hintergrundwissen in die gedruckten Zeitungsartikel, definiert. Diese festgestellte Tendenz, gerade in Zusammenhang mit dem angesprochenen Wertzuwachs der gedruckten Zeitung für die Digital Natives attraktiver macht, zeigt dass die Printzeitung in Zukunft vor allem dann auf eine gesteigerte Rezeption bei den Digital Natives hoffen kann, wenn sie daran arbeitet weniger mit der Digitalen Nachrichtenwelt vergleichbar zu sein. Ein weiterer Punkt, der im Rahmen des zweiten Diskussionsteils hinterfragt werden sollte, wurde in einigen Aspekten bereits in der freien Diskussion abgedeckt. Gesprächsgegenstand hierfür war das Herausarbeiten möglicher Faktoren mit denen sich der kontroverse Zusammenhang zwischen der einerseits geringen Rezeption der gedruckten Zeitung und der andererseits durchaus hohen Akzeptanz dieser, bei der Generation der Digital Natives erklären lässt. Durch die freie Diskussion wurde bereits deutlich, dass

Faktoren wie der bessere Lesekomfort und die Unterhaltung beim Lesen einer gedruckten Zeitung, die Akzeptanz des Printprodukt in dieser Generation schaffen und das vor allem der Zeitaufwand und die Kosten ausschlaggebend für die geringe Rezeption der Zeitung ist. Im zweiten Teil der Diskussion ergänzten die TeilnehmerInnen dann noch das Argument des Qualitätsjournalismus, der für sie im Print, nicht zuletzt durch den Umstand, dass für die Zeitung gezahlt werden muss, bei den meisten Zeitungen gegeben ist. Gerade beim Lesen von gedruckten Texten spielt die Qualität hinter dem gelesenen Artikel eine wesentliche Rolle. Hier wurde von der Gruppe das Argument, es werde auf Papier im Vergleich zu digitalen Nachrichtenplattformen mehr und gründlicher gelesen, sodass die Qualität der Artikel bei der gedruckten Zeitung ein wesentliches Merkmal sein sollte, wieder aufgegriffen. Des Weiteren sollte durch die Gruppendiskussion herausgearbeitet werden, ob eine besondere oder andere Akzeptanz und Rezeption von lokalen Zeitungen besteht und wie sich diese, im Falle der Bestätigung äußert. Die Ausgangssituation dafür, war die häufige Nennung von Lokalzeitungen unter dem Punkt, welche gedruckten Zeitungstitel von den an der Umfrage teilgenommenen Personen gelesen werden. Anhand des Diskussionsverlaufes wurde schnell deutlich, dass die lokale Zeitung eine sehr hohe Akzeptanz findet und zudem von zwei Drittel der Gruppe regelmäßig gelesen wird. Die Gründe hierfür wurden von den Diskussionsteilnehmern und Teilnehmerinnen ebenfalls genannt. Den Argumentationen der Gruppe nach, sind lokale Zeitungen besonders attraktiv, da sie meist in einem Zeitabstand von einer Woche, kostenlos nach Hause geliefert werden und interessante Informationen aus der unmittelbaren Umgebung der Rezipienten enthalten. Hier spielt also zum einen der Kosten- und Zeitfaktor und zum anderen auch die Tatsache, dass Nachrichten gelesen werden, die die unmittelbare Umgebung des Publikums betreffen und somit besonders interessant sind, eine Rolle. Die Frage, ob die TeilnehmerInnen auch bereit wären für diese lokalen Nachrichten zu bezahlen, wurde bejaht unter der Voraussetzung, dass die Zeitung wöchentlich erscheint und der Kostenaufwand gering ist. Es wird daher deutlich, dass lokale Zeitungen von besonderem Interesse sind, obwohl sicherlich auch die Tatsache, dass diese kostenlos Zuhause verfügbar sind, ein ausschlaggebendes Argument ist. Der letzte und thematisch an diese Erkenntnis anknüpfende Aspekt, mit dem die Diskussionsrunde sich in der zweiten Diskussionsrunde auseinandersetzen sollte, war die bei der Umfrage genannte "zufällige" Verfügbarkeit einer gedruckten Zeitung, die von der Mehrheit der an der

Umfrage teilgenommenen Digital Natives, als häufigste Situation, die zum Lesen einer Printzeitung führt, angegeben wurde. Aus der Diskussion ging zunächst hervor, dass das Hauptaugenmerk auf der reinen Verfügbarkeit der gedruckten Zeitung liegt. Demnach ist der Umstand, dass eine Printzeitung zuerst besorgt, bzw. gekauft werden muss, der ausschlaggebende Faktor dafür ist, dass die Digital Natives lieber auf digitale Nachrichten zurückgreifen, da diese besonders durch das Smartphone immer und zudem schnell verfügbar sind. Dennoch wurde innerhalb der Diskussion festgestellt, dass das Vorhandensein der gedruckten Zeitung, für eine Mehrheit der Digital Natives auch zum Lesen dieser führt. Daher liegt der Fokus weniger auf dem "zufälligen" Vorhandensein einer Zeitung, sondern auf der Voraussetzung, dass eine gedruckte Zeitung vorhanden ist. Die Unterscheidung ist deshalb wichtig, da die Diskussionsrunde zu dem Schluss kam, dass die Zeitung in erster Linie nicht nur als Beschäftigung für die Überbrückung von Wartezeiten und Langerweile dient, sondern bei einem Vorhandensein, das Lesen einer gedruckten Zeitung vor allem als unterhaltende und informierende Freizeitbeschäftigung gilt. Die Gruppe erarbeitete gegen Ende, aufbauend auf den vorangegangenen Argumentationen, ohne einen Eingriff von außen in die Diskussion zu benötigen, einen Ansatz, welcher den Kauf und das damit verbundene Lesen der Zeitung höchstwahrscheinlich attraktiver für die Digital Natives erscheinen ließe. Demnach befand die Diskussionsgruppe das Anbieten von Abo-Modellen, die zum einen beinhalten, dass die Zeitung wöchentlich ins Haus geliefert wird und zudem das Lesen der ePaper-Ausgabe ermöglicht und zu einem fairen Monatspreis angeboten wird, für sinnvoll. Der Hauptgedanke liegt hierbei vor allem darauf, sich online über das Nachrichtengeschehen informieren zu können und dafür einmal die Woche eine Zeitung mit themenbezogenen, vertieften Inhalt zu lesen. Aus der Diskussion ging demnach auch hervor, dass der Tageszeitung die schlechtesten Chancen für das zukünftige Bestehen in der Generation der Digital Natives zugeschrieben wird und die Tendenz deutlich auf dem Modell einer Wochenzeitung liegt, die durch qualitativ hochwertige Inhalte mit gründlich recherchierten Hintergrundwissen punktet und aufgrund des überschaubareren Erscheinungsturnus Zeit und Platz im Alltag der Digital Natives findet.

