



MAGISTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Magisterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Eine neue Generation an Informationsbedürfnissen?
Empirische Kommunikator- und Rezipientenforschung.“

verfasst von / submitted by

Roman Hudernik, Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Magister der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2019 / Vienna 2019

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Magisterstudium
Publizistik- u. Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Priv.-Doz. MMag. DDr. Julia Wippersberg

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides Statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien, November 2019

Roman HUDERNIK

INHALTSVERZEICHNIS

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Eine neue Generation an Informationsbedürfnissen? Empirische Kommunikator- und Rezipientenforschung..... | 1 |
| 1.1 | Erkenntnisinteresse, Ziel der Arbeit..... | 2 |
| 1.1.1 | Erkenntnisinteresse | 2 |
| 1.1.2 | Ziel der Arbeit..... | 3 |
| 1.2 | Ausgangslage, Problemstellung | 3 |
| 1.3 | Was kann geleistet / herausgefunden werden..... | 4 |
| 1.4 | Forschungsleitende Fragen..... | 5 |
| 2 | Generation 50+, Generation Y, Generation Z | 5 |
| 2.1 | Generation Z | 6 |
| 2.2 | Generation Y (Millennials) | 6 |
| 2.3 | Generation 50+ (Baby-Boomer) | 7 |
| 3 | Digitaler Wandel in der Mediennutzung in Österreich | 7 |
| 3.1 | Digital News Report Network..... | 7 |
| 3.2 | Digital News Report 2019..... | 8 |
| 4 | Informationsbedarf | 9 |
| 4.1 | Objektiver und Subjektiver Informationsbedarf..... | 9 |
| 4.2 | Erstmaligkeit-Bestätigungs-Modell | 10 |
| 4.3 | Media-Choice-Forschung | 11 |
| 5 | Aufmerksamkeit | 12 |
| 5.1 | Aufmerksamkeit ein knappes Gut – Informationsökonomie..... | 12 |
| 6 | Informationsselektion | 17 |
| 6.1 | Selektion als journalistische Leistung..... | 17 |
| 6.2 | Nachrichtenwert-Theorie | 20 |
| 6.3 | Wichtigkeitskaskade | 21 |

| | | |
|-------|---|----|
| 7 | Fokusgruppen | 22 |
| 7.1 | Planung und Durchführung..... | 24 |
| 7.1.1 | Leitfaden für die Fokusgruppendifkussion..... | 24 |
| 7.1.2 | Räumlichkeiten | 25 |
| 7.1.3 | Evaluierung von Teststudios | 26 |
| 7.1.4 | Auswahl und Rekrutierung der Teilnehmer für die Fokusgruppe | 29 |
| 7.1.5 | Moderation | 31 |
| 7.1.6 | Transkription | 32 |
| 7.1.7 | Qualitätssicherung der Transkription | 35 |
| 7.1.8 | Datenaufbereitung für die computergestützte Auswertung und Weiterverarbeitung | 36 |
| 8 | Datenerhebung und Auswertung | 39 |
| 8.1 | Beschreibung und Analyse der Fokusgruppen..... | 39 |
| 8.1.1 | Gruppe 1 (GR1-) Teilnehmer | 39 |
| 8.1.2 | Gruppe 1 (GR1-) Diskursbeschreibung..... | 41 |
| 8.1.3 | Gruppe 2 (GR2-) Teilnehmer | 43 |
| 8.1.4 | Gruppe 2 (GR2-) Diskursbeschreibung..... | 46 |
| 8.1.5 | Gruppe 3 (GR3-) Teilnehmer | 48 |
| 8.1.6 | Gruppe 3 (GR3-) Diskursbeschreibung..... | 50 |
| 8.2 | Auswertung des „Klassischen Leser“ einer Tageszeitung..... | 52 |
| 8.2.1 | “Klassischer Leser” Gruppe 1 (GR1-) | 53 |
| 8.2.2 | “Klassischer Leser” Gruppe 2 (GR2-) | 55 |
| 8.2.3 | “Klassischer Leser” Gruppe 3 (GR3-) | 57 |
| 8.2.4 | Gruppenvergleich des „Klassischen Leser“ einer Tageszeitung | 58 |
| 8.3 | Auswertung Mediennutzung | 59 |
| 8.3.1 | Mediennutzung Gruppe 1 (GR1-)..... | 60 |
| 8.3.2 | Mediennutzung Gruppe 2 (GR2-)..... | 62 |

| | | |
|--------|---|-----|
| 8.3.3 | Mediennutzung Gruppe 3 (GR3-) | 64 |
| 8.3.4 | Gruppenvergleich Mediennutzung | 66 |
| 8.4 | Auswertung Informationsbedarf | 68 |
| 8.4.1 | Informationsbedarf Gruppe 1 (GR1-) | 68 |
| 8.4.2 | Informationsbedarf Gruppe 2 (GR2-) | 72 |
| 8.4.3 | Informationsbedarf Gruppe 3 (GR3-) | 76 |
| 8.4.4 | Gruppenvergleich Informationsbedarf | 80 |
| 9 | Beantwortung der forschungsleitenden Fragen und Hypothesengenerierung | 82 |
| 10 | Fazit und Ausblick | 85 |
| 11 | Literatur | 89 |
| 12 | Abbildungsverzeichnis | 92 |
| 13 | Tabellenverzeichnis | 92 |
| 14 | Anhang | 94 |
| 14.1 | Guideline für die Fokusgruppendifkussion | 94 |
| 14.2 | Transkription | 98 |
| 14.2.1 | Gruppe 1 (GR1-) | 98 |
| 14.2.2 | Gruppe2 (GR2-) | 118 |
| 14.2.3 | Gruppe3 (GR3-) | 136 |
| 15 | “Klassischer” Leser – handschriftliche Dokumente | 157 |
| 15.1 | Gruppe 1 (GR1-) | 157 |
| 15.2 | Gruppe 2 (GR2-) | 160 |
| 15.3 | Gruppe 3 (GR3-) | 163 |
| 16 | Abstract (Deutsch) | 166 |
| 17 | Abstract (English) | 167 |

1 Eine neue Generation an Informationsbedürfnissen?

Empirische Kommunikator- und Rezipientenforschung¹.

Information und Kommunikation sind zentrale Elemente der Informationsgesellschaft. Stetige Digitalisierung der Arbeits-, Bildungs-, Freizeit- und privaten Welten formen neue Herausforderungen für die Kommunikations- und Informationsverbreitung.

Die (benötigten) Informationen können allgegenwärtig mit Hilfe von moderner Technik in verschiedenen Situationen über verschiedene Medienkanäle und deren Kommunikationsendpunkte, in gedruckter, elektronischer Form oder via Rundfunk abgerufen werden.

Informationen werden täglich in unterschiedlichsten Formen für verschiedene Kanäle und mit unterschiedlichen Kommunikationsabsichten und Kommunikationszielen von Menschen produziert, gesucht, gefunden und konsumiert. Es ergeben sich somit unterschiedliche Situationen der Informationsverarbeitung.

Der Produzent/Kommunikator von Nachrichten steht vor der Herausforderung der Informationsselektion und muss sich unter anderem folgende Fragen stellen „Ist die vorliegende Information es wert berichtet zu werden?“, „Passt die Information in unser Konzept der Informationsvermittlung?“ aber auch Fragestellungen welche die Form der Informationsverbreitung betreffen „In welcher Form soll die Nachrichtenverbreitung passieren?“, „Welcher Kanal für die Informationsvermittlung sollte und welcher muss bedient werden?“. Diese und weitere Fragestellungen betreffen nicht nur die professionelle Produktion und Distribution von Nachrichten, sondern betreffen jeden Kommunikator, vom Chefredakteur eines Fernsehsenders bis hin zum Freizeitblogger oder gelegentlichem Verfasser eines Kommentars im Internet.

Produzenten/Kommunikatoren gehen von einem bestimmten Publikum aus, dass sie mit ihrer Informationskommunikation erreichen möchten und können.

¹ Hinweis im Sinne des Gleichbehandlungsgesetzes: Um die Lesbarkeit dieser Arbeit zu erleichtern, wird auf die Unterscheidung zwischen weiblicher und männlicher Schreibweise verzichtet. Es sind immer beide Geschlechter angesprochen.

Konsumenten/Rezipienten von Informationen stehen vor der Herausforderung die für ihre situationsbezogene Problembewältigung oder für ihr situationsbezogenes Informationsbedürfnis notwendigen Informationen zu suchen, zu finden und zu verstehen bzw. verarbeiten zu können.

Rezipienten haben im Zuge Ihrer Mediensozialisation gelernt über welche Kanäle sie welche Informationen in welchen Situationen suchen, finden und verstehen können.

Problem im Zuge der Informationsvermittlung und Verarbeitung ist auf Seiten der Kommunikatoren und der Rezipienten die der Vermittlung zugrundeliegende Komplexität. Vor allem die Fülle an vorliegenden Informationen und Informationsquellen machen es Kommunikatoren und Rezipienten gleichermaßen schwer Entscheidungen hinsichtlich der Informationsdistribution, Informationsaufnahme und Informationsverarbeitung zu treffen.

Moderne Technologien, veränderte Mediensozialisation sowie die Medien(re)sozialisation (z.B. durch Internetkurse für Menschen in Pension) formen möglicherweise die Informationsbedürfnisse einer neuen Generation.

1.1 Erkenntnisinteresse, Ziel der Arbeit

1.1.1 Erkenntnisinteresse

Kommunikatoren gehen bei der Selektion und Verarbeitung von Nachrichten (Informationen) von einem bestimmten Publikum (und dessen Bedürfnis nach Information) aus – das Publikum (der Rezipient) hat in verschiedenen Kommunikationssituationen unterschiedliche Informationsbedürfnisse, die es entsprechend zu befriedigen gilt.

Diese unterschiedlichen Informationsbedürfnisse sollten im besten Fall durch ein Medium mit redaktionell aufbereiteten Inhalten abgedeckt werden.

Das Erkenntnisinteresse der Arbeit zielt darauf hin, zu hinterfragen ob die Informationsbedürfnisse in einzelnen Peer-Groups unterschiedlich ausgeprägt sind und die inhaltliche Informationsaufbereitung und -darbietung diese eventuell vorhandenen Unterschiede abdeckt.

1.1.2 Ziel der Arbeit

Ziel der Arbeit ist die qualitative Erfassung von Informationsbedürfnissen bzw. Informationsinteressen bei Rezipienten verschiedener Altersgruppen.

Die Datenerhebung erfolgt in Form von Fokusgruppen. Die Fokusgruppen wurden in den Altersgruppen 16-22 (Generation Z), 35-40 (Generation Y), 55-60 (Generation 50+ im Informationszeitalter) organisiert, in denen die spezifischen Informationsbedürfnisse in den jeweiligen Gruppen diskutiert wurden.

Grundlage war die Vorlage einer tagesaktuellen Zeitung (Krone, Österreich), die von den Teilnehmern nach einem ersten Diskussionseinstieg in das Thema Mediennutzung durchgeblättert wurde – danach wurde als Diskussionsimpuls die Frage gestellt ob die vorhandenen Informationen das Informationsbedürfnis befriedigen konnte und ob alle „wichtigen“ Informationen enthalten sind bzw. ob Informationen fehlen.

1.2 Ausgangslage, Problemstellung

Eine Fülle an Informationen werden täglich angeboten bzw. begeben sich Rezipienten passiv oder aktiv auf Informationssuche um bestimmte Aufgabenstellungen des täglichen Lebens zu lösen, sich zu informieren und orientieren oder zu unterhalten. Dabei ist jeder Kommunikator, der Informationen vermitteln will bestrebt die Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen und so das Ziel, die Rezipienten und die Deckung deren Informationsbedürfnisse zu erreichen. Damit eine Information zur Nachricht wird, werden (durch Kommunikatoren) Selektionskriterien an Information angelegt. Entspricht die Information den angelegten Selektionskriterien wird die Nachricht publiziert. Um die Nachricht in weiterer Folge auf dem für sie optimal gewählten Kommunikationskanal verbreiten zu können muss diese kanalspezifisch aufbereitet werden. Redaktionen (Kommunikatoren) bereiten die Nachricht basierend auf der Vorstellung über ihre Leser (Rezipienten) und der Vorstellung über deren Informationsbedürfnissen auf. Es besteht also eine gewisse antizipative Sicht der Journalisten auf das Publikum und auch auf die Erwartungen des Publikums hinsichtlich des Inhaltes und der Darstellung in bestimmten Kommunikationssituationen. Rezipienten wiederum konsumieren aufgrund ihrer bisherigen Erfahrungen mit Medien bzw. aus Gewohnheit in bestimmten Situationen bzw. für die Lösung von aktuellen Problemstellungen bestimmte Informationsangebote um ihren Informationsbedarf zu decken.

Unterschiedliche Medien und Informationskanäle benötigen unterschiedliche Aufbereitung und Darstellung von Informationen. So bietet u.a. die Nachrichtenwert-Theorie dabei eine Orientierungsfunktion hinsichtlich der häufig, praktisch angewendeten Selektionskriterien für Informationen in Redaktionen.

Wie Rezipienten die Darstellung der Informationen und die Auswahl von Informationen empfinden bzw. welche Kommunikationskanäle zur Deckung des Informationsbedarfes gewählt werden gilt es empirisch zu erfragen und zu analysieren.

1.3 Was kann geleistet / herausgefunden werden

Auf der Seite der Rezipienten kann das Informationsverhalten bzw. der Informationsbedarf in unterschiedlichen Kommunikationssituationen erhoben werden. Rezipienten können über die individuellen Erfahrungen und Lösungsstrategien zur Informationsbeschaffung und Informationsverarbeitung berichten. Durch die Organisation von altershomogenen Fokusgruppen können möglicherweise vorhandene Unterschiede von Informationsbedürfnissen zwischen den (Alters-)Gruppen herausgefunden werden. Kern dieser Arbeit ist die qualitative Analyse dieser möglicherweise vorhandenen Unterschiede an Informationsbedürfnissen der jeweiligen Generation.

Weiterführend könnte die antizipative Vorstellung bei Redakteuren über ihr Publikum und die Vorstellung über die jeweilige Publikumserwartung erfasst werden. Im Zuge einer solchen Erhebung könnten auch die Methoden der Selektion und der Aufbereitung von Nachrichten auf der Seite der Informationsproduzenten (z.B. einer Redaktion) berücksichtigt werden. Diese mögliche Weiterführung des Themas wird in dieser Arbeit nicht ausgeführt, könnte aber eine durchaus interessante Grundlage zur Gegenüberstellung und Analyse sein.

1.4 Forschungsleitende Fragen

Basierend auf dem gewählten qualitativ induktiven Forschungsansatz und dem darauf basierenden Forschungsdesign der Fokus-Gruppendiskussion sollen die folgenden Forschungsfragen als Basis für die qualitative Inhaltsanalyse dienen.

1) Welche Unterschiede sind zwischen den alterskohärenten Fokusgruppen hinsichtlich der Mediennutzung feststellbar?

2) Welche Unterschiede sind zwischen den alterskohärenten Fokusgruppen hinsichtlich des Informationsbedarfes feststellbar?

2 Generation 50+, Generation Y, Generation Z

Das PEW Research Center führt als die Grenzen für die Generation Y (Millennials) die Geburtsjahrgänge von 1981 bis 1996 an, die Generation Z umfasst die Geburtsjahrgänge ab 1997. Die aktuelle Generation 50+ umfasst laut PEW die Generation der Baby-Boomer und schließt die Geburtsjahrgänge 1928-1945 der Generation X ein (vgl. Dimock 2019).

The generations defined

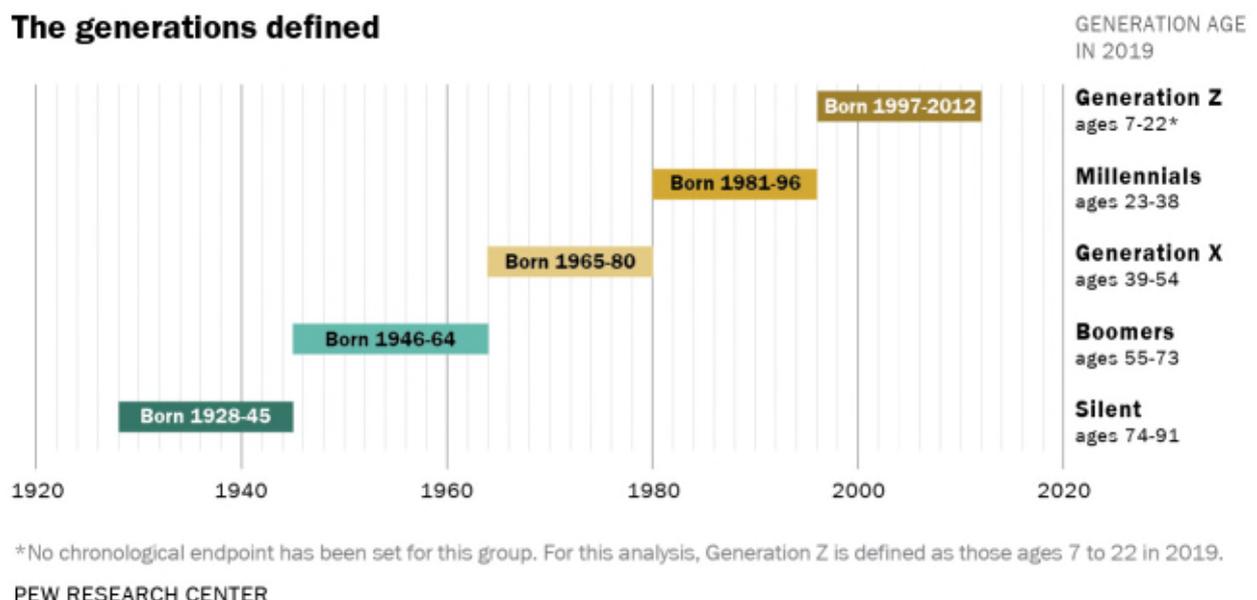


Abb. 1 The generations defined (Dimock 2019)

2.1 Generation Z

Nach Brademann und Piorr (2019, 347) wird die Generation Z durch jene Wertvorstellungen beeinflusst, die sich durch den gesellschaftlichen Wandel zur Informationsgesellschaft gebildet haben (vgl. Brademann und Piorr 2019, 347f).

Mangelsdorf (vgl. 2015, 23) führt die Werte Informationsfreiheit, Vernetzung, Unverbindlichkeit, Sicherheit, Integrität, Unternehmergeist, Sparsamkeit, Stabilität, Zweckmäßigkeit und Erfüllung als jene an, die durch die Mitglieder der Generation Z vertreten und gelebt werden (vgl. Mangelsdorf 2015, 23).

Zum aktuellen Zeitpunkt gestaltet es sich noch schwierig eine wirkliche Abgrenzung zur davorliegenden Generation Y zu definieren, da sich die Mitglieder der Generation Z gerade in den Jahren ihrer Prägung befinden (vgl. Mangelsdorf 2015, 20).

2.2 Generation Y (Millennials)

Schulenburg (vgl. 2016, 7) führt aus, dass es in der Literatur keine eindeutige Definition der Generation Y zu finden ist. Diskutiert wird nicht nur die grundsätzliche Existenz der Generation Y sondern auch die Ursachen für die Veränderung sowie die Merkmale von Mitgliedern dieser Generation.

Um die „wesenseigenen Merkmale“ (Schulenburg 2016, 9) der Generation Y zu identifizieren hat Schulenburg aus Forschungsarbeiten 50 Eigenschaften der darin angeführten Merkmale gefiltert und gegenüber gestellt.

Ergebnis ist dieser Gegenüberstellung sind die folgenden Eigenschaften, die Mitglieder der Generation Y, nach Schulenburg, beschreiben (vgl. Schulenburg 2016, 10)

- Hohe Globalität
- Hohe Informationalisierung
- Starke Leistungsorientierung
- Hohes Ausbildungsniveau
- Starke Gemeinschaftsorientierung
- Hohes Maß an Flexibilität
- Geringe Machtdistanz
- Starkes Selbstbewusstsein
- Hohe Freiheitsorientierung
- Starke Skepsis

Schulenberg gibt weiter zu bedenken, dass die Mitglieder einer Generation auch Individuen sind, die eine einzigartige Persönlichkeit mit sich bringen und diese im Einzelfall immer zu berücksichtigen ist (vgl. Schulenburg 2016, 10).

2.3 Generation 50+ (Baby-Boomer)

Die Generation der Baby-Boomer ist in den Nachkriegsjahren groß geworden, einer Zeit die sich durch Optimismus, Stabilität und Wohlstand ausgezeichnet hat. Die durchgängige positive Entwicklung der Wirtschaft ermöglichte den Mitgliedern dieser Generation andere Wege als ihre Eltern einzuschlagen. Bei der Beschreitung neuer Wege wurde entweder versucht die Erwartungen der Eltern zu erfüllen oder sich dagegen aufzulehnen (vgl. Mangelsdorf 2015, 14).

Mitgliedern der Baby-Boomer Generation werden mit den Eigenschaften Pflichtbewusstsein, Konfliktvermeidung, Tatkraft, Teamorientierung und Optimismus beschrieben (vgl. Mangelsdorf 2015, 22)

3 Digitaler Wandel in der Mediennutzung in Österreich

3.1 Digital News Report Network

Der Digital News Report Österreich ist seit 2015 Teil des Digital News Project, eines weltweiten Studienprojektes des Reuters Institute for the Study of Journalism (RISJ), welches seit 2012 in 38 Ländern in Europa, Asien, Australien sowie Nord- und Südamerika die Daten des digitalen Nachrichten-Nutzungsverhaltens erhebt. In Österreich wird dies durch den Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg koordiniert. Die österreichischen Nutzungs-Daten sind ab 2015 als Teil des Reuters-Gesamtberichtes verfügbar. Im Jahr 2017 wurde das Digital News Report Network mit Beteiligung der APA, DerStandard, Kleine Zeitung, OÖ Nachrichten, Russmedia, Salzburger Nachrichten, Tiroler Tageszeitung und der Wiener Zeitung (DNRNA 2019) gegründet, im Sommer 2017 wurden der ORF und Kurier ein Teil des Netzwerkes und seit Sommer 2019 ist die VGN Holding ebenfalls ein Teil des Digital News Report Network (DNRNA 2019). Durch die intensive Beteiligung der österreichischen Medienunternehmen ist es aktuell möglich die Daten in einem hohen Detaillierungsgrad auszuwerten (vgl. DNRNA 2019).

3.2 Digital News Report 2019

Die Erhebung zum Digital News Report wird von YouGov Plc als Partner von RISJ online durchgeführt. Die Einladung zur Befragung wird als Zufallsstichprobe aus einem bestehenden Panel generiert. Die Fragen an die Teilnehmer der Studie werden zwischen allen Beteiligten des Studienprojektes (Universität Salzburg, RISJ und YouGov Plc) abgestimmt, die Grundgesamtheit der Befragten wird mit der österreichischen Demographie abgeglichen. Die Daten und Ergebnisse des Digital News Report sind somit für Österreich repräsentativ. Für das Jahr 2019 wurde die Datenerhebung im Zeitraum vom 17. Jänner 2019 bis 20. Februar 2019 durchgeführt (vgl. Gadringer u. a. 2019, 19).

Die Studienergebnisse 2019 belegen, dass 62,5% der Österreicher grundsätzlich interessanten Schlagzeilen folgen, und darauf basierend, ein bis fünf Mal am Tag Nachrichten konsumieren. Der Anteil der gelegentlichen Nutzer ist rückläufig und liegt aktuell bei 12,5%. Ein Viertel der Befragten sind richtige Nachrichten Poweruser mit einer Nachrichtennutzung von mindestens sechs Mal täglich. Das Interesse an Nachrichten liegt bei älteren Befragten bei 69,4%. Die Österreicher können als „an Nachrichten interessierte“ Rezipienten beschrieben werden, denn der diesbezügliche Anteil der Befragten liegt bei 93,7%. Aktuell zeigt sich bei der Nutzung von traditionellen Medien gegenüber digitalen Medien ein nahezu ausgeglichenes Verhältnis von 49,3% der Befragten, die online und offline Nachrichten rezipieren. Es kann jedoch beobachtet werden, dass die Nutzung von traditionellen Medien in den letzten Jahren tendenziell rückläufig ist. TV und Zeitungen sind die beliebtesten Quellen für Nachrichten der Österreicher. 64,7% nutzen TV, 31% davon als Hauptnachrichtenquelle. Zeitungen werden von 53,5% zur Rezeption von Nachrichten genutzt, 18,8% nutzen Zeitungen als Hauptnachrichtenquelle. In diesem Bereich zeigt sich ein Generationentrend, ältere Menschen bevorzugen die klassische Nutzung von Medien, während die jüngeren Befragten eher die sozialen Medien als Quelle für Ihre Nachrichten angeben (vgl. Gadringer u. a. 2019, 16).

Im Bereich der offline Nachrichten führen 8 TV Sender (davon 3 deutsche Sender) und 2 Tageszeitungen das Ranking der Markennamen an, als online Nachrichtenmarke ist

das ORF Network das am häufigsten genutzte, gefolgt von den online Angeboten etablierter Medienorganisationen. Social Media ist für 36% der 18-24 jährigen die hauptsächliche Nachrichtenquelle. Über Social Media Angebote werden 30,2% der Befragten auf eine online Nachrichtenseite weitergeführt. 27% der Befragten gaben an Nachrichten selbst zu veröffentlichen oder Nachrichten zu kommentieren. 69,8% der 18-24 jährigen gaben an, online Nachrichten zu kreieren oder kommentieren. 17,2% teilen Nachrichten über Instant Messaging-Angebote. 9,1% der Befragten gaben an für online Nachrichten bezahlt zu haben. Die Anteile der jüngeren Befragten die für online Nachrichten bezahlt haben liegt im Vergleich zu allen Befragten leicht über dem Gesamtwert (18-24: 14,4%; 25-34 12,6%; 35-44: 11,2%) (vgl. Gadringer u. a. 2019, 16f).

Hinsichtlich der Aktualität werden die österreichischen Medien von 65,7% der Befragten positiv bewertet. Für vier von zehn Befragten unterstützt die Gestaltung der Nachrichten beim Verstehen von Ereignissen, der gleiche Anteil an Befragten empfindet die Berichterstattung aber auch als zu negativ. 36,5% der Befragten finden die Berichterstattung als für sich persönlich nicht relevant. Das allgemeine Vertrauen in Nachrichtenmarken hat im Vergleich zum Vorjahr abgenommen. Als vertrauenswürdig gilt der ORF und die österreichische Qualitätspresse (vgl. Gadringer u. a. 2019, 17).

4 Informationsbedarf

4.1 Objektiver und Subjektiver Informationsbedarf

Die Beschäftigung mit Informationen im Produktionsprozess ist im Vergleich zu den klassischen Faktoren der Produktion wie Arbeit, Kapital oder Boden eher neu. So ist auch die Information und die Kommunikation der Information Basis für das gegenseitige Vertrauen der Akteure im Kommunikationsprozess bei welchem enge Wechselwirkungen bestehen (vgl. Picot, Reichwald, und Wigand 2003, 79).

Picot/Reichwald/Wigand (2003) definieren Informationsbedarf als „Art, Menge und Qualität der Informationen, die eine Person zur Erfüllung ihrer Aufgaben in einer bestimmten Zeit benötigt“ (Picot, Reichwald, und Wigand 2003, 81).

Der Informationsbedarf kann „objektiv“ oder „subjektiv“ betrachtet werden – der objektive Informationsbedarf ist auf die zu erfüllende Aufgabe ausgerichtet und gibt die Art und Menge der benötigten Informationen an um eine Aufgabe zu bewältigen. Der subjektive Informationsbedarf wird durch den Ausführenden bestimmt und umfasst den Umfang der Informationen, die von dem subjektiven Empfinden der Person aus für die Bewältigung einer Aufgabe benötigt werden. So weicht der subjektive Informationsbedarf vom objektiven Informationsbedarf ab. Ziel von Informationsmanagement sollte es nach Picot/Reichwald/Wigand (2003) sein, dass sich der subjektive Informationsbedarf und der objektive Informationsbedarf annähern (vgl. Picot, Reichwald, und Wigand 2003, 81).

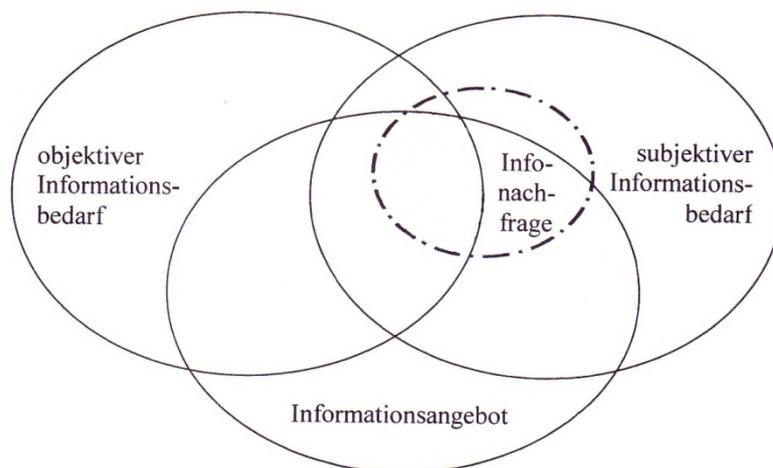


Abb. 2 Informationsbedarf und Informationsversorgung (vgl. Picot, Reichwald, und Wigand 2003, 82)

4.2 Erstmaligkeit-Bestätigungs-Modell

Das Erstmaligkeits-Bestätigungs-Modell von Ernst und Christine von Weizsäcker (1974), zit.n. Picot, Reichwald, und Wigand (2003, 82f) geht von einem engen Zusammenhang zwischen Information und vorangegangener Erfahrung aus. So darf eine Information „weder zuviel an Erstmaligkeit von Erfahrungsbeständen noch ein zu hohes Maß an Bestätigung bereits gemachter Erfahrungen“ (Picot, Reichwald, und Wigand 2003, 82) vermitteln um eine handlungsstiftende Wirkung zu entfalten. Bei diesem Modell ist der Rezipient bei „vollständiger Erstmaligkeit“ nicht in der Lage die Informationen in einen Bezugsrahmen einzubetten und Konsequenzen für sein Handeln abzuleiten. Die Information bleibt somit wirkungslos. Je mehr Informationen einer Nachricht jedoch mit bereits vorhandenen Erfahrungen und Erlebnissen

korrespondieren, desto weniger Neues kann sie vermitteln und bleibt ebenfalls wie die Nachricht mit vollständiger Erstmaligkeit wirkungslos (vgl. Picot, Reichwald, und Wigand 2003, 81).

4.3 Media-Choice-Forschung

Die Media-Choice Forschung beschäftigt sich mit dem engen Zusammenhang zwischen der Aufgabe der Kommunikation und des gewählten Kommunikationsweges. Wenn Kommunikation nicht face-to-face erfolgt muss vom Kommunikator ein Medium gewählt werden um die Kommunikation zu bewerkstelligen. Es ist jedoch nicht unerheblich welche Form des Kommunikationsweges ausgewählt wird um die Kommunikation erfolgreich durchzuführen.

Die Theorie der subjektiven Medienakzeptanz geht davon aus, dass persönliche Faktoren wie Arbeitsstil bzw. die eigenen Präferenzen hinsichtlich der Kommunikation entscheidend für die Wahl des Kommunikationskanales sind.

Der Social-Influence-Ansatz legt die Akzeptanz eines bestimmten Kommunikationskanales durch die Kommunikationspartner für die Wahl des Kommunikationsweges zugrunde.

Im aufgabenorientierten Ansatz sind die Vereinbarkeit und Übereinstimmung des Kommunikationskanales mit der (geschäftlichen) Aufgabenstellung jener Faktor, der die Wahl des Kommunikationsweges bestimmt.

In der Media-Richness-Theorie von Daft und Lengel (1984, 1986) zit.n. Picot, Reichwald, und Wigand (2003, 111f) fällt die Wahl des Kommunikationskanales basierend auf der durch den Kanal zur Verfügung gestellten Kommunikationsmöglichkeiten. So entscheiden eventuelle notwendige Rückkopplungen welche Form des Kommunikationskanales verwendet wird (z.B. Email oder Videokonferenz) (vgl. Picot, Reichwald, und Wigand 2003, 106f).

5 Aufmerksamkeit

5.1 Aufmerksamkeit ein knappes Gut – Informationsökonomie

„Zwei Tendenzen beherrschen die Wahrnehmung des aktuellen Wandels der Gesellschaft. Es sind die fortschreitende Ökonomisierung des Gesellschaftsprozesses und die Entmaterialisierung der wirtschaftlichen Wertschöpfung. [...] Mit der ökonomischen Durchrationalisierung einher geht der Wandel von der Industrie- zur Informationsgesellschaft. Die Wissensproduktion beerbt die Führungsrolle der Schwerindustrie, Datenströme ersetzen Güterströme, neue Medien verdrängen alte Marktplätze.“ (Franck 2014, 193).

Franck (2014) führt weiter aus, dass sich durch den gesellschaftlichen Wandel nicht etwa der Stellenwert von Information ändert, sondern diese eher eine „nicht mehr zu bewältigende Flut“ (Franck 2014, 193) darstellt. Durch diese Flut entsteht in der Verarbeitung dieser Informationen ein Engpass, da jedem Individuum nur eine (natürlich) begrenzte Kapazität an Aufmerksamkeit für die Informationsverarbeitung zur Verfügung steht. Franck (2014) beschreibt mit der Ökonomie der Aufmerksamkeit seine zentrale These, dass es sich bei der Aufmerksamkeit um ein knappes Gut handelt und in der Informationsgesellschaft dem Geld Konkurrenz macht. Verfügbare bzw. zur Verfügung gestellte Informationen „ringen“ um die jeweils individuell verfügbare Aufmerksamkeit, da „jeder Akt des Verstehens Ressourcen in Anspruch nimmt, die alternativ zu verwenden wären“ (Franck 2014, 194). Diese individuell verfügbaren, knappen Ressourcen „können lediglich mehr oder weniger effektiv verwendet werden“ (Franck 2014, 194) und sind nicht beliebig generierbar. Franck (2014) definiert die Informations- bzw. Wissensgesellschaft als jene Gesellschaft, in welcher die effiziente, mental-individuelle Verarbeitung von Informationen einer größeren Bedeutung zugemessen wird, als die Effizienzsteigerung von physischer Energiegewinnung (vgl. Franck 2014, 194).

Neben der Wissenschaft identifiziert Franck (2014) die Medien als einen der Bereiche in der Wissensgesellschaft die „Output der Öffentlichkeit zur freien Verfügung stellt“ (Franck 2014, 195). Für diese Bereiche, vor allem für den Bereich der Medien beschreibt Franck (2014), dass die Zahlungsbereitschaft für den Output von einer anderen Währung (der Aufmerksamkeit) Konkurrenz bekommt. Geld, so postuliert

Franck (2014) weiter „ist auch und gerade als Form des Einkommens nicht mehr alles“ (Franck 2014, 196).

Aufmerksamkeit bildet nach Franck (2014) auch die Grundlage der Prominenz, die Franck (2014) neben dem Geld als neue Währung und als das durch die Mitglieder der Wissensgesellschaft angestrebte Ziel identifiziert. Franck (2014) erkennt dies vor allem bei den „Geistesarbeitern“ in der Wissens- bzw. Informationsgesellschaft und meint, dass auch die Berufswahl unter Berücksichtigung dieses Aspektes getroffen wird. So führt Franck (2014, 197) aus, dass wissenschaftliche Karrieren bewusst, aufgrund des möglicherweise zu erlangenden Ruhmes und der damit verbundenen Aufmerksamkeit, anstatt gut dotierter Stellen in der Wirtschaft gewählt werden.

(Franck 2014, 197) definiert „Reputation, Renommee, Prestige, Prominenz und Ruhm“ als „Formen des Reichtums an eingenommener Aufmerksamkeit“ wodurch wiederum das Selbstwertgefühl der Mitglieder der Wissens- und Informationsgesellschaft gebildet wird.

Über die Medien werden laut Franck (2014, 198) mit kalkulierte Aufwand, technisch reproduzierte Informationen verbreitet. Die Medien selbst bestehen nicht durch den Verkauf dieser Informationen, sondern durch das Schaffen und das Lenken der Aufmerksamkeit des erreichten Publikums bzw. der Rezipienten.

So definiert Franck (2014) die Aufmerksamkeit als „Maß für den Nutzwert von Informationen“ und als die „Währung des immateriellen Einkommens (Franck 2014, 198)“. Neben der Bedeutung als immaterielles Einkommen führt Franck (2014) die Aufmerksamkeit auch als Indikator für den ökonomischen Wert von Informationen an. Informationen die keine Aufmerksamkeit erlangen haben keinen ökonomischen Wert. Würden nur Informationen publiziert werden für die auch Geld gezahlt wird, gäbe es die Flut an Informationen nicht und das Verhalten der Produzenten von Informationen im Wissenschaftsbetrieb bzw. im Internet wäre unvernünftig (vgl. Franck 2014, 199).

Die Aufmerksamkeit wird bei Zeitungen über die Auflage, bei Radio und Fernsehen über die Einschaltquote und im Internet über die Seitenbesuche quantifiziert und in einen monetären Gegenwert umgerechnet. Die Informationsproduzenten müssen herausfinden was die Rezipienten lesen, sehen oder hören wollen um die Aufmerksamkeit des Publikums für sich zu gewinnen (vgl. Franck 2014, 200).

Nach Franck (2014) finanzieren sich Buchdruck und die Presse noch vorwiegend über den Verkauf von Informationen, das öffentlich-rechtliche Fernsehen und Radio durch

eine (Teil-)Finanzierung über Gebühren, das private Fernsehen und Radio hingegen ausschließlich über die Vermarktung von Attraktionen und somit in weiterer Folge durch den monetären Gegenwert der Einschaltquote. Eine Analogie zum privaten Fernsehen und Radio sieht Franck (2014, 200) im Internet, in dem der Informationswert ausschließlich über die Besucherzahlen einer Webseite gemessen wird und die Information „kostenlos“ zur Verfügung gestellt wird.

Der Kampf um die öffentliche Aufmerksamkeit wird nach Nolte (2005) durch den Anstieg von individualisierten medialen Angeboten, der Verbreitung von Privatfernsehangeboten sowie des Internets sichtbar. So skizzieren der österreichische Architekt Georg Franck und der US-Ökonom Michael H. Goldhaber bei dem Übergang zur Informationsgesellschaft eine neue immaterielle Ökonomie in der Aufmerksamkeit als zentrales Element behandelt wird. Aufmerksamkeit ist aufgrund ihrer natürlichen Begrenztheit immer eine knappe Ressource, die nicht (wie Geld) vermehrbar ist. Das Erreichen von Aufmerksamkeit geht auch mit gesellschaftlicher Beachtung einher, welche die Anhäufung materieller Güter in der Informationsgesellschaft abgelöst hat. Aufmerksamkeit als immaterieller Wert kann erst durch weitere zur Verfügungsstellung von z.B. Personen oder Themen die mit Aufmerksamkeit geladen sind in materielle Werte wie Geld von Sponsoren oder Spenden von Menschen umgesetzt werden (vgl. Nolte 2005, 48ff).

„Im Bereich der Medien aber, so argumentieren Goldhaber und Franck, ist Aufmerksamkeit eine homogene Währung, messbar in Auflage, Einschaltquote, Pagevisits, Reichweite, Besucherzahlen oder Meinungsumfragen“ (Nolte 2005, 51).

Medien haben in der Informationsgesellschaft ähnliche Funktionen wie Finanzinstitute und können die Aufmerksamkeit durch Meldungen gezielt auf bestimmte Personen oder Ereignisse lenken. Es werden jedoch durch die Medien bestimmte Kriterien angewendet, sodass die getätigten Investitionen an Aufmerksamkeit dann durch die Aufmerksamkeit der Rezipienten an einer bestimmten Person oder Ereignis (sozusagen mit Zinsen) wieder eingebracht werden (vgl. Nolte 2005, 51f).

Nolte (2005) definiert die kognitive (also individuelle) Aufmerksamkeit als Grundbaustein ohne die, die öffentliche Aufmerksamkeit nicht möglich wäre (vgl. Nolte 2005, 52f).

Peters (1996) weist darauf hin, dass Medien „auf hohe Einschaltquoten bzw. Verkaufszahlen“ angewiesen sind und „daß das, was sie vermitteln auch konsumiert wird. Insofern ist zu vermuten, daß sie versuchen, die Wünsche des Publikums antizipierend zu berücksichtigen. Dies dürfte vor allem für den Unterhaltungsbereich gelten. Darüber, inwieweit die Medien tatsächlich Publikumsvorlieben antizipieren, liegen weniger gesicherte Kenntnisse als Spekulationen vor und diese beziehen sich am häufigsten auf Nachrichtensendungen.“ (Peters 1996, 96f).

Andreas Emmerich hält im Zuge von Journalisteninterviews fest, dass die Orientierung am Publikum bei der Nachrichtenauswahl eher gering sei und die Journalisten eher „angebotsorientierten Journalismus“ praktizieren, wobei sich Journalisten selbst fragen ob die Information sie interessiere und erst dann entscheiden ob dies beim Publikum der Fall sein könnte (vgl. Peters 1996, 97).

Die öffentliche Aufmerksamkeit wird also größtenteils durch die Medien definiert und gelenkt, die wiederum hinsichtlich ihrer Kommunikate auf die individuelle Aufmerksamkeit von Rezipienten angewiesen sind um das Aufmerksamkeits-Investment und die Selektionsleistungen „refinanziert“ zu bekommen bzw. durch entsprechende Auflagenzahlen oder Einschaltquoten Werbeeinnahmen und somit Geld für die Informationsproduktion und Informationsselektion zu lukrieren.

Rezipienten wiederum haben ein natürlich begrenztes Aufmerksamkeitskapital das sie medialen Angeboten zuteilen können – in weiterer Folge entsteht ein Wettbewerb von Medien um die Aufmerksamkeit der Rezipienten – Selektion und Informationsaufbereitung müssen also auf der Produktionsseite angepasst werden um die vom Publikum erwartete Informationsleistung optimal zu erbringen und um sich so die Aufmerksamkeit im besten Fall für bestimmte Informationsbedürfnisse (wie z.B. Nachrichten, Kultur, etc.) dauerhaft zu sichern und so Rezipienten an ein Medium zu binden (z.B. Leser-Blatt-Bindung).

Ähnlich sehen Liesem und Kränicke (2011) die Aufmerksamkeit als Währung für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und beschreiben die Public-Relations Arbeit als „Buhlen um die Gunst des Lesers“ und somit „ständigen Kampf um Aufmerksamkeit“ (vgl. Liesem und Kränicke 2011, 11). Aufmerksamkeit wird von Liesem und Kränicke (2011) im gerade digitalen Zeitalter als wertvolles Gut gesehen. Weiter wird ausgeführt, dass wir im Gegensatz zu früher einer kontinuierlichen Flut von Informationen ausgesetzt sind. Vor-digitale Informationswellen konnten auf das morgendliche Lesen der Zeitung, das Radiohören tagsüber und das Fernsehen am Abend festgelegt werden. Die Informationsvermittlung ist also hauptsächlich über die Zeitung, das Radio und das Fernsehen erfolgt. Die Informationsvermittlung kann nicht mehr auf die „klassischen“ Informationskanäle zurückgeführt werden die Grenzen von Print und audio- visuellen Medien verschwimmen mit der Nutzung von Computern und dem Internet. Liesem und Kränicke (2011) führen an, dass die Deutschen bereits 2009 wesentlich mehr Zeit mit dem mobilen Internet als mit dem Lesen von Zeitungen/Zeitschriften verbringen. 4,6 Stunden pro Woche wird mit Zeitung lesen verbracht, 7 Stunden pro Woche wird das Internet mobil genutzt, der Zeitaufwand um sich mit Magazinen zu beschäftigen lag bei durchschnittlich 3,6 Stunden. Weiter wird angeführt, dass im Jahr 2010 bereits 100 Prozent der 14-19 jährigen, 98,4 Prozent der 20-29 jährigen und 89,9 Prozent der 30-39 jährigen online sind (vgl. Liesem und Kränicke 2011, 11f).

Die Herausforderung liegt darin Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden. Relevante Informationen könnten in der Informationsflut nicht entsprechend wahrgenommen werden. Dies kann sogar so weit gehen, dass der Informationsempfänger gar nicht mehr in der Lage ist eine „Relevanz“-Entscheidung zu treffen und der „Informationspathologie“, die einen Überfluss an Informationen bei gleichzeitigem Fehlen von relevanten Informationen um Entscheidungen treffen zu können beschreibt, unterliegen (vgl. Liesem und Kränicke 2011, 12f).

6 Informationsselektion

6.1 Selektion als journalistische Leistung

Kienböck (1995) gibt in Ihrer Studie an, dass die Auswahl der Berichte bei dem österreichischen Magazin News zu 29% aufgrund von Diskussion mit Kollegen, 14% durch den Ressortleiter, 7% durch Chefredakteur und Herausgeber und zu 50% durch die Redaktionssitzung bestimmt wird. Die Themenwahl bei der Wirtschaftswoche wird zu 44% aufgrund von Diskussion mit Kollegen, 11% durch den Ressortleiter, 17% durch Chefredakteur und Herausgeber und zu 28% durch die Redaktionssitzung bestimmt (vgl. Kienböck 1995, 94)

Die Frage nach dem persönlichen Einfluss eines Redakteurs bei der Themenauswahl wurde von den Befragten fast durchgängig mit ja beantwortet – somit findet ein „Vorselektionsprozess“ durch den Journalisten statt – nur ein geringer Anteil (5-10%) der Berichte muss aufgrund eines Auftrages (durch einen vorgesetzten Redakteur) geschrieben werden. Weiter gaben die Redakteure an ein Bild ihrer Leserschaft zu haben also ihren Durchschnittsrezipienten „zu kennen“ (vgl. Kienböck 1995, 116f)

Die Nachrichtenwerte der beiden Redaktionen unterscheiden sich nur durch drei Aspekte die als „blattspezifisch“ bezeichnet werden können (News: aufregend, sexy, spannend; Wirtschaftswoche: ein guter Aufriss, neue Trends, praktische Auswirkungen auf die Wirtschaft). Werte wie spektakulär, etwas völlig Neues, muss Masse interessieren, einen neuen Aspekt haben, Themen die aktuell sind/Skandale, Exklusivität und Aktualität wurden als Selektionskriterien in beiden Redaktionen angegeben (vgl. Kienböck 1995, 119f).

Kienböck (1995) hält auch fest, dass die Auswahl der Informationen vom jeweiligen Redaktionstyp abhängig ist. Weiter werden Unterschiede bei Redakteuren die in einem Großraumbüro sitzen und jenen die in Einzelbüros sitzen festgestellt. Redakteure in einem Großraumbüro scheinen einen ständigen Informationsaustausch zu pflegen (wodurch die Redaktionssitzung an Entscheidungseinfluss verliert) während hingegen Redakteure in Einzelbüros weniger Informationsabgleich mit ihren Kollegen pflegen (vgl. Kienböck 1995, 126).

Zusammenfassend zeigt der Vergleich der Ergebnisse der Redaktionen von News und Wirtschaftswoche Unterschiede in dem Vorgehen zur Auswahl von Informationen.

Hohlfeld (2003) fasst aufgrund von Überlegungen und Literaturrecherche von Journalisten hinsichtlich ihres Interesses am Publikum folgende Annahmen:

- Journalisten sind nicht zentral an Medienforschung interessiert. Erkenntnisse werden erst beachtet, wenn die tägliche Arbeit erledigt ist
- Wenn Journalisten selbst mit der Medienforschung beauftragt werden oder kontinuierlich Informationen aus der Medienforschung vorliegen werden diese Ergebnisse als brauchbares Mittel zur Hilfe von den Rezipienten angenommen
- Journalisten stehen einer Orientierung und Anpassungszwängen an Publikumsbedürfnisse nicht abgeneigt gegenüber, da daraus eine Massenakzeptanz resultiert
- Medienforschung wird zur Optimierung verwendet – eine Erfolgskontrolle aufgrund von Ergebnissen der Medienforschung wird abgelehnt
- Selektiver Umgang mit Ergebnissen der Medienforschung. Unterstützende Daten werden angenommen, von der eigenen Position abweichende Daten werden ignoriert
- Qualitative Forschung und Ergebnisse werden kritisch hinterfragt und bezweifelt, wenn sie dem journalistischem Bauchgefühl oder der Intuition widersprechen
- Repräsentativität der Ergebnisse ist ein bedeutender Faktor für die Glaubwürdigkeit der Medien- und Publikumsforschung aus der Sicht von Journalisten
- Die Interpretation der Ergebnisse ist interessant – Rohdaten werden kaum gesichtet und selbstständig interpretiert
- Hörfunkjournalisten bilden sich ein Bild ihrer Rezipienten durch direkten Kontakt mit Hörern
- Journalistische Produkte werden von kommerziellen Medienforschungsinstituten oft nicht gut gekannt – hier wird den Forschern vorgeworfen sich nicht genug in die Rolle des Rezipienten versetzen zu können
- Planungsforschung ist ein wichtiger Bestandteil der Medienforschung (Abschätzung von Publikumspotential von neuen Formaten)

- Weiterleitung von Forschungsergebnissen hängt von der Redaktionsgröße und Art der Organisation ab. Kleine Redaktionen geben seltener Forschungen in Auftrag.
- Ältere Journalisten stehen einer sozialwissenschaftlichen Kontrolle skeptisch bis ablehnend gegenüber (aufgrund ihres Besitzstanddenkens und der Angst Quotenvorgaben nicht erfüllen zu können)

Für Journalisten in Kultur- und Nachrichtenredaktionen ist das Publikum und die damit verbundene Forschung weniger interessant als für andere Ressorts (vgl. Hohlfeld 2003, 194ff).

Hohlfeld (2003) geht nach Charles H. Cooley (1902) davon aus, dass der Kommunikator sich einen Rezipienten erfindet und mit ihm in eine „imaginary conversation“ eintritt und nimmt ein Alter Ego vorweg ohne die Selektionsleistungen und journalistisches Arbeiten nicht möglich ist. Um das Alter Ego zu bilden behilft sich der Kommunikator mit einem konstruierten feedforward, einer Verkoppelung (Rühl 1987, 113, zit.n. Hohlfeld 2003, 247) von Kommunikator und Rezipient (vgl. Hohlfeld 2003, 247).

„Eines hat sich jedoch auch nach der Journalismusforschungswelle der frühen neunziger Jahre kaum geändert: Die Vorstellung der Journalisten von ihrem Publikum, die Herkunft dieser Bilder und Images samt deren Konsequenzen – all das zählt trotz der nachweislich im Journalismus gestiegenen Orientierung an Publikumsinteressen auch weiterhin zu den vor dem Zugriff der empirischen Sozialforschung am besten gehüteten Berufsgeheimnissen des Journalismus.“ (Hohlfeld 2003, 248f).

Um die Leistungen des Journalismus beurteilen zu können ist es wichtig auch das vorgängige Feedforward zu kennen. „Ob eine Meldung informativ, relevant oder verständlich ist, kann demnach nur beurteilt werden, wenn Ansprüche des Journalismus, Analysen journalistischer Produkte und Einschätzungen des Publikums aufeinander bezogen werden“ (Löffelholz 2001, 19 zit.n. Hohlfeld 2003, 249). Erst durch Klärung des Feedbacks und den daraus abgeleiteten Handlungen ist es möglich Ergebnisse journalistischer Produktion umfassend zu bewerten (vgl. Hohlfeld 2003, 249).

Hohlfeld (2003) hält fest, dass Redakteure zur Jahrtausendwende ein bestimmtes Bild ihres Publikums im Kopf haben (rund 80% der befragten Journalisten). Das Bild des Publikums festigt sich mit Zunahme der Berufsjahre und Erfahrung im Redaktionsbetrieb sowie mit steigender Hierarchie. So gaben fast 100% der befragten Geschäftsführer und Intendanten an ihr Publikum zu kennen. Die zu Beginn einer journalistischen Karriere eher vage Vorstellung des Publikums festigt sich im Laufe der Zeit (aufgrund von Erfahrungen) zu einem konkreten (eventuell auch komplexen) Bild über die zu bedienenden Rezipienten.

Weiter konnten Unterscheidungen hinsichtlich der Ressorts festgestellt werden: inputorientierte Ressorts arbeiten eher ereignisbezogen und haben ein eher unkonkretes Bild ihrer Rezipienten. Outputorientierte Ressorts (Zielgruppenpublizistik) haben hingegen ein sehr konkretes Bild ihres Publikums (vgl. Hohlfeld 2003, 251).

6.2 Nachrichtenwert-Theorie

Der Nachrichtenwerttheorie wird nach Ausführungen von Fretwurst (2008, 91) „Theorielosigkeit“ und „Empirismus“ vorgeworfen. Die Nachrichtenwert-Theorie sei durch empirische Beobachtung entstanden, die theoretische Einbettung dazu wurde erst nachträglich von Galtung und Runge 1965 entwickelt und von Eilders 1997 weiterentwickelt (vgl. Fretwurst 2008, 91).

„Daher klafft auch heute noch eine weite Lücke zwischen den theoretischen Grundlagen und den konkreten Aussagen der Nachrichtenwerttheorie“ (Fretwurst 2008, 91).

Fretwurst (2008, 92) führt aus, dass sich die Nachrichtenwert-Theorie basierend auf den Funktionen der Massenmedien herleiten lässt, welche die Kommunikation zwischen Gesellschaft und Menschen ermöglicht. Die bisher vorrangig an Konzepten der Wahrnehmung festgemachten Erklärungen der Nachrichtenwert-Theorie ergänzt Fretwurst (2008) mit kognitionspsychologischen Ansätzen und Erklärungen aus dem Bereich selektive Wahrnehmung. Fretwurst (2008) erweitert die Sicht auf die Nachrichtenwerte durch die Beachtung der Schematheorie und der mentalen Modelle während der Rezeption (vgl. Fretwurst 2008, 92).

Die Nachrichtenwert-Theorie bildet neben dem Gatekeeper-Ansatz und dem News-Bias-Ansatz einen objektiven Kriterienkatalog (basierend auf empirischen Ergebnissen) der zur Erklärung der Auswahl von Informationen in Redaktionen herangezogen werden kann.

6.3 Wichtigkeitskaskade

Um der Informationsflut begegnen zu können müssen die Informationen entsprechend selektiert werden. In einem ersten Schritt wird diese Informationsselektion durch den Kommunikator durchgeführt – in einem weiteren Schritt muss aber auch die Information beim Empfänger selektiert werden. Erst wenn das Gehirn eine Information als neu oder wichtig einstuft wird dieser Information die volle Aufmerksamkeit zuteil. Gleichzeitig ändert sich dabei aber auch was als wichtig eingestuft wird. Liesem und Kränicke (2011) führen drei Wichtigkeitsregeln an (vgl. Meyer 2007, 33 zit.n. Liesem und Kränicke, 13) – berichten Medien kontinuierlich über ein Thema oder eine Person über einen längeren Zeitraum dann wird das von den Rezipienten als wichtig wahrgenommen. Dies wird als erste Wichtigkeitsregel angeführt. Das Thema oder die Person erlangt durch die regelmäßige Berichterstattung eine gewisse Prominenz. Institutionen werden in der zweiten Wichtigkeitsregel als Hauptkriterium angeführt. Berichte über Institutionen die von den Rezipienten als wichtig empfunden werden bekommen automatisch eine höhere Wichtigkeit auch wenn der Informationsgehalt völlig unwichtig sein kann. Treffen nun Personen die als wichtig empfunden werden (Wichtigkeitsregel eins) oder Vertreter von Institutionen die als wichtig empfunden werden (Wichtigkeitsregel zwei) zusammen wird auch dieses Treffen automatisch wichtig. Dabei spielt der thematische Inhalt des Treffens dann keine Rolle mehr, dies definiert gleichzeitig die dritte Wichtigkeitsregel (vgl. Liesem und Kränicke 2011, 13f).

7 Fokusgruppen

Die Datenerhebung in Form von Gruppeninterviews und Fokusgruppen ist heute fixer Bestandteil des Methodenspektrums in der kommerziellen Marktforschung sowie im wissenschaftlichen Betrieb. Die thematische Beschäftigung reicht etwa 70 Jahre zurück und verlief im deutschsprachigen Raum, England und Nordamerika unabhängig voneinander. In Nordamerika wurde die Gruppendiskussion zur Erhebung der Reaktion auf Propagandafilme angewendet. Der Begriff Fokusgruppe kommt von dem Terminus focus group und hat die Gruppe als solches als zentralen Interessenspunkt. In der Fokusgruppe sollen so viele Daten wie möglich zu einem bestimmten Stimulus erfasst werden, den die Teilnehmer der Gruppendiskussion erfahren haben. Weiter wird die Methode häufig als Vorstufe zu quantitativen Forschungsansätzen verwendet um neue Forschungsfragen zu generieren (vgl. Przyborski und Riegler 2010, 436).

Fokusgruppen liefern als qualitatives Erhebungsverfahren kostengünstig, schnell und effektiv Ergebnisse zu gruppenspezifischen Mustern hinsichtlich Bewertungen, Wahrnehmungen, Beurteilungen und Meinungen zu Themen und Fragestellungen. Mit Hilfe der Fokusgruppe lassen sich Hintergründe, Motivationen und Grundlagen von Beurteilungen oder Handlungen einer Gruppe erfassen und auswerten. Im Vergleich zu Einzelinterviews wirkt die Gruppe als Korrektiv in der gemeinsamen Diskussion. Unbegründete oder individuelle Argumente werden durch die Diskussionssituation von den anderen Gruppenteilnehmern bewertet und im weiteren Gesprächsverlauf kritisiert (vgl. Zwick und Schröter 2012, 24).

Die Fokusgruppe ist ein Verfahren der Gruppendiskussion, mit einer bestimmten Anzahl an Teilnehmern deren Themenschwerpunkte von einem Moderator durch Impulsfragen geleitet werden (vgl. Zwick und Schröter 2012, 24).

Fokusgruppen werden für explorative Forschungsansätze verwendet um einen ersten Eindruck vom Untersuchungsfeld bzw. dem Feld des Forschungsinteresses zu gewinnen. Sie können zum Verstehen von komplexen Sachverhalten angewendet werden, die sich im Zuge eines quantitativen, deduktiven Forschungsansatzes nicht erkennen oder erschließen lassen (vgl. Zwick und Schröter 2012, 25).

Ziel von Fokusgruppen ist es nicht in der Diskussion die Übereinstimmung der Teilnehmer zu erzielen, vielmehr sollen in der Diskussion verschiedene Blickwinkel und Erfahrungen bezüglich einer bestimmten Themenstellung in Erfahrung gebracht werden (vgl. Schulz 2012, 9).

„Fokusgruppen werden häufig als Partizipationsverfahren angewendet, da sie die Einbindung von Bürgern in politische Entscheidungsprozesse ermöglichen.“ (Schulz 2012, 9).

Der Diskussionsimpuls zu einer bestimmten Themenstellung kann vom Moderator der Fokusgruppe mit Hilfe eines Bildes, Filmes, Liedes, der Vorstellung eines neuen Produktes, dem Besuch einer bestimmten Webseite oder einem Vortrag gegeben werden. Die Diskussion selbst wird anhand eines vorab definierten Leitfadens moderiert. Der Leitfaden dient dem Moderator als Stütze und soll sicherstellen, dass während der Fokusgruppendifkussion alle Themen die in der Gruppe besprochen werden sollen, zumindest als Impuls zum Thema in die Diskussion eingebracht werden. Weiter können mit Hilfe des Leitfadens z.B. soziodemographisch anders zusammengestellte Fokusgruppen zu einem bestimmten Thema inhaltlich miteinander in Verbindung gebracht werden und ggf. inhaltlich ausgewertet werden (vgl. Schulz 2012, 9f).

Nachteile dieses Erhebungsverfahrens sind die unter Umständen schwierige Rekrutierung sowie Motivation der Diskussionsteilnehmer hinsichtlich eines Themas und der damit verbundenen Unter- bzw. Überforderung. Weiter kann es zu einem Ungleichgewicht in der Gruppe kommen, wenn es dominante Teilnehmer oder Meinungsführer gibt. Es besteht auch die Gefahr, dass trotz Einschreiten des Moderators Konflikte in der Diskussion entstehen und die Situation eskaliert (vgl. Zwick und Schröter 2012, 25).

Methodisch wird die Gruppendiskussion und in weiterer Folge die Fokusgruppe noch immer als mangelhaft kritisiert. Es gibt eine Vielzahl von Literatur die Handlungsempfehlungen anbietet. Die Auswertung der Gruppendiskussion läuft in den meisten Fällen auf eine Inhaltsanalyse der erhobenen Daten hinaus (vgl. Przyborski und Riegler 2010, 437).

„Eine methodologische und metatheoretische Diskussion zu einer Theorie der Gruppe, des Diskurses oder ganz allgemein zur Gegenstandsbestimmung fehlt weitgehend – ganz zu schweigen von einer methodologisch stringenten, komplexeren Fundierung.“ (Przyborski und Riegler 2010, 437).

7.1 Planung und Durchführung

7.1.1 Leitfaden für die Fokusgruppendifkussion

Der Leitfaden für die Fokusgruppendifkussion wurde basierend auf den in Kapitel 1.4 formulierten forschungsleitenden Fragestellungen aufgebaut und ausgearbeitet.

Der Ablauf der Diskussion ist in fünf Teilbereiche gegliedert. Als gesamte Dauer pro Gruppendiskussion wurden rund 90 Minuten veranschlagt, bei geplanten 6 Teilnehmern pro Diskussionstermin ergibt das eine theoretische Sprechzeit von durchschnittlich 15 Minuten pro Teilnehmer.

Begonnen wurde die Fokusgruppe mit einer kurzen Einleitung, wo den Teilnehmern die grundsätzliche thematische Ausrichtung mitgeteilt wurde. Die Einleitung wurde durch den Moderator der Fokusgruppe geführt.

Als Teilbereich zwei ist die Vorstellungsrunde der Einleitung gefolgt. In der Vorstellungsrunde wurden Name, Alter, Beruf und Hobbies genannt um einen ersten Eindruck zum jeweiligen Teilnehmer zu gewinnen und in weiterer Folge die Beiträge zur Gruppendiskussion einem Teilnehmerprofil zuordnen zu können. Das handschriftlich gestaltete Namenskärtchen der Teilnehmer wurde zu Dokumentations- und Auswertezwecken in Form eines Fotos/Scans protokolliert.

Für die Einleitung und die Vorstellungsrunde der einzelnen Teilnehmer wurden 5-10 Minuten Zeitbudget geplant.

Der dritte Teil des Leitfadens enthielt Impulsfragen zur Mediennutzung. Dieser Teil der Gruppendiskussion wurde auf einem bereitgestellten Flipchart vom Moderator geführt. Auf dem Flipchart wurden die genannten Medienkategorien sowie die abgefragten Häufigkeiten notiert. Das erarbeitete Flipchart Blatt wurde zu Dokumentations- und Auswertezwecken in Form eines Fotos protokolliert.

Für die Erarbeitung der Mediennutzung wurde ein Zeitbudget von 20-25 Minuten geplant.

Als Diskussionsimpuls in Teil vier der Fokusgruppendifkussion wurden die Ausgaben von Tageszeitungen vorgelegt. Die Gruppenteilnehmer blätterten die Tageszeitungen durch und haben, die sie interessierenden Artikel gelesen.

Im Anschluss wurden die durchgelesenen Themen sowie das grundsätzliche Interesse an den Themen als Diskussionspunkt eingebracht.

In diesem Teil der Gruppendiskussion wurde eine Aufgabenstellung ausgearbeitet – die Teilnehmer haben den typischen Leser bzw. die typische Leserin der durchgeblätterten Zeitung anhand von Kriterien wie Geschlecht, Alter, Interessen, Hobbies, ...

beschrieben. Diese Typenbildung wurde von jedem Teilnehmer auf einem A4 Blatt stichwortartig erfasst. Das erarbeitete A4 Blatt wurde zu Dokumentations- und Auswertezwecken in Form eines Fotos/Scans protokolliert.

Als Zeitbudget für Teil 4 der Gruppendiskussion wurden 25-30 Minuten als Zeitrahmen budgetiert.

Im abschließenden fünften Teil wurden Diskussionsimpulse bezüglich der Gestaltung von Artikeln bzw. Informationen und die Authentizität von Artikeln als Thema in die Gruppe eingebracht.

Die Fragen nach der Zukunft des Journalismus bzw. der Zukunft der Zeitung haben den Leitfadens für die Fokusgruppeninterviews abgeschlossen.

Für den letzten Teil wurde ein Zeitbudget von 30 Minuten veranschlagt.

7.1.2 Räumlichkeiten

Für die Durchführung der Fokusgruppendiskussion sollten geeignete Räumlichkeiten gefunden werden. Die Lage sollte grundsätzlich mit dem Auto oder öffentlich einfach erreichbar sein, wenn mit dem Auto angereist wird sollte eine entsprechende Parkgelegenheit vorhanden sein. Über den Weg zum Diskussionsort sollten die Teilnehmer im Vorfeld informiert werden. Idealerweise ist der Weg zu den Räumlichkeiten am Tag der Gruppendiskussion beschildert um die leichte Auffindbarkeit zu gewährleisten. Neben der Lage sollten die Räumlichkeiten wenig Störeinflüssen von außen ausgesetzt sein und ein angenehmes Raumklima aufweisen und Platz für die Diskussionsteilnehmer, den Moderator und die benötigten Audio- bzw. Videoaufzeichnungsgeräte bieten. Ideal wäre ein runder bzw. ovaler Tisch oder entsprechend angeordnete Tische mit entsprechend bequemer Bestuhlung um den Teilnehmern einen angenehmen Aufenthalt während der Fokusgruppendiskussion zu ermöglichen. Das Aufnahmeequipment sollte mindestens in zweifacher Ausführung zur Verfügung stehen um bei technischen Problemen eine entsprechende Ausweichlösung

zur Verfügung zu haben. Die Geräte sollten im Vorfeld der Fokusgruppendifkussion aufgebaut und währenddessen auch in mindestens zweifacher Ausführung verwendet werden. So kann sichergestellt werden, dass bei Auftreten von unvorhergesehenen technischen Problemen die Aufzeichnung nahtlos fortgeführt werden kann. Für die weitere Datenverarbeitung und Auswertung kann somit auf mehrere Aufzeichnungspositionen (bei Videoaufzeichnung auch auf unterschiedliche Blickwinkel) zurück gegriffen werden. Unklare Aussagen oder eine Zuweisung des Diskussionsbeitrages an den Sprecher können so nachvollzogen und ggf. korrigiert werden. Je nach angestrebtem Diskussionsthema bzw. den geplanten Diskussionsimpulsen kann zusätzliche Raumausstattung wie Beamer, Redepult, Flipchart, TV Gerät, ... notwendig sein.

Basierend auf den zuvor genannten Punkten und der Idee die Gruppendiskussion in diesem Projekt auf „neutralem“ Boden (d.h. nicht in einer Wohnung o.ä.) durchzuführen gab es die initiale Idee Räumlichkeiten z.B. in einem Kaffeehaus oder einer Gastwirtschaft anzumieten. Die weiteren Überlegungen und Abwägungen hinsichtlich der Redundanz des Aufnahmeequipments und der Raumakustik haben dazu geführt mit Marktforschungsunternehmen Kontakt aufzunehmen, die entsprechend ausgestattete Räumlichkeiten zur Anmietung zur Verfügung stellen könnten.

7.1.3 Evaluierung von Teststudios

Um die für die Anmietung der Räumlichkeiten in Frage kommenden Marktforschungsunternehmen zu finden wurde die Webseite des VMÖ Verband der Marktforscher Österreichs (VMÖ 2019b) genutzt.

Auf der Webseite sind Marktforschungsinstitute zu finden die persönliche Mitglieder beim VMÖ haben. Auf der Startseite, im unteren Seitenbereich, kann über die Institutssuche, nach Themengebiet gegliedert und eine Vorauswahl der in Frage kommenden Institute durchgeführt werden.

Institutsuche

Um das für Sie passende Institut zu finden, können Sie entweder in der Top Navigation oben auf Institute klicken, um eine Gesamtliste einzusehen, oder hier eines der Themenfelder auswählen, um eine Vorauswahl der Institute zu treffen:

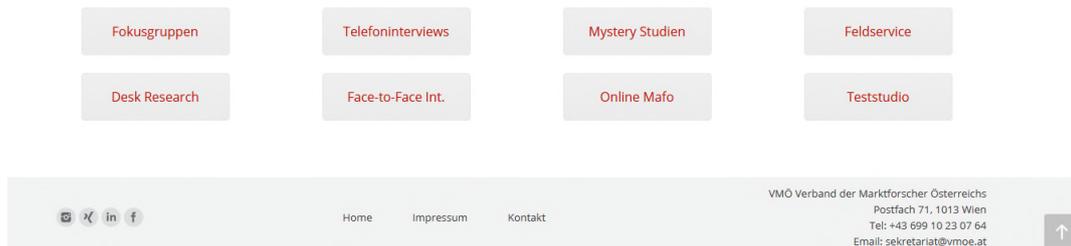


Abb. 3 VMÖ Institutsuche (VMÖ 2019b)

Für die Eingrenzung der Institute wurde in diesem Fall mit der Vorauswahl der Institute basierend auf dem Thema Fokusgruppen und Teststudio (VMÖ 2019a) gearbeitet.

Basierend auf den vorliegenden Informationen der VMÖ Webseite und der weiteren Recherche im Internet sowie auf den Webseiten der jeweiligen Marktforschungsinstitute wurde die Auswahl auf folgende zwei Marktforschungsinstitute eingeschränkt und die Kontaktaufnahme durchgeführt:

- Sensor Marktforschung, A-1060 Wien, <https://www.sensor.co.at/>
- MindTake Research GmbH, A-1040 Wien, <https://www.mindtake.com/>

Sensor Marktforschung bietet einen 25m² großen Gruppendiskussionsraum und einen, durch einen Einwegspiegel getrennten, daneben liegenden 15m² großen Kundenraum für Gruppendiskussionen an. Als technische Ausstattung sind Geräte für die Tonübertragung, TV, Webstreaming, Flipcharts und Whiteboard verfügbar (vgl. Sensor Marktforschung 2019).

MindTake Research bietet ein modern ausgestattetes schallisoliertes Teststudio für Fokusgruppen mit Einwegspiegel, eigenem Beobachtungsraum, Systeme zur Videoaufzeichnung und ein zur Simultanübersetzung geeignetes Audiosystem (vgl. MindTake 2019b).



Abb. 4 MindTake Beobachtungsraum (MindTake 2019a)



Abb. 5 MindTake Teststudio (MindTake 2019a)

Nach der Kontaktaufnahme und Abklärung des Anforderungsumfanges sowie der Festlegung des Untersuchungszeitraumes wurde die Fokusgruppendifkussion in den Räumlichkeiten der MindTake Research GmbH in Wien durchgeführt.



Abb. 6 MindTake Teststudio, Kameraperspektive und Einstellung für die Fokusgruppenaufzeichnung – Beispiel Gruppe2 (GR2-)

Die Gruppendiskussion wurde von 3 fest installierten Kameras und zwei Tischmikrofonen aufgenommen. Die Datenlieferung, nach Abschluss der Fokusgruppendifkussion, erfolgte in Form einer .MP4 Datei (Videoaufzeichnungsdatei) via Download von einem MindTake Server. Die Videodateien haben eine Dateigröße

von rund 2,2 GB, bei rund 100 Minuten aufgezeichneter Diskussionszeit je durchgeführtem Fokusgruppen Termin.

7.1.4 Auswahl und Rekrutierung der Teilnehmer für die Fokusgruppe

Rekrutierung ist ein kritischer Punkt im Zuge einer Forschungsarbeit. Es geht darum Teilnehmer nach bestimmten Kriterien, zu finden die gewillt sind an der Studie teilzunehmen. Je nach Forschungsinteresse kann sich dies sehr komplex gestalten. Sollen z.B. Personen mit Migrationshintergrund und Tattoos für eine Gruppendiskussion rekrutiert werden, gestaltet sich dies oft sehr zeit- und ressourcenaufwändig. Soll eine Auswahl an Personen gefunden werden die sich nicht im näheren Umfeld des Forschers befinden oder die selbst wieder Personen rekrutieren, die sie kennen, ist es ratsam im Zuge der Rekrutierung mit Spezialisten wie Markt- und Meinungsforschungsinstitute oder Kommunikationsbüros zusammen zu arbeiten. Diese verfügen über Datenbanken und Kontakte um gezielt Personen mit bestimmten Eigenschaften oder Merkmalen zu rekrutieren (vgl. Zwick und Schröter 2012, 28f). Gerade wenn Personen im näheren Umfeld angesprochen werden und diese zur Rekrutierung weiterer Personen aus deren näherem Umfeld gebeten werden ergibt sich in der Gruppendiskussion eine eigene Gruppendynamik dadurch, dass sich die Teilnehmer untereinander kennen. Bei einigen Forschungsansätzen und Forschungsfragen kann dies jedoch durchaus gewollt sein z.B. Informationsweitergabe an Freunde, Bekannte, ... oder bei Forschungsfragestellungen die eine Beziehungsebene als Erkenntnisinteresse haben.

Da für die vorliegende Forschungsarbeit nicht auf die Rekrutierung von Personen im näheren Umfeld gesetzt wurde, ist die Rekrutierung der Teilnehmer im Zuge dieses Forschungsprojektes in Zusammenarbeit mit MindTake erfolgt. MindTake verfügt über eine umfassende Panel-Datenbank um Teilnehmer nach bestimmten Kriterien für Fokusgruppengespräche im Teststudio oder für online Fokusgruppen zu rekrutieren.

