

**Zeitschrift:** Medienwissenschaft Schweiz = Science des mass média Suisse  
**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft  
**Band:** - (1998)  
**Heft:** 1-2

**Artikel:** Das Zeitungsmedium an der Schwelle ins nächste Jahrtausend : ist der tägliche Zeitungsleser eine vom Aussterben bedrohte Spezies?  
**Autor:** Schulz, Rüdiger  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-790825>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 23.11.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## Das Zeitungsmedium an der Schwelle ins nächste Jahrtausend: Ist der tägliche Zeitungsleser eine vom Aussterben bedrohte Spezies?

*Im Multimedia Zeitalter an der Schwelle ins nächste Jahrtausend zeichnet sich ein Trend zur oberflächlichen Information ab. Der Anteil der täglichen Zeitungsleser sinkt in Amerika frappant und auch in Deutschland macht sich eine negative Tendenz bemerkbar. Das birgt die Gefahr, dass Printmedien, welche das Bedürfnis nach Verstehen von Zusammenhängen stets zu befriedigen wussten, durch schnelle elektronische Informationskanäle abgelöst werden. Mehr über die Ursachen des verminderten Zeitungslesens in folgendem Beitrag.*

Angesichts meines 'Dinosaurierthemas' habe ich ganz besonderen Grund, mich bei den Veranstaltern dieses Multi-Media-Forums für die Einladung zu bedanken. Madame Aglietta, die nach der Vorankündigung im Programm über 'Mediennutzung und Medienforschung in Frankreich' sprechen sollte, hat über Printmedien kein Wort mehr verloren. Und Herr Stipp hat aus amerikanischer Perspektive bereits die Frage aufgeworfen: Ist das Fernsehmedium in Gefahr, z. B. durch Surfen im Internet verdrängt zu werden? Ich hoffe dennoch, daß mein aus dieser Sicht geradezu 'historisch' anmutendes Thema Ihr Interesse findet.

An der Schwelle ins nächste Jahrtausend steht das Medium Tageszeitungen vor großen Herausforderungen, die vielen in ihrer Tragweite noch nicht bewußt sind. Immer deutlicher zeichnet sich die Gefahr ab, daß die Spezies 'tägliche Zeitungsleser' "entschwindet", wie der amerikanische Kommunikationswissenschaftler Robert Louis Stevenson 1990 formulierte, oder – wie man dramatisierend sagen könnte – langfristig 'ausstirbt'. Schon heute wachsen junge Zeitungsleser nur noch in begrenztem Umfang nach. Die Trendentwicklung des regelmäßigen Zeitungslesens in den USA belegt dies eindringlich. 1946 waren noch 85 Prozent der jungen Amerikaner tägliche Zeitungsleser, 1998 nur noch 23 Prozent (Schaubild A und Tabelle 1).

In Deutschland verlief diese Entwicklung nicht ganz so dramatisch. Aber das 'Abbröckeln am unteren Altersrand', das wir seit etwa 1980 registrieren, hält nun schon fast 20 Jahre an, hat inzwischen alle Alterssegmente unter 40 Jahren erfaßt, und auch die älteren sind heute nicht mehr mit gleicher Selbstverständlichkeit wie noch vor 20 Jahren tägliche Zeitungsleser. In der Altersgruppe der 14- bis 29jährigen sank der Anteil der täglichen Zeitungsleser in Deutschland seit 1980 um insgesamt 17,4 Prozent, das sind jährlich knapp 1 Prozent im Durchschnitt der letzten 20 Jahre (Reichweite 1980: 72,3 Prozent, 1998: 54,9 Prozent).

Aktuell meldet der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) im 3. Quartal '98 einen Rückgang von -1,8 Prozent der Tageszeitungsauflage

gegenüber dem 3. Quartal '97, darunter -1,6 Prozent im Westen und -3,4 Prozent in den neuen Bundesländern.

Die immer wieder vertretene These, daß Zeitungslesen nun mal lebensphasenspezifisch sei, junge Nichtleser nach Berufsfindung und Haushaltsgründung gleichsam „automatisch“ regelmäßige Zeitungsleser würden, gilt nicht mehr oder nur noch sehr eingeschränkt, wie sich durch Kohortenanalyse belegen läßt. Die 1980 befragten 14- bis 19jährigen sind jetzt als 30- bis 39jährige im gleichen geringen Anteil regelmäßige Leser einer regionalen Abo-Tageszeitung wie schon damals (53,4 bzw. 54,8 Prozent, Tabelle 2).