Anhand der Gruppendiskussion und der anschließenden Fokusgruppenanalyse, wird die Tatsache, dass die gedruckte Zeitung aktuell und auch zukünftig Akzeptanz bei

den Digital Natives findet, deutlich. Zudem geht aber auch klar hervor, dass Veränderungen in der Zeitungsbranche stattfinden müssen, die sich den Bedürfnissen und Vorstellungen der Digital Natives anpassen, damit die geringe Rezeption der Printzeitung in dieser Generation, in Zukunft nicht noch weiter sinkt, sondern ansteigt und an Stabilität gewinnt, deutlich. Im Folgenden sind die wesentlichen Erkenntnisse der Fokusgruppenanalyse noch einmal Stichpunktartig aufgeführt.

- Die gedruckte Zeitung findet und besitzt durchaus Akzeptanz und Wert in der Generation der Digital Natives und wird deshalb auch in Zukunft noch Beachtung als Nachrichtenmedium in dieser Generation finden.
- Das Lesen einer gedruckten Zeitung wird gegenüber dem Lesen der digitalen Version, bei Vorliegen beider Optionen, bevorzugt
- Das Lesen einer gedruckten Zeitung sorgt für reflektiertes Lesen, das von den Digital Natives als ein positiver Effekt gewertet wird
- Die Faktoren Zeit und Kosten spielen bei den Digital Natives eine wesentliche Rolle für die geringe Rezeption einer gedruckten Zeitung
- Die gedruckte Zeitung kann ihr Format durch Zusatzleistungen, die einen Wertzuwachs der Zeitung für die Generation der Digital Natives bedeutet, attraktiver für diese Generation machen
- Die Zeitung muss vom Konkurrenzkampf mit digitalen Nachrichtenmedien absehen, da durch die verschiedenen Voraussetzungen, ein Vergleich auf gleicher Ebene nicht möglich ist und die eigenen Stärken optimieren
- Lokale Zeitungsblätter sind aus Interesse an lokalen Nachrichten sowie aus Kosten- und Zeitgründen besonders attraktiv für die Generation der Digital Natives
- Moderne Abo-Modelle zu fairen Preisen würden helfen, in der Generation der Digital Natives eine stabile Leserschaft zu generieren

- Der Zeitungstrend in der Generation der Digital Natives tendiert zum Modell der Wochenzeitung und weg von der Tageszeitung, nicht zuletzt auch hier aufgrund von Zeit- und Kostenfaktor
- Eine Aufteilung der Kompaktzeitung in kostengünstigere themenspezifischeren Ausgabe ist für die Digital Natives durchaus denkbar

6. Die Vergleichsanalyse der Studien unter Einbezug des externen Forschungsstandes

In diesem Kapitel werden die wesentlichen Erkenntnisse der Umfrage sowie der Fokusgruppenanalyse miteinander verglichen und in Zusammenhang mit dem externen Forschungsstand gesetzt. Die Vergleichsanalyse beider Studien, unter Einbezug des externen Forschungsstandes, ist deshalb wichtig und sinnvoll, da so die höchstmögliche Genauigkeit der Ergebnisse gewährleistet wird und eventuelle Schwankungen oder deutliche Tendenzen erkannt und benannt werden können.

Vergleicht man die Ergebnisse der beiden Studien miteinander fällt zunächst auf, dass die Ergebnisse der verschiedenen Untersuchungen in ihrer Gesamtheit in vielen Aspekten homogen sind und sich vor allem gegenseitig ergänzen. Aus der Umfrage ging zunächst hervor, dass die Zeitung in der Generation der Digital Natives für die Nachrichtenbeschaffung eine untergeordnete Rolle gegenüber digitaler Nachrichtenplattformen spielt. Die Fokusgruppenanalyse bestätigte diesen Umstand, relativierte die Aussagekraft dieser Feststellung jedoch, da die Gruppendiskussion ergab, dass das Lesen einer gedruckten Zeitung, gegenüber dem Lesen der digitalen Version, bei Vorliegen beider Optionen, von den Digital Natives bevorzugt wird. Durch die genannten Vorteile im Rahmen der Umfrage und die in der Gruppe diskutierten Gründe für eine Bevorzugung des Lesens auf bedrucktem Papier wurde deutlich, dass die Stärke der gedruckten Zeitung vor allem in der Haptik sowie dem angenehmeren Lesekomfort begründet liegt. Ferner kamen beide Studien zu dem Ergebnis, dass das Interesse an Nachrichten in der Generation der Digital Natives durchaus gegeben ist. Durch den in der Diskussion herausgearbeitete Faktor Zeit,

