



Jugendliche und Regionalzeitung

**Abschlussbericht zu einem
Seminarforschungsprojekt im
Sommersemester 2006 an der Katholischen
Universität Eichstätt-Ingolstadt**

Dr. Klaus Arnold
Lehrstuhl Journalistik II
Ostenstraße 25
D-85072 Eichstätt
Tel.: + 49-8421/93-1556
Fax: + 49-8421/93-1786
E-Mail: klaus.arnold@ku-eichstaett.de

Inhalt

Executive Summary	3
1. Problemlage – ungebremste Reichweitenverluste bei Jugendlichen.....	5
2. Gegenmaßnahmen der Zeitungen – bisher nicht ausreichend	5
3. Explorative Zeitungsstudie – Ziele und Durchführung	8
4. Ergebnisse der Focusgespräche.....	10
4.1 Zeitungs- und Mediennutzung	10
4.2 Ideale Zeitung.....	13
4.3 Bewertung der Dummys	14
4.4 Jugendseite	15
4.5 Zeitung im sozialen Umfeld.....	16
5. Empfehlungen	16
Literatur	18
Anhang	19

Executive Summary

Die Reichweiten der Zeitungen gehen in Deutschland seit Jahrzehnten kontinuierlich zurück. Dies ist besonders darauf zurückzuführen, dass immer weniger Jugendliche und junge Erwachsene zur Zeitung greifen. Wer jedoch als Jugendlicher kaum Zeitung liest – so der einheitliche Tenor aller Studien –, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit auch in fortgeschrittenem Alter kein Zeitungsleser. Gegenmaßnahmen der Zeitungen wie die Produktion von speziellen Jugendseiten oder das Projekt „Zeitung in der Schule“ reichen offensichtlich nicht aus, um Jugendliche für die Zeitung zu gewinnen.

Mit dieser Studie soll deshalb herausgefunden werden, welche weiteren Maßnahmen von Zeitungen ergriffen werden können, um Jugendliche zu erreichen und an die Zeitung zu binden. Dazu wurden drei Focusgespräche in Ingolstädter Schulen durchgeführt, und zwar an einer Hauptschule, einer Realschule und einem Gymnasium. Insgesamt nahmen 29 Jugendliche (9. Klasse) zwischen 14 und 17 Jahren an den Gesprächen teil. Bei den Gesprächen kamen drei extra erstellte Lokalseiten zum Einsatz (Dummys). Die drei Seiten enthielten die gleichen Themen, die aber jeweils stilistisch variiert wurden. Die Gespräche wurden audiovisuell aufgezeichnet, transkribiert und in mehreren Stufen systematisch ausgewertet.

Wichtige Ergebnisse sind: Die Zeitungsnutzung ist stark vom Grad der formalen Bildung abhängig. Je höher der Schultypus, desto mehr wird gelesen. Die Jugendlichen interessieren sich vor allem für bunte, vermischte Nachrichten und Sport. Zumindest für die Realschüler und Gymnasiasten ist auch der Lokalteil von einem gewissen Interesse. Kaum gelesen werden der Politik-, Wirtschafts- und Kulturteil. Für keinen der befragten Schüler ist die Zeitung das wichtigste Medium, es dominieren Fernsehen und Internet.

Für die Schüler enthält eine ideale Zeitung viele Veranstaltungstipps, bunte Nachrichten aus aller Welt, Sport und lokale Jugendthemen. Ansatzweise gibt es auch ein gewisses Interesse für Hintergrundberichte zu zentralen politischen Ereignissen wie z.B. Wahlen. Die Artikel sollten kurz sein, nur bei Jugendthemen werden längere Artikel akzeptiert. Der Stil sollte locker, subjektiv und einfach sein. Eine spezielle Jugendsprache ist jedoch unerwünscht. Wichtig sind spannende und lustige Überschriften, ein Vorspann, Zwischenüberschriften und Infokästen. Weiter wünschen sich die Jugendlichen viele Bilder und Graphiken sowie ein kleineres Format. Im Feature- oder Reportagestil verfasste subjektive Texte, die auf Jugendliche Bezug nehmen und in denen Jugendliche zu Wort kommen sowie mit Graphiken aufbereitete Texte gefielen den Jugendlichen bei den Dummys am besten. Einen eher sachlichen Berichtsstil lehnten sie ab.

Die Jugendseite der Regionalzeitung ist den meisten Jugendlichen weder bekannt noch wird sie gelesen. Bei der Frage, was ihnen lieber sei, eine Jugendseite oder Artikel mit Jugendbezug, die im Blatt verstreut sind, hatten sie keine einheitliche Meinung: Den Gymnasiasten wären verstreute Artikel lieber, den Realschülern eine umfassende Jugendseite, die Hauptschüler waren geteilter Meinung. Fast alle Schüler haben sich in der Schule oder in einem Zeitungsprojekt mit der Zeitung befasst, reden zu Hause und mit ihren Freunden ab und zu

über Zeitungsthemen, wobei hier die Aspekte Ausbildung und eigenes Lebensumfeld von Bedeutung sind.

Der allgemeine Forschungsstand sowie die Focus-Gespräche zeigen, dass es sinnvoll ist, eine eher bunte Jugendseite vorwiegend für Jugendliche in der Pubertätsphase (12-15 Jahre) zu produzieren. Darüber hinaus und vor allem in Hinsicht auf ältere Jugendliche sollte die Zeitung täglich ein bis zwei Artikel mit Jugendbezug vorwiegend im Lokalteil enthalten. Diese Artikel sollten nicht extra markiert werden, aber in einem eher subjektiven Stil aufgemacht sein und Photos bzw. Graphiken enthalten. Weitergehende sinnvolle Maßnahmen könnten sein: Ein attraktiv gestalteter Veranstaltungsteil, ein mehr auf Bild und Graphik setzendes Layout, ein spezielles, frei zugängliches Internetangebot für Jugendliche, ein kleineres Format sowie ein inhaltliches Angebot für Kinder. Darüber hinaus sollte die Zeitung öfters Experimente wagen und ihre Leser z.B. mit ungewöhnlichen Themen, Darstellungsformen oder graphischen Darstellungen überraschen.