Besonders alarmierend ist auch der Befund, daß nicht nur der Anteil der regelmäßigen Leser sinkt, vielmehr auch der Anteil der sporadischen. Nicht nur der Leser pro Ausgabe (LpA), sondern auch der weiteste Leserkreis (WLK) schrumpft, das heißt, es gibt immer mehr Menschen, die vom Medium Tageszeitung überhaupt nicht mehr erreicht werden (Tabelle 3).

Die Frage, die ich schon 1990 stellte "Ist das scheinbar harmlos schleichende Abbröckeln der Leser Symptom einer 'ernstzunehmenden Krise' des Zeitungsmediums?", muß heute klar bejaht werden.

Die Ursachen dieser Krise sind vielfältig. Veränderungen im **intramediären Wettbewerb** (kostenlose Anzeigenblätter, Kulturblätter und Veranstaltungskalender, eine Flut neuer Zeitschriften, insbesondere neuer Special-Interest- und Very-Special-Interest-Titel) sowie im **intermediären Wettbewerb** z. B. durch lokalen Hörfunk, Ballungsraumfernsehen, primär unterhaltungsorientiertes Privatfernsehen, Spartenkanäle und Online-Angebote haben zu einem Bedeutungsverlust des Zeitungsmediums geführt. Der Anteil der Zeitungslesezeit am gesamten Zeitbudget für Mediennutzung sank von 16 Prozent (1970) auf jetzt noch 9 Prozent (Schaubild B), und zwar bei den Unter-30jährigen weit überdurchschnittlich (Schaubilder C und D).

Das lokale Informationsmonopol der Zeitungen ist vielerorts gebrochen. Viele, vor allem jüngere Menschen, geben sich mit oberflächlichen Informationen im Lokalradio oder Anzeigenblatt zufrieden. Zum Verlust

Schaubild A: Die Entwicklung des Anteil der täglichen Leser von Tageszeitungen in den USA