wurde jedoch festgestellt, dass die gedruckte Zeitung im Vergleich zu den aktuelleren sowie immer und schnell verfügbaren digitalen Nachrichtenmedien verliert. Besonders die Online-Zeitung ist hier der Gewinner. Diese Tatsache steht in Konflikt mit dem Umstand, dass die Zeitung bei gleichen Voraussetzungen lieber gelesen wird als die Online-Version. Sowohl die Umfrage, als auch die Fokusgruppenanalyse ergaben, dass bei einem Vorhandensein einer Printzeitung, diese auch gelesen wird. Auch führten beide Untersuchungen zu dem Schluss, dass die gedruckte Zeitung einen historischen Gesellschaftswert besitzt und die Orientierung in Richtung Retro ein positiver Faktor für die zukünftige Akzeptanz und Rezeption von Printzeitungen bei den Digital Natives ist. Als ein Nachteil der gedruckten Zeitung gingen im Rahmen der Umfrage, die als zu hoch eingestuftes Kosten des Printprodukt hervor. Durch die Diskussionsrunde wurde dieser Umstand ergänzt. Demnach würde ein, der Generation der Digital Native angepasstes Abo-Modell mit einer Wochenzeitung in Verbindung mit der Möglichkeit täglich Online die neuesten Nachrichten zu lesen, zu einem fairen Monatspreis, von dieser Generation befürwortet werden. Die Faktoren Zeit und Kosten sind also wesentlich und ausschlaggebend für die geringe Rezeption der gedruckten Zeitung in dieser Generation, aufgrund dieser Erkenntnis ist das in beiden Studien gleichermaßen vorhandene Ergebnis, dass lokale Zeitungen aufgrund ihrer bequemen Verfügbarkeit, der wöchentlichen Erscheinung sowie aufgrund nicht anfallender Kosten von den Digital Natives besonders häufig und wie durch die Gruppendiskussion ergänzt, gerne gelesen wird. Auch hier stehen die Faktoren Verfügbarkeit, Zeit und Kosten wieder im Vordergrund. Einer der wichtigsten Aspekte, die aus der Umfrage und der Fokusgruppenanalyse hervorgeht und nach denen die gedruckte Zeitung aktiv etwas für die zukünftige Akzeptanz und Rezeption ihrer selbst tun kann, ist die Entwicklungen und Veränderungen, die dafür notwendig sind, in Angriff zu nehmen. Mithilfe der durchgeführten Studien konnten Ansätze für Veränderungs- und Entwicklungsmöglichkeiten der gedruckten Zeitung herausgearbeitet werden. So lässt sich aus den Untersuchungsergebnissen deuten, dass Neuerungen, in dem seit Jahren stillstehenden Erscheinungsbild der Zeitung, zum Beispiel durch Veränderungen im Format und Layout oder dem entwickeln von neuen Zusatzleistungen, die die Zeitung für die Digital Natives attraktiver macht, existenziell notwendig sind, um in der Generation bestehen zu können. Am wichtigsten ist bei einer Neuauflage der Zeitung für die Digital Natives aber, dass

sich diese den Bedürfnissen der Generation anpasst. Abschließend bringt der Vergleich beider Studienergebnisse noch einmal deutlich hervor, dass für die Zukunft der gedruckten Zeitung in der Generation der Digital Natives durchaus Hoffnung besteht. Das zeigt zum einen die hervorgebrachte Wichtigkeit für das Fortbestehen der Printzeitung sowie die Bestätigung, dass sich die, der Generation angehörigen Personen vorstellen können, auch in den nächsten 30 Jahren noch Printzeitung zu lesen.

Setzt man die Erkenntnisse aus beiden Untersuchungen zusammen, verdeutlicht das Ergebnis zum einen die bereits angesprochene, vorhandene Akzeptanz der gedruckten Zeitung in der Generation der Digital Natives sowie die dennoch geringe Rezeption und zeigt zum anderen, dass sofern Entwicklungen und Veränderungen in der Zeitungsbranche stattfinden, eine auch in Zukunft geltende Akzeptanz und eine gesteigerte Rezeption der Printzeitung erreicht werden kann.

Im Folgenden sind die wesentlichen Erkenntnisse beider Studien, die aus den Auswertungen und der Analyse hervorgehen, komprimiert in Form von Thesen zusammengefasst:

- Bei gleicher Voraussetzung, also dem Vorhandensein einer gedruckten Zeitung und dem Vorliegen der digitalen Version, wird das bedruckte Papier zum Lesen bevorzugt und zudem als ein höheres Lesevergnügen empfunden.
- Sofern eine Zeitung verfügbar ist, wird diese von den Digital Natives immer noch gerne und auch ausführlich gelesen, dass Interesse an diesem Nachrichtenmedium ist in der Generation der Digital Natives daher vorhanden und schafft somit eine Akzeptanz der gedruckten Zeitung in dieser Generation
- Lokale Zeitungen sind von besonderem Interesse und werden aufgrund ihrer "automatischen" Verfügbarkeit gerne rezipiert
- Die gedruckte Zeitung darf nicht versuchen den Konkurrenzkampf mit den digitalen Medien aufrecht zu erhalten, sondern muss sich

Alleinstellungsmerkmale schaffen, bzw. auf die eigenen Stärken konzentrieren und diese optimieren