1. Problemlage – ungebremste Reichweitenverluste bei Jugendlichen

Die Reichweite der Tageszeitung stieg in Westdeutschland mit wachsendem Wohlstand bis Ende der sechziger Jahre und blieb in den siebziger Jahren konstant (vgl. Noelle-Neumann/Schulz 2004: 135). Seit Beginn der achtziger Jahre wurde dann ein langsamer, aber stetiger Rückgang bei den Reichweiten verzeichnet: 1994 erreichte die Zeitung nach der Media-Analyse (MA) noch über 80 Prozent der Bevölkerung regelmäßig, 2004 waren es 75,7 und im Jahr darauf 74,8 Prozent (LpA; vgl. Goldbeck 2005: 155; vgl. AG.MA Berichtsbände 1994-2004; hier zitiert nach Eggert 2004: 171). Nach der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse fällt der Wert etwas niedriger aus und lag 2005 bei nur 69 Prozent (vgl. Goldbeck 2005). Die Studie „Massenkommunikation“ ermittelte sogar nur noch 51 Prozent tägliche Leserschaft im Jahr 2005 (vgl. Reitze/Ridder 2006: 32).¹

Der Rückgang der Reichweiten ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass immer weniger Jugendliche und junge Erwachsene zur Tageszeitung greifen: So las 1990 noch jeder zweite 14- bis 19-Jährige täglich die Zeitung, zehn Jahre später ist es nur jeder vierte. Bei den 20- bis 39-Jährigen sank die tägliche Lesequote ebenfalls, und zwar auf unter 50 Prozent. Relativ treue Leser sind die über 50-Jährigen, dennoch waren auch hier in den letzten zehn Jahren Verluste zu verzeichnen (vgl. Reitze/Ridder 2006: 208). Die sinkenden Reichweiten bei jüngeren Altersgruppen bereiteten schon vor fünfzehn Jahren Sorgen (vgl. Noelle-Neumann/Schulz 1993), aber mit der Werbekrise seit dem Jahr 2001 wurden die Reichweitenverluste zu einem immer drängenderen Problem: Offensichtlich lesen nicht nur immer weniger junge Menschen Zeitung, sondern sie greifen auch bei steigendem Lebensalter im Zuge der Etablierung und Haushaltsgründung nicht zur Zeitung. Sie sind also zum Teil für dieses Medium verloren.²

2. Gegenmaßnahmen der Zeitungen – bisher nicht ausreichend

In den achtziger Jahren wurden die deutschen Zeitungsverleger auf den Rückgang des Zeitungslesens bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen aufmerksam. Durch die Reichweitenrückgänge und die bereits sehr drastische Entwicklung in den USA alarmiert, ergriffen die Verlage eine Reihe von Aktivitäten, u.a. wurden die ersten Jugendseiten gestartet und das bereits seit 1979 bei ersten Zeitungen laufende Projekt „Zeitung in der Schule“ wurde ausgeweitet (vgl. Bauer 1994). Die erste, vom Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) und der Regionalpresse e.V. beim Allensbacher Institut für Demoskopie in Auftrag gegebene, breit angelegte Studie (vgl. Noelle-Neumann/Schulz 1993) ergab, dass das bei Verlegern und Redakteuren damals eher umstrittene Konzept einer regelmäßigen Jugendseite oder Jugendbeilage von der großen Mehrheit jugendlicher Leser (14-29 Jahre) durchaus erwünscht war.

¹ Die Werte unterscheiden sich aufgrund verschiedener Erhebungsmethoden, Fragestellungen, Antwortkategorien sowie Werteberechnungen. Die Tendenzen und Verhältnisse sind jedoch bei allen drei Studien die gleichen.

² Vgl. dazu vor allem die Kohortenanalyse der Studie Massenkommunikation (Reitze/Ridder 2006: 142); vgl. z.B. auch Noelle-Neumann/Schulz 1993.

Ebenso konnte belegt werden, dass die Schulprojekte beim Heranführen der jungen Leser an die Zeitung erfolgreich waren.

In der Folge setzten die meisten Zeitungen auf ein spezielles und abgegrenztes Angebot für Jugendliche. Ein Problem war und ist hier u.a., dass es die Zielgruppe Jugend kaum zu geben scheint. Schon die Altersdefinition ist schwierig: Die Verlage haben keine einheitliche Vorstellung, wer zur Jugend gehört und wer nicht. So wurden bei einer im Auftrag der Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG) und des BDZV im Jahr 2004 durchgeführten Chefredakteursbefragung 54 verschiedene Definitionen ermittelt: Einige Verlage setzten im Kindesalter von vier Jahren an, andere zählen noch die 39-Jährigen zur Jugend. Die Mehrheit geht davon aus, dass die Jugend mit 12 bis 14 Jahren beginnt und mit 18 bis 20 Jahren zu Ende geht (vgl. Goldbeck 2004). Dazu kommt, dass die Jugendlichen sehr verschiedene Interessen haben: So gibt es z.B. nach der aktuellen Shell-Jugendstudie durchaus politisch interessierte Jugendliche (24%), aber auch vollkommen desinteressierte (28%), politikverdrossene (28%) oder so genannte „ordnungsorientierte“, die politische Angelegenheiten straff und ohne große Debatten geregelt sehen möchten. Was die grundlegenden Werthaltungen von Jugendlichen angeht, so lassen sich zwar Typen wie engagierte Idealisten, robuste Materialisten, selbstbewusste Macher und zögerliche Unauffällige unterscheiden, jedoch kommen diese Wertetypen in der Wirklichkeit nur in vielfältiger individueller Brechung vor (vgl. Shell 2006: 19-26).