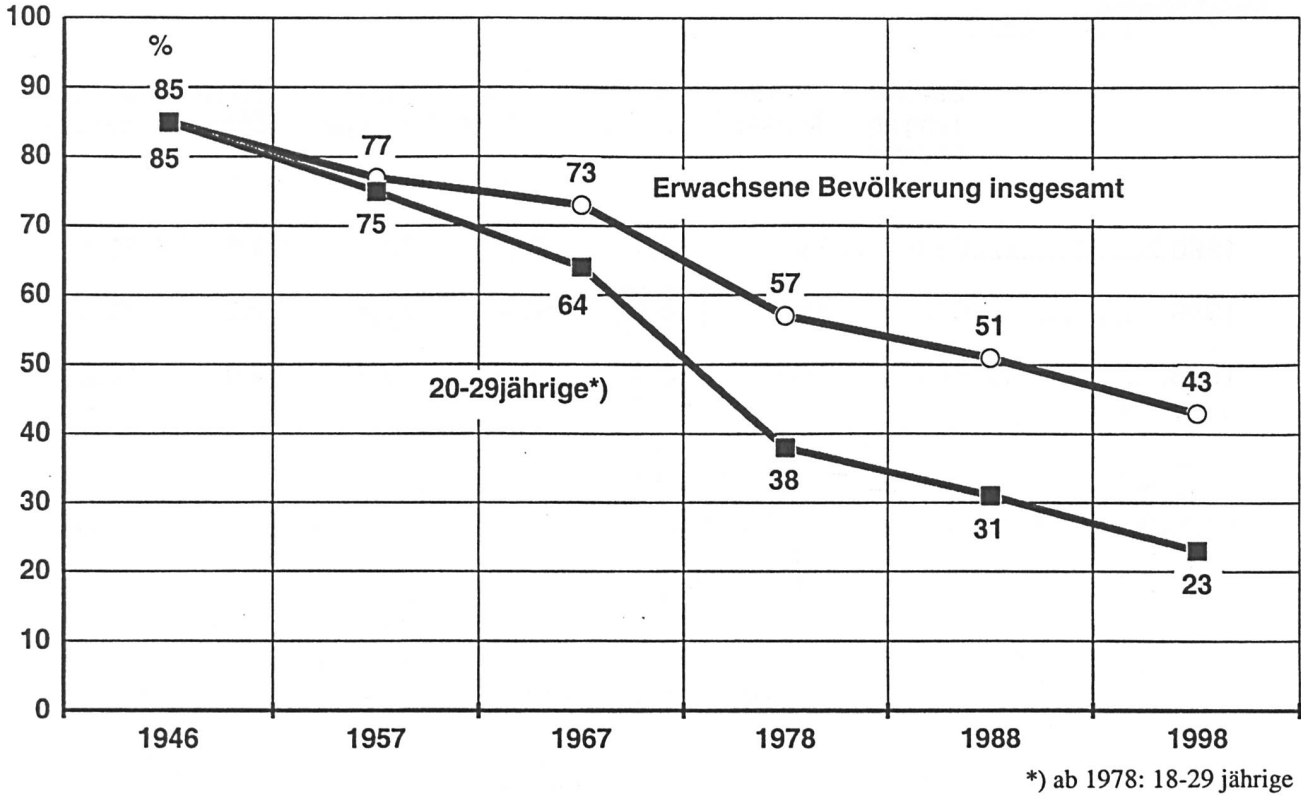


Tabelle 1: Die Entwicklung der täglichen Leser nach Altersgruppen in den USA

	1946 (Schramm)	1957 (Davis)	1967 (NORC)	1978 (NORC)	1988 (NORC)	1998 (NORC)	(Index- wert 1946= 100)
	%	%	%	%	%	%	%
Es bezeichnen sich als <u>tägliche</u> Zeitungsleser:							
20-29 Jahre*).	85	75	64	38	31	23	(27)
30-39 Jahre	84	78	77	50	44	30	(36)
40-49 Jahre	87	79	78	66	56	45	(52)
50-59 Jahre	86	78	78	68	58	55	(64)
60-69 Jahre	83	76	77	79	77	68	(82)
70 Jahre und älter	-	78	75	73	74	72	-
Insgesamt	85	77	73	57	51	43	(51)
n =	4000	1919	3095	1521	982	1895	

an relativer Bedeutung im veränderten Medienwettbewerb kommen **demographische Veränderungen**, wie späteres Heiratsalter und insbesondere der wachsende Single-Anteil vor allem in den Großstädten. Für einen Alleinstehenden lohnen sich die Kosten eines Zeitungsabonnements offensichtlich

weniger als für einen Mehr-Personen-Haushalt mit mehreren Mitlesern. Ein vielfach **engeres Interessenspektrum**, wie z. B. rückläufiges Interesse an Politik, insbesondere an Lokalpolitik, ist eine weitere wichtige Ursache dieser Entwicklung. Natürlich fehlt es auch nicht an den Zeitungen selbst, die vielen

\*) NORC 1978, 1988 und 1998: 18-29-jährige

Tabelle 2: Junge Menschen werden auch später sehr viel seltener regelmässige Leser regionaler Abo-Tageszeitungen

	Bevölkerung ab 14 Jahre %	14-19-jährige %	20-29-jährige %	30-39-jährige %	40-49-jährige %	50-59-jährige %	60 Jahre und älter %
1980.....	68,9	53,4	61,4	72,1	72,8	74,8	73,6
1989.....	65,8	49,1	56,5	67,4	72,4	72,3	71,0
1998.....	60,0	38,3	43,4	54,8	65,5	69,0	69,2

Tabelle 3: Entwicklung der Reichweite regionaler Abo-Tageszeitungen in der Bundesrepublik Deutschland

	Alte Bundesländer			Neue Bundesländer		
	1980	1998	Index der Veränderung (1980=100)	1991	1998	Index der Veränderung (1991=100)
	%	%	%	%	%	%
<b>Leser pro Nummer (LpN).....</b>	68,9	60,0	87	77,7	68,2	88
<b>Weitester Leserkreis (WLK).....</b>	82,8	72,1	87	86,7	78,0	90
<b>Nichtleser im weitesten Leserkreis.....</b>	17,2	27,9	169	13,3	22,0	165

jungen Menschen 'trocken und langweilig' erscheinen, von Journalisten gemacht, die keine 'Jugendkompetenz' besitzen. In einer Zeit, in der vielen Menschen konzentriertes Lesen und das Verstehen komplexer Zusammenhänge schwerer fällt, erscheint Zeitunglesen vielen 'kompliziert', anstrengender jedenfalls als die bequeme Rezeption von Unterhaltungssendungen im Fernsehen.