Fokusgruppen können grundsätzlich zwischen einer homogenen und einer heterogenen Zusammensetzung der Teilnehmer unterschieden werden. Bei einer homogenen Zusammensetzung können unter Umständen tiefergehende und umfassendere Erkenntnisse zum diskutierten Thema gewonnen werden, da die Teilnehmer sich gegenseitig entsprechende Diskussionsimpulse liefern und durch die erlebte

Homogenität ein „wir“ Gruppengefühl entsteht. Die Gruppendiskussion in einer homogenen Gruppe wird vermeintlich ruhiger ablaufen, weil ähnliche Einstellungen, Werte und Haltungen bei den anderen Gruppenteilnehmern vermutet werden. Bei heterogenen Zusammensetzungen besteht die Gefahr, dass die Themen nur oberflächlich diskutiert werden und der Unterschied in der Gruppe als Anlass zur Stellungnahme oder Verteidigung der eigenen Standpunkte, Werte und Einstellungen in der Diskussion genommen wird (vgl. Zwick und Schröter 2012, 29).

Die Homogenität der Gruppe wird auch durch die Themenstellung beeinflusst – so ist das dieser Arbeit zugrundeliegende Thema Mediennutzung ein mit weniger Konfliktpotenzial behaftetes Thema als eine Diskussion z.B. über politische Einstellungen oder Regelungen zur Migration wo höchstpersönliche Werte angesprochen werden sollen. Hinsichtlich der Homogenität der Gruppe wird im Zuge dieser Arbeit davon ausgegangen, dass die Mediennutzung über die individuell erlebte Mediensozialisation erfolgt ist und somit das Alter der Teilnehmer für die Zugehörigkeit zu einer Gruppe als Bedingungskriterium definiert wurde. Die Teilnehmer sollten innerhalb der folgenden Altersbereiche liegen Gruppe 1 von 16-22 Jahre, Gruppe 2 von 35-40 Jahre, Gruppe 3 von 55-60 Jahre. Basierend auf dem Rücklauf der Anmeldungen innerhalb des Rekrutierungszeitraumes kann die Altersgrenze noch um ein bis zwei Jahre pro Gruppe nach unten oder oben erweitert werden. Weiter wurde auf eine ausgewogene Verteilung der Geschlechter geachtet, dies wurde aber nicht als Bedingung für die Rekrutierung festgelegt.

Eine weitere Frage im Zuge der Gestaltung einer Fokusgruppe ist die Durchführungsanzahl, die Gruppengröße bzw. die Zusammensetzung der Teilnehmer. Die Anzahl der Durchführungen hängt von der zu explorierenden Fragestellung ab. Bei einer auf einen bestimmten, engen Personenkreis ausgerichteten Fragestellung wird eine oder einige wenige Fokusgruppen ausreichen. Bei Fragestellungen, die gesellschaftliche Veränderungen mit großer Reichweite beleuchten sollen oder von denen Teile der Bevölkerung in unterschiedlicher Ausprägung betroffen sind, kann die Anzahl weit höher sein (vgl. Zwick und Schröter 2012, 28f).

Für die vorliegende Forschungsarbeit wurde eine einmalige Durchführung der Diskussion je Fokusgruppe festgelegt. Ziel dieser Arbeit ist es nicht grundsätzliche, großflächige Veränderungen in der Gesellschaft zu beleuchten, vielmehr soll diese

Arbeit als Impulsgeber für Ideen und mögliche weitere Forschungsansätze in diesem Bereich dienen.

Hinsichtlich der Größe einer Gruppe werden in der Literatur Gruppengrößen beginnend mit drei bis mehr als 20 Teilnehmern angeführt (vgl. Zwick und Schröter 2012, 29). Für die vorliegende Forschungsarbeit wurde eine Gruppengröße von 5 bis 6 Teilnehmern pro Diskussionstermin im Vorfeld festgelegt.

Die Rekrutierung der Diskussionsteilnehmer basierend auf den definierten Bedingungen konnte nach einer Woche erfolgreich abgeschlossen werden.

Incentive ist eine finanzielle Entschädigung die Teilnehmer an Gruppendiskussionen für den Zeitaufwand bzw. die Anreise zum Diskussionsort bekommen. Bei Jugendlichen ist, ausgehend von der Verfügbarkeit von geringeren finanziellen Mitteln, das Setzen dieses Anreizes oft ein höherer Beweggrund an einer Diskussion teilzunehmen als es dies für Menschen im mittleren bzw. hohen Einkommenssegment ist (vgl. Schulz 2012, 14). Jeder rekrutierte Teilnehmer, der zum Termin der Fokusgruppe erschienen ist, wurde nach Durchführung der Fokusgruppendiskussion mit EUR 30,- in bar für den Zeitaufwand incentiviert.

7.1.5 Moderation

Ein weiterer wichtiger Aspekt einer Fokusgruppendiskussion ist der Moderator. Das Ergebnis der Diskussion hängt von der Erfahrung, dem Geschick und der Kompetenz des Moderators ab. Dieser sollte neben einem freundlichen aber distanzierten Auftreten eine grundsätzliche wertneutrale Haltung einnehmen. Das Aufgreifen und die Nachfrage bei Gesprächsaussagen sollte intuitiv erfolgen um neue Sichtweisen während der Diskussion zu erkennen und durch gezielte Nachfrage den Teilnehmer zur genaueren Ausformulierung bewegen. Grundsätzlich ist die Teilnahme des Moderators am Diskussionsverlauf von der Themenstellung und vom Gesprächsverlauf abhängig. Ist der Untersuchungsgegenstand z.B. die gruppensdynamische Entwicklung von Kommunikation, so ist eine aktive Teilnahme des Moderators an der Diskussion vielleicht gar nicht erwünscht. Bei stockendem Gesprächsverlauf sind entsprechende Diskussionsimpulse durch den Moderator zu setzen um die Diskussion wieder in Gang

zu bringen. Grundsätzliche Aufgabe des Moderators ist es neben dem Zeitmanagement auch die Sicherstellung der Abarbeitung des Leitfadens – wobei der Leitfaden nicht gezwungenermaßen der Reihe nach abgearbeitet werden muss, sondern lediglich eine Guideline für die Gesprächsführung darstellt. Um den Moderator optimal auf die Gesprächsführung der Fokusgruppe vorzubereiten sind im Vorfeld der Gruppendiskussion Moderationsbriefings durchzuführen um den Moderator über das Ziel der Gruppendiskussion zu informieren und ihn auf die Kernthemen der Diskussion aufmerksam zu machen (vgl. Zwick und Schröter 2012, 36f).

Im Vorfeld wurde angedacht die Moderationsführung der ersten Fokusgruppe durch einen erfahrenen Moderator von MindTake durchführen zu lassen und dann für die folgenden Termine die Moderation selbst zu übernehmen. Nach weiteren Überlegungen wurde die erste Vorgehensweise verworfen und die Moderation auf zwei Moderatoren (Moderator und Co-Moderator) für jeden Fokusgruppentermin erweitert. Grund hierfür war, dass der Moderator, bei dem der Forschungsarbeit zugrundeliegenden Thema, einen starken Einfluss auf den Gesprächsverlauf hat. Bei einem Wechsel der Moderation und nur einer geplanten Durchführung je Fokusgruppe wurde ein merkbarer Einfluss auf den Gesprächsverlauf und in weiterer Folge auf die erhobenen Daten vermutet. Dies könnte die Vergleichbarkeit der Daten und der Gruppen beeinflussen. Die hauptsächliche Moderation an allen durchgeführten Fokusgruppenterminen wurde somit von einem erfahrenen Moderator von MindTake durchgeführt, die Co-Moderation wurde durch den Autor in Form einer unterstützenden und beobachtenden Rolle eingenommen.

7.1.6 Transkription

Für die weiterführende, computergestützte Datenauswertung wurden die Aufzeichnungen der Fokusgruppendiskussion entsprechend transkribiert.

Für die Transkription wurden im Zuge der Planungsphase entsprechende Anbieter mittels Internetrecherche evaluiert.

In die nähere Auswahl wurden die folgenden Anbieter einbezogen:

- Digitalmeister GmbH, D-30161 Hannover, <https://www.abtipper.de/>
- Dr. Dresing & Pehl GmbH, D-35037 Marburg, <https://www.audiotranskription.de/>
- Transkripto.de, NL-3079 PB Rotterdam, <https://www.transkripto.de/>

Grundsätzlich kann die Transkription in unterschiedlichen Qualitäts- und Genauigkeitsstufen durchgeführt werden.

Die angeführten Anbieter beschreiben auf den jeweiligen Webseiten die Transkriptionsleistungen inklusive Beispiele von Transkriptionsergebnissen. Ergänzend ist die Beschreibung des benötigten Einsatzgebietes angeführt anhand derer die Auswahl der passenden Transkriptionsdienstleistung bestimmt werden kann. Das Spektrum reicht von der „Einfachen Transkription“ (abtipper.de 2019) über die „Wissenschaftliche Transkription“ (abtipper.de 2019), die „Erweiterte Transkription“ (abtipper.de 2019) bis hin zur „Transkription durch künstliche Intelligenz“ (abtipper.de 2019).

Bei abtipper.de ist die Bestellung über ein Bestellformular, per Mail oder per Telefon möglich. Der Dateiupload erfolgt nach der Bestellung, der Preis ist nach gewünschter Transkriptionsleistung gestaffelt und richtet sich nach der Laufzeit der Fokusgruppen Aufnahme (Kosten/Minute) (vgl. abtipper.de 2019).

Das Transkriptionsservice von Dr. Dresing & Pehl wird basierend auf den von Dresing und Pehl entwickelten Transkriptionsregeln (Dresing und Pehl 2018) durchgeführt. Das Service umfasst die Produkte „Basis-Transkript“ hier wird die Transkription nach „vereinfachten Regeln“ (vgl. Dresing und Pehl 2018, 20ff) durchgeführt, „Standard-Transkript“ welches ebenfalls die Transkription nach „vereinfachten Regeln“ (vgl. Dresing und Pehl 2018, 20ff) jedoch mit einer Zweit-Korrektur sowie das „Erweiterte-Transkript“ welches nach „erweiterten Regeln“ (vgl. Dresing und Pehl 2018, 22f) durchgeführt wird.

Der Preis ist nach gewünschter Transkriptionsleistung gestaffelt und richtet sich nach der Laufzeit der Aufnahme (Minutenpreis).

Die Transkription kann als „unverbindliche Anfrage für eine Transkription“ per Email angefragt werden. Für die zügige Bearbeitung der Anfrage und zur Angebotserstellung wird darum gebeten, zusätzliche Informationen (verfügbar als RTF-Datei Download auf der Webseite) der Emailanfrage anzuhängen (vgl. Dr. Dresing & Pehl GmbH 2019).

Die Transkriptionsleistungen von Transkripto.de umfassen die Varianten „Einfache Regeln – wortgetreu (Dresing & Pehl)“, „Einfache Regeln – geglättet“ sowie „Erweiterte Regeln (Dresing & Pehl)“. Die Transkription basierend auf „Einfache Regeln –

wortgetreu (Dresing & Pehl)“ entspricht einer genauen Abschrift des Diskussionsverlaufes und einer wörtlichen Transkription. Der Text wird leicht geglättet, Stottern, Wortwiederholungen oder „unwichtige“ Einwürfe werden nicht transkribiert. Fehler in der Grammatik werden nicht korrigiert. In erster Linie geht es um die inhaltlichen Aussagen, jedoch nicht darum in welcher Form (z.B. leise, betont, ...) etwas gesagt wird bei gleichzeitiger Beibehaltung des Ursprungstextes (vgl. Transkripto 2019).

Bei einer Transkription die nach „Einfachen Regeln – geglättet“ durchgeführt wird, entsteht ein Transkript, welches das gesprochene Wort in gut lesbaren Text transformiert. Das Gesprochene wird zusammengefasst und geglättet. Die Grammatik wird korrigiert. Bei dieser Transkription steht der Inhalt im Vordergrund, jedoch nicht in welcher Art und in welcher Reihenfolge etwas gesagt wurde. Diese Form der Transkription wird für Dokumentationszwecke angewendet (vgl. Transkripto 2019).

„Erweiterte Regeln“ ist die Transkriptionsform in welcher Stottern, Pausen, Intonation, Zögern, Lachen, Schweigen, Wortwiederholungen, Einwürfe, ... in den Text gebracht werden. Dies ist für an der Stimmung und Intonation Interessierte ausschlaggebend bzw. wenn ausgewertet werden soll ob geschwiegen wird oder die Antwort auf eine Frage verzögert gegeben wird (vgl. Transkripto 2019).

Bei der Preisgestaltung werden die Länge der Aufnahme, die Anzahl der Sprecher, die gewählten Transkriptionsregeln, die gewünschte Lieferzeit, die Aufnahmequalität sowie die Sprachen und Akzente berücksichtigt – die Preisfindung findet direkt auf der Webseite, basierend auf den gewählten Parametern statt. In weiterer Folge kann die Bestellung basierend auf der vorliegenden Kalkulation durchgeführt werden. Mit der Bestellung wird ein Kundenkonto eingerichtet, über welches die zu transkribierenden Dateien hochgeladen werden können und der jeweils aktuelle Status der Transkription je Datei sowie die Rechnungsinformationen abgefragt werden können. Die Datendateien werden 30 Tage nach Fertigstellung der Transkription wieder von dem Server gelöscht (vgl. Transkripto 2019).

Alle der angeführten Dienstleister bieten neben der beschriebenen Transkriptionsdienstleistungen auch die Möglichkeit der Transkription von Fremdsprachen sowie Übersetzungen.

Im Zuge der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit wurde der Transkriptionsdienstleister Transkripto.de ausgewählt und die Transkriptionen der drei durchgeführten Fokusgruppendifkussionen gemäß folgender Parameter durchgeführt:

- Länge: 100 Minuten
- Sprecheranzahl: 8 (5 bis 6 Teilnehmer, 2 Moderatoren/Interviewer)
- Transkriptionsregeln: Einfache Regeln – wortgetreu (Dresing & Pehl)
- Lieferzeit: Standard (5 Werkstage)
- Aufnahmequalität: Gut
- Sprachen und Akzente: Starke Dialekte/Akzente (z.B. Bayerisch, Österreichisch)

Die Datenlieferung an den Transkriptionsanbieter Transkripto.de erfolgte in Form einer .MP3 Datei als Upload auf den Medienserver von Transkripto.de. Aus den vorliegenden .MP4 Videodateien wurden mit Hilfe einer Videobearbeitungssoftware die Audiospur extrahiert und für die Transkription verwendet.

7.1.7 Qualitätssicherung der Transkription

Die gelieferten Transkriptionen (RTF-Dateien) wurden einer entsprechenden Qualitätssicherung unterzogen. Die basierend auf Audiodateien durchgeführten Transkriptionen wurden mit dem aufgezeichneten Videomaterial verglichen und bei Korrektur bzw. Ergänzungsbedarf wurden entsprechende Änderungen in der Transkription durchgeführt.

Der Korrektur- bzw. Ergänzungsbedarf ergab sich hauptsächlich aufgrund

- fehlender Zeitmarken
- falscher Kennzeichnung der Sprecher im Verlauf des Transkripts der Gruppendiskussion
- phasenweise unvollständiger Transkription
- Stellen die im Transkript als unverständlich (unv.) gekennzeichnet wurden

Durchgeführte Korrekturen bzw. Ergänzungen waren

- Ergänzung fehlender Zeitmarken für die weitere computergestützte Datenverarbeitung
- Korrektur der Kennzeichnung der Sprecher

- Ergänzung der Transkription
- Erneute Erfassung der als unverständlich gekennzeichneten Stellen im Transkript – Stellen die weiterhin nicht verstanden werden konnten sind in der Transkription als unverständlich (unv.) gekennzeichnet geblieben

Gründe für die falsche bzw. wechselnde Kennzeichnung der Sprecher im Verlauf der Transkription könnten schlechtes Verstehen der Teilnehmer, Arbeitspausen der Schreibkraft oder ein grundsätzlicher Wechsel der Schreibkraft beim Erstellen der Transkription sein. Da die Transkription nur über gelieferte Audiodateien durchgeführt wurde, kann in diesem Bereich mit einer entsprechenden Fehleranfälligkeit gerechnet werden.

In diesem Fall konnte mit Hilfe der vorliegenden Videoaufzeichnung qualitätssichernd eingegriffen werden.

Stellen die in der Transkription als unverständlich (unv.) gekennzeichnet waren, waren oft Stellen die, der Aussprache im Dialekt geschuldet, für die Schreibkraft schwer verständlich waren. Diese Stellen wurden, soweit möglich verständlich ergänzt.

Der Sinn weiterer als unv. gekennzeichnete Stellen ergab sich aus dem Kontext der Diskussion (Medienbegriffe) bzw. durch regionalen Kontextbezug (z.B. Markennamen wie BILLA, BIPA,... Namen von Politikern,...). Diese Stellen wurden, wo möglich und verständlich, weitestgehend korrigiert.

Die verbliebenen als unv. gekennzeichneten Stellen sind durch Überlagerung der Teilnehmerdiskussion oder wechselnder Sprechlautstärke der Teilnehmer gekennzeichnet.

7.1.8 Datenaufbereitung für die computergestützte Auswertung und Weiterverarbeitung

Die durch die Qualitätssicherung aufbereiteten Daten wurden für die computergestützte Auswertung in die QDA-Software MAXQDA Plus 2018 geladen.

Werden Zeitstempel in der Transkriptionsdatei erkannt, kann die zugehörige Audio- bzw. Videodatei ebenfalls in das Projekt eingebunden werden. Die Zeitstempel können beim Einlesen der Transkriptionsdatei optional entfernt werden.

Die vorliegenden Transkriptionen wurden über die Funktion Fokusgruppen-Transkripte eingelesen. Vorteil dieser Einlesemethode ist, wenn die Daten entsprechend strukturiert vorliegen, diese durch die Software nach erfolgtem Einlesen automatisch eine Sprecherkodierung (gem. Transkription) zugewiesen wird. Somit kann sehr rasch ein erster Vergleich innerhalb der Gruppe bzw. zwischen den Gruppen anhand z.B. der Sprechbeiträge ausgewertet werden.

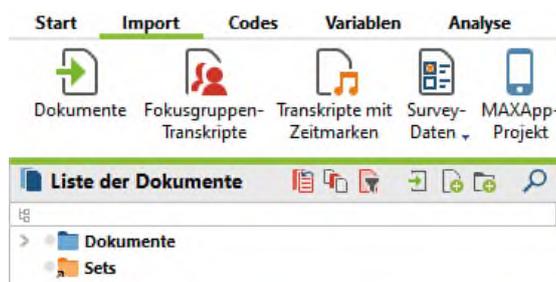


Abb. 7 MAXQDA Fokusgruppen-Transkripte (VERBI GmbH 2019)

Um eine Unterscheidung der Sprecher nicht nur innerhalb einer Gruppe eindeutig zu ermöglichen wurden im Vorfeld der Kennzeichnung der Sprecher in den jeweiligen Transkriptionen (I:, I1:, B:, B1:, B2:, ...) ein entsprechendes Gruppenkürzel voran gestellt (GR1-, GR2-, GR3-) somit ergibt sich für die Kennzeichnung z.B. des Moderators in der Gruppe 1 das zusammengesetzte Kürzel GR1-I: und für z.B. den Gruppenteilnehmer das zusammengesetzte Kürzel GR1-B:. Durch voransetzen der Gruppenkennzeichnung ist nun auch eine eindeutige Kennzeichnung zwischen den Gruppen gegeben.

Das Gruppenkürzel wurde im Textverarbeitungsprogramm (Microsoft Word) über die Funktion Ersetzen durchgeführt. Die mit dem Gruppenkürzel ergänzte Transkription wurde als eigene Datei abgespeichert.

Im Sinne der Qualitätssicherung wurden beide Dateien in die QDA Software geladen und die Anzahl der Sprecherkodierungen vor bzw. nach der Kennzeichnungsänderung verglichen um sicher zu stellen, dass es keine Unterschiede bei der Kennzeichnung der Sprecher gibt.

Abschließend wurden die Transkriptionsdaten der einzelnen Dateien in eine gemeinsame Datei in Notepad++ kopiert.

Die vom Transkriptionsservice übermittelten Dateien wurden mit der Dateierweiterung RTF (Rich Text Format) geliefert. Die Gesprächsbeiträge schließen mit einem Zeitstempel und einem folgenden Return (CRLF) – ein Gesprächsbeitrag pro Zeile. Zur leichteren Lesbarkeit der Diskussionsbeiträge folgt ein zusätzlicher Return (CRLF) nach jedem Diskussionsbeitrag und somit eine leere Zeile. Mit Hilfe der Notepad++ Funktion „Edit → Line Operations → Remove Empty Lines bzw. Remove Empty Lines (Containing Blank characters)“ wurden die leeren Zeilen aus der Transkription entfernt.

Die Nummerierung der einzelnen Diskussionsbeiträge wurde ebenfalls mit Notepad++ und der Funktion Block-Editor realisiert. Initial wurde in jede Zeile ein führendes Leerzeichen eingefügt. Dazu wird der gesamte Text mit Strg+A markiert und der Block-Editor mit Alt+C aufgerufen. Mit der Funktion „Text to Insert“ wurde durch Angabe eines Leerzeichens in der Zeile der Funktion, nach Bestätigung, ein führendes Leerzeichen in jede Zeile des Textes eingefügt. Als zweiter Schritt wurde die Funktion „Number to Insert“ verwendet um, startend mit 1 und der Erhöhung um jeweils 1, die Gesprächsaussagen fortlaufend, zeilenweise zu Nummerieren. Abschließend wurde wieder die Funktion „Text to Insert“ gewählt und in jede Zeile ein führendes „T“ eingefügt. Somit ergibt sich die fortlaufende Nummerierung aller Gesprächsaussagen nach dem Muster „T709 GR1-I: Okay, also die Steuerung der Medien wird stärker, oder? #01:30:25-3#“. Die führende Nummerierung „T709“ ist eindeutig und kann für Zitate und zum schnellen Auffinden der Transkriptionsstelle genutzt werden.

Die vollständig aufbereitete Transkription der jeweiligen Fokusgruppen Diskussion ist in Kapitel 14.2 der vorliegenden Arbeit zu finden.

8 Datenerhebung und Auswertung

Die Fokusgruppendifkussionen wurden am 05. März 2019 und am 06. März 2019 im Teststudio der MindTake Research GmbH, A-1040 Wien durchgeführt.

Die Diskussion von Gruppe 1 hat am 05. März 2019 ab 16:00 stattgefunden, die Diskussion von Gruppe 2 hat am 06. März 2019 ab 16:00 stattgefunden, die Diskussion von Gruppe 3 hat am 06. März 2019 ab 18:30 stattgefunden.

Die Teilnehmer haben sich im Vorfeld damit einverstanden erklärt, dass die gesamte Fokusgruppendifkussion auf Video aufgezeichnet wird und die Daten in anonymisierter Form weiterverarbeitet werden dürfen.

8.1 Beschreibung und Analyse der Fokusgruppen

8.1.1 Gruppe 1 (GR1-) Teilnehmer

Teilnehmer der Gruppendiskussion waren (sortiert nach Transkriptionscode)

| | |
|-------------------------------------|----------------------|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | Mohamed |
| Vorname | Mohamed |
| Transkriptionscode | GR1-B |
| Geschlecht | männlich |
| Alter | 16 |
| Beruf | Schüler in einer AHS |
| Hobbies | Fußballspielen |

Tab. 1 Teilnehmer GR1-B

| | |
|-------------------------------------|----------------------------|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | YOSUF |
| Vorname | Yosuf |
| Transkriptionscode | GR1-B1 |
| Geschlecht | männlich |
| Alter | 16 |
| Beruf | Schüler in einem Gymnasium |
| Hobbies | Fußballspielen |

Tab. 2 Teilnehmer GR1-B1

| | |
|-------------------------------------|---|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | Marina |
| Vorname | Marina |
| Transkriptionscode | GR1-B2 |
| Geschlecht | weiblich |
| Alter | 20 |
| Beruf | Studentin Statistik und Wirtschaftsmathematik |
| Hobbies | Sport, spielt Tennis und geht laufen |

Tab. 3 Teilnehmer GR1-B2

| | |
|-------------------------------------|--|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | Carina |
| Vorname | Carina |
| Transkriptionscode | GR1-B3 |
| Geschlecht | weiblich |
| Alter | 19 |
| Beruf | Schülerin in der Maturaschule Dr. Roland |
| Hobbies | Wandern und Sport verschiedenster Art |

Tab. 4 Teilnehmer GR1-B3

| | |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | Rebecca |
| Vorname | Rebecca |
| Transkriptionscode | GR1-B4 |
| Geschlecht | weiblich |
| Alter | 18 |
| Beruf | Schülerin einer HAK (Maturaklasse) |
| Hobbies | Spielt in einem Feldhockeyverein |

Tab. 5 Teilnehmer GR1-B4

| | |
|-------------------------------------|--------------------------|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | PHILIPP |
| Vorname | Philipp |
| Transkriptionscode | GR1-B5 |
| Geschlecht | männlich |
| Alter | 20 |
| Beruf | Student Psychologie |
| Hobbies | Klavierspielen und Sport |

Tab. 6 Teilnehmer GR1-B5

Die Fokusgruppe bestand aus 3 männlichen und 3 weiblichen Teilnehmern und kann somit hinsichtlich des Geschlechtes als ausgewogen bezeichnet werden. Das Altersspektrum reichte von 16 bis 20 Jahre und umfasst somit die Geburtsjahrgänge von 1999-2003. Das Durchschnittsalter in dieser Gruppe beträgt 18,2 Jahre.

8.1.2 Gruppe 1 (GR1-) Diskursbeschreibung

Alle Teilnehmer sind pünktlich zum Termin erschienen, die Diskussion hatte eine Gesamtdauer von 1 Stunde und 32 Minuten. Für die Teilnehmer standen Getränke, Süßes sowie belegte Brötchen zur Verfügung. Nach der Vorstellungsrunde hat sich die Stimmung aufgelockert, der Diskussionsteil am Flipchart war eine Auflockerung der Situation. Der Diskussionsverlauf in den ersten 20 Minuten war sehr auf den Moderator

ausgerichtet – eine Diskussion der Teilnehmer untereinander konnte in diesem Zeitraum nicht beobachtet werden.

Nach rund 20 Minuten wurden die Tageszeitungen als weiterer Diskussionsimpuls an die Teilnehmer ausgeteilt. Von den Tageszeitungen wurde Österreich von allen männlichen Teilnehmern als erstes ausgewählt. Alle weiblichen Teilnehmerinnen haben die Krone als Tageszeitung zur Ansicht ausgewählt. Nach einem ersten schnellen Durchblättern der Tageszeitung von vorne nach hinten und wieder zurück wurde nach rund 2-3 Minuten damit begonnen Artikel zu lesen und auf einzelnen Seiten zu verweilen. Eine Teilnehmerin war nach 4 Minuten mit dem Zeitung lesen fertig und hat die Zeitung vollständig zugeklappt vor sich liegen. Selbst auf Nachfrage durch einen Moderator ob Österreich gelesen werden will wird dies abgelehnt. Der erste männliche Teilnehmer klappt die Zeitung rund 1 Minute später zu und legt sie vor sich hin. 5 Minuten nach dem Austeilen der Zeitungen wird die Gruppendiskussion vom Moderator wieder weitergeführt. Über den gesamten Zeitraum hat kein Teilnehmer eine weitere Zeitung angesehen bzw. die Zeitung gewechselt.

Im weiteren Verlauf ist eine Teilnehmerin inhaltlich an einem Artikel aus Österreich interessiert – eine Ausgabe von Österreich wird ihr durch einen anderen Teilnehmer zur Nachlese gegeben. Nachdem die Information gelesen wurde wird die Zeitung wieder zurückgegeben. Nach rund 35 Minuten sind erste Diskussionen untereinander erkennbar, die hauptsächlich Diskussion ist aber weiterhin auf den Moderator ausgerichtet.

Durch die Frage nach dem typischen Leser der gelesenen Tageszeitung und Abfrage der einzelnen Teilnehmer entsteht kurzzeitig eine Frage Antwort Situation.

Nach rund 50 Minuten greift die erste Teilnehmerin zu einem Brötchen.

Zwei der männlichen Teilnehmer waren über den Verlauf der Gruppendiskussion eher passiv beteiligt.

Die Gruppe kann grundsätzlich als an der Teilnahme interessiert bezeichnet werden.

Die Stimmung über den Diskussionsverlauf hat sich von anfänglich verhalten auf gegen Ende der Diskussion aufgelockert verändert.

Die Verteilung der Sprechbeiträge für diese Fokusgruppendiskussion gestaltet sich wie in der folgenden Tabelle dargestellt.

| Teilnehmer | Fokusgruppe | Sprechbeiträge | % Sprechbeiträge | Zeichen | % Zeichen |
|------------|-------------|----------------|------------------|---------|-----------|
| GR1-B | Gruppe1-GR | 53 | 7,2 | 3973 | 4,8 |
| GR1-B1 | Gruppe1-GR | 38 | 5,1 | 1869 | 2,3 |
| GR1-B2 | Gruppe1-GR | 69 | 9,3 | 6447 | 7,8 |
| GR1-B3 | Gruppe1-GR | 145 | 19,6 | 19000 | 23,1 |
| GR1-B4 | Gruppe1-GR | 69 | 9,3 | 13689 | 16,6 |
| GR1-B5 | Gruppe1-GR | 80 | 10,8 | 8833 | 10,7 |
| GR1-I | Gruppe1-GR | 263 | 35,5 | 26227 | 31,8 |
| GR1-I1 | Gruppe1-GR | 23 | 3,1 | 2361 | 2,9 |

Tab. 7 MAXQDA Übersicht Fokusgruppen-Teilnehmer Gruppe 1

Auch anhand der Verteilung der Sprechbeiträge zeigt sich eine eher Moderator lastige Gruppendiskussion. Der Moderator hat mit 35% den größten Anteil an Gesprächsbeiträgen, auch hinsichtlich der ausgewerteten Zeichenanzahl der Diskussionsbeiträge mit einem Anteil von rund 32% im Vergleich mit den anderen Diskussionsteilnehmern. Teilnehmer GR1-B3 meldet sich im Vergleich zum Rest der Teilnehmer mit 145 Beiträgen und somit rund 20% der Sprechbeiträge doppelt so oft als die anderen Gruppenteilnehmer zu Wort. Teilnehmer GR1-B und GR1-B1 sind mit einem Anteil von 7,2% und 5,1% eher in einer passiven als teilnehmenden Rolle zu sehen. Gesamt sind 454 Sprechbeiträge mit 53 811 Zeichen der Teilnehmer aufgezeichnet worden.

8.1.3 Gruppe 2 (GR2-) Teilnehmer

Teilnehmer der Gruppendiskussion waren (sortiert nach Transkriptionscode)

| | |
|----------------------------------|---|
| Namenskärtchen (handschriftlich) |  |
| Vorname | Dominik |
| Transkriptionscode | GR2-B |
| Geschlecht | Männlich |
| Alter | 33 |
| Beruf | Vollzeit IT Systemadministrator |
| Hobbies | Skateboard fahren auf Turnieren |

Tab. 8 Teilnehmer GR2-B

| | |
|-------------------------------------|---|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | MARIJANA |
| Vorname | Marijana |
| Transkriptionscode | GR2-B1 |
| Geschlecht | Weiblich |
| Alter | 32 |
| Beruf | Arbeitet in der Buchhaltung, macht die Ausbildung zur Bilanzbuchhaltung |
| Hobbies | Tanzen, Freunde treffen |

Tab. 9 Teilnehmer GR2-B1

| | |
|-------------------------------------|-------------|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | JÖRG |
| Vorname | Jörg |
| Transkriptionscode | GR2-B2 |
| Geschlecht | Männlich |
| Alter | 29 |
| Beruf | EDV-Branche |
| Hobbies | Skifahren |

Tab. 10 Teilnehmer GR2-B2

| | |
|-------------------------------------|---|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | Dani |
| Vorname | Dani |
| Transkriptionscode | GR2-B3 |
| Geschlecht | Weiblich |
| Alter | 29 |
| Beruf | War in einem Schulbuchverlag tätig, aktuell wieder Studentin |
| Hobbies | - |

Tab. 11 Teilnehmer GR2-B3

| | |
|-------------------------------------|------------------------|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | Mirzet |
| Vorname | Mirzet |
| Transkriptionscode | GR2-B4 |
| Geschlecht | Männlich |
| Alter | 31 |
| Beruf | Im Finanzbereich tätig |
| Hobbies | Sport, Fußball |

Tab. 12 Teilnehmer GR2-B4

| | |
|-------------------------------------|----------------------------|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | MICHAELA |
| Vorname | Michaela |
| Transkriptionscode | GR2-B5 |
| Geschlecht | Weiblich |
| Alter | 30 |
| Beruf | Flugbegleiterin |
| Hobbies | macht gern Musik und singt |

Tab. 13 Teilnehmer GR2-B5

Die Fokusgruppe bestand aus 3 männlichen und 3 weiblichen Teilnehmern und kann somit hinsichtlich des Geschlechtes als ausgewogen bezeichnet werden. Das Altersspektrum reichte von 29 bis 33 Jahre und umfasst somit die Geburtsjahrgänge von 1986-1990. Das Durchschnittsalter in dieser Gruppe beträgt 30,6 Jahre.

8.1.4 Gruppe 2 (GR2-) Diskursbeschreibung

Eine der Teilnehmerinnen ist verspätet zum Termin eingetroffen. Die Diskussion hatte eine Gesamtdauer von 1 Stunde und 30 Minuten. Getränke, Süßes sowie belegte Brötchen wurden den Teilnehmern zur Verfügung gestellt. Nach der Vorstellungsrunde wurde mit der Erfassung der Mediennutzung am Flipchart gestartet.

Nach rund 10 Minuten greift der erste Diskussionsteilnehmer zu einem Brötchen.

Der Diskussionsverlauf in den ersten 20 Minuten war durch Anwendung des Flipcharts sehr auf den Moderator ausgerichtet – eine Diskussion der Teilnehmer untereinander konnte in diesem Zeitraum nicht beobachtet werden.

Bei der initialen Verteilung der Tageszeitungen haben 2 männliche Teilnehmer zur Krone gegriffen und 1 Teilnehmer zu Österreich. Von den weiblichen Teilnehmerinnen haben sich 2 Österreich angesehen, eine Teilnehmerin die Krone. Die Zeitung wurde von vorne beginnend nach hinten langsam durchgeblättert. Mit dem Lesen der Artikel wurde unmittelbar nach Aufschlagen der Zeitung begonnen.

Die erste Teilnehmerin war nach 6 Minuten mit dem Lesen der Zeitung fertig und hat diese vor sich zugeklappt hingelegt. Die zweite Teilnehmerin nach 7 Minuten, gefolgt von einem Teilnehmer 1 Minute später.

9 Minuten nach dem Austeilen der Zeitungen wird die Gruppendiskussion wieder durch den Moderator angeleitet. Die initial ausgewählte Zeitung wurde von keinem Teilnehmer gewechselt.

Nach rund 40 Minuten greifen 4 Teilnehmer (2 männliche, 2 weibliche) zu Brötchen und beginnen mit dem Essen.

In dieser Phase beginnen erste kurze Antworten auf Aussagen anderer Diskussionsteilnehmer innerhalb der Gruppe zu entstehen.

Nach 45 Minuten wurde der Teil mit der Beschreibung des klassischen Lesers der gewählten Tageszeitung begonnen.

Die Definition durch die Teilnehmer und die Vorstellung der einzeln definierten Personen hat insgesamt 7 Minuten gedauert.

Einer der männlichen Teilnehmer war über den Verlauf der Gruppendiskussion eher passiv beteiligt.

Die Gruppe kann grundsätzlich als an der Teilnahme interessiert bezeichnet werden.

Die Stimmung über den Diskussionsverlauf hat sich von anfänglich verhalten auf gegen Ende der Diskussion aufgelockert verändert.

Die Verteilung der Sprechbeiträge für diese Fokusgruppendiskussion gestaltet sich wie in der folgenden Tabelle dargestellt.

| Teilnehmer | Fokusgruppe | Sprechbeiträge | % Sprechbeiträge | Zeichen | % Zeichen |
|------------|-------------|----------------|------------------|---------|-----------|
| GR2-B | Gruppe2-GR | 106 | 17,5 | 12622 | 16,6 |
| GR2-B1 | Gruppe2-GR | 39 | 6,5 | 4988 | 6,5 |
| GR2-B2 | Gruppe2-GR | 29 | 4,8 | 4344 | 5,7 |
| GR2-B3 | Gruppe2-GR | 80 | 13,2 | 14036 | 18,4 |
| GR2-B4 | Gruppe2-GR | 52 | 8,6 | 4809 | 6,3 |
| GR2-B5 | Gruppe2-GR | 76 | 12,6 | 9786 | 12,8 |
| GR2-I | Gruppe2-GR | 202 | 33,4 | 23792 | 31,2 |
| GR2-I1 | Gruppe2-GR | 20 | 3,3 | 1877 | 2,5 |

Tab. 14 MAXQDA Übersicht Fokusgruppen-Teilnehmer Gruppe 2

Die Teilnehmer GR2-B, GR2-B3 und GR2-B5 haben einen ausgewogenen Anteil an der Diskussion. Die Sprechbeiträge von GR2-B3 sind im Vergleich zu den anderen Teilnehmern basierend auf der Anzahl der Zeichen am längsten.

Die Teilnehmer GR2-B1 und GR2-B4 sind als eher zurückhaltend und Teilnehmer GR2-B2 als eher passiv an der Gruppendiskussion teilnehmend zu beschreiben.

Die häufigsten Sprechbeiträge liegen mit 34% beim Moderator.

Gesamt sind 382 Sprechbeiträge mit 50 585 Zeichen der Teilnehmer aufgezeichnet worden.

8.1.5 Gruppe 3 (GR3-) Teilnehmer

Teilnehmer der Gruppendiskussion waren (sortiert nach Transkriptionscode)

| | |
|-------------------------------------|------------|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | Marika |
| Vorname | Maria |
| Transkriptionscode | GR3-B |
| Geschlecht | weiblich |
| Alter | - |
| Beruf | in Pension |
| Hobbies | - |

Tab. 15 Teilnehmer GR3-B

| | |
|-------------------------------------|--|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | MATHILDE |
| Vorname | Mathilde |
| Transkriptionscode | GR3-B1 |
| Geschlecht | weiblich |
| Alter | 57 |
| Beruf | Lehrerin in einer Handelsschule |
| Hobbies | Singt in einem Chor, im Sommer als Statistin |

Tab. 16 Teilnehmer GR3-B1

| | |
|-------------------------------------|--|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | Thomas |
| Vorname | Thomas |
| Transkriptionscode | GR3-B2 |
| Geschlecht | männlich |
| Alter | 57 |
| Beruf | Trainer und Coach bei einem Erwachsenenbildungsinstitut |
| Hobbies | Sprachen, Reisen nach Lateinamerika, vorzugsweise Brasilien |

Tab. 17 Teilnehmer GR3-B2

| | |
|-------------------------------------|---|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | JULIANA |
| Vorname | Juliana |
| Transkriptionscode | GR3-B3 |
| Geschlecht | weiblich |
| Alter | 52 |
| Beruf | Angestellte in deiner Künstleragentur, Ausbildung zur Berufsfotografin |
| Hobbies | Museumsbesuche, Kino, Theater |

Tab. 18 Teilnehmer GR3-B3

| | |
|-------------------------------------|--|
| Namenskärtchen (handschriftlich) | Alex |
| Vorname | Alex |
| Transkriptionscode | GR3-B4 |
| Geschlecht | männlich |
| Alter | 57 |
| Beruf | Arbeitet im Handel |
| Hobbies | Freunde treffen, Kunst, Kultur, Lesen, Schwerpunkt österreichische Geschichte |

Tab. 19 Teilnehmer GR3-B4

Die Fokusgruppe bestand aus 2 männlichen und 3 weiblichen Teilnehmern. Das Altersspektrum reichte von 52 bis 57 Jahre. Von einer Teilnehmerin wurde nur erwähnt, dass sie bereits in Pension ist, das genaue Alter wurde nicht genannt. Diese Gruppe umfasst somit die Geburtsjahrgänge von 1962-1967. Das Durchschnittsalter in dieser Gruppe beträgt 55,7 Jahre. Die Person ohne Altersangabe wurde bei der Durchschnittsberechnung nicht berücksichtigt.

8.1.6 Gruppe 3 (GR3-) Diskursbeschreibung

Alle Teilnehmer sind rechtzeitig zum Termin eingetroffen, die Diskussion hatte eine Gesamtdauer von 1 Stunde und 38 Minuten. Ein rekrutierter Teilnehmer hat kurzfristig abgesagt. Für die Verpflegung der Teilnehmer mit Getränken, Süßem sowie belegten Brötchen wurde gesorgt. Nach rund 1,5 Minuten greift der erste Diskussionsteilnehmer zu einem Brötchen, unmittelbar gefolgt von einer weiteren Diskussionsteilnehmerin. Nach der Vorstellungsrunde wurde nach rund 5 Minuten mit der Erfassung der Mediennutzung am Flipchart begonnen. Die Diskussionsatmosphäre war von Beginn an aufgelockert.

Der Diskussionsverlauf in den darauffolgenden 31 Minuten war durch die Anwendung des Flipcharts geprägt – es war eine angeregte Diskussion der Teilnehmer untereinander festzustellen auch war eine auf die Gruppe und die einzelnen Gruppenteilnehmer ausgerichtete Sitzposition der Teilnehmer erkennbar.

Bei der auf die Mediennutzung folgenden Phase haben initial ein männlicher Teilnehmer zur Krone gegriffen, 1 männlicher Teilnehmer zu Österreich. 2 Teilnehmerinnen haben die Krone als erstes angesehen, eine andere Teilnehmerin konnte sich zuerst zwischen den Zeitungen nicht entscheiden, hat dann nach kurzer Betrachtung beider Titelseiten die Krone aufgeschlagen.

Ein Teilnehmer hat nach 1 Minute 30 Sekunden durchblättern von Österreich zur Krone gewechselt und nach einer weiteren Minute auch die Krone geschlossen.

Eine Teilnehmerin hat nach 2 Minuten durchblättern und lesen von Artikeln von der Krone zu Österreich gewechselt.

4 Minuten nach dem Austeilen der Zeitungen wurde die Weiterführung der Gruppendiskussion wieder durch den Moderator initiiert.

Es wurde angeregt über die gelesenen Artikel diskutiert – die Diskussion über einen Artikel hat einen Diskussionsteilnehmer dazu veranlasst den Artikel während der Diskussion in der Zeitung zu suchen und nachzulesen.

Nach rund 60 Minuten Diskussionszeit wurden die A4 Blätter zur individuellen Beschreibung des typischen Lesers einer der beiden durchgesehenen Tageszeitungen verteilt. Die Ausarbeitung und anschließende individuelle Abfrage der Beschreibungen haben rund 10 Minuten in Anspruch genommen.

Eine der Teilnehmerinnen war über den Verlauf der Gruppendiskussion eher zurückhaltend, unter den anderen Teilnehmern konnte eine rege Diskussion und ein reger Austausch von Meinungen beobachtet werden.

Die Verteilung der Sprechbeiträge für diese Fokusgruppendiskussion gestaltet sich wie in der folgenden Tabelle dargestellt.

| Teilnehmer | Fokusgruppe | Sprechbeiträge | % Sprechbeiträge | Zeichen | % Zeichen |
|------------|-------------|----------------|------------------|---------|-----------|
| GR3-B | Gruppe3-GR | 40 | 6,6 | 4686 | 5,3 |
| GR3-B1 | Gruppe3-GR | 62 | 10,2 | 7603 | 8,5 |
| GR3-B2 | Gruppe3-GR | 123 | 20,3 | 26167 | 29,3 |
| GR3-B3 | Gruppe3-GR | 71 | 11,7 | 11288 | 12,7 |
| GR3-B4 | Gruppe3-GR | 87 | 14,3 | 17117 | 19,2 |
| GR3-I | Gruppe3-GR | 205 | 33,8 | 20900 | 23,4 |
| GR3-I1 | Gruppe3-GR | 19 | 3,1 | 1470 | 1,6 |

Tab. 20 MAXQDA Übersicht Fokusgruppen-Teilnehmer Gruppe 3

Der Moderator hat mit 34% der Sprechbeiträge den größten Anteil an dem Gespräch, die Anzahl der Zeichen einiger Teilnehmer ist aber annähernd gleich hoch wie die des Moderators, die Anzahl der Zeichen von Teilnehmer GR3-B2 übersteigt diese sogar. Somit liefert Teilnehmer GR3-B2 die längsten Beiträge im Zuge der Fokusgruppendifkussion. Die Teilnehmer GR3-B1, GR3-B3 und GR3-B4 haben einen ausgewogenen Anteil an der Diskussion, Teilnehmer GR3-B war in der Diskussion eher zurückhaltend.

Gesamt sind 383 Sprechbeiträge mit 66 861 Zeichen der Teilnehmer aufgezeichnet worden.

8.2 Auswertung des „Klassischen Leser“ einer Tageszeitung

Teil des Fokusgruppen Leitfadens war die Frage nach dem Bild des „klassischen“ Lesers der Tageszeitung, die als einer der Diskussionsimpulse während der Gruppendiskussion gestellt wurde.

Den Teilnehmern wurde dafür ein leeres A4 Blatt zur Verfügung gestellt. Darauf sollten sie in Schlagworten das Bild des „klassischen“ Lesers anhand von im Leitfaden festgelegten Fragen kreieren. Die gestellten Fragen können in der Guideline für die Fokusgruppendifkussion in Kapitel 14.1 nachgelesen werden.

Ziel dieser Frage ist es, einen Eindruck der Zielgruppe der jeweiligen Tageszeitung aus Sicht der Rezipienten zu gewinnen. In weiterführenden Forschungen könnte dieses Bild z.B. mit dem Bild des Redakteures bzw. der Redaktion über „seine Leser“ verglichen werden.

Die Teilnehmer aller Fokusgruppen haben sich bei diesem Teil der Fokusgruppendifkussion durchwegs gut beteiligt. Es wurden nicht immer alle abgefragten Merkmale von den jeweiligen Teilnehmern beschrieben. Dies war der knapp bemessenen Zeit geschuldet, denn die Merkmale wurden vom Moderator zügig vorgelesen – etwas mehr Zeit zwischen der Nennung der einzelnen Merkmale hätte den Teilnehmern vielleicht etwas mehr Gelegenheit für die Ausformulierung der Merkmale gegeben. Eventuell wären diese „reichhaltiger“ für die einzelnen Merkmalsausprägungen ausgefallen. Ergänzend hätten die Teilnehmer in der Gruppe

weiterführend die Merkmalsausprägungen des „Klassischen Lesers“ diskutieren können um ein gemeinsames Bild des „klassischen Lesers“ zu definieren.

Unter der tabellarischen Sammlung der Merkmalsnennungen der jeweiligen Gruppen wird ein erster Eindruck des Bildes eines „klassischen Lesers“ der jeweiligen Zeitung zusammengefasst.

Die handschriftlichen Aufzeichnungen der einzelnen Teilnehmer sind im Kapitel 15 zu finden.

8.2.1 “Klassischer Leser” Gruppe 1 (GR1-)

8.2.1.1 Kronen Zeitung

| | |
|--|--|
| Geschlecht | Männlich, männlich, männlich/weiblich, |
| Alter | Ältere Person 60+, 35+ Nicht gut gebildet, evtl. arbeitslos, 40+ |
| Interessen | In Pension, redet über alles und nichts mit Familie/Nachbarn, hat kaum etwas zu tun und sitzt vor dem Fernseher bzw. zu Hause, grillen, schwimmen in der Donau, |
| Welche Medien werden noch genutzt? | Liest die Zeitung im Print-Format, andere Informationen aus dem TV (RTL), andere Zeitungen: Österreich, TV: RTL2, Sat1, Zeitungen Print schnell in der U-Bahn (morgens), TV-Sender: ATV, ORF1, RTL |
| Hobbies | Freunde treffen, in der Donau schwimmen |
| Charaktereigenschaften | Wirkt freundlich, aber ziellos, eingebildet, aufregen, eifersüchtig, pessimistisch, stolz, leicht rechts orientiert (politisch) altmodisch, Gewohnheitsmensch, Auftreten: veraltet „alles egal“-Einstellung, |
| Kleidung die getragen wird | Nichts Besonderes, schlicht, keine Markenkleidung, chilliger Look: Jogginghose von Nike, Primark bis Esprit |
| Mit dem Auto oder öffentlich Unterwegs | VW, Opel, Mercedes, nutzt hauptsächlich die Öffis – U-Bahn und hat ein Auto von Ford, VW, BMW, Opel, VW, Ford, Renault |
| Lieblingsmarken | - |

Tab. 21 Klassischer Leser Krone Gruppe 1 (GR1-)

Die Gruppe 1 sieht den klassischen Krone Leser eher als nicht gut gebildeten Mann, mittleren (35+) bis gehobeneren Alters (60+), durchaus gesellig und kommunikativ in seinem näheren Umfeld, informiert sich eher über Printausgaben von Krone und Österreich sowie im TV. Eher ein Gewohnheitsmensch, denkt „altmodisch“, leicht rechts orientiert und pessimistisch. Der Kleidungsstil ist eher schlicht ohne, dass dabei Wert auf Marken gelegt wird. Wenn er ein Auto besitzt ist es eines von VW oder Ford.

8.2.1.2 Österreich

| | |
|--|---|
| Geschlecht | Weiblich, männlich, männlich |
| Alter | Ältere Personen, 45, 11-17 oder 80-90 |
| Interessen | Menschen die Technik hassen/nicht verwenden können, Politik, Sport, mit Freunden, über Klatsch & Tratsch, oberflächliches Gerede, vielleicht Sport, Prominews |
| Welche Medien werden noch genutzt? | Print-Medien, Radio, Printmedien, etliche Zeitungen, TV, Österreich & Heute als Print, Standard und Presse online |
| Hobbies | Freunde eher wenige dafür feste Freunde, hat vor allem Freunde aus seiner Umgebung |
| Charaktereigenschaften | Sprechen viel, streng, kritisch, typisch arbeitslos, nichts zu tun eher negative Charaktereigenschaften |
| Kleidung die getragen wird | Keine Trendkleidung, Hemd in der Hose, keine Marken, Jogging Anzüge Adidas als Marke |
| Mit dem Auto oder öffentlich Unterwegs | U-Bahn, auf dem Weg lesen, Auto – alter VW Wagen, Öffi-Fahrer U-Bahn Fahrer, wenn Auto dann BMW Fahrer |
| Lieblingsmarken | - |

Tab. 22 Klassischer Leser Österreich Gruppe 1 (GR1-)

Für die Gruppe 1 ist der klassische Österreich Leser ein älterer Mann, der an „light“ News über Promis, Klatsch und Tratsch sowie Sport interessiert ist. Er nutzt hauptsächlich die Printausgaben von Österreich und Heute sowie ein wenig TV und Radio als Informationsmedium. Er ist arbeitslos und hat eher negative Charaktereigenschaften. Bei der Kleidung wird auf keine bestimmte Marke Wert gelegt. Wenn er nicht öffentlich unterwegs ist, nützt er ein Auto von VW oder BMW.

8.2.2 “Klassischer Leser” Gruppe 2 (GR2-)

8.2.2.1 Kronen Zeitung

| | |
|--|---|
| Geschlecht | Männlich, Männlich/weiblich, männlich/weiblich |
| Alter | 47, 50, 40 |
| Interessen | Informiert sich nicht viel (Fernsehen) bisschen Fashion bisschen Sport bisschen Schlagzeilen, Österreich, Sport, Entertainment, Inlands-Geschehen, „Kaffeehaus“ |
| Welche Medien werden noch genutzt? | TV, gmx.at, oe24.at, Radio, |
| Hobbies | Tratscht gerne und denkt er weiß alles besser, Fernsehen, Sport, Fortgehen, Freunde treffen |
| Charaktereigenschaften | Party in Wirtshausatmosphäre, Apre-Ski, Autos, gesellig, konservativ, gemütlich, „Otto-Normalverbraucher“ |
| Kleidung die getragen wird | Nichtssagend ohne Stil Jeans und Karo Hemd in der in der Hose, bequem, funktional, Alltagskleidung, Hose/Jeans+T-Shirt |
| Mit dem Auto oder öffentlich Unterwegs | Nur mit dem Auto unterwegs (VW), Auto (VW), Auto ja VW, Öffis ja, |
| Lieblingsmarken | - |

Tab. 23 Klassischer Leser Krone Gruppe 2 (GR2-)

Die Teilnehmer der Gruppe 2 sehen Männer und Frauen zwischen 40 und 50 die sich ein wenig über das Inlandsgeschehen und Sport informieren wollen als Zielgruppe der Krone. Sie informieren sich online sowie über TV und Radio und sind die geselligen „Otto-Normalverbraucher“. Tragen bequeme und funktionelle Jeans und Hemden, wenn sie mit ihrem Auto von VW unterwegs sind.

8.2.2.2 Österreich

| | |
|--|--|
| Geschlecht | Männlich/weiblich, männlich/weiblich |
| Alter | 25-30 Student, 35, 25 |
| Interessen | Allgemeines Wissen an unterschiedlichen Artikeln – nicht speziell auf Themen gebunden, Ereignisse im Inland, Sport Fußball |
| Welche Medien werden noch genutzt? | Facebook, Instagram, Google, TV / Internet, Fernsehen, Facebook |
| Hobbies | Lesen, tanzen, Sport, Fussball /Ski, in die Kneipe gehen, essen, einkaufen, Fußball |
| Charaktereigenschaften | Informativ, oberflächlich, liebevoll / gemütlich, gesellig, heimatbezogen, laut |
| Kleidung die getragen wird | Casual, sportlich / einfach, durchschnittlich gekleidet, Jeans |
| Mit dem Auto oder öffentlich Unterwegs | Öffentliche Verkehrsmittel, U-Bahn, wenn Auto dann Skoda/VW, Öffi, kein Auto wenn ja VW |
| Lieblingsmarken | - |

Tab. 24 Klassischer Leser Österreich Gruppe 2 (GR2-)

Als die Zielgruppe von Österreich sehen die Teilnehmer der Gruppe 2 gesellige Männer und Frauen zwischen 25 und 35, die sich für das Inlandsgeschehen und Sport interessieren. Sie nutzen das Internet und soziale Medien um sich zu informieren. In der Freizeit sind sie sportlich aktiv. Sie bevorzugen einen sportlich bequemen und einfachen Kleidungsstil und fahren ein Auto von VW.

8.2.3 “Klassischer Leser” Gruppe 3 (GR3-)

8.2.3.1 Kronen Zeitung

| | |
|--|---|
| Geschlecht | Weiblich, weiblich/männlich, männlich, männlich |
| Alter | 30-40, 50, ab 45, 45 |
| Interessen | Geschehnisse über die Einwohner und Veranstaltungen, Klatsch-Tratsch, Chronik – Überfälle, aktuelles in Österreich, Grätznews, Sport, Innenpolitik (Info) |
| Welche Medien werden noch genutzt? | Informationen Österreich heute, ZIB 2, Info über ORF (ZIB) und Stammtisch |
| Hobbies | Autofahren, Feiern, Kaffeehaus, spazieren, Hund, Vereinstätigkeit Tierzucht, nichts Spezielles |
| Charaktereigenschaften | Um den Nächsten kümmern, cholerisch, schimpfend, primitiv, kommunikativ, gesellig, etwas mürrisch |
| Kleidung die getragen wird | Steffl, Adler, einfache Kleidung, sportlich, keine Marke, Lodenjanker, C&A, normale Freizeitbekleidung |
| Mit dem Auto oder öffentlich Unterwegs | Autofahrer Kia, Renault und Öffis, VW, Autofahrer irgendeine japanische Marke |
| Lieblingsmarken | - |

Tab. 25 Klassischer Leser Krone Gruppe 2 (GR3-)

Als klassischen Krone Leser sehen die Teilnehmer der Gruppe 3 Männer und Frauen zwischen 40 und 50, die sich für das Inlandsgeschehen und lokale Geschehnisse interessieren. Zusätzliche Informationen beziehen sie über die Nachrichten im TV. Sie sind grundsätzlich gesellig können manchmal jedoch auch cholerisch und mürrisch sein. Die Kleidung ist sportlich, einfach und wird in einer Filiale einer Bekleidungskette gekauft. Das Auto wird von einem Hersteller aus Asien geliefert.

8.2.3.2 Österreich

| | |
|--|--|
| Geschlecht | männlich |
| Alter | 20-25, |
| Interessen | Fußball, Facebook, Klatsch und Tratsch, |
| Welche Medien werden noch genutzt? | Orf.at, oe24.at |
| Hobbies | Fußball, Facebook, shoppen, |
| Charaktereigenschaften | Einfach strukturiert, autoritätsgläubig, FPÖ affin |
| Kleidung die getragen wird | Desaster rugged Jeans, Sneakers, |
| Mit dem Auto oder öffentlich Unterwegs | Öffentlich wenn Auto dann Hyundai, |
| Lieblichsmarken | - |

Tab. 26 Klassischer Leser Österreich Gruppe 3 (GR3-)

Der klassische Österreich Leser wird von dem Teilnehmer der Gruppe 3, der sich als einziger in der Gruppe Österreich zur Beschreibung des klassischen Lesers ausgesucht hat, als FPÖ affinen, einfach strukturierten Mann Anfang 20 gesehen, der sich für Fußball sowie Klatsch und Tratsch interessiert. Zusätzliche Informationen werden online über News Portale bezogen, dessen Hobbies Fußball und die Nutzung von sozialen Medien sind.

Die Kleidung ist leger, wenn er ein Auto hat, dann von einem asiatischen Hersteller.

8.2.4 Gruppenvergleich des „Klassischen Leser“ einer Tageszeitung

8.2.4.1 Kronen Zeitung

Das Alter der Zielgruppe wird von den Gruppen in den Bereich zwischen 40 und 50 eingeschätzt. Das Interesse liegt am Inlandsgeschehen und lokalen Ereignissen. Charakterlich wird von den Gruppen versucht den „Durchschnitts“-Österreicher zu beschreiben – traditionell und manchmal ein wenig „grantig“. Die Kleidung wird von allen Gruppen als eher schlicht und unauffällig beschrieben. Als Automarken wurden von Teilnehmern der Gruppen 1 und 2 (16-33 jährige) eher europäische Marken genannt, schwerpunktmäßig VW, während die Teilnehmer der Gruppe 3 (52-57 jährige) eher asiatische Markennamen nannten.

8.2.4.2 Österreich

Die Zielgruppe von Österreich wird hinsichtlich des Alters kontrovers eingeschätzt.

Während die Teilnehmer der Gruppe 1 (16-20 jährige) den Österreich Leser eher als älteren Mann einschätzten, sehen die Teilnehmer der Gruppe 2 (29-33 jährige) und der Gruppe 3 (52-57 jährige) die 20-30 Jährigen als Zielgruppe von Österreich.

Einig sind sich die Gruppen bei den Interessen die bei Klatsch und Tratsch sowie Sport liegen. Bei der Nutzung von zusätzlichen Informationsquellen zeigt sich ein ähnliches Bild wie bei der Einschätzung des Alters. Die Teilnehmer der Gruppe 1 sehen die hauptsächliche Nutzung von Printmedien zur Informationsbeschaffung, während die Teilnehmer der Gruppen 2 und 3 von einer zusätzlichen online Nutzung ausgehen. Der Kleidungsstil wird von allen Gruppen als einfach und bequem bezeichnet. Bei den Automarken wurde von den Teilnehmern der Gruppen 1 und 2 (16-33 jährige) schwerpunktmäßig VW neben BMW genannt. Der einzige Teilnehmer aus Gruppe 3 (52-57 jährige), der einen klassischen Österreich Leser beschrieben hat, nannte eine asiatische Automarke.

8.3 Auswertung Mediennutzung

Basierend auf den im Leitfaden ausgearbeiteten Fragen die im Verlauf der Fokusgruppen gestellt wurden sollten die Gruppenteilnehmer angeregt werden eine Diskussion über die allgemeine Mediennutzung und deren Aspekte zu führen.

In einem ersten Schritt wird die Mediennutzung je Gruppe ausgewertet. Dies entspricht im Diskussionsverlauf dem Beginn der jeweiligen Fokusgruppe und umfasst den Zeitraum der ersten 25-35 Minuten bis zum Austeilen der Tageszeitung an die Teilnehmer. Die Aufarbeitung der Mediennutzung wurde während der Fokusgruppendifkussion vom Moderator am Flipchart durchgeführt. Das Flipchart-Ergebnisblatt der jeweiligen Fokusgruppe wurde in Form eines Fotoprotokolls festgehalten.

Anschließend werden die einzelnen Gruppen miteinander verglichen und die Ergebnisse zur Beantwortung der Forschungsfragen und Hypothesengenerierung herangezogen.

8.3.1 Mediennutzung Gruppe 1 (GR1-)

Die Teilnehmer der Gruppe 1 gaben allgemein an, das Internet als Medium zur Deckung des Informations- und Kommunikationsbedarfes zu nutzen. Bei Nachfrage wurden konkreter Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter, YouTube und der Messenger WhatsApp sowie allgemein Streaming Plattformen genannt. Twitter wurde zwar als eine der Plattformen genannt, die Nutzung wurde im Gesprächsverlauf jedoch abgeschwächt und von drei Teilnehmern verneint.

T40 GR1-B3: Twitter. (Gelächter) Wenn wir schon dabei sind. #00:03:33-6#

T41 GR1-I: Nutzt ihr Twitter wirklich, oder (unv.)? #00:03:34-9#

T42 GR1-B4: Eigentlich nicht. #00:03:35-5#

T43 GR1-B5: Nein. #00:03:35-8#

T44 GR1-B1: Nein. #00:03:36-1#

Als genutzte Streaming Plattformen wurden im Diskussionsverlauf Amazon Prime und Netflix erwähnt. Ebenso werden die online Ausgaben der Zeitungen von den Teilnehmern täglich gelesen, namentlich wurden Presse, Standard, ORF und Kurier genannt. „Reguläres“ Lineares Fernsehen wird eher selten geschaut – hier kommt es darauf an ob es „etwas Interessantes“ gibt. Als Informationsquelle wurden die Netflix Dokumentationen genannt als konkretes Beispiel ist einer Teilnehmerin „Explained“ eingefallen. Die Angaben zur Nutzungshäufigkeit der Streaming Dienste liegt von täglich abends bis zu „eher am Wochenende“. Für das Abonnement von Streaming-Diensten (Netflix) wird Geld bezahlt.

Instagram wird von den Teilnehmern als ein Hauptinformationslieferant verwendet – so geben die Teilnehmer an z.B. derstandard auf Instagram abonniert zu haben, dies wird ein paar Mal in der Woche genutzt.

T239 GR1-B4: Also ich glaube, 90 Prozent in meinem Alter holen sich die Informationen aus Instagram. Also alles, was dort steht. Also gefühlt jetzt, aus meinem Freundeskreis. Ich kann ja nur von meinen Freunden reden, die halt schon über Instagram eigentlich fast alle Infos oder bei Snapchat diese Stories oder was das da ist? Diese Infostorys, was es da gibt. Das glaube ich halt persönlich. #00:17:10-7#

Nachrichten werden auch von Samsung Update auf das Smartphone „geliefert“ – wenn ein Thema interessant ist, dann wird eher morgens oder aber auch zwischendurch mal draufgeklickt.

T129 GR1-B3: Das ist unterschiedlich, weil man die Nachrichten/ Also ich habe es so eingestellt, dass ich so interessante Themen so nach vorne bekomme, dass ich sie gleich sehe und dann klicke ich erst drauf. Also so unbestimmte Zeit. Einfach so zwischendurch. #00:09:08-8#

Einer der Teilnehmer gibt an, dass Radio kurz (5-10 Minuten) in der Früh gehört wird, oder als „Hintergrundgeräusch“ läuft aber nicht bewusst Radio gehört wird.

YouTube Kanäle werden ebenfalls häufig genutzt, „Faktastisch“ und „Simple“ wurden namentlich genannt.

Als Geräte werden hauptsächlich das Smartphone aber auch das Tablet und der SmartTV für den Abruf der online Angebote genutzt. Die Anzeige über Apps wird gegenüber der Anzeige im Browser bevorzugt.

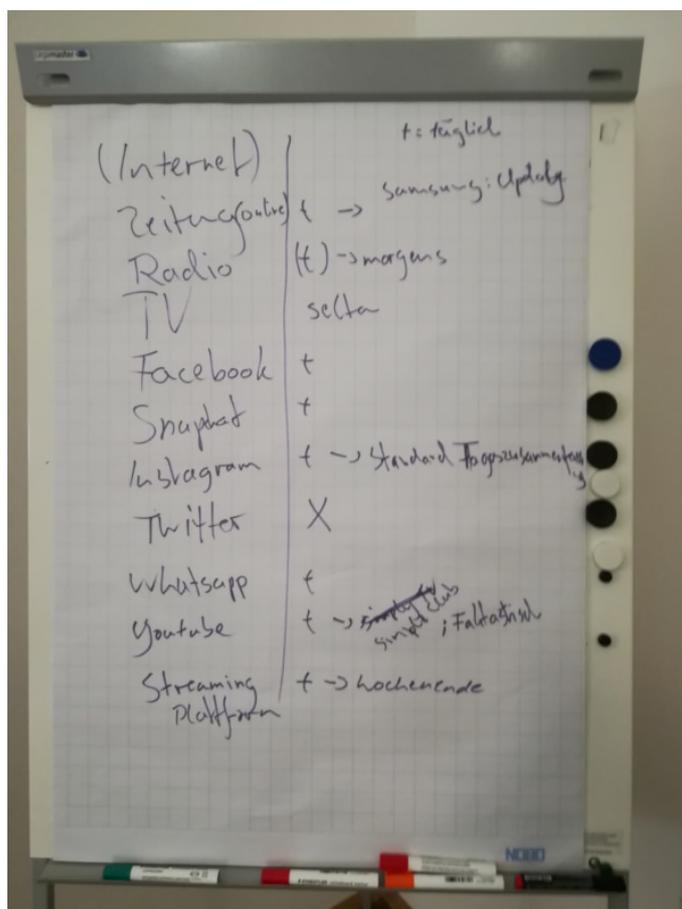


Abb. 8 Mediennutzung Gruppe 1 (GR1-)

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Mediennutzung sehr stark auf online Angebote und deren Nutzung über das Smartphone ausgerichtet ist. Instagram und YouTube sind die zentralen Informationslieferanten aber auch die auf den Geräten vorhandenen „build-in“ Apps wie z.B. „Samsung Update“ werden für den Konsum von Nachrichten verwendet. TV, Radio oder Printmedien spielen eine untergeordnete Rolle.

T727 GR1-B4: Gibt es nicht sogar Bezirksblatt? #01:31:49-7#

T729 GR1-B4: Aber das glaube ich, liest keiner. Das kommt direkt in den Mistkübel. (lacht)
#01:31:55-0#

T731 GR1-B4: Nein, aber das meine ich damit. So lokal braucht es jetzt auch nicht sein, weil das liest dann eh gar keiner mehr. Also das Bezirksblatt ist eben schon extrem lokal und das liest, also kenne ich jetzt niemanden, der das liest. #01:32:12-5#

8.3.2 Mediennutzung Gruppe 2 (GR2-)

Internet und Fernsehen sind die zentralen Informationslieferanten für die Diskussionsteilnehmer der Gruppe 2. Online Angebote werden am Notebook/Laptop, Smartphone und auf dem Tablet konsumiert. Das Notebook/Laptop wird in der Arbeit, das Smartphone zwischendurch (unterwegs) und das Tablet abends für die Mediennutzung verwendet. Informationen werden den ganzen Tag über konsumiert, zwei bis drei Mal täglich bewusst, schwerpunktmäßig ist das morgens und abends.

Radio wird von einem Teilnehmer als „veraltet“ bezeichnet, läuft „in der Arbeit“ als Hintergrundgeräusch und wird nicht bewusst wahrgenommen.

T759 GR2-B: Der Radio ist schon wieder veraltet oder? Könnte man vielleicht noch beim Autofahren. #00:10:23-4#

Zeitungen werden vorwiegend online gelesen, namentlich genannt wurden derstandard, Heute, Presse und Krone. Der Nachrichtenkonsum wird auch über Samsung Update oder Portale wie das GMX Portal an-getriggert. Handelt es sich um ein interessantes Thema wird die Meldung geöffnet und weitergelesen.

Neben Twitter, Facebook, Instagram und Pinterest ist YouTube ein wichtiger Informationslieferant. Auf YouTube werden, je nach Interesse, spezielle Kanäle abonniert.

T780 GR2-B: YouTube. #00:12:14-1#

T782 GR2-B: Also da sind halt die meisten Infos. #00:12:18-6#

Lineares Fernsehen wird von zwei Drittel der Teilnehmer täglich konsumiert, spannend ist der Umstand, dass das andere Drittel gar kein Fernsehgerät besitzt. Hier scheint eine „Bruchlinie“ zwischen dem linearen Fernsehkonsum und dem Zusammenstellen des „eigenen Programmes“ zu liegen.

Printmedien werden wenig bis gar nicht genutzt.

T1175 GR2-B: Dann gibt es ja noch Zeitungen. #01:17:54-0#

T1176 GR2-B3: Ja das stimmt, old school #01:17:56-0#

Für Informationsinhalte wird kein Geld ausgegeben – dies wird sogar eher als störend empfunden

T1135 GR2-B5: [...] zum Beispiel bei der Presse, da gibt es eine App, wo man lesen kann und dann fängt sie mit drei Zeilen vom Artikel an und liest aus und da steht, wenn Sie diesen Artikel lesen möchten, kaufen Sie bitte die kostenpflichtige Onlineausgabe, das ist das allerschlimmste. #01:13:13-4#

Geld wird für die Unterhaltung über Media Streaming Plattformen ausgegeben oder wenn dann dafür die Werbung auf den Seiten mit den Informationsinhalten entfernt wird.

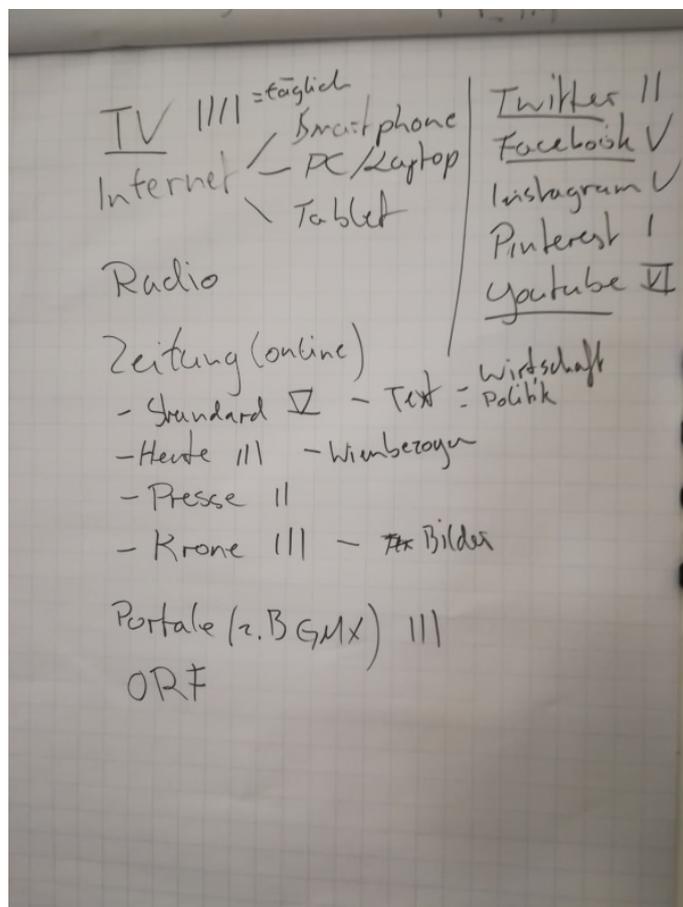


Abb. 9 Mediennutzung Gruppe 2 (GR2-)

Die Mediennutzung der Teilnehmer von Gruppe 2 kann als online zentriert bezeichnet werden. Neben der Nutzung der bekannten Social Media Plattformen werden Zeitungen hauptsächlich online gelesen. Neben der online Mediennutzung spielt lineares Fernsehen ebenfalls eine Rolle beim Medienkonsum, wobei vermutet wird, dass es innerhalb der Gruppe einen „Mediennutzungsbruch“ gibt. Zwei Drittel der Teilnehmer (4

Teilnehmer) gaben an, Fernsehen täglich zu konsumieren, wo hingegen ein Drittel (2 Teilnehmer) gar kein Fernsehgerät mehr besitzt. Lineares Fernsehen kann als „fremdgesteuert“ gesehen werden, das Programm und die Inhalte werden von dem jeweiligen Sender gestaltet. Eine nicht lineare Nutzung von Medien erfordert ein hohes Maß an Selbstgestaltung hinsichtlich des „Programmablaufes“. Weiter ist eine Informations- und Inhaltsselektion nach Interessens- und/oder Themengebieten für die eigene Programmgestaltung notwendig.

Printmedien werden wenig bis gar nicht genutzt.

8.3.3 Mediennutzung Gruppe 3 (GR3-)

Fernsehen, Radio und (Print-) Zeitungen wurden als Informationsquellen der Teilnehmer dieser Fokusgruppe genannt. Medien werden den ganzen Tag über genutzt – die Schwerpunkte liegen am Morgen und Abend, fallweise zu Mittag.