Dennoch bemühen sich fast alle Zeitungen, Jugendliche mit Jugendseiten oder Jugendbeilagen anzusprechen (vgl. den Überblick bei Pasquay 2004: 245-248). So produzieren 14 Prozent der Verlage eine zumeist wöchentlich erscheinende Jugendbeilage und 71 Prozent bringen zumeist wöchentlich eine Jugendseite heraus (vgl. Goldbeck 2004). Bei den Jugendseiten wird mit verschiedenen Konzepten versucht, den Vorlieben der Jugendlichen zu entsprechen. Nach Rager/Weber/Begemann (1996: 46f) lassen sich Musik- und Szeneseiten, Themenseiten, Terminseiten, lokale Seiten, Schulseiten und Mischseiten unterscheiden. Das höchste Potenzial wird dabei den lokalen, Schul- und Mischseiten zugeschrieben. Wichtig scheint es zu sein, Jugendliche beim Blattmachen miteinzubeziehen, sei es bei der Blattkonzeption oder bei der regelmäßigen Produktion. Rund zwei Drittel aller Verlage gehen diesen Weg (vgl. Goldbeck 2004). Für die Zusammenarbeit mit Jugendlichen sprechen neuerdings auch die Erfolge von jugendeigenen Medien wie z.B. *spiesser* in Sachsen oder *monomag* in Berlin, die es auf Auflagen um die 100 000 Exemplare bringen.

Um junge Leser zu gewinnen, beschränkten sich die Zeitungen jedoch nicht nur auf Jugendseiten. So engagierten sie sich verstärkt in dem vom Aachener IZOP³-Institut 1979 im Auftrag des BDZV entwickelten Projekts „Zeitung in der Schule“ (vgl. Krones 2002; Bauer 1995). Im Jahr 2004 beteiligen sich 73 Prozent aller Verlage an entsprechenden Projekten (vgl. Goldbeck 2004). Rund die Hälfte der Verlage veranstaltet speziell auf die jugendliche Zielgruppe gerichtete Aktionen (vgl. Goldbeck 2004).

³ IZOP = Institut zur Objektivierung von Lern- und Prüfverfahren.

Trotz dieser Bemühungen ging die Reichweite bei den jungen Altersgruppen jedoch weiter zurück. Damit wird deutlich, dass die bisherigen Aktivitäten nicht ausreichen: Jugendseiten als das bisher wichtigste Mittel, Jugendliche zu erreichen, sind nicht der richtige Weg, bzw. allein eine wöchentliche Jugendseite ist zu wenig. So erbrachte die Analyse von Schönbach u.a. (vgl. Schönbach/Lauf/Stürzebecher/Peiser 1997: 102) keinen nachweisbaren Erfolg der Jugendseiten beim Versuch, jüngere Leser zu erreichen. Auch Analysen mit der Readerscan-Methode deuten auf eine eher schlechte Nutzung der Jugendseiten hin (vgl. Imboden 2004). Der Leipziger Kommunikationswissenschaftler und Zeitungsexperte Michael Haller (2004) ist deshalb der Meinung, dass die meisten Jugendseiten an ihrem Zielpublikum vorbeigehen. Er begründet dies damit, dass aufgrund des raschen Identitätswandels die Interessen in den verschiedenen Altersgruppen sehr stark divergieren. Es scheint kaum möglich, Kinder, pubertierende Jugendliche und ältere Jugendliche mit dem gleichen Angebot zu erreichen. Wenn sich Themen, Sprache und Präsentation an die 10- bis 19-Jährigen wenden hat dies zur Folge, dass sich keiner der Jugendlichen mehr mit der Seite identifiziert. Zudem kommt eine spezielle Seite höchstens bei Jugendlichen an, die sich in der Kernphase der Pubertät befinden. Diese 12-15-Jährigen haben den Wunsch, sich gegenüber den Eltern abzugrenzen, die Interessen bewegen sich überwiegend im Selbstentfaltungsbereich. Insbesondere ältere Jugendliche wollen eher nicht auf eine spezielle Seite verwiesen werden, da sie damit die Botschaft verbinden, sie seien noch zu jung für die richtige Zeitung.

Jugendseiten können somit höchstens dazu dienen, die Altersgruppe zwischen ca. 12 bis 15 Jahren zu erreichen. Anstelle einer „Ghettoisierung“ empfiehlt deshalb Axel Dammler vom Münchner Institut *iconkids & youth*, das auf Kinder- und Jugendforschung spezialisiert ist, die „Integration jugendrelevanter Themen in die Zeitung“. Ziel ist, dass sich Jugendliche „über die Nutzung verschiedener Rubriken schrittweise die ganze Zeitung erschließen“ (Dammler 2002).

3. Explorative Zeitungsstudie – Ziele und Durchführung

Jugendseiten sind – so zeigen es die Forschungsergebnisse – bei Machern beliebt und werden von den Jugendlichen in Umfragen durchaus gewünscht. Allerdings haben sie in ihrer bisherigen Form so gut wie keinen messbaren Erfolg, wenn es darum geht, Jugendliche für die Zeitung zu gewinnen. In dieser explorativen Studie geht es deshalb darum, herauszufinden, was Regionalzeitungen neben einer Jugendseite noch tun können, um Jugendliche für ihre Zeitung zu interessieren. Besonderer Schwerpunkt ist dabei der Lokalteil, das Kernangebot der regionalen Tageszeitungen.

Detailfragen sind bei dieser Studie u.a.:

- Warum wird die Zeitung gelesen/nicht-gelesen?
- Welche Teile der Zeitung werden gelesen?
- Wie muss eine ideale Zeitung/ein idealer Lokalteil für die Jugendlichen aussehen (Themen, Aufmachung, Stil)?
- Was ziehen Jugendliche vor: Eine Jugendseite oder regelmäßig Artikel für Jugendliche in der „normalen“ Zeitung?
- Welche Rolle spielt die Zeitung im sozialen Umfeld?
- Gibt es deutliche Unterschiede zwischen verschiedenen Bildungsgruppen sowie Jungen und Mädchen?

