

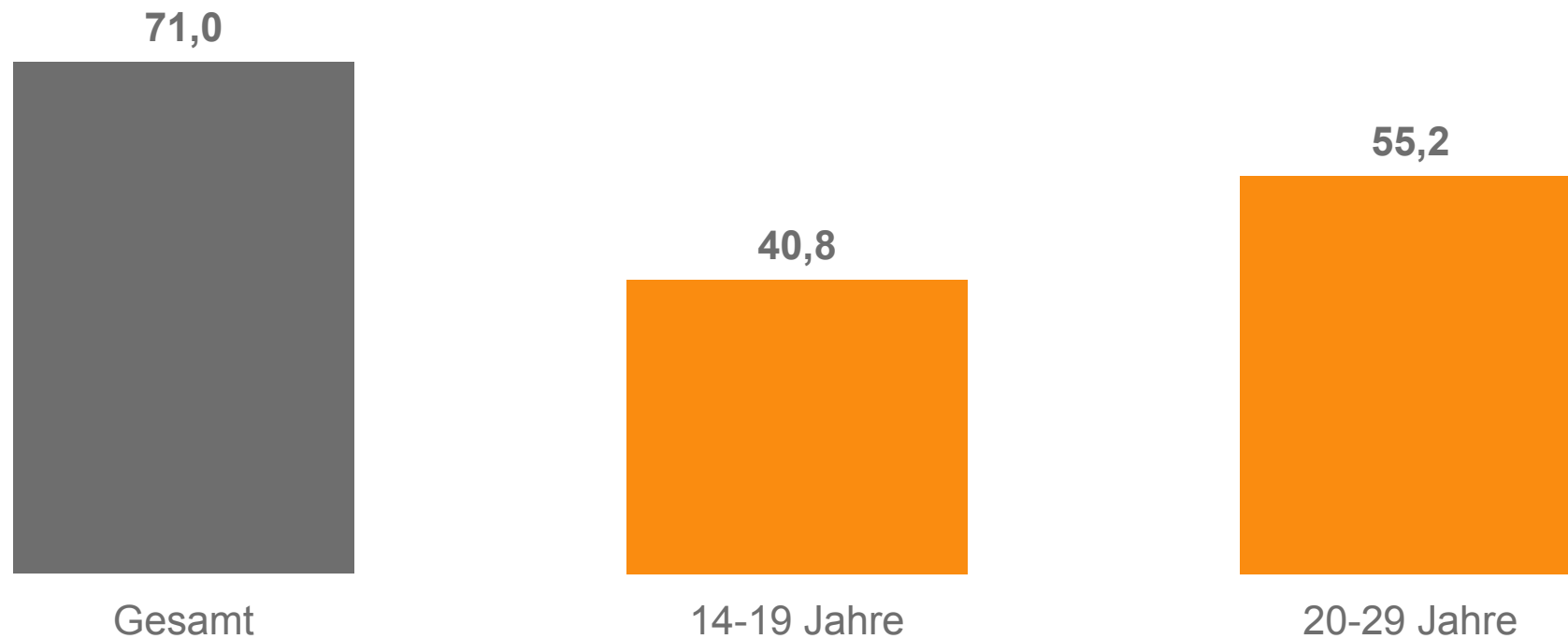
# Jugend und Zeitung



## Auch Jugendliche lesen regelmäßig Zeitung

- Die Lust an der Zeitungslektüre nimmt mit steigendem Alter zwar deutlich zu, dabei darf aber nicht vergessen werden, dass die Zeitung auch bei den Jugendlichen nach wie vor ein reichweitenstarkes Medium ist.
- Mehr als vier von zehn Jugendlichen zwischen 14 und 19 Jahren lesen jede Ausgabe einer Tages-/Wochen- und/oder Sonntagszeitung (40,8%). Bei den jungen Erwachsenen zwischen 20 und 29 Jahren beträgt der Anteil regelmäßiger Zeitungsleser sogar 55,2 Prozent (MediaAnalyse 2012 Pressemedien II).
- Bezieht man zusätzlich die gelegentlichen Leser mit ein, dann lesen sogar 80 Prozent aller 14- bis 29-Jährigen zumindest gelegentlich (d.h. mindestens einmal in den letzten 14 Tagen) Zeitung.

## Reichweiten aller Zeitungen in jugendlichen Zielgruppen

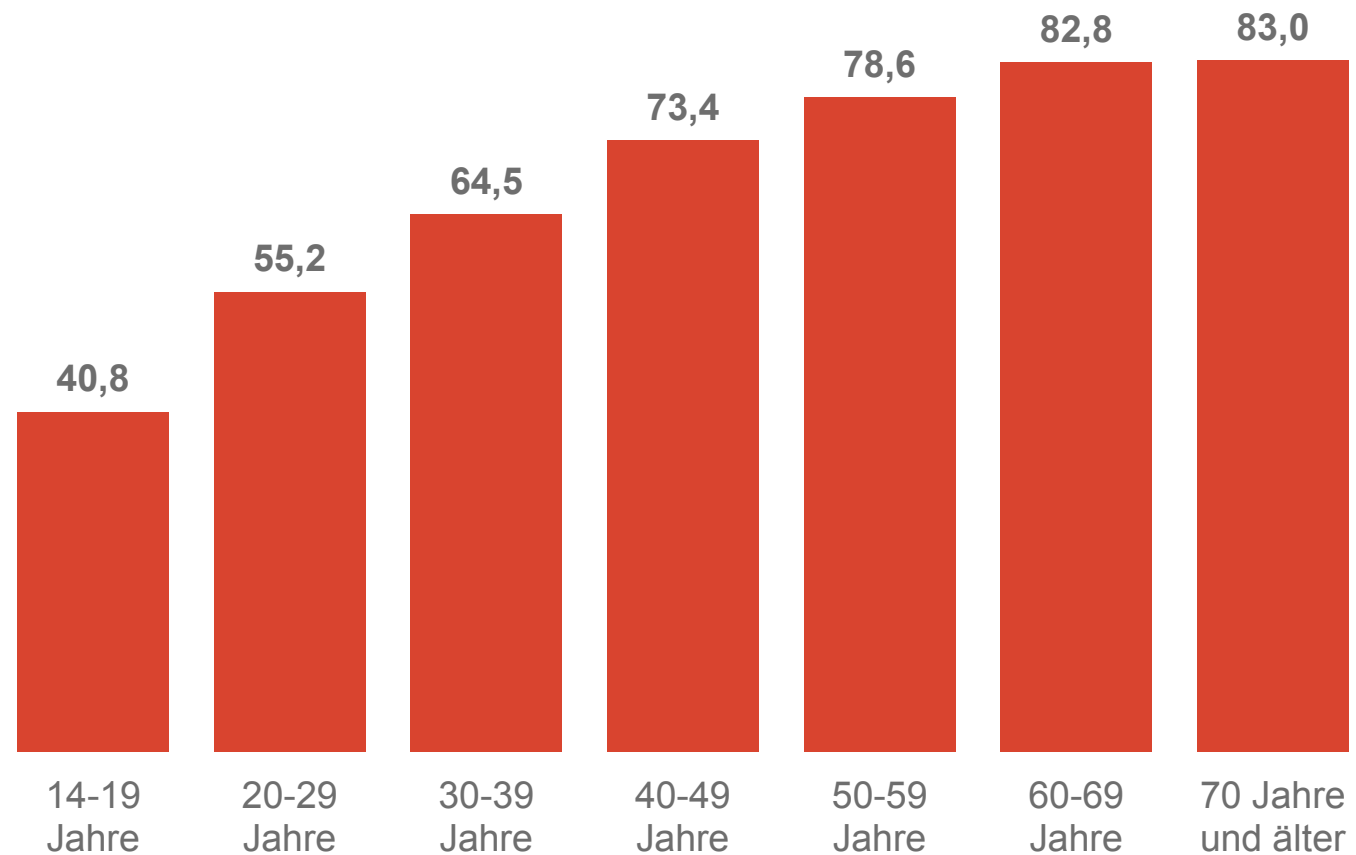


## Reichweiten der Zeitungen 2012 nach Alter

### Zeitungen Gesamt:

Regionale und überregionale  
Abonnementzeitungen,  
Kaufzeitungen,  
Wochen- und  
Sonntagszeitungen

Leser pro Ausgabe (LpA)



## Zeitungen sind crossmedial und erreichen die Jugendlichen über die verschiedenen Zeitungskanäle

- Die Zeitung ist heute längst mehr als ihre Printausgabe. Sie ist eine Quelle, die neben der gedruckten Fassung auf ganz unterschiedliche Arten genutzt wird: als iPad-App, ePaper, Mobile-Angebot oder eben als Online-Ausgabe.
- Erst wenn man Print und Online als Ganzes betrachtet, ergibt sich ein realistisches Bild der Zeitungsnutzung. Zeitungen erreichen mit ihren Printausgaben (LpA) und Online-Auftritten (Nutzer pro Monat, NpM)\* 74,5 Prozent der 14- bis 29-Jährigen. Dabei wird klar, dass die Zeitungslektüre der 14- bis 29-Jährigen mit der reinen Printreichweite unterschätzt wird. Im Vergleich zur reinen Printreichweite gewinnen die Zeitungen mit der crossmedialen Gesamt-Nettoreichweite aus Print und Online 66 Prozent bei den jungen Lesern zwischen 14 und 29 Jahren.