- Die gedruckte Zeitung kann sich einen höheren Wert in der Generation der Digital Natives schaffen, indem sie neben dem Lesen einen weiteren Nutzen durch Zusatzleistungen generiert
- Für das Lesen einer gedruckten Zeitung muss für die Digital Natives Zeit und Geld zur Verfügung stehen
- Format, Layout, veränderte Abo-Modelle, Zusatzleistungen, dünnere, themenspezifische Ausgaben, ein wöchentlicher Erscheinungsturnus und der gesetzte Fokus auf den Qualitätsjournalismus, würden die Attraktivität gedruckter Zeitungen für die Generation der Digital Natives steigern

Unter der Heranziehung, der in Kapitel 3. *Die Aufarbeitung und der Forschungsstand der aktuellen Position und Situation gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives* theoretisch behandelten Magisterarbeit von Sabrina Kainrad wird deutlich, dass sich diese, aus den Studien gezogenen Erkenntnisse, denen der externen Untersuchung ähneln und nicht in einem Konflikt zueinander stehen und somit davon ausgegangen werden kann, dass durch die Umfrage und die Fokusgruppenanalyse eine durchaus wahrheitsgetreue Tendenz generiert werden konnte. Die aus der Magisterarbeit gewonnene Erkenntnis: „Der Ruf der Nicht-ZeitungsleserInnen eilt den Digital Natives voraus. Viele der befragten jungen Menschen zwischen 20 und 29 Jahren lesen sehr gerne eine Printzeitung und können mit den Zukunftsszenarien, wonach es die Zeitung auf dem Trägermedium Papier schon bald nicht mehr geben soll, nicht viel anfangen“ (KAINRAD, 2014), ergänzt sich daher mit den Erkenntnissen aus Umfrage und Gruppendiskussion, der internen Untersuchung. Die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Studien differenzieren allerdings die ebenfalls generierte Tendenz, dass die Printzeitung gerne gelesen wird, von dem Umstand, dass sie dennoch nur geringfügig, aus den bereits behandelten Gründen, von den Digital Natives rezipiert wird. Dennoch spricht sich die Tendenz, die aus der Umfrage und Fokusgruppenanalyse generiert wurde, deutlich dafür aus, dass die geringe Rezeption dieser, keineswegs an dem Umstand liegt, dass die Generation der Digital Natives ungern eine gedruckte Zeitung liest.

Auch die Erkenntnis das die Mehrheit der an der Umfrage und Gruppendiskussion teilgenommenen Personen, das Aussterben der Zeitung als eine nicht zutreffende Prognose empfindet, ergänzt sich mit dem von Kainrad festgestellten Umstand, dass sich die von ihr befragten Digital Natives eine Zukunft ohne Zeitung nicht vorstellen können (vgl. KAINRAD, 2014). Aus der Magisterarbeit geht zudem hervor, dass Digital Natives das Lesen einer Printzeitung als einen positiven und entspannenden Prozess, insbesondere als Rückzugsmöglichkeit aus der digitalen Welt, wahrnehmen und die Zeitung in dieser Generation daher mehr als Unterhaltung und nicht als trockener Informationslieferant fungieren sollte (vgl. KAINRAD, 2014). Die im Rahmen der internen Arbeit gewonnenen Erkenntnisse machen deutlich, dass die Digital Natives besonders den Lesekomfort als angenehmen und unterhaltsam empfinden und gerade deshalb die gedruckte Zeitung gegenüber den digitalen Nachrichten, einen Vorteil besitzt. Zudem wird in der externen Studie auf das Internet als Gegenpol zur gedruckten Zeitung eingegangen (vgl. KAINRAD, 2014). Die Auswertungen der Umfrage und Gruppendiskussion zeigten, dass es fast unmöglich ist, die zukünftige Akzeptanz und Rezeption in der Generation der Digital Natives zu ermitteln, ohne Vergleiche mit der digitalen Nachrichtenwelt zu ziehen.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass unter Hinzuziehung der externen Studie, noch einmal deutlich wird, dass die Umfrageergebnisse und die Erkenntnisse der Fokusgruppenanalyse in der internen Untersuchung, Ergebnisse darstellen die sich nicht nur auf die im Rahmen dieser Studien untersuchten Digital Natives beziehen lassen, sondern zudem Verallgemeinerungswert besitzen.

7. Die Bedeutung der Ergebnisse von Umfrage und Fokusgruppenanalyse in Bezug auf die zukünftige Akzeptanz und Rezeption gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives

Zu Beginn des praxisorientierten Untersuchungsteil der Arbeit stand folgendes fest: Es muss sich was ändern, die Frage die sich auftat war nur was und wie? Die bereits im theoretischen Teil skizzierte Feststellung, dass Bewegung und Veränderung die Devise der Zeitungsbranche sein muss, konnte mithilfe der Auswertungen untermauert werden. Zudem ließ sich mit den Ergebnissen der gesamten Untersuchung definieren, was genau sich ändern sollte, damit die vorhandene