Zur Beantwortung dieser Fragen führten Studierende der Journalistik im Rahmen eines Lehrforschungsprojekts (Übung zur Methode der Befragung) drei Focusgespräche in Ingolstädter Schulen durch – einer Hauptschule, einer Realschule und einem Gymnasium.⁴ Es handelte sich durchweg um neunte Klassen, die Jugendlichen waren zwischen 14 und 17 Jahren alt. Die Gruppengespräche fanden im Juli 2006 statt und dauerten ca. 60-70 Minuten. Für eine lebhaftere Gruppendiskussion ist es sinnvoll, wenn sich die Teilnehmer bereits vorher kennen, deshalb kamen die Teilnehmer jeweils aus der gleichen Klasse. Die Auswahl der Gesprächsteilnehmer übernahmen die Klassenleiter. Sie waren vom Projektleiter darum gebeten worden, „normale“ Jugendliche – also keine besonders guten oder schlechten Schüler – zu den Gesprächen einzuladen. Insgesamt nahmen 29 Jugendliche (18 Mädchen und elf Jungen) an den Gesprächen teil. Ursprünglich war ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis angestrebt worden, jedoch zeigten die Mädchen in allen Klassen mehr Interesse an einer Diskussteilnahme als die Jungen. Im Einzelnen setzten sich die Gruppen wie folgt zusammen: Hauptschule zehn Jugendliche (sechs Mädchen und vier Jungen), Realschule acht Jugendliche (fünf Mädchen und drei Jungen) sowie Gymnasium elf Jugendliche (sieben Mädchen und vier Jungen). Anwesend waren weiter jeweils ein Haupt- und ein Co-Moderator sowie ein Student, der die Bild- und Tonaufzeichnung übernahm.

Allen Gesprächen lag der gleiche Leitfaden zugrunde, von dem aber je nach Verlauf der Diskussion abgewichen werden konnte. Die Befragten erhielten zudem einen Kurzfragebogen mit soziodemographischen Fragen sowie Fragen nach Mediennutzungs- und Freizeitgewohnhei-

⁴ Hauptschule „An der Schanz“, Ludwig-Fronhofer-Realschule, Reuchlin-Gymnasium.

ten. Bei den Diskussionen wurden als Anschauungsmaterial drei lokale Zeitungsseiten eingesetzt, die in einem Seminar zum Thema „Jugend und Zeitung“ entwickelt wurden, das der Projektleiter zusammen mit der Eichstätter Dozentin für Print-Journalismus, Katrin Krauß, parallel zur Befragungsübung durchgeführt hatte. Auf diesen Seiten wurden jeweils drei Themen (und zwei bis drei Meldungen) variiert: Ein Tanzprojekt mit Jugendlichen verschiedener Schultypen, eine Flüchtlingsausstellung sowie die Umgestaltung des Ingolstädter Viktualienmarkts (siehe Anhang).

Version 1 (V1) entsprach einer gewohnten lokalen Zeitungsseite. Die Artikel und Meldungen waren im Berichtsstil verfasst, ein Kommentar war zweiseitig und ausgeglichen angelegt. Die Überschriften waren informierend formuliert.

Bei der zweiten Version (V2) wurde der Berichtsstil aufgebrochen: Die Artikel waren stärker „angefeaturet“, Betroffene und Jugendliche kamen verstärkt zu Wort, es gab einen Infokasten (zum Tanzprojekt), einen einseitigen schärferen Kommentar und der Artikel über die Flüchtlingsausstellung war als Selbsterfahrungsbericht gestaltet. Dazu kamen spannender formulierte Überschriften.

Bei der dritten Version (V3) wurden etwas ungewöhnlichere Formen verwendet: Über das Tanzprojekt wurde in einer Kurzreportage berichtet, über die Flüchtlingsausstellung in einem Interview mit Jugendlichen, die die Ausstellung gesehen hatten und über den Viktualienmarkt in Form einer Graphik mit einem kurzen Text. Auf einen Kommentar wurde verzichtet. Die Überschriften waren in einem lockeren Stil formuliert.

Das Layout war bei allen drei Seiten ähnlich. Die Dummyseiten wurden den Jugendlichen mit der Bitte sie zu lesen vor der Diskussion zugesandt.

Die drei Gespräche wurden auf Video aufgezeichnet und danach transkribiert. Bei der Auswertung wurde das schriftlich fixierte Material zunächst nach zentralen Themen und Unterthemen geordnet. In einem weiteren Schritt wurden die Aussagen zu den einzelnen Themen in einer formulierenden Interpretation abstrahierend zusammengefasst. Schließlich wurde auf dieser Basis für jede Diskussion ein Bericht angefertigt, in dem dargestellt wurde, was zu einzelnen Themen gesagt wurde, wie die Diskussion verlief und wo besonders intensiv diskutiert wurde. Im Folgenden werden die Ergebnisse der drei Diskussion zusammengefasst und gegenübergestellt.

4. Ergebnisse der Focusgespräche

4.1 Zeitungs- und Mediennutzung

Allgemeine Zeitungsnutzung und Begründung

„Ich les´ keine Zeitung, nicht oft, es sei denn, wenn mich was interessiert, was halt so für junge Leute ist, so Politik, was da immer alles so in den Zeitungen steht, das interessiert mich nicht, deswegen les´ ich nicht.“ (Tina⁵, Hauptschülerin)

„Ich lese schon gelegentlich Zeitung. Weil man informiert sein sollte, was abgeht in der Ortschaft oder auf der ganzen Welt.“ (Susanne, Realschülerin)

„Und da kann man besser kommunizieren mit den Leuten, finde ich, wenn man sich bisschen auskennt drüber.“ (Manuela, Realschülerin)

„Ich find, dass wenn man jetzt zum Beispiel nur Radio hört, dann lässt man sich nur berieseln und geht nicht richtig darauf ein. Aber wenn man jetzt was liest, dann beschäftigt man sich vielleicht mehr damit.“ (Franziska, Gymnasiastin)

Die Zeitungsnutzung ist stark vom Grad der formalen Bildung abhängig. Die Hauptschüler lesen die Zeitung kaum, blättern sie höchstens ab und zu durch und bleiben dann manchmal an einem Artikel hängen. Die meisten Realschüler lesen die Zeitung zumindest ab und zu. Bei den Gymnasiasten wird die Zeitung von der Mehrheit regelmäßig (täglich/fast täglich) zumindest oberflächlich gelesen. Gelesen werden in der Regel die Regionalzeitung und bei den Hauptschülern z.T. auch die *Bild-Zeitung*.

