

Wird aus den Digital Natives die Generation Newsless?

Dr. Alexandra Förderl-Schmid

Innsbruck, Medientag, 14.11.2019

Na Bravo.....

- **Bauer-Verlag** reduzierte Erscheinungsweise 2014 von wöchentlich auf zweiwöchentlich: Auflagensteigerung um 70 Prozent – aber nur kurzer Höhepunkt
- Jetzt nur noch **einmal im Monat**, verkaufte Auflage bei 77.000 Exemplaren
- **Digitale Formate** sollen bei Snapchat, Instagram, YouTube, WhatsApp und TikTok ausgebaut werden, plus Dr. Sommer-Podcast

Informationsverhalten der Digital Natives

Studie von Julia Wippersberg im Auftrag von ZIS, 2016

- Der Stellenwert von allgemeiner, interessensfreier Informiertheit bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen im Alter von 16 - 30 Jahren ist **nicht sehr stark ausgeprägt**. Es gibt eine hohe Überzeugung, dass aktive Informationsbeschaffung in diesem Bereich nicht erforderlich ist.
- Die Nutzung von Nachrichten und Informationen zum aktuellen Zeitgeschehen entwickelt sich zu einer „**Zwischendurch-Nutzung**“, d.h. Nachrichten werden in Pausen, Wartezeiten oder sonst „zwischen durch“ genutzt.

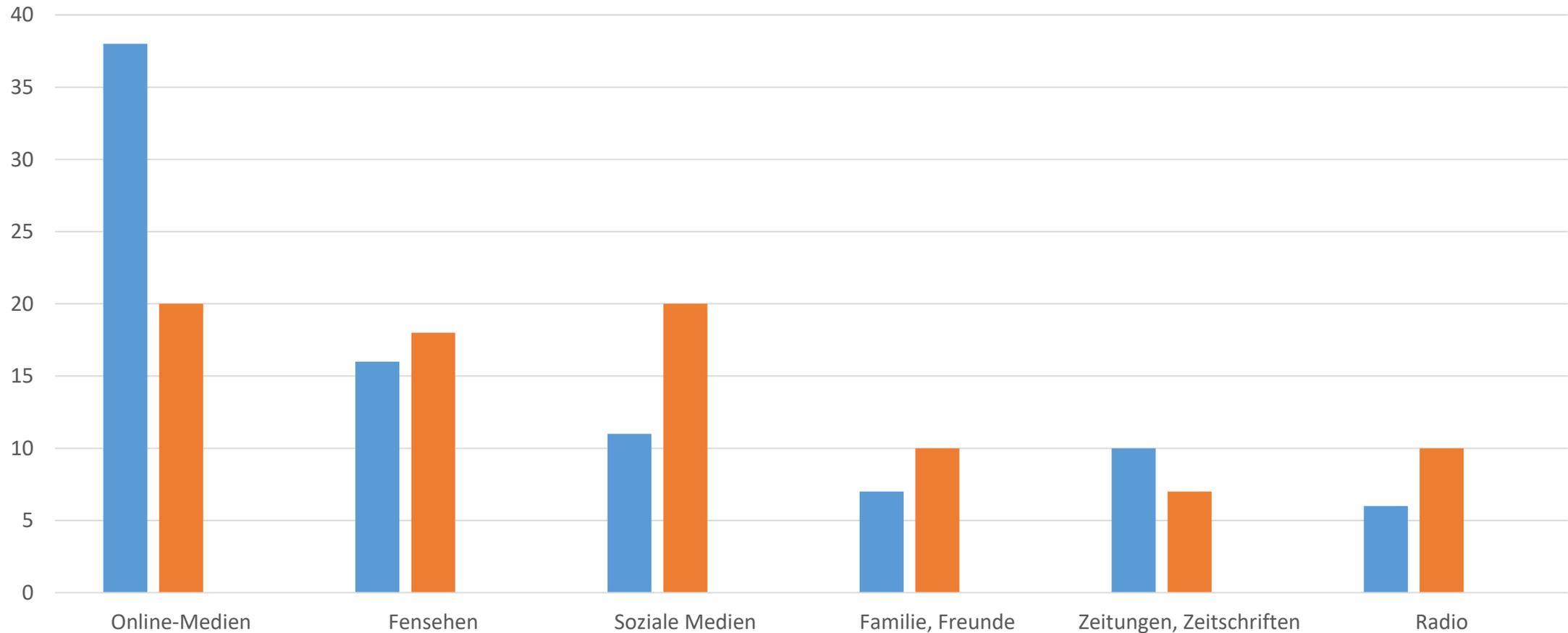
Informationsverhalten der Digital Natives