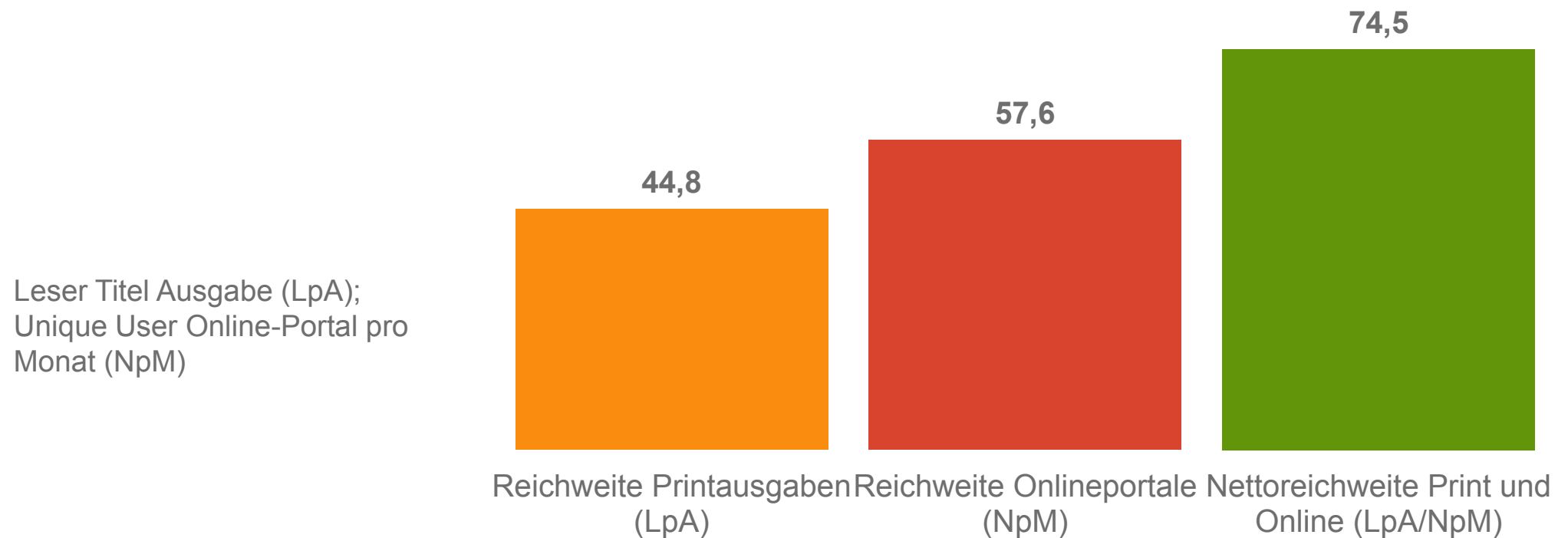
\* Die Nettoreichweite Print und Online bezieht sich auf die regionalen Abonnementzeitungen, überregionalen Zeitungen, BILD und Die ZEIT.

## Zeitungen sind crossmedial und erreichen die Jugendlichen über die verschiedenen Zeitungskanäle

- › Dass die Zeitung zunehmend online gelesen wird, zeigt sich auch in den Ergebnissen der Studie „Jugend, Information, (Multi-) Media“ (JIM) vom Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest. Die repräsentative Studie bildet seit 1998 das Medienverhalten der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland ab. 2008 betrug der Online-Zeitungsnutzeranteil (täglich/mehrmals pro Woche) 12 Prozent, 2011 sind es 17 Prozent. Überdurchschnittliche Zuwachsraten sind bei den 18- bis 19-Jährigen, Gymnasiasten und bei Jugendlichen, die in Haushalten mit Zeitungsabo leben, zu verzeichnen.

## Nettoreichweiten Print und Online bei den 14- bis 29-Jährigen

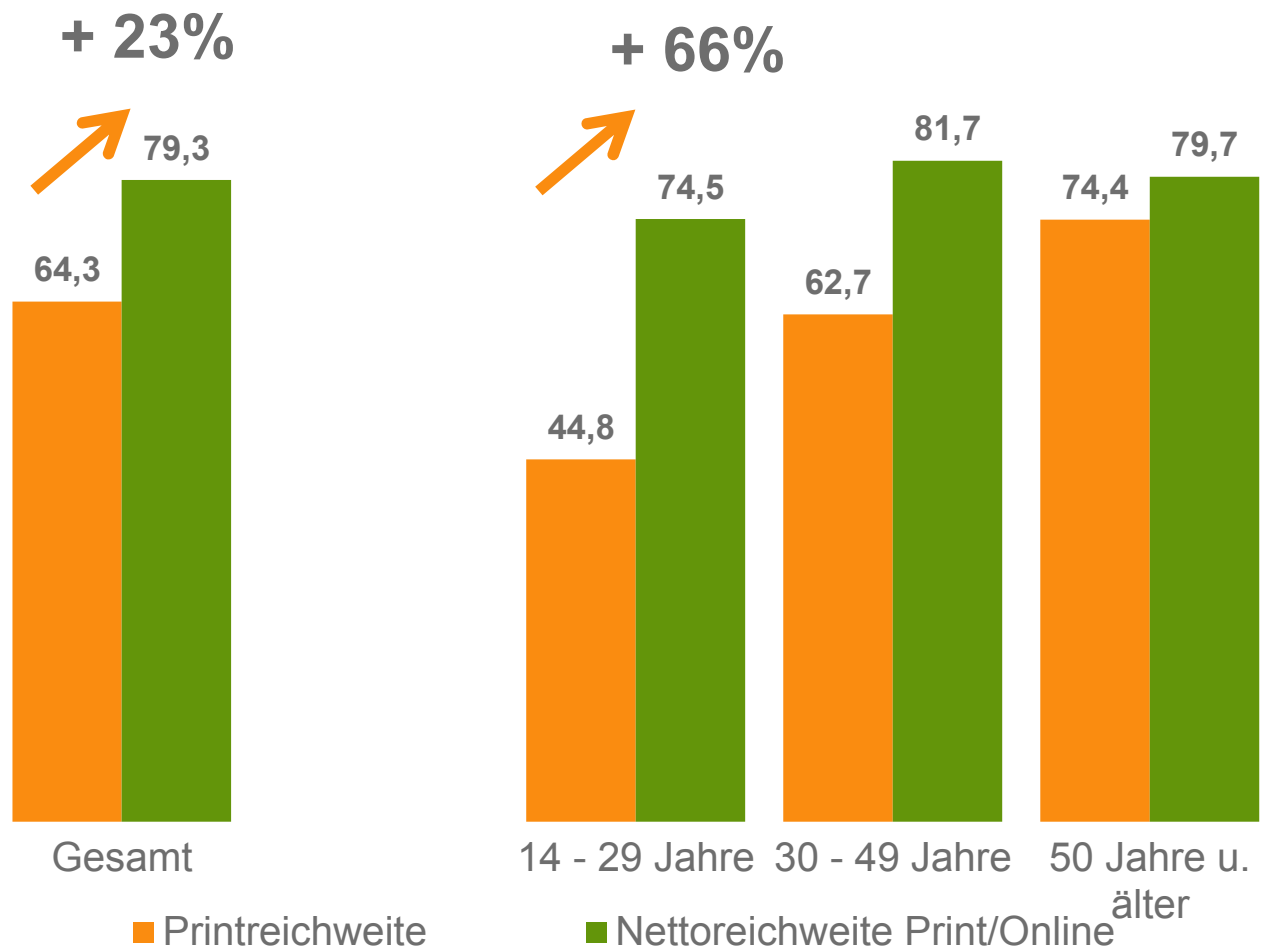
Regionale Abonnementzeitungen, überregionale Zeitungen,  
BILD und Die ZEIT