Nicht- und Wenig-Leser nennen als Grund für ihr Leseverhalten Desinteresse an den Inhalten der Zeitung, zu lange und langweilige Artikel sowie das Nicht-Vorhandensein einer Tageszeitung im Elternhaus. Regelmäßigere Leser begründen ihr Leseverhalten mit der Gewohnheit, der Förderung der Allgemeinbildung durch Zeitungslektüre sowie dem Wunsch, informiert zu sein und mitreden zu können.

⁵ Da bei den Focusgesprächen Anonymität zugesichert wurde, sind alle Namen bei den Zitaten geändert.

Ressort- und Themennutzung

„Also die Bild-Zeitung lesen glaub´ ich alle gern, weil da meistens immer was auch für jüngere Leute da steht, über die Promis und Skandale. Und sonst manchmal die Regionalzeitung, wenn irgendwelche Unfälle passiert sind, zum Beispiel, ich weiß nicht, wenn man ein Auto aufbricht oder so. Das ist auch ganz interessant, die sind meistens auch nicht so lang.“ (Tina, Hauptschülerin)

„Politik interessiert null.“ (Julia, Hauptschülerin)

„Jetzt reden sie doch über Integration der Ausländer und so. Das interessiert mich schon.“ (Angelo, Hauptschüler)

„Am meisten les´ ich jetzt den Lokalteil, weil das ist halt einfach interessanter, was in der Umgebung so los ist. Ja, Politik, die interessiert mich jetzt nicht so sehr (...) Also bei mir ist das so. Was einen nicht betrifft, das les´ ich nicht.“ (Susanne, Realschülerin).

„Also ich find´ den Sportteil halt interessant.(...) Und, lokal, halt nur mal drüberblättern und eben dieses, im ersten Teil halt, dieses, das Weltgeschehen, wenn irgendwo ein Vulkan ausgebrochen ist, oder so.“ (Bettina, Gymnasiastin)

„Lokalteil find´ ich eigentlich schon interessant, so teilweise. Also, vor allem, ich find´, Sachen wo Jugendliche beteiligt waren, oder so, das spricht einen einfach auch mehr an ...“ (Gabi, Gymnasiastin)

Die Jugendlichen lesen gerne vermischte Nachrichten (Unfälle, Kriminalität, Katastrophen, Klatsch/Tratsch) und Sport. Den Lokalteil blättern sie durch und lesen ihn teilweise auch (Realschüler und Gymnasiasten). Dabei interessieren sich die Jugendlichen vor allem für Veranstaltungstipps, Unfälle/Kriminalität, Ausbildungs- und Berufsthemen sowie für Artikel, in denen Jugendliche vorkommen oder für Themen, bei denen es um Jugendliche geht.

Die Gymnasiasten und Realschüler weisen mit ihrem Interesse für Jugendthemen, Beruf/Ausbildung, Buntes, Sport und für zentrale politische Ereignisse ein etwas breiteres Spektrum auf als die Hauptschüler, die sich vor allem für Sport, Unfälle/Kriminalität und Horoskope sowie Familienanzeigen interessieren. Interesse haben die Hauptschüler auch an den Themen Freunde, Musik oder Computer. Themen – so die Hauptschüler – die sie jedoch nur wenig in der Zeitung fänden.

Fast alle Jugendlichen geben an, kein bzw. nur sehr geringes Interesse an Kultur, Wirtschaft und Politik zu haben. Wenn sie Interesse an Politik haben, dann höchstens an den wichtigsten Ereignissen, die auch für sie Bedeutung haben und die dann entsprechend für Jugendliche aufbereitet sein sollen. Und bei Wirtschaft interessiert höchstens der Arbeitsmarkt.

Weiter zeigt sich, dass Jungen gerne den Sportteil und Mädchen gerne Klatsch und Tratsch lesen.

Medienvergleich

„Also, ich find´ im Fernsehen die Nachrichten interessanter als in der Zeitung.“ (Angelika, Hauptschülerin)

„Internet auf jeden Fall, weil da kann man das nachschauen, was einen richtig interessiert und sich über das noch mehr informieren.“ (Susanne, Realschülerin)

„Ja, ich find´ halt, man sollte sie schon lesen, wobei ich find´ es gibt auch genügend andere Medien, wo man die Informationen herkriegern kann. Also, es ist nicht so zwingend, dass man das liest.“ (Ralf, Gymnasiast)

Kein Schüler gab an, dass die Zeitung für ihn das wichtigste Medium sei, hier dominieren das Internet und das Fernsehen. Ebenso würden die meisten Schüler die Zeitung nur wenig oder gar nicht vermissen, wenn es sie nicht mehr gäbe. Über aktuelle überregionale Ereignisse informieren sich die Jugendlichen über das Fernsehen oder das Internet. Nur bei der Lokalberichterstattung hat die Zeitung zumindest für Realschüler und Gymnasiasten eine gewisse Bedeutung.