Akzeptanz der gedruckten Zeitung in der Generation der Digital Natives stabil bleibt und die Rezeption Zuwachs erhält. „Zeitungen besinnt euch auf eure Stärke, auch auf eure Begrenztheit“ (OTTE, 2009). Diese Zeilen schrieb der Journalist Romanus im Jahr 2009 als Offerte gegen die von Benjamin von Stuckrad-Barre in der "Welt am Sonntag" veröffentlichte "Liebeserklärung an die Zeitung", in der unter anderem die unendliche Vielfalt und Weite des Internets als Übeltäter für die Situation der Printzeitung verantwortlich gemacht wird (vgl. STUCKRAD-BARRE, 2009). Otte soll Recht behalten. Die Zeitung muss von der Konkurrenz zum Internet bzw. zu den digitalen Nachrichtenmedien Abstand nehmen. Gerade aufgrund der Begrenztheit der gedruckten Zeitung und der eigentlichen Nicht-Vergleichbarkeit des Printprodukts mit den digitalen Medien, muss sich die Zeitungsbranche in Zukunft vor allem auf die Festigung eines positiven Images in der Generation der Digital Natives konzentrieren. Aus den Untersuchungen geht unter anderem hervor, dass eine Veränderung im Erscheinungsbild und Format der gedruckten Zeitung unausweichlich ist. Die Tendenz geht hierbei deutlich weg vom großen, unhandlichen Zeitungsformat hin zu einem möglichst kleinen, gut unterwegs lesbaren. Ferner müssen Abo-Modelle und Zusatzleistungen entwickelt werden, die sich den Bedürfnissen der Digital Natives anpassen. Erste Ansätze und Möglichkeiten konnten mithilfe der Studien bereits generiert werden. So sind Zeitungen im Tablet-, oder Taschenformat denkbar, die mit einem möglichst modernen Layout interessant für die Digital Natives erscheinen. Zusatzleistungen können demnach vermehrte Gutschein- und Gewinnaktionen sein, die dem Lifestyle der Digital Natives entsprechen und diesen fördern. Die angesprochene Aufteilung einer kompakten Zeitung in themenspezifische Ausgaben stellt sicherlich einen längeren und schwierigen Prozess in der Zeitungsbranche da. Das kostengünstigere Anbieten von themenbezogenen Ausgaben ist für die Digital Natives dennoch reizvoll. In Verbindung mit einem Abo, das die Lieferung der Zeitung nach Hause beinhaltet, könnte dem, für die Digital Natives als Nachteil geltende Zeitaufwand für den Erwerb einer Zeitung sowie dem Kostenfaktor für eine umfangreiche Zeitung, entgegen wirken. Auch wurde anhand der Studien ein Trend vermerkt, der die Wochenzeitung als Zukunftsmodell für die Generation der Digital Natives anvisiert. Die Untersuchungen ergaben zudem, dass es gerade für die lokalen Zeitungen eine Zukunft in der Generation der Digital Natives gibt. Ein weiterer Ansatz, der aus den erhobenen Daten hervor geht, ist das die Zeitung ihre Verfügbarkeit steigert.

Demnach wäre es sinnvoll die Zeitung zu den Digital Natives zu bringen und nicht darauf zu warten, dass die von ihnen gekauft wird. Eine Möglichkeit bestünde darin, die verschiedenen Zeitungsblätter in Universitäten oder Räumlichkeiten, in denen die Digital Natives geballt auf die gedruckte Zeitung aufmerksam gemacht werden, zum Kauf anzubieten. Dies ist gerade deshalb ein denkbarer Ansatz, da beide Studien ergaben, dass bei dem Vorhandensein einer Zeitung oder der zufälligen Verfügbarkeit dieser, das Printprodukt durchaus gelesen wird. Zudem darf die Zeitung dabei eine besondere Stärke, die sie laut der Digital Natives hat, nicht vernachlässigen. Die Qualität des Journalismus, der für viele Digital Natives in Zusammenhang mit der gedruckten Zeitung steht, ist eine der wesentlichen aus den Untersuchungen hervorgehenden, Stärken. Zudem ist den erhobenen Daten zu entnehmen, dass die Zeitung sich vor allem auf die Veröffentlichungen von Artikeln mit gründlich recherchiertem Hintergrundwissen zu aktuellen, aber auch zeitlosen Themen, konzentrieren sollte. Alexander Kissler, Autor des politischen Kulturmagazins *Cicero*, fasst die Wichtigkeit von Qualität, in Zusammenhang mit der Veröffentlichung von zeitlosen Artikeln, unter vorheriger Betrachtung der Situation der gedruckten Zeitung in der heutigen Gesellschaft, wie folgt zusammen: "Ergo kann die Chance der Zeitung nur darin bestehen, einen Hintergrund und eine Haltung zu liefern, die nicht so rasch veralten. Sie muss aufschreiben, wie es früher hieß, was „über den Tag hinaus“ von Belang ist – Geschichten mit origineller Perspektive, Zusammenhänge kaum bekannter Art. Sie muss stärker als bisher den durch die neuen Medien angewachsenen Hunger des Lesers nach Information und Analyse berücksichtigen, staatskritisch, ökonomiekritisch, selbstkritisch" (KISSLER, 2012). Aus dem Zitat geht zudem ein weiterer, wichtiger Aspekt hervor. Demnach besteht die Notwendigkeit darin, dass die Zeitungsbranche ihr zukünftiges Publikum verstehen lernt und die Inhalte, unter Berücksichtigung der Interessensfelder dieser Generation, gestaltet.

Alle in diesem Kapitel generierten Aspekte zusammengefasst, würden Entwicklungen, wie die hier aufgeführten, für ein verstärktes positives Image der Printzeitung, in der Generation der Digital Natives, sorgen und höchstwahrscheinlich eine Steigerung der Rezeption gedruckter Zeitungen bewirken. Die in der Einleitung formulierte Ausgangsthese *Die gedruckte Zeitung kann ihre Akzeptanz, Rezeption und das langfristige Bestehen als nachrichtenorientiertes Medium, in der Generation*

der Digital Natives, sichern, wenn Veränderungen und Entwicklungsprozesse den problembezogenen Bedürfnissen dieser Generation angepasst und Innovative Formaterweiterungen umgesetzt werden, kann daher nach eingehender Überprüfung bestätigt werden. Doch so positiv die Ergebnisse der Analyse zunächst und vor allem wieder erwarten klingen, solange die Zeitungsbranche nicht handelt, verbleiben diese Erkenntnisse nur theoretisch.