## Nettoreichweiten Print und Online nach Alter

Regionale Abonnementzeitungen, überregionale Zeitungen, BILD und Die ZEIT

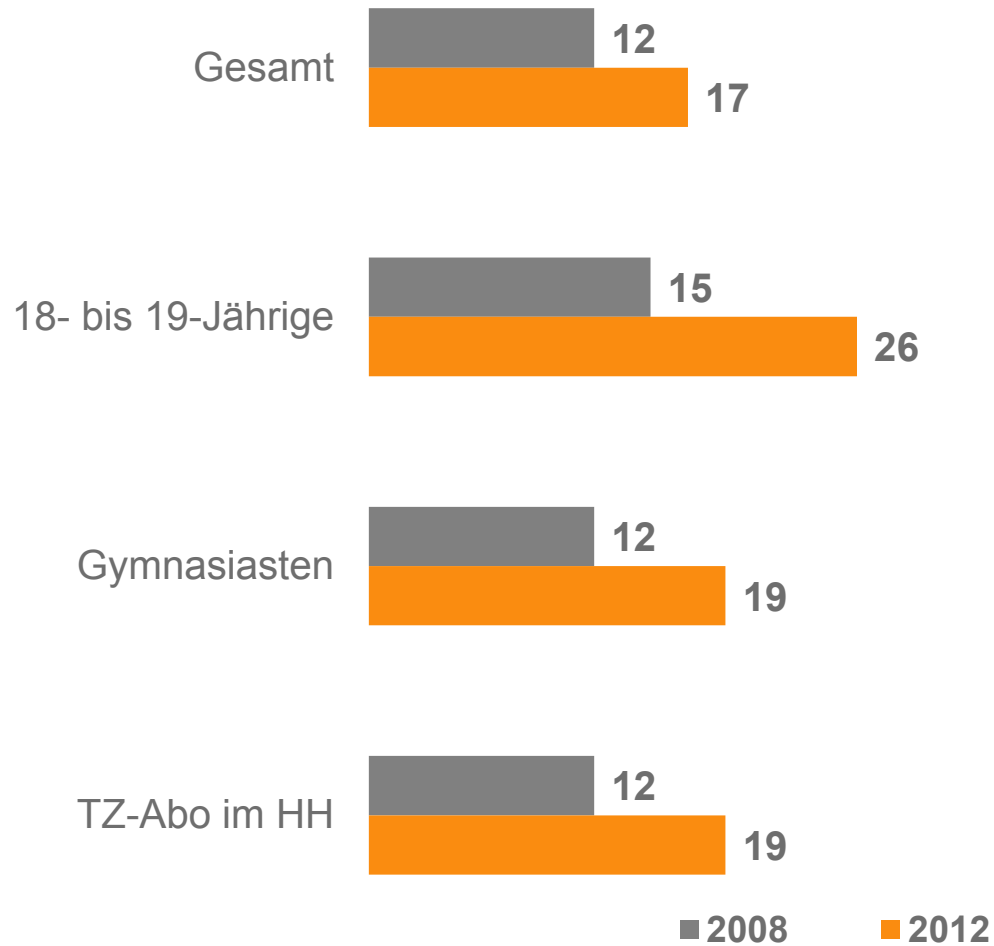
Leser Titel Ausgabe (LpA);  
Unique User Online-Portal pro  
Monat (NpM)





