

Pressekontakt:

Michael Knippelmeyer
t +49 (0) 521 9257 687
f +49 (0) 521 9257 333
e michael.knippelmeyer@tns-emnid.com
www.tns-emnid.com

Gedruckte Tageszeitungen und Zeitschriften unverzichtbar

Studie der TNS Emnid Medienforschung zur Zukunft der Gattung „Print“ im digitalen Medienzeitalter

Bielefeld, 29. Oktober 2007 - Print ist tot - es lebe Print. Fachleute streiten denn auch über die Zukunft der Gattung „Print“ im digitalen Medienzeitalter. Eine Diskussion, die von gefährdet bis Fortbestand gedruckter, periodischer Druckerzeugnisse reicht. Was aber meint eigentlich die Bevölkerung zu diesem kontrovers diskutierten Thema? Dieser Frage ist die TNS Emnid Medienforschung in einer neuen Studie nachgegangen und befragte im Juli 2007 insgesamt 1.367 Bundesbürger. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 14 Jahren.

Danach ist für eine deutliche Mehrheit der Deutschen (78 Prozent) die gedruckte Tageszeitung auch in Zukunft unverzichtbar. Gleiches gilt für Zeitschriften im Papierformat, die 75 Prozent der Bundesbürger weiterhin als Druckerzeugnis nutzen wollen. Zugleich ist ein Bedeutungsverlust der Printangebote erkennbar, wenn ein Drittel der Bevölkerung der Auffassung ist, dass Zeitschriften künftig ganz allgemein an Bedeutung verlieren werden (35 Prozent). Dies glaubt allerdings nur ein Viertel der Deutschen (25 Prozent) mit Blick auf die Tageszeitungen. Gerade für Hintergrundinformationen und tiefergehende Analysen behalten die klassischen Printmedien ihre Bedeutung. Dieser Meinung sind 81 Prozent der Bevölkerung.

Zukunft ohne Internet undenkbar - Votum für Internet-Unterricht in Schulen

Den Neuerungen der digitalen Medienwelt stehen die Bundesbürger offen gegenüber. 58 Prozent geben an, dass die neuen Kommunikationsmöglichkeiten für sie persönlich schon heute „sehr wichtig“ seien. Vor allem für Informationen, bei denen die Aktualität im Vordergrund steht, werden die neuen elektronischen Wege künftig eine noch bedeutendere Rolle spielen und langfristig hier sogar die klassischen Printmedien ablösen; dies glauben 61 Prozent der Deutschen. Bereits heute informiert sich knapp ein Drittel der Bevölkerung (32 Prozent) eher über das Internet als über Tageszeitung oder Zeitschriften. Nahezu die Hälfte der Befragten (47 Prozent) gibt außerdem an, dass „das Internet mein Informationsverhalten noch weiter verändern wird“. Die Bedeutung des Internet für das zukünftige Kommunikationsverhalten lässt sich auch aus der Forderung ableiten, die 90 Prozent aller Deutschen stellen: Sie sind der Meinung, dass der Umgang mit dem Internet in Schulen erlernt und Unterrichtsfach werden sollte.

Die Kehrseite des vielfältigen Informationsangebots: Drei Viertel der Deutschen sagen, dass die Informationsflut schon heute „erdrückend und nicht zu handhaben sei“. Knapp 50 Prozent sind sogar der Auffassung, dass es sicher einen Trend „zurück zur Zeitschrift/Zeitung“ geben wird, wenn der Internet-Boom abgeklungen sei.

„Die Ergebnisse zeigen, dass Pessimismus in Bezug auf den Fortbestand der Mediengattung Print nicht so pauschal angebracht ist, wie vielfach diskutiert wird“, so Studienleiterin Claudia Knoblauch. „Vielmehr kommt es darauf an, die heute vorhandenen Kommunikationswege und -mittel optimal zu nutzen und gerade den Nachwuchs mit den neuen Technologien nicht allein zu lassen, sondern den Umgang mit der medialen Vielfalt bereits in der Schule aufzugreifen“, führt Knoblauch aus.

Methodensteckbrief

In der Studie wurden insgesamt 1.367 per Zufallsauswahl mit ADM-Mastersample-Verfahren ausgewählte Personen ab 14 Jahren in persönlichen Interviews (CAPI) befragt. Die Untersuchung wurde im Zeitraum vom 02. bis 29. Juli 2007 durchgeführt. Die Studie ist Teil der PRINT-Themenreihe „Das Mediennutzungsverhalten der Deutschen“, in der TNS Emnid bereits verschiedenste Fragestellungen untersucht und veröffentlicht hat.

TNS Emnid – the sixth sense of business

Die TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH wurde vor mehr als 60 Jahren gegründet und gehört damit zu den traditionsreichsten Anbietern in der Markt- und Sozialforschung. Für Auftraggeber aus der Medien-, Politik- und Sozialforschung ist TNS Emnid kompetenter Partner für nationale und internationale Forschungsvorhaben. Mit modernsten und qualitativ hochwertigen Erhebungsverfahren und Instrumenten der Markt- und Sozialforschung generiert TNS Emnid mit der gesamten Methodik vom Face-to-Face Interview über telefonische Interviews bis hin zu Online-Befragungen aktuelle und exklusive Marketinginformationen. Die TNS Emnid Medien- und Sozialforschung GmbH ist eine Tochtergesellschaft der TNS Infratest Holding GmbH & Co. KG. und gehört zur TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London). Sie ist damit Teil einer der führenden Marktforschungs- und Beratungsgesellschaften weltweit.

Weitere Informationen unter www.tns-emnid.com

Kontakt und weitere Informationen:

Claudia Knoblauch
t +49 521 9257 695
f +49 521 9257 654
e claudia.knoblauch@tns-emnid.com
www.tns-emnid.com