Rückläufige Zeitungslektüre ist somit Folge einer Vielzahl teils exogener, von den Zeitungen nicht beeinflussbarer, teils endogener, 'hausgemachter' Faktoren, wie z.B. Schwächen des Zeitungsangebots aus Sicht aktueller und potentieller Rezipienten. Die bisher von den Zeitungen ergriffenen Gegenmaßnahmen, wie z. B. Farbe in der Zeitung, bessere optische Leserführung, Infografiken, konsequenteres Redaktionsmarketing, Sponsoringaktivitäten, Strafung der Zeitungsinhalte, spezielle Angebote für junge Leute, wie Veranstaltungskalender, Jugendseiten und Jugendsupplements, oder auch Maßnahmen zur

Zeitungsleseförderung im Schulunterricht (z. B. Aktionen, Projekte wie 'Zeitung in der Schule') haben den Leserschwund allenfalls verlangsamt, aber nicht wirklich gestoppt. Zwar berichten Zeitungen mit Jugendsupplements, daß sie an den Erscheinungstagen ihre Einzelverkäufe steigern können. Zeitungen, die Farbe ins Blatt nahmen, wecken bei ihren Lesern Anmutungen von größerer Sympathie, Freundlichkeit. Und Aktionen wie 'Zeitung in der Schule' haben beim begrenzten Kreis der bisher Geförderten nachweisbar positive Wirkungen.

Aber all diese Maßnahmen haben bisher keine Trendwende herbeigeführt. Nach Branchenberichten hat zum Beispiel die Berliner Zeitung 30 Millionen DM in ihren umfassenden Relaunch investiert, aber damit keine nennenswerte Auflagensteigerung erzielt. Sie konnte lediglich ihre Auflagenverluste im Osten Berlins durch geringe Zuwächse im Westen kompensieren.

Schaubild B: Entwicklung des Zeitbudgets für Mediennutzung pro Werktag (Mo-Sa) in den alten Bundesländer (in Minuten)