# Zeitungsnutzung Online

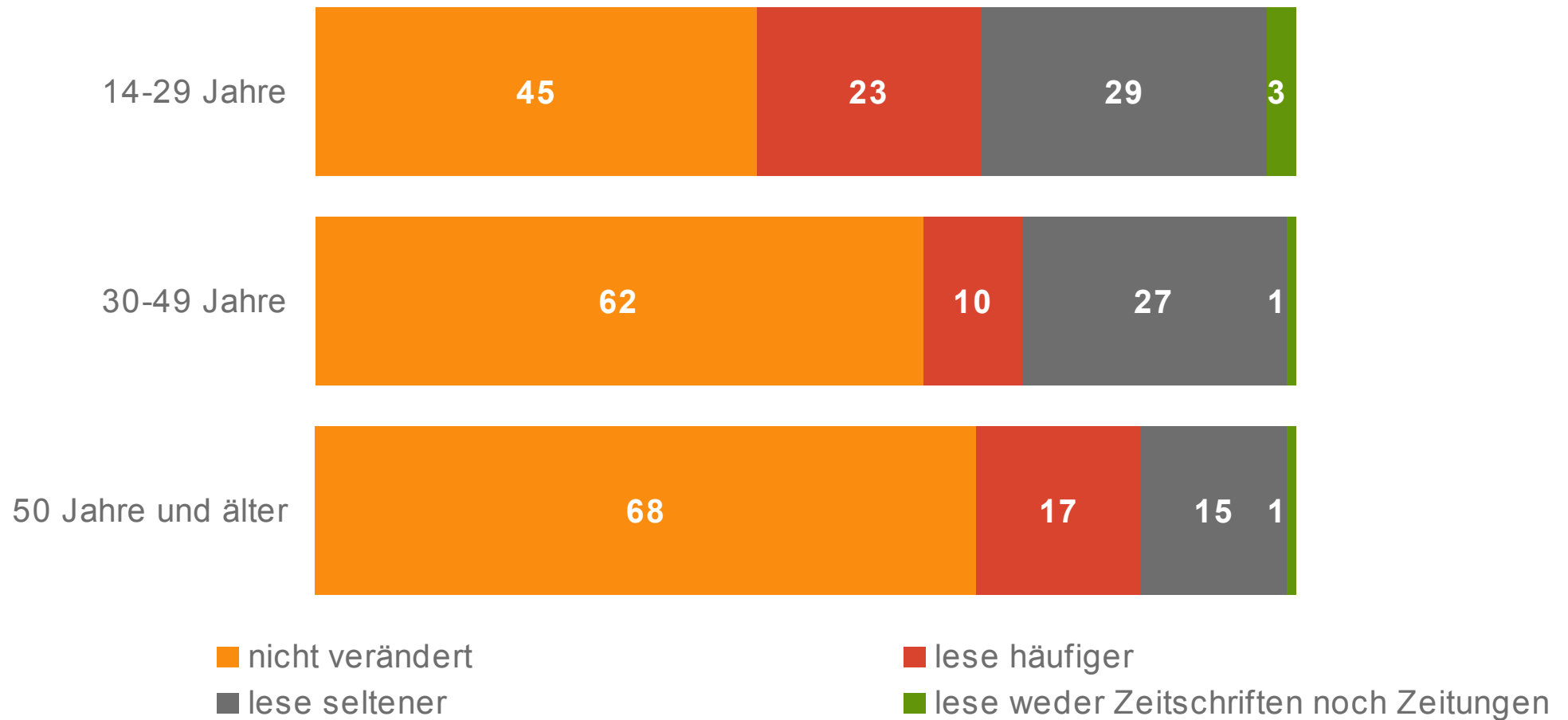
Anteil: täglich / mehrmals pro Woche



## Jugendliche schätzen Zeitungen – denn man kann in ihnen blättern und sie unterwegs nutzen

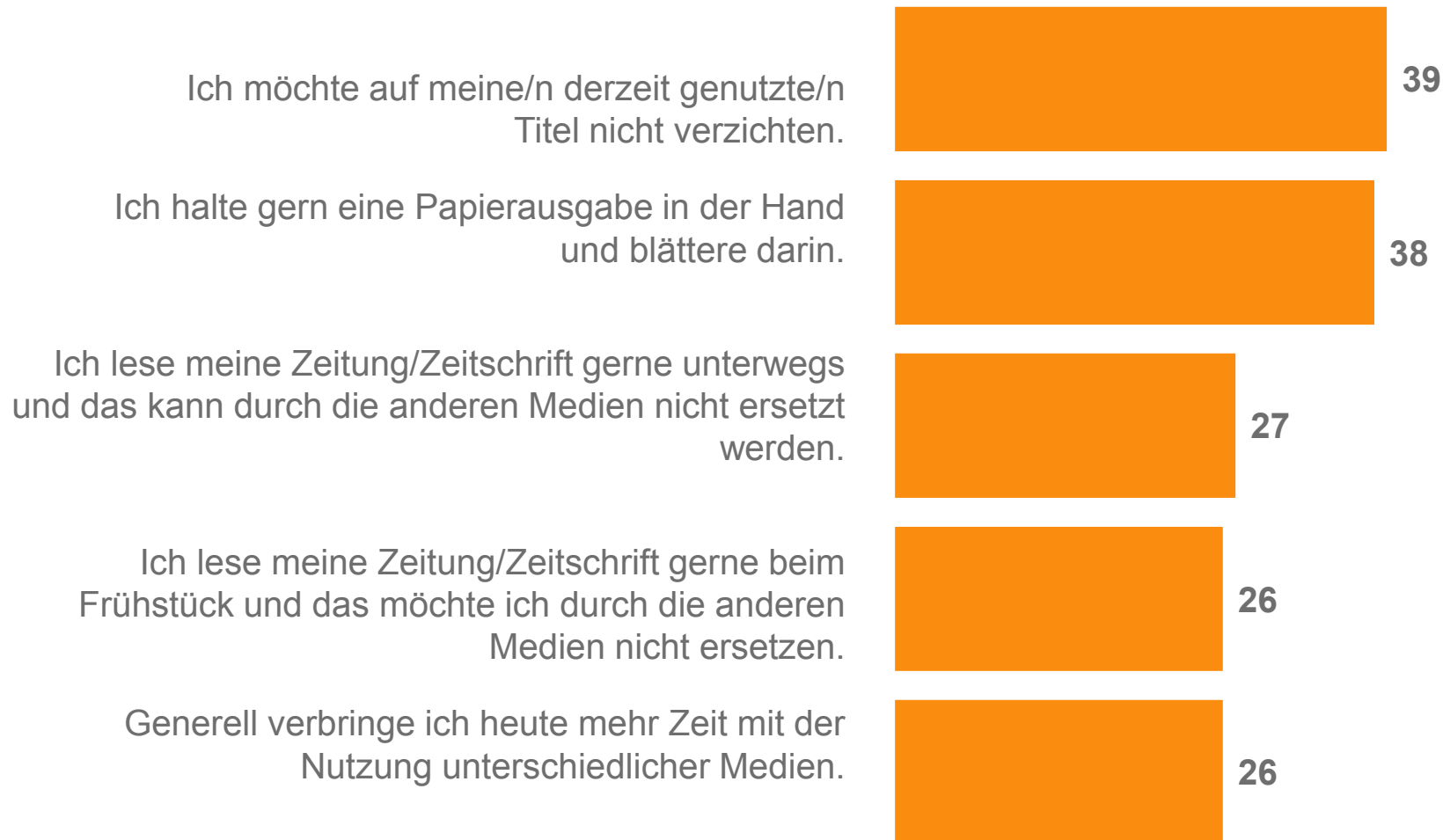
- Der wachsende Internetkonsum schadet den Printmedien (Zeitungen und Zeitschriften) weniger, als oft angenommen wird. Das zeigen Ergebnisse der TNS Emnid Medienforschung. Die Nutzung von Printmedien ist nämlich bei gleichzeitig wachsendem Internetkonsum in den vergangenen fünf Jahren stabil geblieben und sogar gestiegen.
- 61 Prozent der Deutschen geben an, dass ihre Nutzungsfrequenz bezogen auf Zeitungen bzw. Zeitschriften unverändert sei. 16 Prozent sprechen sogar von einer häufigeren Nutzung. Letztere gehören vor allem zur jungen Zielgruppe der 14- bis 29-Jährigen, hier sind es 23 Prozent, die Zeitungen und Zeitschriften häufiger nutzen.
- Für eine gleichbleibende bzw. gestiegene Printnutzung sorgen bei den 14- bis 29-Jährigen vor allem eine hohe Leser-Blatt-Bindung, die haptische Anmutung des Papierformates und die unabhängige, mobile Nutzungsmöglichkeit der Printformate.
- Die Gruppe der Jugendlichen, die jetzt verstärkt zu Printmedien greift, wurde nach den Gründen gefragt: Ein gesteigener Informationsbedarf durch die private bzw. berufliche Situation führt in erster Linie zu einer verstärkten Nutzung von Zeitungen und Zeitschriften (44%).

## Veränderungen in der Nutzung von Zeitungen und Zeitschriften im Vergleich zu vor 5 Jahren



## Gründe für Print (TOP 5)

14- bis 29-Jährige mit gleichgebliebener / gestiegener Printnutzung



## Gründe für mehr Print

### 14- bis 29-Jährige mit gesteigener Printnutzung

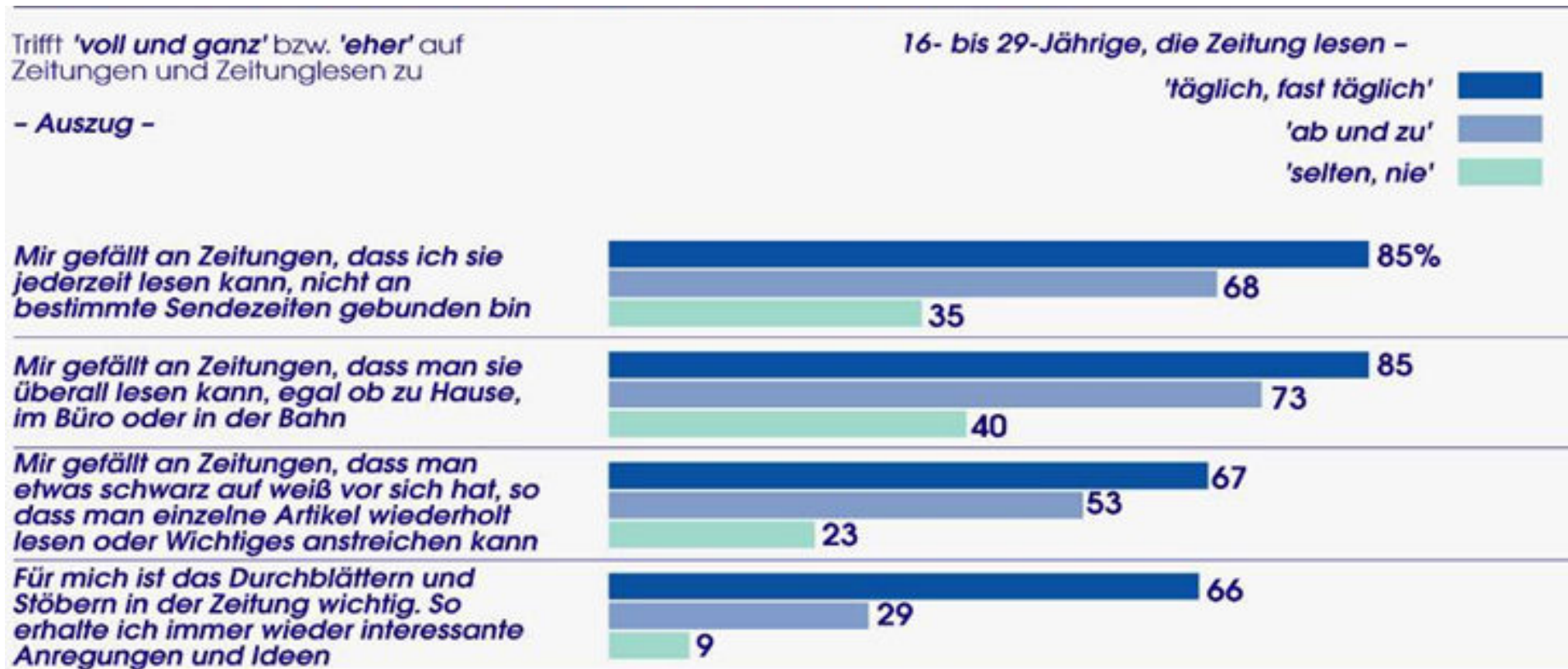


## Qualitäten der Zeitungen aus Sicht der Jugendlichen

- Auch andere Studien zeigen: Vor allem die räumliche und zeitliche Unabhängigkeit sowie die Haptik des Zeitungslesens werden von vielen jungen Menschen geschätzt. Viele Jugendliche suchen verlässliche Informationen, Einordnung und Orientierung.
- Zusammenfassend lassen sich folgende Qualitäten der Zeitung aus Sicht der Jugendlichen festhalten:  
Orientierungsfunktion, vertiefende Darstellung, gründliche (Hintergrund-)Information, breites und überraschendes Themenspektrum, hohe Glaubwürdigkeit, zeitliche und örtliche Disponibilität, Haptik