4.2 Ideale Zeitung

Themen

„Wenn Veranstaltungen drin stehen, da würde ich mir das immer durchlesen.“ (Isabell, Hauptschülerin)

„Ausbildung ist auch immer ein wichtiges Thema. Beruf, Ausbildung, vielleicht auch verschiedene Berufe vorstellen oder so.“ (Jasmin, Realschülerin)

„Also, ich find´ das gut, also am Samstag ist eben immer das mit den Leuten, wo eben Leute vorgestellt werden. Und dann halt auch so Berufe (...) aber so, ja jugendspezifische Themen, keine Ahnung, dass die Fronte irgendwas macht, also das ist ein Jugendhaus. Das halt da viel darüber berichtet wird.“ (Bettina, Gymnasiastin)

Während die Hauptschüler nur Wert auf Veranstaltungstipps, bunte Nachrichten aus aller Welt sowie Sport legen, wünschen sich Realschüler und Gymnasiasten von einer idealen Zeitung auch Artikel über lokale Jugendthemen sowie mehr Berichterstattung zu den Themen Ausbildung/Schule/Beruf. Die Realschüler wünschen sich auch mehr Hintergründe zur Politik und die Gymnasiasten fremdsprachige Angebote (genannt wurde als Vorbild die New-York-Times-Beilage der *Süddeutschen Zeitung*) sowie mehr Erklärungen vor allem im Wirtschaftsteil. Die Hauptschüler gaben noch an, dass sie gerne sich und ihre Freunde in der Zeitung sehen wollen.

Stil

„Es soll nicht immer ganz kurz sein, aber wenn´s dann lang ist, dann sollte es eben witzig oder interessant sein.“ (Isabell, Hauptschülerin)

„Die Erwachsenen denken oft, irgendwie, wenn sie auf Jugendsprache sprechen müssen, dann übertreiben sie voll, dann verstehen wir das nicht mal. Ist totaler Schwachsinn.“ (Susanne, Realschülerin)

„Es muss ja nicht übertrieben werden, aber einfach ein bisschen lockerer geschrieben, wenn es locker geschrieben ist, dann liest du einfach viel leichter weiter.“ (Gabi, Gymnasiastin)

Die Artikel in einer für Jugendliche idealen Zeitung sollen kurz sein. Lange Artikel sind nur vorstellbar, wenn sie interessant geschrieben sind und die Jugendlichen direkt angehen. Die Sprache sollte locker und einfach sein. Die Jugendlichen wünschen sich jedoch keine Jugendsprache. Alle Jugendlichen legen Wert auf spannende oder witzige Überschriften. Auch Vorspann, Zwischenüberschriften und Infokästen sind durchaus erwünscht. Von den Realschülern wurden Kommentare komplett abgelehnt (höchstens in der Form von Leserbriefen), die

Hauptschüler wünschten sich zwei Kommentare (pro und contra), bei den Gymnasiasten gab es keine einheitliche Meinung.

Aufmachung

„Mit Grafik, Bildern, so muss es aussehen.“ (Angelika, Hauptschülerin)

„Man sollte halt so ein Zwischending finden zwischen ganz bunt und zu eintönig.“ (Susanne, Realschülerin)

„Also, ich würd´ mir das so vorstellen, dass wenn ich´s aufschlage, dass man nicht gleich sieht, aha, da ist ein Bild und neben dran ein Artikel, sondern, dass ein bisschen Abwechslung ist. Vielleicht mal eine Grafik oder so. Also, nicht immer alles das gleiche.“ (Bastian, Gymnasiast)

Alle Jugendlichen wünschen sich viele Graphiken und Bilder sowie ein kleineres Format (Tabloid).

4.3 Bewertung der Dummys

„Lustiger einfach. Viel lebendiger geschrieben.“ (Isabell, Hauptschülerin, auf die Frage warum V3 – die bunteste Version - am besten gefallen hat.)

„Ja, ich find´ auch, dass ist die interessanteste. Weil die ist doch mehr jugendlich geschrieben, nicht ganz so übertrieben. Da kommen auch mal so Wörter vor wie ´Baggy´ und so und teilweise geht es auch um Jugendliche.“ (Susanne, Realschülerin, über V3)

„Also mir hat ´Meine Wurst nimmt mir keiner´ [V2] eigentlich am besten gefallen. Weil, das war nicht zu nüchtern und man hat trotzdem die ganze Information gehabt, aber auch grad bei dem ´Auf der Flucht´ [V2] durch die Stationen einfach, man hat das einfach ziemlich gut verstanden. Dann bei ´Vorurteile ausgetanzt´ [V3] (...) da waren mir ein bisschen zu wenige Informationen drin.“ (Thomas, Gymnasiast)

Insgesamt gefiel den Jugendlichen die subjektivste Version (V3) am besten. Die mittlere Version (V2) gefiel weniger und die sachliche Bericht-Version (V1) am wenigsten. Eindeutig fiel das Votum hier bei den Haupt- und Realschülern aus. Die Gymnasiasten tendierten eher zu V2. Nur einer Person, und zwar einem Gymnasiasten, der als einziger angab, sich explizit für Politik zu interessieren, gefiel V1 am besten. Gründe für die Präferenz gegenüber V3 waren der jugendliche, lebhaftere Stil und die anschauliche Graphik.

Von den verschiedenen Artikeln gefiel den Schülern der Artikel über das Tanzprojekt am besten (in V3). Gründe waren der Jugendaspekt, das Zitieren von Jugendlichen sowie die „lockere Schreibe“. Nur den Gymnasiasten war der Artikel z.T. zu jugendlich geschrieben. Bei dem

Tanzartikel in V2 wurde der Service-Kasten von den Realschülern und Gymnasiasten positiv hervorgehoben.

Beim Artikel über den Viktualienmarkt (in V3) gefiel zwar die Graphik, jedoch hätten sich die Realschüler und Gymnasiasten hier mehr Informationen gewünscht, dies jedoch in eher lockerer Art wie in V2 präsentiert. Bei der Ausstellung gefiel den Realschülern und Gymnasiasten V2 am besten, offensichtlich war der Erlebnisbericht am spannendsten zu lesen. Die Hauptschüler als zeitungsfremde Gruppe gaben an, sie hätten nur den Artikel über das Tanzprojekt und den Viktualienmarkt (beides in V3) freiwillig gelesen.