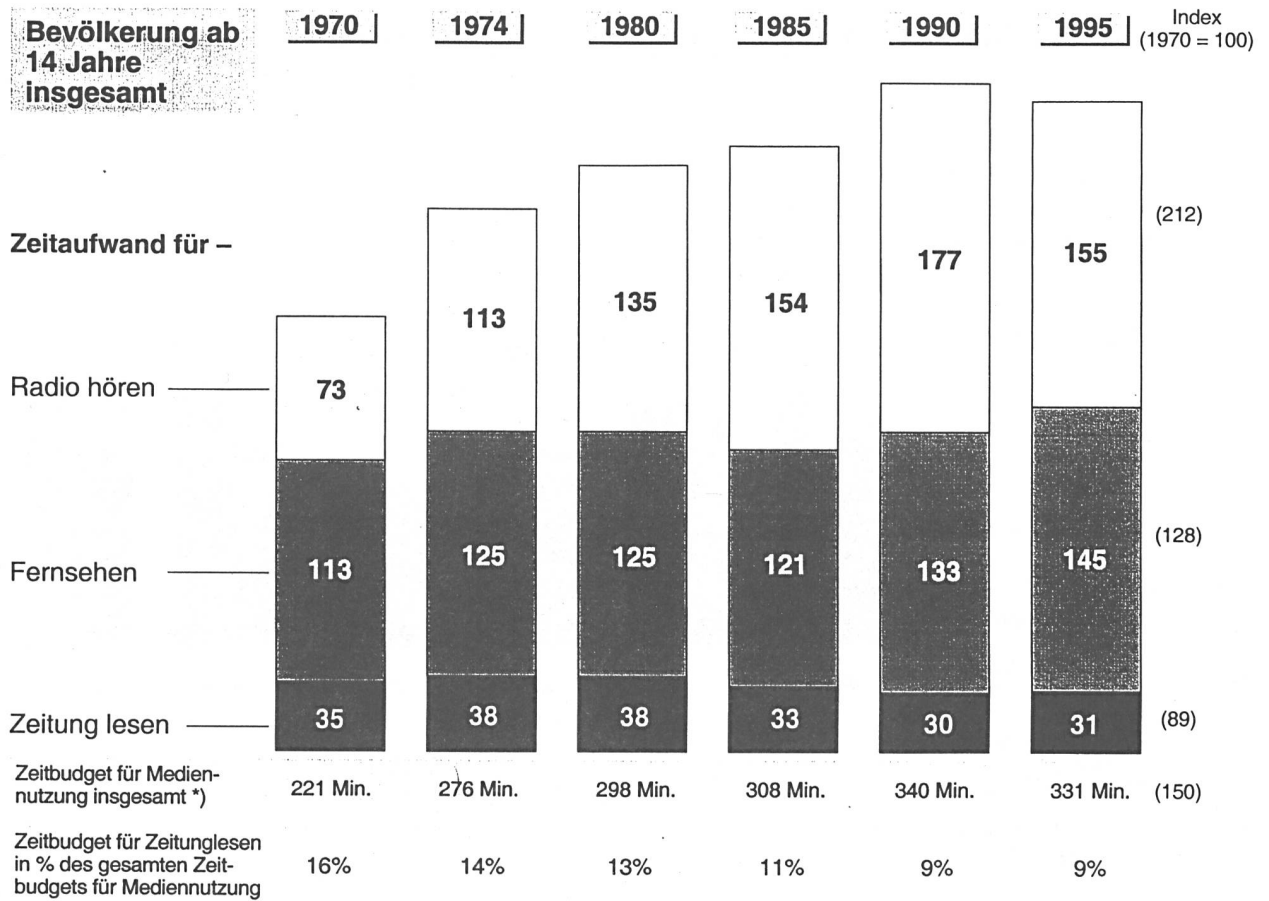


Schaubild C: Entwicklung des Zeitbudgets für Mediennutzung pro Werktag (Mo-Sa) in den alten Bundesländern (in Minuten)