# Argumente pro Zeitunglesen im jungen Alterssegment

## Regelmäßige, gelegentliche und Nicht-Leser im Vergleich



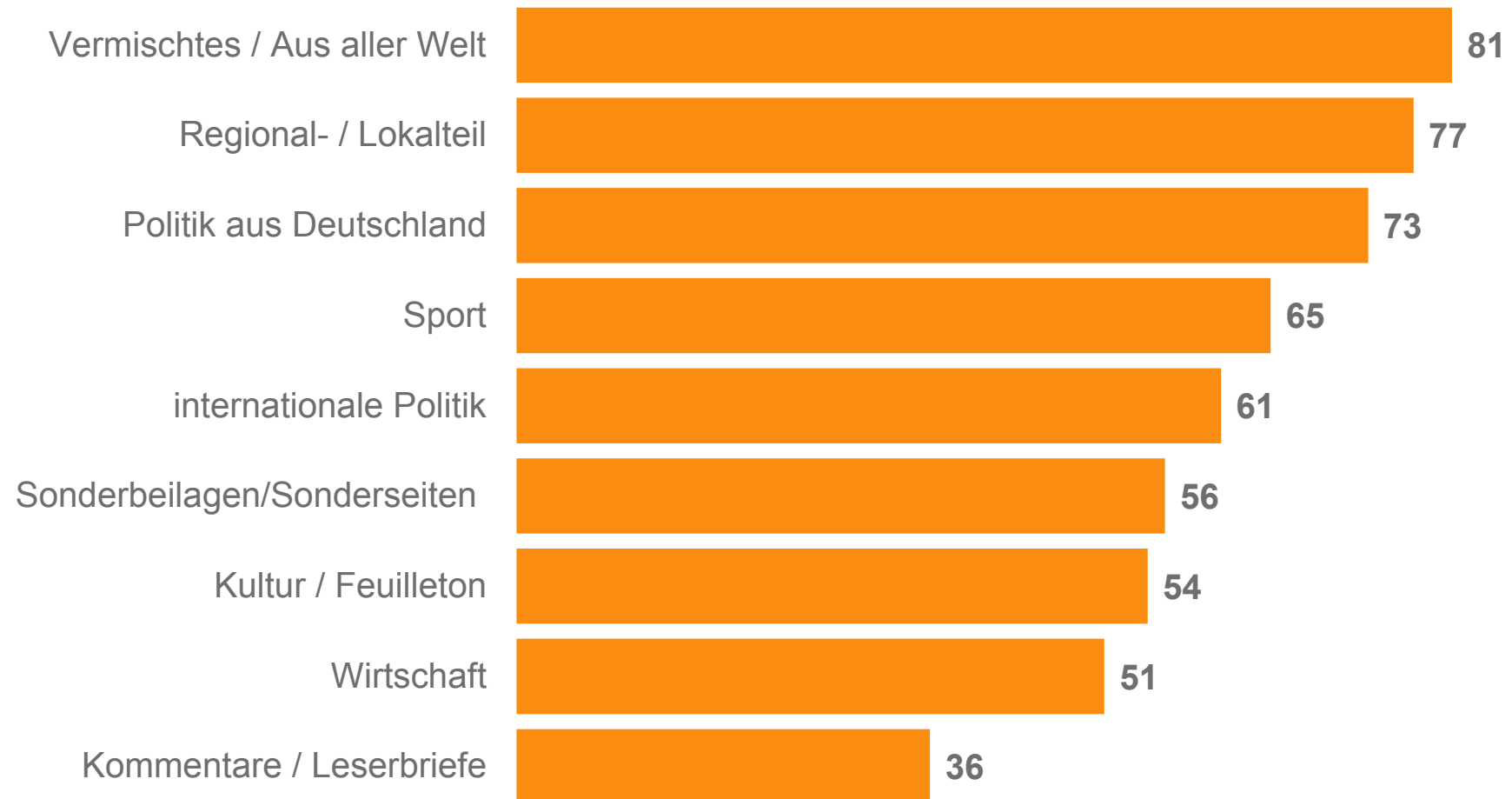
## Universalmedium: Die Zeitung ist für alles da

- Als echtes Universalmedium bietet die Zeitung auch jungen Lesern eine breite Palette an Informationen. Im Gegensatz zu Special-Interest-Titeln versorgt sie ihre Leser nicht nur mit Informationen, die diese gezielt suchen, sondern auch mit Informationen aus Bereichen, über die sie ansonsten kaum etwas erfahren würden. Diese Themenvielfalt wird von den Lesern – insbesondere auch von den jungen Lesern - angenommen und gerne genutzt.
- Das Ressort „Vermischtes / Aus aller Welt“ (81%), der Lokal- bzw. Regionalteil (77%), sowie „Politik aus Deutschland“ (73%) werden von den Jugendlichen am meisten genutzt.



## Die Zeitung – das Universalmedium

14- bis 29-Jährige, die immer/häufig/gelegentlich in dem jeweiligen Ressort lesen



## Zeitungen punkten auch bei den Jugendlichen mit ihrer lokalen und regionalen Kompetenz

- Gerade die lokale und regionale Tageszeitung hat auch für junge Leser einen ganz besonderen Stellenwert. Praktisch alle jugendlichen Leser einer lokalen oder regionalen Tageszeitung sind der Meinung, dass ihre Zeitung glaubwürdig ist (99%), aktuell berichtet (96%) und dass sie in der Region eine feste Größe darstellt (99%).
- Die Stärke liegt in ihrer ausgeprägten Regional- und Lokalkompetenz. Die Tageszeitung bietet ihren Lesern Orientierung und hilft ihnen, sich eine eigene, fundierte Meinung über die Ereignisse in ihrem Wohnort und der Region zu bilden.
- Die Zeitung konkurriert auf diesem Gebiet nicht mit den großen überregionalen Medien, sondern mit lokal oder regional ausgerichteten Medien wie Anzeigenblättern oder dem lokalen Hörfunk. Für die 14- bis 29-Jährigen stellen Zeitungen - neben dem Internet - ein wichtiges Medium dar, um sich über das Geschehen im Wohnort und in der näheren Umgebung zu informieren: Fast 60 Prozent der Jugendlichen sagen, dass die Zeitung für lokale Informationen unverzichtbar ist. Etwa 20 Prozent hält sie zumindest für sinnvoll. Der lokale Hörfunk und kostenlose Anzeigenblätter bleiben dahinter weit zurück.

## Zeitungen punkten auch bei den Jugendlichen mit ihrer lokalen und regionalen Kompetenz

- › Dies deckt sich mit Ergebnissen aus der JIM-Studie. Hier wurde u.a. das Informationsbedürfnis zu unterschiedlichen Themenbereichen untersucht. Es wird deutlich, dass für Jugendliche je nach Thematik unterschiedliche Medien eine Rolle spielen. So ist bei Fragen zum aktuellen Zeitgeschehen, der Bundespolitik, Sport und Stars das Fernsehen die erste Wahl. Die Zeitung zeigt ihre Stärke im Lokalen und in der politischen Berichterstattung. Als Infoquelle für die Lokalpolitik ist sie das vorrangig genutzte Medium. Regionale Kompetenz und Lokalität sind den Jugendlichen hier demnach besonders wichtig.

