



Online statt Print

Tageszeitungen gehen dieser Tage der Reihe nach den Bach runter, Abonnenten springen ebenso ab wie Anzeigenkunden. Das hat zu einem erheblichen Teil auch mit der modernen Mediennutzung der Gesellschaft zu tun. Inzwischen gilt: Online statt Print. Zumindest bei den Jungen, aber was ist mit der älteren Generation?

Die Dauer, die die Gesellschaftsmitglieder dieser digitalisierten Welt vor jeglicher Form von Medium verbringen, stieg in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich an. Doch die Spitze des elektronischen Fortschritts scheint noch lange nicht erreicht.

Während 1977 die Durchschnittszeit des täglichen Fernsehkonsums noch 126 Minuten betrug, lag dieser Wert 2005 schon bei 220 Minuten. Auch die Zeit vor dem Radio stieg von 95 auf 225 Minuten. Seit einigen Jahren sind jedoch neuartige Komponenten auf den Elektromarkt vorgeedrungen: Smartphones und Tablets dominieren das Geschehen.

Inzwischen sind SchülerInnen mit Smartphone – gerne auch zwei oder drei Handys, bzw. Tablets pro Kind – zur Realität geworden. Junge Menschen werden heutzutage schon in jugendlichen Jahren ans digitale Medium herangeführt. Nicht selten spielen Zwei- bis Dreijährige schon mit den Smartphones der Eltern.

Aufwachsen mit Smartphone, Tablet und Co.

Laut einer Studie des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend und Bildungsfernsehen (IZI) von 2012 besitzen 95 bis 98 Prozent der Jugendlichen ein Handy. Auf einen Computer können 79 bis 85 Prozent zurückgreifen. Meist (85 bis 88 Prozent) geht damit auch ein Internetzugang einher.

Kein Wunder also, dass die Mediennutzung von heute vermehrt über den digitalen Weg erfolgt. Insbesondere jüngere Menschen greifen dabei auf ihre eigene Sozialisierung und Erfahrung zurück. Und die ist – wie die Studien zeigen – vor allem von PC, Laptop und Smartphone geprägt.

Fluide, unfassbar schnelle Welt

Das hat dementsprechend auch Einfluss auf die Informationsbeschaffung. Denn in dieser fluiden, unfassbar schnellen Welt ist das Internet der Schlüssel zur stetigen Information. Im Minutentakt aktualisieren die großen Medienhäuser ihre Onlinepräsenzen, die inzwischen immer auch in Form einer App rezipiert werden kann.

Doch es sind nicht lediglich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die sich auf diese digitale Art und Weise ihre Informationen beschaffen. Das Internet ist schon lange kein Randphänomen mehr, es zieht sich gemeinsam mit dem Smartphone durch alle Altersklassen. Auch, wenn die Bedienung mangels Erfahrung teilweise ein wenig länger trainiert werden muss, so steigt der Handyverkauf nicht auch bei den älteren Generationen an.

Zeitungen vor dem Aus

Es soll auch ältere Menschen geben, die alleine um des Besitzes wegen ein solches mobiles Endgerät kaufen, ohne dabei wirklich auf die Apps und zahlreichen Möglichkeiten zurückzugreifen. Doch dieser Punkt kann hier zunächst vernachlässigt werden. Denn die massive Onlinerezeption hat zahlreiche Zeitungen den Kopf bzw. die Anzeigenkunden gekostet. Die Frankfurter Rundschau war beispielsweise vor kurzem vor großen Problemen.

Der Springer-Konzern hat mit dem boulevardesken Zugpferd BILD hat einen neuen Weg eingeschlagen. Die Onlinepräsenz soll nun nicht mehr rein kostenfrei zur Verfügung stehen. Miniabos oder auch einzelne Artikel können dort käuflich erworben werden.

Sicherlich ein Modell, das die Tageszeitungen in Zukunft immer öfter nutzen werden, um im digitalen Zeitalter nicht gänzlich die Segel streichen zu müssen. Denn irgendwer muss die Informationssammler ja auch bezahlen. Dann kann auch weiterhin gelten: Online statt Print.



(Text: Jerome Kirschbaum)

Weitere Artikel zum Titelthema [“Wandel der Generationen”](#)

[Gedanken zu Wohngemeinschaften](#)

[Über den Wandel der Mobilität](#)

[Ängste älterer Generationen zum Thema Mitfahrgelegenheit](#)

[Die unterschiedlichen Mediennutzungsverhalten: Online versus Print](#)