4.4 Jugendseite

„Wenn es nur so Jugendseiten gäbe, würden die Jugendlichen einfach nur die Seiten aufschlagen. Wenn die Artikel verteilt wären, würden die das halt durchblättern, vielleicht steht da auch was drin.“ (Angelika, Hauptschülerin)

„Uns interessiert ein Jugendteil, (...) der jeden Tage dabei ist, wo aktuelle Themen drin sind und die aber ein bisschen verständlicher ausgedrückt werden.“ (Manuela, Realschülerin)

„Weil ganz viele machen ja gar keine Politik auf den Jugendseiten, oder gar keinen Sport oder gar keine Wirtschaft, sondern das ist dann nur etwas Lokales mit irgendwelchen Veranstaltungen und das ist zu wenig“ (Jasmin, Realschülerin)

„Man könnte einfach mal einen Artikel, oder auch so zwei aus Sicht von einem Jugendlichen erzählen. Oder einfach mal ein bisschen lockerer schreiben, nicht ganz so sachlich, aber auch bitte nicht im Jugendstil (...) Ich find, das wäre schon cool, wenn die halt einfach irgendwo drin stehen ...“ (Corinna, Gymnasiastin)

Die Jugendseite der Regionalzeitung war fast allen Gymnasiasten unbekannt und sie haben sie auch noch nie gelesen. Auch die Hauptschüler kennen die Jugendseite nicht, sie wissen z.T. nicht einmal was eine Jugendseite ist. Von den Realschülern wurde die Jugendseite der Regionalzeitung in der Diskussion ebenfalls nicht erwähnt.

Bei der Frage, ob sie sich eine Jugendseite wünschen oder lieber Artikel mit Jugendthemen oder Jugendaspekten, die im Blatt verstreut sind, optierten die Gymnasiasten für eingestreute Artikel, die Hauptschüler hatte keine eindeutige Meinung und die Realschüler wünschten sich eine tägliche Jugendseite mit Jugendthemen, Veranstaltungen, Hintergründen und Erklärungen zur „großen“ und zur Lokal-Politik. Sie konnten sich auch eine Jugendbeilage vorstellen, die man getrennt kaufen kann.

Wer soll Jugendartikel schreiben? Die Jugendseite sollte nach Meinung der Realschüler zwar nicht von Jugendlichen erstellt werden, Jugendliche sollten jedoch in beratender Form mitarbeiten. Auch den Gymnasiasten ist es egal, wer die Jugendartikel schreibt: Hauptsache, sie sind für Jugendliche interessant aufbereitet.

4.5 Zeitung im sozialen Umfeld

„Über Überfälle oder so was, da redet man schon.“ (Isabell, Hauptschülerin)

„Mein Vater kommt meistens mit Beruf an. Wenn er in der Zeitung etwas wegen Ausbildung und Beruf findet.“ (Philipp, Realschüler)

„Oder wenn irgendwas mit der Schule ist, (...) da wird dann drüber geredet oder irgendwie so Erlebnisse, Sachen, die man selber miterlebt hat ...“ (Gabi, Gymnasiastin)

Die meisten Schüler haben an einem Zeitungsprojekt mitgemacht oder haben im Unterricht Zeitungen besprochen. In der Familie wird ab und zu mit den Eltern über besonders interessante Themen (vor allem Ausbildung/Beruf) gesprochen. Das gleiche gilt auch für den Freundeskreis.

5. Empfehlungen

Die Ergebnisse der drei Focus-Gespräche sowie der Forschungsstand zur Zeitungsnutzung von Jugendlichen zeigen deutlich: Angesichts der rückläufigen Reichweiten bei Jugendlichen sowie dem Problem, dass junge Nicht-Leser zumeist auch in höherem Alter Nicht-Leser bleiben, müssen die Zeitungen gezielte Maßnahmen ergreifen, um Jugendliche stärker für die Zeitung zu interessieren und sie an sich zu binden. Die bisherigen Maßnahmen – Jugendseiten und Schulprojekte – reichen offensichtlich allein nicht aus, um an die jugendliche Zielgruppe heranzukommen.

Empfehlenswerte Kernmaßnahmen sind:

- Die Jugendseite sollte nicht aufgegeben, aber auf Jugendliche in der Pubertätsphase ausgerichtet werden, die ein starkes Bedürfnis haben, sich gegenüber der Erwachsenenwelt abzugrenzen (12-15 Jahre). Thematisch bietet sich hier ein Mischkonzept an. Der Schwerpunkt sollte auf eher bunten Themen rund um Musik, Szene, Freunde, Sexualität und Promis liegen. Aber auch Themen wie Schule oder zentrale politische Ereignisse können hier ab und zu jugendspezifisch aufgearbeitet werden. Zudem sollten der Veranstaltungsservice und Kommunikationsmöglichkeiten (Grüße, Leserlisten etc.) nicht fehlen. Damit die Jugendseite überhaupt wahrgenommen wird, ist es wichtig, sie auf der Titelseite (die Titelseiten werden von den Jugendlichen am häufigsten gelesen) anzukündigen. Da sich Jugendliche besonders stark für Sport interessieren, sollte die Jugendseite am Montag erscheinen bzw. sollte am Montag auf sie hingewiesen werden. Eine Jugendseite muss nicht von Jugendlichen erstellt werden, aber Jugendliche sollten an der Erstellung der Seite beteiligt sein.
- Darüber hinaus erscheint es aber – vor allem, wenn die Zeitung nicht über eine tägliche Jugendseite verfügt – unabdingbar, jeden Tag zumindest ein oder zwei Artikel insbesondere im Lokalteil zu bringen, die sich mit jugendaffinen Themen befassen und entsprechend auf-

gemacht sind. Hier sollte nicht übertrieben werden, aber eine eher subjektive Schreibe, interessante Photos oder Graphiken wären sinnvoll. Ebenso sollten in derartigen Artikeln Jugendliche auch zu Wort kommen. Der Lokalteil eignet sich für solche Artikel relativ gut, da die Jugendlichen diesen Teil der Zeitung zumindest durchblättern und hier der Anschluss an die Lebenswelt der Jugendlichen besonders gut gelingen kann. Derartige Artikel sollten nicht besonders gekennzeichnet sein, da vor allem ältere Jugendliche ernst genommen und nicht in eine Jugendecke abgedrängt werden wollen. In diesem Rahmen bieten sich – auch um darauf aufmerksam zu machen, dass die Zeitung nun mehr über Jugendliche bringt – Serien zu Themenkomplexen an, die für Jugendliche interessant sind, besonders zum Komplex Schule/Ausbildung/Beruf/lokaler Arbeitsmarkt.