Grundsätzlich ist TV und da im speziellen der Telex für zwei Teilnehmer das zentrale Informationsmedium. Das Fernsehgerät wird am Morgen nach dem Aufstehen eingeschaltet und der Teletext konsumiert. Die beiden Teilnehmer konnten die Nummern der sie interessierenden Teletextseiten auswendig – und gaben in der Diskussion auch die Reihenfolge des (ritualisierten) Aufrufes wieder.

T1417 GR3-I: Also TV ist für Sie das Wichtigste? #00:12:16-7#

T1418 GR3-B: Ja. #00:12:17-7#

T1419 GR3-B4: Bei mir ist es Teletext und, weil ich es vergessen habe, wenn ich im Auto sitze, Nachrichten über das Radio normal. #00:12:28-4#

Das Radio nimmt bei den meisten Teilnehmern dieser Fokusgruppe ebenfalls eine Informationsfunktion ein. Radio wird bewusst konsumiert, Indikator dafür sind die Nennung des Ö1 Journals und von Minderheitensendungen im ORF Radio.

Online werden Zeitungen von einem Teil der Diskussionsteilnehmer (2 Teilnehmer) genutzt. Genannt wurden derstandard online und die Presse online. Die Teilnehmer die online Zeitung lesen haben auch ein Abo für diese Zeitungen. Die anderen drei Teilnehmer bevorzugen die Printausgaben von Zeitungen.

T1565 GR3-B1: Zeitung. Und wo ich auch sehr viel lese [...] #00:28:30-7#

T1561 GR3-B1: Also erstens einmal suche ich da noch auf der Bezirksebene. Also zum Beispiel Bezirksjournal vom 15. Bezirk interessiert mich manchmal vielleicht, was sich in dem Bezirk abspielt der Chronik #00:27:54-1#

T1471 GR3-B4: Na, Zeitungen lese ich nur gedruckt, lese ich nicht online. #00:17:52-5#

Neben orf.at wird YouTube manchmal dazu benutzt um sich „Reisevideos“ oder Reparaturanleitungen anzusehen.

Smartphones und Soziale Medien werden eher als kritisch für den sozialen Kontakt

T1615 GR3-B2: [...] Wenn man ständig nur am Smartphone oder an der Ding hängt, ist es vielleicht für die sozialen Kontakte auch nicht so gut. Ich finde auch den Ausdruck Soziale Medien irgendwie einen Widerspruch in sich. Schauen Sie sich viele Jugendliche an. Die treffen einander irgendwo, jeder starrt auf sein Handy, aber kommunizieren untereinander, ohne, dass sie miteinander Blickkontakt haben. Die Frage ist, was ist dran sozial? Also der Begriff Soziale Medien ist für mich irgendwie ein Widerspruch in sich. #00:37:03-1#

und sarkastisch gesehen

T1616 GR3-B4: Er schickt seinem Visavis am Tisch eh über WhatsApp die Frage: 'Was bestellst du?' Und der schreibt ihm zurück: 'Ein Cola.' #00:37:12-1#

Ein Teilnehmer gab an als Ausnahme über das Smartphone Radio zu hören ansonsten wurden Smartphones oder Tablets hinsichtlich des Medienkonsums weiter nicht erwähnt.

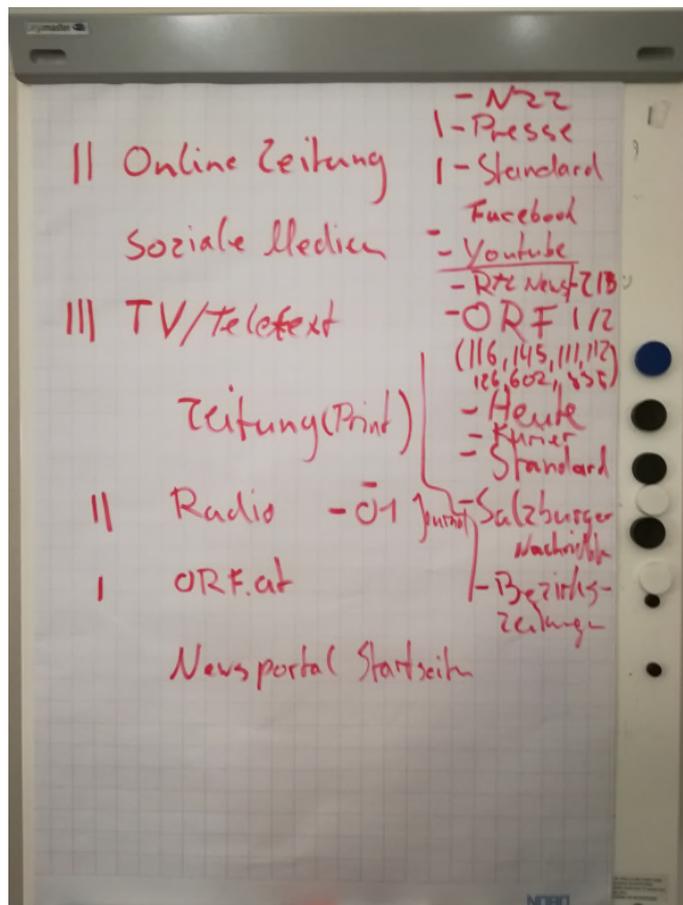


Abb. 10 Mediennutzung Gruppe 3 (GR3-)

Die klassischen Medien Radio, TV und Zeitung sind die präferierten Kanäle der Mediennutzung der Teilnehmer von Fokusgruppe 3.

Smartphones spielen insofern eine Rolle als damit telefoniert werden kann eine andere vorteilhafte und weitreichende Nutzung wurde von den Teilnehmern dieser Fokusgruppe im Verlauf der Diskussion nicht erwähnt.

Im Bereich der Zeitung kann ein Medienbruch von Print hin zur Mediennutzung der Zeitung online vermutet werden – die Gruppe ist hinsichtlich der Nutzungsform von Zeitungen zweigeteilt.

Die 2 Teilnehmer, die angegeben haben Zeitungen online zu nutzen, nutzen den Teletext nicht. Die beiden Teilnehmer, die wiederum Teletext stark nutzen, lesen Zeitungen lieber in gedruckter Form und sehen keinen Vorteil in online

Medienangeboten

T1861 GR3-B4: Ist ein bisschen schwer, weil dadurch, dass ich, wie gesagt, Informationen nicht so sehr über das Internet liebe oder über den Computerschirm, sondern mein Hauptmedium eigentlich wirklich gedruckte Medien oder eben Teletext oder Nachrichten ist, passt das eigentlich so, wie es ist. Also ich wüsste nicht, was jetzt der Grund wäre, dass ich sage: "Ich konsumiere jetzt meine Informationen ausschließlich über das Netz, über den Schirm, weil die das und das und das anbieten." Weil das habe ich eh schon. Also das wäre ein Eins-zu-Eins-Ersatz und kein Gewinn oder keine Änderung. #01:25:55-8#

bzw. sind diesen gegenüber skeptisch eingestellt.

T1876 GR3-B1: Also so, wie es ist, so passt es. Wenn diese zusätzlichen Sachen dann da wären, was ja interessant wäre, ich gehe jetzt von mir aus, da bestünde Gefahr, dass ich dann weiterklicke. Und das, was ich wissen will, kann ich sowieso in den Suchmaschinen bekommen. Also ich würde durch dieses zusätzliche Angebot vielleicht Gefahr laufen, dass ich mehr Zeit verbringe, was ich sonst nicht machen würde. Also die Verleitung wäre groß. #01:28:31-6#

8.3.4 Gruppenvergleich Mediennutzung

Werden die Ergebnisse der Gruppen miteinander verglichen, kann zusammenhängend mit dem Alter der Gruppenteilnehmer, über den Zeitverlauf auch eine Änderung hinsichtlich der Mediennutzung erkannt werden.

Bei Gruppe 3, der 52-57 jährigen, lässt sich ein Bruch in der „linearen Mediennutzung“ erkennen. Einerseits gibt es in dieser Gruppe die klassischen „linearen“ TV, Radio und Printmedienkonsumenten, die mit dieser Form der Mediennutzung zufrieden sind und dies auch nicht ändern möchten. Andererseits gibt es im Bereich Zeitung „Ausbrecher“

in den online Konsum. TV und Radio behalten und haben für alle Gruppenmitglieder eine Relevanz als Medium zur Informationslieferung.

Für die Gruppe der 29-33 jährigen (Gruppe 2) spielen „old school“ gedruckte Zeitungen nur mehr eine untergeordnete bis gar keine Rolle mehr. Zeitungen werden von allen Mitgliedern der Gruppe grundsätzlich online gelesen. Das Radio wird, ähnlich wie die gedruckte Zeitung, als Informationskanal nicht mehr wahrgenommen, wird als „veraltet“ bezeichnet und zur „Hintergrundbeschallung“ genutzt. Hinsichtlich der TV Nutzung ist innerhalb der Gruppe ein Bruch in der „linearen“ Mediennutzung zu erkennen. Einerseits wird Fernsehen in seiner „linearen“ Form von zwei Drittel der Teilnehmer genutzt, andererseits hat das andere Drittel gar kein Fernsehgerät mehr. Jene die angegeben haben kein Fernsehgerät mehr zu besitzen, nutzen individuelle Informationskanäle z.B. auf YouTube um sich zu informieren – der „Programmablauf“ wird in einem hohen Maß selbst gestaltet und gesteuert.

Die Mediennutzung der 16-20 jährigen ist sehr stark auf online Angebote und deren Nutzung über das Smartphone ausgerichtet. Instagram und YouTube sind die zentralen Informationslieferanten aber auch die auf den Geräten vorhandenen „build-in“ Apps wie z.B. „Samsung Update“ werden für den Konsum von Nachrichten verwendet. TV, Radio oder Printmedien spielen eine untergeordnete bis gar keine Rolle. Die Mitglieder dieser Gruppe sind hinsichtlich Ihres Medienkonsums vollständig „entlinearisiert“. Es wird anhand einer Fülle an online Informationen und Angeboten ausgewählt, individuell zusammengestellt und konsumiert. Die Mitglieder dieser Gruppe sind ihre eigenen Medien- und Informationsmanager mit den damit verbundenen Herausforderungen der Informationsbewertung und Informationsselektion.

Der Unterschied zwischen den Gruppen kann als Veränderung die sich über die Jahre in Richtung selbstverwaltete und selbstorganisierte Mediennutzung entwickelt beschrieben werden. Dies beginnt bei der Gruppe 50-60 jährigen mit der diesbezüglich geringsten Ausprägung, über die Gruppe der 30 jährigen mit einer „mittleren“ Ausprägung bis hin zu den 20 jährigen, die sich ihre Inhalte sehr stark individualisiert und interessenbezogen auswählen und deren Mediennutzung einem fremdgesteuerten Ablauf „nach Programm“ nicht folgt.

Die in den Fokusgruppen erhobenen Daten folgen somit dem im Digital News Report für 2019 (siehe Kapitel 3.2) repräsentativ für Österreich erhobenen Mediennutzungstrend.

8.4 Auswertung Informationsbedarf

Im abschließenden Teil der Fokusgruppe sollten die Faktoren des Informationsbedarfs diskutiert und erhoben werden. Idee war es, Themengebiete an denen die Teilnehmer interessiert sind zu erfahren. Weiter sollten die Kriterien der Gestaltung eines Beitrages bzw. Artikels (schwerpunktmäßig der Einsatz von Videos) diskutiert werden. Wie Werbung in der Informationsgestaltung empfunden wird und wie authentisch ein Artikel sein muss waren weitere Themenkreise des Leitfadens der Fokusgruppe.

Im Diskussionsverlauf und der Transkription werden diese Themen hauptsächlich nach der Beschreibung des „Klassischen Lesers einer Zeitung“ bis zum Ende der jeweiligen Fokusgruppe diskutiert.

In einem ersten Schritt wird der Informationsbedarf pro Gruppe ausgewertet, dann die Gruppen miteinander verglichen und aus den Ergebnissen entsprechende Hypothesen zur Beantwortung der Forschungsfragen generiert.

8.4.1 Informationsbedarf Gruppe 1 (GR1-)

Die Teilnehmer der Fokusgruppe 1 wünschen sich eine ausgewogene bzw. neutrale Berichterstattung bezüglich des Inhaltes (pro/contra) wünschen. Eine Tendenz des Autors bzw. der Zeitung in eine bestimmte Argumentationsrichtung wird aufgrund der Blattlinie eines Mediums erkannt, wird aber als Manipulation empfunden je stärker dies inhaltlich ausgeführt ist.

Es sollte mehr positive Nachrichten geben – aktuell haben die Teilnehmer das Gefühl, dass es zu viele negative Nachrichten gibt.

T329 GR1-B5: Ich hätte auch gern ein bisschen was Positiveres. Ich meine, meistens wenn es emotional ist, ist es ja eher im negativen Bereich. #00:32:12-7#

T330 GR1-B3: Wird dir alles an den Kopf geworfen. Alles, was schlecht ist. #00:32:17-0#

T646 GR1-B4: Vielleicht auch, dass es eine Rubrik gibt, mit vielleicht, was sind glücklichere Nachrichten (unv.) Naja ich finde es halt schon manchmal lese ich den Standard und dann höre ich auf, weil ich mir denke, es ist mir zu negativ. Ich will da in der Früh nicht gleich so runtergezogen

werden, von so viel negativen/ [...] So kommt es halt schon manchmal rüber. So alles am Abgrund. Es ist alles zu spät. #01:23:30-2#

Die Selektion von relevanten Informationen ist eine Herausforderung. Es wurde darüber diskutiert, dass ein Filter für die Informationen hilfreich wäre um die Flut an Informationen einzudämmen.

T274 GR1-B3: Man wird damit überschwemmt. #00:21:22-2#

T279 GR1-B5: Naja, es ist einfach vieles Unnötige dabei, was da mitkommt an Informationen. #00:21:34-3#

T282 GR1-B5: So was wie ein Filter wäre ganz hilfreich. Wenn man den hätte. #00:21:50-6#

Gleichzeitig wird die Informationsgestaltung als monoton – auf Europa und Amerika zentriert – empfunden. Die Zeitungen berichten alle über die gleichen Themen. Wenn man sich einmal ausländische Medien ansieht oder liest wird erkannt, dass es sich bei der aktuellen Berichterstattung nur um einen kleinen Teil der Informationen und Nachrichten handelt.

T502 GR1-B4: [...] Aber wenn das nur ein Prozent/ Das war halt, keine Ahnung, fünf Prozent, ich kann mich jetzt an den Prozentsatz nicht so genau erinnern. (lacht) Aber dann ist es halt schon wenig. Und es ist halt schon gesteuert. Ich habe das Gefühl, ich lese in jeder Zeitung dasselbe. Nur halt anders ausgelegt. #01:05:00-0#

T504 GR1-B4: Aber wenn es dann so viele Stories gibt, warum lese ich immer nur dasselbe? [...] Also ich hätte halt gern irgendwie eine Zeitung, die halt auch andere Themen mal nimmt. [...] Ich brauche nicht zum fünften Mal über den Brexit lesen, wenn, weiß ich nicht, irgendwo anders was viel Interessanteres passiert [...] #01:05:19-8#

T507 GR1-B4: [...] aber halt global, also international gesehen, passiert viel, viel mehr und wir haben halt irgendwie nur dieses europäische Zeug. Oder halt Amerika. #01:06:15-9#

Mit Freunden und Familie wird über Sport und teilweise Politik diskutiert.

Themen die sich für die Teilnehmer im Zuge der Diskussion als interessant herausgestellt haben waren Sport, Politik, Wirtschaft, Technik, Umwelt, Klimawandel, Ernährung, Krankheiten/Medizin und Bücherrezensionen. Die Themen aus den durchgeblätterten Zeitungen, an die sich die Teilnehmer erinnern konnten, waren dass das Fleisch auf der Uni Mensa aus dem Ausland kommt, die Diskussion um den Ethik-Unterricht in der Schule, dass ein Hundesitter einen Hund gequält hat.

Ganz allgemein sind die Teilnehmer am „Wichtigsten vom Vortag“ und an dem „Was sich tut auf der Welt“ interessiert.

Themen die zum Zeitpunkt der Durchführung der Fokusgruppe aktuell in den Medien publiziert wurden, aber als uninteressant empfunden wurden, waren die Sommerzeitumstellung, die Karfreitagsdiskussion und der BREXIT. Geschichten über Stars und Sternchen wie z.B. Lugner am Opernball wird ebenfalls als eher uninteressant eingestuft.

Bei der Schlagzeilengestaltung wird ein irreführender Titel zu einem Inhalt negativ bewertet. Grundsätzlich sollte Text und Video angeboten werden, das Video für Leute die nicht lesen wollen. Die Bilder sollten eher klein gestaltet sein und einen positiven oder informativen Inhalt haben.

T660 GR1-B2: Das kommt drauf an, was es für Bilder sind. Wenn es jetzt irgendwie um Mord und Totschlag geht, brauche ich jetzt nicht unbedingt ein Bild dazu. Aber zum Beispiel so Analysen oder Grafiken, wenn da jetzt was mit Zahlen in dem Text vorkommt, das interessiert mich halt. #01:24:41-6#

Für die Inhaltsübermittlung wird das Video als gute Alternative anstatt dem Lesen eines langen Textes angesehen.

T447 GR1-B3: [...] Es muss dann wirklich ein ganz langer Text sein, wo du dir einfach nur denkst, „Boah, es kostet mich/ Ende nie“, dann ist ein Video angenehmer. #00:59:33-9#

Das Video wird für Beiträge wie Interviews als Medium der Wahl gesehen, denn am Video sieht und hört man „wie es gesagt wurde“ – dies ist bei einem verfassten Text nicht möglich.

Unterwegs wird eher Text gelesen – am besten wären diese in einer App verpackt. Videos sind für unterwegs nur bedingt gut geeignet, weil zur Nutzung Kopfhörer ausgepackt werden müssen. Wenn in den Videos hingegen ein Erklärungstext oder Untertitel eingeblendet ist, würden diese auch unterwegs genutzt werden.

Die Videolänge sollte zum transportierten Inhalt passen. Für Themen die „nicht interessieren“ (d.h. die über einen Klick auf einen Teaser geöffnet wurden) sollte die Länge des Videos zwischen 2 und maximal 5 Minuten liegen. Wenn es sich um ein interessantes (selbst gesuchtes und selektiertes) Thema handelt, dann wird eine Videolänge von 10-15 Minuten akzeptiert. Dies liegt am Aufwand der eigenen Selektionsleistung. Ebenso wird auch für komplizierte Themen wie z.B. den Zweiter Weltkrieg ein längeres Video akzeptiert.

Generell gilt aber wenn Texte oder Videos zu lange werden wird die Nutzung einfach abgebrochen.

T551 GR1-B3: Ich meine, viele Kommentare sind immer so ein, zwei Sätze lang. Das kann man sich dann schnell durchlesen und scrollt man halt die Kommentare durch. Aber wenn es mir zu lang wird, also wenn das jetzt wirklich so über ein paar Seiten geht, dann höre ich einfach mitten drin auf. #01:13:13-4#

Grundsätzlich wird Werbung als störend empfunden besonders Pop-Up Werbung, Bannerwerbung neben dem Artikel hingegen stört weniger.

T554 GR1-I: [...] Wie findet ihr Werbung jetzt auf Standard, bei YouTube? #01:13:48-6#

T555 GR1-B3: Außer nervig und störend und provozierend (lacht), nichts. #01:13:53-7#

Am Anfang eines YouTube Videos wird Werbung akzeptiert, während sie als störend bzw. „am schlimmsten“ mitten im YouTube Video in Form der Werbeunterbrechung empfunden wird.

Die Teilnehmer gehen davon aus, dass sie selbst, eingebettete Werbung in den Videos sicher erkennen können.

Produktplatzierungen sowie eine Bezahlung für das Zeigen bestimmter Produkte in Videos werden als Formen der versteckten Werbung beschrieben. Als kompliziert bzw. mögliche Schwierigkeit wird das Erkennen von Werbung für andere Gruppen, wie z.B. Kindern im Laufe der Diskussion seitens der Teilnehmer angemerkt.

Adblocker sind ein zentrales Thema bei der Nutzung von Webseiten. Wenn sich die Seite aufgrund eines aktiven Ad-Blockers nicht öffnen lässt wird diese alternativ am Mobiltelefon geöffnet. Wenn der Inhalt interessant ist, wird der Adblocker kurz deaktiviert und nach Verlassen der Webseite wieder aktiviert.

Cookies wie z.B. von Amazon werden als störend empfunden und als „Überwachung“ gesehen – weil sofort auf weiteren besuchten Seiten Werbung mit den auf Amazon gesuchten ähnlichen Produkten eingeblendet wird.

Inhalte werden als nicht authentisch gewertet, wenn sie wertend in eine Richtung geschrieben sind, wenn die Quelleangabe (Autor o.ä.) fehlt oder wenn der Artikel emotional geschrieben wurde.

Wenn die im Artikel geäußerte Meinung nicht der eigenen übereinstimmt wird der Artikel weggeklickt.

Eine Teilnehmerin hat den Wunsch geäußert ähnlich wie es auf der Webseite von „Die Welt“ bereits vorhanden ist ein Quiz am Ende eines Artikels einzubauen. Einerseits könnte überprüft werden ob der Inhalt verstanden wurde, andererseits könnte das z.B. mit einem Payback System gekoppelt werden um Leute zum Lesen zu animieren.

Die Zeitung der Zukunft wird „mit einer Brille direkt ins Auge projiziert“. Die Artikel werden eher globale und internationale Themen behandeln und weniger Lokales. Die

Informationssteuerung der Inhalte wird erhöht – d.h. es werden weniger Informationen zur Verfügung stehen, weil diese stärker kontrolliert werden.

8.4.2 Informationsbedarf Gruppe 2 (GR2-)

Hinsichtlich der inhaltlichen Gestaltung eines Beitrages bzw. Artikels wird eine neutrale und ausgewogene Darstellung der Fakten gewünscht – dies wird auch mit Authentizität verbunden.

Die Inhalte sollten online angeboten werden, da die „Aktualität“ der Themen eine Relevanz hat – die notwendige Aktualität kann ein Printmedium aus Sicht der Diskussionsteilnehmer nicht erreichen. In Printmedien werden außerdem Themen aufgegriffen, die „alle lesen wollen“, somit kann das Bedürfnis nach „individueller Informationsbefriedigung“ nicht erfüllt werden.

T825 GR2-B: [...] also eine Zeitung beinhaltet alles, was jeder lesen möchte und meistens will man halt speziell etwas lesen. #00:16:04-3#

Weiter erfüllen Printmedien nicht das Bedürfnis nach einem detailreicheren Informationsgehalt eines Artikels. Sie werden – zum Einstieg - als „Überblickslieferant“ gesehen, wenn ein Thema individuell im Detail weiter als interessant befunden wird, erfolgt die weitere Recherche mit Hilfe einer Suchmaschine.

T961 GR2-B4: [...] Ein grober Überblick, halt jetzt nicht so ins Detail, aber ich denke, es ist für Otto Normalverbraucher ausreichend, weil wenn man genaue Infos will, dann holt man sich anderswo, denke ich einmal. #00:41:34-0#

Bei der Gestaltung der Informationsinhalte werden – themenspezifisch – mehr Details und Hintergrundinformationen gewünscht. Standard und Presse liefern online bereits entsprechend mehr Details um “sich eine eigene Meinung bilden zu können.

T993 GR2-B: Ja, genau, weil wenn ich die detaillierte Information habe, dann habe ich sie sowieso in einem gescheiterten Artikel. Nicht nur in der Überschrift mit ein bisschen mehr Worten die da drinnen stehen. Okay, das ist teilweise wirklich Kronenzeitung und Heute, und die Österreich nicht so gutgeschrieben, deswegen nein, wenn man den Artikel liest, dann hat man auch ein bisschen mehr Informationen, kann von dort vielleicht im Internet gleich schon weitergehen, hey, was war denn da eigentlich genau los, wenn es einen wirklich interessiert? #00:46:08-9#

„Was halt so passiert“ wird mit Freunden und Kollegen in gemeinsamer Runde besprochen. Die Themen der „100 Sekunden Videos“ auf YouTube oder Facebook decken dazu den Informationsbedarf für die Diskussion mit Freunden und Arbeitskollegen ab, um mitreden zu können und sich zu einem Thema eine eigene Meinung zu bilden.

Themen aus Politik, Wirtschaft, Sport, Ausland, Gesundheit/Medizin, Beauty, zu Stars und Sternchen (Misswahlen, Opernball) und Unterhaltung haben die Teilnehmer als für sie lesenswert genannt. Nachrichten mit lokalem Bezug – z.B. „Banküberfall in Wien, Täter flüchtig“ – sind interessant und werden wie bei einer Live-Berichterstattung online verfolgt indem immer wieder die Informationsseite aufgerufen wird und auf Updates gewartet wird. Weiter wurden hoch individuelle Interessen (z.B. Late Night Themen aus Amerika) oder Themen die im aktuellen, persönlichen Lebensabschnitt liegen (z.B. Papamonat) für die Nutzung als interessant berichtet.

Inserate (z.B. Ich suche/Ich biete), Stellenanzeigen oder immer wiederkehrende Themen (z.B. jedes Jahr Fasching) sind ebenso wie das Wetter (als Serviceleistung) uninteressant bzw. werden diese von anderen online Angeboten (z.B. Ebay, Jobbörse) abgedeckt oder aus anderen Quellen bezogen.

Eine vorhandene Kommentarfunktion bei Artikeln wird als wichtig empfunden - damit danach diskutiert werden kann. Wenn die Kommentarfunktion nicht vorhanden oder abgeschaltet ist, dann wird vermutet, dass man sich einer Diskussion entziehen will wobei der Aufwand bei der Verwaltung von Kommentaren (z.B. durch eine eventuell notwendige eigene Kommentarmedaktion) gesehen wird.

Selbst wird aber nicht aktiv kommentiert, Kommentare werden als „erweiterte“ Unterhaltung zum Informationsinhalt passiv konsumiert.

Beider Gestaltung des Layouts ist es wichtig, dass das Layout für Smartphone und Tablet optimiert sein muss – Informationen sollen nicht gesucht werden müssen

T1276 GR2-B3: Layout ist finde ich super wichtig, ich meine, optimiert sind sie jetzt eh schon alle für Smartphones oder Tablets, aber es gibt nichts Schlimmeres, wenn da irgendwas vom Layout nicht funktioniert und du herumschauen musst, wo du was findest. #01:29:22-7#

Die Schrift und die Farben von derstandard wurden als sehr ansprechend angeführt, die mäßige Platzierung von Werbung (keine Werbeüberschwemmung) generiert ein angenehmes Blog-Feeling und nicht das Gefühl einer mit Schlagzeilen und Werbung überladenen Seite.

Fotos werden bei Themen wie Opernball oder Misswahlen gewünscht.

Bei der Aufbereitung der Inhalte als Text, wird die individuelle Informationsverarbeitung – der Text kann in der eigenen Geschwindigkeit gelesen werden – als Vorteil gesehen,

Das Video wird als „lineare“ Vorgabe hinsichtlich des Ablaufes und der Informationspräsentation als nicht optimal für den ständigen Einsatz gesehen.

Die Aufbereitung von Inhalten als Video ist bei z.B. Reden von Politikern interessant – dabei geht es, neben dem grundsätzlichen Informationsinhalt auch darum WIE etwas gesagt wurde.

Die Videoaufbereitung für die Berichterstattung wurde kontrovers diskutiert. Ein Teil der Gruppe findet es nicht notwendig z.B. einen Autounfall via Video zu sehen ein anderer Teil der Gruppe empfindet es spannender Videos von Überschwemmungen, Explosionen, „die Schlägerei im Britischen Parlament“ oder den Einsturz einer Brücke zu sehen als darüber zu lesen.

Weiter wird die Videoaufbereitung für „optisch ansprechende Sachen“ wie Themen rund um Stars oder Fashion oder im Zuge der Sportberichterstattung für die Zusammenfassung der Highlights, der Torsituationen und der Elfmeter als gut befunden.

Wenn die Werbung länger als das Inhaltsvideo ist wird dies als störend und ärgerlich empfunden. Eine Werbedauer von fünf (5) Sekunden wird akzeptiert, 20-30 Sekunden sind zu lange.

Gesponserte Artikel bzw. Werbeartikel werden grundsätzlich über die Kennzeichnung als solche erkannt. Ein zu positiv geschriebener Artikel sowie Inhalte aus dem Bereich Gesundheit/Ernährung/Beauty werden ebenfalls als Werbung eingestuft.

Die Teilnehmer befinden auch, dass es ohne „Schulung“ mittlerweile schwierig ist den Unterschied zwischen bezahlten Artikeln bzw. Werbung und Information zu erkennen. Die diesbezügliche Medienbildung in der Schule wird als positiv empfunden. Bei älteren Generationen wird beim Erkennen des Unterschiedes ein Problem vermutet, da angenommen wird, dass es stimmt, wenn es in der Zeitung gelesen wird.

Die Artikelinhalte werden kritisch hinterfragt – authentisch wirken nur Artikel, die in der Argumentation ausgewogen formuliert sind. Ist eine Schlagzeile reißerisch formuliert, wird die Schlagzeile und der Inhalt nicht ernst genommen.

T1005 GR2-B3: Na ja, die Heute zum Beispiel schon noch auch. Also so auf der Schiene täte ich sagen. Aber alles, was ein bisschen hochwertiger ist, macht es weniger. Also natürlich gibt es dann gern so, der Standard schlägt natürlich dann eher wieder oft in diese linke Seite um. Und man merkt

schon auch die Meinung, die sie haben, aber es ist einfach besser dargestellt. Aber es wäre jetzt nicht in dem Fall, war es jetzt so, gerade letztens habe ich sie mal gesehen im Vorbeigehen und dann heißt es: Terrorschüler an Schule in Wien, das sind schon so Schlagzeilen, mehr habe ich es dann, das nehme ich dann nicht wirklich ernst, was die mir sagen, auch wenn es faktisch vielleicht natürlich jetzt nicht völlig erfunden ist, aber da weiß ich von vornherein, da muss ich ein bisschen hinterfragen, was die mir sagen. #00:49:01-1#

Am „glaubwürdigsten“ wird eine Kombination von Text und Video eingestuft. Der Text wird gelesen, dann das Video als Bestätigung des Textinhaltes angesehen – passt das inhaltlich zusammen wird der Bericht als glaubwürdig empfunden.

Bildern wird weniger Vertrauen entgegengebracht als einem Video. Bei Bildern wird davon ausgegangen, dass aufgrund des Aufnahmewinkels oder des dargestellten Bildausschnittes nicht alle Informationen der Aufnahmesituation vorhanden sind und 90-99,9% der Bilder mit Hilfe von Filtern etc. nachbearbeitet werden.

Im Verlauf der Fokusgruppendifkussion wird die „Miss App“ erwähnt, wo für das Lesen von Artikeln Punkte als Belohnung gutgeschrieben werden. Diese können wiederum eingetauscht werden. Das System wird als Anreiz zum Lesen der Artikel gesehen, schafft Bindung und wiederkehrenden Besuch der User

T1282 GR2-B5: Na ja, ich habe so ein App, ein Miss-App heißt das, da sind immer so Frauenartikel drinnen und die haben das gemacht, dass immer, wenn du das liest, einen Artikel kriegst, einen Punkt dafür und da kannst du diese Punkte irgendwann einmal eintauschen, gegen irgendwas. Ist natürlich total utopisch, weil ich glaube, man hunderttausend Artikel lesen, dass man wirklich einmal was bekommt. Aber das ist schon so, da sitzt du manchmal, schaust du wieder rein, gibt es irgendwas neues und man sammelt diese Punkte und das hat schon so ein bisschen einen Anreiz, dass man irgendwie da ständig draufschaut, also irgendwas einen catcht, dass man sagt, man kann was gewinnen, oder man kann irgendwas sammeln oder so, das ist heutzutage leider, sage ich jetzt mal, wahrscheinlich schon eine gute Idee, wenn man sagt, man will seine Kunden an sich binden und irgendwie das attraktiver machen, dass die Leute regelmäßig reinschauen. #01:30:37-2#

Für die Zeitung der Zukunft wird vermutet, dass es die Zeitung „an sich“ und die damit verbundene Selektionsfunktion als journalistische Leistung so nicht mehr geben wird, sondern nur mehr Neuigkeiten, weil Informationen online immer und überall verfügbar sind – diese Informationen werden in Apps, in Form von Feeds, präsentiert.

Über den weiteren Verlauf der Geschichte von Printmedien werden unterschiedliche Sichtweisen diskutiert. Ein Teil der Gruppe glaubt, dass Printmedien aufgrund mangelnder Relevanz,

T1308 GR2-I: [...] Also hat Print überhaupt noch irgendeinen Wert aktuell gerade für Sie? Eine Printzeitung? #01:34:08-1#

T1309 GR2-B3: Bei Zeitungen nicht, bei Büchern ja. Aber bei Zeitungen nicht wirklich. #01:34:13-6#

T1310 GR2-B: Sie sind gut zum Gläser einwickeln und so. #01:34:16-2#

fehlender Zeit für das Lesen von Zeitungen und dem unhandlichen Format einiger Printmedien

T1311 GR2-B5: Ja, ich finde es grundsätzlich schon schön, was Gedrucktes in der Hand zu haben, ich muss aber sagen, dass mir die Zeit einfach auch fehlt, wenn ich was Gedrucktes, möchte ich mich gern hinsetzen, in Ruhe das lesen und oft sind das solche Formate und das kann jetzt schlecht dann, weil jeder ist ständig unterwegs und mit Handy und so. Und deswegen ist es irgendwie das Gefühl, sich in Ruhe zur Zeitung zu setzen, oder im Kaffeehaus zu sitzen oder stundenlang Zeit, sich mit was zu beschäftigen, das ist, das stirbt fast ein bisschen aus leider. #01:34:56-0#

in den nächsten 10-15 Jahren verschwinden werden. Ein anderer Teil der Gruppe denkt, dass Printmedien, wenn sie in einem praktikablen und handlichen Format – wie Heute und Österreich – produziert werden, weiterhin für den kurzweiligen Zeitvertreib genutzt werden oder als „Backup für schlechten Empfang oder leeren Akku“ eine willkommene Alternative sind.

Es wird vermutet, dass es weniger Journalisten geben wird, sie aber nicht vollständig verschwinden, weil *T1339 GR2-B: Muss ja jemand zusammenfassen die Texte. #01:37:23-2#*

8.4.3 Informationsbedarf Gruppe 3 (GR3-)

Die Aktualität der Inhalte ist für die Teilnahme der Fokusgruppe 3 ein wichtiges Kriterium hinsichtlich der inhaltlichen Gestaltung eines Artikels.

Kritisiert wurde, dass Meldungen einfach von der APA übernommen werden, unter Zeitdruck editiert und nicht mehr lektoriert werden. Daraus resultiert, dass die Eigenleistung der jeweiligen Redaktion bei der weiteren Aufbereitung der Meldung nicht mehr erkennbar ist. Auch ein Mangel an detailgetreuer redaktioneller Recherche und der korrekten Nutzung von Begriffen wurde im Gesprächsverlauf als inhaltliche Kritik erwähnt.

T1611 GR3-B4: Lustig ist, wenn man zwei Tageszeitungen hernimmt. Es war ein aktueller Fall in unserer Nähe, wo bei einem Einbruch ein Waffengebrauch stattgefunden hat. Und bei zwei Medien wird einmal, das muss man aber allerdings wissen, von einem Revolver, einmal von einem Colt gesprochen. Dort, wo vom Colt gesprochen ist, ist eine Automatik als Foto drinnen. Also so man nimmt die APA, gibt es rein, dreht es irgendwie um und es kommt nur Schwachsinn heraus. Und das ist etwas, was ich nachvollziehen habe können. Wobei nein, der hat sie nicht erschossen, die ist aus Versehen in die Kugel hineingerannt. #00:35:34-4#

Als für diese Zielgruppe interessante Themenbereiche wurden Nachrichten über Politik (Ausland z.B. Amerika / Inland), Sport, Kultur, Gesellschaft, Wetter, Gesundheit, Chronik - Stars und Sternchen (z.B. Tätowierung Halle Berry) und Reiseberichte erkannt. Lokale Informationen („Was passiert in meinem Bezirk“) sind sehr wichtig ebenso wie Informationen die das persönliche Umfeld betreffen (z.B. Budapest

Zeitung wegen Verwandten in Ungarn, Nachrichten der burgenländischen Kroaten als Angehöriger einer Minderheit) oder im persönlichen Interesse liegen (z.B. BIPA bietet Altenpflegeprodukte an, Bericht über Wiener Wohnen). Jahreszeitbezogene Themen wie Fasching (aktuell zum Erhebungszeitpunkt) und damit verbundene Diskussionen sind für diese Gruppe lesenswert.

Der Blick vom Ausland (ausländischen Medien) auf Österreich wird durch Berichte z.B. über die NZZ (Neue Zürcher Zeitung) und dort im Auslandsteil gedeckt.

Die Vermischung von Information und Unterhaltung – ein Infotainment-Artikel – wird als sehr störend und im Sinne einer redaktionellen Berichterstattung als unseriös empfunden.

T1657 GR3-B2: Was mir beim Durchlesen mit Augenweh und Bauchweh aufgefallen ist, der Doskozil, also der neue burgenländische Landeshauptmann, wurde angelobt vom Van der Bellen. Und gleich daneben oder darunter ist gestanden 'angelobt und verliebt'. Offensichtlich ist da seine Freundin auch ins Spiel gekommen. Also das finde ich eine unzulässige Vermischung. Was der privat macht, solange es im Rahmen der Gesetze ist, ist mir egal. Aber verstehen Sie? Und das ist das, worauf die Leute abfahren, denn sonst würde es keine Werbung drin geben. Sonst wären die schon längst pleite. Das ist für mich einfach, ich hoffe, nicht nur für mich, das ist einfach unter aller Sau. #00:47:04-1#

Bei Printausgaben wird das unhandliche Format (Presse) als ein Faktor genannt warum es angenehmer ist die Zeitung online zu lesen.

Bilder werden generell als manipulativ eingeschätzt. Im online Bereich sind Bilder aus Sicht der Diskussionsteilnehmer nicht notwendig. Nur Text für die Aufbereitung von Nachrichten ist völlig ausreichend, ja sogar gewünscht, während der Nachrichtentext bei Bedarf, mit Videos ergänzt werden soll. Bei den Printausgaben „gehören Bilder dazu“. Der Einsatz von Bildern ist themenspezifisch gewünscht. „Das hundertste Mal einen Minister ist nicht notwendig, das Bild zu einer neu entdeckten Blume in einem Tiroler Alpentäl“ würde hingegen interessieren und den Bericht aufwerten.

Die Kommentarfunktion bei online Artikeln ist wichtig, es werden auch aktiv Kommentare geschrieben (Schwerpunkt Politik/Innenpolitik).

Die Möglichkeit des Leserbriefes wird im Diskussionsverlauf ebenfalls erwähnt aber als nicht „aktuell“ empfunden, wenn vielleicht zwei Tage später ein Leserbrief zu einem Artikel abgedruckt wird.

Das Video wird als für Nachrichten nicht notwendig befunden, denn eine erneute Aufbereitung des Textes als Video ist aus Sicht der Diskussionsteilnehmer sinnlos außer das Video bietet zusätzliche Informationen die im Text nicht zu lesen sind. Für die Aufbereitung eines Kulturbeitrages oder den Trailer für einen Kinofilm wäre ein Videobeitrag sinnvoll und interessant.

T1700 GR3-B2: Der Standard online hat das manchmal in irgendeiner Version. Ich glaube, bei Pur müssen Sie irgendwie klicken, dass es dann erscheint. Da gibt es, also was den Artikel betrifft, irgend so ein Soundbyte, so zehn, 15 Sekunden, offensichtlich für funktionelle Analphabeten. #00:55:23-6#

Hinsichtlich der Länge eines Videobeitrages gibt es in der Gruppe unterschiedliche Ansichten diese reichen von 90 Sekunden bis max. 2 Minuten für Nachrichten (weil es vermeintlich keine längeren Nachrichtenbeiträge gibt) und von 5 bis 8-10 Minuten für eine Filmvorschau.

Werbung wird bei Printmedien nicht bewusst wahrgenommen. Im online Bereich werden Adblocker verwendet. Das Blockieren des Adblockers durch z.B. derstandard (d.h. die Seiten werden im Browser nicht mehr angezeigt) hat einen Teilnehmer dazu bewegt ein Standard Pur Abonnement abzuschließen um die Werbung ausgeblendet zu haben.

Die Werbeunterbrechung bei einem YouTube Video stört, vor allem dann, wenn die Unterbrechung z.B. mitten in einem Satz stattfindet und so den gesprochenen Satz teilt.

T1516 GR3-B2: Was mich sehr stört, ist, Pardon, bei YouTube war es früher so, dass es auch relativ werbungsfrei war. Und jetzt, bei interessanten Dingen, wird das wirklich alle zwei Minuten unterbrochen. Sie können zwar diese Werbung nach fünf Sekunden auch unterbrechen. Und wenn Sie das nicht wollen, dann müssen Sie auch irgendwas zahlen. Das heißt, ein Monat gratis und dann zahlen Sie irgendwas. In sich ist das nicht so viel. Aber verstehen Sie, wenn da jetzt was zusammenkommt, dann kommen auch irgendwann einmal dreißig Euro im Monat zusammen. Also ich will das alles frei haben. Das ist irgendwie, finde ich, schon bedenklich. Aber gut, die Welt wird für mich nicht untergehen damit. Aber ich halte es eben nur fest. Und es ist manchmal wirklich nervig, weil das wird einfach mittendurch also mittendrin abgebrochen. #00:22:41-3#

Das Setzen von nutzerspezifischen Cookies wird nicht negativ gesehen – es wird als Vorteil gesehen, wenn Werbung durch Cookies personalisiert angezeigt wird, denn dann handelt es sich um Werbung für die man sich interessiert.

Die Unterscheidung zwischen gesponsertem Artikel und Information wird von den Teilnehmern als schwierig berichtet, denn die Kennzeichnung ist vielmals nicht

eindeutig. Als sehr bedenklich wird die Mischung zwischen redaktionellem Inhalt (Information) und Werbung (Commercial) gesehen.

Nicht gekennzeichnete Artikel dieser Art erzeugen ein unseriöses, störendes und unangenehmes Gefühl bei den Rezipienten. Sie fühlen sich nach dem Erkennen, dass es sich eigentlich um Werbung handelt, hinter das Licht geführt. Der vorhandene Einfluss von nicht eindeutig als Werbung erkennbaren oder eindeutig gekennzeichneten Artikeln wird vor allem bei der älteren Generation (gemeint ist 70+) als sehr bedenklich beschrieben.

T1833 GR3-B3: Und wie Sie gesagt haben, Gesundheit von der Krone. Meine Mama liest die Print, auch die Krone. Am Wochenende, wenn ich sie besuche manchmal, sie wohnt am Land, schaue ich natürlich mir das schon auch an, aber sehr selten. Meine Mama liest immer den Gesundheitsteil. Und dann schneidet sie aus und dann irgendwelche Empfehlungen (lacht) von Medikamenten. Und gibt mir das mit, also dass ich es ihr besorge oder für mich. Also sie lässt sich schon beeinflussen, also ich weniger. Aber das ist eindeutig, dass das eine Werbung ist von der Pharmaindustrie, wenn dann ein Medikament da empfohlen wird. #01:19:24-0#

Den Printmedien wird grundsätzlich vertraut. Die Presse und der Standard haben eine etwas höhere Glaubhaftigkeit, gefolgt von der Krone und dem Kurier.

Bilder werden als häufig manipuliert beschrieben und gelten deshalb als nicht authentisch. Ähnliches gilt auch für einen Artikel, wenn in diesem nicht ausgewogen berichtet wird und eine redaktionelle Tendenz in eine „Richtung“ erkennbar wird.

Wen die Quelle vertrauenswürdig ist, dann ist ein Text aus dieser Quelle grundsätzlich ebenfalls vertrauenswürdig gleiches gilt für die Kombination von Text und Video

T1613 GR3-B4: Ich glaube, wenn man sagt, man will jetzt wirklich eine wahrheitsgetreue Information haben, wie Dinge auch in den USA oder bei jetzt der neuen Mission, wo nur mehr Puppen zur ISS raufgeschickt werden, kann man sich nur dann beschaffen, wenn man selber vor Ort ist. Alles andere muss man so nehmen, wie man es kriegt. Damit müssen wir leben. #00:36:05-1#

Gefragt nach der Zukunft der Zeitung und des Journalismus glauben die Teilnehmer, das Printmedien noch weiter bestehen werden und vielleicht in den nächsten ein bis zwei Generationen durch online Angebote ersetzt werden. Aktuell werden die Printmedien als Service für die aktuell „alte Generation“ gesehen, die gar nicht online sucht.

Die Zeitung der Zukunft wird wahrscheinlich online auf einem „Foldable“ (ähnlich wie die Zeitung jetzt aus Papier) gelesen wahrscheinlich in Kombination mit einem 2 Jahres Abonnement, bei dem das Gerät und die Versicherung inklusive ist.

Ein Teil der Journalisten wird zukünftig wieder verstärkt lokale Themen bearbeiten und unterwegs sein um Meldungen aus dem lokalen Bereich zu „finden“. Die restlichen Journalisten werden APA Meldungen bearbeiten oder durch einen Mediendesigner Bot mit dahinterliegender künstlicher Intelligenz ersetzt. Bezahlt werden Journalisten nur mehr pro gelieferten Artikel. Um als online Redakteur bei einem Medienunternehmen angestellt zu werden, müssen sie als ein Einstellungskriterium, einen „Scoop“ schaffen.

T1934 GR3-B2: Also ich glaube, das geht ein. Sie sehen das auch an den großen Zeitschriften. Früher konnten Sie also im Print arbeiten als Journalist, und dann gab es seit ein paar Jahren diese Online-Journalisten. [...] Aber wenn Sie jetzt einem jungen Burschen oder Mädchen raten: "Studiere Publizistik oder so", wird es schon gehen. Aber ich glaube, das Berufsbild wird sich ganz ändern.
#01:38:03-5#

8.4.4 Gruppenvergleich Informationsbedarf

Die ausgewogene inhaltliche Gestaltung von Artikeln ist in allen drei Gruppen ein wichtiges Thema und wird von den Rezipienten als Basis für die eigene Meinungsbildung und Authentizität beschrieben.

Während sich die 16-20 jährigen (Gruppe 1) mehr positive Nachrichten wünschen, finden die 29-33 jährigen (Gruppe 2) und die 52-57 jährigen (Gruppe 3) dass Aktualität in der Berichterstattung ein wichtiges Kriterium ist.

Die mangelnde redaktionelle Aufbereitung von Agentur Meldungen als Artikel wurde in der Gruppe der 52-57 jährigen kritisiert, für die Teilnehmer der anderen Fokusgruppen war dies kein Thema in der Diskussion.

Hinsichtlich der Themen gibt es keine Unterschiede bei den klassischen Resorts Politik, Wirtschaft und Chronik. Die 16-20 jährigen finden zusätzlich Themen wie die Umwelt und den Klimawandel berichtenswert.

Gesundheit und Medizin ist bei allen drei Gruppen ein wichtiges Thema obwohl allen Rezipienten bewusst ist, dass die Berichte und Artikel in dem Bereich Gesundheit, Ernährung und Beauty sehr häufig im Kern eine Werbebotschaft transportieren wollen – dies gilt vor allem für Artikel die in einer Tageszeitung gedruckt sind oder als Beilage in einer Tageszeitung geliefert werden.

Die Selektion der Informationsflut scheint für die Gruppe der 16-20 jährigen ein Herausforderung zu sein. Dies war bei den Teilnehmern in den anderen Alterskategorien kein Thema im Diskussionsverlauf.

Bilder werden von allen Gruppen als manipulativ eingestuft, im online Bereich werden Bilder zu Artikeln nur nach Bedarf und auf das jeweilige Berichtsthema bezogen gewünscht.

Das Video als Teil eines online Informationsangebots für Nachrichten wird von den 52-57 jährigen als nicht notwendig empfunden. Die 26-33 jährigen finden Videos für Beiträge im Bereich Stars und Sternchen sowie im Sport oder in Form von Reden von Politikern gewinnbringend. Die Gruppe der 16-20 jährigen findet, dass sich das Video als eine gute Alternative für die Informationsvermittlung und sich als Ersatz für einen langen Text eignet.

Werbeunterbrechungen bei der Rezeption von YouTube Beiträgen werden von Teilnehmern der 16-20 jährigen (Gruppe 1) und 52-57 jährigen (Gruppe 3) als massiv störend empfunden.

Die eindeutige Unterscheidung zwischen gesponserten Einschaltungen und redaktionellen Inhalten wird in allen drei Fokusgruppen als eine Herausforderung in der Informationsrezeption beschrieben. Die immer subtilere Mischung von redaktionellem Inhalt und Werbung wird als Ärgernis und als bedenkliche Manipulation der Rezipienten jedes Alters empfunden.

Die Nutzung von Belohnungssystemen („PayBack Systemen“) für die Medienrezeption war in den Gruppen der 16-20 jährigen (Gruppe 1) und der 29-33 jährigen (Gruppe 2) ein Thema. Durch die Nutzung solcher Systeme könnten Rezipienten in erster Linie zum Lesen bewegt werden und eine Bindung zu den Rezipienten seitens der Medienunternehmen aufgebaut werden. In zweiter Linie ziehen die Rezipienten einen (Zusatz-) Nutzen aus der Beschäftigung mit Medien in Form von Punkten o.ä. als Gegenleistung für die aufgewendete Zeit.

9 Beantwortung der forschungsleitenden Fragen und Hypothesengenerierung

Basierend auf den Diskussionen in den Fokusgruppen und der anschließend durchgeführten Analyse und Auswertung lassen sich die forschungsleitenden Fragen beantworten und entsprechende Hypothesen generieren.

Forschungsleitende Frage 1

Welche Unterschiede sind zwischen den alterskohärenten Fokusgruppen hinsichtlich der Mediennutzung feststellbar?

Durch die Analyse der jeweiligen Fokusgruppen sowie dem Vergleich der Fokusgruppen untereinander konnten Unterschiede in der Mediennutzung erkannt werden.

Die Gruppe der 16-20 jährigen nützt hauptsächlich online Angebote über Smartphones. Die Inhalte werden selbst gesucht und zusammengestellt. Die Herausforderungen in dieser Gruppe sind die Informationsbewertung und Informationsselektion.

Informationen werden von der Gruppe der 29-33 jährigen über die online Ausgaben der Zeitungen konsumiert. Fernsehkonsum ist für einige Mitglieder dieser Gruppe fixer Bestandteil des Medienalltages, während andere gar kein Fernsehgerät mehr besitzen. Radio als Informationsmedium spielt nur mehr eine untergeordnete bis gar keine Rolle. Nachrichten werden in der Gruppe der 52-57 jährigen hauptsächlich über Fernsehen und Radio konsumiert. Neben den Printausgaben von Zeitungen werden von einem Teil der Gruppe die online Ausgaben der Zeitungen gelesen.

Die Detailanalyse der einzelnen Gruppen kann in den Kapiteln
8.3.1 für die Gruppe 1
8.3.2 für die Gruppe 2
8.3.3 für die Gruppe 3
und in Kapitel 8.3.4 als Gruppenvergleich gefunden werden.

Hypothese 1.1

Wenn das „klassische lineare“ Fernsehprogramm anstatt einer Streaming Plattform konsumiert wird, dann muss es sich um einen für den Rezipienten interessanten Inhalt handeln.

Hypothese 1.2

Wenn Geld für den Medienkonsum ausgegeben wird, dann muss das Angebot einen Mehrwert in der Unterhaltung bieten oder werbefrei sein.

Hypothese 1.3

Wenn Teletext als hauptsächliche Informationsquelle genutzt wird, dann wird kein Mehrwert im online Angebot von Inhalten gesehen.

Forschungsleitende Frage 2

Welche Unterschiede sind zwischen den alterskohärenten Fokusgruppen hinsichtlich des Informationsbedarfes feststellbar?

Im Bereich des Informationsbedarfes gibt es Themenbereiche die für alle Teilnehmer der Fokusgruppen wichtig sind. Allen voran wird eine ausgewogene Argumentation in der Berichterstattung gewünscht um sich eine eigene Meinung zu einem Thema bilden zu können. Auch bei dem Informationsbedarf aus den klassischen Zeitungsresorts waren kein Unterschied feststellbar.

Die Verwendung von Bildern wird von allen Gruppenteilnehmern kritisch bewertet, da diese als manipulierend gesehen werden. Der Einsatz von Bildern in online Artikeln wird größtenteils als nicht notwendig empfunden.

Bei der Sinnhaftigkeit der Nutzung von Videos für Informationsangebote gibt es merkliche Unterschiede. Für die Gruppe der 52-57 jährigen bietet die Nutzung von Videos als Informationsträger keinen Mehrwert, da es ja den Text gibt, der bevorzugt gelesen wird. Die Gruppe der 29-33 jährigen hätte Videos gerne als zusätzliche Information, wenn es thematisch zum Artikel passt. Die Gruppe der 16-20 jährigen sieht die Aufbereitung in Form eines Videos als gute Alternative zum Lesen eines langen Textes.

Ein Belohnungssystem für die Nutzung von Medien wurde in der Gruppe der 16-20 jährigen und in der Gruppe der 29-33 jährigen diskutiert. Die für die Medien aufgewendete Aufmerksamkeit sollte in Form von Punkten vergütet werden, die wiederum eingelöst werden können.

Die Detailanalyse des Informationsbedarfes kann in den Kapiteln

8.4.1 für Gruppe 1

8.4.2 für Gruppe 2

8.4.3 für Gruppe 3

8.4.4 als Gruppenanalyse gefunden werden.

Hypothese 2.1

Wenn sich der Artikelinhalt auf eine Neuheit bezieht (z.B. neues Smartphone), dann wird ein Bild als zusätzliche Information zum Artikel gewünscht.

Hypothese 2.2

Wenn die Auswahl zwischen dem Lesen eines langen Artikels in Textform und dem Ansehen eines Videos besteht, dann wird von 15-25 jährigen die Aufbereitung als Video bevorzugt.

Hypothese 2.3

Wenn ein „Pay-Back“ System eingesetzt wird, dann werden die Medieninhalte eines Portals bzw. einer App regelmäßig genutzt.

10 Fazit und Ausblick

Mediennutzung und Kommunikation sind zentrale Bestandteile der Informationsgesellschaft. Eine unüberschaubare Anzahl an Informationen wird tagtäglich von Medienunternehmen produziert und von Rezipienten auf unterschiedliche Weise konsumiert.

Die Nutzung von Medien basiert einerseits auf der erlebten Mediensozialisation und dem grundsätzlichen Bedürfnis der Rezipienten diese Informationen für die Bewältigung des Alltages individuell anwenden zu können.

Vor dem Internetzeitalter war die Mediennutzung durch den Konsum von TV, Radio und Printmedien bestimmt. Die Inhalte wurden von Fernseh- und Rundfunkanstalten fremdgesteuert konzipiert und linear programmiert. Informationen, die in der Zeitung gedruckt wurden, von einer Redaktion selektiert, editiert und publiziert. Mit dem Beginn des Informationszeitalters und der Transformation der Gesellschaft zur Informations- und Wissensgesellschaft sowie der Medienkonvergenz in Richtung Internet und einer zunehmenden Individualisierung unserer Gesellschaft steht die Medienproduktion vor neuen Herausforderungen.

User wollen für Informationen nichts bezahlen, da Informationen „sowieso überall“ verfügbar sind. Medienhäuser bzw. Rundfunkanstalten buhlen um die Gunst der Leser, Hörer und Seher. Medienproduzenten kämpfen mit hohen Kosten für die Inhaltsproduktion und um jede Minute der limitierten Aufmerksamkeit der Rezipienten. Kommunikatoren möchten mit der entsprechenden Aufbereitung Ihrer Informationsangebote die Aufmerksamkeit der Rezipienten für ihre medialen Produkte gewinnen, denn Einschaltquoten im TV und Klicks auf den Webseiten bestimmen den Preis der Werbeeinschaltungen, welche die Medienproduktion finanziert.

Initiale Idee dieser Arbeit war es, das Spannungsfeld zwischen Kommunikator und Rezipient näher zu beleuchten. Bei der Konzeptionierung der Arbeit stellte sich nach einigen Überlegungen heraus, dass eine Gegenüberstellung der Sicht der Kommunikatoren und der Sicht der Rezipienten den Umfang und die verfügbaren Ressourcen für dieses Forschungsprojekt bei weitem übersteigen würde. Basierend auf dieser Erkenntnis wurde die Forschungsarbeit auf die Sicht der Rezipienten eingeschränkt.

Ziel dieser Arbeit war es die aktuelle Mediennutzung sowie den Informationsbedarf bei Rezipienten qualitativ zu erheben. Zur Segmentierung der Zielgruppe wurden Altersgruppen gebildet die sich an den Generationsgrenzen der Generation Z, Generation Y und Generation 50+ orientieren. Idee dabei war, dass Mediennutzungsunterschiede und unterschiedliche Informationsbedürfnisse entlang dieser Altersgrenzen verlaufen könnten. Weitere Merkmale zur Segmentierung der Zielgruppe wurden nicht festgelegt um einerseits eine möglichst umfangreiche Sicht innerhalb der Gruppen zu erhalten und andererseits die Rekrutierung der Studienteilnehmer nicht durch zusätzliche Einschränkungen zu erschweren. Basierend auf Überlegungen hinsichtlich der verfügbaren Räumlichkeiten für die Durchführung, der Aufzeichnung der Fokusgruppensitzungen und der Rekrutierung wurde entschieden, dieses Forschungsprojekt im Teststudio des Marktforschungsinstitutes MindTake Research GmbH durchzuführen.

Der für die Feldforschung entwickelte Leitfaden enthält Fragen, welche die Bereiche Mediennutzung und Informationsbedürfnisse bei den Rezipienten abdecken sollen. Die Fragen im Bereich der Mediennutzung sind darauf ausgerichtet die verwendeten Medienkanäle und die Häufigkeit ihrer Nutzung zu erfassen. Ziel war es einerseits die Nutzung der klassischen Medienkanäle TV, Radio und Print in den jeweiligen Altersgruppen zu verorten sowie die Ausprägung der Nutzung von online Angeboten zu erheben. Dies kann rückblickend als gelungen bezeichnet werden.

Im Gruppenvergleich der einzelnen Fokusgruppen konnte, zusammenhängend mit dem Alter, ein Unterschied in der Mediennutzung festgestellt werden. So zeigt sich bei der Gruppe 50+ ein noch stark ausgeprägtes lineares Mediennutzungsverhalten von TV und Radio. Im Bereich der Zeitungen gibt es einen Unterschied innerhalb dieser Gruppe. Ein Teil der Gruppe nutzt die Informationsangebote einer Zeitung wie bisher in Form der Printausgabe, ein anderer Teil konsumiert bereits die online Ausgaben der Zeitung.

Für die Gruppe der 29-33 jährigen spielt Radio eine untergeordnete bis keine Rolle mehr, Zeitungen werden hauptsächlich online gelesen. Ein Unterschied innerhalb dieser Gruppe war bei der TV Nutzung festzustellen. Ein Teil der Gruppe nutzte das „lineare“ TV Angebot täglich, der andere Teil der Gruppe besaß gar kein TV Gerät mehr das genutzt werden könnte.

Die Gruppe der 16-22 jährigen ist nahezu ausschließlich auf den Konsum von online Angeboten über mobile Geräte ausgerichtet. Die klassischen Medien TV, Radio oder Print wurden nahezu vollständig durch die konvergierten online Dienste ersetzt. Im Bereich der Mediennutzung kann die „Entlinearisierung“ der Mediennutzung entlang der Altersgrenzen beobachtet werden.

Die Generation 50+ nutzt noch sehr stark das klassische, lineare Medienangebot, die 16-22 jährigen hingegen sind ihre eigenen Informations- und Medienmanager und leben den „entlinearisierten“ individuellen Medienkonsum.

Der Teil des Informationsbedarfes wurde mit Fragen nach den Gestaltungswünschen von medialen Inhalten und deren Aufbereitung in Form eines Artikels erhoben.

Zusätzlich wurde Authentizität als Thema diskutiert und die Einstellung zur Werbung erfragt. In diesem Bereich konnten Übereinstimmungen aber auch Unterschiede zwischen den Gruppen erkannt werden. Innerhalb der Gruppen konnten keine Differenzen erkannt werden, dies lässt einen kohärenten Informationsbedarf in den einzelnen Gruppen vermuten.

Die Teilnehmer aller Gruppen wünschen sich eine inhaltlich ausgewogene Gestaltung von Artikeln, sodass eine eigene Meinungsbildung basierend auf objektiv recherchierten und präsentierten Fakten möglich ist. Bilder werden von allen Gruppen als nicht vertrauenswürdig eingeschätzt. Die grundsätzliche Platzierung eines Bildes in einem online Artikel sollte überlegt werden und auf den Inhalt des Artikels abgestimmt ausgewählt werden. Hinsichtlich der thematischen Interessensgebiete gibt es keine Unterschiede zwischen den Gruppen. An Informationen aus den klassischen Resorts und rund um das Thema Gesundheit/Medizin sind alle Gruppen gleichermaßen interessiert. Für die 29-33 jährigen und die 52-57 jährigen ist die Aktualität einer Nachrichtenmeldung wichtig, die Gruppe der 16-20 jährigen wünscht sich gerne mehr positive Nachrichten.

Interessant ist die Thematik, dass die Nutzung eines Belohnungssystems (ähnlich einem Pay-Back System) für den Konsum von Medieninhalten als gut und wünschenswert empfunden wird. Die Aufmerksamkeit, die der Rezipient das Lesen eines Artikels aufgewendet hat, wird in Form von Punkten auf sein Konto gutgeschrieben. Die Punkte können wiederum eingetauscht werden.

Zur Vermeidung von Werbung und Werbeunterbrechungen, die von allen Gruppen als störend empfunden werden, gibt es unterschiedliche Strategien, die von der Installation eines Adblockers bis zum Abschließen eines Abos reichen.

Ein weiterer Teil, der im Zuge der Fokusgruppendifkussion erarbeitet und in dieser Arbeit ausgewertet wurde, ist die Konstruktion eines Bildes des „klassischen Lesers“ der Tageszeitungen Österreich und Krone. Diese Zeitungen wurden in den jeweiligen Fokusgruppen als Diskussionsimpuls vorgelegt. Die Teilnehmer wurden einzeln darum gebeten sich den/die Leser/Leserin anhand vorgegebener Merkmale vorzustellen und in eigenen Worten zu beschreiben. Die individuellen Ergebnisse wurden ausgewertet und in ein mögliches Personenprofil zusammengefasst. Die Typenbildung gestaltete sich in der Ausarbeitung schwierig, da einerseits zu wenig Daten zur Verfügung standen, andererseits die Merkmale durch die Gruppenteilnehmer widersprüchlich formuliert wurden.

Hier könnte, mit einer größeren Anzahl von Teilnehmern, der „klassische Leser“ der Zeitung d.h. die Merkmale der Rezipienten-Zielgruppe ausgearbeitet werden.

Die „Entlinearisierung“ des Medienkonsums und seine Auswirkungen auf die kommerzielle Medienproduktion könnten als Impuls für weiterführende Arbeiten aus der Erhebung der Mediennutzung betrachtet und bearbeitet werden.

Aus den Analyseergebnissen des Informationsbedarfes könnte das Thema „Pay-Back System“ für die Nutzung von Medien betrachtet werden – hier wäre zukünftig eine „Win-Win“-Situation für die Medienwirtschaft und ihre Kunden, die Rezipienten, denkbar.

Als mögliche Fortführung des vorliegenden Themas könnte, wie eingangs erwähnt, nicht nur die Rezipienten Seite, sondern auch die Site der Informationsproduzenten (z.B. Redakteure) hinsichtlich ihrer Sicht auf die Informationsproduktion und deren Rezipienten befragt werden.

11 Literatur

- abtipper.de. 2019. „Transkripte von abtipper“. 9. November 2019.
<https://www.abtipper.de/ratgeber/transkripte-von-abtipper/>.
- Brademann, Isabell, und Rüdiger Piorr. 2019. „Generation Z - Analyse der Bedürfnisse einer Generation auf dem Sprung ins Erwerbsleben“. In *Arbeitswelten der Zukunft: wie die Digitalisierung unsere Arbeitsplätze und Arbeitsweisen verändert*, herausgegeben von Burghard Hermeier, Thomas Heupel, und Sabine Fichtner-Rosada, 345–60. FOM-Edition. Wiesbaden, Germany: Springer Gabler.
- Dimock, Michael. 2019. „Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins“, 17. Januar 2019. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.
- DNRNA. 2019. „Digital News Report Network Austria“. 14. November 2019.
http://www.digitalnewsreport.at/dnr_network_at/.
- . 2019. „Digital News Report Österreich Details zu digitalen Nachrichten in Österreich“. 14. November 2019. <http://www.digitalnewsreport.at/>.
- Dr. Dresing & Pehl GmbH. 2019. „Transkriptionsservice für wissenschaftliche Interviews“. 9. November 2019.
<https://www.audiotranskription.de/transkriptionsservice>.
- Dresing, Thorsten, und Thorsten Pehl. 2018. *Praxisbuch Interview, Transkription & Analyse: Anleitungen und Regelsysteme für qualitativ Forschende*. 8. Auflage. Marburg: Eigenverlag.
- Franck, Georg. 2014. „Jenseits von Geld und Information: Zur Ökonomie der Aufmerksamkeit“. In *Handbuch Unternehmenskommunikation Strategie – Management – Wertschöpfung*, herausgegeben von Ansgar Zerfaß und Manfred Piwinger, 2. Aufl., 193–202. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Fretwurst, Benjamin. 2008. *Nachrichten im Interesse der Zuschauer. Eine konzeptionelle und empirische Neubestimmung der Nachrichtenwerttheorie*. Konstanz: UVK.
- Gadringer, Stefan, Roland Holzinger, Isabella Nening, Sergio Sparviero, und Josef Trappel. 2019. *Digital News Report 2019 Detailergebnisse für Österreich*. Salzburg: Digital News Report Network Austria. DOI: 10.5281/zenodo.3228145.

- Holthfeld, Ralf. 2003. *Journalismus und Medienforschung. Theorie, Empirie, Transfer*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Kienböck, Barbara. 1995. *Ein Vergleich der journalistischen Kultur und der Nachrichtenwerte von Information- und Popular-Press-Journalisten anhand der beiden Redaktionen Wirtschaftswoche und News*. Diplomarbeit Universität Wien.
- Liesem, Kerstin, und Jörn Kränicke. 2011. *Professionelles Texten für die PR-Arbeit*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92833-3>.
- Mangelsdorf, Martina. 2015. *Von Babyboomer bis Generation Z: der richtige Umgang mit unterschiedlichen Generationen im Unternehmen*. Whitebooks. Offenbach: Gabal.
- MindTake. 2019a. „Ideale Räumlichkeiten für Fokusgruppen im Herzen von Wien“. 10. November 2019. <https://www.mindtake.com/de/ideale-r%C3%A4umlichkeiten-f%C3%BCr-fokusgruppen-im-herzen-von-wien>.
- . 2019b. „Teststudio für Fokusgruppen“. 10. November 2019. <https://www.mindtake.com/de/qualitative-forschung-im-rundum-paket>.
- Nolte, Kristina. 2005. *Der Kampf um die Aufmerksamkeit. Wie Medien, Wirtschaft und Politik um eine knappe Ressource ringen*. 1. Auflage. Frankfurt: Campus Verlag GmbH.
- Peters, Birgit. 1996. *Prominenz. Eine soziologische Analyse ihrer Entstehung und Wirkung*. Opladen: Westdt. Verlag.
- Picot, Arnold, Ralf Reichwald, und Rolf T. Wigand. 2003. *Die grenzenlose Unternehmung. Information, Organisation und Management*. 5. Auflage. Wiesbaden: Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler GmbH.
- Przyborski, Aglaja, und Julia Riegler. 2010. „Gruppendiskussion und Fokusgruppe“. In *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie*, herausgegeben von Günter Mey und Katja Mruck, 1. Aufl, 436–48. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schulenburg, Nils. 2016. *Führung einer neuen Generation: wie die Generation Y führen und geführt werden sollte*. FOM-Edition. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Schulz, Marlen. 2012. „Quick and easy!? Fokusgruppen in der angewandten Sozialwissenschaft“. In *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft*:

- von der Konzeption bis zur Auswertung*, herausgegeben von Marlen Schulz, Birgit Mack, und Ortwin Renn, 9–22. Wiesbaden: Springer VS.
- Sensor Marktforschung. 2019. „Gruppendiskussionsraum“. 10. November 2019.
<https://www.sensor.co.at/page/ausstattung/de#gruppendiskussionsraum>.
- Transkripto. 2019. „Transkription Beispiel“. 9. November 2019.
<https://www.transkripto.de/interview-transkribieren>.
- VERBI GmbH. 2019. „MAXQDA Plus 2018 (Release 18.2.3)“. 9. November 2019.
<https://www.maxqda.de/>.
- VMÖ. 2019a. „VMÖ Fokusgruppen“. 10. November 2019. <http://www.vmoe.at/focus-group/>.
- . 2019b. „VMÖ Verband der Marktforscher Österreichs“. 10. November 2019.
<http://www.vmoe.at>.
- Zwick, Michael M., und Regina Schröter. 2012. „Konzeption und Durchführung von Fokusgruppen am Beispiel des BMBF-Projekts ‚Übergewicht und Adipositas bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen als systemisches Risiko‘.“ In *Fokusgruppen in der empirischen Sozialwissenschaft: von der Konzeption bis zur Auswertung*, herausgegeben von Marlen Schulz, Birgit Mack, und Ortwin Renn, 24–48. Wiesbaden: Springer VS.

12 Abbildungsverzeichnis

| | |
|--|----|
| Abb. 1 The generations defined (Dimock 2019) | 5 |
| Abb. 2 Informationsbedarf und Informationsversorgung (vgl. Picot, Reichwald, und Wigand 2003, 82) | 10 |
| Abb. 3 VMÖ Institutssuche (VMÖ 2019b)..... | 27 |
| Abb. 4 MindTake Beobachtungsraum (MindTake 2019a) | 28 |
| Abb. 5 MindTake Teststudio (MindTake 2019a) | 28 |
| Abb. 6 MindTake Teststudio, Kameraperspektive und Einstellung für die Fokusgruppenaufzeichnung – Beispiel Gruppe2 (GR2-) | 28 |
| Abb. 7 MAXQDA Fokusgruppen-Transkripte (VERBI GmbH 2019) | 37 |
| Abb. 8 Mediennutzung Gruppe 1 (GR1-)..... | 61 |
| Abb. 9 Mediennutzung Gruppe 2 (GR2-)..... | 63 |
| Abb. 10 Mediennutzung Gruppe 3 (GR3-)..... | 65 |

13 Tabellenverzeichnis

| | |
|---|----|
| Tab. 1 Teilnehmer GR1-B..... | 39 |
| Tab. 2 Teilnehmer GR1-B1..... | 40 |
| Tab. 3 Teilnehmer GR1-B2..... | 40 |
| Tab. 4 Teilnehmer GR1-B3..... | 40 |
| Tab. 5 Teilnehmer GR1-B4..... | 41 |
| Tab. 6 Teilnehmer GR1-B5..... | 41 |
| Tab. 7 MAXQDA Übersicht Fokusgruppen-Teilnehmer Gruppe 1 | 43 |
| Tab. 8 Teilnehmer GR2-B..... | 43 |
| Tab. 9 Teilnehmer GR2-B1..... | 44 |
| Tab. 10 Teilnehmer GR2-B2..... | 44 |
| Tab. 11 Teilnehmer GR2-B3..... | 45 |
| Tab. 12 Teilnehmer GR2-B4..... | 45 |
| Tab. 13 Teilnehmer GR2-B5..... | 45 |
| Tab. 14 MAXQDA Übersicht Fokusgruppen-Teilnehmer Gruppe 2 | 47 |

| | |
|--|-----|
| Tab. 15 Teilnehmer GR3-B..... | 48 |
| Tab. 16 Teilnehmer GR3-B1..... | 48 |
| Tab. 17 Teilnehmer GR3-B2..... | 49 |
| Tab. 18 Teilnehmer GR3-B3..... | 49 |
| Tab. 19 Teilnehmer GR3-B4..... | 50 |
| Tab. 20 MAXQDA Übersicht Fokusgruppen-Teilnehmer Gruppe 3..... | 51 |
| Tab. 21 Klassischer Leser Krone Gruppe 1 (GR1-)..... | 53 |
| Tab. 22 Klassischer Leser Österreich Gruppe 1 (GR1-)..... | 54 |
| Tab. 23 Klassischer Leser Krone Gruppe 2 (GR2-)..... | 55 |
| Tab. 24 Klassischer Leser Österreich Gruppe 2 (GR2-)..... | 56 |
| Tab. 25 Klassischer Leser Krone Gruppe 2 (GR3-)..... | 57 |
| Tab. 26 Klassischer Leser Österreich Gruppe 3 (GR3-)..... | 58 |
| Tab. 27 Klassischer Leser Gruppe 1 (GR1-)..... | 159 |
| Tab. 28 Klassischer Leser Gruppe 2 (GR2-)..... | 162 |
| Tab. 29 Klassischer Leser Gruppe 3 (GR3-)..... | 165 |

14 Anhang

14.1 Guideline für die Fokusgruppendifkussion

Einleitung (5-10 Minuten)

Vorstellungsrunde (Vorname, Alter, Beruf, Hobbies)

Medien allgemein (20-25 Minuten)

Am Flipchart:

- Welche Medien nutzen Sie?
- Wie häufig werden welche Medien genutzt?
- Sind alle diese Medien für Sie und Ihren täglichen Informationsbedarf wichtig? Fehlt Ihnen noch etwas?
- Wie finden Sie diese Informationen? Suchen Sie aktiv danach oder „bekommen“ Sie die Informationen? Haben Sie Abonnements bzw. Newsletter?