8. Fazit

Die angelegte Studie zeigt, dass der oftmals prophezeite Untergang der Printzeitung, zumindest aus Sicht der Digital Natives, noch nicht besiegelt ist. Da eben jene Generation in absehbarer Zeit das Hauptpublikum, für das Medium Zeitung sein wird, ist die mehrheitlich positive Einstellung der Digital Natives zum Fortbestehen der Printzeitung in ihrer Generation, ein Lichtblick für die Zeitungsbranche. Die Zeitung darf sich deshalb nicht hinter der Ausrede verstecken, dass Faktoren wie heutige Gesellschaftsumstände und die fortschreitende Digitalisierung, das Überleben für das gedruckte Nachrichtenpapier schwer bis unmöglich machen, sondern muss selbst aktiv werden. Besonders wichtig hierbei ist, dass die Zeitungsverlage in Kontakt mit der für ihre Zukunft so bedeutsamen Generation der Digital Natives treten. Ferner lässt sich sagen, dass es bisher viel zu wenig Untersuchungen gibt, die sich mit der Zukunft der gedruckten Zeitung unter Einbezug der Generation der Digital Natives, befassen. Die aus dieser Arbeit hervorgehenden Ansatzmöglichkeiten für Veränderungen und Entwicklungen in der Zeitungswelt, bieten demnach eine Grundlage für weitere Forschungen, die in direkter Zusammenarbeit mit den Digital Natives stattfinden sollte. Aus dem, zum Zwecke dieser Arbeit, durchgeführten Untersuchungen geht zudem hervor, dass das behandelte Thema sehr umfangreich ist und zunächst nur theoretisch nach erfolgreichen Ansätzen für eine Steigerung der Akzeptanz und Rezeption, in der Generation der Digital Natives klingt. Die Zeitungen sollten es sich deshalb zur Aufgabe machen intensive Zukunftsforschung zu betreiben. Wichtig ist daher auch, noch ausführlicher und vertiefter zu erforschen, welche Vorstellungen die Digital Natives gegenüber einer gedruckten Zeitung haben und wie sich das Printprodukt diesen Bedürfnissen anpassen kann. Es müssten also umfangreichere und aussagekräftige, quantitative Daten über die, in dieser Arbeit wertvollen, aber nicht

immer als eindeutig repräsentativ bestätigbaren, generierten Aspekten erhoben werden. Am allerwichtigsten ist jedoch, dass die Zeitung den Digital Natives aktiv entgegengeht und nicht wartet bis dieser mal wieder zufällig eine Zeitung in die Hand fällt.

Literaturverzeichnis

AGMA 2014

AGMA: Fast zwei Drittel der Bevölkerung lesen Tageszeitungen [online]. In: agma-mmc.de (2014-07-23) – URL: http://www.agma-mmc.de/fileadmin/user_upload/Pressemitteilungen/2014/PM_ma_2014_Tageszeitungen.pdf (Abruf: 2015-05-18)

ARD/ZDF-ONLINESTUDIE 2014

ARD/ZDF-Onlinestudie: Mediennutzung [online]. In: ard-zdf-onlinestudie.de (2014) – URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=483> (Abruf: 2015-05-20)

BILD 2012

Bild: Endlich auf dem Markt- Ganz Hamburg liebt die Lütte Bild und Kleine Bild Hamburg bleibt für immer – Wir finden die Lütte riesig [online]. In: bild.de (2012-05-08) und (2012-12-2012) – URL: <http://www.bild.de/regional/hamburg/bildaktionen/hamburg-liebt-die-luette-bild-24031610.bild.html> und <http://www.bild.de/regional/hamburg/bild/luette-bleibt-fuer-immer-27697912.bild.html> (Abruf: 2015-07-15)

DIEZ 2012

Diez, Georg: Krise der Printmedien – Wieso die Zeitung in Existenznöten ist [online]. In: spiegel.de (2009-05-07) – URL: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/krise-der-printmedien-wieso-die-zeitung-in-existenznoeten-ist-a-623345.html> (Abruf: 2015-05-20)

ECKSTEIN, 2006

Eckstein, Peter P.: Angewandte Statistik mit SPSS – Praktische Einführung für Wirtschaftswissenschaftler. Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler, 2006

F.A.Z 2013

F.A.Z.: Die „Frankfurter Rundschau“ bleibt erhalten [online]. In: faz.net (2013-02-27) – URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/zeitungen-die-frankfurter-rundschau-bleibt-erhalten-12096695.html> (Abruf: 2015-05-20)

GERLACH/ SQUARR 2002

Gerlach, Stefanie ; Squarr, Inga: Medien – Massenmedien, Die Zeitung, Das Fernsehen, Das Internet [online]. In: Politik & Unterricht (2002), Nr. 1/2002, S.9. – URL: http://www.politikundunterricht.de/1_02/Medien.pdf (Abruf: 2015-05-18)

GESTMANN 2010

Gestmann, Michael: Online versus Print – Totgesagte leben länger [online]. In: perspektive-mittelstand.de (2010-02-10) – URL: <http://www.perspektive-mittelstand.de/Medienwelt-Online-versus-Printmedien-Totgesagte-leben-laenger/management-wissen/3225.html> (Abruf: 2015-05-20)