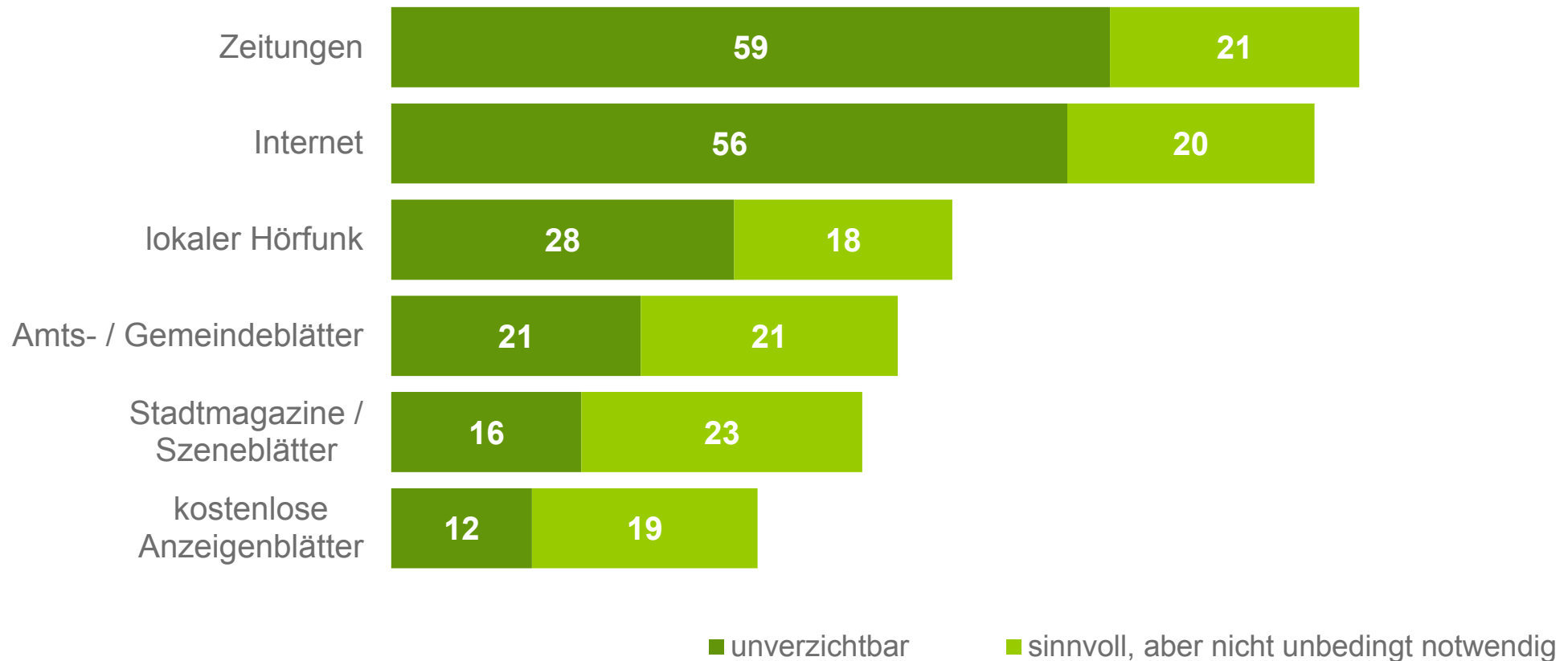
# Eigenschaften der regionalen Tageszeitung

trifft voll und ganz / teilweise zu



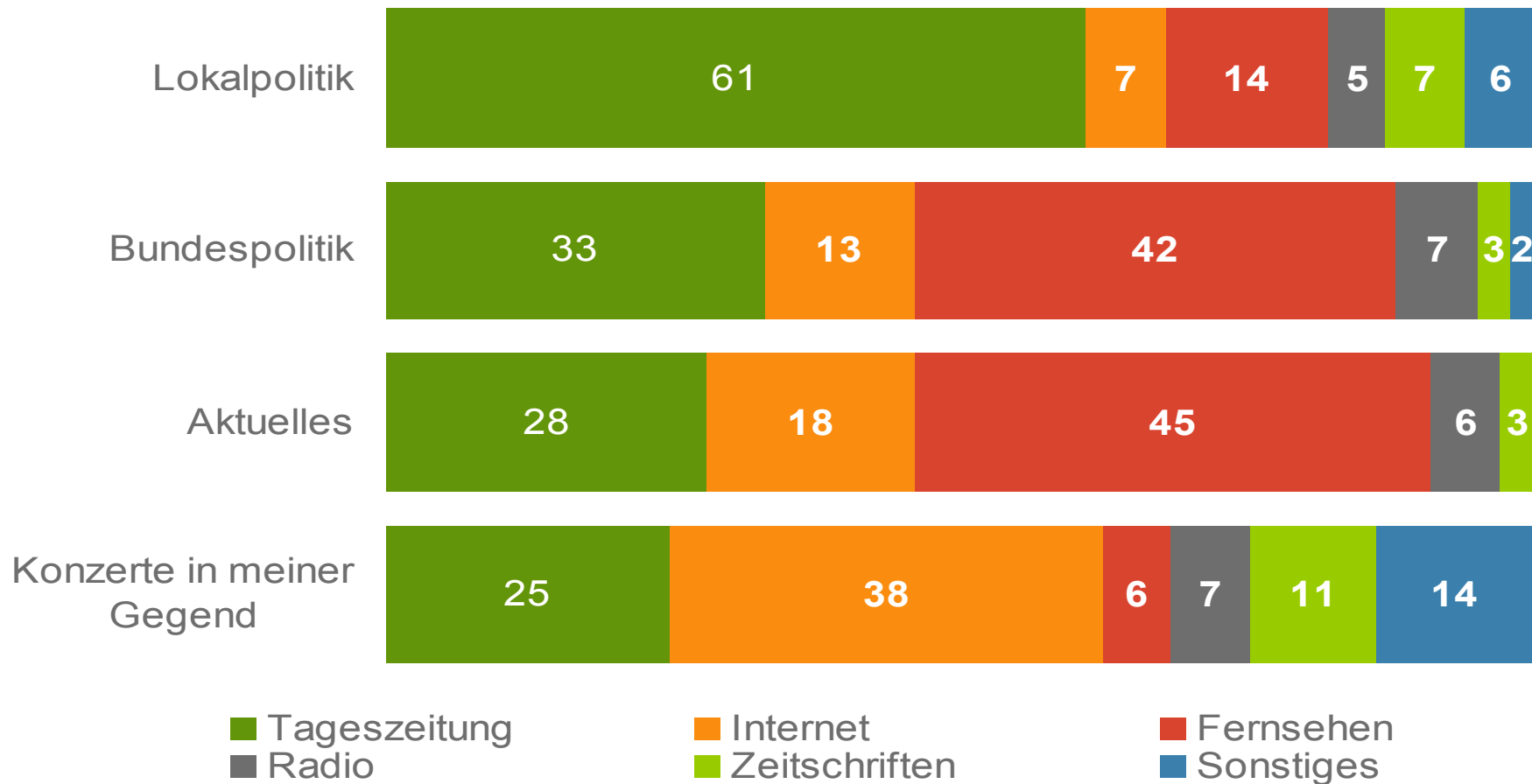
## Lokale/regionale Kompetenz bei jungen Menschen

Welche Medien sind unverzichtbar, um über das Geschehen im Ort und in der näheren Umgebung auf dem Laufenden zu sein? Welche Medien sind nicht unbedingt notwendig, aber sinnvoll?



# Die Zeitung punktet vor allem bei der Lokalpolitik

Ich informiere mich zum Thema ... am häufigsten im ....