Auf welchen Internetseiten informieren Sie sich? (optional am Flipchart)

- Wie oft?
- Wo?
- Wann?

Welche Zeitungen lesen Sie? (optional am Flipchart)

- Wie oft?
- Wo?
- Wann?

Über welche Themen informieren Sie sich am liebsten bzw. am Häufigsten z.B. in einer Zeitung d.h. welches Ressort (Chronik, Politik, ...)?

- Reden Sie mit Ihren Freunden/Arbeitskollegen darüber, was Sie in der Zeitung gelesen haben?
- Kennen Sie Personen, die gar nicht an solchen Themen interessiert sind und sich nicht in Medien informieren? Was könnte der Grund sein?

- Helfen die dortigen Informationen um mitreden zu können? Wenn nein, wo informieren sie sich noch? Ist das ein Problem, dass die Zeitung grundsätzlich nicht lösen könnte?

Welche Informationen interessieren Sie noch, die Sie NICHT in der Tageszeitung finden?

- Themen abseits der klassischen Ressorts

Vorlage einer Tageszeitung (25-30 Minuten)

Vorgelegt wurden die Kronen Zeitung und Österreich in der Ausgabe vom 05.03.2019 ohne Beilagen (Ausgabe die im Zeitschriftenhandel/Tabaktrafik ausgegeben wurden). Teilnehmer können sich frei eine Zeitung/Ausgabe zum Ansehen/Durchblättern aussuchen (bzw. auch beide Ausgaben ansehen)

Sie haben sich nun in den letzten Minuten eine tagesaktuelle Zeitung angesehen an welchen Bereich/Artikel/Bericht erinnern Sie sich am besten?

- Beschreiben Sie bitte kurz worum es in diesen Bereichen/Artikeln/Berichten geht?

An welche anderen Bereiche/Artikel/Berichte können Sie sich noch erinnern?

- Beschreiben Sie bitte kurz worum es in diesen Bereichen/Artikeln/Berichten geht?

Erzählen Sie doch mal wie zufrieden Sie mit den in der Zeitung beschriebenen Informationen waren?

Wenn Sie an die Themen denken, die Sie in der Zeitung gesehen/gelesen haben welches Thema/welchen Artikel fanden Sie am interessantesten

- Beschreiben Sie bitte warum Sie den Artikel interessant finden.

Welches Thema/welcher Artikel war am wenigsten interessant?

- Beschreiben Sie bitte warum Sie den Artikel nicht interessant finden.

Auf einem Blatt Papier:

Ich würde Sie bitten mir den „klassischen“ Leser der Zeitung die Sie gerade angesehen/durchgeblättert haben zu beschreiben

- Geschlecht
- Alter
- Interessen
- Welche Medien werden noch genutzt?
- Hobbies
- Charaktereigenschaften
- Kleidung getragen wird
- Mit dem Auto oder öffentlich unterwegs?
- Lieblingsmarken

Zeitungsartikel im Detail (30 Minuten)

Sie haben ja gesagt, dass Sie auch im Internet Artikel lesen. Schauen Sie dort auch manchmal Videoangebote der Zeitung an?

- Was gefällt Ihnen besser?
- Gibt es Themen, die besser als Video angeboten werden können und andere die besser in Textform zu konsumieren sind?
- Was sind die Vorteile?
- Wo liegen die Nachteile?

Was wäre ein Thema, was Sie aktuell interessiert? Was finden Sie gerade spannend?

Worüber würden Sie gerne morgen etwas in der Zeitung/im Internet lesen?

- Wie sollte der Artikel aufbereitet sein?
- Bilder? Video? Text? Warum das entsprechende Format?
- Ist ein Erklärungstext notwendig? Wenn ja, wie soll dieser aussehen?

Ist Authentizität ein Thema?

- Wodurch werden Inhalte glaubhaft?

Denken Sie an einen online Bericht (Zeitung/Tweet/...) Wie wichtig ist es für Sie zu einem Thema einen Kommentar/die eigene Meinung hinzuzufügen (online Bereich/Leserbrief)?

Auf welcher Plattform (wie) kommunizieren Sie Ihre Meinung zu Themen wie Politik/Sport etc? Tun Sie das überhaupt?

Beschreiben Sie wie eine Zeitung/Plattform gestaltet sein muss damit Sie dafür Geld ausgeben. Wieviel Geld würden Sie dann für diese Zeitung/Plattform ausgeben wollen?

Denken Sie an das Lesen eines Artikels (offline/online) stören Werbeeinschaltungen, wenn Sie einen Artikel lesen?

- Können Sie Werbeeinschaltungen eindeutig identifizieren?
- Können Sie gesponserte Artikel erkennen?
- Woran erkennen Sie die gesponserten Artikel?

MODERATOR: Wenn redundant folgende Frage überspringen

Wie müsste eine Zeitung/Informationsmedium gestaltet sein, dass Sie die Informationen regelmäßig (fast täglich) lesen – (mind. 20-30 Minuten)

- Text/Bild/Video

Kommen wir zur letzten Frage:

Denken Sie an die Zukunft – beschreiben Sie wie wird die Zeitung der Zukunft aussehen wird?

Vielen Dank!

14.2 Transkription

14.2.1 Gruppe 1 (GR1-)

T1 GR1-I: Hallo. Ich würde euch bitten, vor euch stehen so Namenskärtchen, dass jeder seinen Vornamen, also nur den Vornamen aus Datenschutzgründen. Ja, genau, so weiterreichen. Vornamen draufschreiben, ja. Aus Datenschutz- und Anonymitätsgründen. Ich bin Stefan, das ist der Roman. #00:00:31-9#

T2 GR1-I1: Hallo. #00:00:32-8#

T3 GR1-I: Wir haben euch eingeladen, damit wir heute ein wenig über das Thema Medien diskutieren können. Schön, dass ihr alle so zeitig erschienen seid. Also ich bin Marktforscher, zu meiner Seite. Ich mache so was quasi jeden Tag. Dann diskutiere ich mit Leuten wie euch über die unterschiedlichsten Themen. Um ein bisschen mehr über euch zu erfahren, würde ich euch bitten, dass ihr euch einmal kurz vorstellt. Also Vorname, euer Alter, was ihr für Hobbys habt? Ob ihr zur Schule geht, studiert? Genau. Wenn wir vielleicht einmal links anfangen. Mohammed? #00:01:07-8#

T4 GR1-B: Ich bin der Mohammed. Ich komme aus Ägypten und bin 16 Jahre alt. Und bin gerade Schüler in einer AHS, siebente Klasse. #00:01:15-2#

T5 GR1-I: Danke, Mohammed. #00:01:16-1#

T6 GR1-B1: Ich bin Nersuv. Ich bin 16 Jahre alt. Auch Ägypter und gehe in ein Gymnasium. #00:01:22-5#

T7 GR1-I: Alles klar. Und eure Hobbys? Kurz noch? #00:01:24-9#

T8 GR1-B: Fußballspielen. #00:01:25-7#

T9 GR1-B1: Ja, auch. #00:01:26-8#

T10 GR1-I: Alles klar. Marina? #00:01:28-2#

T11 GR1-B2: Ich bin die Marina, bin 20 Jahre alt, studiere jetzt im vierten Semester Statistik und Wirtschaftsmathematik. Gleich nebenan, sehr praktisch. (lacht) #00:01:36-3#

T12 GR1-I: Kurzer Weg. #00:01:36-9#

T13 GR1-B2: Und, ja, Hobbys. Also ich mag gern Sport, spiele gern Tennis und gehe laufen. #00:01:42-2#

T14 GR1-I: Dankeschön. #00:01:43-3#

T15 GR1-B3: Ich bin die Carina und ich mache gerade die Matura bei Doktor Roland. Ich bin 19 Jahre alt, habe ich, glaube ich, vergessen zu sagen. (Gelächter) Und sonst gehe ich halt gerne wandern und mache Sport verschiedenster Art. #00:02:00-9#

T16 GR1-I: Okay. Was ist so verschiedenster Art? #00:02:02-9#

T17 GR1-B3: Dass ich von allem so ein bisschen was ausprobiere irgendwie. Ich habe noch nicht meinen Sport gefunden, wo ich sage, da bleibe ich. Aber am liebsten gehe ich halt wandern und klettern. #00:02:13-3#

T18 GR1-I: Dankeschön. Rebecca? #00:02:15-5#

T19 GR1-B4: Ja, ich bin die Rebecca. Ich bin 18 Jahre alt. Ich maturiere jetzt dieses Jahr an einer HAK. Ja, meine Hobbys. Also ich spiele in einem Verein Feldhockey. Ja, das ist so ziemlich eigentlich alles. #00:02:29-5#

T20 GR1-I: Danke. Bitte. #00:02:31-2#

T21 GR1-B5: Ich bin der Philipp, bin 20 und studiere gerade Psychologie. Und zu meinen Hobbys, Klavierspielen und Sport. #00:02:39-2#

T22 GR1-I: Alles klar. Super. Danke. Ja, dann würde ich auch gerne direkt ins Thema eigentlich einsteigen. Also ihr wisst ja eh, dass das Thema Medien ist und jetzt würde mich einfach mal interessieren, welche Medien, also egal was, welche Medien nutzt ihr so? Also es kann alles sein. Wie gesagt Medien. #00:02:56-0#

T23 GR1-B5: Ja, das Internetz. #00:02:57-0#

T24 GR1-I: Internet, okay. #00:02:58-0#

T25 GR1-B5: Zeitungen. #00:02:58-7#

T26 GR1-I: Mhm (bejahend). #00:03:02-3#

T27 GR1-B5: Radio. #00:03:03-2#

T28 GR1-I: Mhm (bejahend). #00:03:03-8#

T29 GR1-B2: TV. #00:03:08-4#

T30 GR1-I: TV. Mhm (bejahend). #00:03:09-8#

T31 GR1-B: Zählen auch soziale Medien dazu, oder? #00:03:14-8#

T32 GR1-I: Ja, klar. #00:03:15-5#

T33 GR1-B4: Facebook, Instagram, et cetera. #00:03:17-2#

T34 GR1-I: Was ist et cetera? Einfach sagen. #00:03:18-5#

T35 GR1-B3: (unv.) Social Medien. #00:03:21-3#

T36 GR1-B2: Snapchats. #00:03:22-6#

T37 GR1-I: Okay. #00:03:27-4#

T38 GR1-B1: Instagram. #00:03:27-9#

T39 GR1-I: Okay. #00:03:29-0#

T40 GR1-B3: Twitter. (Gelächter) Wenn wir schon dabei sind. #00:03:33-6#

T41 GR1-I: Nutzt ihr Twitter wirklich, oder (unv.)? #00:03:34-9#

T42 GR1-B4: Eigentlich nicht. #00:03:35-5#

T43 GR1-B5: Nein. #00:03:35-8#

T44 GR1-B1: Nein. #00:03:36-1#

T45 GR1-I: Okay. #00:03:36-6#

T46 GR1-B3: Ich nutze jetzt nur Facebook. #00:03:37-7#

T47 GR1-I: Okay, aber ich schreibe es trotzdem auf. Es ist gerade neu, auf jeden Fall. Ja, ich höre immer Twitter, aber irgendwie nutzt es keiner so wirklich. Das ist ganz interessant. Okay, noch etwas? #00:03:48-4#

T48 GR1-B5: WhatsApp. #00:03:51-8#

T49 GR1-I: Ist das Social Media, oder? #00:03:54-9#

T50 GR1-B3: Im Messenger ist das aber. (unv.)
Informationen werden weitergeleitet. Wenn man so/
#00:04:03-0#

T51 GR1-I: Ich glaube, es gibt ja heute den Service, dass
ihr quasi Informationen auch darüber empfangen könnt,
oder? #00:04:08-3#

T52 GR1-B3: Ja. #00:04:08-7#

T53 GR1-I: Kennt ihr das? Nutzt ihr das? Also dass ihr von
verschiedenen Seiten da irgendwas/ #00:04:12-1#

T54 GR1-B4: Nein. #00:04:12-6#

T55 GR1-B3: Mhm (verneinend). #00:04:12-8#

T56 GR1-I: Okay. Alles klar. Fällt dir noch etwas ein? Was
du so nutzt? #00:04:18-5#

T57 GR1-B: YouTube? #00:04:21-9#

T58 GR1-I: YouTube? Mhm (bejahend). (9) Okay. Ja? Fehlt
noch was? #00:04:34-1#

T59 GR1-B1: Nein. #00:04:34-5#

T60 GR1-I: Wie oft nutzt ihr denn diese ganzen Sachen so?
Also was nutzt ihr davon am häufigsten? #00:04:44-0#

T61 GR1-B5: Instagram. #00:04:44-5#

T62 GR1-I: Täglich, oder? #00:04:46-6#

T63 GR1-B3: Snapchat. #00:04:47-7#

T64 GR1-B: Täglich. Und Snapchat auch. Instagram,
Snapchat täglich. #00:04:50-2#

T65 GR1-I: Okay. #00:04:56-0#

T66 GR1-B4: Ist bei Zeitung auch Online, oder? #00:04:59-
4#

T67 GR1-I: Ja. #00:04:59-7#

T68 GR1-B4: Okay. Ja, dann Zeitungen. #00:05:00-6#

T69 GR1-I: Zeitung noch. Auch täglich? #00:05:02-4#

T70 GR1-B4: Ja. #00:05:03-3#

T71 GR1-I: Okay. #00:05:06-9#

T72 GR1-B2: Ja, also WhatsApp auch. #00:05:08-2#

T73 GR1-I: WhatsApp auch (unv.) #00:05:09-3#

T74 GR1-B3: Sowieso ja. #00:05:10-6#

T75 GR1-B1: Und YouTube auch. #00:05:12-4#

T76 GR1-B4: Facebook eigentlich auch. #00:05:14-3#

T77 GR1-I: Also im Prinzip nutzt ihr fast alles? Täglich?
Wie ist es mit Radio und TV? #00:05:19-2#

T78 GR1-B3: Ja, Internet gehört dann sowieso
grundsätzlich dazu. #00:05:21-6#

T79 GR1-I: Ja, klar. ja, natürlich. Internet ist quasi sowieso.
Ja, Internet bezieht ja auch irgendwie dann die Online-
Zeitungen mit ein. Dann schreibe ich es mal dazu.
#00:05:27-6#

T80 GR1-B2: Radio läuft bei uns eigentlich den ganzen Tag
zu Hause. Aber höre ich halt nur, wenn ich jetzt im
Wohnzimmer bin, also nicht in meinem Zimmer. #00:05:35-
7#

T81 GR1-I: Also würdest du sagen, hörst du bewusst jeden
Tag Radio? #00:05:39-2#

T82 GR1-B2: Nein. #00:05:39-7#

T83 GR1-I: Hört hier irgendwer jemand bewusst zu einer
bestimmten Zeit Radio? #00:05:44-3#

T84 GR1-B5: Einmal in der Früh eigentlich. #00:05:45-1#

T85 GR1-B2: Genau. Ja, beim Frühstück. #00:05:46-6#

T86 GR1-I: Also schon auch irgendwie täglich? #00:05:48-
2#

T87 GR1-B2: Ja, es sind halt nur fünf Minuten. Zehn
Minuten. Also bei mir. #00:05:52-0#

T88 GR1-I: Gut. TV? Wann guckt ihr so Fernsehen?
#00:06:01-6#

T89 GR1-B2: Wochenende. #00:06:03-5#

T90 GR1-B3: Also das reguläre Fernsehen schaue ich
extrem selten, weil ich nur auf Netflix oder Amazon Prime
bin, muss ich sagen. #00:06:13-9#

T91 GR1-I: Mhm (bejahend). Okay. #00:06:16-0#

T92 GR1-B3: Also gerade, wenn es irgendwas
Interessantes vielleicht im Fernsehen so gibt. #00:06:21-0#

T93 GR1-I: Und Twitter hatten wir schon geklärt, das ist
eigentlich quasi so gar nicht (unv.) #00:06:24-7#

T94 GR1-I1: Das heißt, Netflix und Amazon Prime wäre
auch so etwas, was du immer nutzt, oder? #00:06:30-1#

T95 GR1-B3: Ja. Aber das gehört jetzt nicht so unbedingt
zu diesen Medien, wo man sich informieren kann. #00:06:35-
9#

T96 GR1-B: Oh ja. Gibt es nicht in Netflix
Dokumentationen? #00:06:37-7#

T97 GR1-B4: Ja. Ganz viele schauen da. #00:06:39-3#

T98 GR1-B4: So, Explained, glaube ich, heißt das.
#00:06:40-9#

T99 GR1-B3: Stimmt. Ja. #00:06:42-5#

T100 GR1-I: Also, ich denke, das nennt sich halt immer
Streaming. #00:06:50-0#

T101 GR1-B3: Ich habe das jetzt gar nicht so mit dem
verbunden. #00:06:52-7#

T102 GR1-I: Wie oft nutzt ihr das, so Netflix, Amazon
Prime? #00:06:55-3#

T103 GR1-B3: Jeden Tag. (Gelächter) Jeden Tag am
Abend. #00:06:59-3#

T104 GR1-B5: Fast jeden Tag. #00:07:00-2#

T105 GR1-B2: Wochenende eher. #00:07:03-4#

T106 GR1-B: Wochenende. #00:07:05-1#

T107 GR1-B1: Wochenende. #00:07:11-0#

T108 GR1-I: Also ihr nutzt auf jeden Fall täglich welche aus.
Zeitungen, Online-Zeitung, Facebook, Snapchat, Instagram,
WhatsApp, YouTube. Und Streaming-Plattformen teilweise.

Welche Medien, welches Medium nutzt ihr euren täglichen Informationsbedarf? Also wo bekommt ihr wirkliche Informationen, die ihr vielleicht in eurem täglichen, ja, Tag irgendwie aufnehmt? Also, klar, ich höre Streaming-Plattform, Netflix, Doku, nett aber das ist ja nicht das, was du in den täglichen/ #00:07:46-1#

T109 GR1-B3: Ich habe auf dem Handy, ich weiß nicht, kriege ich immer so Nachrichten von irgendwelchen News aus sämtlichen Tageszeitungen, so brisante Themen. Ich weiß nicht, wie das jetzt bei Samsung heißt? Irgendwie so dieses Update? #00:07:57-9#

T110 GR1-B: Update. #00:07:58-3#

T111 GR1-B3: Ja. #00:07:58-8#

T112 GR1-I: Okay. Mhm (bejahend). Also das ist dann (unv.) #00:08:01-4#

T113 GR1-B3: Und da klickt man dann halt rein und dann scrollt man mal so durch, was es so für neue Sachen gibt. Was sich gerade tut, in der Welt. #00:08:08-5#

T114 GR1-I: Und das ist dann von verschiedenen Zeitungen, oder? #00:08:10-6#

T115 GR1-B3: Ja, von verschiedenen Zeitungen. Das wird zusammengewürfelt. #00:08:14-1#

T116 GR1-I: Okay. Ja, das sind, sage ich mal, (unv.) Online-Zeitungen. Ich glaube, Apple hat das ja auch, oder? #00:08:23-2#

T117 GR1-B4: Ja, ja. #00:08:23-5#

T118 GR1-I: Oder? Hat jemand ein iPhone? Ja? #00:08:24-8#

T119 GR1-B2: Ich weiß gar nicht, ob ich das habe? #00:08:26-7#

T120 GR1-B4: Ich weiß es nicht. #00:08:27-8#

T121 GR1-I: Aber ihr wisst, dass (unv.) #00:08:30-5#

T122 GR1-B3: Also bei Samsung heißt es Update. #00:08:32-4#

T123 GR1-I: Update, okay. Und das ist so/ #00:08:40-0#

T124 GR1-B: Date. Wie Date. Update. #00:08:43-6#

T125 GR1-B3: Update. Ach so, ich dachte Day. Okay. #00:08:46-2#

T126 GR1-I: Okay. Also da holst du dir irgendwie die täglichen Informationen so raus? #00:08:53-6#

T127 GR1-B3: Ja. #00:08:54-1#

T128 GR1-I: Wann machst du das? Zu welcher Zeit? #00:08:55-8#

T129 GR1-B3: Das ist unterschiedlich, weil man die Nachrichten/ Also ich habe es so eingestellt, dass ich so interessante Themen so nach vorne bekomme, dass ich sie gleich sehe und dann klicke ich erst drauf. Also so unbestimmte Zeit. Einfach so zwischendurch. #00:09:08-8#

T130 GR1-I: Okay. Gibt es eine Tendenz? Eher morgens oder eher abends? #00:09:12-7#

T131 GR1-B3: Nein, eigentlich wirklich morgens. #00:09:14-7#

T132 GR1-I: Sonst noch etwas, wo ihr tägliche Informationen wirklich aussucht? #00:09:20-4#

T133 GR1-B4: Also ich habe auf Instagram Standard abonniert und habe dann immer so einen Tagesüberblick. Und da schaue ich auch nach. Das ist aber morgens. Also das sind die Tageszusammenfassungen oder weiß ich nicht, wie das heißt? #00:09:31-6#

T134 GR1-B3: Ja. #00:09:32-2#

T135 GR1-I: Okay, Standard-Tageszusammenfassung. Nutzt das noch irgendwer von euch? So was? #00:09:50-4#

T136 GR1-B5: Standard, aber jetzt nicht über Instagram, sondern einfach über das Internet. Ja. #00:09:54-0#

T137 GR1-I: Wie oft nutzt du das? #00:09:56-2#

T138 GR1-B5: Ein paar Mal in der Woche, jetzt nicht jeden Tag, aber/ #00:10:00-2#

T139 GR1-B3: Nicht jeden Tag, aber so ein paar Mal in der Woche, ja. #00:10:02-5#

T140 GR1-B5: Wenn es irgendwas gibt, was mir gefällt. Und dann wird es mir ja auch vorgeschlagen, zuerst, und dann klicke ich schon drauf. Aber ich würde nicht sagen, jeden Tag. #00:10:10-9#

T141 GR1-I: Gibt es noch andere Online-Zeitungen oder Zeitungen, die ihr euch anschaut? #00:10:13-6#

T142 GR1-B4: Presse. Und ORF, glaube ich, heißt das. Ja. #00:10:19-6#

T143 GR1-I: Okay, Presse, ORF. Standard. Noch etwas? #00:10:22-6#

T144 GR1-B3: Kurier. Ja, weil Österreich und das andere kann man ja vergessen, was so was angeht. #00:10:28-0#

T145 GR1-I: Okay, das eher nicht. Also die Gratiszeitungen, Heute und so was? #00:10:30-7#

T146 GR1-B3: Mhm (verneinend). #00:10:32-1#

T147 GR1-I: Noch etwas? Ist das alles hier Online oder auch in Print? #00:10:37-8#

T148 GR1-B4: Fast nur Online. #00:10:39-5#

T149 GR1-B3: Hin und wieder in Print. Zumindest auch am Wochenende haben wir die Zeitung (unv.) #00:10:46-0#

T150 GR1-I: Gibt es sonst noch Internetseiten, wo ihr euch informiert? #00:10:52-0#

T151 GR1-B3: Also so bestimmte Sachen (unv.) YouTube eigentlich, weil dann schaust du so zu irgendeinem Thema, ob es da ein Video gibt, wo es dir erklärt wird? #00:11:04-2#

T152 GR1-I: Also ein Thema, so ein tagesaktuelles Thema, oder was? #00:11:08-5#

T153 GR1-B3: Ja, auch. #00:11:09-5#

T154 GR1-B: Aber bei YouTube kommt es immer später. Nicht direkt dann. #00:11:12-3#

T155 GR1-B3: Nein, das nicht. Das stimmt. #00:11:14-3#

T156 GR1-I: Aber ihr nutzt das auch irgendwie, um euch dann über Weltgeschehen nachträglich quasi zu informieren? #00:11:18-7#

T157 GR1-B3: Ja. #00:11:19-0#

T158 GR1-B: Ja. #00:11:19-2#

T159 GR1-I: Macht ihr das alle? #00:11:20-3#

T160 GR1-B1: Ja. #00:11:21-1#

T161 GR1-I: Irgendwie YouTube? #00:11:21-7#

T162 GR1-B5: Schon. Ja. #00:11:24-1#

T163 GR1-B3: Wo sie dann irgendwie gewisse Dinge besser erklären, die du jetzt nicht vielleicht auf Anhieb verstanden hast oder so. #00:11:30-9#

T164 GR1-I: Gibt es da bestimmte Kanäle, wo ihr euch die Information immer holt? Oder sucht ihr dann einfach allgemein über Suche? #00:11:35-8#

T165 GR1-B3: Allgemein. Also ich zumindest. #00:11:38-7#

T166 GR1-B: Ich glaube, Faktastisch, oder? #00:11:40-8#

T167 GR1-B1: Ja, ja. Das hat sehr viele Themen über News und so. #00:11:46-1#

T168 GR1-B: Ja, bei Faktastisch, glaube ich, ist es nicht immer echt. #00:11:52-6#

T169 GR1-I: Also sonst keine weiteren speziellen Internetseiten, die ihr euch/ #00:11:56-2#

T170 GR1-B4: Also was ich auf YouTube immer schaue oder was eher für die Schule und so, Geschichtliches und so. Das ist, ich glaube, das heißt simpliTV oder so? #00:12:03-5#

T171 GR1-B3: SimpliTV, die haben gute Videos. Stimmt. #00:12:06-4#

T172 GR1-I: SimpliTV, okay. #00:12:08-4#

T173 GR1-B4: Aber es ist meistens (unv.) mäßig. #00:12:11-2#

T174 GR1-I: Und wie war das andere? Faktastisch oder was? #00:12:15-0#

T175 GR1-B1: Ja. #00:12:20-1#

T176 GR1-B5: Meinst du den Blog über Chemie? #00:12:25-1#

T177 GR1-B4: Ah, Simple, glaube ich. Nicht simpliTV. SimpleTV (unv.), oder? Ich weiß nicht. #00:12:29-2#

T178 GR1-B3: Ach so, nein, simpliTV das ist das Ganze, glaube ich. Das ist die Werbung. (Gelächter) #00:12:36-0#

T179 GR1-I: SimpleTV. Okay. Gut. Also das sind so eure Informationskanäle. Okay. Passt. #00:12:45-3#

T180 GR1-I1: Darf ich noch fragen, wo nützt ihr die? Alle am Mobiltelefon? Oder am Tablet? Oder am Computer? Oder am Laptop? #00:12:50-6#

T181 GR1-B3: Mobiltelefon und Tablet. Oder auch eigentlich am Smart TV. #00:12:55-0#

T182 GR1-I: Smart TV? Gibt es da eine eigene App dafür, oder wie? #00:13:00-4#

T183 GR1-B3: Nein. Also ich habe von Samsung einen Fernseher und da kann man sich mit dem Internet verbinden und kann dann halt genauso streamen und googeln und, ja. #00:13:11-3#

T184 GR1-I: Die anderen? Wie nutzt ihr? #00:13:16-3#

T185 GR1-B1: Meistens auf dem Handy. #00:13:17-6#

T186 GR1-B3: Ja. #00:13:18-1#

T187 GR1-B2: Ja. #00:13:18-4#

T188 GR1-I: Über die App oder nur über den Browser? #00:13:20-3#

T189 GR1-B1: Über die App besser. #00:13:22-2#

T190 GR1-I: Auch App? #00:13:24-5#

T191 GR1-B4: Ja. #00:13:25-0#

T192 GR1-I: Okay. Also eher eben App. Was ist besser an der App? Warum eher die App? #00:13:30-4#

T193 GR1-B: Läuft flüssiger. #00:13:31-1#

T194 GR1-B1: Ja. #00:13:31-4#

T195 GR1-B4: Auch die Anwendung oft. Wenn ich dann was anklicke und dann zurück will, bin ich auf einmal wieder im Browser-Verlauf, (unv., mehrere gleichzeitig), auf der ganzen Webseite und dann muss ich halt immer wieder zurückgehen und das ist anstrengend. #00:13:44-3#

T196 GR1-I: Also einfach bequemer über die App? #00:13:45-4#

T197 GR1-B4: Ja. #00:13:45-7#

T198 GR1-I: Gibt es bestimmte Thematiken, über die ihr euch am häufigsten oder am liebsten informiert? Also denkt mal jetzt bei so einer Zeitung an so ein Ressort. Also zum Beispiel Politik oder/ #00:14:02-5#

T199 GR1-B: Sport. #00:14:03-0#

T200 GR1-B: Politik eher nicht. Bei mir. #00:14:05-9#

T201 GR1-B2: Ja, also wenn ich in die Zeitung schaue, dann schaue ich auch wegen Sport. Aber im Moment nicht so oft. #00:14:14-6#

T202 GR1-I: Und die anderen Medien, die ihr halt häufig nutzt, also so YouTube gelegentlich? #00:14:19-7#

T203 GR1-B2: Da schaue ich mir gerne Videos über Bücherneuheiten oder so an. Bücher. #00:14:24-9#

T204 GR1-I: Also Bücherrezensionen? #00:14:26-0#

T205 GR1-B2: Ja. #00:14:26-3#

T206 GR1-I: Quasi Literatur als großes Thema? #00:14:28-1#

T207 GR1-B2: Ja. #00:14:28-5#

T208 GR1-I: Oder Kultur? Ja? Die anderen? #00:14:30-8#

T209 GR1-B5: Ja, Politik, aber auch manchmal so Tagesgeschehen. #00:14:35-0#

T210 GR1-B3: So Tagesgeschehen. Was sich in der Welt tut und halt sehr viel Politik interessiert mich. #00:14:40-8#

T211 GR1-B4: Ja, Politik, Wirtschaft, halt beides ein bisschen. #00:14:45-9#

- T212 GR1-I: Sind das so Themen, über die ihr auch irgendwie mit euren Freunden redet? Also Sport, so zum Beispiel, „Hey, hast du das und das wieder gelesen?“, und dann redet ihr über das? #00:14:54-9#
- T213 GR1-B: Ja. Sport tagtäglich. #00:14:56-0#
- T214 GR1-I: Tagtäglich, okay. Also Fußball höchstwahrscheinlich? #00:14:58-8#
- T215 GR1-B: (unv.) Ja, zum Beispiel also heute ist Champions League (unv.) #00:15:04-9#
- T216 GR1-I: Okay. #00:15:05-6#
- T217 GR1-B: Also ich glaube, morgen werde ich viel mit meinem Freund reden. Mit dem, den es halt interessieren wird. #00:15:12-2#
- T218 GR1-B5: Ja, über Politik eigentlich nicht so, weil da streitet man sich lieber. Und dann eher doch über Tagesgeschehen. #00:15:20-6#
- T219 GR1-I: Aber über das Tagesgeschehen redet ihr dann schon irgendwie? #00:15:23-7#
- T220 GR1-B5: Ja, so, „Hast du das schon gehört? Dass dort und da das passiert ist?“ Blablabla. #00:15:27-9#
- T221 GR1-B3: Also ich rede auch über Politik. Das funktioniert bei uns ganz gut, weil wir die Meinung der anderen respektieren und von dem her. #00:15:37-3#
- T222 GR1-I: Also eine gute Basis, um über Politik zu reden? #00:15:40-2#
- T223 GR1-B3: Ja, genau. #00:15:40-8#
- T224 GR1-I: Literatur? Redest du da mit deinen Freunden darüber? #00:15:45-7#
- T225 GR1-B2: Nein eigentlich nicht. #00:15:48-9#
- T226 GR1-I: Wenn wir jetzt noch mal so an vielleicht Tagesgeschehen denken, gibt es Leute, die ihr kennt, die sich gar nicht für solche Sachen interessieren? Die so was vielleicht sogar verweigern? #00:16:01-8#
- T227 GR1-B4: Die interessiert es jetzt halt nicht so unbedingt. #00:16:04-6#
- T228 GR1-I: Bitte? #00:16:05-0#
- T229 GR1-B4: Die Interessiert es halt nicht. Das sind halt die Leute, die halt in der Früh ganz kurz die Gratiszeitung kurz anschauen, durchblättern und dann halt wieder weitergehen. Also jetzt nicht wirklich viel Interesse, eher nur so als Zeitfüller vielleicht kurz zwischendurch. #00:16:17-7#
- T230 GR1-I: Glaubst du, die sind allgemein einfach nicht interessiert an solchen Themen? #00:16:21-2#
- T231 GR1-B4: Ich schätze mal, andere Interessen als jetzt so was. #00:16:25-6#
- T232 GR1-I: Hast du so jemand in deinem Freundeskreis? #00:16:28-9#
- T233 GR1-B4: Fast alle. #00:16:31-1#
- T234 GR1-I: Echt? Okay. #00:16:32-1#
- T235 GR1-B4: Ich weiß nicht. Es ist halt auf jeden Fall, glaube ich, dass sie sich auch gar nicht damit auseinandersetzen wollen, weil sie es nicht verstehen. Also jetzt nicht böse gemeint, aber einfach, dass sie denken, es ist zu kompliziert, sich damit auseinanderzusetzen und deswegen. #00:16:42-5#
- T236 GR1-B5: Dann fangen sie gar nicht erst damit an. #00:16:43-4#
- T237 GR1-B4: Ja, ja. Also das glaube ich. #00:16:44-9#
- T238 GR1-I: Könnte es ein Medium geben, was das vielleicht einfacher machen würde, glaubst du? #00:16:49-4#
- T239 GR1-B4: Also ich glaube, 90 Prozent in meinem Alter holen sich die Informationen aus Instagram. Also alles, was dort steht. Also gefühlt jetzt, aus meinem Freundeskreis. Ich kann ja nur von meinen Freunden reden, die halt schon über Instagram eigentlich fast alle Infos oder bei Snapchat diese Stories oder was das da ist? Diese Infostories, was es da gibt. Das glaube ich halt persönlich. #00:17:10-7#
- T240 GR1-I: Wie ist das dann bei Instagram aufgearbeitet? Als Text oder als Bild? Als Video? Wie? #00:17:15-8#
- T241 GR1-B4: Nein. Da gibt es irgend sowas wie Faktastisch oder so. Das abonniert man halt und dann hat man halt immer so einen Fakt am Tag. Oder halt so eine Story. #00:17:21-8#
- T242 GR1-B2: Wissensbotschaft. (unv., mehrere gleichzeitig) #00:17:23-1#
- T243 GR1-I: Okay, in Stories halt, okay. #00:17:25-4#
- T244 GR1-B5: Das ist meistens irgendwie/ So Eyecatches und dann klickst du erst drauf. Und meistens so, dass das ganz am Ende/ Damit du alles mal durchklickst. Damit du, keine Ahnung was? Kim Kardashian/ #00:17:36-9#
- T245 GR1-B3: Da bin ich ja schon längst weiter. (Gelächter) #00:17:39-1#
- T246 GR1-B2: Ja, meistens. #00:17:41-2#
- T247 GR1-I: Läuft das dann auch jetzt bei der Instagram-Seite vom Standard so? Oder wie läuft es da? Du hattest das gesagt? #00:17:50-2#
- T248 GR1-B4: Ja, ja. Da ist Anfang immer dieser Überblick. Da sieht man dann halt immer, ich glaube, ein paar Schlagzeilen, (unv.) ganz wichtig sind. #00:17:55-6#
- T249 GR1-B3: Und dann kommst du weiter. #00:17:56-6#
- T250 GR1-B4: Genau. Und dann kommen, glaube ich, die einzelnen Stories. Dann wischt du halt hoch und bist dann halt auf der Standard-Webseite. #00:18:00-5#
- T251 GR1-I: Das ist dann so eine Weiterleitung? #00:18:02-0#
- T252 GR1-B4: Genau, ja. Aber das ist meistens. #00:18:04-0#

T253 GR1-B3: Das ist bei allen Seiten so. Also in diese Richtung, dass du dann hochwischen musst, und du weitergeleitet wirst auf die eigene Seite. #00:18:12-8#

T254 GR1-I: Gibt es das im Sport auch so? Wie bei Instagram? Also ist dann, ich weiß nicht? Kicker oder? #00:18:18-8#

T255 GR1-B: Es gibt ja schon eine Seite, die heißt Fußball- (unv.) und die berichtet täglich über Informationen, Transfers und so. #00:18:25-9#

T256 GR1-I: Und da ist das dann auch so, dass die Artikel verlinkt sind und dann wirst du weitergeleitet quasi? #00:18:32-4#

T257 GR1-B: Nein, das nicht. #00:18:35-8#

T258 GR1-I: Passt. Carina, du hast so den Kopf geschüttelt, weil es so Instagram-mäßig war. #00:18:41-5#

T259 GR1-B3: Ja, weil ich das nicht so gutheiße, diese Social Media. Also ich bin zwar selbst auf Instagram, Snapchat und so. Facebook habe ich nicht, weil das hasse ich, das verabscheue ich komplett. Und diese Mediensachen, ich kann daraus keine Informationen richtig ernstnehmen, muss ich gestehen. Also da schaue ich lieber wirklich/ Also was Standard angeht, das schon, weil da wirst du ja dann auch weitergeleitet. Aber diese anderen Dinge, die sind so sehr grenzwertig, was Ehrlichkeit angeht, denke ich mir. Und da informiere ich mich dann lieber gleich direkt im Internet über dieses Thema, was ich wissen will. Und da habe ich dann irgendwie mehr Vertrauen, als da von irgendwem so ein Post, „Okay, das ist jetzt so und so.“ #00:19:25-6#

T260 GR1-I: Also es ist Authentizität oder Glaubwürdigkeit sowieso ein grundsätzliches Thema, was Internet angeht? Oder wie geht ihr überhaupt damit um? Also wann ist für euch ein Artikel wirklich glaubwürdig? Das würde mich interessieren. #00:19:39-8#

T261 GR1-B4: Naja, wenn es sachlich geschrieben ist. Bei manchen Berichten geht es ja auch schon stark wertend in eine Richtung. Und da denke ich mir dann immer, „Okay, das sehe ich jetzt nicht so“, und dann klicke ich meistens weg. Oder wenn es, finde ich, sehr wenig Information ist, sondern mehr so eine Story. Also, wie sage ich das jetzt am besten? Oft ist es dann sehr emotional aufgebaut und wenig sachlich. Und dann denke ich mir, das ist nicht ganz glaubwürdig. #00:20:05-4#

T262 GR1-I: Also wenn die Story aufgebaut wird, dann verliert es irgendwie an Glaubhaftigkeit? #00:20:08-6#

T263 GR1-B4: Ja. Also wenn es halt so extrem um das geht. #00:20:11-5#

T264 GR1-B5: Auch wenn so was wie eine Quellenangabe fehlt und alles, dann verliert es auch seine Glaubwürdigkeit, finde ich. #00:20:16-6#

T265 GR1-B3: Ja, das stimmt. #00:20:17-5#

T266 GR1-B5: Aber das schaut man auch nicht unbedingt immer nach. #00:20:19-9#

T267 GR1-I: Ich wollte gerade sagen, recherchierst du dann noch mal im nächsten Punkt die Quelle nach, oder? #00:20:24-0#

T268 GR1-B5: Das kommt dann drauf an, wie sehr es mich interessiert. Das sieht man dann. Wenn nicht, dann lasse ich es dabei und vielleicht (unv.) #00:20:28-9#

T269 GR1-B3: Aber bei den guten Sachen, da steht es auch gleich direkt drunter, die Quelle, muss man auch dazu sagen. #00:20:34-5#

T270 GR1-B5: Überhaupt bei wissenschaftlichen Artikeln ist es öfters dann der Fall, dass man gleich auch schon mal den Autor oder die Quelle die hat. #00:20:43-0#

T271 GR1-I: Wäre meine Frage gewesen, ja. Also wenn der Autor mit einem Bild oder so vertreten ist, sorgt das für Glaubwürdigkeit? #00:20:48-2#

T272 GR1-B2: Ich glaube schon. #00:20:48-8#

T273 GR1-I: Gibt es irgendwie Sachen, die ihr irgendwie noch vermisst? Also Themen, die ihr in eurem täglichen Informationsfluss irgendwie nicht zur Geltung kommen? Wo ihr irgendwie noch mal extra gucken müsst? Oder wie kommen die Informationen überhaupt eigentlich zu euch? Sucht ihr danach oder werdet ihr quasi damit überschwemmt, bei Instagram, oder wie läuft das bei euch? Ist es eher eine Suche oder eher ein/ #00:21:20-6#

T274 GR1-B3: Man wird damit überschwemmt. #00:21:22-2#

T275 GR1-B2: Ja. Eher schon. #00:21:23-1#

T276 GR1-B5: Ja, das würde ich auch sagen. #00:21:23-7#

T277 GR1-I: Also überschwemmt negativ, oder? #00:21:26-7#

T278 GR1-B3: Meistens. #00:21:28-3#

T279 GR1-B5: Naja, es ist einfach vieles Unnötige dabei, was da mitkommt an Informationen. #00:21:34-3#

T280 GR1-B: Ja, so zehn Unnötiges und (unv.) #00:21:35-7#

T281 GR1-I: Also sehr viel/ #00:21:47-5#

T282 GR1-B5: So was wie ein Filter wäre ganz hilfreich. Wenn man den hätte. #00:21:50-6#

T283 GR1-I: Irgendein Nötigkeits- oder Unnötigkeitsfilter? (Gelächter) #00:21:54-2#

T284 GR1-B: Ich glaube, das gibt es auch jetzt bei Instagram. #00:21:55-8#

T285 GR1-I: Dann würde ich jetzt mal zum nächsten Thema kommen. (unv.) Genau. Wir haben euch mal trotzdem, auch wenn es nicht ganz so euer Ding ist, aber ein paar Tageszeitungen mitgebracht, also verschiedene. #00:22:16-1#

T286 GR1-I1: Ihr könnt aussuchen. #00:22:17-7#

T287 GR1-I: Genau. Würde ich euch mal bitten, einfach ein bisschen drin rumzublättern und zu schauen. Genau, einfach erst mal ein bisschen schauen und danach reden wir ein bisschen drüber. Also nehmt euch jetzt erst mal kurz ein bisschen, ein paar Minuten Zeit. (15) #00:22:45-8#

T288 GR1-B5: Durchblättern oder auch wirklich was lesen? #00:22:47-1#

T289 GR1-I: Nein, ihr könnt gern/ Wenn du irgendwas lesen möchtest, dann nimm dir die Zeit. #00:22:51-6#

T290 GR1-I1: Wenn es irgendwelche interessanten Artikel drinnen gibt, dann lest euch das einfach durch. #00:22:57-2# bis

T291 GR1-B3: Über das Thema Karfreitag will ich nichts mehr lesen. Das ist einfach nur unnötig. (217) #00:26:43-8#

T292 GR1-I1: Ihr könnt auch Zeitung wechseln natürlich. Wenn jemand beide irgendwie durchschauen möchte. Einmal reicht. (lacht) (18) #00:27:11-3#

T293 GR1-I: Was ist dir gerade aufgefallen? #00:27:12-7#

T294 GR1-B: Was jetzt gerade teurer geworden sind. #00:27:16-0#

T295 GR1-I: Teurer geworden sind? Und weißt du, was sie vorher gekostet hat? #00:27:17-1#

T296 GR1-B: 2,20? Irgendwas in der Art. (15) #00:27:37-3#

T297 GR1-I: Gut. Alle soweit einen Eindruck gewonnen? Ja, dann würde mich einfach mal kurz interessieren, ihr habt ja jetzt bestimmt irgendwas auch ein bisschen intensiver gelesen. Was war so ein Artikel oder ein Bericht, der euch irgendwie hängengeblieben ist, weil der euch gecatcht hat? #00:27:53-4# Oder worum ging es? #00:27:54-8#

T298 GR1-B3: Das mit der Sommerzeit wieder, dass sie das jedes Jahr aufs Neue aufgreifen, das ist einfach nur noch lächerlich. Also sie sollten es jetzt endgültig mal umstellen oder jetzt einfach das Thema lassen. Es ist jedes Jahr das Gleiche. Also jedes Jahr zweimal im Jahr, weil ja zweimal im Jahr die Umstellung ist und jedes Mal, in der Zeitung steht es, da hörst du irgendwas drüber. #00:28:17-2#

T299 GR1-I: War es ein größerer Bericht jetzt gerade darüber, oder? #00:28:19-4#

T300 GR1-B3: Mittelgroß, so eine halbe Seite. Ob sie jetzt endgültig bis 2021 nur Sommerzeit haben wollen? Darüber reden sie ja schon länger. #00:28:30-9#

T301 GR1-I: Okay, also Sommerzeit hängengeblieben. Ja? Weiter? #00:28:36-9#

T302 GR1-B2: Ich habe da einen Artikel über das Studentenessen gelesen, dass das Fleisch aus dem Ausland eher kommt. Da hat Vier Pfoten getestet. War eher ein kürzerer Artikel. #00:28:48-8#

T303 GR1-I: Ich habe gesehen, ihr habt Sport gelesen? Oder du hast Sport gelesen auf jeden Fall? #00:28:54-2#

T304 GR1-B: Also ich habe halt gelesen, es gab Interviews mit den Spielern, die heute spielen werden. Ihre Meinung zum Spiel. #00:29:00-4#

T305 GR1-B1: Dieser Ethik-Unterricht in der Schule. Also wenn man sich vom Islam zum Beispiel abmeldet, man wird trotzdem Unterricht haben. #00:29:18-3#

T306 GR1-B5: Also Ethik-Unterricht? #00:29:19-5#

T307 GR1-B1: Ja. Es wird also nicht eine Freistunde sein. #00:29:22-6#

T308 GR1-I: Okay, das heißt das ist neu, dass es eingeführt wird, oder? #00:29:26-6#

T309 GR1-B1: Ja. #00:29:27-2#

T310 GR1-B5: Ich habe was Schlimmes gelesen, wie ein Tiersitter anscheinend den Hund seiner Freundin gewürgt und, keine Ahnung, wie auch immer // #00:29:43-3#

T311 GR1-B2: Habe ich in der App bekommen. #00:29:45-5#

T312 GR1-B5: // misshandelt hat da. Schlimm. Und das in Wien. #00:29:50-4#

T313 GR1-I: Ich höre da einen sarkastischen Unterton gerade so ein bisschen. Also es hört sich an, als würdest du/ #00:29:57-5#

T314 GR1-B5: (unv.) Nähe ist, bei uns. #00:29:58-8#

T315 GR1-I: Okay. Das hörte sich gerade so ein bisschen an, dass du denkst so, was für ein Artikel. Nein, okay, alles klar. Nein, das müssen wir nur klarstellen. Also es ist wirklich schlimm. Was hast du gelesen? #00:30:15-4#

T316 GR1-B4: Ich habe nur ganz kurz/ Da war so ein Leserbrief zum Brexit, das habe ich nur kurz so überflogen, das war eine ganze Seite. Aber ich habe nur das ganz kurz überflogen, dass es da halt jetzt wieder Verhandlungen gibt. Aber ja, ich vertraue dem jetzt hier nicht so, deswegen/ Auch Leserbriefen nicht. #00:30:29-2#

T317 GR1-B3: In einem kleineren Artikel ist auch gestanden, dass die bis Ende März jetzt wirklich austreten. Also keine Ahnung, inwiefern das jetzt stimmt. #00:30:39-1#

T318 GR1-I: Wo liegt da jetzt gerade das Problem? Also warum vertraut ihr der Quelle nicht? #00:30:44-4#

T319 GR1-B4: Allein, wenn ich die Zeitung aufmache, es geht nur um irgendwas Emotionales, wie das mit dem Hund. Das ist da auch drinnen. Das ist halt emotional, das ist jetzt nicht/ #00:30:52-9#

T320 GR1-B3: Gleich da, das Titelbild. #00:30:54-8#

T321 GR1-B4: Ja, es spielt halt immer auf irgendwas Emotionales an. Auch da hinten ging es irgendwo um Vergewaltigung oder so. Oder IS-Krieger in Wien. Keine Ahnung, das ist halt alles sehr emotional und nicht sehr

sachlich, finde ich. Deswegen kann ich das nicht so ernstnehmen. #00:31:08-5#

T322 GR1-I: Sonst noch irgendwelche Artikel, die euch im Kopf geblieben sind? #00:31:16-6#

T323 GR1-B3: Das Karfreitag-Thema, was man jetzt auch immer wieder hört und liest. Und was unnötig ist. Aber ja. #00:31:27-4#

T324 GR1-I: Du meinst gerade, es war schon sehr emotional. Wie ist den anderen das so vorgekommen? Wie das beschrieben war? Wie waren die Artikel so inhaltlich? #00:31:38-4#

T325 GR1-B2: Es stand nicht mal dabei, was für Unis da zum Beispiel/ Also nur dass es 33 Hochschulen waren. Aber da hätte ich gern genauere Informationen gehabt. Also wo haben sie herausgefunden, dass das Fleisch, weiß ich nicht, von schlechter Qualität halt oder/ Ja. #00:32:01-3#

T326 GR1-I1: Es war dir zu seicht quasi? #00:32:02-7#

T327 GR1-B2: Ja, genau. #00:32:03-2#

T328 GR1-I1: Du hättest gerne mehr Infos? Mhm (bejahend). #00:32:06-4#

T329 GR1-B5: Ich hätte auch gern ein bisschen was Positiveres. Ich meine, meistens wenn es emotional ist, ist es ja eher im negativen Bereich. #00:32:12-7#

T330 GR1-B3: Wird dir alles an den Kopf geworfen. Alles, was schlecht ist. #00:32:17-0#

T331 GR1-B5: Wenn ich schon so eine Zeitung lesen würde, dann in der Früh auf dem Weg zur Arbeit. Und da will ich schon mal nicht mit Negativem dauernd bombardiert werden. #00:32:24-0#

T332 GR1-I: Ein bisschen Good News? Sonst noch etwas? Wie war der Sportteil? Wie fandest du den? Informativ, oder? #00:32:38-8#

T333 GR1-B: Naja, da wird halt beschrieben, wie wichtig die (unv.) Für die Mannschaften. Es strebt irgendwie so nach Spannung. Irgendwie so in der Art. Es hat so geschrieben, „Es ist sehr wichtig heute. Sie müssen unbedingt“, wenn das, das, das passiert und so weiter. Das ist irgendwie so geschrieben. #00:33:03-7#

T334 GR1-I: Fehlten dir Informationen? Hättest du dir irgendwie noch mehr gewünscht? #00:33:09-7#

T335 GR1-B: Schon, ja. #00:33:10-4#

T336 GR1-I: Gibt es irgendwie einen Artikel, der euch beim Durchblättern aufgefallen ist, wo ihr gesagt habt, boah, das ist so ein Bullshit, so ungefähr, das interessiert mich jetzt gar nicht. Warum steht so was in der Zeitung? #00:33:26-6#

T337 GR1-B3: Das, was da über die Stars steht, was die Stars und Sternchen alles machen und haben, interessiert mich überhaupt nicht. #00:33:34-1#

T338 GR1-B2: Lugner am Opernball und so was. #00:33:36-3#

T339 GR1-B3: Ja, genau. (Gelächter) #00:33:37-2#

T340 GR1-B2: Das ist einfach, ja. Drüber geblättert und/ #00:33:43-0#

T341 GR1-I: Habt ihr da nur die Headline gelesen oder seid ihr überhaupt kurz ein bisschen eingestiegen? #00:33:46-3#

T342 GR1-B2: Man schaut dann vielleicht auf das Foto, weil das halt (unv.) ist, und (unv., mehrere gleichzeitig.) Aber, keinen Text durchlesen. #00:33:53-3#

T343 GR1-B: (unv.) Artikeln, die den Leser anziehen. Zum Beispiel hier steht, „Rätsel um Tod von Conchita. Seite 32.“ Und dann blättere ich dorthin und ich denke mir, „Jetzt ist sie gestorben oder irgendwie so in der Art.“ Aber das stimmt dann gar nicht. Damit ist was anderes gemeint. #00:34:05-6#

T344 GR1-B3: Die Österreich-Zeitung ist noch mal um einen Ticken schlimmer, als die Kronenzeitung. #00:34:11-2#

T345 GR1-I: Durch was? #00:34:14-0#

T346 GR1-B3: Die hat einfach außer irgendwelchen News, die sie irgendwie noch verschlimmern, nicht wirklich was Gescheites drinnen. Da ist die Kronenzeitung doch noch ein bisschen anders. #00:34:28-4#

T347 GR1-I: Also die Informationen sind irgendwie besser aufgearbeitet? Sachlicher, oder was? #00:34:35-1#

T348 GR1-B3: Nein, die sind einfach noch viel emotionaler eigentlich dargestellt. So dass du dich drüber aufregst, wenn du das liest. #00:34:42-3#

T349 GR1-I: Also die Österreich ist einfach emotionaler und die Krone ist sachlicher? #00:34:46-7#

T350 GR1-B3: Ein bisschen. Im Vergleich finde ich es noch mal einen Unterschied, ja. #00:34:50-8#

T351 GR1-I1: Wodurch wird Österreich emotionaler? Kannst du das irgendwie beschreiben? #00:34:57-2#

T352 GR1-B3: Ich weiß nicht, mir kommt vor, dass sie noch mehr Fotos haben. So größere. Und wenn ich jetzt so schaue, haben sie auch noch die Schlagzeilen, also jeweils auf den Seiten noch mal größer dargestellt. Und dann halt einfach wie sie Artikel schreiben, sind dann noch mal wirklich nur so/ Da hörst du irgendwas Schlimmes, was da passiert ist und dort, und du hörst dann nur Details über das und kannst dich eigentlich nur drüber aufregen und dir an den Kopf greifen. #00:35:27-7#

T353 GR1-B5: Sie umschminken ja auch die Sätze eher. Habe ich das Gefühl. #00:35:33-0#

T354 GR1-I: Noch mal, bitte? Was? #00:35:34-3#

T355 GR1-B5: Sie umschmücken die Sätze. Mit vielen Adjektiven, damit das/ #00:35:38-0#

T356 GR1-B: Noch krasser klingt. #00:35:39-6#

T357 GR1-B5: Ja, genau. #00:35:40-1#

T358 GR1-I1: Sind das eher positive oder negative Adjektive? Oder wie empfindet ihr das? #00:35:45-8#

T359 GR1-B4: Übertriebene Adjektive. #00:35:47-0#

T360 GR1-B2: Ja. #00:35:47-4#

T361 GR1-B4: Also das zielt darauf ab, dass man halt eben Emotion entwickelt zu einem Thema. Finde ich persönlich. Also die wollen definitiv, dass du irgendeine Emotion bei diesem Artikel fühlst. Oder hast. Das ist schon sehr beeinflussend. #00:36:00-6#

T362 GR1-B5: Das ist schon so aufzwingend, finde ich. Das ist nicht, dass du dir die eigene Meinung bildest, sondern sie geben dir die Meinung und du kennst nur die und dadurch kannst du auch nur die bilden. So irgendwie. #00:36:10-8#

T363 GR1-I: Okay. Gibt es Zeitungen, die das besser machen? #00:36:18-2#

T364 GR1-B3: Salzburger Nachrichten. Also ich bin jetzt auch nicht so überzeugt von Standard und Presse. Das ist auch wieder so ein bisschen so sehr parteiisch angehaucht, kommt mir manchmal vor. Dass du die was so in eine Richtung stellen. Das ist bei Salzburger Nachrichten manchmal auch so, aber es ist noch irgendwie besser. Also ich vertraue keiner Zeitung so wirklich zu hundert Prozent muss ich sagen. Von den Infos so über weltweite Themen, ja. Aber der Rest ist dann auch wieder so/ Wird von jeder Zeitung irgendwie anders dargestellt. Und anders verfasst. #00:36:57-0#

T365 GR1-B5: Aber ich glaube, es gibt ja auch solche unabhängigen Zeitungen? Die von Spenden oder halt irgendwie organisiert werden? Dem würde ich eher vertrauen. #00:37:04-9#

T366 GR1-B3: Ja. #00:37:06-1#

T367 GR1-B5: Aber ich kenne die jetzt nur aus dem Internet, ich weiß nie eine. #00:37:09-5#

T368 GR1-I: Ich wollte gerade fragen. Aber kennst du eine beim Namen? #00:37:12-5#

T369 GR1-B4: Ich glaube, der Falter ist doch unabhängiger? Also ich meine, lese ich nicht so oft, leider. Weil ich nicht so oft zum Kiosk komme, aber wenn ich ihn lese, finde ich schon, dass es sehr neutral geschrieben ist und sehr, wie sagt man? Die Situation beleuchtet mehr oder weniger. Weil ich meine, es ist halt schon so, jede Zeitung hat halt schon ihre Meinung, die sie halt versucht mehr oder weniger schon dem Leser zu zeigen. Es ist halt bei manchen/ #00:37:34-6#

T370 GR1-B3: Auch irgendwie einzureden, finde ich. Also dass sie sagen so, „Ja, die Zeitung ist jetzt mehr für diese Seite, und dann schreiben wir auch in diese Richtung und machen die andere Seite schlecht.“, oder irgend so was. #00:37:49-6#

T371 GR1-I: Da würde ich vielleicht gern noch drauf eingehen. Aber wenn wir jetzt schon bei diesem Thema

Seite sind, würde ich euch bitten, also ihr kriegt jetzt einmal einen Zettel. (5) Stifte, die hoffentlich funktionieren. (4) Kannst du das irgendwie weiter durchreichen? Das wäre super. (unv.) Genau, ein Blatt Papier brauchen wir noch. Jeder mal testen, ob sein Stift funktioniert? Könnt ihr kurz oben drüber schreiben, welche Zeitung ihr gehabt habt? #00:38:31-0#

T372 GR1-B: Wie? Noch mal? #00:38:34-6#

T373 GR1-I: Welche Zeitung ihr gerade vor euch liegen hattet? Genau, damit wir das zuordnen können. Super. Ich würde euch nämlich jetzt bitten, euch vorzustellen, wie der klassische Leser der Zeitung aussieht? Oder wie der ist? Ich gebe euch noch ein paar Infos oder Input gleich. Aber einfach von der, die ihr gerade vorliegen hattet, ja? Da würde mich jetzt zuerst mal interessieren, welches Geschlecht hat der klassische Österreicher/ Was hattet ihr noch? Kronen Zeitung, genau. Könnt ihr das sagen? Muss ja auch nicht festgelegt sein, vielleicht kann er ja auch beide Geschlechter haben. Aber einfach mal, sich versuchen reinzusetzen, wie könnte diese Person aussehen? Der klassische Krone-Leser, die klassische/ #00:39:18-4#

T374 GR1-B5: Beschreiben, wie er aussieht oder? #00:39:23-4#

T375 GR1-I: Erst mal nur Geschlecht. Geschlecht ist quasi das erste Merkmal. Wie alt ist die Person? Was sind so die Interessen dieser Person? Was macht die gern in ihrer Freizeit? Worüber redet sie mit Freunden? Hat sie überhaupt Freunde? (78) Welche Medien nutzt sie noch? Außer Krone und Österreich? Oder liest sie diese beiden eher Online oder als Print? Welche Medien nutzt sie noch? Wo kriegt sie sonst ihre Informationen her? (34) Und was macht diese Person aus? Was sind so ihre Charaktereigenschaften, die markantesten? (14) #00:42:19-2#

T376 GR1-B3: Was war das Letzte jetzt? #00:42:20-2#

T377 GR1-I: Charaktereigenschaften. Ja, Auftreten, Wirken? (26) Was für Kleidung trägt diese Person? Könnt ihr auch gleich, zum Beispiel, mit den Marken, die sie vielleicht gerne mag, verbinden. Muss jetzt nicht nur auf Kleidung wie Marken beschränkt sein, es können alle Marken sein. So ein bisschen übergreifen, also welche Kleidung trägt sie? Wie sieht sie aus? Welche Marken trägt sie? Welche Marken mag sie sonst noch? (42) Okay, dann das Letzte. Ist diese Person eher ein Autofahrer oder nutzt die eher die Öffis? Und wenn sie Autofahrer ist, was wäre so ihre Automarke? (unv.) Und welche Öffis natürlich, ist dann auch interessant. (44) Okay. Das war jetzt der letzte Punkt. (14) Wenn hier jetzt einfach eine Person kurz zusammenfassen würde? Philipp, magst du anfangen? #00:45:26-1#

T378 GR1-B5: Männlich. Und eher Jugendlicher, also von elf bis 17, oder ganz Ältere. Also bei der Österreich-Zeitung.

Und eher so über Klatsch und Tratsch. Vielleicht eher oberflächlicheres Gerede. Und eben Sport- und Promi-News, so was. Und vor allem Freunde aus der Umgebung. Und von den Zeitungen Österreich und Heute eher als Print-Medien und Standard und Presse, so was, eher im Online-Bereich. Und eher nichts zum Tun. Und ich verbinde es eher mit negativen Charaktereigenschaften. Und ja, typische Jogginganzüge. Und als Marke ist mir jetzt nur Adidas eingefallen. Unter die Öffi-Fahrer, vor allem so U-Bahn und S-Bahn-Fahrer. Und wenn sie ein Auto fahren, dann ich stelle ich mir so einen typischen BMW-Fahrer vor. Ich verbinde es nun mal sehr negativ, muss ich gestehen dabei. #00:46:41-4#

T379 GR1-I: Können wir weitermachen? Ja? #00:46:42-9#

T380 GR1-B4: Ich hatte die Kronen Zeitung. Geschlecht habe ich mich jetzt nicht entscheiden können, weil ich glaube, das ist auch nicht wirklich geschlechterspezifisch. Alter habe ich 40 Plus angegeben. Weiß ich jetzt nicht, ob das wirklich stimmt. #00:46:56-6#

T381 GR1-I: Es gibt kein richtig oder falsch. #00:46:57-9#

T382 GR1-B4: Es ist nur meine Einschätzung, ich weiß es nicht. Interessen habe ich jetzt Grillen und Filmen in der Donau. (lacht) Ich weiß nicht, einen Kronenzeitungleser stelle ich mir so vor, im Sommer mit der Kronenzeitung bei der Donau sitzen. Das ist halt irgendwie so meine Assoziation gewesen. Medien, also eher Print, aber die würden das jetzt eher nicht kaufen, das liegt halt in der U-Bahn und da liest man das halt gerade so, weil es sich halt ergibt. Dann halt auch viel TV. Also so ORF1, oder so was, denke ich schon. Oder ATV. Keine Ahnung, so was in der Art. Eigenschaften. Ich persönlich finde, so Kronenzeitung und so, die das lesen, sind halt schon eher so Leute, die sich gern aufregen. Oder halt so ein bisschen grantige Leute, die auch ein bisschen pessimistisch sind. Aber auch stolz. Also ich verbinde das ein bisschen so, das klingt jetzt vielleicht ein bisschen schlimm, aber so Nationalstolz, verbinde ich schon auch damit ein bisschen. Also dass man halt auf Österreich ist, so was in der Art. Das sind für mich auch Gewohnheitsmenschen. Also die jetzt nicht gern aus ihrer Box rausdenken, sondern gern halt irgendwie in ihrer Box sind. Und eifersüchtige Menschen, weil die da halt immer die Promi-Sachen lesen und sich dann eigentlich nur drüber aufregen, dass sie das nicht haben. So stelle ich sie mir halt vor. Und Kleidung. Also ich finde, das kann man nicht genau einschätzen, weil es gibt die Leute, die die Kronenzeitung lesen, die tragen Primark und es gibt Leute, die die Kronenzeitung, die tragen aber, keine Ahnung, Esprit, s.Oliver, weiß ich nicht. Also kleidungsmäßig habe ich es jetzt einschätzen können. Und ich würde eher sagen, das sind Autofahrer, weil denen die Umwelt egal ist. (lacht)

Deshalb habe ich gesagt, Autofahrer, die halt, keine Ahnung, VW oder so fahren. Oder Opel. #00:48:41-9#

T383 GR1-I: Danke. #00:48:43-8#

T384 GR1-B3: Also ich habe mich da eher männlich festgelegt. 35 Plus. Nicht gut gebildet. Eventuell sogar arbeitslos. (lachend) Und irgendwie wirkt halt schon eher freundlich, aber irgendwie auch ziellos oder auch eingebildet. Und halt auch so einen Stolz, so einen gewissen. Dass er was irgendwie präsentieren muss, angeben muss. Und von den Hobbys her, eher so einfach Freunde treffen. In der Donau schwimmen gehen. (lachend) Oder ich weiß nicht, so ein bisschen mehr oder weniger hobbylos, keine Ahnung. Und von der Zeitung her, ja, halt die Kronenzeitung und die Österreich. Dann vom TV her so RTL2, Sat1 (lachend). Und von der Kleidung, eher so ein Chiller-Look, also so Jogginghose von Nike, Adidas oder so. Und nützt hauptsächlich die Öffis, halt U-Bahn, S-Bahn. Und hat aber ein Auto von, ich weiß nicht, VW, BMW, Ford. In der Richtung. #00:49:53-0#

T385 GR1-I: Super. Danke. #00:49:55-1#

T386 GR1-B2: Also ich hatte auch die Kronenzeitung. Am Anfang habe ich mich jetzt nicht entscheiden können, ob männlich oder weiblich. Aber eigentlich eher männlich. Und ich weiß nicht, ich stelle ich mir da irgendwie immer eine ältere Person vor. Also eher so 60 Plus, die in Pension ist und viel zu Hause herumsitzt, nichts mehr wirklich zu tun hat. Deswegen auch viel Zeit vor dem Fernseher verbringt. Ja, mit Nachbarn eher so über Klatsch und Tratsch redet. (lachend) Was es eben so Neues gibt in der Welt. Die Zeitung im Print-Format liest. Eben andere Informationen dann eher aus TV sich holt, auch eher so RTL-mäßig. ORF vielleicht. Von der Kleidung her, eher nichts Besonderes. Ich hätte jetzt gesagt keine Markenkleidung. Schlicht. Und eher Autofahrer, also meine ersten zwei waren auch VW, Opel. Und dann Mercedes, weil das auch sehr viele Ältere damit fahren. (lachend) #00:50:57-5#

T387 GR1-I: Super. Danke. #00:50:57-9#

T388 GR1-B1: Ich habe die Österreich-Zeitung. Da eher ältere Person. Und weibliche, glaube ich. Und die verfolgen die Technik nicht so, also Print-Medien und Radio. Und sie sprechen halt sehr viel. Und die Kleidung? Sie verfolgen auch keinen Trend. Bei den Öffis, U-Bahn und (unv.) oft im Weg. #00:51:26-2#

T389 GR1-I: Okay. Danke. Ja? #00:51:27-9#

T390 GR1-B: Also ich habe jetzt eine Person ausgewählt, die ist männlich, um die 45. Und redet gerne mit ihren Freunden über Politik oder Sport. Hat eher weniger, aber dafür feste Freunde. Verwendet Print-Medien, TV, ORF, et cetera. Charakteristika, streng und geht kritisch mit den Medien um. Kleidung, Hemd in der Hose. Keine

Markenkleidung. Und Verkehr, Auto, so einen alten VW oder Opel. #00:51:59-8#

T391 GR1-I: Okay, super. Ja. Dankeschön. Haben wir ein gutes Bild bekommen. Dann würde ich jetzt quasi noch mal ein bisschen tiefer auf Zeitungsartikel oder Nachrichten-Artikel eingehen. Ihr habt ja gesagt, ihr nutzt ja auch manchmal Standard, die App, et cetera. Da gibt es ja auch die Möglichkeit, Video-Angebote zu nutzen, also dass der Artikel quasi in Video-Form aufbereitet wird. Kennt ihr das? Ihr nickt ein bisschen. Habt ihr schon mal gesehen? #00:52:35-0#

T392 GR1-B2: Ja. Also wo jetzt genau? #00:52:38-1#

T393 GR1-I: Beim Standard zum Beispiel. Auf der Internetseite, das ist unter dem/ Oder vielleicht ist es auch ein eigener Artikel, aber dass es halt ein Video quasi zu einem Artikel gibt. Bei dir, Philipp, nicht so, oder? #00:52:50-4#

T394 GR1-B2: Mhm (bejahend). #00:52:50-9#

T395 GR1-I: Aber wäre es interessant für dich? Oder für euch, die es jetzt nicht kennen. Wäre das interessant, einen/ #00:52:58-1#

T396 GR1-B5: Solange es nicht zu lange dauert. Also wenn er nicht zu langsam und abschweifend redet, ja. Ich hätte es auch gern schnell, die Information jetzt. Nicht dass es unbedingt ein Fünfminuten-Video zu einer halben Seite/ #00:53:11-1#

T397 GR1-I: Was wäre da die Länge, die für dich akzeptabel wäre? #00:53:13-7#

T398 GR1-B5: Ja, so zwei Minuten. Dann geht es schon. #00:53:17-6#

T399 GR1-B2: Ich finde es halt ein bisschen schwierig, weil ich oft, wenn ich Nachrichten schaue, unterwegs schaue. Und wenn ich dann jetzt nicht extra meine Kopfhörer rauspacken will, kann ich ein Video jetzt schlecht anschauen. #00:53:32-0#

T400 GR1-I: Und wenn es einen Erklärungstext gibt oder einen Untertitel oder so was? #00:53:35-5#

T401 GR1-B2: Ja, dann würde ich es mir auch ohne Ton anschauen, ja. #00:53:37-7#

T402 GR1-I: Okay, also es ist schon interessant, Video? Wäre es für euch interessant? #00:53:41-1#

T403 GR1-B1: Es ist besser als einen langen Text zu lesen. #00:53:42-7#

T404 GR1-I: Also lieber kurz, kompakt. #00:53:45-4#

T405 GR1-I1: Was ist für euch so die Länge vom Video, wo du sagst, okay, du würdest es noch schauen? #00:53:53-2#

T406 GR1-B1: Zwei bis fünf Minuten. #00:53:54-4#

T407 GR1-I: Also je nach Thema oder je nach Umfang (unv.)? #00:54:00-1#

T408 GR1-B1: Die Video-Länge. #00:54:01-5#

T409 GR1-I: Gibt es irgendwie Themen, wo das Video länger sein darf? Oder gibt es Themen, die einfach besser im Video abgegriffen werden können zum Beispiel, als in Textform? #00:54:12-6#

T410 GR1-B1: Ich glaube, es ist immer zwei bis fünf. #00:54:15-1#

T411 GR1-I: Ja, aber oft allgemein, meine ich jetzt gerade. Gibt es zum Beispiel Themen, die besser für ein Video geeignet sind, als andere Themen? #00:54:22-2#

T412 GR1-B1: Vielleicht politisch jetzt? #00:54:23-5#

T413 GR1-B: Das kommt drauf an, wie jemand interessiert ist. #00:54:25-8#

T414 GR1-I: Was glauben die anderen? Oder gibt es da auch eine Meinung? #00:54:31-2#

T415 GR1-B5: Ja, wenn es um so was wie politische Aufklärung geht, dann kann ein bildliches Format auch sehr hilfreich sein. #00:54:37-9#

T416 GR1-B3: Dann kann es auch länger dauern, das Video. Aber so grundsätzlich, würde ich sagen, so zwei bis drei Minuten und dann ist es mir zu viel, oder will ich nicht mehr. Also wenn es jetzt nur über irgendein Thema ist, was mich jetzt nicht speziell weiter interessiert, dann sollte das Video nicht länger dauern. #00:54:57-6#

T417 GR1-I1: Was würdest du sagen inhaltsmäßig, was dich interessieren würde? Würdest du zum Beispiel eine Parlamentsdiskussion jetzt anschauen, unterwegs? Oder so was? Also wie müsste das/ #00:55:12-4#

T418 GR1-B3: Nein, es müsste irgendwie so auf Fakten ausgerichtet sein. Wenn es jetzt um eine Parlamentsdiskussion geht, dann müsste es, die stärksten, was halt was gesagt haben, einfach diese brisantesten Themen rausgeholt werden und zusammengefasst in ein kürzeres Video und fertig. Also ich würde mir keine ganze anschauen. Das ist mir zu anstrengend. (lachend) #00:55:36-5#

T419 GR1-I: Wenn ihr jetzt zum Beispiel bei YouTube oder so ein Video anschaut über irgendwelche Themen, die euch interessieren, wie lang sind diese Videos denn dann? #00:55:44-8#

T420 GR1-B4: Zehn, 15 Minuten. #00:55:46-0#

T421 GR1-I: Okay. #00:55:46-8#

T422 GR1-B3: Ja, zehn, 15 Minuten, aber länger finde ich dann auch wieder nicht so toll. #00:55:53-3#

T423 GR1-I: Ist das dann auch wieder zu einem Thema? Oder wie sehen die Videos dann aus inhaltlich? Zum Beispiel, ihr habt gesagt, der Zeitungsartikel darf zwei bis drei Minuten dauern, oder bis fünf Minuten, das YouTube-Video kann auch 15 sein? #00:56:08-0#

T424 GR1-B3: Ja, weil du dich da ja speziell drum kümmerst, dir dieses Video anzuschauen. Also wenn du jetzt

wirklich ganz wissen willst, über, ich weiß nicht? Über das Thema Essen, gesunde Ernährung, was auch immer, dann kann es auch länger dauern, finde ich. Weil dann schaut du genau/ Du willst dir das jetzt anschauen. Dann ist das so komplett gewollt. Das andere ist nicht unbedingt gewollt, sondern es wird dir vorgeschlagen, dass du dir das anschauen kannst und dann machst du es. #00:56:37-8#

T425 GR1-I: Das ist dann wieder dieses Information-kommt-zu-mir und gezielt nach Information suchen? #00:56:41-9#

T426 GR1-B3: Ja, genau. Und da sehe ich halt den Unterschied zwischen der Länge, der Dauer der Videos. #00:56:47-0#