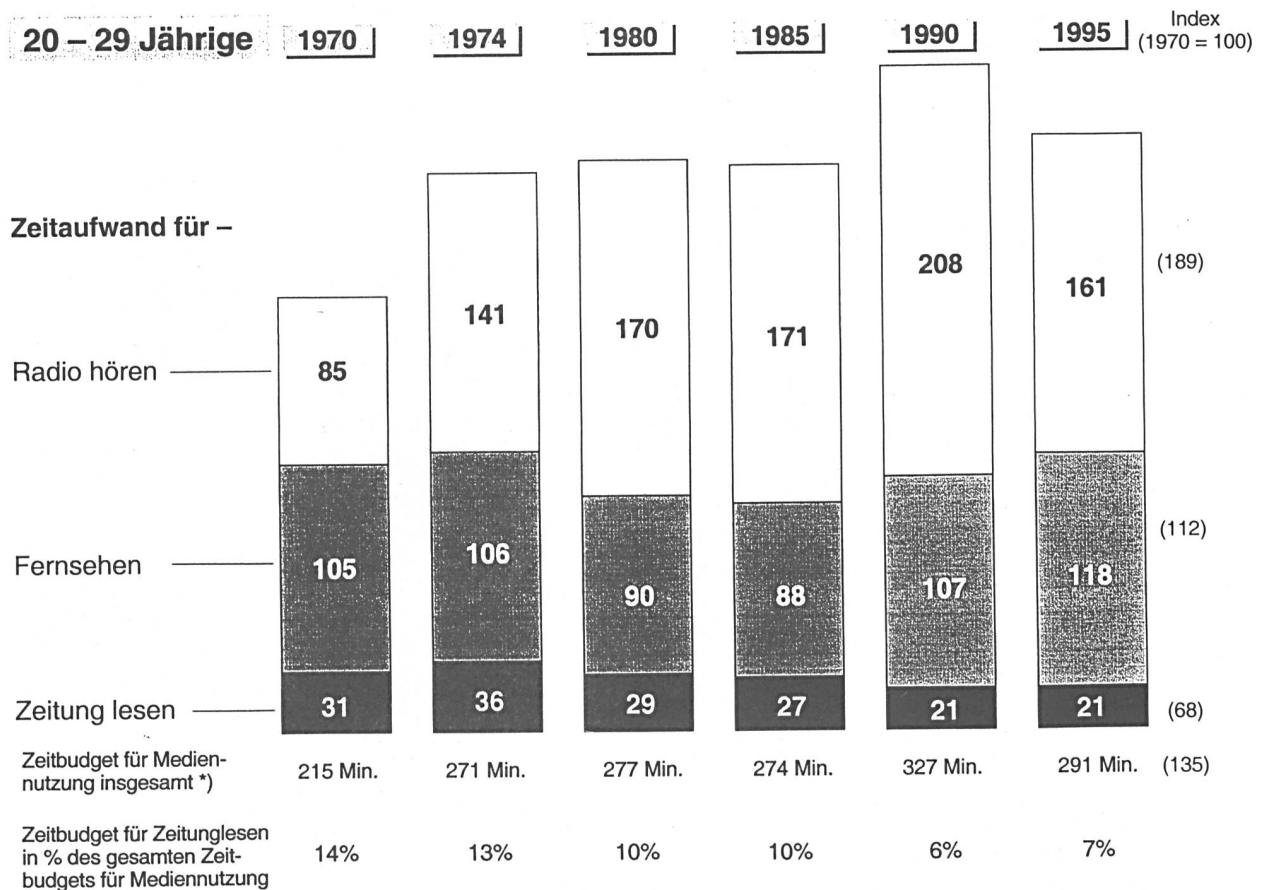
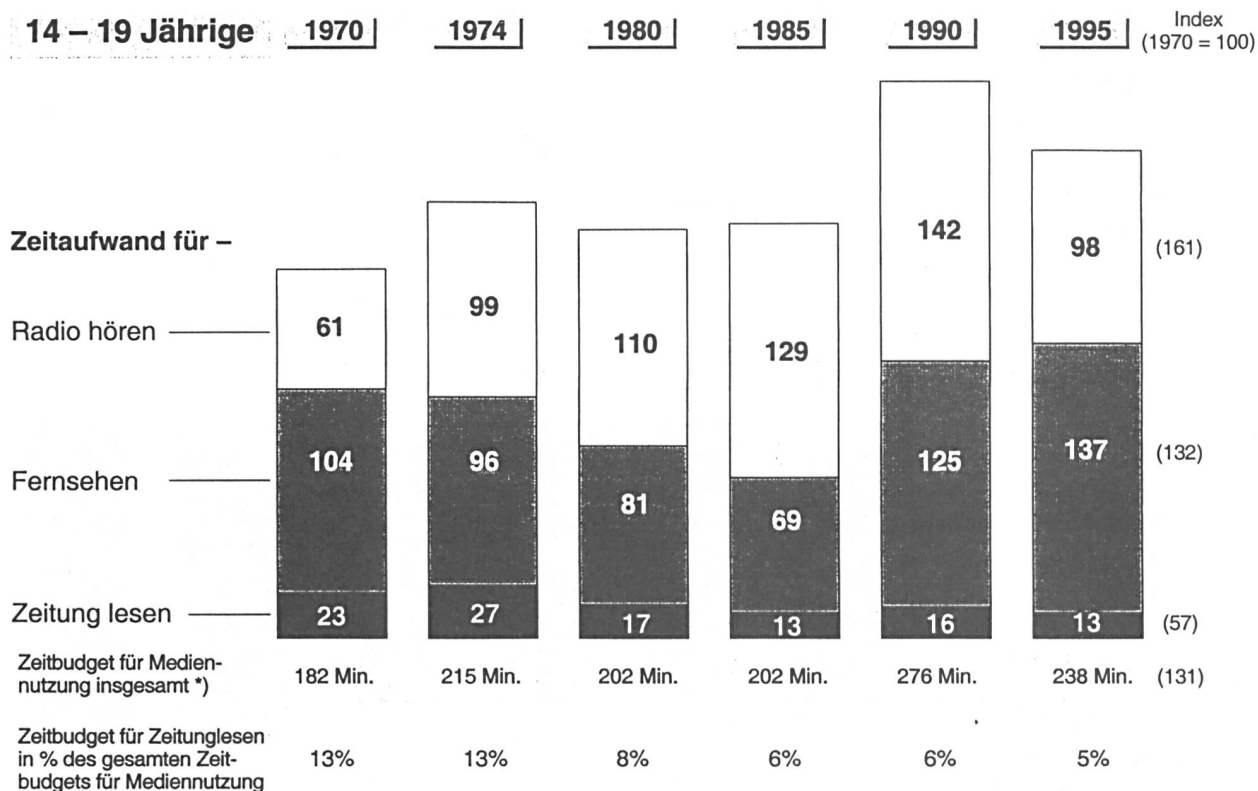
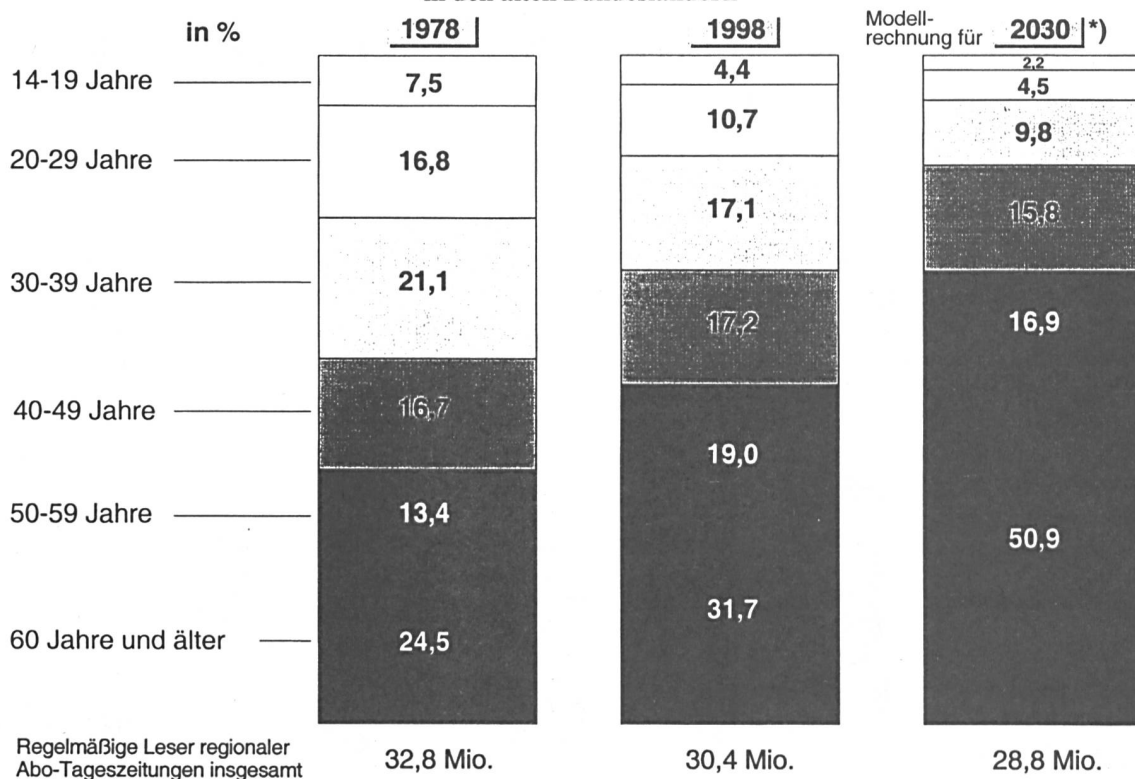