- Wenn Themen bzw. **Artikel von Facebook, Freunden o.ä. vorgeschlagen und „präsentiert“ werden** bzw. wenn gedruckte Medien griffbereit sind (bspw. am Frühstückstisch, in der U-Bahn etc.), dann ist die Nutzung von Medien deutlich häufiger als wenn selbständig und damit aktiv nach Nachrichten in Medien gesucht werden muss.
- Die Befragten sind **nicht unbedingt eine „Generation newsless“, aber eine „Generation Comfort“**, die sich Nachrichten gerne auf Facebook vorschlagen lässt oder auf tatsächlich griffbereite Medien zugreift, wenn gerade Zeit ist “

Wie informieren Sie sich über das aktuelle Geschehen?

in Prozent

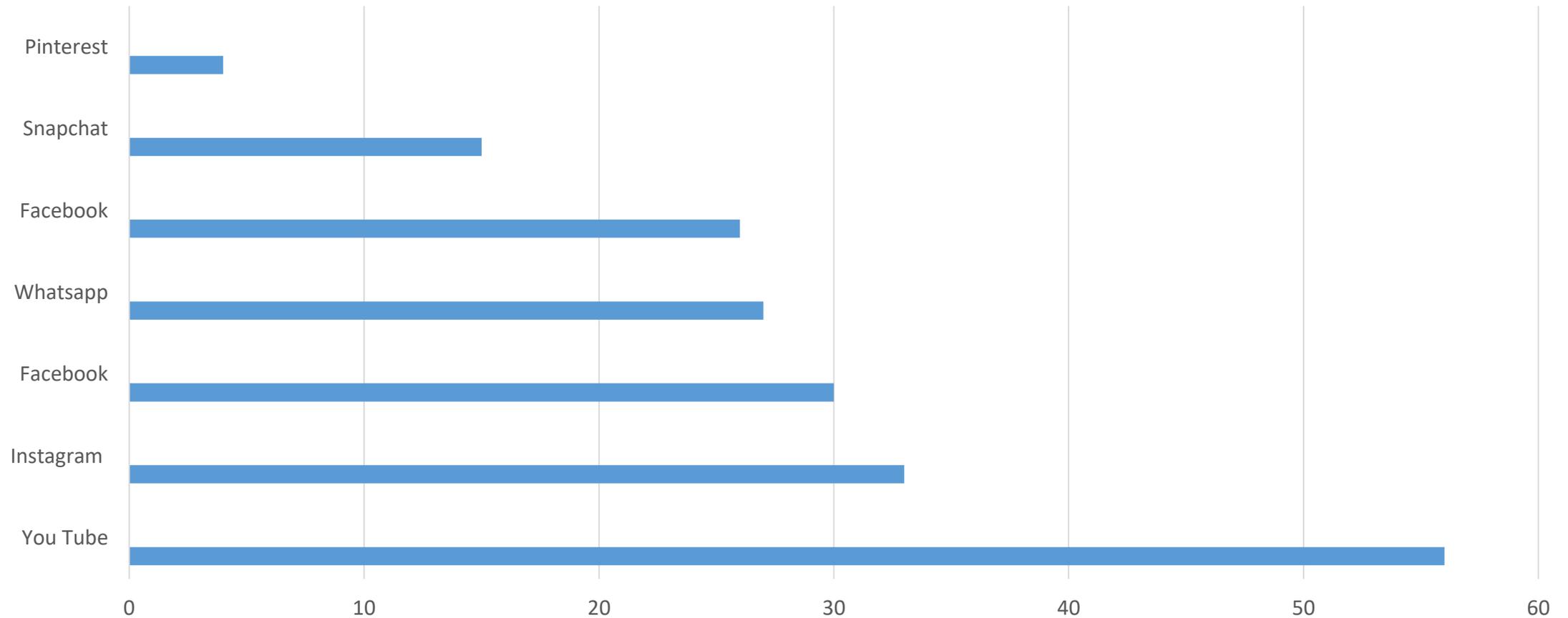
Quelle: Vodafone Stiftung Deutschland 2018



