

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/6936/1571136/mut-zum-experiment-konferenz-in-berlin-die-zeitung-muss-sich-aendern-um-zu-bleiben-was-sie-immer-war> abgerufen werden.

# BDZV - Bundesverb. Dt. Zeitungsverleger

Mut zum Experiment!

Konferenz in Berlin: Die Zeitung muss sich ändern, um zu bleiben, was sie immer war

03.03.2010 - 11:13 Uhr, BDZV - Bundesverb. Dt. Zeitungsverleger

Berlin (ots) - Die Tageszeitung muss und wird sich verändern, wenn sie weiterhin alle Bevölkerungsschichten und Altersgruppen ansprechen will. Das erklärte der Vizepräsident des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger (BDZV), Hans Georg Schnücker, heute bei der Konferenz "Kinder - Jugend - Zeitung" in Berlin. Die Zeitung werde in Zukunft anders funktionieren als bisher, prognostizierte Schnücker, zugleich Vorsitzender der Geschäftsführung der Verlagsgruppe Rhein Main (Mainz). Experimente seien daher nicht nur erlaubt, sondern notwendig, um künftig ein Publikum zu erreichen, das als "digital natives" nicht nur mit dem Internet, sondern im Internet aufwachse. Zugleich gelte es, sich auf die Kernkompetenzen der Zeitung zu besinnen und Auswahl, Analyse und Aufbereitung von Nachrichten noch besser auszuspielen. "Je höher die Informationsflut, desto mehr wird die Web-2.0-Generation nach glaubwürdiger Gewichtung, Erklärung und Kommentierung suchen", betonte Schnücker.

Der Marktforscher und Tiefenpsychologe Stephan Grünewald (rheingold Institut, Köln) sah in seinem Vortrag "Deutschlands Jugend auf der Couch" die Teenager im Zwiespalt zwischen elterlichem Versorgungsparadies und Zukunftsängsten. Die Lebenssituation der Jugendlichen schwanke von: "Du kannst alles machen/haben/werden" zu "Du bist allein/ kriegst nicht mal einen Job/ die Welt ist nicht zu retten". Zeitungen könnten hier eine wichtige Kommunikationsaufgabe übernehmen, so Grünewald. In seinen "Neun Leitlinien der Jugendkommunikation" empfahl der Psychologe unter anderem: Klartext reden, zuhören und Kontroversen eröffnen, eigene (erwachsene) Positionen beziehen und den Jugendlichen durch konkrete Aufträge und realistische Perspektiven zeigen, dass sie gebraucht werden.

Wie eine solche Kommunikation erfolgreich funktioniert, erläuterte Grzegorz Piechota, Redakteur für besondere Aufgaben bei der "Gazeta Wyborcza", vor den rund 100 internationalen Gästen der Konferenz von BDZV und ZV Zeitungs-Verlag Service GmbH. Dank kontinuierlicher Einbeziehung der Leser und Onlinenutzer ist es der polnischen Tageszeitung gelungen, eine extrem junge Leserschaft für sich zu gewinnen: 60 Prozent der Leser von "Gazeta Wyborcza" sind jünger als 40 Jahre, und immer noch 40 Prozent sind jünger als 30. Dass die Ansprache von Kindern und Jugendlichen mit einer eigenen Tageszeitung nicht nur redaktionell, sondern auch ökonomisch erfolgreich sein kann, zeigte Francois Dufour, Mitgründer des Pariser Unternehmens Play Bac Presse und Chefredakteur der dort publizierten Kinder-/Jugendzeitungen.

Pressekontakt:

Hans-Joachim Fuhrmann  
Telefon: 030/ 726298-210  
E-Mail: [fuhrmann@bdzv.de](mailto:fuhrmann@bdzv.de)

Anja Pasquay  
Telefon: 030/ 726298-214  
E-Mail: [pasquay@bdzv.de](mailto:pasquay@bdzv.de)

Originaltext:

BDZV - Bundesverb. Dt. Zeitungsverleger

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/6936/bdzbundesverb-dt-zeitungsverleger>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_6936.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_6936.rss2)