

# JOURNALISMUS MENSCHEN GLAUBEN AN PRINT

Ein schneller Blick aufs Smartphone ersetzt die Lektüre der Tageszeitung, ein schnelles Web-Video die 20-Uhr-Nachrichten. Wohin führt uns die Digitalisierung und welche Auswirkungen hat sie auf den Medienkonsum? Dieser Frage ist Statista mit einer repräsentativen Studie im Auftrag von nextMedia.Hamburg auf den Grund gegangen – mit guten Nachrichten für klassische Medien: Mehr als die Hälfte der Deutschen hält an Print-Produkten fest!

Studie von nextMedia.Hamburg

**B**esonders die Altersgruppe über 30 Jahre glaubt weiter an den Fortbestand der Tageszeitung. Die jüngeren Befragten, wenn auch nur knapp, prognostizieren eher eine Ablösung durch Smartphone und Co. Lohnenswert ist ein Blick auf die Vielfalt der Print-Produkte. Gerade Fachmagazine sollen bei den Deutschen auch in zehn Jahren noch hoch im Kurs stehen. 53% der 18- bis 29-Jährigen glauben an ihren Fortbestand; bei der Tageszeitung sind es immerhin noch 44%. Die älteren Altersgruppen schließen sich dieser Prognose weitestgehend an, für sie bleiben aber auch lokale Zeitungen und Magazine relevant.

Andere Print-Produkte wie Nachrichtenmagazine, Boulevardtitel oder Kundenmagazine haben bei den Befragten weniger Relevanz. Lediglich 9% aller Befragten glauben, dass in zehn Jahren überhaupt kein Print-Produkt mehr relevant sein wird. Print-Medien werden also in den Augen der meisten Deutschen ihre Daseinsberechtigung behalten.

Dabei müssten sie sich ihre Zielgruppe jedoch mit neuen Medien wie etwa Virtual Reality teilen. Zwar haben erst 15% der Deutschen eine Nachrichtensendung mit VR oder AR gesehen, doch glauben sie genau zu wissen, welche Themen sie gern virtuell erleben möchten: 67% wollen Inhalte zu Natur-Themen über VR er-

leben. Bei den über 50-Jährigen sind es sogar 72%. Etwa die Hälfte der Befragten interessiert sich für Sport oder Wissenschaft. Nur ein Drittel kann sich für Kultur oder Politik über VR begeistern. Natur-Content sollte laut Studie am besten als Dokumentation (72%) oder Reportage (62%) aufbereitet werden.

### Live-Formate und KI

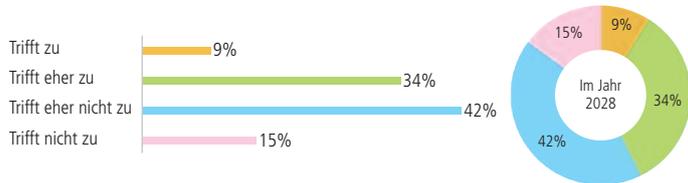
Auch Live-Formate kommen gut an: 56% wollen direkt dabei sein, wenn etwas Aufregendes passiert, denn der Mehrwert von VR liegt laut Befragten in der besseren Erlebbarkeit. Lediglich 24% sehen keinerlei Mehrwert in VR-Inhalten; bei den 18- bis 29-Jährigen sind es sogar nur 10%. Neben Virtual Reality gewinnen üb-

rigens auch Podcasts und Messenger-Dienste immer mehr an Bedeutung in der (Medien-)Berichterstattung – das zeigt die nextMedia.Hamburg-Studie ›Messenger-Dienste, Podcasts und VR/AR‹ sehr deutlich. Auch Künstliche Intelligenzen (KI) halten immer weiter Einzug in den Journalismus. Doch sind 45% der Deutschen der Meinung, dass sich diese Technologie nicht durchsetzen wird. Entsprechend skeptisch stehen sie automatisierten Nachrichten gegenüber: 49% sind kritisch, 28% lehnen diese News ganz ab. Nur 3% halten Roboterjournalismus für sinnvoll. Diese Einschätzungen spiegeln sich in der Bewertung der Glaubwürdigkeit automatisierter Nachrichten wider: 43% halten diese Meldungen für unglaubwürdig, nur 18% schen-

ken diesem Content Glauben, die restlichen 39% können die Glaubwürdigkeit gar nicht einschätzen. Entsprechend nachvollziehbar: 91% der Deutschen sprechen sich für eine Kennzeichnung von automatisiert erstellten Artikeln aus.