Nutzung von Sozialen Medien für politische Informationen

in Prozent

Quelle: You Gov 2017



„Die Mediennutzung junger Zielgruppen verändert sich so schnell, dass Werbetreibende eigentlich alle sechs Monate einen neuen Medienplan bräuchten.“

Elke Löw in „Werben und Verkaufen“, 10/2019

„Wenn ich die Älteren im Blick habe,
sammle ich in aller Regel die
Jüngeren nicht ein, umgekehrt geht
das dagegen schon“

Gabriele Holzner, Fernsehdirektorin beim Hessischen Rundfunk

Eigene und
ungewöhnliche
FORMATE

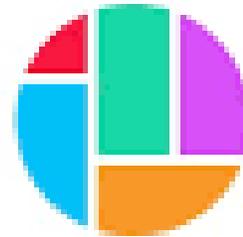
TV-

Nachrichtensendungen
auf **YouTube**

Bento bei Spiegel
Online

Ze.tt mit Zeit Online

Jetzt.de bei der SZ:
Whatsapp-Kolumne in
jetzt.de

The word "jetzt" is written in a bold, lowercase, sans-serif font. It is contained within a white rectangular box with a thin black border. Below the text, there is a horizontal white bar with a thin black border, suggesting a video player interface.

bento

The logo for "ze.tt" is written in a stylized, orange, lowercase font. The letters are thick and have a slightly irregular, hand-drawn appearance. The "z" and "t"s are particularly prominent.

Longreads oder Visueller Journalismus

Join The Guardian!
We're looking for a
Visual Projects
Editor



PODCASTS

Bertelsmann: Will im November insgesamt 21 neue Formate auf der Plattform Audio Now inklusive RTL-Nachrichten: Peter Kloeppe über „Herbst 1989“

SZ: Jungsfrage/Mädchenfrage: Podcasts speziell für junge Zielgruppe: einmal pro Woche fragen abwechselnd Mädchen und Jungs einander Dinge, die sie beim jeweils anderen Geschlecht nicht verstehen.

NZZ baut Audioteam auf, das ab Frühjahr 2020 täglichen Podcast produziert



INSTAGRAM

ARD-Tagesschau setzt auf Instagram zur Zuschauerbindung, laut CR Markcus Bornheim „die erfolgreichste Nachrichtenmarke“

SZ: SZ-Plus-Artikel und Longreads werden regelmäßig dafür aufbereitet, auch Abo-Werbung funktioniert



SNAPCHAT

Snapchat soll eine „Einstiegsdroge“ ins „Bild“-Universum sein

Rund **ein Dutzend** Produktionen pro Tag

650.000 Zuschauer wischen sich pro Tag durch die Inhalte

Rund **vier Millionen aktive Nutzer** erreicht “Bild” **pro Monat** auf Snapchat

90 Prozent der Nutzer sind unter 25

Es gibt Werbeunterbrechungen, an denen Springer mitverdient



TikTok

haben das **Journalisten
der Axel-Springer-
Akademie** magazin
Hawaiiost für TikTok
entwickelt: Videos sind
höchstens eine Minute
lang. Eine Woche nach
dem Start am 6.11. gab
es 6000 Follower mit
110.000 Likes



GAMIFICATION

Guardian setzt politische Themen mit spielerischen Elementen um: z.B. „Koalitionsrechner“

ORF1 in politischen Sendungen: Dok 1 und Wahlometer auf

Politisches Quiz



Was tut sich anderswo?

Neue Allianz: Facebook startet in Brasilien mit **Instagram** eine Aktion als Reaktion auf TikTok – mit Funktionen, die klar an **TikTok** angelehnt sind

Disney Plus, die neue Streaming-Plattform, zählt wenige Stunde nach dem Start am 12.11. schon 10 Millionen Abonennten (Netflix hat 97 Mio)



VERANSTALTUNGEN

STANDARD: Zukunft am Wort

– ein Diskussionsformat mit Jugendlichen und einem Gast

Uni-Talk der SZ: Oliver Welke und Claus Cleber lockten hunderte in die LMU



Werkstatt
Demokratie
Süddeutsche Zeitung