T427 GR1-I: Okay. #00:56:47-6#

T428 GR1-B4: Also wenn ich ein YouTube-Video schaue, ist es keine Frage in dem Sinn, sondern ein größeres Thema. Wo es auch mehr Infos gibt, weil beim Zeitungsartikel, wie viel Infos kann es da geben? Also ich kann mir nicht vorstellen, dass ein Zeitungsartikel jetzt 15 Minuten nur über den Zeitungsartikel. Und dann würden sie ja alle anderen Themen anschneiden. Deswegen ist das halt, für mich, logischerweise kürzer. Oder es muss kürzer sein, als jetzt ein YouTube über, keine Ahnung, Zweiten Weltkrieg meinetwegen. Keine Ahnung. Das ist einfach länger, weil es ein größeres Thema ist. Meistens. #00:57:17-3#

T429 GR1-B3: Wenn dann, sollte es da ein Video geben, wo sie grundsätzlich von der Tageszeitung jetzt sagen, „Okay, das sind jetzt brisante Themen“, und die werden gleich im Video angesprochen, wird ein paar Sekunden mehr drauf eingegangen und dann geht es zum nächsten Thema. Und wenn man halt dann Genaueres wissen will, gibt es dann vielleicht noch Videos speziell zu dem Thema. Ich glaube, das wäre auch so eine Option. #00:57:44-5#

T430 GR1-I: Mhm (bejahend). Wenn ihr jetzt so drüber nachdenkt, gibt es Vorteile, die so ein Video bringen kann, im Gegensatz zum Print? Also jetzt Textversion? Was könnten Vorteile sein? Oder was könnten Nachteile sein natürlich? #00:58:01-5#

T431 GR1-B1: Visualisierung halt, so man sieht alles vor sich. #00:58:06-1#

T432 GR1-I: Das ist ein Vorteil? #00:58:07-1#

T433 GR1-B1: Ja. #00:58:07-5#

T434 GR1-B3: Ja, du hast gleich die richtigen Bilder dazu im Kopf und die stellst es dir nicht so vor. Also wenn du was liest, du stellst es dir ja vor, wie das aussieht. Und im Video hast du dann vielleicht gleich wie es wirklich aussieht. Und nicht nur deine Vorstellung. #00:58:22-4#

T435 GR1-B2: Für viele ist einfach, glaube ich, ansprechender. Also wenn man sich nicht so einen langen

Text eben durchlesen muss, sondern man schaut sich halt einfach ein Video an. #00:58:32-9#

T436 GR1-B3: Und ich glaube, manche Leute verstehen nicht einmal den Text oft. Wenn sie so einen kompletten Text lesen, dann den informativen Inhalt rauszufiltern, das schaffen, glaube ich, einige Leute auch nicht. #00:58:45-7#

T437 GR1-I: Also ein besseres Verständnis auch einfach? #00:58:48-9#

T438 GR1-B3: Ja. #00:58:49-3#

T439 GR1-B5: Oder vielleicht wollen sie es auch nicht. (Gelächter) #00:58:54-1#

T440 GR1-B3: Oder sie wollen es nicht, das stehen in den Sternen. (Gelächter) #00:58:58-7#

T441 GR1-I: Was könnten Nachteile sein? #00:59:00-4#

T442 GR1-B1: Es gibt eigentlich keine. #00:59:06-5#

T443 GR1-I: Also Video grundsätzlich eigentlich irgendwie interessanter als Text? #00:59:10-3#

T444 GR1-B1: Ja. Schon. #00:59:11-6#

T445 GR1-B3: Ja. #00:59:12-5#

T446 GR1-B5: So lange es sich von der Länge her in Grenzen hält. Dass es nicht allzu überschreitend ist. Wenn ich jetzt einen Artikel innerhalb von zwei Minuten lese und der ist auch leicht verständlich und da brauche ich nicht noch mal drüberlesen oder was auch immer/ #00:59:25-4#

T447 GR1-B3: Dann brauche ich dann kein Video. Es muss dann wirklich ein ganz langer Text sein, wo du dir einfach nur denkst, „Boah, es kostet mich/ Ende nie“, dann ist ein Video angenehmer. #00:59:33-9#

T448 GR1-I: Was wäre dann jetzt so ein Thema, was euch irgendwie interessieren würde? Wo ihr denkt, „Oh, da würde ich gerne morgen irgendwie was zu in der Zeitung lesen.“ Oder halt natürlich auch auf Standard Online oder wo auch immer? Was wäre da so ein Thema, was gerade für euch so aktuell ist? Champions League? #00:59:56-5#

T449 GR1-B: Ja. #00:59:57-9#

T450 GR1-I: Wie würdest du das aufbereiten? Wie würdest du gerne morgen darüber informiert werden? Also wie sollte das sein? #01:00:04-5#

T451 GR1-B: Also da ich mir die Spiele sowieso anschauen werde, werde ich schon einiges wissen darüber. Und ich weiß nicht. Naja, ich schaue mir die Interviews nicht an. Nach dem Match dann vielleicht, könnte ich die dann morgen lesen. So was zum Beispiel. #01:00:20-9#

T452 GR1-I: Oder irgendwas Weiterführendes? Ich weiß nicht, Analyse? Nachträgliche Analyse der Spiele oder so was? #01:00:27-4#

T453 GR1-B: Ja. So was gibt es auch, ja. #01:00:29-9#

T454 GR1-I: Wäre das irgendwas, was interessant für dich wäre? #01:00:32-5#

T455 GR1-B: Ja, schon. Schon. Weil da sind ja die Meinungen von Leuten, die sich besser auskennen. Und ja, das würde mich schon interessieren. Was die darüber denken. #01:00:42-3#

T456 GR1-I: Guckst du so was aktuell? Also so Nachspielanalysen? #01:00:47-2#

T457 GR1-B: Es kommt drauf an. Also Champions League natürlich. Ein Ligaspiel muss nicht sein. #01:00:53-7#

T458 GR1-I: Aber du wüsstest du, wo du was finden würdest zum Beispiel? #01:00:57-4#

T459 GR1-B: Ja. #01:00:57-9#

T460 GR1-I: Das gibt es, okay. Was wäre es bei dir? Was würdest du gerne/ #01:01:01-6#

T461 GR1-B1: Vielleicht so über neue Technik oder irgendwas, so neue Handys und ja. #01:01:06-8#

T462 GR1-B: S10? #01:01:07-8#

T463 GR1-B1: Ja, S10. Dieser (unv.) #01:01:12-5#

T464 GR1-I: Also die Technik. Wie würdest du darüber gern informiert werden? In welchem Format? #01:01:17-6#

T465 GR1-B1: Auf dem Handy. #01:01:18-4#

T466 GR1-I: Video, Text? Was wäre da ganz spannend? #01:01:22-3#

T467 GR1-B1: Schon Video. #01:01:25-1#

T468 GR1-I: Also lieber (unv.) Marina? Ja, ich weiß es ist eine schwierige Frage. #01:01:33-5#

T469 GR1-B2: Also das Wichtigste vom Vortag. Also jetzt nicht unbedingt ein spezifisches Thema. #01:01:42-5#

T470 GR1-I: Also Weltgeschehen quasi? #01:01:44-2#

T471 GR1-B2: Ja. Also das, was halt am Vortag, in den letzten Tagen davor relevant war. Was man mitnehmen sollte. Ja. #01:01:53-8#

T472 GR1-I: Als Text oder als Video? #01:01:54-9#

T473 GR1-B2: Also es kommt drauf an. #01:01:57-8#

T474 GR1-I: Worauf? #01:01:58-9#

T475 GR1-B2: Ja, manchmal ist es schon angenehmer, wenn ich einfach nur kurz über einen Text, man muss ihn sich ja nicht genauer durchlesen. Ja. Also wenn ich unterwegs bin, ist es wahrscheinlich doch eher Text. Ja. #01:02:13-8#

T476 GR1-I: Weil es einfach unkomplizierter ist? #01:02:18-0#

T477 GR1-B2: Ja. #01:02:18-3#

T478 GR1-B3: Wenn man daheim ist, geht ein Video natürlich schon besser, als wenn man in den Öffis ist. #01:02:22-7#

T479 GR1-B2: Finde ich auch. #01:02:24-8#

T480 GR1-B3: Also ich höre zwar sehr viel Musik und lese nebenbei. Und da würde ich mir dann kein Video dazwischen anschauen. Wenn ich jetzt wieder so denke. Also da habe ich zwar die Kopfhörer drinnen (lachend), aber

da höre ich dann lieber die Musik und lese die Info dazu. #01:02:41-6#

T481 GR1-I: Also ein bisschen wie so Überreizung quasi? Also Musikhören und Video? #01:02:46-6#

T482 GR1-B3: Ja, es funktioniert ganz gut. (lacht) #01:02:48-7#

T483 GR1-I: Aber du würdest es dann trotzdem lieber lesen, wenn du gerade Musik hörst? #01:02:52-4#

T484 GR1-B3: Ja. #01:02:54-1#

T485 GR1-I: Was wäre dein Thema? #01:02:59-8#

T486 GR1-B3: Irgendwie über die Umwelt. Weil mit dem ganzen Klimawandel beziehungsweise andererseits auch über Krankheiten. Wo es neue Impfungen gibt? Was man dagegen tun kann, weil ja jetzt viele Krankheiten auch wieder auftreten. Und was es da für Medizin dagegen gibt? Wie man sich schützen kann? Solche Dinge interessieren mich auch sehr. Aber darüber liest man in der Zeitung fast gar nichts. Also da schaue ich dann speziell zu dem Thema. #01:03:29-2#

T487 GR1-I: Wo schaust du dann? #01:03:30-6#

T488 GR1-B3: Im Internet einfach. #01:03:31-6#

T489 GR1-I: Googelst du einfach den Begriff dann? #01:03:32-9#

T490 GR1-B3: Ja. (lacht) Und dann suche ich mir so Seiten aus, die irgendwie sympathisch auf mich wirken. #01:03:38-4#

T491 GR1-I: Warum glaubst du dann diesen Seiten, die du googelst? #01:03:41-5#

T492 GR1-B3: Also wenn es um das Thema Umwelt geht oder Umweltschutz oder so, dann sind halt diese, ich weiß nicht, diese Seiten von den Organisationen einfach. Und denen glaube ich dann eigentlich schon, muss ich gestehen (lachend). Wenn es dann wirklich die Originalseite ist. #01:03:57-9#

T493 GR1-I: Auch Video oder Text oder? #01:04:01-1#

T494 GR1-B3: Da eher Text eigentlich. #01:04:03-8#

T495 GR1-I: Weil? #01:04:04-7#

T496 GR1-B3: Weil das so mit den Videos meistens nicht gibt eigentlich. #01:04:10-2#

T497 GR1-I: Würdest du es dir wünschen, dass es das gibt? #01:04:11-6#

T498 GR1-B3: Ja. Manchmal, glaube ich, könnte man es so besser erklären als im Text. Wenn du gleich noch das Bild dazu hast. So ein informatives Bild irgendwie. #01:04:23-7#

T499 GR1-I: Rebecca? #01:04:28-3#

T500 GR1-B4: Es ist, finde ich, schwierig. Ich weiß ehrlich gesagt nicht, was ich will. #01:04:33-9#

T501 GR1-I: Fühlst du dich gut informiert? Gerade? Also hast du das Gefühl, du bekommst irgendwie alles mit? #01:04:39-9#

T502 GR1-B4: Ich weiß nicht. Ich habe jetzt letzgens irgendwie wieder gehört, dass das irgendwie nur ein Prozent aller Nachrichten oder so, wir bekommen. Wobei ich schon finde, wir haben viel Nachrichten. Aber wenn das nur ein Prozent/ Das war halt, keine Ahnung, fünf Prozent, ich kann mich jetzt an den Prozentsatz nicht so genau erinnern. (lacht) Aber dann ist es halt schon wenig. Und es ist halt schon gesteuert. Ich habe das Gefühl, ich lese in jeder Zeitung dasselbe. Nur halt anders ausgelegt. #01:05:00-0#

T503 GR1-B3: Ja. Ist auch so. #01:05:01-2#

T504 GR1-B4: Aber wenn es dann so viele Stories gibt, warum lese ich immer nur dasselbe? Das verstehe ich dann halt irgendwie nicht. Also ich hätte halt gern irgendwie eine Zeitung, die halt auch andere Themen mal nimmt. Die halt, ich weiß nicht. Ich brauche nicht zum fünften Mal über den Brexit lesen, wenn, weiß ich nicht, irgendwo anders was viel Interessanteres passiert oder vielleicht, ich weiß nicht. #01:05:19-8#

T505 GR1-B3: Weil der Staat und die EU die Leute kontrolliert damit. Mit den Medien werden wir kontrolliert. Da kann keiner was dagegen tun, das ist so. Also meiner Meinung nach. #01:05:31-6#

T506 GR1-I: Okay, das ist anderes Thema, da gehen wir vielleicht mal nicht drauf ein. Aber mich würde noch interessieren, lest ihr denn auch so internationale Medien oder beschränkt ihr euch nur auf österreichische Medien? #01:05:41-3#

T507 GR1-B4: Also ich habe die BBC, glaube ich, heißt das? News? Das ist auch eine App (lachend). Das habe ich auch runtergeladen. Da lese ich immer wieder durch und da merke ich einfach, dass es so viel gibt, was ich gar nicht wusste. Und was ich auch gar nicht mitbekomme, wo ich mir dann denke, ich bin ur uninformiert, habe aber das Gefühl gleichzeitig, ich bin gut informiert. Und das ist dann irgendwie bisschen ein bisschen deprimierend. Weil ich halt immer nur dasselbe lese und dann sieht man da halt, „Okay, keine Ahnung in“, mir fällt jetzt gerade kein Beispiel ein, aber halt global, also international gesehen, passiert viel, viel mehr und wir haben halt irgendwie nur dieses europäische Zeug. Oder halt Amerika. #01:06:15-9#

T508 GR1-I: Also BBC. Sonst irgendwelche internationalen Medien, die ihr verfolgt? Gar nicht, okay. Aber wie ist es bei den anderen? Habt ihr das Gefühl, ihr bekommt alles mit? Oder dass irgendwas fehlt? #01:06:34-1#

T509 GR1-B3: Es fehlt irgendwas. Teilweise ist es sehr informativ. Aber dann, irgendwie denkst du dir, „Da könnte man noch mehr zu diesem Thema speziell wissen.“ Oder da gibt es noch mehr Sachen, die vielleicht noch interessanter wären. Was sich gerade in der Welt tut. Und was Österreich angeht, glaube ich, dass wir halt relativ gut informiert

werden. Also das, was halt der Staat zulässt. (lachend)
#01:07:03-6#

T510 GR1-I1: Was wären so, welche Themen, die euch interessieren würden oder wo ihr sagt, das wäre irgendwie berichtenswert? #01:07:10-8#

T511 GR1-B3: Umwelt. Ja. Was sich bei den Krankheiten tut. Also das interessiert mich halt total. Oder was sich gerade tut wegen dem Krebs. Ob es da schon mehrere Dinge gibt, was man dagegen tun kann? Aber das sind halt Dinge, wo ich halt dann selbst davon betroffen bin, dass sie mich dann halt mehr interessieren. #01:07:31-0#

T512 GR1-I1: Bei den anderen, wie schaut es da aus? Irgendwelche Themen? #01:07:34-7#

T513 GR1-B1: Schon, genau was sie gesagt haben. Also auch zum Beispiel Amerika und mit Trump zum Beispiel. #01:07:44-4#

T514 GR1-I: Was würde dich da mehr interessieren? Was fehlt dir da gerade? #01:07:52-0#

T515 GR1-B1: Ich will da zum Beispiel wissen, wenn so Trump irgendwas Schlimmes macht oder irgendwas. #01:08:04-9#

T516 GR1-I: Da fehlt dir gerade irgendwie die Information? #01:08:08-9#

T517 GR1-B1: Ja. #01:08:09-5#

T518 GR1-I: Oder die Quelle dafür, ja. #01:08:11-6#

T519 GR1-B4: Oder was ich auch interessiert finde, wäre so, wenn unsere generelle, wie sagt man? Unser genereller Glaube, unter Anführungszeichen, jetzt nicht religiös gemeint, sondern generell so in Frage gestellt wird. Also zum Beispiel, keine Ahnung, dass halt so Fragen, die halt starke Meinungen haben, halt noch mal hinterfragt werden. So zum Beispiel, keine Ahnung, „Sind Sie für die Todesstrafe?“ Keine Ahnung. Und dann, dass man halt Pro und Contra/ Dass man auch seine eigene Meinung noch mal hinterfragt. Also das würde ich gut finden, wenn ich so angeregt werde zum Nachdenken. Über solche Fragen zum Beispiel. #01:08:41-5#

T520 GR1-I: Also ethisch-moralische Fragen? #01:08:44-4#

T521 GR1-B4: Genau, ja. Weil das liest man eigentlich auch selten. Finde ich halt. Ich lese halt viel. #01:08:49-0#

T522 GR1-B3: Das stimmt, weil dir wird eine Meinung vorgelegt. Und du kannst dir die eigene Meinung schwer dazu bilden, finde ich. Also so wird es halt in den meisten Zeitungen irgendwie beschrieben, drauf angelegt. #01:09:05-8#

T523 GR1-I: Apropos Meinung. So Kommentarspalten, ist das irgendwie für euch wichtig? Nutzt ihr das? Das gibt es ja jetzt nicht nur bei YouTube, sondern das gibt es auch zum Beispiel jetzt beim Standard oder sonst wo. Schreibt ihr da was? #01:09:21-7#

T524 GR1-B4: Nein. #01:09:22-8#

T525 GR1-B: Nein. #01:09:22-9#

T526 GR1-B3: Nein. Aber ich lese sie. Doch, weil das echt interessant ist. #01:09:26-4#

T527 GR1-B4: Ich auch. #01:09:27-0#

T528 GR1-B3: Oder lustig. (lachend) Was manche für Kommentare abliefern. #01:09:30-8#

T529 GR1-B2: Aber sinnvolle Kommentare? Oder wo du dir denkst/ #01:09:34-6#

T530 GR1-B3: Sinnvolle. Weil ich mir manchmal denke, ich bin der gleichen Meinung. Aber manche, denke ich mir einfach nur, der Kommentar ist komplett für Nichts und Wiedernichts. Aber ja. #01:09:46-3#

T531 GR1-B4: Der Standard stellt ja auch häufig so Fragen, die du beantworten musst. Also da ging es jetzt um den Weltfrauentag. Was die lustigste Marketing-Kampagne oder so, und da liest man es halt schon durch. Da geht es quasi darum, dass man das liest, diese Kommentarspalte. #01:10:02-1#

T532 GR1-B5: Generell einfach andere Sichtweisen dann auch bei den Kommentaren zu lesen, finde ich sehr schön. #01:10:07-6#

T533 GR1-I: Also du meinstest, es ist interessant für dich. Ziehst du dann da auch was raus für dich? Also sind das dann Meinungen oder so? #01:10:19-3#

T534 GR1-B5: Ja, teilweise. #01:10:20-9#

T535 GR1-I: Hattet ihr schon mal das Gefühl, ihr habt einen Kommentar gelesen und so, „Ah, krass, darüber habe ich so noch nie nachgedacht.“ #01:10:26-2#

T536 GR1-B5: Ja. #01:10:26-8#

T537 GR1-I: Okay, also schon. Mhm (bejahend) Bei euch auch? Lest ihr die Kommentare? Ja? Okay. Schreibt ihr auch Kommentare? #01:10:34-8#

T538 GR1-B: Nein. #01:10:35-6#

T539 GR1-B3: Wer schreibt hier eigentlich, wenn (unv.) (Gelächter) Wir schreiben keine Kommentare, sondern lesen sie nur durch. (Gelächter) Es ist aber wirklich so. Da gibt es wahrscheinlich so extra Angestellte, die das machen. (Gelächter) #01:10:49-8#

T540 GR1-I: Gibt es da Themen, wo ihr das besonders häufig macht? Also im Sport oder halt in der Politik? Oder generell? #01:10:58-0#

T541 GR1-B3: Generell. Also Sport überhaupt, weil mich das nicht interessiert. So generell zu den Themen. #01:11:05-6#

T542 GR1-I: Einfach bei den Themen, die euch interessieren. Differenziert ihr noch mal zwischen Themen? Wo euch die Kommentare einfach mehr interessieren vielleicht? Wisst ihr, was ich meine? Also wenn wir zum Beispiel Umwelt und Politik und ihr sagt, „Oh, Politik

interessiert mich aber noch mehr, was die Leute sagen.“ Ist das so, oder? #01:11:23-7#

T543 GR1-B3: Ja. In der Hinsicht jetzt schon, weil zum Thema Umwelt oder so, Kommentare, die sind dann wieder sehr vielseitig. Ich weiß nicht, also da gibt es so viele Meinungen. Bei Politik gibt es nicht so viele Meinungen. Da gibt es nur mehr so diese Aussagen. Was Leute denken. #01:11:43-9#

T544 GR1-I: Ihr müsst euch jetzt auch nicht an Politik festmachen. Das war einfach nur so ein Beispiel, ob es wirklich Unterschiede zwischen den Themen gibt? #01:11:52-0#

T545 GR1-B3: Ja, einfach was mich dann mehr interessiert. #01:11:55-5#

T546 GR1-I1: Und glaubt ihr wenn ihr Kommentare lest, ist das eher positiv, negativ? #01:12:01-5#

T547 GR1-B3: Unterschiedlich. Komplet unterschiedlich. #01:12:04-7#

T548 GR1-B5: Ist sehr vom Artikel abhängig. Wenn der jetzt sehr positiv ist, aber sagen wir, es ist einfach nicht sachlich genug, dann gibt es eher Negatives. #01:12:13-1#

T549 GR1-I1: Und was würdet ihr sagen, wenn ihr einen Artikel jetzt im Vergleich lest, verbringt ihr da mehr Zeit, zum Kommentare lesen? Weil Kommentare sind ja meistens lang, lang, lang. Da ist Kommentar zu Kommentar zu Kommentar. Da ist ja oft der Artikel ganz kurz und da kommen da dann drei Seiten lang. Wo brecht ihr dann ab? Wie viel lest ihr da? Wo brecht ihr dann irgendwann ab, und sagt, „Okay, das ist jetzt!“ #01:12:38-8#

T550 GR1-B5: Wenn mich schon der Artikel nicht besonders interessiert, dann fang ich überhaupt noch nicht mal mit den Kommentaren an. Aber wenn ich schon mal gefesselt bin vom Artikel und dann lese ich einen Kommentar, der eben vielleicht so überhaupt nicht dieser Meinung ist, dann würde ich mir schon alles durchlesen. Außer es wird dann auf einmal so absurd, dann lasse ich es. #01:12:57-7#

T551 GR1-B3: Ich meine, viele Kommentare sind immer so ein, zwei Sätze lang. Das kann man sich dann schnell durchlesen und scrollt man halt die Kommentare durch. Aber wenn es mir so lang wird, also wenn das jetzt wirklich so über ein paar Seiten geht, dann höre ich einfach mitten drin auf. #01:13:13-4#

T552 GR1-I1: Also du klickst nicht mehr weiter auf die zweite Seite von den Kommentaren, zum Beispiel beim Standard, oder wo/ #01:13:18-8#

T553 GR1-B3: Mhm (verneinend). #01:13:20-1#

T554 GR1-I: Dann kommen wir auch schon fast zum letzten Thema eigentlich. Werbung in Zeitungen oder Artikeln. Wie ist da eigentlich so der Grundtenor? Ist das störend oder

nicht? Wie findet ihr Werbung jetzt auf Standard, bei YouTube? #01:13:48-6#

T555 GR1-B3: Außer nervig und störend und provozierend (lacht), nichts. #01:13:53-7#

T556 GR1-I: Also es ist grundsätzlich (eher schlimm?). Gibt es verschiedene Arten von Werbung? #01:13:58-6#

T557 GR1-B5: Ja, solche Pop-Up-Werbungen hasse ich schon mal auf jeden Fall. Es gibt nichts Schlimmeres. #01:14:02-9#

T558 GR1-B3: Ich mag keine Werbung. #01:14:04-4#

T559 GR1-B5: Aber wenn es so auf der Seite ist, so eine Anzeige, dann stört es mich nicht besonders. #01:14:09-1#

T560 GR1-B2: Mich stört es irgendwie besonders, wenn so mittendrin in einem Video plötzlich, also auf YouTube Werbung ist. #01:14:15-9#

T561 GR1-B5: Das ist überhaupt Schlimmste. #01:14:16-7#

T562 GR1-B4: Also am Anfang ist okay. #01:14:17-7#

T563 GR1-B3: (unv.) immer irgendein Dings drinnen. Dann hast du auf einmal so dieses Pop-Up halt. #01:14:20-4#

T564 GR1-B2: Die fünf Sekunden, ja. Dann kann man es eh überspringen. Aber mittendrin, das ist dann auch manchmal, die man nicht überspringen kann, das ist einfach nur nervig dann. Mittendrin ist es eben anstrengend. #01:14:31-1#

T565 GR1-I: Wenn es den Flow unterbricht so? #01:14:32-1#

T566 GR1-B2: Ja. Ja, und auf so einer Seite, oft gibt es so Artikel, wo die Schlagzeile steht und dann ist so eine Werbung oder ein Bild eingeblendet, dann scrollst du weiter. (unv.) Genau. Das stört mich jetzt nicht so. #01:14:47-8#

T567 GR1-I: Wie war es denn hier? Also hier jetzt im Print-Format. Hat die Werbung irgendwie gestört. Ich meine, da ist auch jetzt relativ viel Werbung. Ich glaube, Österreich fängt sogar mit Werbung vielleicht an? Ist es euch da aufgefallen eigentlich, die Werbung, oder? #01:15:06-0#

T568 GR1-B2: Schon. #01:15:07-2#

T569 GR1-B3: Schon, aber das übersieht man auch ein bisschen mehr. Wenn es jetzt nicht gleich auf der ganzen Seite ist. Wenn es jetzt nur so was Kleines ist, dann schaut du da drüber hinweg und liest weiter. #01:15:19-6#

T570 GR1-I: Du warst gerade so unentschlossen? #01:15:22-6#

T571 GR1-B5: Ja, es ist mehr unbewusst. Ich bin mir sicher, vieles nehme ich davon mit. Oder ich könnte mich jetzt auch an nichts erinnern, was ich da gelesen habe. #01:15:29-1#

T572 GR1-I: Von der Werbung? #01:15:29-7#

T573 GR1-B5: Ja. Gar nicht. Ich wüsste nicht mal, dass da ein Auto war. Aber vielleicht will ich mir jetzt ein Auto kaufen, ich weiß nicht. (Gelächter) #01:15:36-5#

T574 GR1-B3: Ja. Dein Gehirn arbeitet schon (unv.) #01:15:39-4#

T575 GR1-I: Kann irgendwer sich an irgendeine Werbung erinnern, die vorhin in einer Zeitung war? #01:15:47-0#

T576 GR1-B2: Weil ihr die aufgeschlagen gehabt habt. #01:15:50-0#

T577 GR1-B3: Das mit den Handys. (Gelächter) Aber sonst habe ich in der Kronenzeitung jetzt so bewusst keine wahrgenommen. #01:15:55-8#

T578 GR1-I: Was war das? #01:15:56-7#

T579 GR1-B2: Es war schon auf jeden Fall was. #01:15:57-9#

T580 GR1-B3: Über Smartphones, über Samsung. #01:16:01-0#

T581 GR1-B1: Saturn, glaube ich. #01:16:01-7#

T582 GR1-B3: Saturn. Ja. #01:16:03-6#

T583 GR1-I: Sonst noch irgendetwas, was hängengeblieben ist? Nein? Okay. #01:16:12-0#

T584 GR1-B2: Da kommt nichts mehr. #01:16:16-6#

T585 GR1-I: Ja, passt eh. Glaubt ihr, dass ihr Werbeeinschaltungen immer identifizieren könnt? Also glaubt ihr, es ist immer klar, wann es eine Werbeeinschaltung ist und wann nicht? Könnt ihr das irgendwie unterscheiden? #01:16:31-9#

T586 GR1-B2: Ja, schon. #01:16:32-7#

T587 GR1-I: Ich meine, wenn ihr schon sagt, es ist manchmal so fließend, vor allem im Print. #01:16:36-0#

T588 GR1-B2: Ich habe meistens schon, aber es gibt schon auch Werbungen, wo es nicht sofort klar ersichtlich ist, dass es jetzt Werbung ist. #01:16:45-1#

T589 GR1-I: Zum Beispiel? #01:16:46-0#

T590 GR1-B2: Also entweder wenn die in der Zeitung natürlich jetzt nicht so extrem auffallen. Oder auf YouTube zum Beispiel, wenn irgendwelche YouTuber irgendwelche Produkte jetzt in die Kamera halten. Also ich meine, das ist jetzt eh meistens schon immer gekennzeichnet mit Werbung. Aber ich glaube, gerade die jüngeren Leute, die wissen dann nicht so wirklich, dass die Leute jetzt dafür Geld bekommen und dass das eigentlich Werbung ist. #01:17:15-6#

T591 GR1-I: Wie ist das gekennzeichnet? #01:17:18-1#

T592 GR1-B2: Ja, entweder es steht „Dauerwerbeanzeige“. Also es kann jeder individuell, er muss es halt kennzeichnen. #01:17:25-7#

T593 GR1-I: Ja, aber irgendwo steht das da? #01:17:26-9#

T594 GR1-B2: Genau. #01:17:27-7#

T595 GR1-B5: In so einem kleinen Kästchen am Rand, irgendwo so (unv.) Werbe- und Anzeigen so was. #01:17:35-1#

T596 GR1-I: Ist euch das in der Online-Zeitung auch schon mal aufgefallen? Auf Standard oder so was? (unv.) ich weiß jetzt nicht. #01:17:42-0#

T597 GR1-B5: Dass Werbungen da sind, oder? #01:17:43-8#

T598 GR1-I: Nein, dass es so was zum Beispiel gibt, dass es irgendwo einen gekennzeichneten Artikel als Werbung eben/ #01:17:50-4#

T599 GR1-B5: Nein. #01:17:51-0#

T600 GR1-I: Also das wäre dann so Sponsored-Artikel. Oder so was. Okay. Wüsstet ihr gerade nicht? #01:17:57-7#

T601 GR1-B2: Nein. #01:17:59-0#

T602 GR1-B3: Mhm (verneinend). #01:17:59-5#

T603 GR1-I1: Also dass ein Redakteur zum Beispiel über gesundes Essen schreibt und dann drunter oder im Text irgendwelche Produktnamen erwähnt. #01:18:09-9#

T604 GR1-B3: Zumindest hin und wieder. Aber jetzt so, es ist nichts hängengeblieben. Du hast halt Online sehr viel Werbung grundsätzlich durch die Cookies. Oder die Seiten, was du angeklickt hast, oder jetzt auf Amazon warst und nach dem Artikel gesucht hast, dass da auf einmal so auf der Seite so eine Werbung davon ist. Egal auf welcher Seite du bist. #01:18:34-7#

T605 GR1-I1: Stört euch das? #01:18:39-4#

T606 GR1-B5: Also ich fühle mich ein bisschen bewacht dadurch. #01:18:41-9#

T607 GR1-B4: Ja. #01:18:42-3#

T608 GR1-B3: Dann schon. #01:18:42-9#

T609 GR1-B1: Aber es gibt auch auf dem Laptop so Adblockers, dann gibt es keine Werbung mehr. Also es entfernt alle. #01:18:53-4#

T610 GR1-B3: Stimmt, ja. Das funktioniert eh gut. Aber am Handy ist es schwierig. #01:18:58-0#

T611 GR1-B1: Ja. #01:18:58-3#

T612 GR1-I: Funktioniert das auf allen Seiten? #01:19:00-4#

T613 GR1-B1: Die meisten. #01:19:02-6#

T614 GR1-B5: Es gibt eine Vollversion von diesem Adblock. Ich schätze mal, da wird es dann überall die Werbung ausgeblendet sein, aber ab und zu kommt dann doch noch so eine Werbung, wie für Amazon eben. Wenn ich mal wenn gekauft habe. Obwohl ich einen Adblock an habe, wird es mir trotzdem manchmal angezeigt. Und das finde ich irgendwie blöd. #01:19:20-1#

T615 GR1-B2: Aber es gibt auch Seiten, die checken, dass man einen Adblocker. Also du hast eigentlich nur einen Zugang zu der Seite, wenn du den Adblocker deaktivierst. #01:19:35-1#

T616 GR1-I: Das ist blöd? #01:19:36-3#

T617 GR1-B5: Aber es ist nur, wenn die eben allein nur dadurch/ #01:19:38-5#

T618 GR1-B2: Ich wüsste nicht einmal, wie das geht, jetzt mehr. #01:19:40-5#

T619 GR1-I: Aber wie ist das dann, wenn die Seite euch zwingt, den Adblocker aus zu machen? Wie fühlt sich das für euch an? #01:19:48-0#

T620 GR1-B2: Ich mache es nicht. #01:19:49-6#

T621 GR1-I: Also du verlässt die Seite dann, oder was? #01:19:51-6#

T622 GR1-B3: (unv.) Seite nicht fertig an. #01:19:52-9#

T623 GR1-B2: Dann schaue ich es mir vielleicht am Handy an, wenn es ganz wichtig ist. #01:19:56-2#

T624 GR1-I: Also am Handy ist die Werbung auch weniger aufdringlich? Oder warum schaust du es am Handy? #01:20:01-5#

T625 GR1-B2: Ja, also wenn ich jetzt genau auf diese Seite will und das nicht funktioniert am Laptop, dann schaue ich es am Handy. Weil, ja, da stört es mich eigentlich weniger. #01:20:10-8#

T626 GR1-I: Du wolltest, glaube ich, auch noch was sagen, Mohammed? #01:20:15-3#

T627 GR1-B: Ja, ich wollte sagen, ich würde das kurz machen. Mir den Artikel lesen und es dann wieder an machen. Also es würde mich jetzt stören, wenn ich kurz eine Werbung sehe oder so. #01:20:23-5#

T628 GR1-I: Also du akzeptierst es dann. #01:20:26-3#

T629 GR1-B: Ja. #01:20:26-6#

T630 GR1-I: Gut. Ja, dann eigentlich so die letzte Frage im Prinzip. Oder vorletzte. Gebt ihr eigentlich Geld irgendwie für ein Medium gerade aus? Also habt ihr irgendwie irgendein Abo oder sonst irgendwas? #01:20:46-3#

T631 GR1-B: Netflix. #01:20:47-1#

T632 GR1-I: Netflix, okay. (unv.) Printmedium? #01:20:51-3#

T633 GR1-B: (unv.) einzige. #01:20:51-7#

T634 GR1-I: Okay. #01:20:52-3#

T635 GR1-B3: Also meine Mama hat halt den Standard abonniert. Aber sonst nicht. Also das ist halt nur am Wochenende. #01:21:02-5#

T636 GR1-B5: Streaming (unv.). Und für die WWF-Zeitschriften-Artikel. #01:21:13-3#

T637 GR1-I: Wie bekommst du die? Wie ist das, wie funktioniert das? Spendest du was, oder? #01:21:21-2#

T638 GR1-B5: Ja, ich spende dafür was. Aber auch da muss ich sagen, ist es mir teilweise auch gezwungen worden, von diesen Promoter. (Gelächter) Das war genau vor der Uni. Ich wollte eigentlich nur nach Hause und dann war die urlieb und dann habe ich gesagt, okay. Und da bekommt eine Zeitschrift, ab und zu bekommt man irgend solche Teddys oder Kalender. (Gelächter) Und ja, das war es auch schon. #01:21:44-3#

T639 GR1-I: Also semi-freiwillig. (Gelächter) #01:21:49-2#

T640 GR1-B5: Ich helfe gern, aber in dem Fall war es eher aufgezwungen. #01:21:52-0#

T641 GR1-I: Verstehe. Also wir hatten vorhin das schon so ein bisschen angeschnitten. Also es gibt jetzt irgendwie nicht so das Medium, oder euch fehlt irgendwie ein Medium für Information. Was wäre denn eigentlich so für euch das perfekte Medium, was ihr jeden Tag nutzen würdet? Also was müsste dieses Medium oder diese Zeitschrift gerne meinerwegen auch, was müsste das können? Was müsste das euch bieten? #01:22:16-2#

T642 GR1-B3: Man sollte filtern können, was einen interessiert und dann kriegt man nur zu diesen Themen auch Informationen. Und nicht zu allen Themen. Und dann halt dazu noch Videos, zu diesen Themen, was dich interessieren. Und ja, in so einer App verpackt und fertig. (lachend) Also nicht mehr, dass du jetzt so im Internet surfen musst. #01:22:40-7#

T643 GR1-B5: Und vielleicht ist es auch, falls dir die Information dann nicht genügt, dass es Links zu anderen vertrauenswürdigen Seiten gibt. Dass du dort einfach mal nachlesen kannst. #01:22:50-5#

T644 GR1-B3: Wenn du noch mehr drüber wissen willst, ja, das stimmt. #01:22:53-4#

T645 GR1-I: Okay, weiterführende Informationen, das wäre/ Okay. Sonst noch was? #01:22:58-3#

T646 GR1-B4: Vielleicht auch, dass es eine Rubrik gibt, mit vielleicht, was sind glücklichere Nachrichten (unv.) Naja ich finde es halt schon manchmal lese ich den Standard und dann höre ich auf, weil ich mir denke, es ist mir zu negativ. Ich will da in der Früh nicht gleich so runtergezogen werden, von so viel negativen/ Mir fällt jetzt gerade nichts ein, aber meinerwegen „Entlaufener Hund zurück“, oder keine Ahnung, irgendwas. Es muss ja jetzt keine großartige Sache sein, aber halt irgendwas, dass du denkst, okay, die Welt ist doch nicht ganz am Ende. (lachend) So kommt es halt schon manchmal rüber. So alles am Abgrund. Es ist alles zu spät. #01:23:30-2#

T647 GR1-B3: (unv.) gerade bei der Kronenzeitung gelesen hast, mit dem Hund. (Gelächter) (unv.) Entschuldigung, das ist mir jetzt nur so aufgefallen. #01:23:38-6#

T648 GR1-I: Okay, ein bisschen Happy News. #01:23:42-3#

T649 GR1-B4: Ja, vielleicht. #01:23:42-6#

T650 GR1-I: Sonst etwas? Es geht auch um die Aufarbeitung so ein bisschen. Sollte das Text haben? Sollte das mehr Bilder haben, die erklärt werden? Sollte es Videos haben? #01:23:53-0#

T651 GR1-B: Also Bilder gibt es eh genug. #01:23:54-2#

T652 GR1-I: Grundsätzlich? Also es gibt immer eigentlich genug Bilder? #01:23:58-8#

T653 GR1-B: Schon. Also Österreich-Zeitung schon. Standard und so, also da gibt es nicht so viel Bilder. #01:24:03-8#

T654 GR1-B3: Mhm (verneinend). #01:24:04-2#

T655 GR1-B2: Mhm (verneinend). #01:24:04-4#

T656 GR1-B: (unv.) #01:24:07-2#

T657 GR1-I: Also im Print und im Online keine Bilder? Oder gibt es da Unterschiede? #01:24:11-8#

T658 GR1-B3: Wenn dann, nur eher so kleinere Bilder irgendwie. #01:24:15-1#

T659 GR1-I: Wie findet ihr denn, wenn Bilder dabei sind, bei Artikeln oder Berichten, ist euch das wichtig? #01:24:22-8#

T660 GR1-B2: Das kommt drauf an, was es für Bilder sind.

Wenn es jetzt irgendwie um Mord und Totschlag geht, brauche ich jetzt nicht unbedingt ein Bild dazu. Aber zum Beispiel so Analysen oder Grafiken, wenn da jetzt was mit Zahlen in dem Text vorkommt, das interessiert mich halt. #01:24:41-6#

T661 GR1-B3: Ja, das auf jeden Fall. #01:24:43-0#

T662 GR1-I: Grafikmäßig, okay. Müssen die Bilder noch irgendwie erklärt werden, die das sind? (unv.) Na, aber eine Infografik, die das natürlich irgendwo erklärt? #01:24:53-7#

T663 GR1-B2: Legende und so sollte halt schon dabei sein. Aber sonst. Ja, also meistens kommen solche Grafiken eh im Text dann kurz vor. #01:25:01-4#

T664 GR1-I: Aber auch so normale Bilder, ich weiß nicht, ob wir jetzt hier gerade eines finden, aber das dann, ich weiß nicht, dass hier jetzt noch irgendwas dabeistehen würde oder so was? #01:25:10-5#

T665 GR1-B2: Nein. #01:25:12-7#

T666 GR1-B3: Nein, würde ich jetzt nicht sagen. #01:25:13-7#

T667 GR1-I: Okay. Also gerne Texte. #01:25:16-0#

T668 GR1-B4: Aber ich würde es auch ganz nett finden, ich glaube, die Welt hat das, die haben da so Quizes. Ich weiß nicht, ich kenne gerade die Mehrzahl nicht. (Gelächter) Das finde ich auch ganz nett. Wenn man dann so quasi sein Allgemeinwissen kurz abtesten kann. Mit so kleinen, zehn Fragen, glaube ich, sind das immer. Das ist ganz lustig in der U-Bahn halt, wenn es gerade so langweilig ist. Das würde ich auch cool finden, wenn das mehr integriert wird. Was ich auch interessant finden würde, wäre so, wenn du einen Artikel liest, und dann dazu quasi dich selbst abtesten kannst, wie viel du da jetzt verstanden hast? (Gelächter) Ja, ich würde das halt schon interessant finden, einfach für mich selber als Rückmeldung, was habe ich mir da jetzt wirklich gemerkt? Oder was ist nur an mir vorbeigegangen. Einfach Quiz. #01:25:53-3#

T669 GR1-I: So ein Education Ansatz. Interaktiver? #01:25:57-1#

T670 GR1-B4: Ja. Einfach dass ich auch mehr davon mitkriege. Weil sonst ist es halt schon sehr/ Einfach nur frontal, dass man es liest, aber halt jetzt nicht so, ja. #01:26:04-7#

T671 GR1-B5: Ja, das finde ich auch gut. Da liest man vielleicht auch aktiver durch. Und liest nicht einfach nur so einmal, kurz, schnell, nicht mal alles durch, sondern vielleicht den Anfang, dann wieder am Ende. #01:26:16-7#

T672 GR1-B4: Ich glaube, da weckt man so ein bisschen den Ehrgeiz der Leute. Und kann sie da vielleicht motivieren, mehr zu lesen. Oder halt, weiß ich nicht. Vielleicht auch Belohnungssystem. Ich weiß ja nicht, da gibt es ja so viele Möglichkeiten. Wie dieses Payback quasi. Nur halt eben für so was. #01:26:31-1#

T673 GR1-I: Noch mal zu diesem perfekten Medium quasi. Also mehr Text oder mehr Video? Wie sollte es sein? #01:26:40-3#

T674 GR1-B5: Das ist schwierig. #01:26:41-9#

T675 GR1-B4: Ausgeglichen, dass man halt alle Leute so erreicht. Also die, die jetzt weniger lesen wollen, die, die mehr lesen wollen. #01:26:47-2#

T676 GR1-B5: Kann auch beides sein. #01:26:48-9#

T677 GR1-I: Beides, okay. #01:26:50-0#

T678 GR1-B3: Ja, am besten beides anbieten, dann kannst du es dir selbst aussuchen, wie du es gerade haben willst. Ob du das gerade lesen willst oder es lieber schauen willst. #01:26:57-8#

T679 GR1-B2: Ja. #01:27:00-7#

T680 GR1-I: Okay. #01:27:04-4#

T681 GR1-I1: Wie müsste das, weil du sagst, lesen oder lieber schauen. Sollte dann jemand den Artikel vorlesen oder wie kann man sich das vorstellen? #01:27:12-1#

T682 GR1-B3: Nein, nein. Also mit/ #01:27:13-8#

T683 GR1-I1: Oder komplett anders aufbereitet? #01:27:16-0#

T684 GR1-B3: Vorlesen, also das nicht, sondern einfach die Informationen aus dem Text dir quasi rausfiltert und/ #01:27:29-6#

T685 GR1-I1: Wie ein Nachrichtensprecher oder eine Nachrichtensprecherin? #01:27:31-6#

T686 GR1-B3: Ja, so in der Art. Und dann halt vielleicht passenden Videos dazu, wenn es das gibt. Oder Bilder dazu, dass du dir gleich was vorstellen kannst. Ist nur wahrscheinlich bei manchen Artikeln schwierig, weil es nicht immer Bilder gibt. Aber wenn es möglich ist. #01:27:46-2#

T687 GR1-B4: Aber was ich viel lieber als Videos sehen würde, sind Interviews. Ich hasse das, wenn ich für Interviews lesen muss, selber. Weil ich irgendwie gern hören würde, wie der das sagt. #01:27:54-3#

T688 GR1-B3: Ja, das stimmt. #01:27:55-1#

T689 GR1-B4: Weil im Standard sind die Interviews immer nur abgeschrieben. Und dann denke ich mir halt, ja, jetzt weiß nicht, wie du das wirklich gesagt hast. Das macht halt schon einen Unterschied. #01:28:03-3#

T690 GR1-B3: Ja, die Körpersprache macht es aus. Die Mimik und ja. #01:28:07-6#

T691 GR1-B4: So was wäre schon besser als Video. #01:28:09-7#

T692 GR1-B3: Stimmt, ja. #01:28:12-1#

T693 GR1-B5: Ja, und überhaupt bei aufklärenden Videos hätte ich es auch gerne grafisch noch dazu. Auch vielleicht nur, dass die Schlagwörter da genannt werden. Aber das ist vielleicht dann so eine Art, okay, nicht unbedingt als Video, aber halt als ein Bild oder so eine Grafik. Dass es so Mindmap vielleicht ist, wenn es für einen schlecht verständlich ist. Wenn beispielsweise in der Politik irgendwas kommt, und du beginnst von Null aus, du kennst dich nicht aus, und dann ist es vielleicht einfacher. #01:28:44-4#

T694 GR1-I: Dass die Informationen einfach ein bisschen mehr aufgearbeitet werden quasi? (unv.) #01:28:47-7#

T695 GR1-B5: Ja. #01:28:49-1#

T696 GR1-I: Okay. Gut. Dann Abschlussfrage. Wenn ihr jetzt so an die Zeitung der Zukunft denkt. Wie wird die aussehen? Wie stellt ihr euch die vor? #01:29:07-2#

T697 GR1-B5: So eine Brille. (Gelächter) Das projiziert sich. #01:29:10-0#

T698 GR1-I: Ich meine jetzt (unv.). Also jetzt nicht nur/ #01:29:13-2#

T699 GR1-B: Ich glaube, Printzeitungen wird es eher weniger geben. #01:29:17-7#

T700 GR1-B2: Ja, denke ich auch. #01:29:20-3#

T701 GR1-B: Weil die Technologie sich immer weiterentwickelt und/ #01:29:22-5#

T702 GR1-B3: Ist aber auch irgendwie schade. Ich weiß nicht, also so ab und zu in einer Zeitung blättern, ist schon was anderes, als wenn du es dir jetzt Online anschaust. Also ich würde jetzt nicht nur sagen, dass ich es Online lieber habe. Ich mag genauso das Zeitungsdurchblättern. Aber in der Zukunft wird sich das wohl kaum vermeiden lassen. #01:29:44-5#

T703 GR1-I: Sonst noch? Von den Inhalten, wird sich da irgendwas ändern? #01:29:50-8#

T704 GR1-B3: Ich glaube, von den Inhalten wird es ziemlich gleich bleiben, aber vielleicht noch mehr gesteuert werden. Dass du vielleicht noch weniger Infos erhältst. #01:29:58-8#

T705 GR1-B5: Ich glaube auch. #01:29:59-7#

T706 GR1-B3: Dass sie das irgendwie so niederdrücken oder so vertuschen. #01:30:05-8#

T707 GR1-I: Das ist wieder das Politikding, ja? Oder was?
#01:30:07-3#

T708 GR1-B3: Nicht unbedingt jetzt. Allgemein, was sich in der Welt tut, würde ich sagen. Dass sie einfach gewisse Dinge, die wichtig wären, irgendwie vertuschen. Also jetzt nicht nur Politik, allgemein. #01:30:21-6#

T709 GR1-I: Okay, also die Steuerung der Medien wird stärker, oder? #01:30:25-3#

T710 GR1-B3: Ja. Weil wir werden ja auch beeinflusst durch die Emotionen. Also wie die Artikel geschrieben sind.
#01:30:36-4#

T711 GR1-B5: Und ich kann mir auch vorstellen, dass viel mehr über das Globale gesprochen wird, das Internationale. Und das Regionale mehr ausgeblendet wird, mit der Zeit. Dass man jetzt weniger/ #01:30:54-7#

T712 GR1-I: Warum glaubst du das? Oder wer glaubt das?
#01:30:56-1#

T713 GR1-B5: Naja, es entwickelt sich doch alles irgendwie in diese Richtung. #01:30:58-8#

T714 GR1-I: Also du hast das Gefühl, es wird irgendwie alles wieder ein bisschen mehr lokaler, oder wie? Regionaler? #01:31:04-6#

T715 GR1-B5: Nein, eben nicht. #01:31:05-8#

T716 GR1-I: Ah, jetzt nicht. #01:31:06-4#

T717 GR1-B5: Nicht regionaler wird es. Dass das Regionale bald wegfällt. So habe ich das Gefühl. #01:31:14-6#

T718 GR1-B: Aber ich glaube, es wird auch so Kategorien geben. Kategorie, zum Beispiel Lokal Österreich, wird ein bisschen darüber gesprochen, was in Österreich geschieht und danach (unv.) #01:31:22-5#

T719 GR1-I: Wann ist es lokal für euch? Ist Österreich schon lokal, regional? Oder wäre es noch kleiner, auf die Bundesländer bezogen, oder? #01:31:30-8#

T720 GR1-B: Wien. #01:31:31-1#

T721 GR1-B5: Wien. #01:31:32-1#

T722 GR1-B1: Schon, ja. #01:31:32-7#

T723 GR1-B3: Noch kleiner. #01:31:33-5#

T724 GR1-B5: Die Bezirkszeitungen sind wohl die lokalsten.
#01:31:36-3#

T725 GR1-B2: Ja. #01:31:36-6#

T726 GR1-I: Aber ist Wien noch lokal, regional für euch, oder? #01:31:47-4#

T727 GR1-B4: Gibt es nicht sogar Bezirksblatt? #01:31:49-7#

T728 GR1-I: Ja. #01:31:50-0#

T729 GR1-B4: Aber das glaube ich, liest keiner. Das kommt direkt in den Mistkübel. (lacht) #01:31:55-0#

T730 GR1-I: Wie ist es bei euch? Also klar, es gibt noch ein Bezirksblatt. Ja, ist natürlich super. Aber wann wird für euch dieser sehr lokale Teil auf? #01:32:03-9#

T731 GR1-B4: Nein, aber das meine ich damit. So lokal braucht es jetzt auch nicht sein, weil das liest dann eh gar keiner mehr. Also das Bezirksblatt ist eben schon extrem lokal und das liest, also kenne ich jetzt niemanden, der das liest. #01:32:12-5#

T732 GR1-I: Also es reicht, wenn es sich auf Österreich/ #01:32:13-9#

T733 GR1-B5: Es passiert ja auch nicht reichlich genug.
#01:32:15-4#

T734 GR1-B3: Wien, Niederösterreich, also Wien-Umgebung oder so. #01:32:18-6#

T735 GR1-I: Also pro Bundesland? #01:32:20-6#

T736 GR1-B4: Ja. #01:32:21-1#

T737 GR1-B2: Ja, eventuell. #01:32:22-0#

T738 GR1-I: Okay. Dann haben wir es, oder? #01:32:27-9#

T739 GR1-I1: Mhm (bejahend). #01:32:28-3#

T740 GR1-I: Super. Dann vielen Dank das Teilnehmen. Ihr habt es geschafft. Und ihr habt keine Brötchen gegessen. Bedient euch doch noch mal. #01:32:34-7#

14.2.2 Gruppe2 (GR2-)

T741 GR2-I: Vielen Dank, dass Sie alle erschienen sind und tut mir leid, dass es jetzt ein bisschen länger gedauert hat. Also wir warten noch auf eine Dame, wir fangen jetzt aber an, vielleicht kommt sie noch. Genau, es wird auch nur neunzig Minuten dauern, keine zwei Stunden, also Sie kommen sowieso ein bisschen früher raus als gedacht. Genau, ich würde Sie kurz bitten, noch Ihren Vornamen auf den Zettel zu schreiben, also Vorname reicht. Super, danke. Also mein Name ist Stefan, ich werde heute die Gruppe moderieren, drüben sitzt mein Kollege Roman, er wird dann auch ein paar Fragen stellen, wenn Ihnen ein paar Fragen dazu einfallen, oder wir moderieren das beide zusammen. Das ist die Idee dahinter. Sie haben ja unterschrieben, die Kameras, die zeichnen das Gespräch auf, wie gesagt, wird nur intern, das heißt, keiner sonst, außer wir, haben auf die Daten Zugriff. Der Einwegspiegel, heute sitzt niemand dahinter, das heißt, wir sind sowieso ganz unter uns. Und genau, jetzt würde ich Sie einfach mal bitten, in einer kleinen Vorstellungsrunde, also Vorname, Ihr Alter, Beruf, Hobbies, sich kurz vorzustellen. #00:08:21-3#

T742 GR2-B: Hallo, mein Name ist Dominic, bin 33 Jahre alt, bin Vollzeit in der IT tätig, also Systemadministrator. Und Hobbys sind Skateboard fahren auf Turnieren und so Geschichten. #00:08:32-4#

T743 GR2-B1: Hallo, mein Name ist Marijana, ich bin gerade 32. Ich arbeite in der Buchhaltung, mache auch die Ausbildung für die Bilanzbuchhaltung. Sonst die Hobbys sind Tanzen, Freunde treffen, ja, alles. #00:08:47-7#

T744 GR2-B2: Mein Name ist Jörg, 29, in der EDV-Branche tätig. Und das Hobby Skifahren hauptsächlich. #00:08:55-4#

T745 GR2-I: Okay, solange es noch geht (unv. #00:08:56-4#)

T746 GR2-B2: Solange es noch geht, ja. #00:08:58-5#

T747 GR2-B3: Mein Name ist Dani, ich bin auch 29 und ich war jetzt zwei Jahre lang in einem Schulbuchverlag tätig und bin jetzt im Moment, mache ich meine Diplomarbeit fertig, da das gelitten hat unter der Arbeit. Also bin im Moment wieder Studentin (unv. #00:09:14-0#) genau. #00:09:15-8#

T748 GR2-I: Dankeschön. #00:09:16-1#

T749 GR2-B4: Ja hallo, ich bin der Mirzet, ich bin 31 Jahre alt, bin im Finanzbereich tätig und meine Hobbys sind Sport, Fußball. #00:09:27-6#

T750 GR2-I: Okay, super, danke. Jetzt ist wahrscheinlich gerade die andere Dame gekommen, aber wir machen trotzdem mal weiter. Genau, wir sprechen über das Thema Medien. Da würde mich eigentlich zuerst mal interessieren, welche Medien Ihnen so grundsätzlich einfach einfallen, die

Sie nutzen im tagtäglichen Bedarf. So ganz allgemein alle Medien. #00:09:50-4#

T751 GR2-B: Fernsehen. #00:09:51-4#

T752 GR2-I: Zum Beispiel. #00:09:53-2#

T753 GR2-B: Internet. #00:09:54-5#

T754 GR2-I: Internet ist dann schon allgemein was. #00:09:58-6#

T755 GR2-B: Über Smartphone, Laptop, Tablet. Eigentlich so ziemlich über alles. #00:10:05-6#

T756 GR2-I: Und das nutzen Sie auch alles tagtäglich oder? #00:10:07-3#

T757 GR2-B: Ja, meistens, das ist ja Abwechslung zur Arbeit. Das Notebook, dann Handy zwischendurch und das Tablet am Abend dann noch. #00:10:14-0#

T758 GR2-I: Okay. #00:10:19-0#

T759 GR2-B: Der Radio ist schon wieder veraltet oder? Könnte man vielleicht noch beim Autofahren. #00:10:23-4#

T760 GR2-B1: Aber es gibt ihn, oder halt am Handy. #00:10:26-4#

T761 GR2-I: Wer hört Radio hier? #00:10:26-8#

T762 GR2-B4: In der Arbeit. #00:10:29-8#

T763 GR2-B1: Ja. #00:10:32-1#

T764 GR2-I: Ja, scheint gar nicht so veraltet zu sein, Radio und Tablet ja, okay. #00:10:36-4#

T765 GR2-B3: Zeitung. #00:10:38-4#

T766 GR2-I: Zeitung, okay. Hallo, schön, dass Sie es noch geschafft haben. #00:10:41-6#

T767 GR2-B5: Hallo, Entschuldigung. #00:10:41-6#

T768 GR2-I: Nein, kein Problem. Gerne kurz Platz nehmen einfach und Namen auf den Zettel schreiben. Und ansonsten kurz schon mal anfangen, Gedanken zu machen. Wir reden gerade über das Thema Medien und welche Medien, oder welches Medium Sie so tagtäglich nutzen, was Ihnen da so einfällt. #00:10:53-7#

T769 GR2-B5: Okay. #00:10:55-7#

T770 GR2-I: Also falls Ihnen da schon was im Kopf rumschwirrt, gerne raus damit. Ansonsten, was gibt es noch? #00:11:02-3#

T771 GR2-B5: Kann ich den Stift ausborgen? #00:11:09-7#

T772 GR2-I: Was nutzen Sie im Internet so an Medien, also wo informieren Sie sich tagtäglich, also wo holen Sie Ihre Informationen her? #00:11:21-2#

T773 GR2-B3: Twitter. #00:11:19-7#

T774 GR2-I: Twitter okay. #00:11:23-1#

T775 GR2-B: Wir kommen ja eine Social Media Plattform irgendwo rein. #00:11:31-9#

T776 GR2-B1: Facebook, Instagram. Pinterest kann man das auch irgendwie? #00:11:49-4#

T777 GR2-I: Weiß ich nicht, kommen Sie da irgendwie da an Informationen? Also was für Informationen holen Sie sich

über Pinterest, das würde mich ja interessieren. #00:11:55-6#

T778 GR2-B1: Also wenn ich allgemein suche zum Beispiel. Es gibt auch von den verschiedenen Seiten, zum Beispiel von Nivea, gibt es ein Foto dazu und dann die Verlinkung zum Beispiel über ein Produkt. #00:12:12-2#

T779 GR2-I: Okay, nehme ich mit auf. #00:12:12-8#

T780 GR2-B: YouTube. #00:12:14-1#

T781 GR2-I: YouTube okay. #00:12:14-5#

T782 GR2-B: Also da sind halt die meisten Infos. #00:12:18-6#

T783 GR2-B4: Die ganzen Zeitungen im Internet. #00:12:24-8#

T784 GR2-I: Zeitungen im Internet, ja okay. Und welche nutzen Sie da so? #00:12:31-1#

T785 GR2-B4: Na ja, Standard und Heute. #00:12:40-0#

T786 GR2-I: Was noch? #00:12:46-6#

T787 GR2-B5: Presse gibt es noch. #00:12:48-2#

T788 GR2-B1: Kronenzeitung. Ich meine alle jetzt. #00:12:54-0#

T789 GR2-I: Also jetzt auch mal, nur welche Seiten Sie auch jetzt nutzen zum Beispiel. #00:13:05-9#

T790 GR2-B1: Okay. #00:13:05-1#

T791 GR2-I: Gibt es noch Zeitungen, die Sie nutzen? #00:13:07-7#

T792 GR2-B: Teilweise ist es GMX, bevor ich einlogge, sind meistens ein paar News drin und dann klicke ich mal drüber und schaue mal, was so überhaupt war und dann suche ich weiter. #00:13:18-1#

T793 GR2-I: Also so Portale in dem Sinne oder? #00:13:19-8#

T794 GR2-B: Ja, so ein Mailportal, aber ja. #00:13:26-5#

T795 GR2-I: Ist es dann, suchen Sie gezielt auf GMX auch irgendwelche Informationen, oder ist das eher so ein (unv. #00:13:38-9#)

T796 GR2-B1: Das kommt von selber. #00:13:40-5#

T797 GR2-B: Direkt auf der Startseite ist meistens so ein Banner mit News, mit fünf Top-News und (unv. #00:13:45-1#) und dann, dadurch, dass ich mich jeden Tag einlogge, schaue ich halt mal drüber was so war. #00:13:50-4#

T798 GR2-I: Dann klicken Sie auch rein und lesen das. #00:13:52-8#

T799 GR2-B: Teilweise, wenn es interessant ist. #00:13:54-9#

T800 GR2-I: Okay. Wie häufig nutzen Sie denn die verschiedenen Kanäle, wenn wir jetzt mal oben anfangen TV (unv. #00:14:01-1#)

T801 GR2-B: Gar nicht. #00:14:02-0#

T802 GR2-B3: Täglich. #00:14:06-7#

T803 GR2-B1: Täglich ja. #00:14:09-1#

T804 GR2-I: Wer nutzt das alles täglich? Und der Rest? #00:14:18-9#

T805 GR2-B: Ich habe auch keinen Fernseher, ich habe keinen Anschluss. #00:14:21-6#

T806 GR2-B3: Ich auch nicht. #00:14:30-8#

T807 GR2-I: Hiervon, welche Medien nutzen Sie hiervon, oder Kanäle täglich? Twitter täglich? #00:14:39-7#

T808 GR2-B: Also Twitter, Facebook, Instagram und YouTube, Pinterest bin ich eigentlich selten. #00:14:45-2#

T809 GR2-B3: Ja. #00:14:43-9#

T810 GR2-I: Fangen wir mal kurz oben an mit Handzeichen, wer hat Twitter, wie viel nutzen Twitter täglich oder fast täglich? (unv. #00:14:51-8#) okay. Facebook? Instagram? Pinterest? #00:15:04-1#

T811 GR2-B1: Täglich nicht, aber #00:15:04-2#

T812 GR2-I: Okay, gelegentlich. #00:15:07-6#

T813 GR2-B1: Genau. #00:15:07-9#

T814 GR2-I: Und YouTube? Online-Zeitungen oder auch Print, wie häufig lesen Sie zum Beispiel Standard? Also sei es online oder Print? #00:15:23-8#

T815 GR2-B4: Also täglich. #00:15:23-6#

T816 GR2-I: Print oder online? #00:15:25-0#

T817 GR2-B4: Online täglich. #00:15:27-4#

T818 GR2-I: Nutzen Sie alle eher Online-Zeitungen oder eher Print-Zeitungen? #00:15:31-7#

T819 GR2-B4: Sowohl als auch aber es überwiegt online. #00:15:36-4#

T820 GR2-B: Online ja. #00:15:34-7#

T821 GR2-B4: Also arbeitsbezogen nutze ich es auch in Print, also Printausgabe aber großteils online. #00:15:45-0#

T822 GR2-I: Okay? Weil es, also was wird da online bevorzugt, was ist besser? #00:15:52-5#

T823 GR2-B: Weniger Blut. #00:15:54-6#

T824 GR2-I: Ja okay. #00:15:55-8#

T825 GR2-B: Und die Informationen sind schneller vorhanden, also eine Zeitung beinhaltet alles, was jeder lesen möchte und meistens will man halt speziell etwas lesen. #00:16:04-3#

T826 GR2-I: Dann noch mal kurz mit Handzeichen, wer liest alles Standard? Okay. Heute? Presse? Krone? Und so Internetportale, das das wären zwei, drei okay. Jetzt würde mich mal interessieren, was für den täglichen Informationsbedarf, also die Informationen, die man halt wirklich irgendwie für den Tag vielleicht benötigt, oder die einen interessieren, welche Medien sind da eigentlich die relevanten. Also was nutzen Sie, um sich täglich zu informieren über was Sie jetzt interessiert, Weltgeschehen, Politik et cetera, et cetera? #00:16:50-4#

T827 GR2-B: YouTube, also wirklich YouTube, dadurch, dass ich sehr viele Kanäle auf amerikanischen Seiten

abonniert habe, sehr viel amerikanische News, weniger in Österreich. #00:17:01-9#

T828 GR2-I: Okay, welchen Kanälen folgen Sie da so? #00:17:05-6#

T829 GR2-B: Steven Cobare, dann John Oliver, dann noch #00:17:10-5#

T830 GR2-I: Sind dann, also die greifen dann so bestimmte Themen auf? #00:17:09-4#

T831 GR2-B: So Late Night-Themen, wo halt aber halt auch das Geschehen ein bisschen. Bei Cordi Strange (unv. #00:17:17-3#) Halt lauter so die ganzen Late Night-Geschichten, wo dann halt auch die Themen aufgreifen. #00:17:23-9#

T832 GR2-I: Weitere Medien, die Sie vielleicht wirklich für den täglichen Informationsbedarf nutzen? #00:17:32-3#

T833 GR2-B3: Für mich ist es Twitter. #00:17:34-5#

T834 GR2-I: Twitter? #00:17:33-0#

T835 GR2-B1: Ja. Und bei mir ist noch Facebook, weil da folge ich auch wie auf YouTube habe ich auch verschiedenen Seiten, denen ich folge und dann sehe ich auch die wichtigsten Informationen auch. #00:17:50-6#

T836 GR2-B: Und Facebook den Noah (unv. #00:17:52-0#) Channel habe ich abonniert (unv. #00:17:53-4#) da drinnen.