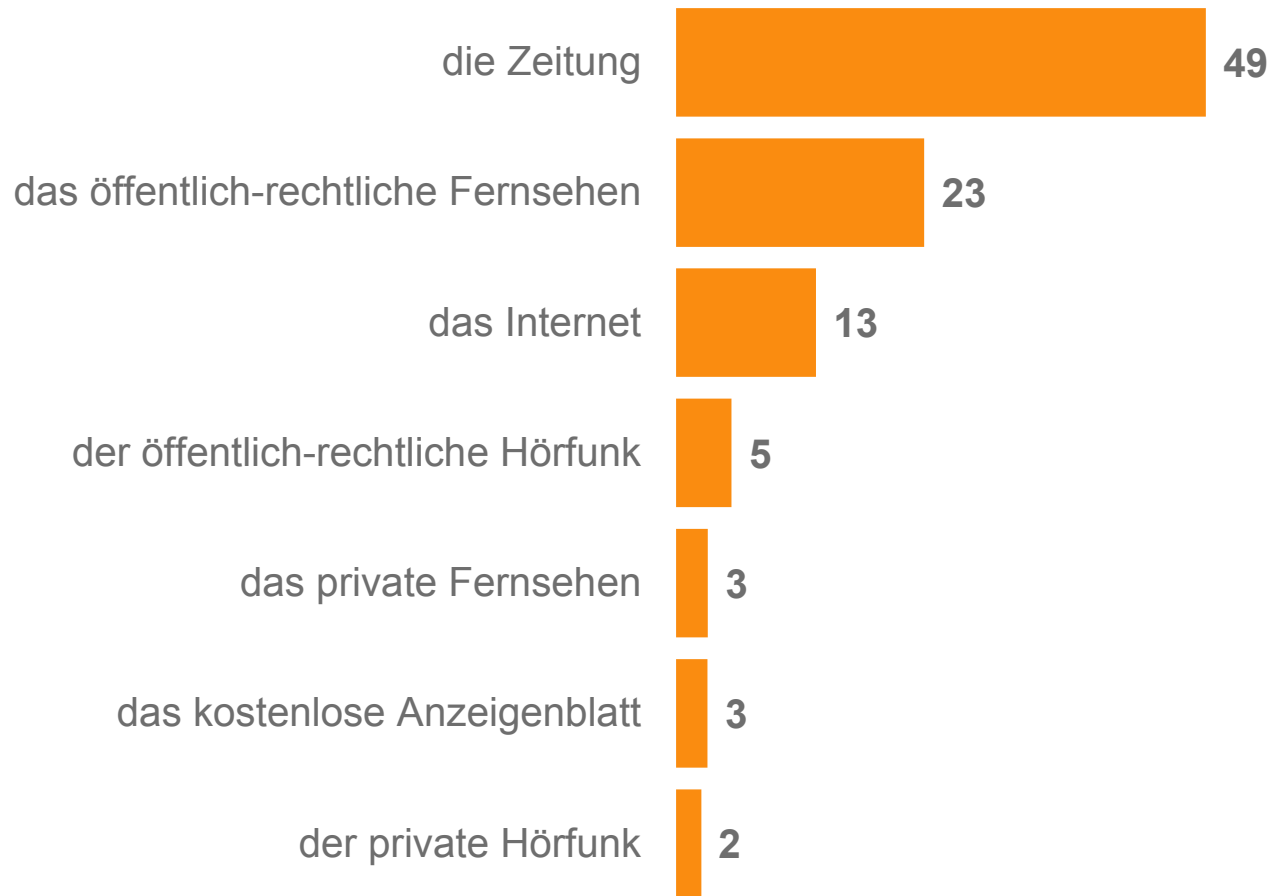


## Die Jugend vertraut der Zeitung

- Besonders zuverlässig sind die Informationen über lokale und regionale Themen in der Zeitung: Fast die Hälfte der Jugendlichen hält sie für das glaubwürdigste Medium. Mit weitem Abstand folgen das öffentlich-rechtliche Fernsehen und das Internet.
- Die guten Leistungswerte der Zeitungen spiegeln sich auch in den Ergebnissen der Studie JIM 2012 - Jugend, Information, (Multi-) Media - des medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest (mpfs) wider.
- Auf die zugespitzte Fragestellung, auf welches Medium Jugendliche bei widersprüchlicher Berichterstattung am ehesten vertrauen würden, nennen 48 Prozent der 12- bis 19-Jährigen die Zeitung. Platz zwei erreicht mit 22 Prozent das Fernsehen, gefolgt von Radio und Internet (17% bzw. 11%).
- Als Gründe, weshalb die Zeitung besonders vertrauenswürdig ist, nannten die Jugendlichen in einer qualitativen Zusatzbefragung zur JIM-Studie vor allem die gute Recherche und Professionalität der Redakteure. Verlässliche Quellen sind den Jugendlichen besonders wichtig.

## Glaubwürdigkeit der Medien

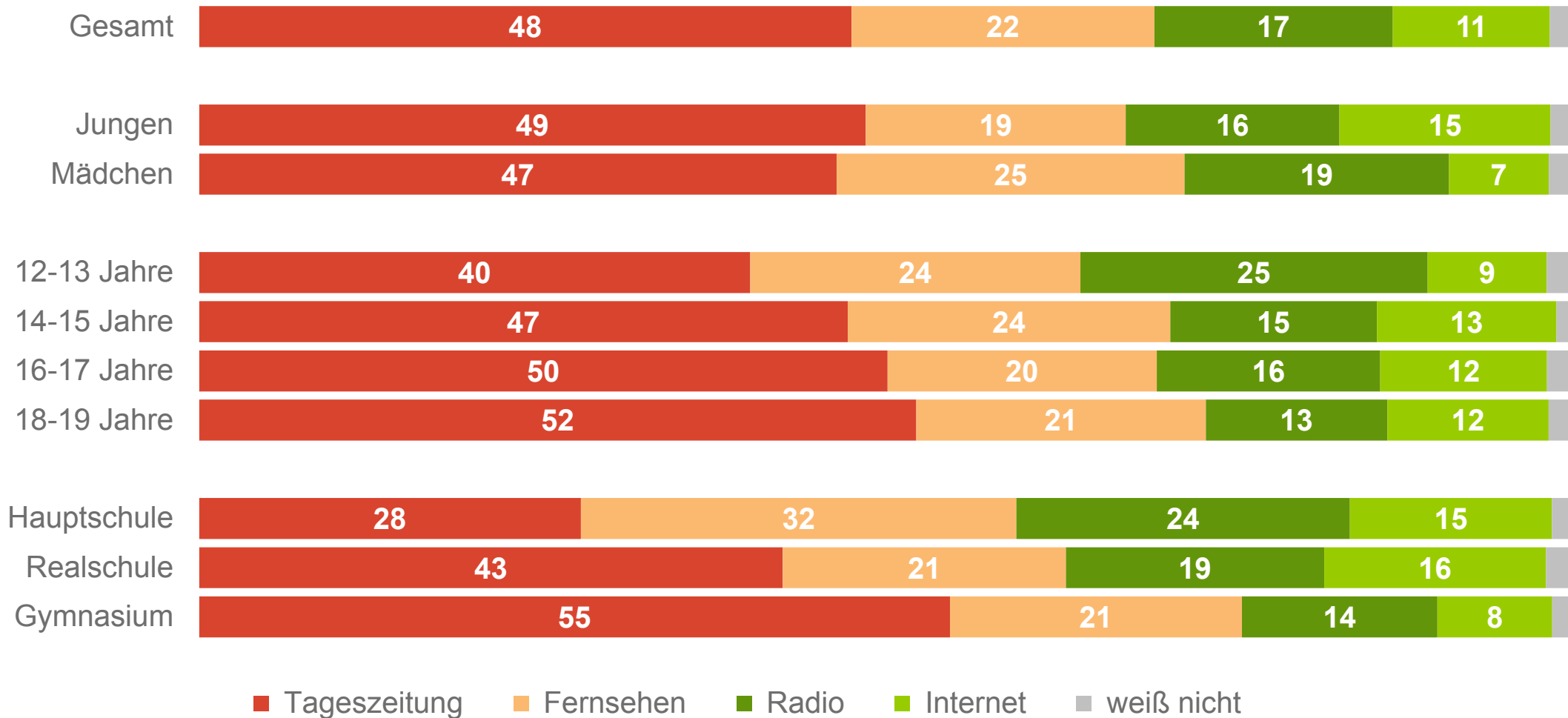
Welches Medium ist bei lokalen und regionalen Themen am glaubwürdigsten?