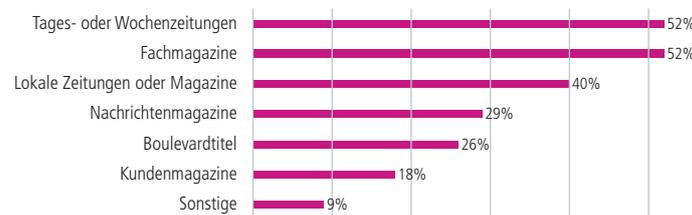
Ein Trend-Thema in Sachen Zukunft von Content ist außerdem autonomes Fahren. Das Mehr an Zeit, das durch Mitfahren statt Selbstfahren entsteht, wollen immerhin 22% nutzen, um sich über aktuelle Nachrichten zu informieren. Ein Drittel der Befragten möchte die Zeit allerdings lieber mit Entertainment verbringen: Musik hören, Serien oder Filme schauen oder ein Buch lesen. Nur etwa jeder Fünfte würde arbeiten, soziale Kontakte pflegen oder sich erholen.

### BEWERTEN SIE DIE AUSSAGE: PRINTMEDIEN SIND IN ZEHN JAHREN TOT



Quellen: Studie nextMedia.Hamburg. Druckmarkt-Grafik 9/2018.

### PRINT-PRODUKTE, DIE LAUT UMFRAGE IN 10 JAHREN NOCH RELEVANT SIND



Quellen: Studie nextMedia.Hamburg. Druckmarkt-Grafik 9/2018.

### Hintergrund:

Die repräsentative Studie wurde im Vorfeld des *scoopcamp* am 27. September 2018 von Statista im Auftrag von nextMedia.Hamburg zwischen dem 17. und 24. Mai 2018 durchgeführt. Das *scoopcamp* ist eine Konferenz für Onlinemedien, zu der Hamburg@work, nextMedia.Hamburg sowie dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH Experten, Entscheider und Innovatoren der IT- und Medienbranche zur Diskussion einladen. Im Fokus stehen Themen wie ›Data Journalism‹, ›Social Media‹ und ›New Storytelling‹ in digitalen Medien.

- › [www.dpa.com](http://www.dpa.com)
- › [www.nextmedia-hamburg.de](http://www.nextmedia-hamburg.de)
- › [www.scoopcamp.de](http://www.scoopcamp.de)





# DRUCKMARKT **PRINT** digital!

Die Bedeutung des Digitaldrucks steigt seit Jahren. Wichtige Nischen des Akzidenzdrucks wurden bereits erreicht. Und die fortschreitenden Entwicklungen werden dafür sorgen, dass die wirtschaftlich zu produzierenden Auflagen von Jahr zu Jahr steigen.

Dennoch bleiben Nachfrage und Anwendungsvielfalt deutlich hinter den Erwartungen zurück. Und das hat einen Grund: Mangelnde Kreativität bei der Nutzung der vielfältigen Möglichkeiten des Digitaldrucks münden in die primitivsten Formen der Kleinauflagen.

PRINT digital! setzt sich für die Verbreitung von Wissen rund um die digitalen Drucktechnologien und deren kreative Anwendungen wie Individualisierung ein.

Das Informieren über Techniken und deren Anwendungen ist seit Jahren auch Ziel des »Druckmarkt«. Deshalb unterstützen wir die Aktivitäten von PRINT digital!

Lesen Sie in jeder Ausgabe Berichte über interessante Projekte und beispielhafte Lösungen.

[www.druckmarkt.com](http://www.druckmarkt.com)

**print-digital.biz**