T837 GR2-B1: Ganz genau. #00:17:54-7#

T838 GR2-B5: Ich habe TV. #00:17:58-3#

T839 GR2-I: Also sehen Sie dann hier die Abendnachrichten, oder warum schauen Sie sich das an? #00:18:03-0#

T840 GR2-B5: Eher am Abend ja. #00:18:05-0#

T841 GR2-I: Und bei den Zeitungen, wie ist da der tägliche Informationsbedarf, also Standard, ist das für Sie eins der Medien, die Sie wirklich täglich nutzen, um sich dann auch darüber zu informieren. Erfüllt dieses Medium dann auch hier Ihr Bedürfnis, oder müssen Sie noch woanders schauen, da ein bisschen das auszudehnen quasi? #00:18:28-0#

T842 GR2-B4: Ich sage mal, wenn man mehr Fotos sehen will, dann schaut man vielleicht auf die Krone, aber grundsätzlich Standard ja. #00:18:37-4#

T843 GR2-I: Wann würde man mehr Fotos sehen wollen? #00:18:43-8#

T844 GR2-B4: Na ja, keine Ahnung, vielleicht bei irgendwelchen. #00:18:49-7#

T845 GR2-B5: Misswahlen. #00:18:51-2#

T846 GR2-B4: Ja. #00:18:53-0#

T847 GR2-B1: Oder Opernball. #00:18:59-0#

T848 GR2-I: Bei Misswahlen, ohne Bilder und hier mehr Text, aber erfüllen die verschiedenen Zeitungen dann quasi bestimmte Bedürfnisse? Also Sie haben ja gerade gesagt,

Misswahlen, also Misswahlen dann nehmen Sie die Krone oder? #00:19:09-7#

T849 GR2-B5: Die leichtere Unterhaltung hat sicher Heute und die Krone würde ich sagen. #00:19:12-9#

T850 GR2-I: Genau. #00:19:13-4#

T851 GR2-B1: Ja. #00:19:16-0#

T852 GR2-B5: Weil es dann vielleicht um was Politisches geht, oder irgendwas spezifischeres dann eher Standard. Also ich schaue eher gezielter, wenn ich was suche, wenn ein Ereignis, das was passiert ist dann eher den Standard und sonst zur Unterhaltung eher die Krone oder die Heute. #00:19:35-1#

T853 GR2-I: Können Sie mir da Beispiele nennen, also was war jetzt zum Beispiel das letzte, was Sie im Standard nachgeschaut haben aktiv? #00:19:43-4#

T854 GR2-B5: Gute Frage, da muss ich nachdenken. #00:19:47-6#

T855 GR2-I: Die anderen natürlich auch, falls Ihnen irgendwas einfällt, gerade, also es würde mich jetzt mal interessieren, wo der Unterschied quasi zum Beispiel liegt. #00:19:57-3#

T856 GR2-B4: Na ja, also ich finde, dass zum Beispiel, ich weiß das aus meiner persönlichen Erfahrung. Ich schau zum Beispiel bei der Heute schaue ich rein, wenn es irgendwie Wien-bezogen was lesen möchte, was Wien-bezogen ist. Und im Standard ist das eigentlich so eher Wirtschaftsthemen, oder politische Themen. #00:20:22-1#

T857 GR2-I: Schauen Sie da zu bestimmten Uhrzeiten rein, oder zwischendurch, oder wie ist das so bei den Onlinezeitungen bei Ihnen, gibt's da bestimmte, als quasi wie eine Art Ritual sozusagen? #00:20:38-0#

T858 GR2-B: Also so ein Morgendruck. #00:20:40-8#

T859 GR2-I: Zum Beispiel. #00:20:39-4#

T860 GR2-B: So ein Morgenkaffee, bevor man den Tag startet. #00:20:43-6#

T861 GR2-I: Also eher morgens? #00:20:46-4#

T862 GR2-B4: Morgens und mittags. #00:20:44-0#

T863 GR2-B1: Oder nach der Arbeit. #00:20:47-3#

T864 GR2-I: Also gucken Sie im Prinzip so zweimal irgendwie am Tag? #00:20:52-0#

T865 GR2-B4: Zwei- bis dreimal. #00:20:52-9#

T866 GR2-I: Zwei- bis dreimal okay. Standard oder alle ein bisschen? #00:21:00-2#

T867 GR2-B4: Sowohl als auch, also Standard (unv. #00:21:04-7#)

T868 GR2-I: Wie ist es bei den anderen? #00:21:08-0#

T869 GR2-B1: Also zum Beispiel mich interessiert Politik nicht sehr viel und deswegen bin ich beim Standard am wenigsten. Aber zum Beispiel jetzt war Opernball-Geschichte und da habe ich mir schon Fotos angeschaut

von den verschiedenen Seiten, auch Österreich-Zeitung, ja. Also je nachdem, was rauskommt, oder zum Beispiel, wenn ich auf Facebook bin und dann kommt Heute-Zeitung raus und genau das interessiert mich, dann mache ich das auch. Aber es ist halt immer unterschiedlich, ob das jetzt zur Mittagszeit ist. Aber in der Früh und nach der Arbeit meistens. #00:21:45-7#

T870 GR2-I: Gibt es da, sie hat es ja eben schon gesagt, Wirtschaft, Politik und hier ist dann eher Wien-bezogen, oder auch hier dann eher, wenn große Events sind, so gesellschaftliche Events. Also was sind so die Ressourcen, die Sie hier am meisten interessieren in den Zeitungen, das würde mich einfach interessieren. Also was schauen Sie da am häufigsten nach, allgemein, was Sie am meisten interessiert, wenn Sie in Online-Zeitungen schauen? #00:22:14-3#

T871 GR2-B: Meistens Politik. #00:22:16-7#

T872 GR2-I: Meistens Politik, okay. #00:22:17-0#

T873 GR2-B: Ja, wenn man irgendwie sieht, okay, war irgendwas wie das Karfreitag Zeugs? Will man halt ein bisschen nachlesen, worum es überhaupt geht. #00:22:29-5#

T874 GR2-I: Ist das etwas, wo Sie auch mit Freunden so drüber reden, also die Information, die Sie in der Zeitung zum Beispiel lesen, reden Sie mit Freunden drüber? #00:22:35-6#

T875 GR2-B: Ja, was halt so passiert. #00:22:40-3#

T876 GR2-I: Oder mit Kollegen natürlich auch? #00:22:41-0#

T877 GR2-B: Mit Arbeitskollegen halt meistens, wenn wir draußen eine rauchen. #00:22:47-3#

T878 GR2-I: Gibt es da etwas, wo die Zeitung vielleicht das Bedürfnis nicht erfüllt an Informationsgehalt, irgendwie, wo Sie irgendwas vermissen? #00:22:58-5#

T879 GR2-B: Die Hand, also die physische Zeitung. #00:22:59-2#

T880 GR2-I: Egal kann auch online sein, also irgendwie, wo Sie sagen, nein, die Zeitung. Ich muss mich noch irgendwo anders informieren so ungefähr, wie Sie bei YouTube zum Beispiel? #00:23:05-9#

T881 GR2-B: Ach so. Ja, das ist für mich halt wie es gerade in Amerika ausschaut. Weil es mich halt interessiert. #00:23:14-2#

T882 GR2-I: Okay, es ist etwas, was die Zeitung irgendwie updaten. #00:23:17-4#

T883 GR2-B: Ja genau. #00:23:18-5#

T884 GR2-I: Generell, also gibt es gar keine Zeitung, die das Bedürfnis? #00:23:22-7#

T885 GR2-B: Doch, doch, also es ist halt, weil der Humorfaktor schon fehlt und das andere ist halt ein visuelles

Medium zum Lesen, vielleicht hat man kurz keine Zeit zum Lesen und dann fasst man es halt schön zusammen in Sprache irgendwie. Das ist der große Unterschied, warum wir überhaupt YouTube oder die kleinen Videos auf Facebook von Rolf mit den hundert Sekunden oder so etwas einmal durchrauschen. Schaut man sich kurz an die News, was sie halt im Parlament so dahinquatschen. #00:23:56-4#
T886 GR2-I: Reichen die Informationen dann in diesen hundert Sekunden, um irgendwie auch mitreden zu können? #00:24:02-7#

T887 GR2-B: Ja, doch, man kann sich ja selber eine Meinung bilden dazu, in welche Richtung man steht. Und das ist meistens gut, also von der ORF selber, also die Facebook-Posts. #00:24:10-5#

T888 GR2-I: ORF wir haben jetzt zum Beispiel noch gar nicht das ORF irgendwie, ein Kanal, den Sie oft nutzen sowas? #00:24:14-9#

T889 GR2-B: Ja Facebook ja, also da sehe ich oft News an und dann interessiere ich mich dafür, aber meistens fällt das gar nicht ins Geschehen rein. #00:24:26-9#

T890 GR2-B3: Also, der ORF bei mir ist, wenn irgendwas in Wien jetzt passiert, was man hört, zum Beispiel, wo das war, wo die Bank überfallen worden ist und der ist auf dem Rad geflüchtet. Und dann schaue ich auf ORF.at halt rein, weil es da immer upgedatet wird, was es Neues gibt so, aber auch nur für Wien-spezifische Sachen meistens, oder wenn irgendwas größeres gerade Aktuelles ist. #00:24:49-6#

T891 GR2-I: Macht der ORF das besser als die Online-Zeitung? #00:24:51-3#

T892 GR2-B3: Ja, weil ich finde, bei denen ist es immer dann gleich auf der Startseite aktualisiert und immer diese Hauptstory und dann muss ich das dann erst suchen. Also die Zeitungen, Wiener Zeitungen lese ich eher, weil ich einfach halt die Zeitung lese und nicht, weil ich was Bestimmtes wissen möchte jetzt genau, also so ist es halt für mich. #00:25:16-4#

T893 GR2-I: Dieser Informationsfluss, den man bekommt, ist das eigentlich mehr ein Suchen, oder ist das eher ein Bekommen? Also wie gehen Sie da vor. Wie gehen Sie da auf die Artikel ein, die Sie zum Beispiel lesen? Ist das eher etwas, Sie scrollen da durch und sehen, oh, das interessiert mich, oder sagen Sie sich, ich weiß nicht, Karfreitag, das finde ich jetzt irgendwie spannend, ich suche mal auf Standard, was ich dazu finde? Wie ist das bei Ihnen? Also es geht mir gerade darum, ist das eher ein Suchen, oder ein, ja, gesucht bekommen quasi. Ist das Sie das zugespielt bekommen. #00:25:58-0#

T894 GR2-B: Eher ein Gesucht bekommen. #00:26:01-0#

T895 GR2-B5: Ja. #00:26:00-9#

T896 GR2-B: Eher so, dass man es halt im Post sieht. Irgendwie so speziell dafür. #00:26:07-3#

T897 GR2-B5: Es gibt ja beim Handy, wenn man da im Startmenue anklickst, wischt, hast du auf einmal diese Schlagzeilen von verschiedenen, da ist das nach nicht auch oft dabei. Und das ist eigentlich, kriegt man auch so schön serviert, also die drei besten Schlagzeilen eigentlich. #00:26:23-6#

T898 GR2-I: Okay, also es ist dann, ich weiß gar nicht, wie heißt denn das, bei Samsung heißt das Up-Day oder sowas und Apple New News irgendwie? #00:26:31-8#

T899 GR2-B5: Weiß nicht wie das heißt, ob das einen Namen hat. #00:26:32-3#

T900 GR2-I: Ja okay, aber auf jeden Fall, dass da diese verschiedenen Zeitungen quasi einen schon mit den Top News vorgelistet werden? #00:26:39-6#

T901 GR2-B5: Genau. #00:26:38-1#

T902 GR2-I: Okay, passt. Hast du noch irgendwelche Fragen? #00:26:44-3#

T903 GR2-I1: Nein. #00:26:47-3#

T904 GR2-I: Dann würden wir jetzt kurz mal ein paar Zeitungen austeilten. #00:26:51-7#

T905 GR2-I1: Kurz vielleicht noch, Michaela? #00:26:53-5#

T906 GR2-B5: Ja? #00:26:53-5#

T907 GR2-I1: Magst du dich noch vorstellen, es war vorher eine Vorstellungsrunde. #00:26:55-9#

T908 GR2-I: Genau, also einfach kurz einmal Vornamen Michaela, ja dann Alter, Beruf, Hobbys. #00:27:01-9#

T909 GR2-B5: Gerne. Ich bin 30 und arbeite bei der AUA als Flugbegleiterin und mache gern Musik und singe, ja. #00:27:12-7#

T910 GR2-I: Super, Dankeschön. #00:27:12-2#

T911 GR2-B5: Bitte. #00:27:14-3#

T912 GR2-I: Jetzt habe ich mal ein Bild. Super, genau. Also wir haben jetzt hier ein paar Tageszeitungen, das sind auch unterschiedliche. Also die können Sie mal genau, einfach alle mal ein paar nehmen, die Sie möchten. So da haben wir jetzt die Krone, Österreich haben wir noch, also je nachdem. Und da würde ich Sie jetzt bitten, einfach mal vorzukramen, ja durchzuschauen. Nehmen Sie sich ruhig ein bisschen Zeit. Wenn Sie irgendwas Interessantes sehen, was Sie gerne lesen möchten, lesen Sie es gerne. Danach würden wir einmal kurz drüber sprechen. (490). #00:27:14-3#

T913 GR2-I: Haben sich alle einen Einblick verschafft? Genau, dann würde mich jetzt eigentlich mal interessieren. Wenn es jetzt irgendeinen Bericht gab, den Sie jetzt, ich glaube Sie haben alle irgendetwas gerade ein bisschen intensiver gelesen. Welcher Bericht das war, den Sie jetzt intensiver da gelesen haben, also worum es geht. Können ja mal drei Gruppen machen. #00:35:44-6#

T914 GR2-B: Ja, ein Papamonat das 220 abgelehnt worden sind von zehntausend. Aber das war so nichtssagend halt #00:35:50-4#

T915 GR2-I: Okay, gehen wir gleich nochmal drauf ein okay. #00:35:54-6#

T916 GR2-B: Ja. #00:35:56-8#

T917 GR2-B1: Wo ich stehengeblieben bin ist bei dem einen Tierquäler. Also mit dem Malteser Hund, da wollte ich noch wissen, was passiert ist. Und eben bei dem Tod von Luke Perry und Prodigy Star. #00:36:18-2#

T918 GR2-I: Okay. #00:36:19-9#

T919 GR2-B2: Also ich bin auch stehengeblieben bei einem Hundequäler, weil ich wissen wollte, weil da waren noch Fotos dabei von dem Video, was ich noch nie gesehen habe. Also das hat nie, wo es mal ein kleines war, aber mehr Information als woanders. Und dann bin ich stehengeblieben bei der Daily Pleite, also der Schleckerübernahme, dass die irgendwie angeklagt wird, das habe ich gelesen. Und was war? Ah und das mit dem ORF, das mit Dänemark, dass sie das Modell da einführen wollen, weil Dänemark keine Lizenzen, also diese GIS da nicht mehr gibt. #00:36:52-2#

T920 GR2-I: Okay. #00:36:52-5#

T921 GR2-B1: Und noch vorher bei Gesundheit bin ich stehen geblieben #00:36:53-4#

T922 GR2-I: Was war Thema da? #00:36:56-9#

T923 GR2-B1: Das war Pollenallergie, dass das schon jetzt beginnt, das hat mich auch interessiert. #00:37:00-8#

T924 GR2-I: Alles klar. #00:37:03-3#

T925 GR2-B5: Ich bin auch bei der Hundegeschichte stehen geblieben, aber bei der wo der Hund ertrunken ist. Gismo ist ertrunken. #00:37:11-4#

T926 GR2-I: Gibt es da mehrere Hundegeschichten? #00:37:13-7#

T927 GR2-B5: Ja, es gibt mehrere Hundegeschichten. #00:37:15-1#

T928 GR2-I: Okay. Alles klar. Noch irgendetwas, auch ein Artikel oder? #00:37:19-5#

T929 GR2-B5: Ah ja, auch bei dem Tod vom Beverly Hills-Schauspieler, der da gestorben ist und bei dem Sänger von The Prodigy. #00:37:32-5#

T930 GR2-B3: Bei mir war es auch der Papa Monat, vor allem weil das halt reicht weit vorne drin ist und man dort, denke ich, immer ein bisschen intensiver schaut. Und das mit dem Hund habe ich jetzt zum Schluss noch gelesen, weil ich schon fertig war und auf der Titelseite eh schon alles steht, was ich wissen muss, dass es dem Hund wieder gut geht. Drinnen wäre es mir jetzt gar nicht auf-, also da habe ich drüber geblättert. Aber da habe ich es jetzt, weil es da gestanden ist. #00:37:56-9#

T931 GR2-I: Okay. #00:37:56-4#

T932 GR2-B4: Also am intensivsten habe ich mich mit dem Thema (unv. #00:37:58-8#) auseinandergesetzt. Und dann noch eben Krise in Venezuela und dann zum Schluss noch ein bisschen Sport habe ich gelesen. #00:38:09-5#

T933 GR2-I: Okay, alles klar. Genau, Dominik hat es gerade schon gesagt, Sie fanden es ein bisschen oberflächlich oder? Oder nicht? #00:38:17-3#

T934 GR2-B: Ja, nichtssagend, (unv. #00:38:18-3#) 220. Aber wenn schon drinsteht, die sind abgelehnt worden halt, aber sie können keine Gründe nennen. #00:38:28-0#

T935 GR2-I: Okay, also irgendwie fehlt da ein bisschen die Information. Wie würden Sie sonst die Artikel beschreiben, die Sie gelesen haben? #00:38:35-9#

T936 GR2-B5: Es ist so, dass man es gleich wieder vergisst, außer dass irgendwas mit einem Hund war. Es ist halt wenig Hintergrundinformation, es sind Bilder und leicht verständlicher Text, aber nichts, was jetzt also wenig, was das Weltgeschehen jetzt wirklich beschreiben würde, sage ich jetzt einmal. #00:38:57-2#

T937 GR2-I: Okay. Sehen das alle so? #00:39:00-9#

T938 GR2-B3: Ja. So bei Ausland generell, da lese ich immer gern drüber und da lese ich wirklich nur die Headline und dann ist fettgedruckt, wo es passiert ist, aber mehr brauche ich nicht lesen, weil das gibt mir nicht mehr Info, was da drinsteht, als wie was in der Headline steht, ja. #00:39:16-3#

T939 GR2-I: Liegt das jetzt an Österreich und der Krone. #00:39:17-5#

T940 GR2-B3: Ziemlich sicher ja. #00:39:17-3#

T941 GR2-I: Okay, also in einer anderen Zeitung würde da jetzt mehr stehen. #00:39:21-7#

T942 GR2-B3: Normal schon. #00:39:19-6#

T943 GR2-B: Schon große Bilder sinds #00:39:26-4#

T944 GR2-B3: Ja. #00:39:26-5#

T945 GR2-I: Jörg, Sie hatten irgendwie gesagt, dass Sie da ein Bild von dem Video gesehen haben, was Sie sonst oder, sollte man? #00:39:33-7#

T946 GR2-B2: Von diesem Hundequäler? #00:39:35-9#

T947 GR2-I: Genau, das hatten Sie sonst auch noch nirgends gesehen? #00:39:38-6#

T948 GR2-B2: Ja. #00:39:38-0#

T949 GR2-I: Das heißt, hat die Ihnen da jetzt irgendwie, gab es jetzt einen Mehrwert, was hatten Sie, Österreich oder die Krone? #00:39:42-1#

T950 GR2-B2: Österreich. #00:39:43-5#

T951 GR2-I: Österreich. Also ist das etwas, wo Österreich jetzt irgendwie einen anderen Mehrwert bietet, als zum Beispiel Standard? #00:39:48-7#

T952 GR2-B2: Na ja, dieses eine Foto macht das jetzt nicht, den Braten auch nicht fett. #00:39:52-3#

T953 GR2-I: Okay. Aber wie würden Sie den Inhalt überhaupt beschreiben, jetzt von der Aufmachung her? #00:40:00-3#

T954 GR2-B2: Ach so, inhaltsmäßig habe ich es schon interessant gefunden, zum Beispiel den Artikel über Dänemark, also das wusste ich gar nicht, dass das Thema überhaupt ist. Und informativ an sich habe ich es auch gefunden, weil ich gar nicht wusste, dass Dänemark das ganz abgeschafft hat und trotzdem also immer noch profitabel ist, also in der Hinsicht habe ich das schon interessant gefunden. #00:40:20-6#

T955 GR2-I: Hat das jetzt noch mehr Fragen aufgeworfen, oder sind jetzt quasi im Prinzip alle Fragen mit dem Artikel abgedeckt? #00:40:26-2#

T956 GR2-B2: Also wenn es in Österreich sich die Regierung darum kümmert, also das wäre schon mal ein Anfang. #00:40:32-2#

T957 GR2-I: Aber auch vom Artikel her, vom Inhalt des Artikels? Also hätten Sie jetzt noch irgendwelche Fragen? #00:40:32-4#

T958 GR2-B2: Also bis jetzt nicht. Wie gesagt, also wenn der Artikel nicht dringestanden wäre, hätte ich das glaube ich nie erfahren, dieses Dänemarksystem. #00:40:48-4#

T959 GR2-B1: Genau das habe ich auch durchgelesen und ich habe mir auch gedacht, passiert jetzt was mit dem GIS hier oder nicht, also das ist die einzige Frage, aber sonst. Es ist schon interessant, dass man weiß, dass man dort abgeschafft hat und trotzdem alles weiterläuft. #00:41:01-4#

T960 GR2-I: Der Staat noch existiert ja. Alles klar. Okay. Wie ist es bei Ihnen, wie stehen Sie zum Inhalt von der Krone? Also was haben Sie so mitbekommen, wie hat es Ihnen gefallen? #00:41:16-0#

T961 GR2-B4: Ich würde sagen kurz und gebannt. Ein grober Überblick, halt jetzt nicht so ins Detail, aber ich denke, es ist für Otto Normalverbraucher ausreichend, weil wenn man genaue Infos will, dann holt man sich anderswo, denke ich einmal. #00:41:34-0#

T962 GR2-I: Also ist das jetzt so ein bisschen der Einstieg gewesen, oder wo würden Sie dann zum nächsten Schritt quasi ausholen, um die Information zu bekommen? #00:41:44-0#

T963 GR2-B4: Vielleicht über Google diverse Infos irgendwie einholen. #00:41:51-0#

T964 GR2-I: Machen die anderen das auch, wenn Sie weitere so einfach in Google eingeben. #00:41:57-7#

T965 GR2-B: Ja, auf jeden Fall über Google, also über Cyber, dann findet man gleich den Artikel. #00:42:03-3#

T966 GR2-I: Wissen Sie, wenn Sie das das letzte Mal gemacht haben zur (unv. #00:42:09-0#) das ist aber

spannend. Also würden Sie jetzt zum Beispiel Jörg, wenn Sie jetzt anfangen Dänemark Gis zu googeln? #00:42:21-6#

T967 GR2-B2: Nein ich denke nicht, ich denke nicht nein. Erst wenn sich dieses Thema in der Politik mehr vertiefen würde, aber davon, dass ich jetzt persönlich davon ausgehe, dass das sowieso nichts wird. #00:42:31-9#

T968 GR2-I1: Eine Frage, hätte ich noch zu dem Hundartikel. Würden Sie dann quasi versuchen, das Video zu finden, oder zu sehen? #00:42:41-2#

T969 GR2-B2: Ich glaube nicht, das wäre mir zu harter Tobak. #00:42:43-6#

T970 GR2-I1: Okay gut. #00:42:47-6#

T971 GR2-I: Aber was hat Sie denn jetzt interessiert daran, dass dieses Bild gezeigt wurde als das Video lief? #00:42:54-1#

T972 GR2-B2: Na dass Österreich doch an diese Quelle zumindest gekommen ist, auch wenn es nur ein kleines Bild ist, aber dass dieses Video anscheinend doch sehr verbreitet sein muss, ich dachte es war nur so ein Video, also es ist existent, ja, aber dass sogar die Medien dann dran kommen in so kurzer Zeit, ist auf der einen Seite ein wenig sogar erschreckend. #00:43:15-3#

T973 GR2-I: Wieso, was ist daran erschreckend? #00:43:17-5#

T974 GR2-B2: Nein, dass das Video doch in seinen Umlauf geht, weil das hat mir nur, weil das jetzt die Österreich hat, es sind nicht viele verschiedene Menschen, also nicht Medien auch bestimmt, dass man das sehenswert findet überhaupt, das erschreckt mich. #00:43:33-7#

T975 GR2-I: Gab es auch Artikel, die jetzt irgendwie weniger interessant waren so beim Durchblättern, wo Sie einfach dachten so, oder was Ihnen auch im Gedächtnis geblieben ist, was natürlich jetzt weniger interessant ist, aber wo Sie gedacht haben, dass Sie da irgendwie Überschriften lesen? #00:43:46-2#

T976 GR2-B2: Also bei mir war es definitiv dieses Faschingsding, das war A4-Seite und aber total uninteressant. #00:43:54-6#

T977 GR2-B3: Voll. #00:43:53-4#

T978 GR2-B4: Society überhaupt. #00:43:57-0#

T979 GR2-I: Was war denn falsch, also warum ist das Faschingsthema so uninteressant? #00:44:00-2#

T980 GR2-B3: Ist eh jedes Jahr das gleiche. #00:44:02-3#

T981 GR2-B2: Es kommt eh wieder. #00:44:05-5#

T982 GR2-B: Das Vermummungs-Verbot ist abgeschafft worden, habe ich nur so in der Überschrift gelesen.

Vermummungsverbot ist aufgehoben. Deswegen bin ich auch (unv. #00:44:18-7#). Sind so sinnfreie Artikel, wo man normalerweise drüberscrollt. #00:44:24-1#

T983 GR2-I: Okay, das war jetzt Ihre ganze Papierseite. #00:44:26-8#

T984 GR2-B: Es war doch so ein großes Stück davon, fast eine ganze Seite so. #00:44:32-8#

T985 GR2-I: Sie meinen Society? #00:44:32-3#

T986 GR2-B4: Ja, vor allem die ganzen Inserate davon, ist alles zu viel, wo Leute was anbieten oder suchen, das überfliege ich auch. Ich meine, heutzutage nutze ich wenn dann Ebay oder solche Sachen. #00:44:46-8#

T987 GR2-I: Okay. Also diese Seite (unv. #00:44:48-0#)

T988 GR2-B4: Stellenanzeigen oder solche Sachen. #00:44:51-0#

T989 GR2-B: Ja, es gibt irgendwie so ein das habe ich mir auch gedacht, also die ganzen Portale, ein Wetterbericht ist drin, dann sind eben so Inserate, also: Will haben. Auf meinem Handy habe ich normalerweise den Wetterbericht drauf und das ist also #00:45:05-8#

T990 GR2-B4: Genau. #00:45:05-8#

T991 GR2-B: Und dann habe ich eine Zeitung in der Hand, ich interessiere mich überhaupt nicht was im Sport los ist. Und dann habe ich gesagt, okay, hätte ich mir vier Seiten da erspart, dann hätte ich vier Seiten weniger. Also das ist für alle so zusammengepackt worden, dass halt jeder ein bisschen was lesen kann, aber es ist halt dementsprechend uninteressant. Weil alle kleine Fetzen finden. #00:45:28-9#

T992 GR2-I: Okay, also würden sich dann eher, Sie suchen sich dann Ihre Sachen zusammen, die Sie interessieren und okay. Ist deswegen einfach das Printformat uninteressant? #00:45:36-7#

T993 GR2-B: Ja, genau, weil wenn ich die detaillierte Information habe, dann habe ich sie sowieso in einem gescheiterten Artikel. Nicht nur in der Überschrift mit ein bisschen mehr Worten die da drinnen stehen. Okay, das ist teilweise wirklich Kronenzeitung und Heute, und die Österreich nicht so gutgeschrieben, deswegen nein, wenn man den Artikel liest, dann hat man auch ein bisschen mehr Informationen, kann von dort vielleicht im Internet gleich schon weitergehen, hey, was war denn da eigentlich genau los, wenn es einen wirklich interessiert? #00:46:08-9#

T994 GR2-I: Würde es irgendwie einen Service geben so wie Wetterbericht oder irgendwas in der Art, der eine Zeitungen liefern könnte, der für Sie interessant wäre? Also? Okay. #00:46:16-8#

T995 GR2-B: Mhm (verneinend) Gerade dadurch, dass ich bin eher mehr Information, als ich eigentlich brauche und nicht aktuell. Sie ist nie so aktuell, wie irgendetwas was im Internet steht #00:46:25-1#

T996 GR2-I: Und im Internet würden Sie jetzt dann auch nicht auf der Kronenseite schauen. Okay. #00:46:33-1#

T997 GR2-B: Also durchblättern, weil die Texte irgendwie einfach teilweise schlecht geschrieben sind, also im Gegensatz zum Standardartikel, der ist wesentlich detaillierter und umfasst er halt anspruchsvolle Wörter #00:46:49-6#

T998 GR2-I: Sind aber die Sachen glaubhaft, die jetzt in der Krone und der Österreich stehen? #00:46:56-6#

T999 GR2-B: Sie sind halt schon sehr polarisierend in irgendeiner Form. Okay, man kann nicht nur irgendwie den, ich weiß nicht, ob ich es gelesen habe, diesen Hundemisshandler kann man Scheiße finden ist eh klar, aber eine neue Regierung in Nicaragua oder wo das ist, nein in Venezuela. #00:47:14-7#

T1000 GR2-B4: Venezuela #00:47:15-1#

T1001 GR2-B: Okay, da kann man dann halt schon irgendwie so neutral bleiben, so okay, ist gut, schlecht. Wenn es positive Nachteile, dann reicht es, wenn dann im Artikel so da passiert halt was, sondern okay, was passiert, wer war vorher da, wer kommt dann. #00:47:30-7#

T1002 GR2-I: Ja, also Sie haben den Artikel ja gelesen, wie kam er Ihnen vor? Also wie war dann die Information dann aufbereitet? #00:47:38-4#

T1003 GR2-B4: Ja, also wie gesagt, kurz und prägnant, aber es wird schon noch so irgendwie dargestellt quasi, die einen sind die Bösen, die anderen sind die Guten, also es kommt es wirklich so rüber. Der eine Präsident, also der Quasi-Präsident, der von Amerika unterstützt wird, der aktuelle Präsident, der Manduro, der von den Russen unterstützt wird und es wird dann wieder so quasi dargestellt, eher so ein kalter Krieg wieder. #00:48:07-9#

T1004 GR2-I: Okay. Machen die anderen Zeitungen das auch, oder ist das jetzt auch gerade wieder eher so eine Krone Österreich-Geschichte? #00:48:14-9#

T1005 GR2-B3: Na ja, die Heute zum Beispiel schon noch auch. Also so auf der Schiene täte ich sagen. Aber alles, was ein bisschen hochwertiger ist, macht es weniger. Also natürlich gibt es dann gern so, der Standard schlägt natürlich dann eher wieder oft in diese linke Seite um. Und man merkt schon auch die Meinung, die sie haben, aber es ist einfach besser dargestellt. Aber es wäre jetzt nicht in dem Fall, war es jetzt so, gerade letztens habe ich sie mal gesehen im Vorbeigehen und dann heißt es: Terroranschläge an Schule in Wien, das sind schon so Schlagzeilen, mehr habe ich es dann, das nehme ich dann nicht wirklich ernst, was die mir sagen, auch wenn es faktisch vielleicht natürlich jetzt nicht völlig erfunden ist, aber da weiß ich von vornherein, da muss ich ein bisschen hinterfragen, was die mir sagen. #00:49:01-1#

T1006 GR2-I: Warum haben Sie das Gefühl, dass Sie jetzt bei der Standard oder so, oder bei, wie sie es gesagt haben,

höherwertigen Zeitung nicht hinterfragen müssen, also woher kommt dann da die Authentizität? #00:49:13-0#

T1007 GR2-B3: Weil ich das Gefühl habe, dass mir die Fakten neutraler präsentiert werden. #00:49:17-5#

T1008 GR2-I: Okay. #00:49:19-3#

T1009 GR2-B3: Was dann manche oft ein bisschen als langweilig empfinden und darum lesen ja einige einfach nicht gern Zeitung, wie den Standard oder die Presse oder so, was ich auch verstehe. Aber es ist halt, also da habe ich einfach das Gefühl, das ist neutraler für mich und ja. #00:49:35-4#

T1010 GR2-B5: Ja, es wird auch weiter ausgeholt. #00:49:37-7#

T1011 GR2-B3: Genau. #00:49:37-7#

T1012 GR2-B5: Es steht mehr Text und mehr Hintergrundinformation meistens dabei, dass man sich ein bisschen ein Blick auch machen kann, was davor passiert ist, oder ja. #00:49:49-7#

T1013 GR2-B3: Ich denke, es ist ja nicht für alles notwendig. Also ich finde es gerade bei den Auslandsgeschichten in der Krone immer, wenn da steht, ja in Amerika hat ein Husky ein Kind gebissen, ist dagestanden. Okay, da muss ich jetzt nicht einen Zweiseiten-Artikel darüber lesen, warum, okay, ist passiert, ist schlimm und außerdem ist es ja wieder okay, das hinterfrage ich jetzt auch nicht so. Aber bei größeren Artikeln hätte ich halt auch gern sehr neutral und mit ein bisschen Hintergrund, wie du sagst präsentiert. #00:50:19-8#

T1014 GR2-I1: Und was sind so Themen, wo Sie sich ein bisschen mehr Infos wünschen, also Venezuela wäre das zum Beispiel ein Thema, wo Sie sagen, okay, das interessiert mich jetzt so, dass ich gleich mehr sein könnte. #00:50:30-3#

T1015 GR2-B3: Aber ich habe den Venezuela-Artikel jetzt nicht gelesen, deswegen weiß ich gar nicht, was die jetzt, da bin ich wirklich drüber. #00:50:37-5#

T1016 GR2-I1: Bei den anderen, wäre das so ein Thema, wo Sie sagen, das würde mich jetzt so interessieren? #00:50:43-1#

T1017 GR2-B: Also ich hätte nicht drübergelesen, wenn ich gesehen hätte, dass der Text irgendwie in der Größe sei (unv. #00:50:49-2#) #00:50:49-6#

T1018 GR2-I1: Also da müsste der Text einfach größer sein? #00:50:51-5#

T1019 GR2-B: Ja, genau müsste ein bisschen mehr drin sein, weniger Schlagworte. #00:50:56-5#

T1020 GR2-I: Damit Sie das Gefühl haben, da steht auch wirklich was drin? #00:50:56-6#

T1021 GR2-B: Ja, genau. So ein riesen Bild und so ein kleiner Text, kann nicht wirklich viel Inhalt drin sein. #00:51:07-1#

T1022 GR2-I: Gut, dann würde ich Sie einmal kurz bitten. Ich verteile jetzt mal was, können Sie die einfach durchreichen? Dann hoffen wir, dass die Stifte auch alle funktionieren. Ich würde Sie bitten, also ich werde jetzt einfach, genau ein paar Eigenschaften vorlesen. Ich würde Sie bitten diese Eigenschaften dem klassischen Zeitungsleser, der Zeitung, die Sie vorliegen hatten zuzuordnen. Also schreiben Sie einfach erstmal oben drüber, welche Zeitung Sie gerade hatten. Ich würde Sie bitten, ich fange jetzt mal mit Geschlecht an, wie sieht der typische, oder was ist der stereotypische Leser der Zeitung, die Sie hatten, welches Geschlecht hat der? Gibt es da ein Bild? #00:52:09-4#

T1023 GR2-B5: Muss man sich immer für eins entscheiden, oder kann man hinschreiben. #00:52:09-5#

T1024 GR2-I: Nein, muss man sich nicht. Also Geschlecht kann natürlich auch gerne beides sein. Wie sieht die aus, welches Geschlecht hat die Person, der klassische Krone-Leser, oder die klassische Krone-Leserin, oder Österreich-Leserin? Wie alt ist diese Person? #00:52:32-3#

T1025 GR2-B2: Von bis oder genaue Zahl? #00:52:36-7#

T1026 GR2-I: Gerne genaues Alter, oder zumindest nicht mehr als ein, zwei Jahre soll die Range sein. Woran ist diese Person interessiert, was liest so in diesen Zeitungen, was ist so das erste, was sie aufschlägt? Oder worüber informiert sie sich über andere Medien, also was schaut sie im Fernsehen? Was sind so ihre Interessen? Vielleicht auch noch welche Medien nutzt sie sonst noch? Gibt es bestimmte Kanäle, über die diese Person sich Informationen holt? Was hat sie für Charaktereigenschaften, wie würden Freunde sie beschreiben? Was macht diese Person gern in ihrer Freizeit, was hat sie für Hobbys? Was für Kleidung trägt die Person, wie sieht sie aus? Hat diese Person ein Auto, oder fährt sie irgendwie mit öffentlichen Verkehrsmitteln? Wenn sie ein Auto hat, welche Marke ist das Auto? Modell? Wenn sie soweit sind, dann passt das, dann würde ich Sie bitten, einmal kurz die Person mit uns zu teilen, die Sie notiert haben. #00:57:00-7#

T1027 GR2-B4: Also Geschlecht sowohl männlich, als auch weiblich. Alter würde ich um die 40 schätzen. Interessen würde ich sagen, das Inlandgeschehen fokussiert auch das. Und die Person, zumindest habe ich das oft gesehen, auch in diversen Kaffeehäusern sitzen sie mit dem Kaffee und Glas Wasser und der Krone (unv. #00:57:31-1#) Person. Charaktereigenschaften, würde ich sagen, eher gemütlich, Otto Normalverbraucher okay? Freizeit, Hobbys: Ja, generell fortgehen, Freunde treffen. Bei der Kleidung Alltagskleidung, Hose, Jeans und T-Shirt und Autos oder Öffis, also sowohl als auch. Beim Auto würde ich VW tendieren. #00:57:59-7#

T1028 GR2-I: Was macht die Person dann mit ihren Freunden, wenn die sie trifft? #00:58:03-1#

T1029 GR2-B4: Sich austauschen Alltagsthemen. #00:58:09-8#

T1030 GR2-I: Ist das dann, was Sie in der Zeitung lesen, oder einfach, was Sie selbst so erlebt haben? #00:58:11-5#

T1031 GR2-B4: Teils, teils, sowohl als auch. #00:58:14-1#

T1032 GR2-I: Okay, Dankeschön. #00:58:17-1#

T1033 GR2-B3: Also bei mir ist es auch sowohl männlich als auch weiblich. Ich habe jetzt vom Alter 50 hingeschrieben, weil ich es schwierig finde, weil ich finde von 40 bis 70, ich hätte so alles reingegeben. Interesse eben Österreich hauptsächlich und der Sport eventuell. Andere Portale oder Quellen, die sie nutzen sind Fernsehen, oder eben so Portale wie GMX oder Ö24.at, oder das Radio noch. Charaktereigenschaften eher gesellige Menschen und Hobbys, ich weiß nicht, Fernsehen, aber auch so Sport. Und Kleidung eher bequeme, funktionale Kleidung und ich hätte auch gesagt, dass sie Autofahren und VW fahren. Wobei ich muss ganz ehrlich dazu sagen, dass es für mich ein bisschen schwierig ist, weil ich komme aus Tirol, wie man wahrscheinlich hört und ich kenne in Wien keine Krone-Zeitungsleser. Also weil ich ja zum Studieren hergekommen bin und von (unv. #00:59:29-4#) liest das jetzt niemand und da haben wir ganze Familie, sind aber alle Zeitungsleser, von meiner Mama bis zu meinem Opa und Öffis gibt es bei uns nicht und deswegen ist das für mich schon ein bisschen eingeschränkt also ja. #00:59:41-6#

T1034 GR2-I: Genau, Sie hatten gesagt gesellig, wie ist diese Person dann, wenn sie gesellig ist, geht sie auf Leute zu, oder ist sie einfach, wenn sie angesprochen wird, dann ist sie gesellig? #00:59:51-9#

T1035 GR2-B3: Ja, schon. Weil es einfach für mich so ein Dorf-Ding ist, so Krone-Zeitung, das ist irgendwie so (unv. #00:59:58-0#)

T1036 GR2-I: Also Sie kennen auch viele Leute einfach? Oder wie? #00:59:59-5#

T1037 GR2-B3: Ja genauso. Aber das ist halt wahrscheinlich persönlich so geprägt. #01:00:04-8#

T1038 GR2-I: Super. Danke. #01:00:06-6#

T1039 GR2-B5: Ich habe Österreich gehabt, habe ich auch geschrieben männlich und weiblich, eher jünger 25, Interessen sind Sport und Fußball. Und die Informationsquellen: Fernsehen, Facebook. Charaktereigenschaften auch gesellig und heimatbezogen, eher laut. Und Hobbys in die Kneipe gehen, Essen, Einkaufen, Fußball. Kleidung: Durchschnittlich bekleidet auch mit Jeans. Auto, eher kein Auto und wenn ja VW. #01:00:44-9#

T1040 GR2-I: Alles klar, Dankeschön. #01:00:49-6#

T1041 GR2-B2: Also für mich wäre die Person männlich, also sowohl männlich als auch weiblich, um die 36.

Ereignisse eher im Inland, was interessant für die Person wäre, die anderen Informationsquellen wären TV und Internet. Beschreibe würde ich die Person liebevoll und gemütlich. Hobbys Fußball logischerweise und Ski. Und klamottenmäßig eher sportlich, einfach und Verkehrsmittel eher die Öffis, also Auto eher nicht, sondern öffentlich.

#01:01:22-1#

T1042 GR2-I: Okay, alles klar, Super, Dankeschön.

#01:01:25-6#

T1043 GR2-B1: Bei mir war auch weiblich oder männlich, das war bei mir auch egal. Alter 25 bis 30, eher so Student. Und ich habe auch gleich am Anfang geschrieben Öffentliche, also jemand, der öffentlich fährt, weil eben Österreich und Heute-Zeitung sind ja immer gratis und jeder nimmt das mit. Also prinzipiell allgemeines Wissen über unterschiedliche Artikel, also nicht speziell auf Themen bezogen, weil das eben eine Gratiszeitung ist, die anderen Portale habe ich noch Facebook, Instagram und Google genommen. Ja, informativ habe ich dazu geschrieben als Eigenschaft, also Wissen über ein kleines bisschen Wissen von allen Sachen. Noch dazu habe ich geschrieben, oberflächlich. Also ich persönlich lese auch ab und zu so Heute und Österreich, aber es sind oberflächliche Sachen drin für mich. Hobbys habe ich lesen, Sport, Kleidung casual und eben ich habe geschrieben öffentliche Verkehrsmittel. Und wenn Auto, Skoda oder VW. #01:02:50-5#

T1044 GR2-I: Passt ja. #01:02:54-2#

T1045 GR2-B: Ich habe die Krone-Zeitung gehabt, ich hätte jetzt männlich gesagt, oder eher männlich, 47, informiert sich grundsätzlich mit sehr vielem, wenn er Fernsehen schaut, dann schaut er meistens nur Abendprogramm, oder Big Bang Theory Wiederholungen, die tausend. Ansonsten informiert er sich meistens nur über ein bisschen was den Schlagzeilen, Sport, sie würde ein bisschen über Fashion lesen, aber nicht so wirklich interessiert, sondern einfach nur damit man halt mitreden kann. Sie tratscht, oder er tratscht gerne, weiß immer alles besser, weil er die Schlagzeilen kennt. Ja, ja, ich habe das genauso gelesen, das und das. Und seine Hobbys sind natürlich Party in der Wirthausatmosphäre, Apres-Ski und Autos, das wären seine Hobbys. Er zieht sich eher langweilig an, so Jeans mit Karohemd in der Hose und braunem Gürtel dazu und dann die Seglerschuhe und oben die Nähte sind. Und der ist schon mit dem Auto unterwegs, dann auch nur mit VW.

#01:04:04-2#

T1046 GR2-B5: Kennst du die Person? #01:04:04-6#

T1047 GR2-B: Ja. #01:04:06-5#

T1048 GR2-I: Super ja, Dankeschön, war sehr aufschlussreich. Auf jeden Fall wissen wir jetzt, dass Sie alle VW fahren, Krone- und Österreich-Leser. Nein super. Ist

diese Person dann, wenn sie die Medien konsumiert, Sie haben alle so ein bisschen gesagt eher oberflächlich angehaucht. Wo informiert sie sich noch. Sie hatten gesagt, teilweise kam dann Internet, was sind da die Medien, die Sie noch außer Österreich und Heute oder Krone, welche konsumiert sie noch. Auf welchen Seiten zum Beispiel?

#01:04:41-9#

T1049 GR2-B2: Im Internet? #01:04:40-7#

T1050 GR2-I: Ja, zum Beispiel. #01:04:43-1#

T1051 GR2-B2: GMX auf alle Fälle, Facebook, also die ganzen Social-Media-Dinge. Ja, die Online-Ausgabe vielleicht noch, also ich hatte die Österreich, also die Online-Ausgabe von der Österreich. #01:05:00-0#

T1052 GR2-I: Die anderen gern natürlich auch. #01:05:04-3#

T1053 GR2-B3: Vielleicht auch die lokalen Tageszeitungen, also bei uns heißt es glaube ich die Tiroler-Tageszeitung, es gibt ja glaube ich in allen Bundesländern, die sind

#01:05:11-4#

T1054 GR2-B: Bezirkszeitungen #01:05:15-6#

T1055 GR2-B5: Die Wiener Bezirkszeitung. Ja genau. #01:05:18-0#

T1056 GR2-B3: Bezirksblatt, solche Sachen vielleicht. #01:05:20-2#

T1057 GR2-I: Die sind ja lokal getrieben? #01:05:21-3#

T1058 GR2-B3: Ja. #01:05:23-3#

T1059 GR2-I: Also was schaut er so im TV, im Abendprogramm so gesagt, also dann noch? #01:05:28-2#

T1060 GR2-B3: ZIB. #01:05:29-5#

T1061 GR2-B4: Diverse Serien. #01:05:31-2#

T1062 GR2-I: Diverse Serien, okay. #01:05:31-2#

T1063 GR2-B5: Was gibt es Neues? #01:05:35-3#

T1064 GR2-I: Welche Sender da, würden Sie da so interessieren? #01:05:38-0#

T1065 GR2-B1: RTL. #01:05:40-7#

T1066 GR2-I: RTL, okay. #01:05:40-8#

T1067 GR2-B2: RTL2 #01:05:42-1#

T1068 GR2-B4: ATV. #01:05:43-9#

T1069 GR2-B: Ah ja genau. #01:05:44-0#

T1070 GR2-I: Okay. Alles klar, super gut, ich glaube wir haben ein gutes Bild bekommen. Dankeschön. Dann würden wir jetzt gerne nochmal so ein wenig, ja, tiefer in das Thema Zeitungsartikel gerade eintauchen und wenn Sie online Zeitung lesen, dann gibt es ja auch inzwischen die Möglichkeit, dass die Artikel auch als Video vorhanden sind. Kennen Sie das? Also das? #01:06:12-7#

T1071 GR2-B3: Die kompletten Artikel? #01:06:10-9#

T1072 GR2-I: Also es ist nicht so, dass die vorgelesen werden, sondern quasi eine Art Zusammenfassung des Inhalts. #01:06:22-3#

T1073 GR2-B: Ach so, ich weiß schon, mit diesem Hintergrund dem Slide, der durchläuft, das ist dann so, wie es drüber gesprochen wird einfach. #01:06:28-5#

T1074 GR2-I: Also kennen Sie schon? Wer kennt das? #01:06:29-2#

T1075 GR2-B: Ja, eh auch von GMX. #01:06:32-5#

T1076 GR2-I: Okay, GMX hat das, okay. Haben Sie das auch auf Onlinezeitungsseiten schon mal gesehen? #01:06:37-9#

T1077 GR2-B: Nein. ORF macht das auch nicht #01:06:40-3#

T1078 GR2-I: Also kennen Sie das eigentlich von den Onlinezeitungen nicht so sehr zugänglich. #01:06:48-9#

T1079 GR2-B5: Ja, von Nachrichten-Apps eher. #01:06:53-0#

T1080 GR2-I: Zum Beispiel, welche? #01:06:51-3#

T1081 GR2-B5: Die Tagesschau oder so, die haben immer so Vorschauvideos und die Presse glaube ich auch. Und da kann man auf den Artikel draufklicken und dann ein Artikel drunter und ein paar Bilder dazu, diese Slideshow oder so. #01:07:07-1#

T1082 GR2-B4: NTV glaube ich, machen das so. #01:07:07-1#

T1083 GR2-B1: Oder OE24? #01:07:10-7#

T1084 GR2-I: Okay. Haben Sie das schon mal angeschaut? #01:07:14-6#

T1085 GR2-B4: Nein. #01:07:16-6#

T1086 GR2-B3: Nein. #01:07:16-8#

T1087 GR2-I: Okay. Warum nicht? Also warum ist es nicht so interessant? #01:07:20-4#

T1088 GR2-B3: Wenn ich schon wirklich jetzt auf die Seite von der Onlinezeitung gehe, dann bin ich mir bewusst, dass ich jetzt was lies, dann gehe ich halt da auch mit, weil sonst ist eventuell Facebook durchscrolle. Dann schalten sich ja die Videos, da lese ich sowas vielleicht auch wirklich, wenn ich die Online-Zeitung lesen will, dann täte es mich jetzt einfach nicht so ansprechen. Dann lese ich es lieber und hab mehr davon? #01:07:53-0#

T1089 GR2-I: Warum haben Sie mehr davon? #01:07:53-6#

T1090 GR2-B3: Weil ich denke, das ist für mich einfacher ist, wenn ich in meinem Tempo einfach einen Artikel lesen kann, als wenn ich warte, bis der nächste Text oder so kommt, das ist dann nicht mein Tempo. Und wenn ich die Auswahl habe, dann lese ich es lieber selber, ja. #01:08:10-1#

T1091 GR2-B5: Ich find das so bei Tratsch und Klatsch eigentlich schon ganz nett, ja? #01:08:16-1#

T1092 GR2-B3: Genau. So kurze Sachen. #01:08:17-0#

T1093 GR2-B5: Steht drin wie Heidi Klum und ihr neuer Ding und dann liest du ja so eine kleine Einleitung und dann hast du drunter das Video und dann siehst irgendwelche, weiß ich

nicht, Stern-TV oder irgend so ein/ Also ich lese mir das dann schon durch und schaue mir das dann auch an. #01:08:32-8#

T1094 GR2-I: Okay. #01:08:34-3#

T1095 GR2-B5: Ja. #01:08:35-7#

T1096 GR2-I: Also gibt es Themen, die besser dafür geeignet sind als andere. #01:08:39-1#

T1097 GR2-B5: Ja, alles was optisch halt ansprechend ist irgendwie, Stars, oder das Kleid, oder die Räume oder Fashionweek oder so. #01:08:49-0#

T1098 GR2-B1: Aber so ein normaler Artikel. #01:08:51-0#

T1099 GR2-B5: Wie die Merkel aussieht, weiß eh jeder, aber ja. #01:08:58-1#

T1100 GR2-I: Okay, also eher die Klatsch- und Tratschgeschichten mit Videos unterlegt, aber sonst lieber lesen? #01:09:03-0#

T1101 GR2-B5: Genau. #01:09:04-9#

T1102 GR2-I1: Wie schaut es mit Sportthemen aus, werden da Videos interessant oder? #01:09:10-1#

T1103 GR2-B1: Ja. Also so Newsflash auf die Schnelle so alles kurz und bündig. Ich meine, mich interessiert Sport auch nicht so sehr. Für mich ist es zum Beispiel optimal. Aber wenn jemand sehr interessiert ist an Sport, glaube ich, da bringt es das schon. #01:09:31-0#

T1104 GR2-B: Fußballergebnisse oder so ist interessant. #01:09:32-5#

T1105 GR2-B4: Die Highlights, ein, zwei Tore. #01:09:33-7#

T1106 GR2-B5: Ja, den Elfmeter kannst du dir dann anschauen. Ich finde das schon praktisch. Oder wenn ein Unfall passiert ist, die Leute schauen immer so gern, wie die bunten Autos dann an, ein schweres Trauma, wo der Hubschrauber kommt uns so. Das kommt sich sicher gut an, wenn ein Video drunter ist oder so, oder eine Überschwemmung. Alles, was dramatisch ist und irgendwie optisch glaube ich, ansprechend, schauen sich die Leute dann gern das Video wahrscheinlich auch nochmal an. #01:10:06-7#

T1107 GR2-I: Okay, dann können politische Themen im Prinzip auch irgendwie spannend und dramatisch sein oder wie? #01:10:13-7#

T1108 GR2-B5: Ein Video, wenn was explodiert oder so. Oder da gab es jetzt im britischen Parlament doch immer wieder so Schlägereien und das schauen sich die Leute sicher gern an. #01:10:25-0#

T1109 GR2-I: Okay. Das heißt, einmal kurz nochmal zusammengefasst, wo sind die Vorteile von so Videos? #01:10:37-0#

T1110 GR2-B: Dass man nicht zwingend jetzt einen Text vor sich hat das es eher ist zum Klicken #01:10:45-5#

T1111 GR2-B4: Also ich glaube auch, so psychisch ist das anders, wenn ich etwas sehe und wenn ich nur darüber lese. Wenn ich zum Beispiel jetzt lese, da ist eine Brücke eingestürzt, okay, denkt man sich es so. Aber wenn man zum Beispiel jetzt das Video anschaut, wie es in Italien letztes Jahr war und die Videos sieht, dann ist es irgendwie doch anders. #01:11:03-6#

T1112 GR2-I: Inwiefern ist es anders? #01:11:04-6#

T1113 GR2-B4: Und man muss auch ehrlich sagen, es ist spannender, als wenn ich nur lese. #01:11:07-9#

T1114 GR2-B: Man hat mehr Bezug dazu, ja, hat ein bisschen mehr Bezug dazu. #01:11:11-0#

T1115 GR2-B4: Genau, als wenn ich jetzt wirklich nur lese, in Italien ist eine Brücke umgestürzt. #01:11:16-0#

T1116 GR2-B1: Ich glaube, es bleibt auch irgendwie im Hinterkopf. #01:11:18-0#

T1117 GR2-B4: Genau. #01:11:19-6#

T1118 GR2-B1: Länger als etwas, was man gelesen hat. Zum Beispiel, was betrifft mit der Brücke und so. #01:11:27-0#

T1119 GR2-B4: Genau. #01:11:27-5#

T1120 GR2-I: Trotzdem haben Sie das alles noch nicht so richtig genutzt, das mit den Videos. Gibt es dieses Angebot einfach noch zu wenig, oder warum? #01:11:32-6#

T1121 GR2-B3: Nein ich denke, dass ein Video zusätzlich dabei ist und voll kurzer Text ist und dann gibt es das Video davon, das schon, aber das ist jetzt ist der ganze Artikel und das ersetzt das jetzt eher nicht. Aber die Zusatzvideos, die kriegt man ja immer, wenn jemand #01:11:45-7#

T1122 GR2-B5: Unterbewusst wahrscheinlich sogar. #01:11:49-1#

T1123 GR2-B3: Genau, das ist jetzt, wie du sagst, jetzt passiert, da sieht ja die schlägern im Parlament und das Video ist ja gleich drunter. Dann liest du zuerst, was ist passiert und dann langt es schon, schaut man es schon an. #01:11:56-6#

T1124 GR2-B5: Oder man überfliegt den Artikel. #01:11:59-9#

T1125 GR2-B3: Ja, dass man weiß, was schaue ich mir überhaupt an. #01:12:02-0#

T1126 GR2-B4: Dann vergeht die Lust, wenn man sich ein Video anschauen möchte, die Werbung läuft 30 Sekunden, das Video ist vielleicht 15 Sekunden lang. Das ist dann.

T1127 GR2-B3: Ad-Block. #01:12:13-9#

T1128 GR2-I: Ad-Blocker? #01:12:18-4#

T1129 GR2-B3: Ja, aber am Handy ist das halt immer blöd, weil da geht es nicht. Und solche Sachen schaut man sich ja oft am Handy an, also von dem her. #01:12:24-5#

T1130 GR2-B: Vor allem, mir gefallen die Scroll-Werbungen auch nicht. #01:12:25-9#

T1131 GR2-B: Das ist groß und da denkst du dir der Text ist fertig und das ist jetzt als Werbung, ah jetzt da kommt der Text. Okay, vielleicht zweimal so auf der anderen Seite. #01:12:37-4#

T1132 GR2-I: Das heißt, Werbeeinschaltungen immer störend, oder gibt es da irgendwie Grenzen, wo es immer? #01:12:42-2#

T1133 GR2-B4: Ich meine, ich sag einmal, wenn es fünf Sekunden sind, okay, aber manchmal dauert es zwanzig, dreißig Sekunden die Werbung. #01:12:48-7#

T1134 GR2-B3: Das Video ist meistens nicht so lange, weil sonst schaut es ja keiner an, wenn es eh weg ist, wenn es so fünf Minuten Videos schaut, dann bleiben die wenigsten live an. Und wenn dann nachher genügend Werbung hast. #01:12:59-9#

T1135 GR2-B5: Wobei das Schlimmste hier nicht, zum Beispiel bei der Presse, da gibt es eine App, wo man lesen kann und dann fängt sie mit drei Zeilen vom Artikel an und liest aus und da steht, wenn Sie diesen Artikel lesen möchten, kaufen Sie bitte die kostenpflichtige Onlineausgabe, das ist das allerschlimmste. #01:13:13-4#

T1136 GR2-I: Zahlen Sie für irgendeine Zeitung dann, oder für irgendein Medium? jetzt mal abgesehen von Netflix und Amazon prime oder so? #01:13:22-5#

T1137 GR2-B3: Nein. #01:13:22-1#

T1138 GR2-I: Nein. Okay. #01:13:23-6#

T1139 GR2-I1: Wie würde es ausschauen, was würden Sie reihen Glaubwürdigkeit quasi Text, Bild, Video, wie würden sie das reihen? #01:13:32-4#

T1140 GR2-B: Text ist am glaubwürdigsten.

T1141 GR2-I1: Okay, Text ist am glaubwürdigsten. #01:13:35-4#

T1142 GR2-B5: Ich finde Video. #01:13:36-3#

T1143 GR2-I1: Wie sehen das die anderen? #01:13:41-6#

T1144 GR2-B3: Ich finde Video ist schon am glaubwürdigsten, aber ich brauche es im Kontext dazu und das ist halt dann ein Text für mich meistens. Weil nur das Video. #01:13:50-6#

T1145 GR2-B: Also als Proof. #01:13:53-1#

T1146 GR2-B3: Genau, weil sonst kann mir ja jeder alles erzählen, wenn der es nur hinschreibt und wenn jemand ein Video auch als Kontext, brauche ich schon ein Text, was ist da überhaupt passiert, denke ich, die Kombi. #01:14:03-7#

T1147 GR2-B1: Ja, ich bin auch für Kombi. #01:14:07-6#

T1148 GR2-B3: Ja, Bild finde ich schwierig. Weil gerade meistens Bilder, mit denen irgendwas bewiesen werden soll, sind immer so voll pixelige Bilder, da kann man nicht viel sehen, also das finde ich immer ein bisschen schwierig. #01:14:20-6#

T1149 GR2-I1: Also das es manipuliert, will ich jetzt nicht sagen, aber halt adaptiert wurde und so, oder das Pixelige, oder woher schließen Sie das Bild jetzt weniger? #01:14:35-5#

T1150 GR2-B5: Nein also, dass es manipuliert ist, davon gehe ich meistens nicht aus, das kommt auch wahrscheinlich drauf an, welcher Medium ich konsumiere, aber ich finde, dass Bilder noch viel mehr als Videos totale Auslegungssache sind, das kann irgendwie der Winkel sein, oder irgendwas, das finde ich einfach schwieriger, als wenn ich das in Bewegung habe. #01:14:56-5#

T1151 GR2-I: Welchem Medium würden Sie mehr zutrauen, dass die Bilder manipuliert sind. Sie haben gesagt, es kommt drauf an, welches Medium Sie nutzen? #01:15:01-2#

T1152 GR2-B3: Die Bildzeitung. #01:15:03-3#

T1153 GR2-B5: Instagram. #01:15:02-8#

T1154 GR2-B3: Also da glaube ich nichts, nicht einmal das Datum. #01:15:08-2#

T1155 GR2-I: Nicht mal das Datum, warum? #01:15:09-6#

T1156 GR2-B3: Das ist schon schwierig. #01:15:16-0#

T1157 GR2-B5: Das ist die Frage, was Manipulation ist vom Bild, weil eigentlich ist jeder Filter, den man auf ein Foto drauflegt, schon in gewisser Weise Manipulation. Und so sieht man wahrscheinlich 99 Prozent manipulierte Bilder, oder 99,9 Prozent. #01:15:33-8#

T1158 GR2-B3: Das auf jeden Fall. Und das passiert immer wieder, wenn man retuschierte Bilder wo einfach schlecht retuschiert sind die auf einmal ein Dritter Fuß oder so dabei ist. Na okay, was ist sonst dazu oder weg, erkennt man nur auf dem Bild, aber grundsätzlich gehe ich nicht davon aus, dass sie wirklich absichtlich ein Bild so gefälscht, was ich nicht hinkriege in einem Medium, das was Bestimmtes dazu (unv. #01:15:54-6#).

T1159 GR2-I: Nochmal kurz zum Bezahlen von Inhalten. Was müsste ein Medium bieten, dass Sie da für IT bezahlen muss, also welchen speziellen Mehrwert, oder gibt es überhaupt einen speziellen Mehrwert, den Ihnen eine Zeitung, oder eine TV-Sendung oder wie auch immer bieten kann, dass es #01:16:15-5#

T1160 GR2-B4: Unterhaltung muss gegeben sein. #01:16:16-8#

T1161 GR2-I: Unterhaltung, okay. #01:16:19-8#

T1162 GR2-B4: Ich sage einmal Netflix, das Forum und so weiter. #01:16:23-8#

T1163 GR2-I: Okay. Und der Informationsbereich? Also? #01:16:24-8#

T1164 GR2-B3: Den kriege ich gar nicht, weil ich glaube, es ist nicht mehr möglich, dass mir in ein Zeitungsmedium oder sonstiges oder exklusiven Inhalt bietet, den ich nicht sonst im Internet einfach kriege, wo ich dafür nicht zahle. Das

einzigste, was ich mir schon vorstellen kann, was denke ich, auch funktioniert, ist, dass du halt die Werbefreiversion willst und dafür zahlst. Das ist denke ich, eins von den einzigen Dingen, wo Leute wirklich noch bereit sind zu zahlen, weil sie nicht ständig eine Werbung haben wollen. Aber sonst, dass ich mir jetzt denke, na, weil da kriege ich Infos, die ich sonst nirgends kriege, das ist nicht mehr wirklich gegeben, glaube ich, darum. Aber bei Netflix habe ich das ja schon, die haben einfach Inhalte, die kriege nur da und darum zahle ich dafür zum Beispiel. #01:17:05-0#

T1165 GR2-B: Und weil keine Werbung dort gemacht wird. #01:17:05-6#

T1166 GR2-B5: Aber nicht, so dass es wegen einem Nachrichtenmedium ist. #01:17:16-7#

T1167 GR2-I: Gut, wenn wir uns vorstellen, alle Zeitungen würden jetzt auf einmal quasi zum Stillstand kommen so ungefähr, es geht nur noch Bezahloptionen, wie wäre es dann, würden Sie dann immer noch sagen, hey, wo kriegt ihr Informationen trotzdem her? Und Sie würden auch komplett auf die Zeitung verzichten? #01:17:34-2#

T1168 GR2-B3: Twitter. #01:17:35-5#

T1169 GR2-I: Das Internet bietet einfach zu viele Möglichkeiten an, Informationen zu bekommen? #01:17:43-3#

T1170 GR2-B3: Ja. Denke ich schon. #01:17:44-0#

T1171 GR2-B: Ja. #01:17:45-0#

T1172 GR2-B1: Ja. #01:17:45-5#

T1173 GR2-B3: Wenn das Internet eingeht, dann täte ich zahlen #01:17:48-7#

T1174 GR2-I: Dann zahlen Sie. #01:17:50-0#

T1175 GR2-B: Dann gibt es ja noch Zeitungen. #01:17:54-0#

T1176 GR2-B3: Ja das stimmt, old school #01:17:56-0#

T1177 GR2-I: Okay, gut. Es gibt ja auch sowas wie gesponsorte Artikel, das sind ja schon mal, ah Sie nicken #01:18:02-1#

T1178 GR2-B: Vielleicht wenn sie zu sehr positiv über ein Produkt schreiben, oh, das ist gesponsort. #01:18:10-5#

T1179 GR2-I: Aber das merken Sie dann erst, wenn Sie es lesen? Und nicht vorher? #01:18:14-3#

T1180 GR2-B: Ja, das wird normalerweise angeführt, also mal ist ein Artikel so aufgebaut die gesponserten von wegen bla bla bla und den richtigen Artikel, der dann unten kommt. #01:18:21-1#

T1181 GR2-B3: Vor allem im Gesundheits- und im Beauty-Bereich ist es ja ganz, also es ist ja fast nur wirklich über Produkte geschrieben, weil in die zwei Bereiche, also die sind ja immer bezahlt die Artikel. Und ich denke, das weiß man dann auch meistens als Nutzer, aber ja. #01:18:39-2#

T1182 GR2-B: Gerade die Richtung Abnehm-Trends, Gesundheit #01:18:43-0#

T1183 GR2-B3: Genau. Wellnessgeschichten und Gesundheitssachen #01:18:47-5#

T1184 GR2-I: Gibt es aber irgendwie ein Hinweis, woran Sie das im Vorfeld quasi erkennen können? #01:18:48-3#

T1185 GR2-B2: Na bei dem ersten Artikel steht eh gesponsort drauf. #01:18:52-8#

T1186 GR2-I: Okay, ja. Wo steht das dann, wo? #01:18:55-0#

T1187 GR2-B2: Irgendwo in einer Ecke. Irgendwie, es gibt nicht viele Möglichkeiten. #01:19:04-3#

T1188 GR2-I: Aber ist es leicht zu erkennen, oder eher schwierig? #01:19:06-9#

T1189 GR2-B: Nein. #01:19:10-4#

T1190 GR2-B3: Ich denke, es kommt drauf an, wie viel man es nutzt, wie die geschult man schon drauf ist. Also ich merke es, ich habe das auch schon öfter gemerkt bei meinen Großeltern, dann haben sie so ein Artikel, der eindeutig gesponsort ist und die glauben das jetzt aber. Das ist über irgendwelche gesundheitliche Themen und dann ist unten halt nur eingeworfen, das war natürlich dann super. Die denken dann, aha, das ist jetzt einfach, weil die Wissenschaft hat das jetzt sozusagen und weil es war einfach auch so war, da haben sie keine Awareness also. #01:19:44-4#

T1191 GR2-I: Glauben Sie, dass unsere Generation jetzt damit eh besser umgehen wird, als? #01:19:50-5#

T1192 GR2-B: Ja. #01:19:51-2#

T1193 GR2-B3: Ja und vor allem noch die nächsten, weil der Medienbildung immer mehr in den Schulen jetzt fokussiert wird, Gott sei Dank, ist ja wichtig. Und dann denke ich mir, ist das schon. #01:20:00-3#

T1194 GR2-B5: Ich glaube, dass die Artikel auch immer besser werden, die Gesponsorten. #01:20:02-8#

T1195 GR2-B3: Ja, ja, das stimmt, die werden auch besser. #01:20:05-4#

T1196 GR2-B5: Ich glaube schon, dass irgendwie nicht immer offensichtlich gesponsort danebensteht. #01:20:12-3#

T1197 GR2-B3: Nein das stimmt. #01:20:14-0#

T1198 GR2-B5: Wenn sie irgendwie zum Beispiel bei einer Partei oder so, da gibt es schon noch so Parteizeitungen und das erkennt man jetzt nicht auf den ersten Blick, dass das jetzt eine FPÖ-Zeitung ist manchmal oder so. #01:20:24-7#

T1199 GR2-B2: Also ich habe schon gesagt, wenn das überschwänglich positiv geschrieben ist, wo jedes dritte Wort nur irgendwas Positives verkauft, dann denke ich mir schon meinen Teil, dass das nicht ganz kosher sein kann. #01:20:35-0#

T1200 GR2-I: Okay. #01:20:34-8#

T1201 GR2-B5: Das stimmt. #01:20:38-3#

T1202 GR2-I: Weil das Verhältnis irgendwie nicht mehr ausgewogen ist. Aber was meinten Sie gerade mit besser, dass sie besser versteckt sind, oder dass die Artikel auch irgendwie interessanter werden, obwohl sie gesponsort sind? #01:20:49-5#

T1203 GR2-B5: Na ja, es gibt sich auch Naheverhältnisse irgendwie in der Politik und zu gewissen Zeitungen, wo vielleicht die Zeitung eher dann links berichtet oder eher rechts, oder irgendwas über Ausländer, sage ich jetzt einmal, schreibt oder nicht, also ich glaube schon, dass das auch oft irgendwie miteinander zusammenhängt, was die Zeitungen für Artikel rausnehmen, drucken und wie sie sich halt positionieren. #01:21:14-6#

T1204 GR2-I: Sind Ihnen da irgendwelche Verbindungen bekannt? #01:21:17-5#

T1205 GR2-B2: Schon was aufgefallen (lachend) #01:21:20-7#

T1206 GR2-I: Das würde mich interessieren, also was kennen Sie da, also wo wissen Sie, welche Zeitung wie orientiert ist? #01:21:28-2#

T1207 GR2-B: Die Heute ist immer sehr positiv irgendwie im rechten Spektrum der Politik angehaucht. Schreibt immer positiver, darum, also negativer für die linke Richtung, oder wie der Standard positiver wieder etwas links positiver, so wirklich komplett/ #01:21:45-6#

T1208 GR2-B3: Ja, ich meine die Krone-Zeitung ist recht „Rot“? Oder war sie zumindest immer? #01:21:53-9#

T1209 GR2-B: Ja, ja. #01:21:53-0#

T1210 GR2-B3: Aber sonst weiß ich nicht. #01:21:59-5#

T1211 GR2-B: Aber die Heute ist schon sehr lastig geht schon ins positive über #01:22:00-0#

T1212 GR2-I1: Vielleicht noch kurz Beauty und Gesundheit, ist das ein wichtiges Thema für alle? Und wo, wenn Sie jetzt quasi identifiziert haben, es gibt gesponserte, oder die meisten Artikel sind gesponsort, suchen Sie dann quasi valide Informationen. Gibt es da noch irgendwie, oder um sich gesundheitlich besser zu informieren, als über die Zeitung? #01:22:29-2#

T1213 GR2-B: Ach so, im Internet gibt es ja viel für Ernährung und da gibt es halt was könnte dir helfen, beim Fitness wie kann man sich da #01:22:36-9#

T1214 GR2-B4: Diverse Foren und so weiter, Blogs ja. #01:22:38-4#

T1215 GR2-B3: Blogs. Wobei dann halt auch wieder dasselbe ist, Blogs sind halt dann auch wieder gesponsert. #01:22:44-9#

T1216 GR2-I1: Also man kommt aus dem Gesponserten nicht raus quasi im Gesundheits- und Beauty-Bereich? #01:22:48-4#

T1217 GR2-B5: Ja, nein, es gibt schon so Produktbewertungen auch, die in Foren stehen oder so. #01:22:53-9#

T1218 GR2-I1: Mhm (bejahend). #01:22:54-1#

T1219 GR2-B: Ah ein bisschen kritischer suchen. #01:22:55-7#

T1220 GR2-B5: Oder Kundenrezensionen, dann wenn da steht, hat nicht funktioniert oder. #01:23:01-8#

T1221 GR2-B3: Ja. #01:22:59-7#

T1222 GR2-B5: Wobei, es gibt auch Kundenrezensionen, die dann überall fünf Sterne und das ist das Beste dann. #01:23:06-0#

T1223 GR2-B4: Wie Fünf-Sterne Hotels. #01:23:07-1#

T1224 GR2-B5: Es ist sehr gefinkelt schon gemacht manchmal. #01:23:09-1#

T1225 GR2-B3: Es gibt ja auch eigene Agenturen. #01:23:11-0#

T1226 GR2-B5: Also ich habe das auch schon mal gesehen so, lauter so User-Kommentare unter so einem Produkt im Internet und die waren aber auch alle vom selben Tag und alle irgendwie von den letzten Stunden, wo ich mir dachte, da können nicht zwanzig Leute in der letzten, in den letzten Stunden nur positive Sachen über dieses Ding schreiben. Also es ist schon / #01:23:32-0#

T1227 GR2-I1: Es war offensichtlich #01:23:32-0#

T1228 GR2-B5: das wird immer besser diese Schmähs. #01:23:33-5#

T1229 GR2-B: Das sind nur 30 Prozent sind original auf Amazon. #01:23:36-7#

T1230 GR2-B3: Ja voll. #01:23:36-7#

T1231 GR2-B5: Ja? #01:23:36-7#

T1232 GR2-B: Das sind 70 Prozent gefaked also. #01:23:38-0#

T1233 GR2-B4: Auf Amazon? #01:23:40-0#

T1234 GR2-B3: Ja voll. Das einzige, was glaube ich nicht geht ist Trusted Shops, die kontrollieren es wirklich. #01:23:46-0#

T1235 GR2-B: Okay. #01:23:47-0#

T1236 GR2-B3: Also weil eine Freundin von mir, die arbeitet bei einem Online-Unternehmen, die haben es probiert und der haben sie wirklich jede, da musst du mit Bestellnummer nachweisen, sodass du dort eingekauft hast. Das soll glaube ich auch eine von den ganz wenigen Seiten, weil auf Amazon gibt es ja viele Agenturen, die sich nur damit beschäftigen, dass sie dort gute Rezensionen verschaffen. #01:24:09-2#

T1237 GR2-B: Ja. #01:24:09-0#

T1238 GR2-I: Wie wichtig sind allgemein denn so Kundenrezensionen für Sie? Also lesen Sie das immer eigentlich, wenn Sie vorhanden sind? #01:24:10-3#

T1239 GR2-B5: Ja, eigentlich schon. #01:24:13-2#

T1240 GR2-B: Ja. Ich schau mir mal die drei besten und die drei schlechtesten an. Wenn die schlechtesten überwiegend das gleiche Problem haben, dann ist es ein Problem. #01:24:26-2#

T1241 GR2-B3: Das ist so eine Gefühlssache denke ich, dass einfach, wenn ich zwei Produkte anschau und wenn es jetzt nur Amazon ist und bei einem sind nur zwei Sternchen voll und beim anderen sind es alle fünf, nachher macht man das automatisch, dass man sich das andere genauer anschaut. Und dann halt auch schon auch nochmal genauer liest, aber du klickst halt eher dort hin. #01:24:42-2#

T1242 GR2-B: Und beim negativen sind immer die besseren dabei, das ist immer ein bisschen genauer. Okay, die muss ich ignorieren, der Händler ist doof, oder Farbe hat mir nicht gefallen, aber, wenn man so die kleinen Sachen rauszieht, okay, Bluetooth-Verbindung hat nicht gepasst bei den Kopfhörern oder/ #01:25:02-0#

T1243 GR2-B4: Ja. #01:25:02-0#

T1244 GR2-I: Und der Medienbereich? Entschuldigung, ich wollte Sie nicht unterbrechen. #01:25:03-5#

T1245 GR2-B1: Nein, ich wollte nur sagen, es ist halt sehr schwierig nachzuvollziehen, dass was geschrieben wird, das wäre am besten, wenn bei Kundenrezensionen noch ein Bild dazu ist, dann kann man sehen, wie dieses Produkt ausgestattet ist. Zum Beispiel diese Möglichkeit hat man bei „Wish“ und da kann man sich ganz genau anschauen, wie diese Produkte ausgeschaut haben von den verschiedenen Kunden und dann kann ich mir ein Bild machen. Und das hat mit Zeitungen nicht viel zu tun. #01:25:37-1#

T1246 GR2-I: Wir sind jetzt ein bisschen in die Produktbewertung reingegangen, aber jetzt würde mich mal interessieren so Kommentare und Bewertungen, Bewertungen nicht, aber so Kommentarfunktionen einfach bei Medien? #01:25:46-9#

T1247 GR2-B: Die im Standard sind super, das sind wirklich die zum Lesen. #01:25:52-1#

T1248 GR2-I: Warum, also einfach als Belustigung? #01:25:54-7#

T1249 GR2-B: Ja doch. Eben die polarisieren noch viel mehr, wie keine anderen, streiten sich (unv. #01:25:59-5#)

T1250 GR2-B1: Ja, man fühlt sich wie im Kino, egal bei welcher Zeitung jetzt man liest einfach durch und denkt sich, okay, ich brauche noch Popcorn noch dazu. #01:26:12-2#

T1251 GR2-I: Haben Sie schon mal selbst da Kommentare geschrieben? #01:26:16-3#

T1252 GR2-B1: Nein, habe ich noch nicht. #01:26:20-4#

T1253 GR2-B: Nein, wenn ich anfangs, Kommentare auf Standard.at zu schreiben habe ich zu viel Zeit. Ich habe keine Zeit dafür #01:26:30-0#

T1254 GR2-I: Okay, also es ist eher ein Belustigungsfaktor?
#01:26:32-4#

T1255 GR2-B: Ja. #01:26:32-4#

T1256 GR2-I: Also Sie lesen Sie alle anscheinend, höre ich jetzt so raus. #01:26:33-6#

T1257 GR2-B3: Das ist wie YouTube-Kommentare, das ist so ein Loch, wo man reinfällt. #01:26:39-5#

T1258 GR2-B5: Man weiß eigentlich schon, wenn man die Schlagzeile liest, ob das jetzt, ob jemand jetzt unten die Kommentare abgeben wird oder nicht. #01:26:45-8#

T1259 GR2-I: Wollen Sie dann meistens direkt zu den Kommentaren? #01:26:46-3#

T1260 GR2-B5: Ab und zu schon, ja. Wenn schon so eine provokante Schlagzeile steht. #01:26:54-7#

T1261 GR2-I1: Das heißt, Sie würden es vermissen, wenn es nicht mehr da wäre. #01:26:57-0#

T1262 GR2-B3: Ja. #01:26:57-0#

T1263 GR2-B5: Ja schon. #01:26:57-3#

T1264 GR2-B3: Vor allem ich denke, hat die Zeitung Angst davor, dass drüber diskutiert wird, über das, was sie schreiben. Also ich finde das komisch, wenn die Kommentarfunktion irgendwo ausgeschaltet ist bei irgendeinem Medium, vor allem auch bei Social Media, dann denkt man so, ja, wovor fürchtet ihr euch denn? Ich meine, es natürlich nicht schön, wenn man sich drum kümmern muss, weil viel nicht gerechtfertigt ist, meistens ist es meine ich, aber es sollte schon da sein, denke ich, dass man drüber redet. #01:27:27-0#

T1265 GR2-I: Also wenn es nicht da ist zeigt das irgendwie Feigheit oder wie? Was sagt das über das Medium aus?
#01:27:32-6#

T1266 GR2-B3: Das ist ein bisschen hart, Feigheit, wieso darf ich nicht drüber diskutieren, ihr schreibt es ja, dann muss ich auch die Leute drüber reden lassen. #01:27:40-3#

T1267 GR2-B: Das hat YouTube gemacht bei den Dislike-Video, dass es den Dislike-Button weggegeben hat. Zusammenfassend so, 2018, den Dislike-Button einfach weg, weil es zu viele Dislikes gegeben hat. Damit muss man rechnen #01:27:58-2#

T1268 GR2-I: Okay, also es sollte schon auf jeden Fall vorhanden sein, wenn nicht, dann passt. #01:28:04-0#.