Schaubild D: Entwicklung des Zeitbudgets für Mediennutzung pro Werktag (Mo-Sa) in den alten Bundesländer (in Minuten)



\*) Bei gleichzeitiger Nutzung von zwei oder mehr Medien wurde für diesen Summenwert nur jeweils ein Medium gezählt  
Quelle: Massenkommunikation V, S. 294

Schaubild E: Veränderungen der Altersstruktur der regelmässigen Leser regionaler Abo-Tageszeitungen (LpN) in den alten Bundesländern



\*) Modellrechnung für das Jahr 2030 unter folgenden Annahmen: 1. die amtlichen Bevölkerungsvorausschätzungen (Variante mit konstanter Geburtenhäufigkeit) trifft ein und 2. die Reichweiten in den verschiedenen Alterssegmenten entwickeln sich so wie aufgrund der Entwicklung zwischen 1978 und 1998 für die Zukunft extrapoliert.

Quelle: Allensbacher Markt – Mediaanalyse AWA '78 und AWA '98, für 2030: eigene Berechnungen

Extrapoliert man die Reichweitenentwicklung der letzten 20 Jahre in die Zukunft, wird der Anteil der Unter-40jährigen regelmäßigen Zeitungsleser – unter Berücksichtigung der demographischen Alterung der Gesellschaft – von jetzt noch 32,2 Prozent auf nur noch 16,5 Prozent im Jahr 2030 sinken (Schaubild E). Wahrscheinlich wird sich diese Modellrechnung – angesichts der immer dynamischeren Entwicklung neuer Medienangebote – als noch zu optimistisch erweisen.

Befindet sich das Medium Tageszeitung – wie Marie-Luise Kiefer meint – "lebenszyklisch schon länger in der Sättigungsphase, die nun in Degeneration, also dauerhaft abnehmende Nutzung, überzugehen droht"? Dämmert an der Schwelle ins nächste Jahrtausend das 'Ende des Gutenberg-Zeitalters', das viele eigentlich schon beim Aufkommen des Fernsehmediums in den 50er und 60er Jahren erwartet hatten?

Daß Print nicht generell 'out' ist, belegt die noch immer wachsende Titelflut auf dem Zeitschriftenmarkt, vor allem auch das Angebot von 'Fanzinen', Magazinen für immer speziellere junge Fanzielgruppen. Aber auch auf dem Zeitschriftenmarkt überleben längst nicht alle Angebote. Viele 'Innovationen' erweisen sich rasch als Flops. Die Ausweitung des Zeitschriftenangebots hatte keine parallele Ausweitung der Nachfrage nach Zeitschriften zur Folge. Die Durchschnittsauflage pro Titel sinkt, die Rezipienten haben ihren Zeitschriftenhorizont nicht ausgeweitet, lesen jetzt nicht mehr verschiedene Titel als vorher.