GRUNER + JAHR, 2012

Gruner + Jahr: Gruner + Jahr stellt FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND ein [online]. In: guj.de (2012-11-23) – URL: <http://www.guj.de/presse/pressemitteilungen/gruner-jahr-stellt-financial-times-deutschland-ein/> (Abruf: 20-05-20)

GÖPPERT 2009

Göppert, Claus-Jürgen: Gespräche mit Investoren [online]. In: fr-online.de (2012-11-21) – URL: <http://www.fr-online.de/frankfurter-rundschau-insolvenz/frankfurter-rundschau-insolvenz-antraggespraechemiinvestoren,20879710,20928066.html> (Abruf: 2015-05-20)

IVW 2015

IVW: Quartalsauflagen [online]. In: ivw.eu (2015) – URL: <http://www.ivw.eu/aw/print/qa/titel/6751> (Abruf: 2015-05-20)

JENKER 2007

Jenker, Jens: Auswertung von Gruppendiskussionen [online]. In: ph-freiburg.de (2007) – URL: <https://www.ph-freiburg.de/quasus/einstiegstexte/datenauswertung/dokumentarische-methode/auswertung-gruppendiskussion.html> (Abruf: 2015-07-01)

KAINRAD, 2014

Kainrad, Sabrina: Die Zukunft der Printzeitung bei den Digital Natives [online]. Abstract, S. 2-4. In: Wien (2014) – URL: www.voez.at/download.php?id=1673 (Abruf: 2015-06-05)

KISSLER 2012

Kissler, Alexander: Zeitungen im Untergang – Etwas weniger Besserwisserei, bitte! [online]. In: cicero.de – URL: <http://www.cicero.de/salon/etwas-weniger-besserwisserei-bitte/52781> (Abruf: 2015-07-15)

KOCH 2009

Koch, Thomas: Kann Print das Internet wirklich überleben? [online]. In: FOCUS-Jahrbuch (2009), S. 37. – URL: http://www.medialine.de/media/uploads/projekt/medialine/docs/publikationen/foc_jahrbuch_2009.pdf (Abruf: 2015-05-18)

LÜNEBORG, 2012

Lüneborg, Margreth: Qualität in der Krise? [online]. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (APUZ -29-31/2012) – URL: <http://www.bpb.de/apuz/140217/qualitaet-in-der-krise> (Abruf: 2015-07-15)

MEIER, 2012

Meier, Klaus: Statistisch berechnet: Im Jahr 2034 erscheint die letzte gedruckte Tageszeitung [online]. In: Journalistik, Das Blog zum Buch – URL: <https://journalistiklehrbuch.wordpress.com/2012/03/06/statistisch-berechnet-im-jahr-2034-erscheint-die-letzte-gedruckte-tageszeitung/> (Abruf: 2015-05-18)

PALFRAY, GASSER 2008

Palfray, John ; Gasser, Urs: Born Digital – Understanding The First Generation Of Digital Natives [online]. In: borndigitalbook.com/excerpt (2008) – URL: <http://www.borndigitalbook.com/about.php> (Abruf: 2015-05-18)

PETERS 2015

Peters: Die neuen Abo-Modelle "Der Welt" [online]. In: welt.de (2015) – URL: <http://www.welt.de/wirtschaft/webwelt/article111936712/Die-neuen-Abo-Modelle-der-Welt.html> (Abruf: 2015-07-15)

PRENSKY 2001

Prensky, Marc: Digital Natives, Digital Immigrants [online]. In: marcprensky.com (2001) – URL: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> (Abruf: 2015-05-18)

RIEPL 1913

Riepl, Wolfgang: Das Nachrichtenwesen des Altertums - Mit besonderer Rücksicht auf die Römer [online]. In: uni-koeln.de, Digitale Texte der Bibliothek des Seminars für Wirtschafts- und Sozialgeschichte; Riepl (1913), S. 5 – URL: http://www.digitalis.uni-koeln.de/Riepl/riepl_index.html (Abruf: 2015-05-18)

SCHMITT 2009

Schmitt, Uwe: Das große Zeitungssterben [online]. In: welt.de (2009-04-15) – URL: http://www.welt.de/welt_print/article3557695/Das-grosse-Zeitungssterben.html (Abruf: 2015-05-18)

SCHRÖDER 2014

Schröder, Jens: Die große IVW-Analyse der Zeitungsauflagen [online]. In: meedia.de (2014-04-23) – URL: <http://meedia.de/2014/04/23/die-ivw-analyse-der-ueberregionalen-und-regionalen-zeitungen/> (Abruf :2015-05-18)

SCHUHMANN 2012

Schuhmann, Siegfried: Repräsentative Umfrage – Praxisorientierte Einführung in empirische Methoden und statistische Analyseverfahren. 6. Aufl. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2012

WASSNIK 2015

Wassnik, Melanie: Retro ist wieder in: Willkommen im Gestern [online]. In: abendblatt.de (2015-05-23) – URL: <http://www.abendblatt.de/wirtschaft/article205334017/Retro-ist-wieder-in-Willkommen-im-Gestern.html> (Abruf: 2015-06-01)

Anhang 1: Fragebogen

Fragebogen für die Analyse der zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der **Digital Natives**

Interviewer: Tatjana Kathöfer Datum: 26.06.2015

Interviewter:

Geschlecht: _____ Studiengang: _____

Alter: _____

Teil I: Betrachtung der Fokusgruppe **Digital Natives**

Bitte den Buchstaben mit der zutreffenden Antwort ankreuzen!

- 1) _____ Würdest du dich selbst als "Digital Native" bezeichnen?
- a. ja
 - b. nein

Warum bezeichnest / bezeichnest du dich nicht als "Digital Native"?