T1269 GR2-B: Ja. #01:28:08-0#

T1270 GR2-B3: Ja. #01:28:08-0#

T1271 GR2-I: Nochmal kurz die Frage, wie müsste denn eigentlich so eine Zeitung, oder ein Informationsmedium gestaltet sein, oder was müsste es bieten, dass Sie es jeden Tag nutzen würden, was veranlasst Sie, dass Sie täglich irgendwie zumindest zweimal, oder ein-, zweimal auf den Standard schauen? #01:28:25-8#

T1272 GR2-B4: Na ich sage mal am aktuellsten Stand, es gibt glaube ich schon die eine oder andere Zeitung, die halt doch länger braucht, bis sie ein Thema vorbringt. #01:28:36-9#

T1273 GR2-I: Also Aktualität muss gegeben auch bei diesem Medium. #01:28:40-5#

T1274 GR2-B: Online ist es bei mir ganz wichtig, also mit dem Standard im Vergleich zu anderen ist nicht so werbeüberschwemmt, es ist zwar Werbung drin, aber es ist nicht so überschwemmt. Und ich weiß nicht, die Farben und die Front ist halt sehr ansprechend. Hat halt mehr einen mäßigen Charakter und nicht einen Schlagzeilen-Charakter. Das ist halt das Feeling wenn man drauf geht. Man hat nicht das Gefühl, in der Zeitung zu stecken sondern in einem Blog-Eintrag. #01:29:04-7#

T1275 GR2-I: Okay, also Layout. #01:29:06-2#

T1276 GR2-B3: Layout ist finde ich super wichtig, ich meine, optimiert sind sie jetzt eh schon alle für Smartphones oder Tablets, aber es gibt nichts Schlimmeres, wenn da irgendwas vom Layout nicht funktioniert und du herumschauen musst, wo du was findest. #01:29:22-7#

T1277 GR2-I: Reden Sie von der App, oder im Browser?
#01:29:22-6#

T1278 GR2-B: Browser ganz, ganz oft in der Arbeit, wenn man so durchscrollt. #01:29:27-2#

T1279 GR2-B4: Ja so. #01:29:27-2#

T1280 GR2-B3: Standard in der App, hat die Sachen wo anders, wenn ich reinklicke als im Browser. #01:29:36-3#

T1281 GR2-I: Okay, also Layout ist wichtig, Aktualität. Okay, also nicht werbeüberschwemmt in dem Sinne. Noch etwas, was? #01:29:46-6#

T1282 GR2-B5: Na ja, ich habe so ein App, ein Miss-App heißt das, da sind immer so Frauenartikel drinnen und die haben das gemacht, dass immer, wenn du das liest, einen Artikel kriegst, einen Punkt dafür und da kannst du diese Punkte irgendwann einmal eintauschen, gegen irgendwas. Ist natürlich total utopisch, weil ich glaube, man hunderttausend Artikel lesen, dass man wirklich einmal was bekommt. Aber das ist schon so, da sitzt du manchmal, schaut du wieder rein, gibt es irgendwas neues und man sammelt diese Punkte und das hat schon so ein bisschen einen Anreiz, dass man irgendwie da ständig draufschaut, also irgendwas einen catcht, dass man sagt, man kann was gewinnen, oder man kann irgendwas sammeln oder so, das ist heutzutage leider, sage ich jetzt mal, wahrscheinlich schon eine gute Idee, wenn man sagt, man will seine Kunden an sich binden und irgendwie das attraktiver machen, dass die Leute regelmäßig reinschauen. #01:30:37-2#

T1283 GR2-I: Belohnungssystem quasi, oder Kundenbindungsprogramm. #01:30:38-1#

T1284 GR2-B5: Ja. #01:30:39-4#

T1285 GR2-I: Haben Sie alle irgendwelche andere Kundenbindungsprogramme, oder gibt es da irgendwas? #01:30:43-9#

T1286 GR2-B3: Die ganzen Kundenkarten #01:30:45-8#

T1287 GR2-I: Also Billa zum Beispiel. #01:30:48-6#

T1288 GR2-B3: Ja Billa, Bipa und das Ganze. Man muss sich halt überall eben manchmal eine andrehen lassen und dann ist die ganze Geldtasche mit Karten/ #01:30:57-8#

T1289 GR2-B: Ja. #01:30:58-0#

T1290 GR2-B5: Ja#01:30:58-0#

T1291 GR2-I: Und aktiv, was nutzen Sie da so an Kundenbindungsprogrammen? Was ist da? #01:31:00-9#

T1292 GR2-B3: Ich finde es jetzt eben ganz spannend, dass einige haben jetzt auf Payback umgestellt, das ist jetzt von Deutschland gekommen und jetzt sind viele weggefallen, ich glaube DM, Fressnapf, da gehören jetzt viele zusammen, das ist jetzt alles eine Karte und das ist dann ganz geschickt. Aber ich muss sagen, du sammelst halt immer, aber im Endeffekt, wenn ich mir wirklich überlege, da könnte ich mal schauen, was ich für Punkte einlöse, das tue ich nie. #01:31:22-8#

T1293 GR2-B5: Ja, man macht es trotzdem. Das ist es halt, seriös finde ich es eh nicht, aber. #01:31:26-6#

T1294 GR2-B5: Also wenn ich denke der Bipa, wenn du da eine Karte hast, kriegst ja gleich was günstiger oder der Billa auch, das nutzt dir dann was, aber zum Punkte sammeln ist dann immer, aber man tut es gern. #01:31:37-0#

T1295 GR2-B1: Und damit (unv. #01:31:39-5#)

T1296 GR2-I: Aber sollte dieses Informationsmedium, was Sie dann täglich nutzen würden, also quasi das perfekte Medium mehr Text oder mehr Video, mehr Bild sein, wie sollte da so die Verteilung sein, die Sie sich dort wünschen? #01:31:59-8#

T1297 GR2-B: So teils, teils, das kommt drauf an, ob nicht, ich glaube halt schon. Aber es kommt drauf an, ich höre gern mal einen Politiker sprechen, oder mal ein Live-Video, höre ich gern einen Politiker sprechen, wie er es gesagt hat und was er genau gesagt hat, damit man beides wie es kommt. Aber ich muss jetzt nicht da einen Autounfall-Aufnahme A1 in einem Video sehen, da sehen wir ein Bild von der A1 und ein Polizeiwagen daneben. #01:32:28-7#

T1298 GR2-I: Ist das dann wieder so themenspezifisch quasi, auch Text oder Video einfach besser ist? #01:32:33-6#

T1299 GR2-B: Ja. #01:32:35-3#

T1300 GR2-I: Gut. Roman noch Fragen? Okay. Dann würde ich sagen, kommen wir zur abschließenden Frage, wenn Sie

so an die Zeitung der Zukunft denken, also wie Print oder auch online, wie wird die aussehen? Was wird sich verändern glauben Sie? #01:32:53-0#

T1301 GR2-B: Ich persönlich glaube, dass es halt nicht wirklich eine Zeitung an sich gibt, es gibt halt einfach nur Neuigkeiten und dadurch, dass wir überall irgendwo online sind, gucken die halt auch, sind die überall irgendwo dran, als Informationen. #01:33:11-1#

T1302 GR2-I: Also glauben Sie, es wird die Krone als Marke in der Hinsicht gar nicht mehr geben, oder? #01:33:17-9#

T1303 GR2-B: Sie haben wahrscheinlich sicher noch eine Homepage irgendwo online, aber eher und wenn wir auf dem App sind, vielleicht irgendwo in-Apps, dass das neue Web irgendwie so aussieht, dass du spezifisch auf einen Punkt kommst, dass es eher Feeds sind, würde ich halt so erklären #01:33:34-5#

T1304 GR2-I: Aber es wäre dann so der Twitter-Gedanke höchstwahrscheinlich, oder? #01:33:37-1#

T1305 GR2-B: Ja. #01:33:40-6#

T1306 GR2-I: Ein bisschen, okay. Was denken die anderen? #01:33:45-0#

T1307 GR2-B4: Ich würde sagen, weg vom Papier, das könnte ich mir vielleicht vorstellen. Nicht wirklich in naher Zukunft, aber vielleicht in zehn Jahren oder so, fünfzehn. #01:33:58-5#

T1308 GR2-I: Trauern Sie dem dann nach, oder ist das für Sie? Also hat Print überhaupt noch irgendeinen Wert aktuell gerade für Sie? Eine Printzeitung? #01:34:08-1#

T1309 GR2-B3: Bei Zeitungen nicht, bei Büchern ja. Aber bei Zeitungen nicht wirklich. #01:34:13-6#

T1310 GR2-B: Sie sind gut zum Gläser einwickeln und so. #01:34:16-2#

T1311 GR2-B5: Ja, ich finde es grundsätzlich schon schön, was Gedrucktes in der Hand zu haben, ich muss aber sagen, dass mir die Zeit einfach auch fehlt, wenn ich was Gedrucktes, möchte ich mich gern hinsetzen, in Ruhe das lesen und oft sind das solche Formate und das kann jetzt schlecht dann, weil jeder ist ständig unterwegs und mit Handy und so. Und deswegen ist es irgendwie das Gefühl, sich in Ruhe zur Zeitung zu setzen, oder im Kaffeehaus zu sitzen oder stundenlang Zeit, sich mit was zu beschäftigen, das ist, das stirbt fast ein bisschen aus leider. #01:34:56-0#

T1312 GR2-B4: Die Kurier Zeitung wenn du die dann so aufmachst #01:34:57-0#

T1313 GR2-B5: Jeder tu immer schnell schnell, man wird überflutet mit Nachrichten und Bildern und dann ja, glaube ich auch, dass die Zeitungen im gedruckten Format leider eher aussterben wird. #01:35:09-0#

T1314 GR2-I: Okay, Jörg? #01:35:11-0#

T1315 GR2-B2: Ich glaube, dass jetzt wie du schon gesagt hast, in den nächsten hundert Jahren wird die Zeitung, glaube ich, nicht aussterben, weil sie ja das einfachste ist, also überhaupt bei Heute und Österreich einfach die Zeitung zu nehmen. Also ich glaube, dass viele sogar die Möglichkeit hätten, im Smartphone online dieselbe Zeitung zu sehen, aber durch Faulheit lieber die Papierzeitung nehmen, weil das schneller geht und zwei, drei Handgriffe. Also ich glaube, in die nächsten hundert Jahre wird die Papierzeitung nicht aussterben. #01:35:39-3#

T1316 GR2-B1: Also ich glaube, es wird schon mehr Online sein, aber zum Beispiel für öffentliche Verkehrsmittel finde ich das praktisch, dass es in Papierform ist, oder zum Beispiel, wenn man fliegt, da kriegt man auch Zeitungen und ich finde das auch, wenn zum Beispiel, ich habe keinen Akku mehr, ich habe keine Musik, oder Internet und dann lese ich mir die Zeitungen durch, weil ich da auch Zeit habe dafür. #01:36:06-0#

T1317 GR2-B5: Es gibt beim Fliegen fast keine Zeitungen mehr. #01:36:07-4#

T1318 GR2-B1: Nicht? #01:36:09-0#

T1319 GR2-B5: Nur mehr in der Business-Class auf der Langstrecke #01:36:10-4#

T1320 GR2-B2: Und da bekommst du nur zwei. #01:36:11-5#

T1321 GR2-B5: Da gibt es ein paar Zeitungen und Magazine, aber sonst leider gibt es gar keine Zeitungen mehr. #01:36:17-8#

T1322 GR2-B1: Immer wieder welche bekommen, deswegen. Ich weiß nicht, vielleicht hat/ #01:36:23-1#

T1323 GR2-B2: Das waren sicher die Zeitungen vom Duty Free dass du schauen kannst #01:36:27-2#

T1324 GR2-B5: Wie ich begonnen habe, hat es auch noch für alle Zeitungen gegeben, aber mittlerweile. #01:36:32-6#

T1325 GR2-B1: Also nicht mehr, okay. #01:36:30-8#

T1326 GR2-B5: Auch aus Gewichtsgründen, weil ich habe einen ganzen Wagen mit Zeitungen dann noch raufgeschleppt, also es ist ja. #01:36:40-4#

T1327 GR2-I: Also noch ein Grund gegen Print quasi? #01:36:43-2#

T1328 GR2-B5: Aber, wenn du eincheckst, kannst du immer ein Online-Magazin runterladen für dein Tablet. Also bei der AUA ist das so. Ich weiß nicht wie es bei anderen ist #01:36:54-6#

T1329 GR2-B4: Werbung. #01:36:56-6#

T1330 GR2-B5: Genau #01:36:57-0#

T1331 GR2-B: Gesponsert, das war ein bissl gesponsert #01:36:59-5#

T1332 GR2-I: Gut, alles klar. #01:37:08-6#

T1333 GR2-I1: Vielleicht noch eine letzte Frage, Journalist als solches, glauben Sie, wird es den Beruf in Zukunft dann noch geben oder? #01:37:13-8#

T1334 GR2-B: Ja. #01:37:13-5#

T1335 GR2-B4: Ja. #01:37:13-6#

T1336 GR2-B2: Ja. #01:37:12-9#

T1337 GR2-I1: Okay. #01:37:15-1#

T1338 GR2-B1: Hoffentlich. #01:37:17-7#

T1339 GR2-B: Muss ja jemand zusammenfassen die Texte. #01:37:23-2#

T1340 GR2-I: Aber es gibt ja auch Blogbeiträge und die Leute sind dann meistens so private Blogs, die dann halt so zum Beispiel über Beauty schreiben und so, sind ja auch keine Journalisten in dem Sinne. #01:37:30-8#

T1341 GR2-B: Ja. Aber vielleicht werden die Journalisten weniger, aber aussterben werden die nie. #01:37:36-8#

T1342 GR2-B4: Ja. Die sind ja immer am Ort des Geschehens. #01:37:39-2#

T1343 GR2-B3: Ich denke, dass das vielleicht auch so wenige Bereiche, wo es wirklich nur als Beruf ist, wie so Politik oder solche Sachen, bleibt sicher und andere Geschichten, so Kolumnen, das war ja nicht immer so Journalisten eben so Beauty oder so, das waren ja immer irgendwelche Menschen, meistens aus der Branche, die halt dann drüber geschrieben haben. Ist ja jetzt auch schon viel so, ich denke, das wird halt noch mehr werden. #01:38:06-2#

T1344 GR2-I: Okay, gut. Wir haben alles geklärt oder? Super. Perfekt ja, Dankeschön. #01:38:14-4#

14.2.3 Gruppe3 (GR3-)

T1345 GR3-I: Gut, dann fangen wir an. #00:02:44-8#

T1346 GR3-B3: (...) Ist egal, wo man sitzt? Dann bleibe ich da. #00:03:04-8#

T1347 GR3-I1: Freie Platzwahl. (...) #00:03:17-0#

T1348 GR3-I: Bedienen Sie sich erst mal, wenn Sie mögen, genau. Schön, dass Sie alle so zeitig erschienen sind. Ich würde Sie bitten, im Vorfeld alle einmal Ihren Namen auf ein Kärtchen zu schreiben. Ich glaube, hier fehlt noch ein Stift. #00:03:26-8#

T1349 GR3-B4: Dass ich es nicht auf den Tisch schreiben muss, ein Kärtchen. #00:03:31-2#

T1350 GR3-I: Genau, danke schön. Also ich würde Sie bitten, einfach kurz Ihren Vornamen auf dieses Kärtchen zu schreiben aus Anonymitätsgründen, genau. Ich würde Sie auch, genau, einmal kurz bitten. Danke schön, das passt schon. Sie können sich natürlich auch gerne einen Namen ausdenken. Es geht wirklich nur, damit ich weiß, wie ich Sie ansprechen soll (lacht). Super, danke schön. Super, dass Sie alle so zeitig erschienen sind. Die Diskussion wird, anders, als ausgeschrieben, nur neunzig Minuten dauern. Das heißt, wir kommen sowieso #00:04:01-4#

T1351 GR3-B3: Das ist nett. #00:04:02-9#

T1352 GR3-I: ein bisschen früher nach Hause. Es wird heute grob um das Thema Medien gehen. Sie haben ja alle unterschrieben, dass das Gespräch aufgezeichnet wird. Das wären die Kameras. Dann sehen Sie den Einwegspiegel, den Sie vielleicht aus Shows oder aus Serien wie Tatort oder so kennen. Heute sitzt da niemand hinter, das heißt, wir sind ganz unter uns. Genau, ich bin Stefan. Ich werde heute die Diskussion moderieren. Drüben sitzt mein Kollege Roman. Er ist so auch Co-Moderator, würde ich das mal nennen. Genau, er wird dann noch ein paar Fragen zwischendurch stellen, wenn er eben noch etwas ganz genau wissen möchte. Und ich würde Sie bitten, einfach in einer Reihe im Uhrzeigersinn sich einmal kurz vorzustellen. Mit Ihrem Vornamen, Ihrem Alter, Ihrem Beruf und was Sie in Ihrer Freizeit gerne machen, wenn Sie nicht gerade an einer Diskussion teilnehmen. Fangen Sie an, Maria? #00:04:56-4#

T1353 GR3-B: Also ich heiße Maria. Ich bin in Pension und ich habe in der Gastronomie gearbeitet. Ich habe zum Schluss einen ECDL-Führerschein gemacht. Ich habe dann die Matura angefangen, zum lernen. Ich habe sie aber nicht ganz fertig. Ich habe ein Französisch-Zeugnis, ein Englisch-, und es macht mir sehr viel Spaß. Und ich habe irgendwann als Interviewerin, Telefonistin angefangen. Und dann habe ich angefangen, Leute anzuwerben und das einzutragen und so. #00:05:31-2#

T1354 GR3-I: Schön, freut mich. Weiter, danke. #00:05:34-1#

T1355 GR3-B1: Mein Name ist Mathilde. Ich bin 57 Jahre und bin Lehrerin in einer Handelsschule, Handelsakademie, unterrichte Office-Management. Und in meiner Freizeit tue ich gern singen. Ich singe in einem Chor. Und im Sommer habe ich auch die Statisterie, mache ich auch oft. #00:05:54-9#

T1356 GR3-I: Danke schön. #00:05:56-3#

T1357 GR3-B1: Bitte. #00:05:57-3#

T1358 GR3-I: Thomas. #00:05:58-3#

T1359 GR3-B2: Schönen guten Abend, mein Name ist Thomas. Ich bin auch 57 Jahre alt. Ich bin Trainer und Coach bei einem Erwachsenenbildungsinstitut. Hobbys neben Sprachen Reisen nach Lateinamerika, vorzugsweise Brasilien. #00:06:12-8#

T1360 GR3-I: Okay, danke schön. Juliane? #00:06:14-7#

T1361 GR3-B3: Ich heiße Juliane. Ich bin 52, also noch. In zwei Wochen bin ich dann schon ein Jahr älter (lacht). Ich arbeite bei einem Bekannten mit bei seiner Künstleragentur, so mit klassischer Musik, Künstlerbetreuung. Und habe jetzt voriges Jahr die Ausbildung gemacht, Diplomlehrgang Fotografie. Das heißt, das ist mein zweites Standbein, das baue ich gerade auf, also Berufsfotografin. Das mache ich natürlich auch hobbymäßig gern, also fotografieren. Aber sonst eigentlich Museumsbesuche, Kino, Theater. #00:06:50-1#

T1362 GR3-I: Vielen Dank. Danke schön, // Juliane. #00:06:52-8#

T1363 GR3-B3: Bitte. // #00:06:54-0#

T1364 GR3-I: Alex. #00:06:54-8#

T1365 GR3-B4: Also mein Name ist Alexander, der Rest ist sich nicht mehr ausgegangen drauf. #00:07:00-4#

T1366 GR3-I: Möchten Sie, dass ich Sie Alex oder Alexander nenne? #00:07:04-4#

T1367 GR3-B4: Ist mir ganz wurscht. #00:07:06-3#

T1368 GR3-I: Alles klar. #00:07:07-5#

T1369 GR3-B1: Ich höre auf alles, inklusive Sascha und 'He!' und so weiter. Da bin ich sehr situationselastisch. Arbeite im Handel, bin 57 Jahre, erfolgreich geschieden. Habe einen Sohn, der ist auch schon groß. Relativ viel Arbeitszeit. Und in der Freizeit, die halt überbleibt, Freunde treffen, Kunst, Kultur ganz gerne. Lesen, Schwerpunkt österreichische Geschichte ein bisschen und so. Das wäre es so im Groben. #00:07:32-6#

T1370 GR3-I: Super, vielen Dank für die gute Einführung. Dann würde ich direkt in das Thema einsteigen. Also wie Sie ja schon mitbekommen haben, es geht heute um das Thema Medien. Da würde mich jetzt grundsätzlich erst mal interessieren: Welche Medien nutzen Sie eigentlich so? Also

wirklich alles, was Sie für den täglichen Informationsbedarf quasi nutzen. Was ist das so? #00:07:56-1#

T1371 GR3-B3: Eigentlich eher online. Also die Presse, so Beiträge. #00:08:02-2#

T1372 GR3-I: Also Zeitungen, // Online-Zeitungen? #00:08:05-6#

T1373 GR3-B3: Zeitungen, // ja. Teilweise Soziale Medien auch. Also über Facebook, weil da kann man auch Nachrichten lesen. Also beides. #00:08:19-3#

T1374 GR3-B1: Teletext. #00:08:21-3#

T1375 GR3-I: Teletext? #00:08:22-7#

T1376 GR3-B1: Also im Fernsehen lese ich sehr viel den Teletext. #00:08:29-5#

T1377 GR3-I: Wo schauen Sie da so, auf welchen Fernsehsendern? #00:08:35-6#

T1378 GR3-B1: Also ich habe 145, glaube ich, das ist Kultur. Und 112. #00:08:43-8#

T1379 GR3-B2: Auf welchem Sender. ORF? #00:08:47-3#

T1380 GR3-B1: Ach so, ja, ORF. #00:08:48-5#

T1381 GR3-B2: Oder auch über den // ARD, ZDF? #00:08:50-4#

T1382 GR3-B1: Nur ORF. // #00:08:51-3#

T1383 GR3-I: Nur ORF? #00:08:52-1#

T1384 GR3-B1: Nur ORF, genau. Genau, nur ORF. #00:08:58-0#

T1385 GR3-B: Freie Zeitung, die was frei ist und kostenlos. #00:09:00-2#

T1386 GR3-I: Ach so, die Gratis-Zeitungen, die in der U-Bahn ausliegen. #00:09:05-4#

T1387 GR3-B: Ja, und überall. #00:09:07-5#

T1388 GR3-I: Welche sind das? #00:09:09-6#

T1389 GR3-B: Na ja, die eine freie heißt Heute. Da war einmal die Madonna oder wie die heißt. #00:09:18-6#

T1390 GR3-I: Also Print, Heute. Lesen die anderen auch irgendwelche Gratis-Zeitungen? #00:09:23-8#

T1391 GR3-B2: Ich bezeichne das eher als Gratis-Klopapier, meine Meinung. Nein, also Standard die Presse sowohl auf Papier, also Print als auch online. #00:09:35-4#

T1392 GR3-I: Also Standard. Was war das Zweite? #00:09:39-1#

T1393 GR3-B2: Die Presse gelegentlich. Irgendwie haben sie mich jetzt beglückt mit einem Gratis-Abo von den Salzburger Nachrichten, aber das war uneingefordert, aber gut. #00:09:50-7#

T1394 GR3-I: Ist das Print? #00:09:52-8#

T1395 GR3-B2: Ist Print, ja. Von Facebook halte ich eigentlich nicht sehr viel. YouTube schaue ich mir manchmal an, wenn ich mir irgendwelche Reiseberichte anschau. Was konsumiere ich noch? Nachrichten, ich schaue ganz wenig fern, weil das ist/ Radio, wenn es geht, am Wochenende die

Journal, Ö1 hauptsächlich. Ja das ist es eigentlich #00:10:15-9#

T1396 GR3-B1: Also im ORF schaue ich immer 'Zeit im Bild' und 'Im Zentrum'. Das schaue ich auch immer. #00:10:25-4#

T1397 GR3-I: Alexander, was konsumieren Sie so? #00:10:28-5#

T1398 GR3-B4: Also für rein jetzt nur tagesaktuelle Informationen? #00:10:32-7#

T1399 GR3-I: Genau. #00:10:33-8#

T1400 GR3-B4: Habe ich, gehen wir es täglich durch, einmal den Teletext. #00:10:39-6#

T1401 GR3-I: Auch Teletext. #00:10:41-7#

T1402 GR3-B4: Vom ORF, ORF-Teletext. Weil dann weiß ich meistens, ab Seite 116 bin ich munter, weil dann sehe ich halbwegs scharf. #00:10:52-8#

T1403 GR3-I: Maria hat 145 gesagt, richtig? #00:10:56-8#

T1404 GR3-B1: Ist Kultur. Also 111 ist alles und 112 ist die Innenpolitik. 126 ist Ausland (lacht). #00:11:07-6#

T1405 GR3-B2: Beachtlich #00:11:10-0#

T1406 GR3-B4: Ich weiß nur, dass 602 das Wetter ist, aber das ist das Einzige. #00:11:14-4#

T1407 GR3-I: 602 ist auch. #00:11:16-4#

T1408 GR3-B2: Wissen Sie vielleicht die Ankunftszeiten vom Flughafen oder so? #00:11:20-5#

T1409 GR3-B4: Das ist 835. #00:11:22-2#

T1410 GR3-B2: Respekt. #00:11:22-9#

T1411 GR3-B4: Ist immer dann, wenn ich meinen Sohn nämlich abhole. Ist jetzt ein Zufall. #00:11:28-3#

T1412 GR3-I: Nutzen Sie das jeden Tag, diesen Teletext, also informieren Sie sich da? #00:11:33-0#

T1413 GR3-B1: Also ich schon, ja. #00:11:35-0#

T1414 GR3-B4: Den Teletext nutze ich jeden Tag, dann von gedruckten Medien Kurier und Standard. Und wenn es sich ergibt, Nachrichten im Fernsehen, ORF eins, zwei und eventuell noch die RTL News, wenn es gerade läuft, wenn es sich zeitlich ergibt. #00:11:54-8#

T1415 GR3-I: (...) Okay. Was sind denn hier Ihre wichtigsten Medien, die Sie wirklich für Ihren tagesaktuellen Bedarf brauchen? #00:12:06-0#

T1416 GR3-B: Fernsehen habe ich. Ich gehe alle Nachrichten durch, ORF eins, zwei, Servus, ATV. #00:12:12-6#

T1417 GR3-I: Also TV ist für Sie das Wichtigste? #00:12:16-7#

T1418 GR3-B: Ja. #00:12:17-7#

T1419 GR3-B4: Bei mir ist es Teletext und, weil ich es vergessen habe, wenn ich im Auto sitze, Nachrichten über das Radio normal. #00:12:28-4#

T1420 GR3-I: Das sind die Wichtigsten, die beiden? #00:12:31-9#

T1421 GR3-B4: Ja. #00:12:33-0#

T1422 GR3-I: Bei Ihnen auch? #00:12:35-0#

T1423 GR3-B1: Bei mir ist Teletext und die ORF-Startseite. #00:12:39-1#

T1424 GR3-I: ORF-Startseite. #00:12:40-1#

T1425 GR3-B1: Im Internet, orf.at. #00:12:42-1#

T1426 GR3-I: Gibt es dann auch andere Internet-Seiten? Also jetzt mal abgesehen Online-Zeitung, hatten wir ja schon. Aber andere Medien, die Sie nutzen online? Andere Seiten, wo Sie Informationen bekommen? #00:12:56-9#

T1427 GR3-B: Also die Start-Programme von die Browser (lacht). #00:13:01-0#

T1428 GR3-I: Ah, wo die News dann stehen. #00:13:04-5#

T1429 GR3-B: Genau, kann man auch ziemlich viel lesen. #00:13:08-6#

T1430 GR3-I1: (...) Haben Sie das angepasst für sich oder? #00:13:15-2#

T1431 GR3-B: Mein Internet, das den Explorer/ ja. Früher habe ich ein eigenes gehabt, das habe ich weggegeben, weil das kostet ja irgendwann auch mal was. Da kannst du ja eine eigene Seite bestellen, was du alles sehen willst und hören willst. #00:13:36-0#

T1432 GR3-B2: News-Feed ist, glaube ich, der Terminus technicus. #00:13:39-6#

T1433 GR3-B: Auch das Wetter und die Nachrichten und Sport. #00:13:44-2#

T1434 GR3-I: Hat das sonst noch jemand, so einen News-Feed? Juliane, Sie hatten was? #00:13:50-8#

T1435 GR3-B3: Und die Online-Zeitung, also für mich. #00:13:54-3#

T1436 GR3-I: Also das ist für Sie das Wichtigste? #00:13:58-4#

T1437 GR3-B3: Ja. #00:13:59-4#

T1438 GR3-I: Welche da? #00:14:01-0#

T1439 GR3-B3: Presse. #00:14:02-0#

T1440 GR3-I: Was ist für Sie/ #00:14:05-6#

T1441 GR3-B2: Der Standard Online-Zeitung unter der Woche. Und zum Wochenende oder wenn es sich irgendwie ausgeht, das Ö1-Journal, ORF, Radio hören. Teilweise auch, ich bin zwar kein Digital Native, aber teilweise versuche ich auch, übers Mobiltelefon Radio dann zu hören mit dem Kopfhörer als Antenne. Wenn irgendwas dringend ist und ich möchte gerne daneben das Radio hören, aber das ist eher die Ausnahme. #00:14:34-0#

T1442 GR3-I: Aber das sind jetzt so alles die Sachen, die Sie täglich auf jeden // Fall konsumieren? #00:14:42-0#

T1443 GR3-B: Ja, Apotheke- // und Drogerie-Medien habe ich auch. Gesundheitszeitungen, die frei sind, die man sich so durchlesen kann. #00:14:51-1#

T1444 GR3-I: Ist Gesundheit für Sie ein Thema, was Sie // interessiert? #00:14:56-3#

T1445 GR3-B: Ja, // sehr. #00:14:58-2#

T1446 GR3-I: Ist das noch für andere auch ein Thema, so Gesundheitsthemen? Sie nicken? #00:15:04-3#

T1447 GR3-B3: Jein. #00:15:05-3#

T1448 GR3-I: Jein. Was sind so Ihre Themen, die Sie so interessieren? #00:15:10-5#

T1449 GR3-B3: Schon auch Politik, die Lage, und Kultur. #00:15:14-3#

T1450 GR3-I: Politik Inland, Ausland? #00:15:16-2#

T1451 GR3-B3: Beides. #00:15:17-1#

T1452 GR3-I: Beides. #00:15:18-1#

T1453 GR3-B2: Innenpolitik, Außenpolitik, gerade, was in Amerika los ist. Innenpolitik, Österreich vor allem, jetzt mit den EU-Wahlen. Kultur, soweit es im Standard abgedeckt wird. Gesundheitszeitungen oder auch online schaue ich mir eigentlich nicht an. #00:15:33-7#

T1454 GR3-I: Sie meinen da, sobald es im Standard abgedeckt ist. Was vermissen Sie da beim Standard im Kulturteil? #00:15:42-2#

T1455 GR3-B2: Es ist auch, wenn man so wirklich immer nur im Netz hängt, ob mobil oder eben so, käme man zu nichts anderem mehr. Ich versuche also möglichst, mir eine Meinung aus verschiedenen Standpunkten zu bilden. Und nicht nur eine, das wäre eher einseitig. #00:16:03-1#

T1456 GR3-I: Verstanden. Alexander, was sind bei Ihnen die/ #00:16:06-9#

T1457 GR3-B4: Innenpolitik, Außenpolitik, Chronik allgemein, Wetter, Kultur-News eventuell. Das ist es so im Wesentlichen. #00:16:13-5#

T1458 GR3-I: Müssen Sie aktiv nach diesen Informationen suchen? Oder haben Sie sich das schon so eingestellt, dass diese Informationen quasi zu Ihnen kommen? Wie ist das bei Ihnen? #00:16:26-8#

T1459 GR3-B4: Na ja, beim Teletext muss ich weiterblättern. In der Zeitung muss ich weiterblättern. Beim Radio muss ich nicht weiterblättern. #00:16:36-3#

T1460 GR3-I: Das heißt, das ist so ein bisschen aktiv. Suchen Sie da speziell nach Themen oder schauen Sie einfach gerade, was im Teletext quasi ausgeschrieben ist? #00:16:48-6#

T1461 GR3-B4: Teletext habe ich meine Seiten. Da gehe ich ganz klassisch/ #00:16:51-4#

T1462 GR3-B2: Die kann man auch speichern, glaube ich, oder? So favorisierte Seiten, oder nicht? #00:16:58-1#

T1463 GR3-B4: Das habe ich noch nicht so/ #00:17:01-4#

T1464 GR3-B1: Nein. Ich weiß meine Nummern auswendig (lacht). #00:17:05-2#

T1465 GR3-I: Wie machen Sie das? Sie haben Ihre Seiten, die // arbeiten Sie ab. #00:17:11-8#

T1466 GR3-B1: Also // 111 ist allgemein. Und dann habe ich meine Seiten, 112, 126, 145 und die Bundesländerseiten, ab 700 aufwärts. #00:17:21-8#

T1467 GR3-I: Und dann schauen Sie einfach immer so, was da gerade so drinsteht? #00:17:27-9#

T1468 GR3-B2: Genau. #00:17:28-9#

T1469 GR3-B4: Aber ich selektioniere schon auch einiges an die normale gedruckte Zeitung. Ich mag Online-Zeitungen nicht. Ich springe über gewisse Them/ Bereiche einfach drüber, wo ich sage: "Das interessiert mich sowieso nie." Also selektioniere man schon. #00:17:46-0#

T1470 GR3-I: Und nur online oder allgemein einfach überspringen Sie/ #00:17:48-9#

T1471 GR3-B4: Na, Zeitungen lese ich nur gedruckt, lese ich nicht online. #00:17:52-5#

T1472 GR3-I: Alles klar. Warum überspringen Sie die Themen? #00:17:55-1#

T1473 GR3-B4: Weil sie mich nicht interessieren. Also ich bin immer dankbar, wenn zum Beispiel Sport hinten ist, weil dann weiß ich, hinten, das kann ich vergessen. Außer, wenn dann ganz hinten das Fernsehprogramm ist, dann muss ich durch. #00:18:07-5#

T1474 GR3-I: Ich verstehe. Juliane, wie ist es bei Ihnen? #00:18:10-4#

T1475 GR3-B3: Ich suche schon gezielt also die Themen raus und dann blättere ich auch. Aber, wie gesagt, ich lese gerne online lieber, weil die Presse Print, das ist wegen dem Format das ist ein bisschen schwer. Am Wochenende manchmal lese ich es schon. #00:18:23-8#

T1476 GR3-B2: Aber entschuldigen Sie, die Presse, die interessanten Artikel sind alle kostenpflichtig. Die sind blau unterlegt, oder? Haben Sie ein Abo? #00:18:30-7#

T1477 GR3-B3: Mhm (bejahend). #00:18:31-7#

T1478 GR3-B2: Ach so. #00:18:32-6#

T1479 GR3-I: Hat jetzt noch jemand ein Abo von einer Zeitung? #00:18:35-9#

T1480 GR3-B1: Ich habe momentan ein Gratis-Abo von der Presse, momentan (lacht). #00:18:39-5#

T1481 GR3-I: Und planen Sie, das zu verlängern? #00:18:41-8#

T1482 GR3-B1: Ich weiß es noch nicht. #00:18:43-7#

T1483 GR3-B2: Ach ja, ich habe Standard Pur. Das wird angeblich nicht getrackt und es gibt keine Werbung. Das ist mir wichtig. #00:18:50-6#

T1484 GR3-I: Funktioniert das für Sie? // Weil Sie gerade angeblich gesagt haben. #00:18:54-5#

T1485 GR3-B2: Ja, das kostet drei oder // sechs Euro im Monat und wird automatisch abgebucht. #00:18:58-1#

T1486 GR3-I: Weil Sie gerade angeblich gesagt haben, dachte ich so/ #00:19:01-4#

T1487 GR3-B2: Man weiß ja nicht, was im Hintergrund läuft. Also Werbung erscheint nicht, das ist ja auch der Deal dabei. Was mit den Informationen gemacht wird? Also da muss man achtgeben, dass man nicht in eine Paranoia hineinfällt. #00:19:13-8#

T1488 GR3-I: Ist Werbung nervig, wenn Sie da online schauen? #00:19:16-7#

T1489 GR3-B2: Also früher, bevor es dieses gab, dieses Instrument, war teilweise schon nervig. Ich weiß, die müssen sich auch irgendwie finanzieren, das ist mir schon klar. Aber da war mir das Hemd doch näher als der Rock. #00:19:28-8#

T1490 GR3-B4: Ich glaube, man gewöhnt sich im Lauf der Zeit dran. Ich bin mir sicher, dass es jeden vor zehn oder 15 Jahren oder sagen wir, vor fünf oder zehn Jahren mehr gestört hat, als es jetzt ist, wenn irgendwo daneben oder oben oder sonst irgendwo eine Werbung läuft. #00:19:44-8#

T1491 GR3-B2: Sie meinen, online? #00:19:46-1#

T1492 GR3-B4: Ja. #00:19:46-8#

T1493 GR3-I: Wie ist denn Print eigentlich? Wie nehmen Sie da die Werbung wahr? #00:19:51-0#

T1494 GR3-B4: Gar nicht. #00:19:52-0#

T1495 GR3-I: Gar nicht. #00:19:53-0#

T1496 GR3-B4: Also nicht aktiv. #00:19:54-3#

T1497 GR3-B2: Es gibt natürlich auch, wie Sie sicher wissen, zu ihrem Leidwesen diese Ad-Blocker, nicht? Und beim Standard hat das offensichtlich so überhandgenommen, dass sie gesagt haben, weil Sie konnten früher das einschalten und haben die Werbeeinschaltungen draußen gehabt. Und dann haben die gesagt: "Nein, das geht nicht mehr. Wenn Sie das werbefrei haben wollen, müssen Sie dieses Pur-Abo nehmen." Drei Euro oder sechs Euro im Monat, weiß ich nicht. "Und sonst, wenn nicht, dann haben Sie es halt gratis, aber werden halt mit Werbung zugemüllt." Schauen Sie sich den Standard online auf einem großen Gerät an, da wird Ihnen übel. Wenn Sie so die Ding und links und rechts die Werbung, ist grauenhaft. #00:20:30-5#

T1498 GR3-I: Wie sind Sie zu dem Pur-Abo gekommen? Haben Sie sich bewusst dafür entschieden? #00:20:35-1#

T1499 GR3-B2: Ich habe den Ad-Blocker gehabt am Laptop oder am Desktop. Und dann, eines Tages, ging es nicht mehr. Haben die gesagt: "Entweder Sie machen Pur oder das." Habe ich gesagt: "Ja, mein Gott, wegen drei Euro oder sechs Euro im Monat werde ich mich nicht streiten." #00:20:50-4#

T1500 GR3-I: Ist nicht so schmerzhaft. #00:20:52-1#

T1501 GR3-B2: Ja. #00:20:52-7#

T1502 GR3-I: Also ist es ein guter Deal bisher? #00:20:55-4#

T1503 GR3-B4: Ja. #00:20:56-1#

T1504 GR3-I: Wie ist es bei den anderen? Stören Sie sich an Werbung oder wie nehmen Sie das so wahr? #00:21:03-3#

T1505 GR3-B3: Eigentlich nicht, also ich blende das aus eigentlich. Nehme war, es ist zwar jetzt da, aber ich lese das jetzt nicht wirklich. #00:21:12-1#

T1506 GR3-I: Alles klar. Sie? #00:21:13-6#

T1507 GR3-B1: Bei mir ist es so, manchmal stört es mich sehr, wenn ich vielleicht ganz schnell jetzt was im Internet, auf der ORF-Seite, was lesen möchte. Und manchmal denke ich mir: 'Ah, jetzt blende ich das aus.' Je nach Situation. #00:21:28-8#

T1508 GR3-B2: Teletext ist werbungsfrei, oder? #00:21:30-6#

T1509 GR3-B4: Genau. Ja. #00:21:31-4#

T1510 GR3-B1: Ja da ist keine Werbung, nein. #00:21:33-7#

T1511 GR3-B4: Da sind manchmal unten so Einzeiler als Einschaltung. #00:21:37-1#

T1512 GR3-B2: Wo man drauf / aber das macht kaum wer #00:21:38-0#

T1513 GR3-B1: Aber das stört nicht. #00:21:39-0#

T1514 GR3-I: Also im Teletext haben Sie kein Problem. Wie ist es bei Ihnen mit der Werbung? #00:21:45-1#

T1515 GR3-B: Mich stört die Werbung schon sehr, weil es ist immer dasselbe eine Zeitlang, bis eine neue kommt. #00:21:51-9#

T1516 GR3-B2: Was mich sehr stört, ist, Pardon, bei YouTube war es früher so, dass es auch relativ werbungsfrei war. Und jetzt, bei interessanten Dingen, wird das wirklich alle zwei Minuten unterbrochen. Sie können zwar diese Werbung nach fünf Sekunden auch unterbrechen. Und wenn Sie das nicht wollen, dann müssen Sie auch irgendwas zahlen. Das heißt, ein Monat gratis und dann zahlen Sie irgendwas. In sich ist das nicht so viel. Aber verstehen Sie, wenn da jetzt was zusammenkommt, dann kommen auch irgendwann einmal dreißig Euro im Monat zusammen. Also ich will das alles frei haben. Das ist irgendwie, finde ich, schon bedenklich. Aber gut, die Welt wird für mich nicht untergehen damit. Aber ich halte es eben nur fest. Und es ist manchmal wirklich nervig, weil das wird einfach mittendurch also mittendrin abgebrochen. #00:22:41-3#

T1517 GR3-I: Das Video? #00:22:42-3#

T1518 GR3-B2: Genau. Oder es stoppt nicht einmal, im Satz teilweise abgebrochen. Dann müssen Sie fünf oder sechs Sekunden vergehen lassen und dann können Sie die Werbung unterbrechen. Dann geht es wieder zurück. Also das finde ich schon ein bisschen heftig. Aber Sie können

natürlich da gratis ein Monat machen und Sie wissen, Menschen sind Gewohnheitstiere. Wenn man sich einmal dran gewöhnt hat, dann bleibt man dabei. Und es sind halt eh nur ein paar Euro. #00:23:08-9#

T1519 GR3-I: Aber da haben Sie es noch nicht gemacht, so ein // Pur-Abo quasi. #00:23:13-9#

T1520 GR3-B2: Dieses Ding habe ich nicht gemacht, // nein. Ich meine, kommt vielleicht noch. #00:23:18-8#

T1521 GR3-I: Sie haben eh schon gesagt, also das sind so die, wo Sie sich eigentlich täglich informieren. Gibt es so bestimmte Uhrzeiten? Folgen Sie da einem Rhythmus, wann Sie immer so in den Teletext schauen, Ihre Zeitung aufschlagen oder Radio hören? Haben Sie da bestimmte Uhrzeiten oder ist das einfach zwischendurch immer? #00:23:37-3#

T1522 GR3-B3: In der Früh eigentlich und dann zwischendurch halt vielleicht, Mittag oder am Abend dann so. #00:23:42-9#

T1523 GR3-B2: In den öffentlichen Verkehrsmitteln, wenn ich öffentlich unterwegs bin. Es gibt keine fixe Zeit. Und wenn ich um eins in der Nacht was nachschauen will, was gerade in Amerika los ist, dann schaue ich mir einfach das an. Es ist zeitlich relativ flexibel, wenn es das ist, was Sie hören wollen. #00:24:01-4#

T1524 GR3-I: Ich möchte Ihre Meinung hören, deswegen es gibt kein Richtig oder Falsch. Das heißt, also ein flexibler Konsum quasi. #00:24:08-4#

T1525 GR3-B1: Also bei mir ist es auch eher in der Früh, dass ich so ein bisschen nachschaue, und tagsüber verteilt. #00:24:15-5#

T1526 GR3-I: Also folgen Sie da keinem klaren Rhythmus. #00:24:18-4#

T1527 GR3-I1: Zum Teletext hätte ich eine Frage. Schauen Sie Teletext in der Früh, wenn Sie aufstehen, oder abends dann? Oder wann schauen Sie den Teletext sich an? #00:24:27-9#

T1528 GR3-B1: Manchmal in der Früh. Aber dann so, wenn ich nach Hause komme, schaue ich, und dann verteilt halt. #00:24:34-7#

T1529 GR3-I1: Sie, glaube ich, schauen auch noch Teletext? #00:24:37-5#

T1530 GR3-B4: Ich schaue ihn schon früh. #00:24:39-6#

T1531 GR3-I1: Früh. #00:24:40-3#

T1532 GR3-B4: Es ist so aufstehen, Frühstück holen, hinsetzen, sagen: // "Sehen #00:24:44-2#

T1533 GR3-I1: Teletext. // #00:24:45-3#

T1534 GR3-B4: wir schon was oder sehen wir noch nichts?" #00:24:48-5#

T1535 GR3-I: Reichen Ihnen die Informationen aus, die Sie in Ihren Medien bekommen? Oder haben Sie manchmal das

Gefühl: 'Ich würde eben gern noch mehr wissen'? Und dann schauen Sie noch mal woandershin. Wie ist das bei Ihnen? #00:25:01-6#

T1536 GR3-B4: Na, es kann schon passieren, dass ich vielleicht das eine oder andere, meistens dann eh im Teletext oder den Nachrichten im Fernsehen, irgendwas aufschnappe. Was mir zu kurz war und wo ich aber sehr vereinzelt dann möglicherweise schaue, ob ich im Netz irgendwas darüber finde. #00:25:17-9#

T1537 GR3-I: Wie suchen Sie dann im Netz, einfach bei // Google? #00:25:21-8#

T1538 GR3-B2: Also // das letzte Mal habe ich gesucht unter 'Tätowierung Halle Berry'. Das ist so ein klassisches Beispiel. Die haben das Foto nicht gebracht, ganz doof. Dann sucht man halt nach dem Foto. Ist eh nur so eine kleine Tätowierung, also nicht so tragisch. Das wäre so ein Klassiker. #00:25:39-6#

T1539 GR3-I: Das suchen Sie einfach bei Google höchstwahrscheinlich. Fühlen Sie sich mit den Informationen gut abgedeckt, die Sie bekommen? #00:25:47-7#

T1540 GR3-B3: Eigentlich schon. #00:25:49-0#

T1541 GR3-B2: Eigentlich nicht. Vor allem, wenn ich beide anschau. Ich sehe in vielen Fällen 'Quelle APA'. Das ist teilweise eins zu eins übernommen. Ganz selten, manchmal sind Rechtschreibfehler drin, auch in der Print. Das heißt, die haben ziemlich eingespart beim Lektorat, was eigentlich nicht sein sollte. Vor allem es ist auch wichtig, habe ich vielleicht vergessen, zu erwähnen oder ganz sicher, manchmal schaue ich auch online NZZ, Neue Zürcher Zeitung. Und zwar nur, Schweiz interessiert mich eher nur peripher, soll heißen, gar nicht, sondern eben: Wie sieht man in der Schweiz Verhältnisse in Österreich, in anderen Ländern? #00:26:29-9#

T1542 GR3-I: Also den Auslandsteil der NZZ? #00:26:32-5#

T1543 GR3-B2: Genau. #00:26:33-3#

T1544 GR3-B3: Ich habe auch was vergessen, entschuldige. Die Budapester Zeitung lese ich ab und zu, weil ich habe Verwandte. Ich meine, das ist zwar auch auf Deutsch, aber mich interessiert halt, wie es dort abgeht, weil ich Verwandte habe, weil die Regierung auch. #00:26:48-4#

T1545 GR3-I: Und die Information bekommen Sie in österreichischen Zeitungen so nicht? #00:26:53-1#

T1546 GR3-B3: Das ist über Facebook, das ist eine Seite. Da kann ich aber online auch schauen, Budapester Zeitung. #00:26:59-6#

T1547 GR3-B2: Ist die eher Orbán-nahe oder -kritisch? #00:27:02-6#

T1548 GR3-B3: Nein, die ist kritisch, so wie der Standard. Kann ich empfehlen (lacht). Mache jetzt keine Werbung #00:27:08-2#

T1549 GR3-B2: Budapester Zeitung? #00:27:09-4#

T1550 GR3-B3: Ja, zusätzlich zur Auslandspolitik verwende ich halt die immer. #00:27:13-8#

T1551 GR3-I: Sind sie da über Facebook draufgekommen? #00:27:16-7#

T1552 GR3-B3: Ja, über Facebook. #00:27:18-4#

T1553 GR3-B2: Muss man über Facebook einsteigen oder gibt es eine/? #00:27:20-9#

T1554 GR3-B3: Nein, man kann auch also #00:27:23-4#

T1555 GR3-B2: Einfach suchen, // Budapester Zeitung. #00:27:25-9#

T1556 GR3-B3: auf die Homepage. // #00:27:28-0#

T1557 GR3-B2: Na, werde ich mir mal anschauen. Danke für den Tipp. #00:27:32-7#

T1558 GR3-B3: Bitte, aber die ist ganz auf Deutsch halt. #00:27:36-5#

T1559 GR3-B2: Ja ja ich kann // nicht Ungarisch. #00:27:39-0#

T1560 GR3-I: Mathilde, // wie ist es bei Ihnen? #00:27:42-3#

T1561 GR3-B1: Also erstens einmal suche ich da noch auf der Bezirksebene. Also zum Beispiel Bezirksjournal vom 15. Bezirk interessiert mich manchmal vielleicht, was sich in dem Bezirk abspielt der Chronik #00:27:54-1#

T1562 GR3-I: Ist das dann online oder #00:27:56-6#

T1563 GR3-B1: Nein, #00:27:57-5#

T1564 GR3-I: Zeitung? #00:27:58-3#

T1565 GR3-B1: Zeitung. Und wo ich auch sehr viel lese, also ich bin burgenländische Kroatin und da haben wir auch eine eigene Medienwelt. Also das heißt, auf orf.at gibt es Burgenland und dann die Minderheiten. Also das schaue ich auch immer, Kroaten. Und auch wir haben die Zeitung, wöchentliche Zeitung, das lese ich auch. Also verbringe ich auch relativ viel Zeit damit, und Radio auch. Jeden Tag haben wir auch Radiosendungen, Nachrichten. Burgenland, Radio Burgenland ist das dann. #00:28:30-7#

T1566 GR3-B2: Auf Kroatisch? #00:28:31-9#

T1567 GR3-B1: Ja. #00:28:32-8#

T1568 GR3-I: Also da noch ein bisschen. #00:28:35-3#

T1569 GR3-B1: Also das ist die Minderheitenmedien, sagen wir so. #00:28:39-1#

T1570 GR3-I: Aber sind das dann Informationen über Kroatien oder wie? #00:28:43-3#

T1571 GR3-B1: Über die burgenländischen Kroaten. #00:28:45-4#

T1572 GR3-I: Über die burgenländischen? #00:28:47-1#

T1573 GR3-B1: Ja. #00:28:47-9#

T1574 GR3-I: Alles klar. Wie ist es bei Ihnen, informieren Sie sich noch irgendwo anders? #00:28:53-8#

T1575 GR3-B: Ich informiere mich so schon über die Länder, über Linz und Graz und Tirol am meisten. Ich kriege am

meisten von Tirol hie und da was zum Lesen, was dort ist, oder in Vorarlberg. Aber im Fernsehen bringen die alles. Ich schau mir alle Fernsehnachrichten durch und da kriege ich meistens alles, was ich will, außer im Internet dann.

#00:29:19-0#

T1576 GR3-I: Gibt es noch Themen, die Sie interessieren, die Sie jetzt nicht in klassischen Zeitungen irgendwie bekommen? #00:29:26-2#

T1577 GR3-B: Über Bergsteigen, solche Sachen. #00:29:28-3#

T1578 GR3-I: Also spezifische Sportsachen? //

Randsportarten quasi. #00:29:31-2#

T1579 GR3-B: Ja, die Berge // davon und alles halt. Und halt die Dorfpräsidenten, die sind, und die Regierung halt von dort. #00:29:40-1#

T1580 GR3-I: Also im Lande. #00:29:41-8#

T1581 GR3-B2: Mich interessiert, wenn ich alte Telefone, Mobiltelefone repariere, wo eigentlich die Leute sagen: "Schmeiß es weg!" So Do-it-Yourself-Geschichten auf YouTube. Wenn Sie sich die zwanzigmal anschauen, dann üben Sie das und nach dem 15. Mal können Sie es dann. Also das mache ich so zwar nicht ständig, aber wenn es notwendig ist. Man findet im Netz eigentlich fast alles. Aber Information, ja. Wenn ich etwas konkret suche, gehe ich in eine Suchmaschine, nicht Google, eine andere. #00:30:09-2#

T1582 GR3-I: Welche nutzen Sie? #00:30:10-7#

T1583 GR3-B2: Startpage.com, diskreteste Suchmaschine. Die verkaufen ihre Daten nicht weiter, behaupten Sie. Sie sehen bei Google, wenn Sie irgendwas eingeben zweites Mal, haben Sie auf einmal, wenn Sie diese Funktion nicht abgeschaltet haben, haben Sie auf einmal auf miraculöse Weise, dass sich das, wie sagt man, vervollständigt.

#00:30:27-5#

T1584 GR3-B4: Die Autovervollständigung? #00:30:28-5#

T1585 GR3-B2: Genau. Das brauche ich nicht, nein.

#00:30:31-0#

T1586 GR3-I: Ist das Ihr gemeinsames Thema, was Sie beschäftigt, das mit den Daten? #00:30:35-7#

T1587 GR3-B3: Eigentlich schon. #00:30:36-7#

T1588 GR3-B2: Ja. #00:30:37-4#

T1589 GR3-B3: Genau, bei Google, ich habe früher Google benutzt und da habe ich irgendwas gesucht. Und dann das nächste Mal, wie ich geöffnet habe, auch für dieses Thema #00:30:47-4#

T1590 GR3-B2: Werbung gehabt. #00:30:48-5#

T1591 GR3-B3: habe ich dann Werbung gehabt. Ich denke mir: 'Hä? Was soll das jetzt?' Ich verwende das Ecosia #00:30:54-9#

T1592 GR3-B2: Kenne ich auch. #00:30:56-4#

T1593 GR3-B3: und die pflanzen Bäume. Also ich hoffe, die sind halt so. Aber ich weiß es auch nicht hundertprozentig, ob sie nicht meine Daten verkaufen, aber ich vertraue ihnen halt. #00:31:07-1#

T1594 GR3-B2: An die Guten halt. #00:31:08-9#

T1595 GR3-B3: Dass sie eine gute Sache machen.

#00:31:11-4#

T1596 GR3-I: Woher kommt da das Vertrauen? Also warum vertrauen Sie jetzt den anderen zum Beispiel mehr, obwohl Sie selbst sagen, dass Sie es gar nicht so genau wissen?

#00:31:21-4#

T1597 GR3-B3: Na ja, also wenn ich jetzt über die Suchmaschine was suche, dann kriege ich nicht nachher vorgeschlagen so ein Thema, irgendeine Werbung vielleicht. Wenn ich geschaut habe letztes Mal wegen dem Knie Probleme und dann, wenn ich bei Google schauen würde, würde ich eine // Empfehlung, #00:31:38-1#

T1598 GR3-B2: Knieprothese // oder so. #00:31:39-9#

T1599 GR3-B3: irgendein Rezept oder irgendein Mittel wahrscheinlich bekommen (lacht). Das nicht eigentlich.

#00:31:44-2#

T1600 GR3-I: Die Erfahrung haben Sie jetzt mit Ecosia noch nicht. #00:31:47-8#

T1601 GR3-B3: Nein, also bis jetzt noch keine Werbung bekommen gezielt. Bin ich zufrieden. #00:31:52-4#

T1602 GR3-I: Ist das generell so ein Thema, also diese Glaubhaftigkeit bei Medien? Also wie vertrauen Sie denn eigentlich gerade so der Medienwelt, wie sie mit Ihren Daten umgehen oder wie auch die Glaubhaftigkeit der Inhalte ist? Wie sieht es da aus? #00:32:07-1#

T1603 GR3-B4: Ich würde sagen, das sind zwei unterschiedliche Dinge. Mit den Daten umgehen, ich muss sagen, ich bin einer der wenigen, die kein Problem haben mit dem Tracking. Die sollen alles über mich speichern, was sie wollen. Ich meine, es hat den Vorteil, ich sehe immer, wenn meine Beste gerade wieder online irgendwas nachgeschaut hat, was sie sich kaufen will, welche Fetzen. Weil dann habe ich meistens unten die Einblendung dieser einzelnen Geschäfte. Das ist sehr positiv. Ich glaube nämlich deswegen, die sollen ruhig genau wissen, was ich mir anschau. Ich habe kein schlechtes Gewissen. Ist jetzt blöd gesagt. Weil wenn ich schon Werbung bekomme, habe ich immer personalisierte Werbung, die auf mich zugeschnitten ist. Weil dann habe ich vielleicht aus diesen hundert Prozent Werbung, die es gibt, sind das diese acht Prozent, die auf mich zugeschnitten sind. Und von den acht Prozent könnten mich eventuell die Hälfte interessieren. Also die sollen alles sammeln, was sie wollen. Und am gescheitesten ist, wenn sie von allen Leuten alles sammeln, weil dann können sie eh

nichts mehr damit anfangen, weil das kein Mensch jemals und keine Maschine jemals // auswerten kann. #00:33:14-6#

T1604 GR3-B2: Das dachte // man vor Snowden auch. Die Daten, die Telefon-, können nicht gespeichert werden. Hat es geheißen, die Verbindungsdaten werden gespeichert. Mirakulöserweise konnten sie es dann, verstehen Sie? #00:33:25-9#

T1605 GR3-B4: Wie gesagt, also ich stehe dem als einer der wenigen relativ positiv gegenüber. Was sollen sie rausfinden? #00:33:32-7#

T1606 GR3-I: Möchte mich jetzt auch gar nicht so tief in dieses Thema (unv., undeutlich), noch einmal kurz // Ihre Meinung. #00:33:40-3#

T1607 GR3-B4: Deswegen, // wie gesagt, das sehen Sie und ich ein bisschen unterschiedlich. Vertrauen in die Presse oder in die Medien allgemein? Nennen wir es jetzt Medien, sagen wir, Presse oder aktuelle Informationen, man kann nur das annehmen, was geliefert wird. Keiner sieht den Hintergrund. Jetzt können sie alle lügen, jetzt können sie alle recht haben. Aber, wie gesagt, wenn so sehr viele Print-Medien zum Beispiel die normalen APA-Aussendungen als Grundlage nehmen, weil die natürlich alle die Redakteure einsparen haben müssen, damit alle das nur geschwind abtippseln oder nur mehr copy, paste reinstellen. Vielleicht, dass sie es individualisieren, drei Worte hineinschreiben dazu. Das sind übrigens dann die, wo die Rechtschreibfehler drin sind. Ein Freund von mir, der war lange bei der Kurier-Krone-Redaktion Wien und ist dann weggegangen vor acht Jahren. Da hat das nämlich schon angefangen. #00:34:31-9#

T1608 GR3-B2: Aber sie können versuchen, vielleicht aus der Auslandsperspektive ein anderes Licht drauf zu werfen. Wenn dort ident das Gleiche drinsteht, dann wird es kritisch. #00:34:41-3#

T1609 GR3-B4: So wie bei uns die APA-Zentralen, gibt es die auch im Ausland, und die News werden mehr oder weniger hin- und hergeschoben. #00:34:50-0#

T1610 GR3-B2: Aber wenn die Formulierung eins zu eins ist, auch im Ausland, dann ist es kritisch. Aber gut. #00:34:56-9#

T1611 GR3-B4: Lustig ist, wenn man zwei Tageszeitungen hernimmt. Es war ein aktueller Fall in unserer Nähe, wo bei einem Einbruch ein Waffengebrauch stattgefunden hat. Und bei zwei Medien wird einmal, das muss man aber allerdings wissen, von einem Revolver, einmal von einem Colt gesprochen. Dort, wo vom Colt gesprochen ist, ist eine Automatik als Foto drinnen. Also so man nimmt die APA, gibt es rein, dreht es irgendwie um und es kommt nur Schwachsinn heraus. Und das ist etwas, was ich nachvollziehen habe können. Wobei nein, der hat sie nicht

erschossen, die ist aus Versehen in die Kugel hineingerannt. #00:35:34-4#

T1612 GR3-I: Wie gehen Sie damit um? Wo kriegen Sie Ihre Informationen her, dass Sie sagen: "Das wird jetzt schon irgendwie passen"? #00:35:42-3#

T1613 GR3-B4: Ich glaube, wenn man sagt, man will jetzt wirklich eine wahrheitsgetreue Information haben, wie Dinge auch in den USA oder bei jetzt der neuen Mission, wo nur mehr Puppen zur ISS raufgeschickt werden, kann man sich nur dann beschaffen, wenn man selber vor Ort ist. Alles andere muss man so nehmen, wie man es kriegt. Damit müssen wir leben. #00:36:05-1#

T1614 GR3-I: Wie sehen es die anderen? Haben Sie auch eine Meinung? #00:36:09-3#

T1615 GR3-B2: Ich meine, vielleicht ja, tendenziell. Die Frage ist, wie viel Zeit haben Sie? Wenn Sie nur ein beschränktes, beengtes Zeit-Budget haben, können Sie nicht fünf Zeitungen lesen in Papier. Außer, Sie arbeiten dort vielleicht. Aber als arbeitender Mensch, der nebenbei auch noch was anderes zu tun hat, wird das eher schwierig sein. Wenn man ständig nur am Smartphone oder an der Ding hängt, ist es vielleicht für die sozialen Kontakte auch nicht so gut. Ich finde auch den Ausdruck Soziale Medien irgendwie einen Widerspruch in sich. Schauen Sie sich viele Jugendliche an. Die treffen einander irgendwo, jeder starrt auf sein Handy, aber kommunizieren untereinander, ohne, dass sie miteinander Blickkontakt haben. Die Frage ist, was ist dran sozial? Also der Begriff Soziale Medien ist für mich irgendwie ein Widerspruch in sich. #00:37:03-1#

T1616 GR3-B4: Er schickt seinem Visavis am Tisch eh über WhatsApp die Frage: 'Was bestellst du?' Und der schreibt ihm zurück: 'Ein Cola.' #00:37:12-1#

T1617 GR3-B2: Das ist nicht sozial. Die können genauso irgendwo sitzen #00:37:14-1#

T1618 GR3-I: Haben Sie eine Meinung? #00:37:16-2#

T1619 GR3-B1: Also prinzipiell, ich vertraue. Natürlich komme ich dann auch manchmal drauf, das war Schwachsinn, was jetzt da abgeliefert wurde. Aber so Summa summarum denke ich mir, es stimmt schon, was geschrieben wird. Und mit meinen Daten, da habe ich kein Problem. Also auch ich bin im Herold. Wenn ich einen Newsletter kriege, wenn es mich interessiert, lese ich ihn durch. Wenn ich ihn nicht mehr will, bestelle ich ihn ab. #00:37:45-4#

T1620 GR3-B3: Also die Presse sowohl Standard genauso, vertraue ich beiden eigentlich. Kronenzeitung, Kurier, na ja, eher nicht so. Aber die sind also schon glaubwürdig. Obwohl ist klar, von der APA, die liefern die meisten Infos. Und ist klar, und die anderen Zeitungen, die nehmen sich die Infos. Vielleicht tun sie es ein bisschen ausschmücken, der andere

mehr, weniger. Aber ich glaube schon auch, die APA, dass die auch glaubwürdig ist. Also die verbreiten sicherlich keine Fake News, denke ich nicht. #00:38:17-4#

T1621 GR3-I: Wodurch wird Kurier oder Krone unglaubwürdig? Also wodurch kommt das? #00:38:21-9#

T1622 GR3-B3: Ja na, weil ich habe da mal einen Bericht gelesen und ist eh, glaube ich, über die Wahl oder irgendwas gewesen. Und das ist sicher so geschrieben gewesen, dass es irgendwie beeinflusst war, dass sie pro irgendeine Partei da schreiben. Also es war eindeutig. Wo mich das eigentlich dann ein bisschen abschreckt. Ich mag eher was lesen, das unparteiisch ist im Endeffekt. Also das war an bestimmte Wähler gerichtet oder geschrieben. Also das ist irgendwie ein bisschen abschreckend für mich. #00:38:54-0#

T1623 GR3-I: Also wenn Sie irgendwie darauf kommen, also es muss irgendwas passieren quasi, dass Sie merken, irgendwas war da. Und dann ist das Vertrauen ein bisschen abge/ oder ein bisschen mehr/ #00:39:03-9#

T1624 GR3-B3: Genau. #00:39:04-6#

T1625 GR3-I: Gut. Dann würde ich Ihnen jetzt eine Tageszeitung jeweils aushändigen. Ich würde Sie bitten, dass Sie vielleicht kurz sich irgendwie fünf bis zehn Minuten Zeit nehmen. Ein bisschen durchblättern, einmal schauen, was so drin ist. Vielleicht auch, wenn Sie einen Artikel finden, der Sie interessiert, gerne auch einmal ein bisschen lesen. Genau, und dann reden wir gleich einmal darüber. Also wir haben jetzt hier zwei verschiedene, Sie haben quasi die Qual der Wahl. Dann nehme ich einmal eine von hier mit. #00:39:34-9#

T1626 GR3-I1: Österreich oder Krone oder beide, wie Sie wollen. #00:39:38-2#

T1627 GR3-B2: Am liebsten gar keine, aber was soll ich tun? #00:39:41-9#

T1628 GR3-I: Also Sie haben eh beide. Österreich oder Krone, wie Sie wollen. #00:39:46-3#

T1629 GR3-B3: Nur eine nehmen? Also sollen wir eine oder zwei? #00:39:50-0#

T1630 GR3-I: Eine. Sie können auch beide eigentlich. Ich würde erst mal mit einer anfangen. Sie können sich natürlich beide angucken. (...) #00:39:57-4#

T1631 GR3-B2: Von Österreich kriegt man wirklich Augenkrebs. #00:42:49-9#

T1632 GR3-I: Da sprechen wir gleich einmal drüber (lacht). #00:42:52-8#

T1633 GR3-B2: Und ich dachte immer jahrelang, es geht nichts Schlimmeres in Österreich als Kronenzeitung. (...) #00:42:58-1#

T1634 GR3-I: Mathilde, wie weit sind Sie? Lesen Sie gerade noch etwas? #00:43:44-5#

T1635 GR3-B1: Ich habe nur geschaut. #00:43:46-7#

T1636 GR3-I: Das Fernsehprogramm oder was? #00:43:48-8#

T1637 GR3-B1: Ja, passt schon. #00:43:50-5#

T1638 GR3-I: Nein, super. Danke schön. Gut, haben Sie irgendeinen Bericht gesehen, der Ihnen in Erinnerung geblieben ist gerade beim Durchblättern? Haben Sie sich irgendwas durchgelesen? Sie nicken. Was haben Sie? #00:44:03-5#

T1639 GR3-B1: Also mir ist aufgefallen, dass BIPA jetzt auf Altenpflege einsteigt, also ein bisschen auch mit der älteren Generation zeitweise zu tun, also denke ich mir. #00:44:14-7#

T1640 GR3-B2: Ist das eine Werbung oder ist das ein Bericht? Oder weiß man es nicht genau? #00:44:21-6#

T1641 GR3-B4: Es steht in der Kronenzeitung. #00:44:24-2#

T1642 GR3-B1: Steigt ein, also BIPA steigt in der Altenpflege ein. #00:44:28-6#

T1643 GR3-B2: Steht irgendwie unten 'entgeltliche // Einschaltung'? #00:44:31-6#

T1644 GR3-B1: So genau // habe ich nicht geschaut, aber nur einfach 'Altenpflege BIPA' ist mir in Erinnerung geblieben. Ist etwas Neues. #00:44:40-6#

T1645 GR3-I: Noch etwas? #00:44:41-9#

T1646 GR3-B: Die Anti-Terror-Gruppe. Das ist auch nicht schlecht, billiges Fleisch. #00:44:46-3#

T1647 GR3-I: Also Fleisch, das ist dann auch dieses Gesundheitsthema wieder, die Ernährung. Anti-Terror, hatten Sie gesagt. Was ist Ihnen im Kopf geblieben? #00:44:55-8#

T1648 GR3-B4: Ein Artikel über ein Problem beim Wiener Wohnen. #00:44:59-6#

T1649 GR3-B: Schaltzentrale für Anti-Terror-Einheiten. Das ist ja steil (lacht). Aber der Beruf muss ja auch nicht schlecht sein, du bist immer mit Waffen zusammen. #00:45:10-0#

T1650 GR3-I: Jedem das Seine, würde ich sagen. Genau, was Sie/ #00:45:14-3#

T1651 GR3-B3: Und zwar, das geht jetzt, ist ein aktuelles Thema, also habe ich gelesen, um Fasching, was für Kostüme man tragen sollte. Kinder oder nicht, ob sie Indianerkostüme/ oder ich weiß nicht, diese Diskussion. Da ist auch ein Bericht drinnen. Und aktuell halt, was jetzt los ist, wie man vorgeht mit den IS-Kämpfern. Weil die sind ja inhaftiert und die wollen sie wahrscheinlich dann nach Europa zurückschicken und die Länder sollen sie aufnehmen. Da ist jetzt die Diskussion. Also das habe ich jetzt da. #00:45:50-6#

T1652 GR3-B: Ich finde das aber nicht gut. Ich habe so gesehen, so einen Palästinenser da als Häuslmann, der

weiß nicht, was er tun soll den ganzen Tag und so. Ich finde das nicht gut. #00:46:05-3#

T1653 GR3-I: Wollen wir heute gar nicht so drauf eingehen auf diese politischen Debatten #00:46:09-2#

T1654 GR3-B3: Aber das ist halt aktuell. Und die Themen und da springt man dann/ #00:46:15-2#

T1655 GR3-I: Natürlich. #00:46:16-1#

T1656 GR3-B3: Das fällt mir auf. #00:46:18-3#

T1657 GR3-B2: Was mir beim Durchlesen mit Augenweh und Bauchweh aufgefallen ist, der Doskozil, also der neue burgenländische Landeshauptmann, wurde angelobt vom Van der Bellen. Und gleich daneben oder darunter ist gestanden 'angelobt und verliebt'. Offensichtlich ist da seine Freundin auch ins Spiel gekommen. Also das finde ich eine unzulässige Vermischung. Was der privat macht, solange es im Rahmen der Gesetze ist, ist mir egal. Aber verstehen Sie? Und das ist das, worauf die Leute abfahren, denn sonst würde es keine Werbung drin geben. Sonst wären die schon längst pleite. Das ist für mich einfach, ich hoffe, nicht nur für mich, das ist einfach unter aller Sau. #00:47:04-1#

T1658 GR3-I: Da angeschlossen quasi, wie sind Ihnen diese Berichte vorgekommen? Von der Sprache, ist Ihnen da was aufgefallen? #00:47:11-0#

T1659 GR3-B4: Mir ist der Bericht positiv aufgefallen, weil es eine Information war, die ich noch nicht hatte, aber eine Thematik ist, die mir bekannt ist. Es geht um diese illegalen Untervermietungen von Gemeindebauwohnungen. Das war Zufall. #00:47:24-8#

T1660 GR3-I: Hat das jetzt auch Ihren Informationsbedarf zu dem Thema gedeckt oder war der Artikel da vielleicht nicht ausreichend? Würden Sie jetzt noch mal sich noch mehr informieren? #00:47:35-6#

T1661 GR3-B4: Na ja, ich kenne, weil ich eben auch eine zweite Beschäftigung habe, diese Situation relativ gut. Deswegen hat es mich nur interessiert, wie die jetzt darüber geschrieben hat. #00:47:46-8#

T1662 GR3-I: Aber das war irgendwie positiv von der Information selbst zumindest und nichts Negatives jetzt? #00:47:52-5#

T1663 GR3-B4: Ja. #00:47:53-3#

T1664 GR3-B: Das ist mir noch, entschuldige, aufgefallen: Soldaten im Wüsteneinsatz. #00:47:57-1#

T1665 GR3-I: Was ist Ihnen daran aufgefallen? #00:47:59-4#

T1666 GR3-B: Naja, Wüste. Ich habe ja keine Wüste in meinem Zuhause, ich habe ja einen Wald. Soldaten im Wüsteneinsatz. #00:48:06-8#

T1667 GR3-I: Danke schön. Juliane, was ist Ihnen aufgefallen? #00:48:09-8#

T1668 GR3-B3: Eigentlich dieser Bericht über die IS-Kämpfer, das war eigentlich sachlich. Es war jetzt nicht, dass man sagt, parteiisch. Oder die haben die Meinung von irgendeiner Partei übernommen oder von der Regierungspartei, sagen wir so. Das war okay. Was mich dann halt stört, mancher Bericht, dass er ein bisschen aufgehetzt ist oder gerade im Internet. Zum Beispiel auf Facebook hat die Presse auch so einen News-Feed wo sie aktuell über einen Artikel mal/ und da kann man die Meinung posten. Und da sind so auch wirklich Hassmeldungen und da kommt mir das Grauen. #00:48:42-9#

T1669 GR3-I: Also in den Kommentaren oder wie? #00:48:45-6#

T1670 GR3-B3: In den Kommentaren. #00:48:47-2#

T1671 GR3-I: Lesen Sie die Kommentare häufig? #00:48:49-5#

T1672 GR3-B3: Ab und zu, aber manchmal auch nicht. Weil ich denke mir so, ich will es nicht wissen, weil das erschreckt mich, wie die Leute da so wirklich aggressiv und so schreiben. #00:49:01-8#

T1673 GR3-I: Lesen die anderen Kommentare in den Kommentarspalten von Online-Zeitungen zum Beispiel? #00:49:06-4#

T1674 GR3-B2: Ja, klar. Da gibt es so diesen Klassiker, wenn irgendetwas ist, also Politik, Innenpolitik. Jetzt ist gerade Grasser- Prozess heute. Ich weiß nicht, der wievielte Prozesstag wieder. Und da haben sie regelmäßig einen User, der sagt: 'Bin nur wegen der Kommentare hier.' Und aufgrund seinem Nick, das glaube ich ihm auch fast. Natürlich weiß er, worum es geht, aber er sagt, er hat den Artikel nicht gelesen: 'Bin nur wegen der Kommentare hier.' Und manche sind wirklich ganz witzig auch beschrieben. #00:49:37-9#

T1675 GR3-I: Also eher ein Belustigungsaspekt? #00:49:39-9#

T1676 GR3-B2: Ja. Was mir da aufgefallen ist, weil Sie sagen: Wie ist die Sprache da? Also um es nicht klagsfähig auszudrücken, es heißt, restringierter Code, also irgendwie knapp über Volksschüler. Ob der Doskozil jetzt angelobt wurde, okay. Aber was seine Freundin damit zu tun hat, weiß ich nicht, was da das gesteigerte Interesse ist. Ich habe nicht einmal gewusst, dass der eine Freundin hat. Aber verstehen Sie? Liest so eine Seite, dann denke ich mir: 'Ja.' Aber da ich das normal nicht lese, maximal in der U-Bahn, wenn ich über die Schulter jemandem schaue, denke ich mir: 'Oh Gott!' #00:50:18-0#

T1677 GR3-I: Okay also verstehe (lacht). Wie ist es bei Ihnen so? Wie sind Sie mit dem Inhalt zufrieden oder auch mit dem Informationsgehalt auch? #00:50:28-6#

T1678 GR3-B1: Als ich sage jetzt, Krone lese ich auch nicht. Aber jetzt konkret, weil mir das ins Auge gestochen ist mit der BIPA-Altenpflege. Ich finde das jetzt vielleicht als eine gute Information. Dass man sich in Zukunft darauf einstellen kann, dass man jetzt gewisse Produkte, die man sonst im Fachhandel, zum Beispiel beim Bandagisten und so, in der Apotheke, dass man das gleich alles unter einem Dach hat. Also das habe ich jetzt eigentlich sehr positiv empfunden. #00:51:05-9#

T1679 GR3-I: Vielen Dank. #00:51:07-3#

T1680 GR3-B1: Um auf diesen Artikel einzugehen. #00:51:10-2#

T1681 GR3-I: Haben Sie das Gefühl, dass Sie sonst so Themen in der Zeitung finden, so Gesundheitsthemen? Wird das sonst auch angesprochen oder ist das eher schwierig zu finden? #00:51:23-8#

T1682 GR3-B1: Vereinzelt kommt das vor, vereinzelt. Ich sage jetzt, in der Presse vielleicht weniger. Aber so Gesundheit von der Zeitung, da gibt es die Apotheke eben. Und manchmal hat man aber ein bisschen Werbung über Gesundheitsprodukte, aber dem vertraue ich nicht wirklich. #00:51:44-1#

T1683 GR3-I: Weil? Warum vertrauen Sie nicht? #00:51:47-0#

T1684 GR3-B1: Weil ich glaube, da zielt man eher auf was anderes ab. #00:51:52-8#

T1685 GR3-I: Verstehe. Und haben Sie dann da andere Quellen für, wo Sie die Informationen bekommen über Gesundheit? Also Apotheke. #00:52:02-0#

T1686 GR3-B1: Also Apotheke, Gesundheit im Internet recherchiere ich dann. #00:52:06-4#

T1687 GR3-I: Alles klar. Über die Suchmaschine oder haben Sie da spezielle Seiten? #00:52:12-2#

T1688 GR3-B1: Suchmaschine. #00:52:13-2#

T1689 GR3-I: Gab es Artikel, die Sie jetzt beim Durchblättern gesehen haben, wo Sie dachten also so: 'Oh Gott, das interessiert mich ja gar nicht'? Gab es da irgendetwas, was Ihnen da aufgefallen ist? #00:52:29-1#

T1690 GR3-B4: Wahrscheinlich mehreres, weil das blendet man aus. Dieses selektive Aussuchen. #00:52:34-4#

T1691 GR3-I: Aber nichts direkt aufgefallen? #00:52:36-9#

T1692 GR3-B2: Die Zeitung, also wenn man das überhaupt als Zeitung / das Druckwerk ist siebzig Prozent Werbung, das ist absurd. Das ist glaub ich wenn ich sage ein gratis Klopapier. Österreich war ja früher oder ist hat ja auch eine Bezahl-Variante und die haben die matchen einander ja mit Heute. Heute war immer als Gratis-Zeitung angelegt. Und bei einem Heute-Ständer, diesem U-Bahn-Ständer, da gab es auch ein Politikum. Österreich hat da irgendwie damals noch über den Häupl interveniert. Als Werbung 'Gratis, aber

nicht umsonst' ist gestanden. Habe ich angerufen in der Redaktion, wollte wen sprechen, sage ich: "Ist das Ihr Ernst, dieser Spruch? Sie meinen vielleicht 'Gratis, aber nicht vergeblich', weil gratis ist das Fremdwort für umsonst." Ich glaube nicht, dass die begriffen haben, dass sie das richtig verwenden. #00:53:26-3#

T1693 GR3-I: Alles klar. Aber sonst nichts negativ jetzt irgendwie aufgefallen? Also vor allem vom Inhalt her, wo Sie sagten so: "Superuninteressant"? #00:53:34-6#

T1694 GR3-B4: Ich meine, generell muss ich sagen sowohl zu Heute wie auch zu Österreich, ich bin ein absoluter Verfechter des Lesens. Und das Problem ist, dass in großen Bevölkerungsschichten einfach das Lesen nicht wirklich im Vordergrund steht, freundlich ausgedrückt. Und dann muss ich sagen, da ist mir tausendmal lieber, die nehmen sich ein Heute oder ein Österreich und blättern zumindestens in der Straßenbahn oder in der U-Bahn ein bisschen was durch und lesen. Weil sonst würden die nie zu irgendeinem nicht am Computer laufend geschriebenen Text, sondern gedruckten Text kommen. Also sage ich einmal, es ist immer noch gescheiter, die lesen das, als sie lesen gar nichts. #00:54:17-0#

T1695 GR3-B2: Ja aber das / jede Zeitung öffnet Manipulation Tür und Tor, vor allem Österreich. #00:54:21-3#

T1696 GR3-B4: Die sind ja sowieso gegen alle Manipulation geöffnet. Da ist schon wurscht, ob sie was lesen oder nicht. Erstens einmal brauchen sie eh schon mal zwei Stunden für die Überschrift, also sie kommen eh nicht viel weiter. #00:54:35-6#

T1697 GR3-B2: Verstehen Sie? Wenn Sie nur regierungsfreundlich haben, keine einzige kritische, wenn Sie sagen: "Es ist gut, dass die Leute wenigstens irgendwas lesen", habe ich diesbezüglich meine Bedenken. Aber gut. #00:54:47-5#

T1698 GR3-I: Also wir wollen jetzt da gar nicht mehr so in dieses Bashing gehen. Aber von wegen lesen, es gibt ja auch die Möglichkeit, dass es Video-Angebote von Zeitungen gibt, dass sie quasi Artikel mit Videos aufarbeiten. Kennen Sie das? #00:55:03-3#

T1699 GR3-B3: Gelesen, aber ich habe es noch nicht verwendet. #00:55:06-9#

T1700 GR3-B2: Der Standard online hat das manchmal in irgendeiner Version. Ich glaube, bei Pur müssen Sie irgendwie klicken, dass es dann erscheint. Da gibt es, also was den Artikel betrifft, irgend so ein Soundbyte, so zehn, 15 Sekunden, offensichtlich für funktionelle Analphabeten. #00:55:23-6#

T1701 GR3-I: Also nie genutzt? #00:55:25-2#

T1702 GR3-B2: Ich habe schon hineingeschaut, aber wenn es irgendwie geht, denke ich mir, ich lese lieber das. Was auch bei Österreich ganz wichtig ist, die halten sich ja einen eigenen Fernsehsender, oe24.tv. Also Fernseher, ist ja ein Online-Streaming-Medium. Und das ist fast nicht mehr zu trennen. Der Bub vom Fellner ist schon der Leiter von diesem oe24.tv. Und dann gibt es hier diese Annonce, irgendein Duell zwischen einem Ex-Politiker Bohrn Mena gegen Grosz. Ich habe mir bei der Wahl das einmal angeschaut. Der Fellner sitzt da, hält die Leute ständig am Schmä, lässt die beiden wie Kampfhunde aufeinander zu, und den Leuten gefällt es. Sie lachen, aber es ist eher zum Weinen. #00:56:15-2#

T1703 GR3-I: Ist das eine Entwicklung, die Sie verstärkt wahrnehmen so, also dass es viel mehr in dieses Visuelle geht? Es heißt ja immer Print, stimmt. Aber wie nehmen Sie diese Entwicklung wahr? #00:56:29-5#

T1704 GR3-B2: Ich glaube nicht, dass Print so schnell ausstirbt. Die Presse geht den Weg, dass die wirklich qualitativ höherwertigen, für die müssen Sie entweder sofort zahlen. Sie können auch pro Artikel kaufen oder Sie nehmen so ein Probe-Abo. Dann haben Sie das, dann sind Sie dran gewöhnt und dann zahlen Sie das einfach. Also das ist ja alles gratis, meist auch vergeblich. Aber ich finde das eine ziemlich gefährliche Entwicklung. Weil es kommt das neue iPhone raus, einen Tag später ist iPhone um null Euro:

"Kaufen Sie ein Zwei-Jahres-Abo und irgendeine Versicherung dazu." Es gibt immer ein paar / viele Deppen, die das machen, weil sonst würde sich dieses Geschäftsmodell nicht rechnen. #00:57:17-7#

T1705 GR3-I: Was sagen die anderen dazu, dass es vielleicht mehr in diese Video-Richtung geht? #00:57:24-0#

T1706 GR3-B2: oe24.tv eindeutig. #00:57:25-3#

T1707 GR3-I: Der Kurier hat letztes Jahr auch einen TV-Sender gekauft zum Beispiel. #00:57:30-7#

T1708 GR3-B2: Einen Sender gekauft? #00:57:32-4#

T1709 GR3-I: Ja, die haben einen TV-Sender gekauft. #00:57:35-6#

T1710 GR3-B2: Welchen? #00:57:36-5#

T1711 GR3-I: schau.tv heißt das. #00:57:38-3#

T1712 GR3-B3: Aha. #00:57:39-1#

T1713 GR3-B1: Entschuldigung, wer hat das gekauft?