Weitergehende Maßnahmen könnten sein:

- Ein graphisch und inhaltlich attraktiv gestalteter Veranstaltungsteil, der auch Veranstaltungen für jüngere Menschen enthält.
- In Hinsicht auf jüngere Leser bietet sich ein Layout an, das stark auf den bewussten Einsatz von Bildern und Graphiken setzt, weiter auf eine starke Untergliederung längerer Texte sowie auf einen Vorspann.
- Um jüngere Leser zu gewinnen, ist das Internet als wichtigstes Informationsmedium Jugendlicher von zentraler Bedeutung. Die Zeitung sollte ein spezielles und frei zugängliches Angebot für jüngere Leser im Internet haben. Hier könnte auch über das redaktionelle (Zeitung-)Angebot hinausgegangen werden, also z.B. ein ausführlicher Veranstaltungsservice oder Feedback- und Kommunikationsmöglichkeiten (Foren, Chats, Blogs, Kontaktmöglichkeiten) geboten werden.
- Jüngere Leser ziehen ein kleineres „Tabloid“-Format vor. Auf längere Sicht ist es deshalb für die Regionalzeitungen in Deutschland überlegenswert, auf dieses Format umzustellen. Allerdings gilt es hier noch abzuwarten, welche Erfahrungen die ersten Zeitungen machen, die komplett auf das kleinere Format umstellen (z.B. *Frankfurter Rundschau*).
- Auch bei dieser Studie hat sich gezeigt, dass einige Jugendliche bereits so weit von der Zeitung entfernt sind, dass kaum mehr Chancen bestehen, sie zu gewinnen. Deshalb ist es überlegenswert, in einem jüngeren Alter anzusetzen, also eine Kinderseite zu produzieren oder täglich Kindernachrichten im Stil von „Logo“ zu bringen.
- Die Zeitung sollte öfters Experimente wagen und ihre (nicht nur jugendlichen) Leser z.B. mit ungewöhnlichen Themen, Darstellungsformen oder graphischen Darstellungen überraschen.

Literatur

- Bauer, Inez (1994): BDZV-Studie „Junge Zeitungsleser“ – Erste Reaktionen der Verlage. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV): Zeitungen '94. Bonn, S. 190-209.
- Bauer, Inez (1995): Junge Zeitungsleser – Annäherung an eine schwierige Zielgruppe. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV): Zeitungen '95. Bonn, S. 208-219.
- Dammler, Axel (2002): Interview mit Axel Dammler von Ute Schröder. Jugendliche suchen Orientierung für ihren Alltag. Initiative Tageszeitung (Hrsg.): Redaktion 2002. Jahrbuch für Journalisten. Bonn 2003, S. 43f.
- Eggert, C. (2004). Zur Entwicklung der Reichweiten. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV). Zeitungen 2004. Berlin: ZV, S. 162-171.
- Goldbeck, Kerstin (2004): Was Zeitungen für den Lesernachwuchs tun. In: Drehscheibe, Nr. 12, S. 3.
- Goldbeck, Kerstin (2005): Leistungsdaten für die Zeitung. In: Bundesverband deutscher Zeitungsverleger (BDZV): Zeitungen 2004. Berlin: ZV, S. 154-165.
- Haller, Michal (2004): Was haben die deutschen Tageszeitungen für die(se) Jugend zu bieten? In: Bundeszentrale für politische Bildung/bpb (Hrsg.): Suchst Du noch oder liest Du schon? Kinder und Jugendliche als Zielgruppe für die Tageszeitung. Forum Lokaljournalismus 2004 in Leipzig. Bonn, S. 11-17.
- Imboden, Carlo (2004): Entzauberte Mythen. Carlo Imboden durchleuchtet Zeitungsleser mit moderner Datentechnik (Interview mit Carlo Imboden vom Klemens Vogel). In: Initiative Tageszeitung (Hrsg.): Redaktion 2004. Jahrbuch für Journalisten. Bonn, S. 47-50.
- Krones, Peter (2002): Zwischen den Abteilungen. Marketing-Redakteure mit eigenem Profil. In: Initiative Tageszeitung (Hrsg.): Redaktion 2002. Jahrbuch für Journalisten. Bonn 2003, S. 97-100.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Rüdiger (1993): Junge Leser für die Zeitung. Bericht über eine vierstufige Untersuchung. Bonn.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Rüdiger (2004): Ein halbes Jahrhundert Zeitung im Fokus der Demoskopie. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) (Hrsg.): Zeitungen 2004. Bonn, S. 132-159.
- Pasquay, Anja (2004): Auf der Suche nach dem Leser von morgen – Jugend und Zeitung. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) (Hrsg.): Zeitungen 2004. Bonn, S. 240-251.
- Rager, Günther/Weber, Bernd/Begemann, Marianne (1996): Jugend im Umbruch. Ideen, Ergebnisse und Beispiele für die jugendnahe Tageszeitung. Bonn.
- Reitze, Helmut/Ridder, Christa-Maria (Hrsg.) (2006): Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2005. Baden-Baden.
- Schönbach, Klaus/Lauf, Edmund/Stürzebecher, Dieter/Peiser, Wolfram (1997): Faktoren des Zeitungserfolgs. In: Schönbach, Klaus (Hrsg.): Zeitungen in den Neunzigern: Faktoren ihres Erfolgs. 350 Tageszeitungen auf dem Prüfstand. Bonn, S. 61-112.
- Shell Deutschland Holding (Hrsg.): Jugend 2006. Eine pragmatische Generation unter Druck. Frankfurt/Main 2006.

Anhang

Siehe beigelegte Zeitungsseiten