Anfang der 70er Jahre faßte Elisabeth Noelle-Neumann die Vorzüge des Zeitungsmediums – wie z. B. räumliche und zeitliche Disponibilität, Lesen im individuellen Wahrnehmungstempo (ohne fremdbestimmtes Zeitmaß), Archivierbarkeit – in einem Vortrag mit dem optimistischen Titel 'Warum die Zeitung überleben wird' zusammen. Der entscheidende, der wirkliche Grund dafür sei, so Elisabeth Noelle-Neumann damals, daß "nicht nur eine Elite, sondern breite Bevölkerungskreise" als Fernsehzuschauer "unbefriedigt bleiben in ihrem Bedürfnis nach Verstehen der Zusammenhänge. Darum wenden sie sich zur Zeitung, darum gibt es kein Ende der Ära Gutenberg".

Heute, gut 25 Jahre später, müssen wir zunehmend in Zweifel ziehen, ob wirklich noch breite Bevölkerungskreise ausreichend neugierig sind, Zusammenhänge zu verstehen. Angesichts der überquellenden Informationsflut über immer komplexere Sachverhalte, die uns auf immer vielfältigeren Übermittlungskanälen erreichen, besteht die Gefahr, daß sich immer mehr Menschen davon überfordert mit oberflächlicher Information zufriedengeben. Ohne massives Gegensteuern zeichnet sich immer deutlicher eine 'wachsende Wissenskluff' ab zwischen einer aktiven Informationselite, die sowohl die

bleibenden Vorzüge der Printmedien als auch die zusätzlichen Informationschancen der neuen Informationstechnologien kompetent zu nutzen versteht, und dabei überforderten, passiven, primär unterhaltungsorientierten Rezipienten, die sich mit einem Minimum an Information zufriedengeben. Daß dies negative Folgen für die Verständnisfähigkeit sowie die Artikulations- und Argumentationsfähigkeit der Bürger hat, die für den lebendigen, hinreichend kompetenten Diskurs mündiger Staatsbürger in einer demokratischen Gesellschaftsordnung unerlässlich sind, kann hier nur angedeutet werden. Ob Tageszeitungen als gedrucktes Massenmedium (nicht etwa als individualisierte Online-Zeitung für eine kleine Informationselite) nicht nur kurz- und mittelfristig, sondern auch noch weit ins nächste Jahrtausend hinein überleben, hängt nicht primär ab von noch größerer Aktualität oder bloß optischen Face-liftings. Entscheidend wird dafür sein, ob es den Tageszeitungen gelingt, für breite Bevölkerungskreise, auch junge Menschen, unverzichtbar zu bleiben (oder zu werden) durch die Bereitstellung von verlässlicher Information und von Hintergrundwissen, das den Menschen die Orientierung in ihrem Lebensumfeld erkennbar erleichtert.

## Literatur

Noelle-Neumann, Elisabeth: Der Leser von morgen und die Verantwortung der Zeitungen. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (Hrsg.): Zeitungen '88. BDZV-Jahrbuch, Bonn 1988, Seite 76-91.

Kiefer, Marie-Luise: Tendenzen und Wandlungen in der Presse-, Hörfunk-Gerhards (Hrsg.): Medienrezeption seit 1945. Forschungsbilanz und Forschungsperspektiven

Noelle-Neumann, Elisabeth und Rüdiger Schulz: Junge Leser für die Zeitung. Bonn 1993.

Noelle-Neumann, Elisabeth: Wegweiser. Wie Jugendliche zur Zeitung finden. Bonn 1997.

Noelle-Neumann, Elisabeth: Warum die Zeitung überleben wird. In: ZV +ZV 68 (1971), S. 1596 – 1602. Wiederabgedruckt in: Elisabeth Noelle-Neumann: Öffentlichkeit als Bedrohung. Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung. Hrsg. von Jürgen Wilke, Freiburg, München 1976, S. 89-98.

Schulz, Rüdiger: Zur Entwicklung der Zeitungsreichweiten in den 80er Jahren. In: Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e. V. (Hrsg.): Zeitungen '90. BDZV-Jahrbuch, Bonn 1990, Seite 156-179.

Stevenson, Robert Louis: The Disappearing Newspaper Reader. Vortrag beim Meeting der Newspaper Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication, Minneapolis, August 1990.

**Dr. Rüdiger Schulz**, Institut für Demoskopie Allensbach, Radolfzellerstrasse 8, D-78476 Allensbach, e-mail: rschulz@ifd-allensbach.de