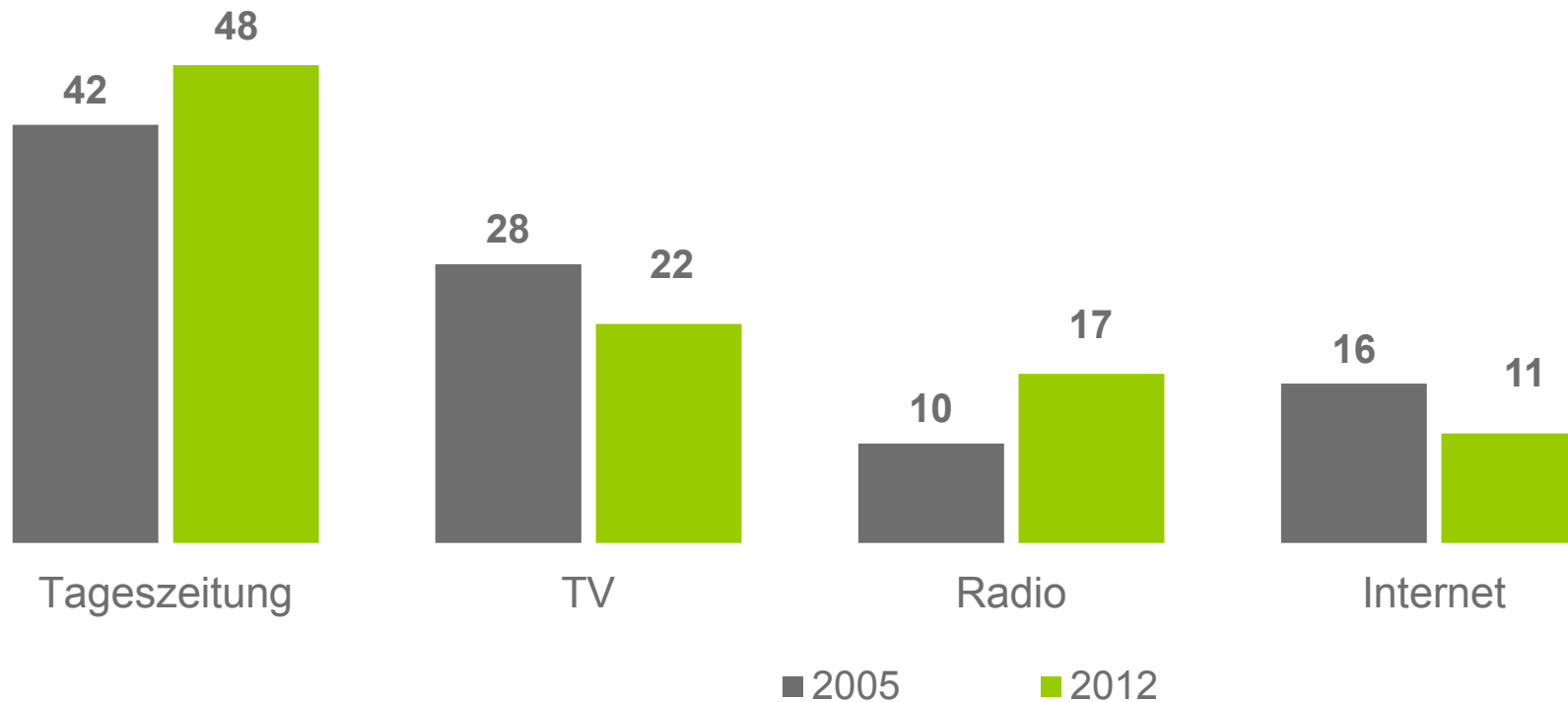
# Vertrauen Jugendlicher in die Berichterstattung

Würde bei widersprüchlicher Berichterstattung am ehesten vertrauen ...



# Vertrauen Jugendlicher in die Berichterstattung

## Im Zeitvergleich



## Gründe, weshalb die Zeitung besonders vertrauenswürdig ist

- Als Gründe, weshalb die Zeitung besonders vertrauenswürdig ist, nannten die Jugendlichen in einer qualitativen Zusatzbefragung zur JIM-Studie vor allem die gute Recherche und Professionalität der Redakteure. Verlässliche Quellen sind den Jugendlichen besonders wichtig.

„Naja die Reporter sind ja extra unterwegs für die Informationen und danach schreiben sie es auf. Und da glaube ich ihnen eher.“

(Junge, 12 Jahre)

„Einfach weil ich weiß, dass es von Reportern ist. Grad im Internet und Fernsehen weiß ich nicht, von wem es kommt. Sie wirkt seriös und man hat das Gefühl, dass man denen vertrauen kann, was sie schreiben.“

(Mädchen, 16 Jahre)

„Weil die seriöser ist. Es kommt natürlich darauf an, was es für eine ist.“

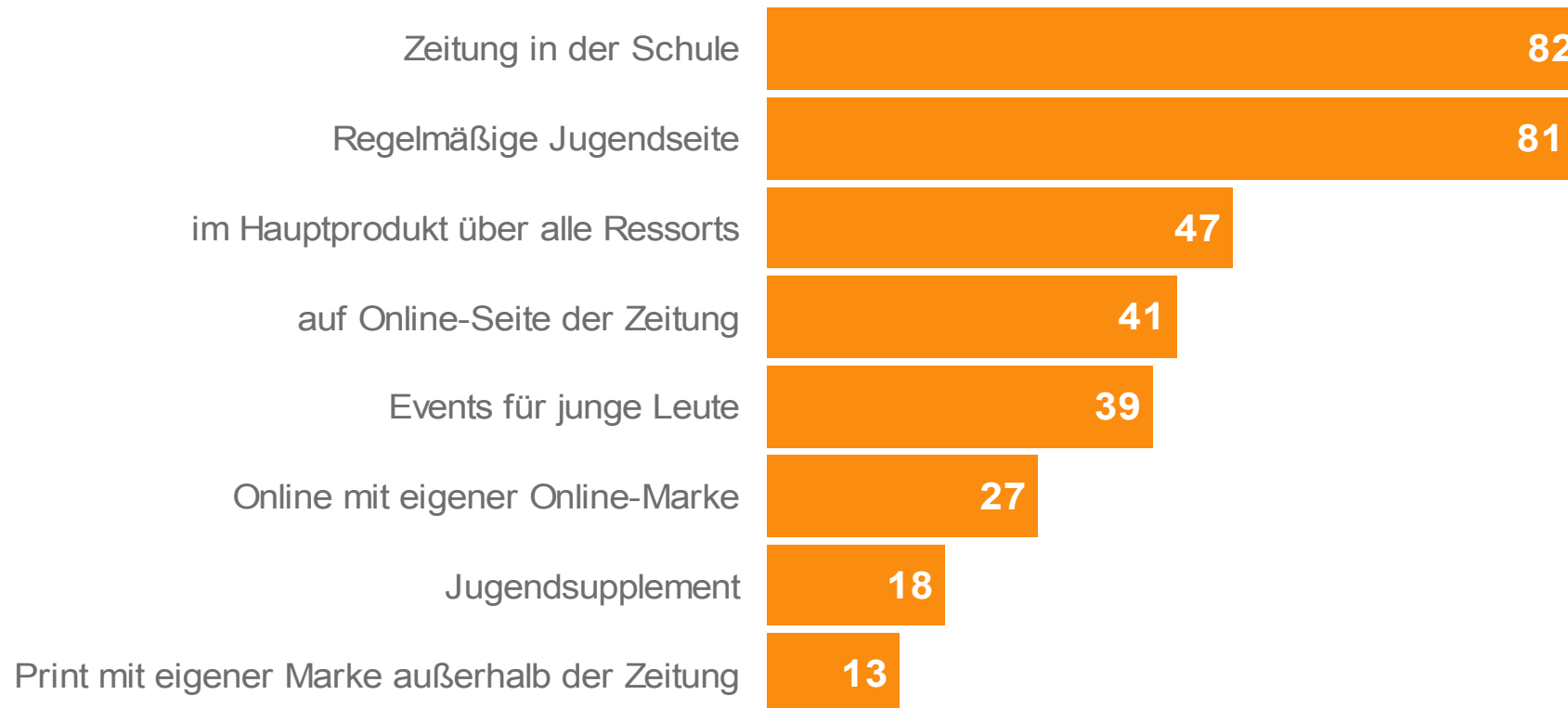
(Junge, 17 Jahre).

## Jugendstudien zeigen, dass die Grundlagen für Zeitunglesen früh gelegt werden müssen

- Medienpädagogische Zeitungsprojekte - wie sie von der großen Mehrzahl der Verlage inzwischen durchgeführt werden - verdeutlichen, dass es sich lohnt, Jugendliche früh mit der Zeitung vertraut und die Zeitung unmittelbar erlebbar zu machen.
- Laut einer aktuellen bundesweiten ZMG-Befragung von Verlagsgeschäftsführern der Zeitungsverlage im Winter 2009/2010 setzen die Verlage hauptsächlich „Zeitung in der Schule“-Projekte und regelmäßige Jugendseiten ein, um junge Zielgruppen anzusprechen. Waren die Schulprojekte zunächst auf Haupt- und weiterführende Schulen fokussiert, hat hier eine Ausweitung in Richtung Grundschule bis hin zum Kindergarten bereits stattgefunden. Je früher also der Kontakt zur Zeitung hergestellt wird, desto größer ist die Chance, Kinder und Jugendliche an die Zeitung zu binden.

# Maßnahmen für „Junge Zielgruppen“ in Verlagshäusern (bis einschließlich 29 Jahre)

(Mehrfachnennungen)



## Ansprechpartner

Grit Rother

Projektleitung Forschung

Telefon +49 69 / 97 38 22 - 66

Fax +49 69 / 97 38 22 - 51

E-Mail [rother@zmg.de](mailto:rother@zmg.de)

Dr. Joachim Donnerstag

Leitung Kommunikation / ZMG Lokal

Telefon +49 69 / 97 38 22 - 26

Fax +49 69 / 97 38 22 - 529 26

E-Mail [donnerstag@zmg.de](mailto:donnerstag@zmg.de)