#00:57:41-8#

T1714 GR3-I: // Kurier. #00:57:43-2#

T1715 GR3-B4: Kurier, // #00:57:44-5#

T1716 GR3-B3: Aha. #00:57:45-4#

T1717 GR3-B4: also die MediaPrint-Gruppe. #00:57:47-2#

T1718 GR3-I: Also wie denken Sie darüber, dass es jetzt mehr in diese Richtung geht? #00:57:53-4#

T1719 GR3-B4: Nein, ich glaube, es machen alle in der Richtung. Weil ich jetzt gedacht habe, dass Terra X ja auch zuerst/ Das ist / das sind diejenigen, die für den ORF die Universum-Produktionen gemacht haben und eigentlich GEO. Das ist GEO, ist das gleiche Unternehmen. Und die hatten auch zuerst die Print-Medien und jetzt seit, ich weiß jetzt nicht, seit wann es Terra X genau gibt/ Ich glaube, man muss als Firma, die früher rein nur im Print-Sektor tätig war, muss einfach die Standbeine auch in den anderen Möglichkeiten rechtzeitig sich irgendwie positionieren, um einfach drin zu sein. #00:58:35-0#

T1720 GR3-B2: Sich breiter aufstellen, glaube ich, heißt der Fachausdruck. #00:58:39-0#

T1721 GR3-I: Das sehen Sie auch als wichtig an? #00:58:42-6#

T1722 GR3-B3: Ich glaube, es geht schon dahin, dass vieles online erscheint, also mehr, weil junge Leute eigentlich dann mit dem Smartphone oder iPhone einfach mobil sind. Und die kaufen sich dann keine Print-Zeitung. #00:58:57-3#

T1723 GR3-I: Aber wie denken Sie darüber? Wie fühlt es sich für Sie an? Also stellen Sie sich vor, Sie könnten jetzt ab morgen keine Print-Ausgabe mehr kaufen von der Presse. Wie würden Sie darüber denken? #00:59:12-9#

T1724 GR3-B3: Ja, also ich habe es eigentlich manchmal nur am Wochenende. Also ich habe schon mal ein Abo gehabt, nur Print, und ich bin einfach nicht dazugekommen, dass ich jeden Tag das so lese von hinten bis vorne. Und dann stapelt es sich, dann muss man das wieder in den Container/ Und so online schaue ich das nach, was ich mag oder wann ich will. Das ist für mich / war besser, sagen wir so, dass ich mehr online die nutze. #00:59:46-0#

T1725 GR3-I: Wäre für Sie alle Print irgendwie, dass man darauf verzichten könnte im Großen und Ganzen? #00:59:53-2#

T1726 GR3-B2: Ich glaube, es ist eine Generationenfrage. Die Jüngeren wahrscheinlich relativ bald. Ich hätte sicher ein Problem, wenn es das von heute auf morgen nicht mehr gäbe. Die Frage: Was tut man dann? Na, dann versucht man halt, sich da online irgendwo noch zu informieren. Aber es ist sicher ein Problem. #01:00:14-0#

T1727 GR3-I: Stimmen Sie da zu? #01:00:16-1#

T1728 GR3-B4: Sehe ich ähnlich, ja. #01:00:18-1#

T1729 GR3-B1: Also ich denke nicht so, ich würde es missen. Wenn ich etwas lesen möchte, dann will ich das eben wirklich lesen, also nicht unbedingt im Internet. #01:00:29-1#

T1730 GR3-I: Sondern wirklich das Haptische dann? #01:00:31-6#

T1731 GR3-B1: Ja. Erstens einmal fürs Auge ist das gar nicht gesund. Man ist sowieso immer nur am Computer,

beruflich und so. Und dann noch darüber hinaus in der Freizeit? Also ich wäre dagegen. #01:00:45-1#

T1732 GR3-I: Maria, würden Sie es vermissen? #01:00:47-5#

T1733 GR3-B: Ja, oh ja. // Ich lese sie nicht so oft, aber trotzdem #01:00:52-0#

T1734 GR3-I: Sie lesen ja auch die Gratis-Zeitung. #01:00:54-9#

T1735 GR3-B: aber // trotzdem hier und da was da oben steht als Erstes und so. #01:01:01-0#

T1736 GR3-I: Verstehe. Super, danke schön. So, dann noch eine kleine Aufgabe. Das Ergebnis das ist ja schon sehr eindeutig, glaube ich. Ich würde Sie bitten, Sie haben auch schon einen Stift, perfekt, erst mal drüber zu schreiben, welche Zeitungen Sie sich gerade angeschaut haben. Wenn Sie sich beide angeschaut haben, entscheiden Sie sich für eine (lacht), die Ihnen besser im Kopf geblieben ist. Mich würde jetzt nämlich interessieren, ob Sie ein Bild von dem typischen Leser dieser Zeitung oder im Kopf haben. Und da würde ich Ihnen jetzt einfach ein paar Begriffe vorlesen und Sie füllen diese Begriffe quasi aus. Also ich würde mit dem Geschlecht anfangen. Also welches Geschlecht hat der typische Leser der Zeitung, die Sie gerade vorliegen hatten? Es muss jetzt nicht spezifisch sein, kann auch beide Geschlechter sein in dem Fall. Aber vielleicht gibt es ja ein Geschlecht, was eher dazu passt, zur Krone oder zu Österreich. Denn die zweite Frage ist, was ist so das typische Alter des Krone- oder Österreich-Lesers, der - Leserin? #01:02:09-0#

T1737 GR3-B4: Aufs Jahr genau oder von bis? #01:02:13-3#

T1738 GR3-I: Gerne wäre es aufs Jahr, aber so eine kleine Spanne können wir auch gerne einbauen. Aber gerne so präzise, wie es geht. (...) Welche Interessen hat diese Person? Also wenn Sie zum Beispiel jetzt in der Krone oder in Österreich liest oder auch in anderen Medien, was liest sie da so oder worüber informiert sie sich? Oder spricht sie mit ihren Freunden? Was sind so die Themen, die sie interessieren? (...) Wenn sie jetzt gerade nicht in der Österreich oder in der Krone liest, diese Person, wo informiert sie sich noch? Wo holt sie sonst ihre Informationen her? Was sind ihre Quellen? (...) Womit verbringt diese Person ihre Freizeit? Was hat sie für Hobbys? (...) Was sind so Charaktereigenschaften, die diese Person beschreiben? Also wie würden Freunde sie beschreiben? (...) Wie sieht diese Person aus? Was für Kleidung trägt sie, wie läuft sie rum? Trägt sie Markenklamotten oder nicht? Welche Marken, wenn sie Markenklamotten trägt? (...) Ist diese Person eher ein Autofahrer? Fährt sie eher mit den öffentlichen Verkehrsmitteln? Wenn Sie mit dem Auto fährt, welche Automarke würde sie fahren? (...) Wenn Sie das

haben, dann hätten wir es geschafft. Dann würde ich Sie bitten, einfach mal im Uhrzeigersinn uns diese Personen vorzustellen. Also wenn Sie gerne einmal anfangen würden, Maria? Genau, also einfach mal kurz vorlesen. #01:04:48-3#

T1739 GR3-B: Die Person, die die Zeitung liest, #01:04:52-4#

T1740 GR3-I: Richtig. #01:04:53-5#

T1741 GR3-B: die Kronenzeitung, ist weiblich, ist zwischen dreißig und vierzig Jahre. Die sehr neugierig über das Geschehen ist, was passiert in der Welt und Stadt und über die Veranstaltungen. Fährt gerne mit dem Auto und feiert gern und schaut sich gern die Nächsten an, was die haben für Probleme und so. Die Person hat das gern, sich um den Nächsten zu schauen, was der macht und was da passiert und so. Und der hat eine normale Wäsche an wie vom Steffl oder vom Adler, eine normale Wäsche an oder vom Kleider Bauer und so. Fährt gern mit dem Auto, eine neue Automarke wäre Kia zum Beispiel. #01:05:54-6#

T1742 GR3-I: Super, danke schön. Mathilde? #01:05:57-5#

T1743 GR3-B1: Die Kronenzeitung wird sowohl von den Frauen als auch von den Männern gelesen, Altersdurchschnitt ist circa fünfzig. Interessen. Also es ist interessant, was so Klatsch, Tratsch ist und über die Chronik. Also wie viele Überfälle hat es gegeben? Und in die Richtung. Die anderen Informationen bekommt die Person noch von Österreich- oder Heute-Tageszeitung. In der Freizeit sitzt sie gern im Kaffeehaus oder geht spazieren oder mit dem Hund eben ist sie unterwegs. Charaktereigenschaften. Eher Choleriker, schimpfend und vielleicht primitiver, sage ich jetzt vorsichtig. Kleidung. Einfache Kleidung, sportlich, aber keine besonderen Marken. Und ist öffentlich unterwegs, und vom Auto her vielleicht ein Renault. #01:06:58-0#

T1744 GR3-I: Danke schön. Thomas? #01:07:00-1#

T1745 GR3-B2: Österreich, männlich, zwanzig bis 25 Jahre, Fußball, Facebook, Klatsch und Tratsch, Society-affin. Alternative Medien orf.at, oe24.tv. Interessen: Fußball, Facebook, Shoppen. Strukturiert: eher einfach strukturiert, autoritätsgläubig, FPÖ-affin. Kleidungsstil irgendwie so casual, so Disaster Clothing, also so zerrissene Jeans oder so. Öffentlich unterwegs und wenn nicht öffentlich, dann Hyundai. #01:07:25-9#

T1746 GR3-I: Danke schön, vielen Dank. #01:07:28-6#

T1747 GR3-B3: Also ich habe die Kronenzeitung ausgewählt. Männlich, so ab 45 Jahre, interessiert Aktuelles in Österreich. Dann die andere Nachrichtenquelle ZIB 2. Vereinstätigkeit Tierzucht, was ihn interessiert. Also da gibt es ja die Tierecke, glaube ich, auch. Kommunikativ schon. Gewand Lodenjanker oder Mode von C und A und ein VW-Fahrer. #01:07:55-5#

T1748 GR3-I: Danke schön. Alexander? #01:07:57-7#
T1749 GR3-B4: Gut. Ich habe es hier zur Kronenzeitung.
Männlich, 45. Interesse von der Info: Sport, Grätzl-News und
Innenpolitik. Sonstige Info über Nachrichten im ORF oder
Stammtisch. Freizeit: nichts Spezielles. Vom Typ her
gesellig, aber etwas mürrisch. Ich würde sagen, ein typischer
Wiener, aber okay. Normale Freizeitbekleidung. Autofahrer
und da eher japanische Marke. #01:08:25-6#
T1750 GR3-I: Danke schön. #01:08:27-2#
T1751 GR3-B4: Bitte. #01:08:28-3#
T1752 GR3-I: Das war sehr aufschlussreich, vielen Dank
dafür. Genau, also noch mal kurz zum Thema
zurückzukommen mit den Videos. Das hatten wir jetzt eben
kurz angesprochen. Also Sie haben das alle noch nie so
wirklich irgendwie genutzt, dass sie sich Videos angeschaut
haben? #01:08:51-5#
T1753 GR3-B2: Also ich meine, hin und wieder, aber nicht
meine vorzugsweise Information. #01:08:55-3#
T1754 GR3-I: Können Sie sich das vorstellen, wo es
vielleicht mehr Sinn macht, solche Videos, als bei anderen
Themen? Also gibt es Themengebiete, wo Videos einfach
mehr Sinn machen? Wo es vielleicht angenehmer wäre, ein
Video zu schauen, statt zu lesen? #01:09:08-0#
T1755 GR3-B4: Was wäre der Inhalt dieser Videos genau?
#01:09:10-6#
T1756 GR3-I: Sagen wir, wir haben einen Artikel, und dieses
Video wäre eine Art Zusammenfassung dieses Artikels halt
in kurzer Videoform. #01:09:17-0#
T1757 GR3-B4: Ich lese mir einen Artikel durch und habe
daneben, wie in den Nachrichten zum Beispiel // im
Fernsehen/ #01:09:23-0#
T1758 GR3-I: Genau, // eigentlich wie ein Nachrichtenbeitrag
im Prinzip. #01:09:25-9#
T1759 GR3-B4: Aber das tut man ja jetzt eigentlich auch
schon, nur halt getrennt. Also ich zumindestens. Also man
liest und man sieht, wenn man Glück hat, vielleicht genau
irgend so was in einer/ #01:09:36-4#
T1760 GR3-B2: Aber ich glaube, die Frage war, ob es im
Medium eingebettet ist, wollten Sie wissen? #01:09:41-5#
T1761 GR3-I: Genau. #01:09:42-2#
T1762 GR3-B2: Online Sie haben einen Text, da steht so ein
rechteckiges Kästchen. Klicken Sie da drauf und dann läuft
gleich ein Video ab. Das, glaube ich, war die Frage.
#01:09:51-4#
T1763 GR3-B4: Dann sieht man das Gleiche, was man
zuerst gelesen hat. #01:09:54-9#
T1764 GR3-B2: In verkürzter Form für funktionelle
Analphabeten. #01:09:57-1#
T1765 GR3-I: Hätte das Vorteile? Nein. #01:09:58-8#
T1766 GR3-B2: Nein. #01:09:59-5#

T1767 GR3-I: Wäre auch nicht interessant. Für Sie auch
nicht? #01:10:02-9#
T1768 GR3-B3: Nein. Also ich schaue mir manchmal
YouTube schon an. Aber wenn ich mir einen Film anschauen
möchte, dann schaue ich mir schon so einen Clip an, also
um was es geht, so einen Ausschnitt. Das mache ich schon.
Aber sonst, Nachrichten, ich glaube nicht. #01:10:20-0#
T1769 GR3-I: Wo liegt da irgendwie die Barriere? Warum ist
das für Sie irgendwie nicht so interessant? #01:10:26-1#
T1770 GR3-B3: Wie ist es da gemeint, dass ich dann nur
den Text mitlesen kann oder hören? Spricht dann ein
Sprecher oder mit Bild? Also wenn es mit Bild ist, so wie
eine ZIB 2 oder so, dann vielleicht schon, würde es mich
schon interessieren. Oder wenn man vor Ort ist zum
Beispiel. Da gibt es ja, bei den ZIB 2, wenn man zum
Beispiel über USA oder irgendwo einen Bericht hat oder man
ist vor Ort, das wäre vielleicht schon interessant. #01:10:56-
9#
T1771 GR3-I: Und die anderen? Können Sie sich das
vorstellen, wann Sie es nutzen würden oder wann es
interessant wäre? #01:11:04-2#
T1772 GR3-B4: Also interessant ist eine relative Sache, ich
meine, jetzt aus meinem normalen Gebrauch heraus, außer,
ich missverstehe das. Es kann passieren, dass ich mir
irgendwelche Informationen im Teletext durchgelesen hatte.
Und es ist dann eine Stunde später irgendwo die
Nachrichten, da wird darüber gesprochen. Denke ich mir:
'Okay, hast eh schon gelesen. Schaust es halt an.' Es kann
aber umgekehrt passieren, dass ich zuerst irgendwelche
Infos über das Fernsehen bekomme. Dann springe ich,
wenn ich zum Beispiel beim Teletext auf die Seite komme,
garantiert weiter so: 'Ah ja, habe ich eh schon gesehen.
Danke, Nächstes.' Also so nach dem Motto, wenn es sich für
mich persönlich vermeiden lässt, reicht es mir, einmal die
Information zu erhalten und muss es nicht zweimal haben.
#01:11:51-0#
T1773 GR3-I: Und da gibt es keine, die Sie bevorzugen
würden? Also ist egal, ob zuerst Video kommt oder erst //
Text? #01:11:58-7#
T1774 GR3-B4: First // come, first serve. #01:12:00-9#
T1775 GR3-I: Alles klar. Und wenn das zum Beispiel noch
andere Informationen wären? Zum Beispiel, es gibt einen
Text und das Video wäre dann eine Ergänzung zu diesem
Text? #01:12:11-2#
T1776 GR3-B4: Bei einer Zusatzinformation kann ich mir das
durchaus vorstellen, weil es ja dann für mich einen Mehrwert
hat. #01:12:17-9#
T1777 GR3-B2: Das müssten Sie aber vorher wissen
irgendwie. #01:12:23-0#
T1778 GR3-I: Ja okay ja klar. #01:12:24-0#

T1779 GR3-B4: Sonst schaut man es sich vier-, fünfmal an, weil da steht 'und extra'. Kinder, netter Versuch. #01:12:26-9#

T1780 GR3-I: Okay also wenn es irgendwie einen Mehrwert geben würde. #01:12:30-2#

T1781 GR3-B4: Warum nicht? #01:12:31-3#

T1782 GR3-I: Der Mehrwert als Video gegenüber Text ist jetzt nicht alleine ausschlaggebend, aber wenn es Zusatzinformationen geben könnte, dann ja. #01:12:38-7#

T1783 GR3-I1: Wie lange wäre da für Sie die Grenze bei einem Video, wo Sie sagen, Sie würden es sich anschauen? Gibt es da so eine Situation? #01:12:48-4#

T1784 GR3-B3: Ich glaube, zehn Minuten. #01:12:50-2#

T1785 GR3-I1: Zehn Minuten für Sie? #01:12:52-1#

T1786 GR3-B3: Ja, wenn es interessant ist, ein Thema, schon. Würde ich mir schon zehn Minuten das anschauen. #01:12:58-4#

T1787 GR3-B2: In einer Online-Zeitung, zehn Minuten? #01:13:00-6#

T1788 GR3-B3: Ja. #01:13:01-3#

T1789 GR3-B4: Das ist ein abendfüllendes Programm, zehn Minuten. #01:13:04-3#

T1790 GR3-B3: Weil ich schaue ja oft // auf YouTube auch diese/ #01:13:08-3#

T1791 GR3-B4: Ich weiß nicht, wie lang sind normalerweise News? // #01:13:12-0#

T1792 GR3-B3: Entschuldige, dass ich Sie unterbreche. Die Vorschau oder jetzt dann von einem Film oft auch so viel lang ist. Und wenn mich die interessiert, dann schaue ich mir das schon an auch. #01:13:23-9#

T1793 GR3-B4: Aber ich meine, bei aktuellen Themen, ich weiß nicht. Wie lang sind normalerweise Berichte in Nachrichten? Das liegt irgendwo so bei neunzig Sekunden, so irgendwas. #01:13:33-5#

T1794 GR3-B2: Maximal. #01:13:34-2#

T1795 GR3-B4: Also ich denke, dass auch um diesen Dreh herum, ich weiß nicht, vielleicht hat das auch mit unseren Aufmerksamkeitsspannen irgendwie zu tun, habe ich keine Ahnung davon, dass das Sinn machen würde. Aber sicher nicht länger. #01:13:47-9#

T1796 GR3-I: Wie ist das bei Ihnen? #01:13:50-2#

T1797 GR3-B2: So, ich weiß nicht, wenn ich im Standard da manchmal sehe irgendein/ Ich lese einen Bericht über irgendeinen neuen Blockbuster, dann gehe ich da hinein. Nach ein paar Sekunden glaube ich zu wissen, wie die Stimmung in dem Film ist. Aber nach einer Minute maximal steige ich dann aus. Ich glaube auch nicht, dass es da zehn Minuten/ Weil verstehen Sie, das würde konterkarieren den Text. Und warum soll ich da zehn Minuten drinbleiben? Ich glaube, das wird auch gar nicht angeboten. Eine Minute,

zwei Minuten maximal wird angeboten, also dem wenigen, was ich gelesen habe. Vielleicht gibt es irgendwo zehn Minuten, aber ich glaube es eher nicht. #01:14:30-5#

T1798 GR3-B1: Also für mich ist das kein Thema. #01:14:33-4#

T1799 GR3-I: Kein Thema. #01:14:34-6#

T1800 GR3-B1: Schade um die Zeit. Man ist eh schon übersättigt, die Medien, von überall kommt es. Nein, danke. #01:14:41-2#

T1801 GR3-I: Würden Sie sich irgendwie das angucken, Maria? #01:14:44-2#

T1802 GR3-B: Oh ja. #01:14:45-3#

T1803 GR3-I: Bei welchen Themen am liebsten? #01:14:47-5#

T1804 GR3-B: Nachrichten. Nein, es ist zum Beispiel interessant so ein Video über Kanada, die Einwohner. #01:14:53-1#

T1805 GR3-I: Also so Dokumentationsvideos sind für Sie? #01:14:55-6#

T1806 GR3-B: Ja. Oder eben was anderes. #01:14:57-9#

T1807 GR3-I: Alles klar, gut. #01:14:59-3#

T1808 GR3-B: Über das Brixen da, die engländische, finde ich nicht so interessant so. #01:15:04-2#

T1809 GR3-B2: Brexit? #01:15:04-9#

T1810 GR3-I: Brexit. #01:15:05-6#

T1811 GR3-B: Ja, Brexit. #01:15:06-7#

T1812 GR3-B2: Brexit. #01:15:07-5#

T1813 GR3-I: Super, genau. Das mit den Werbeeinschaltungen hatten wir vorhin auch schon kurz angeschnitten. Gesponserte Artikel hatten wir kurz angeschnitten. Ob Sie das erkennen, wann etwas wirklich gesponsert ist oder wann ein Bezahl-Artikel bezahlt wurde. #01:15:20-5#

T1814 GR3-B2: Im Print müsste es nach dem Mediengesetz eigentlich stehen irgendwie 'Bezahlte Anzeige'. #01:15:25-5#

T1815 GR3-B4: Man muss es aber suchen. #01:15:27-8#

T1816 GR3-B2: Es ist Fine Print. Wenn man genau ist, dann sollte dabeistehen. Deshalb wollte ich eben das wissen, was Sie gesucht haben, das scheint wirklich ein Artikel zu sein, also keine Werbung. Aber da steht irgendwie MS dabei. Jetzt kann das ein Akronym für irgendwas sein. #01:15:45-5#

T1817 GR3-B1: MS steht. #01:15:46-6#

T1818 GR3-B2: Eben. Das kann jetzt vielleicht irgendwie Martin Schneider oder was sein, aber manche sind so gemacht, dass es Werbung ist. Wie heißt, glaube ich, der Fachausdruck? Infomercial. Was ganz furchtbar, Vermischung zwischen Information und Commercial. Ganz schlimm. Aber manchmal, für die Macher dieser Machwerke ist das sicher gut gemacht unter Anführungszeichen. Wenn

Sie nicht mehr unterscheiden können: Ist das Werbung?
Wenn Sie Werbung ablehnen. Oder hat das einen News-
Wert für mich? Dann wird es gefährlich, finde ich. #01:16:16-
6#

T1819 GR3-I: Was ist da gefährlich? Also wie fühlt sich das
für Sie an? #01:16:21-6#

T1820 GR3-B2: Na ja, ich würde schon ganz gern wissen:
Ist das Werbung oder hat das ein Redakteur geschrieben?
Dann kann man auch fragen: Was ist die Motivation dafür?
Dass BIPA jetzt Altenpflegeprodukte oder was hat, das
glaube ich irgendwo gehört zu haben, aber nicht aufgrund
dieses Artikels. #01:16:39-7#

T1821 GR3-I: Wie sehen die anderen das, so gesponserte
Artikel? Also muss es klar erkenntlich sein für Sie, sollte es
klar erkenntlich sein? Oder ist es letztendlich egal?
#01:16:50-1#

T1822 GR3-B1: Also mir ist es egal. Wenn mir eine Werbung
auffällt, was vielleicht für mich interessant ist, lese ich sie
durch. Aber mir ist das so egal. #01:17:00-5#

T1823 GR3-B4: Ich glaube, es hängt ein bisschen davon ab,
aus welchem Bereich das ist. Wo mir es immer, schon seit
Jahren immer wieder aufgefallen ist, ist bei Produkten oder
Angeboten aus dem medizinischen oder
Gesundheitsbereich. Und dann gerade die Kronenzeitung
sicher ganz ein gutes Beispiel. Die machen das sehr gerne,
dass gerade in diesen Gesundheitsbeilagen und so
zwischen den normalen, sagen wir mal, redaktionellen
Beiträgen ein Beitrag drinnen ist, wo dann irgendwo
meistens auf der Innenseite, wo keiner hineinschaut und wo
das so verkehrt herum geschrieben ist. #01:17:32-8#

T1824 GR3-B2: Oder senkrecht. #01:17:34-0#

T1825 GR3-B4: Oder wo man von oben nach unten lesen
müsste. Und da steht 'Bezahlte Anzeige', die aber im Stil
ident wie die Visavis-Seite ist. Bei anderen erkennt man es,
weil sie eingerahmt sind. Wie gesagt, die Stadt Wien ist
zumindestens so fair, die hat da irgendwas herinnen, ist mir
beim Durchblättern aufgefallen, dass man es also erkennt.
Und es steht // da irgendwo #01:17:58-3#

T1826 GR3-B2: Als Werbung? // #01:17:59-7#

T1827 GR3-B4: 'Bezahlte Anzeige' oder so. #01:18:01-5#

T1828 GR3-B2: Aber wenn es vermischt ist? #01:18:03-7#

T1829 GR3-B4: Ob es gefährlich ist? Ich meine, wenn man
ein gewisses Vertrauen an die Medien hat und sagt: "Das,
was die schreiben, wird/" Also alles, was über fünfzig
Prozent stimmt, ist dann eh schon super. Dann kann ich
natürlich über solche Dinge auch Botschaften oder
Aussagen transportieren, die vielleicht nicht so wirklich/ wie
gesagt, man kann eine Münze immer von zwei Seiten sehen.
Und das sehe ich da eher etwas störend oder unangenehm.

Und deswegen würde ich sagen, dass das eindeutig
gekennzeichnet sein muss. #01:18:34-2#

T1830 GR3-B2: Eindeutig und nicht irgendwie so mit Lupe
zu suchen. Das ist sicher nicht okay. #01:18:39-7#

T1831 GR3-I: Also so, wie das bei der Stadt Wien war,
irgendwo ganz oben drüber? #01:18:44-7#

T1832 GR3-B2: Ja, dann weiß man, sollen sie inserieren.
#01:18:47-6#

T1833 GR3-B3: Und wie Sie gesagt haben, Gesundheit von
der Krone. Meine Mama liest die Print, auch die Krone. Am
Wochenende, wenn ich sie besuche manchmal, sie wohnt
am Land, schaue ich natürlich mir das schon auch an, aber
sehr selten. Meine Mama liest immer den Gesundheitsteil.
Und dann schneidet sie aus und dann irgendwelche
Empfehlungen (lacht) von Medikamenten. Und gibt mir das
mit, also dass ich es ihr besorge oder für mich. Also sie lässt
sich schon beeinflussen, also ich weniger. Aber das ist
eindeutig, dass das eine Werbung ist von der
Pharmaindustrie, wenn dann ein Medikament da empfohlen
wird. #01:19:24-0#

T1834 GR3-B2: Ein Medikament sollte nur über Rezept
gehen. #01:19:26-9#

T1835 GR3-B3: Ich weiß, aber das stört mich irgendwie.
Weil das ist bei älteren Leuten, die glauben das: 'Super, das
stimmt so.' Und dann rennen sie und kaufen sich das gleich.
#01:19:37-8#

T1836 GR3-B2: Was in diesen Sektionen mir aufgefallen ist
vom Wegschauen, es wird, und das finde ich das
Gefährliche, es wird der Eindruck erweckt, es ist was
Wissenschaftliches. In Wirklichkeit verfolgt es nur den
Zweck, dass die ihr Produkt an den Mann oder an die Frau
bringen wollen. Und der durchschnittliche Konsument ist sich
zumindest unsicher: Hat das jetzt ein Redakteur
geschrieben? Ist das eine Werbung? Und das ist einfach
unseriös, Punkt, aus. Und wenn sie das so weiterführen,
dann kommen wir irgendwann einmal mit Politik so hin, wenn
wir nicht ohnehin schon dort sind. oe24 gibt kein kritisches
Wort über die Regierung. Das kann es nicht sein, das ist
unmöglich. Und die Leute sagen: "Und noch immer haben
wir eine Zustimmung von sechzig Prozent von beiden
Parteien." Das macht mir und manchen Angst. #01:20:26-1#

T1837 GR3-I: Wie stehen Sie eigentlich zu den Bildern in so
Zeitungen oder Online-Zeitungen? Sind die für Sie wichtig,
dass Sie da Bilder haben? Oder ich glaube, der Standard hat
sehr wenig Bilder. #01:20:37-7#

T1838 GR3-B2: Relativ wenig, ja. #01:20:39-1#

T1839 GR3-I: Also was ist Ihnen da lieber? #01:20:41-7#

T1840 GR3-B2: Im Pur-Abo haben Sie überhaupt keine
Bilder, außer, Sie geben das frei. #01:20:46-4#

T1841 GR3-I: Geben Sie sie frei, die Bilder? #01:20:49-0#

T1842 GR3-B2: Wenn es mich interessiert, klicke ich hinein, aber ganz generell nicht, nein. #01:20:53-7#

T1843 GR3-I: Also für Sie sind die Bilder nicht so wichtig? #01:20:57-3#

T1844 GR3-B2: Bilder sind immer manipulationsanfällig. Es gibt so ein klassisches Beispiel aus London. Sie sehen einen kleinen Film, Sie sehen einen Punk hinter einer alten Frau herlaufen. Und knapp, bevor er bei ihr ist, bleibt das Bild stehen und es heißt: What do you think? Jetzt gibt es zwei Möglichkeiten: Er haut ihr eine übers „Hapl“2 oder er wollte sie wegstoßen, weil er sieht, dass ein Ziegel runterfällt, verstehen Sie? Das wissen Sie aber in dem Moment nicht. Die Meisten, neunzig, 95 Prozent, sagen, der wollte an ihre Handtasche oder so. Wir sind eine immer stärker bilderlastige Gesellschaft. Ich finde nicht, dass das gut ist. Aber ich weiß, dass ich da auf relativ verlorenem Posten stehe. #01:21:39-5#

T1845 GR3-I: Ich möchte Ihre Meinung einfach dazu aufnehmen. Also was sagen die anderen? Wie wichtig sind Ihnen Bilder? #01:21:47-3#

T1846 GR3-B1: Weil ich jetzt gesehen habe, also gewisse Personen sieht man halt öfters abgebildet. Also jetzt konkret der Lugner vom Opernball und einige Promis also im Adabei. Also das finde ich so/ #01:22:01-3#

T1847 GR3-I: Sie als Teletext-Leserin sind natürlich auch (lacht) ohne Bilder höchstwahrscheinlich sehr zufrieden. #01:22:07-0#

T1848 GR3-B1: Aber jetzt von der Zeitung. #01:22:09-6#

T1849 GR3-I: Sie können auch eher eigentlich auf die Bilder verzichten? #01:22:14-0#

T1850 GR3-B1: Ja. #01:22:14-8#

T1851 GR3-B4: Ich muss sagen, in einem gewissen Maße gehört es für mich bei einer gedruckten Zeitung dazu. Solange es also nicht wie zum Beispiel hier bei der Österreich, da sind fast nur Fotos drinnen. Man braucht dadurch nicht so viel Text oder so. Es hängt auch ein bisschen davon ab, worüber es geht. Wenn es um ein innenpolitisches Thema geht, brauche ich nicht, ich weiß nicht, einer der Minister, zum dreihundertsten Mal irgendwo ein Foto sehen. Wobei man in der Zwischenzeit ja die meisten Minister oder Ministerinnen sowieso nicht mehr kennt, weil sie so geschwind tauschen. Aber wenn das ein Bericht ist über, weiß ich nicht, irgendein Tiroler Stichtal, wo es jetzt wieder das seltene Gänseblümchen mit linksgedrehten Pollenstängeln gibt, dann würde ich schon ganz gern wissen, wie das aussieht. Ich glaube, dass das schon sehr davon abhängt, aus was für einem Bereich das ist. #01:23:18-2#

T1852 GR3-I: Also sehr themenspezifisch, genau. Verstehe. Wie müsste denn so Ihr optimales Informationsmedium

gestaltet sein, dass Sie es wirklich jeden Tag nutzen würden? Welche Themen sollten enthalten sein unbedingt, dass Sie es jeden Tag lesen würden? Sollte es Texte beinhalten, Videos? Wie stellt sich das so für Sie zusammen? Was interessiert sie so sehr? #01:23:39-6#

T1853 GR3-B2: Standard-Abo Pur kommt dem schon nahe. Möglichst wenig Bilder, Video nur, wenn ich das will, und will ich selten. Möglichst viel Text. Und das, was ich an den Online-Zeitungen schätze, ist, dass Sie die Möglichkeit haben, Kommentare dazuschreiben unten hin. Das haben Sie im Print nicht, da können sie irgendwelche Leserbriefe abdrucken, die mit ein oder zwei Tagen Verspätung kommen. #01:24:06-3#

T1854 GR3-B4: Man kann schon Kommentare dazuschreiben. Es liest halt dann nur keiner. #01:24:11-5#

T1855 GR3-I: Aber schreiben Sie auch Kommentare oder lesen Sie nur? #01:24:15-9#

T1856 GR3-B2: Hin und wieder poste ich schon was dazu, klar. Aber dann gibt es auch diese Geschichte, Diskussion mit Klarnamen. Das heißt, beim Standard ist es so, wenn einer Hubert Müller wirklich heißt, und der konnte das nachweisen, kriegt er ein blaues Häkchen hinter dem Namen. Da weiß jeder, der sich auskennt, das ist wirklich der Hubert Müller und nicht Hubert Müller 257. #01:24:43-4#

T1857 GR3-I: Ich höre da so ein bisschen heraus, dass es ein bisschen personalisierter vielleicht auch sein sollte. Dass man ein bisschen die Möglichkeit hat, Videos auszuschalten, Bilder auszuschalten. #01:24:55-7#

T1858 GR3-B2: Möglichst wenig Bilder. Deshalb habe ich gesagt, Augenkrebs. Das klingt vielleicht lustig, aber ist es eher nicht. Und vor allem, es ist wahrscheinlich nicht einmal als Gratis-Klopapier verwendbar, weil das ist sicher nicht schleimhautaffin. Es ist sicher gut. #01:25:11-3#

T1859 GR3-B4: Ich würde bei der Druckerfarbe unheimlich aufpassen. #01:25:14-5#

T1860 GR3-I: Wie ist es bei den anderen? Wie würden Sie Ihre Zeitung/ #01:25:19-3#

T1861 GR3-B4: Ist ein bisschen schwer, weil dadurch, dass ich, wie gesagt, Informationen nicht so sehr über das Internet liebe oder über den Computerschirm, sondern mein Hauptmedium eigentlich wirklich gedruckte Medien oder eben Teletext oder Nachrichten ist, passt das eigentlich so, wie es ist. Also ich wüsste nicht, was jetzt der Grund wäre, dass ich sage: "Ich konsumiere jetzt meine Informationen ausschließlich über das Netz, über den Schirm, weil die das und das und das anbieten." Weil das habe ich eh schon. Also das wäre ein Eins-zu-Eins-Ersatz und kein Gewinn oder keine Änderung. #01:25:55-8#

T1862 GR3-I: Aber Sie können sich auch nichts vorstellen, was jetzt irgendwie einen Mehrwert bieten würde?

#01:26:01-8#

T1863 GR3-B2: Ich könnte mir schon was vorstellen. Also angenommen, manchmal schaue ich in cnn.com/live hinein, wenn es gerade in Mittelamerika wieder drunter- und drüber geht. Ich weiß nicht, Sie sind jung, um sich zu erinnern. Es gab früher drei Ausgaben einer Zeitung, morgens, Mittag und abends. Sie werden das vielleicht noch wissen. Das gibt es nicht mehr. Und das ist übernommen worden durch diese Live Coverage, also Live-Berichterstattung. Natürlich kann man jetzt sagen, CNN hat auch ständig Werbung. Aber bei der Zeitung muss ich auf die nächste Ausgabe warten, wenn ich mehr/ Was ist dort passiert in Venezuela? So, wenn ich will, gehe ich entweder ins Fernsehen oder auf die Online-Zeitung und habe das, wenn die live dabei sind, relativ zeitnahe. #01:26:49-9#

T1864 GR3-I: Also eine Aktualität eher. #01:26:51-9#

T1865 GR3-B2: Live-Ticker ist gar nicht angesprochen worden, also zum Beispiel beim Fußballspiel oder bei einer Diskussion. Das ist, glaube ich, unter der jungen Generation auch sehr in. #01:27:02-7#

T1866 GR3-I: Also Aktualität? #01:27:03-9#

T1867 GR3-B2: Ja. #01:27:04-7#

T1868 GR3-B3: Also ich könnte mir schon vorstellen, also wenn, dann eher die Nachrichten. Da mag ich kein Video, das möchte ich lesen. Aber einen Kulturbeitrag vielleicht, dass sie jetzt bringen. Wenn zum Beispiel ein neues Stück, Bodyguard oder irgendwas, oder Theaterstück und ein Ausschnitt also von dem Stück bringen. Das würde mich schon interessieren. Oder von einem aktuellen Kinofilm halt irgendwie so einen #01:27:30-0#

T1869 GR3-B2: Trailer. #01:27:30-8#

T1870 GR3-B3: Trailer, ja. So ganz kurz. #01:27:33-5#

T1871 GR3-B2: Weniger als zehn Minuten. #01:27:35-7#

T1872 GR3-B3: Ja manche schaue ich mir auch acht Minuten oder neun an. So kurz, vielleicht bis fünf Minuten oder so, dass alle befriedigt sind (lacht), aber nicht zu lang schauen. Aber das wäre vielleicht schon sinnvoll. #01:27:51-1#

T1873 GR3-I: Also das ist dann themenspezifisch wie vorhin schon besprochen? #01:27:55-5#

T1874 GR3-B3: Ja. #01:27:56-4#

T1875 GR3-I: Verstehe. Wie ist es bei Ihnen, Mathilde? #01:27:59-9#

T1876 GR3-B1: Also so, wie es ist, so passt es. Wenn diese zusätzlichen Sachen dann da wären, was ja interessant wäre, ich gehe jetzt von mir aus, da bestünde Gefahr, dass ich dann weiterklicke. Und das, was ich wissen will, kann ich sowieso in den Suchmaschinen bekommen. Also ich würde

durch dieses zusätzliche Angebot vielleicht Gefahr laufen, dass ich mehr Zeit verbringe, was ich sonst nicht machen würde. Also die Verleitung wäre groß. #01:28:31-6#

T1877 GR3-B2: In der Zeitung können Sie nicht weiterklicken, beim Papier, meinen Sie? #01:28:35-8#

T1878 GR3-B1: ORF-Startseite zum Beispiel. #01:28:37-3#

T1879 GR3-B4: Ach so. Aber in der gedruckten Zeitung? #01:28:40-1#

T1880 GR3-B1: Weil ich lese hauptsächlich die ORF-Startseite. Und was ich wissen will, dort gehe ich dann weiter oder suche mir selber dann die Informationen. Aber wenn das dann gleich dabeistünde, // also Kultur. #01:28:51-9#

T1881 GR3-B4: Wäre die Gefahr, // dass man hängenbleibt und #01:28:55-2#

T1882 GR3-B1: Und dann geht man weiter. #01:28:57-3#

T1883 GR3-B4: Dinge findet, wo man gar nicht gewusst hat, dass man die gesucht hat. #01:29:02-3#

T1884 GR3-I: Also Sie haben auch // ein bisschen Angst, #01:29:05-5#

T1885 GR3-B1: Für mich wäre es Gefahr. // #01:29:08-0#

T1886 GR3-I: da zu viel Zeit // damit zu verbringen. #01:29:11-2#

T1887 GR3-B1: Darum // so, wie es ist, passt es. #01:29:14-5#

T1888 GR3-I: Verstehe. Und bei Ihnen? Wie würden Sie so Ihre Medien gerne aufnehmen? Bilder, Videos, Text? Oder sind Sie zufrieden? #01:29:21-6#

T1889 GR3-B: Das im Fernsehen, das passt eh. Es könnte ruhig mehr sein, was sie bringen. #01:29:27-0#

T1890 GR3-I: (lacht) Reicht es noch nicht? #01:29:29-1#

T1891 GR3-B: Zu wenig, // ich würde viel mehr (unv.). #01:29:32-4#

T1892 GR3-I1: Darf ich noch fragen, // was ist für Sie vertrauenswürdiger? Der Text, Bild oder Video? Wie würden Sie das reihen, wenn Sie es reihen müssten? #01:29:41-7#

T1893 GR3-B1: Text. #01:29:42-4#

T1894 GR3-I1: Wo haben Sie mehr Vertrauen? Text, Bild oder Video? #01:29:45-9#

T1895 GR3-B2: Kommt immer auf die Quelle an. #01:29:48-4#

T1896 GR3-B: Nein, Video habe ich mehr Vertrauen. #01:29:50-9#

T1897 GR3-I1: Also wenn Sie quasi ein bewegtes Bild sehen? #01:29:54-2#

T1898 GR3-B: Ja. Aber das Video kann man auch beeinflussen, aber gestellt sein. Aber schreiben kann man schnell irgendwas und welche Fotos hinhängen (lacht). Und da zahlt der Mensch drauf das ganze Leben lang. Die // Anna Netrebko, #01:30:07-4#

T1899 GR3-B4: Ich glaube eher, // Text. #01:30:09-5#

T1900 GR3-I: Text. #01:30:10-3#

T1901 GR3-B: 150 Jahre Europa. Die Anna Netrebko ist nicht so alt, 150. #01:30:14-6#

T1902 GR3-B4: Für 150 schaut sie gut aus. #01:30:17-1#

T1903 GR3-I1: Bei Ihnen, wie schaut es da aus? #01:30:19-9#

T1904 GR3-B3: Text und Video, glaube ich, beides #01:30:22-4#

T1905 GR3-I1: Gleich? #01:30:23-1#

T1906 GR3-B3: glaubwürdig, ja. #01:30:24-2#

T1907 GR3-B2: Prinzipiell kritisch, aber eher vielleicht Text. Kommt immer auf die Quelle an. Also wenn ich das gezwungen werde, zu lesen, dann davon gar nichts, aber // sonst eher Text. #01:30:35-0#

T1908 GR3-I1: Aber grundsätzlich eher // Text. #01:30:37-4#

T1909 GR3-I: Dann so als Abschlussfrage: Wie, denken Sie, wird die Zeitung in der Zukunft aussehen? Wird sich da etwas verändern? Was wird sich verändern? Wir hatten das schon ein bisschen angesprochen: Wie wird sich das mit dem Print, wird sich da etwas entwickeln? Wie wird sich das entwickeln? #01:30:57-3#

T1910 GR3-B4: Ich glaube nicht, dass die Print-Medien so schnell aussterben werden. Ist reine Gefühlssache. Weil ich doch glaube das so einfach dieses / gut, vielleicht, wenn einmal ein, zwei Generationen ins Land gegangen sind, kann das schon durchaus sein, dass einfach dieser Wechsel vom Papier zum Schirm stattfindet. Das ist so, wie mir alle erzählen, es ist so toll, wenn ich da über so ein kleines Ding ein ganzes Buch lesen kann. Nein, ist es für mich nicht. Ein Buch ist Buch. Das wird gedruckt, das wird gebunden, das stellt man wohin und kann man sich später wieder rausholen. Ich finde, es ist anders. Ich meine jetzt, dass die wahnsinniges Geld investieren in diese ganzen Kindle und sonstigen Zeugs, das so tut, als wäre es ein Buch. So finde ich es auch bei der Zeitung, dass es ein Unterschied ist, ob ich eine gedruckte Zeitung habe oder ob ich Online-Informationen // habe. #01:31:56-4#

T1911 GR3-B2: Das Leseverhalten // ist ein ganz anderes. #01:31:59-7#

T1912 GR3-B4: Deswegen glaube ich, das ich also zu mindestens ein ganz anderes / ja also bei meinem Sohn ist das nicht einmal. Ich glaube, dass selbst bei seiner Generation, er ist jetzt 28, noch immer das da ist. Weil die haben auf der Uni alle gelesen, Zeitungen, nämlich gedruckte. Ich meine, sie haben die Salzburger Nachrichten gratis gekriegt jeden Tag. #01:32:18-8#

T1913 GR3-B2: Wirklich? #01:32:19-6#

T1914 GR3-B4: Ja. Aber sie lesen damit und wachsen mit gedrucktem Papier auf. Deswegen glaube ich, dass sich also Print-Medien nicht so rasch in Luft auflösen werden und

komplett durch elektronische Medien ersetzt werden. #01:32:33-4#

T1915 GR3-B2: Es gibt eine Zwitterstellung, das E-Paper. Brauche ich Ihnen nicht erklären, also Zeitung, zwar elektronisch, aber schaut genauso/ Das will ich jetzt nicht als E-Paper. Und dann können Sie das auch personalisieren. Zahlt man beim Standard. Aber E-Paper auf einem kleinen Schirm ist eher lächerlich, entweder auf Tablet oder auf einem anständigen Schirm. Ob das wirklich sich durchsetzt, weiß ich nicht, weil da hat man beides. Man hat das Format wirklich aus dem Print eins zu eins und nicht irgendwie online anders angeordnet. Und, wenn es dann vielleicht auch noch diese aufrollbaren Schirme gibt, dann stecken Sie halt so, wie Sie früher die Zeitung sich eingesteckt haben, stecken Sie den Schirm ein. Der schützt halt bei einer Messerattacke nicht. Die Zeitung hat wirklich geschützt. #01:33:25-8#

T1916 GR3-I: Aber E-Paper, haben Sie das schon mal abonniert oder genutzt? #01:33:30-4#

T1917 GR3-B2: Nein, aber ich habe es mir schon mal angeschaut. Aber, wie gesagt, das ist ja ein anderes Leseverhalten. Da hat der Kollege vollkommen recht. #01:33:40-9#

T1918 GR3-B1: Also ich glaube, Zeitungen in solchen Ausgaben wird es noch sehr lange geben. Und zumindest, also wenn ich jetzt Österreich, Heute, die Gratis-Zeitungen/ also ich glaube, das wird sich nie aufhören, wenn es so weitergeht. #01:33:55-9#

T1919 GR3-B2: Außer, Sie schenken jedem Österreicher einen gesponserten, weiß ich nicht, ob Tablet, irgendwas, ein super Smartphone oder was. Letztthin gerade wieder Foldables ganz in. Smartphones, die sich falten können, die dann auf einmal so groß sind wie ein kleines Tablet. Wer weiß? Österreich oder diese anderen werden sicher sagen: "Nehmen Sie ein Zwei-Jahres-Abo und dann kriegen Sie das gratis." Und dann brauchen sie kein Papier mehr verschwenden. Das wäre vielleicht für die Umwelt auch ganz interessant. #01:34:28-2#

T1920 GR3-B: Na ja, normal ist es ja so, also es gibt ja so viele Kaffeehäuser. Darin liest man alle Zeitungen durch eigentlich. Man geht ins Kaffeehaus und liest dort. #01:34:40-4#

T1921 GR3-I: Das gehört für Sie zusammen? #01:34:42-8#

T1922 GR3-B: Ja, zum Beispiel. #01:34:44-5#

T1923 GR3-B3: Ich finde auch, also wie gesagt, Print-Medien vielleicht, dass weniger die Auflagenstärke, dass die reduziert wird. Aber doch für die ältere Generation, die wollen eigentlich das in der Hand haben, also das Print haben, nicht im Internet. Also kenne ich schon einige, auch

Nachbarn bei mir. Die haben halt das Abo. Die lesen nicht online die Nachrichten oder die Zeitung. #01:35:09-8#

T1924 GR3-I: Alles klar. #01:35:11-1#

T1925 GR3-I1: Vielleicht noch die letzte Frage noch zusätzlich. Journalisten als solches, den Berufsstand, wie glauben Sie, wird sich der entwickeln? #01:35:19-4#

T1926 GR3-B: Gut, sehr gut, wirklich. Gut. Da muss man nur aufpassen, dass es kein Roboter ist (lacht). #01:35:26-5#

T1927 GR3-B4: Was meinen Sie mit entwickeln? #01:35:29-0#

T1928 GR3-I1: Na ja, Sie haben ja gesagt vorher, es wird quasi alles nur mehr copy, paste, gab es so ein quasi Thema. Glauben Sie, wird es den Berufsstand so noch? #01:35:41-4#

T1929 GR3-B: Nur entschuldige, das ist schiach, wenn die Journalisten da im Parlament oder wo das da ist, da alle hin mit die Kameras und mit die Dings. Das schaut so gefährlich aus, das ist so was Hässliches. #01:35:56-8#

T1930 GR3-B4: Man gewöhnt sich dran, würde ich mal sagen. #01:36:00-5#

T1931 GR3-B: Also das ist nicht normal. #01:36:03-0#

T1932 GR3-I1: Könnten Sie sich das vorstellen, es ist quasi nur mehr copy, paste, wo es nur mehr einen zentralen Pressedienst gibt, der das publiziert? #01:36:13-0#

T1933 GR3-B4: Nein, das glaube ich nicht, weil sehr viel eben einfach auf spezifische Gegebenheiten auch Wert gelegt wird oder berücksichtigt werden muss. Print-Medien wie Kurier oder auch Krone, die haben ihre ganzen Bundesländerausgaben, wo also wirklich speziell auf die Region ja dann was dazukommt oder wegkommt oder diese Artikel nicht und so weiter. Das auf der einen Seite. Es kann sein, dass Journalisten wieder zu dem zurückgehen, was sie eigentlich ursprünglich gemacht haben. Weil ursprünglich sind sie rausgegangen, um Informationen zu finden. Jetzt sind sie, weiß ich nicht, fünfzig Jahre lang einfach drinnen gesessen. Und wenn der Chef gesagt hat, ist er halt dort hingegangen und hat halt geschaut, dass er einen Artikel zusammenkriegt. Und den Rest hat er mehr oder weniger an Infos eben über die APA bekommen. Und dass da eventuell ein bisschen mehr für den Journalisten mehr der Weg hinausgehen kann. Aber brauchen, glaube ich, wird man sie immer. #01:37:16-2#

T1934 GR3-B2: Also ich glaube, das geht ein. Sie sehen das auch an den großen Zeitschriften. Früher konnten Sie also im Print arbeiten als Journalist, und dann gab es seit ein paar Jahren diese Online-Journalisten. Aber es gibt immer mehr Zusammenlegungen, Standard, Presse. Sie schreiben etwas und das wird halt gedruckt. In den meisten Fällen ist es fast ident mit online. Aber ich glaube, die werden nur mehr online, wenn sie überhaupt Leute aufnehmen, die

werden wahrscheinlich so pro Artikel bezahlt werden. Außer sie haben das Privileg, sie sind schon sehr lange dabei und haben irgendeinen Scoop gelandet. Aber wenn Sie jetzt einem jungen Burschen oder Mädchen raten: "Studiere Publizistik oder so", wird es schon gehen. Aber ich glaube, das Berufsbild wird sich ganz ändern. #01:38:03-5#

T1935 GR3-B3: Na, ich finde also zum Beispiel auch bei der Krone, das gibt sicher die Auslandskorrespondenten. Ich meine, die sind schon aktiv zum Beispiel. Ich glaube, also die in Paris ist leider die eine/ #01:38:16-5#

T1936 GR3-B2: Die war vom ORF, die Eva Twaroch. #01:38:19-6#

T1937 GR3-B3: Genau, die ist gestorben. Aber das ist auch wichtig, wie gesagt. Weil die Infos, glaube ich, kommen schon. Also ich kenne einen Auslandskorrespondenten, der arbeitet für Ungarn. Also da gibt es schon, hat er gesagt, verschiedene Kulturbereiche. Er geht halt dann zur Pressekonferenz, schreibt es und schickt es dann halt nach Ungarn. Aber das wird es sicher auch geben, also österreichische Auslandskorrespondenten, die zum Beispiel in verschiedenen EU-Ländern sind. Und die natürlich die Berichte schreiben und dann herschicken. Also das wird es sicher noch geben. Oder gerade im Kulturbereich, denke ich, wenn jetzt geschrieben wird über ein Theaterstück, wird da sicher derjenige sich das angeschaut haben und nicht einfach irgendwas schreiben. Und vielleicht allgemeine Thema, vielleicht Innenpolitik, sicher, da wird er sich von der APA halt die Infos oder Quellen schon wahrscheinlich Großteil genommen oder vielleicht auch Fotos von dort. #01:39:13-5#

T1938 GR3-B2: Aber dafür bräuchte man eigentlich keinen Journalisten im üblichen Sinn, // sondern einen, #01:39:18-9#

T1939 GR3-B3: Nein, eh nicht, ich weiß. // #01:39:21-4#

T1940 GR3-B2: der weiß, wie er das zusammenstellt. Mediendesigner, glaube ich, heißt das. Aber ich habe die Befürchtung, dass es immer mehr diese Bots gibt, diese Roboter. Und das ist heute teilweise das wurde bewiesen von Microsoft, die haben einen Bot entwickelt, der war dafür gedacht, beim Restaurant anzurufen. Den konnten sie programmieren, dass er für sie einen Tisch bestellt um so und so viel Uhr, weil ohne Vorbestellung geht in Amerika in den besseren Restaurants nichts. Und das war so täuschend echt schon gemacht, dass der Mann oder die Frau am anderen Ende nicht gedacht hat, sie spricht mit einer Maschine. Und das war weder blechern, die haben auch diese Sprachverzögerung drin gehabt. Und ich fürchte, wenn das einmal so weit ist audiell, dann visuell, dann wird es auch beim Schreiben möglich sein. Wie schnell das gehen kann, Sie glauben, das ist von einem Journalisten

geschrieben. In Wirklichkeit hat das irgendein Algorithmus zusammengestellt. Ist vielleicht eine Paranoia von mir, aber ist, glaube ich, nicht in so ferner Zukunft mehr. Denn bis wir es dann merken, ist es schon zu spät. Verstehen Sie? Bis wir dann merken: 'Hoppla, das war irgendeine Maschine, die das gemacht hat.' Bis Sie es merken, ist es wahrscheinlich schon zu spät. #01:40:32-9#

T1941 GR3-B4: Ist der Tisch schon bestellt. #01:40:35-0#

T1942 GR3-B2: (lacht) Aber so fängt es an, mit Commodities, was einfach ist, was angenehm ist. Und dann wollen Sie es nicht mehr missen. #01:40:43-2#

T1943 GR3-I: Ich glaube, dann haben wir es, oder? #01:40:46-1#

T1944 GR3-I1: Herzlichen Dank, ja. #01:40:47-5#

T1945 GR3-I: Danke schön, vielen Dank. #01:40:49-3#

T1946 GR3-B3: Oder diese Alexa-Sprachbox, wo der Papagei was bestellt (lacht). #01:40:52-9#

T1947 GR3-B1: Soll das da bleiben? #01:40:54-7#

T1948 GR3-B2: Ich finde es nicht lustig. #01:40:56-8#

T1949 GR3-B3: Nein, es war eh nicht lustig. #01:40:59-3#

T1950 GR3-B2: Ist gefährlich. #01:41:00-4#

T1951 GR3-B3: Es klingt lustig, aber ist es nicht. #01:41:03-3#

15 "Klassischer" Leser – handschriftliche Dokumente

15.1 Gruppe 1 (GR1-)

| | |
|--------|--|
| GR1-B | <p style="text-align: center;"><u>Österreich</u> - weibliche</p> <ul style="list-style-type: none">- ältere Personen- Menschen die Technik hassen / nicht verwenden können<ul style="list-style-type: none">↳ Print-Medien↳ Radio- wie sprechen viel- Kleidung: - keine Trendkleidung- Öffis ⇒ auf dem Weg lesen<ul style="list-style-type: none">↳ U-Bahn |
| GR1-B1 | <p style="text-align: center;">Österreich</p> <ul style="list-style-type: none">- Geschlecht: männlich- Alter: 45- Interessen: Politik, Sport, mit Freunden- Freunde: eher wenige, feste Freunde- Medien: Printmedien, etliche Zeitungen, TV- Charakteristika: streng, kritisch- Kleidung Kleidung: Hemd in der Hose, keine Marken- Verkehr: Auto, alter VW-Wagen |

| | |
|--------|--|
| GR1-B2 | <p>MM</p> <p>Kronen Zeitung</p> <ul style="list-style-type: none"> • männlich (weiblich) • ältere Person, 60+ • in Pension, redet über alles und nichts mit Familie / Nachbarn • hat kaum etwas zu fern, sitzt viel vor dem Fernseher bzw. zu Hause • liest die Zeitung im Print-Format • andere Information aus TV (RTL) • Charaktereigenschaften: ...? • Kleidung: nichts besonderes, schlicht, keine Markenkleidung • Autofahrer: VW, Opel, Mercedes |
| GR1-B3 | <p>MM</p> <p>Kronen Zeitung</p> <p>MM ♂</p> <p>Alter: 35+</p> <p>nicht gut gebildet evtl. Arbeitslos</p> <p>Hobbys: Freunde treffen, in der Donau schwimmen</p> <p>andere Zeitungen: Österreich</p> <p>TV: RTL 2, Sat 1</p> <p>wirkt freundlich, aber ziellos, eingebildet</p> <p>Kleidung: chilliger look: Jogginghose von Nike</p> <p>nützt hauptsächlich die Öffis → U-Bahn</p> <p>hat ein Auto von Ford, VW, BMW</p> |

GR1-B4

Kronen Zeitung

Geschlecht: ♀ ♂

Alter: 40 +

Interessen: grillen, Schwimmen in der Donau

Eigenschaften: aufregen eifersüchtig

Pessimistisch

Stolz

leicht rechts orientiert (politisch)

altmodisch

Gewohnheitsmensch

Medien: Zeitungen Print schnell in der U-Bahn (morgens)

TV-Sender: ATV, ORF 1, RTL

Auftreten: veraltet

„alles egal“-Einstellung

Kleidung: Primark bis Esprit

Autofahrer: Opel, VW, Ford, Renault,

GR1-B5

Österreich

• männlich

• 11-17; 80-90

• über Klatsch & Tratsch, oberflächliches Gerede

kult. Sport, Prominews

• hat vor allem Freunde aus seiner Umgebung

• Österreich & Heute ⇒ Print
Standard, Presse ⇒ Online

• typisch arbeitslos, nichts zu tun
eher negative Charaktereigenschaften

• Jogging Anzüge, Adidas Marke

• Öffi-Fahrer; U-Bahn Fahrer
wenn Auto dann BMW Fahrer

Tab. 27 Klassischer Leser Gruppe 1 (GR1-)

15.2 Gruppe 2 (GR2-)

| | |
|--------|---|
| GR2-B | <p># KRONE ZEITUNG</p> <ul style="list-style-type: none"> - Männlich & Weiblich. - 47 47 - Informiert sich nicht viel (Fernsehen sehen) Bischof Fashion, Bischof-Sport, Bischof-Schlagzeilen - sie o. er Tratscht gerne & denkt er o. sie weiß alles besser. - Party in Wirtschaftsatmosphäre, April, Autos - Nichts sagen, ohne Stil, Sie zu schnell (Hauptstadt, Punkte, Punkte) Er zu langsam (Jeans und Herrenhemd in der Hand) - nur mit dem Auto unterwegs (VW) |
| GR2-B1 | <p>⊗ Österreich</p> <ul style="list-style-type: none"> - UBahn U-Bahn-Fahrer (öffentlicher Kern) - Alter 20²⁵-30 Student - allgemeines Wissen an unterschiedlichen Themen - nicht speziell auf Themen gebunden - FB, Instagram, Google - informativ, oberflächlich - Hobbies: lesen, tanzen, Sport - casual, mittelgroß - öffentliche VW, Auto Skoda/VW - |

GR2-B2

ÖSTERREICH:

- MÄNNLICH / WEIBLICH
- 136
- EREIGNISSE IM INLAND
- TV / INTERNET
- LIEBEVOLL / GEMÜTLICH
- FUSSBALL / SKI
- SPORTLICH / EINFACH
- ÖFFI
-)

GR2-B3

KRONE

- Männl / weibl.
- 50
- Österreich, Sport, Entertainment
- TV, gmx.at, oe24.at, Radio
- gesellig, konservativ
- Fernsehen, Sport
- bequem, funktional
- Auto (VW)
-

GR2-B4

KRONE

- Geschlecht: m/w
- Alter: 40
- Interessen: Inland-Geschichte, "Kaffeehaus",
- Charakter: gemütlich, "Otto-Normalverbraucher"
- Freizeit/Hobbies: Fortgehen, Freunde treffen
- Kleidung: Alltagskleidung, Hose/Jeans + T-Shirt
- Auto/Öffis: JA → VW
Öffis → JA

GR2-B5

ÖSTERREICH

-) männlich & weiblich
-)  25
-) Sport → Fußball
-) Fernsehen, Facebook
-) gesellig, heimatbezogen, laut,
-) In die Kneipe gehen, essen, einkaufen, Fußball
-) durchschnittlich gekleidet, Jeans
-) kein Auto, wenn ja VW
-)

Tab. 28 Klassischer Leser Gruppe 2 (GR2-)

15.3 Gruppe 3 (GR3-)

| | |
|--------|--|
| GR3-B | <p>Kronen Zeitung</p> <p>weiblich</p> <p>30-40 Jahre</p> <p>gescheit über die Einwohner und Veranstaltungen</p> <p>Auto fahren Feiern Nähter in den Nähter kümmern</p> <p>normale Klischee von Steffe oder Auto fahren Kia</p> |
| GR3-B1 | <p><u>Kronen Zeitung</u></p> <ul style="list-style-type: none">) weibl., männl.) Alter: 50 J) Interessen: Katch-Tratsch, Chronik - Überfälle,) Informationen → Österreich, heute) Freizeit → Kaffeeklatsch, Spazieren, Hund) Chronolog. Mf: choleisch, schmeißend, primitiv) Kleidung: einfache Kleidung, sportlich, ✓ dunkel) Auto: Renault + Öffis |

GR3-B2

"ÖSTERREICH"

- männlich
- 20-27
- Fußball, Facebook, Kleider u. Trolch
- esp. d, ae24.tv
- Fußball, Facebook, Sloppen
- einfach Multimed, sensibility baby, ^{Frö}offen
- dessem jeans, sweaters,
- offentlich, (hyundai)

GR3-B3

KRONEN ZEITUNG

männlich

ab 45

AKTUELLES IN ÖSTERREICH

ZIB 2

VEREINSTÄTIGKEIT TIERZUCHT

KOMMUNIKATIV

LODENJANKER (C&A)

VW

GR3-B4

Krone Zeitung!

männlich

45j

Grätelnews, Sport, Kunstpolitik (Info)

Info über ORF (z.B.) und Stummfilm

Freizeit: sowohl spezielles

gerollig, etwas unisexuell.

normale Freizeitbekleidung

Auffahrten, irgendeine japanische Parke

Tab. 29 Klassischer Leser Gruppe 3 (GR3-)

16 Abstract (Deutsch)

Titel: Eine neue Generation an Informationsbedürfnissen?
Empirische Kommunikator- und Rezipientenforschung.

Schlagwörter: Fokusgruppe, Mediennutzung, Informationsbedarf, Authentizität

Mediennutzung und Kommunikation sind zentrale Bestandteile der Informationsgesellschaft. Eine unüberschaubare Anzahl an Informationen wird täglich von Medienunternehmen produziert und von Rezipienten auf unterschiedliche Weise konsumiert. Die Nutzung von Medien basiert einerseits auf der erlebten Mediensozialisation und dem grundsätzlichen Bedürfnis der Rezipienten diese Informationen für die Bewältigung des Alltages individuell anwenden zu können. Ziel dieser Arbeit war es, die aktuelle Mediennutzung sowie den Informationsbedarf bei Rezipienten qualitativ zu erforschen.

Die Daten wurden in drei Fokusgruppen erhoben, bei denen sich das Alter der Teilnehmer an den Generationengrenzen der Generation Z, Generation Y und Generation 50+ orientierte.

Fragen im Bereich der Mediennutzung waren darauf ausgerichtet die verwendeten Medienkanäle und die Häufigkeit ihrer Nutzung zu erfassen. Ziel war es, die Nutzung der klassischen Medienkanäle TV, Radio und Print in den jeweiligen Altersgruppen zu verorten, sowie die Ausprägung der Nutzung von online Angeboten abzuklären.

Im Bereich Mediennutzung konnte gesehen werden, dass die Generation 50+ noch sehr stark das klassische, lineare Medienangebot nutzt, die 16-22 jährigen hingegen ihre eigenen Informations- und Medienmanager sind und den „entlinearisierten“ individuellen Medienkonsum leben.

Der Teil des Informationsbedarfes wurde mit Fragen nach den Gestaltungswünschen von medialen Inhalten und deren Aufbereitung in Form eines Artikels untersucht. Zusätzlich wurde Authentizität als Thema diskutiert und die Einstellung zur Werbung erfragt.

17 Abstract (English)

Title: A new generation of information needs? Empirical communicator and recipient research.

Keywords: Focus group, Media usage, information needs, authenticity

Media use and communication are central components of the information society. An unmanageable amount of information is produced on a daily basis by media companies and consumed by media recipients in different ways. On the one hand, the use of media is based on the experienced media socialization on the other hand the basic need of the media recipients is to be able to apply this information individually for coping with their everyday life.

The aim of this work was to qualitatively understand the current media usage as well as the information needs of the media recipients.

The data were collected in three focus groups, in which the age of the participants was based on generation limits of generation Z, generation Y and generation 50+.

Media usage questions are designed to capture the media channels used and the frequency of their use. The goal was to locate the use of the classic media channels TV, radio and print in the respective age groups as well as to determine the characteristics of the use of online offers.

In the field of media usage, it could be seen that the 50+ generation is still using the classic, linear media offering, whereas the 16-22 year olds are their own information and media managers and live the individual media consumption.

The part of the information requirement contained questions about the design wishes of media contents and their preparation as an article. In addition, authenticity was discussed as a topic and the attitude of media recipients to advertising was asked.