- 2) _____ Wie wichtig sind dir nachrichtenorientierte Medien allgemein?
- a. sehr wichtig
 - b. wichtig
 - c. neutral
 - d. nicht wichtig

- 3) _____ Wie wichtig sind dir nachrichtenorientierte Printmedien?
- a. sehr wichtig
 - b. wichtig
 - c. neutral
 - d. nicht wichtig

**Fragebogen für die Analyse der zukünftigen Rezeption und Akzeptanz
gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives**

- 4) _____ **Wie wichtig sind dir nachrichtenorientierte Medien in digitaler Form?**
- a. sehr wichtig
 - b. wichtig
 - c. neutral
 - d. unwichtig

Bitte benenne nun, ob und warum du die gedruckte Zeitung, oder die digitalen Medien zur Nachrichtenbeschaffung bevorzugst?

- 5) _____ **Welches Medium benutzt du am häufigsten (ausschließlich bezogen, auf die Beschaffung von nachrichtenorientierten Informationen, durch dieses Medium)?**
- a. Gedruckte Tageszeitung/Zeitung
 - b. Online-Zeitung
 - c. Soziale Netzwerke
 - d. Fernsehen
 - e. Radio
 - f. Blogs
 - g. Apps

- 6) _____ **Wie oft nutzt du das von dir bevorzugte Medium?**
- a. täglich
 - b. regelmäßig
 - c. eher selten

Teil II: Das Leseverhalten der Digital Natives bezogen auf gedruckte Zeitungen

- 7) _____ **Wie gerne liest du?**
- a. Sehr gerne
 - b. gerne
 - c. neutral
 - d. nicht gerne

**Fragebogen für die Analyse der zukünftigen Rezeption und Akzeptanz
gedruckter Zeitungen bei der Generation der Digital Natives**

8) _____ **Wie oft liest du?**
a. täglich b. 2-3 mal wöchentlich c. gelegentlich d. selten e. nie

9) _____ **Wie häufig liest du Zeitungen im Printformat?**
a. täglich
b. wöchentlich
c. gelegentlich
d. selten
e. nie

10) _____ **Wann und wo liest du gedruckte Zeitungen?**
a. Zuhause
b. Bus, Bahn Flugzeug
c. beim Arzt
d. bei zufälliger Gelegenheit
e. im Elternhaus

11) _____ **Welche gedruckten Zeitung(en) liest du?**

12) _____ **Kaufen deine Eltern/ Verwandte regelmäßig Zeitungen?**
a. ja
b. nein

Fragebogen für die Analyse der zukünftigen Rezeption und Akzeptanz
gedruckter Zeitungen bei der Generation der **Digital Natives**

Teil III: Rolle und Zukunft gedruckter Zeitungen in der Generation der Digital Natives

13) _____ Nenne möglichst drei Vor- und Nachteile die gedruckte Zeitungen für dich haben

+

-

14) _____ Wie wichtig ist es dir, dass die gedruckte Zeitung auch in Zukunft bestehen bleibt?

- a. sehr wichtig
- b. wichtig
- c. neutral
- d. eher unwichtig
- e. unwichtig

15) _____ Welche Veränderungen würdest du dir für die Printzeitung wünschen?

16) _____ Kannst du dir vorstellen in 30 Jahren noch gedruckte Zeitungen zu lesen?

- a. ja
- b. nein

Anhang 2: Leitfaden

Leitfaden für die Fokusgruppendiskussion über die zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der **Digital Natives**

Datum: 13.07.2015

Uhrzeit: 15:30 Uhr

Teilnehmer: 6

Ablauf der Diskussion:

1. Begrüßung mit Vorstellungsrunde
2. Einführung in das Diskussionsthema
3. Diskussionsrunde
 - a) freie Diskussion
 - b) Konfrontation mit Umfrageergebnissen
4. Feedbackrunde

Inhaltliches

Diskussionsrunde a)

Diskussionseinleitendes Statement:

Die gedruckte Zeitung besitzt zukünftig keinen Wert mehr für die Generation der Digital Natives und wird daher nur noch eine absehbare Zeit existieren

Diskussionsrunde b)

Leitfragen:

- In wie weit ist es möglich die gedruckte Zeitung nicht mit der digitalen Konkurrenz zu vergleichen und die zukünftige Rezeption und Akzeptanz der Printzeitung in der Generation der Digital Natives ausschließlich nur anhand des Mediums selbst festzumachen?

Leitfaden für die Fokusgruppendifkussion über die zukünftigen Rezeption und Akzeptanz gedruckter Zeitungen bei der Generation der **Digital Natives**

- Welche Begründungen gibt es für die einerseits geringe Rezeption der gedruckten Zeitung und die andererseits doch hohe Akzeptanz, die sich durch die genannten Vorteile und die mehrheitlich empfundene Wichtigkeit für das Fortbestehen der Printzeitung, äußert?
- Gibt es eine besondere bzw. andere Akzeptanz und Rezeption von lokalen Printzeitungen und wenn ja, wie äußert sich diese?
- Warum ist die Lesebereitschaft einer Zeitung, dann so hoch wenn diese "zufällig" vorhanden ist?

Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere, die vorliegende Arbeit selbstständig, ohne fremde Hilfe und ausschließlich mit den von mir angebenen Quellen und Hilfsmittel, verfasst zu haben. Die aus anderen Werken wörtlich entnommenen Stellen, oder dem Sinn nach wiedergebenden Passagen, sind durch Quellenangaben kenntlich gemacht.

Hamburg, den 28. Juli 2015

Unterschrift