



---

## Unsicherheit

### 1. Ungewissheit:

Variablen sind bekannt, nicht aber ihre Ausprägung (Suche nach Daten wie bspw. Börsenkurse, Verkaufszahlen)

### 2. Mehrdeutigkeit / Ambiguität:

Keine Kenntnis darüber, welche Variablen überhaupt wichtig sind, welche Relevanz welchen Faktoren zukommt, wie eine Situation zu interpretieren ist.



- 
- ▶ Derzeitige Situation aus der Perspektive eines Kommunikationswissenschaftlers
  - ▶ Aktivitäten von Zeitungen bzw. Zeitungsverlagen, wie sie derzeit im Internet zu beobachten sind
  - ▶ Kommunikationswissenschaftliche Einordnung der Aktivitäten
  - ▶ Ableitung gegenwärtiger und künftiger Erfordernisse

Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

*„Die Zukunft der Zeitungen“*

---



# Eine kommunikationswissenschaftliche Situationsdefinition

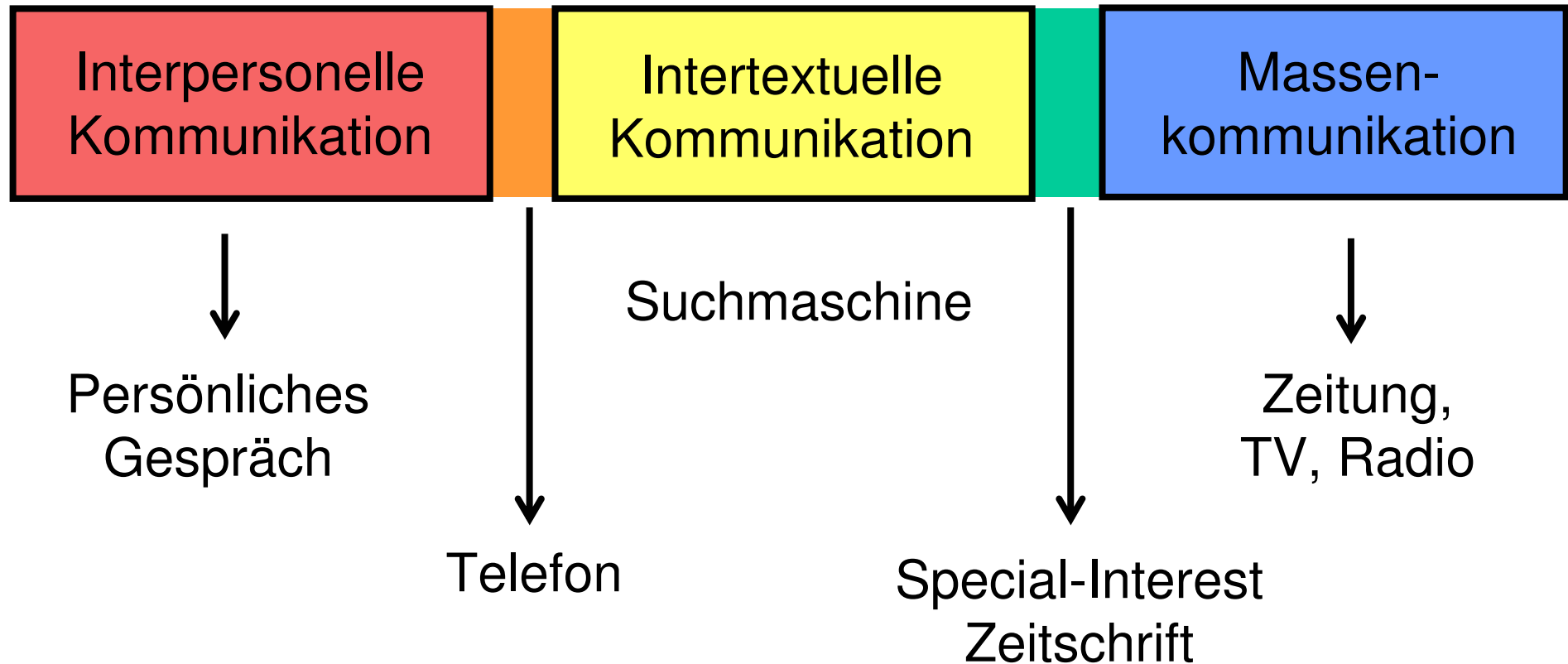


## Interpersonelle Kommunikation

- Sender/Empfänger „präsent“ und identifizierbar
- Reziprozität und Rollentausch
- Interpersonelle Beziehung

## Massenkommunikation

- Relative Einseitigkeit
- Anonymität
- „Unpersönlichkeit“
- Fokussierungseffekt



**Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair**

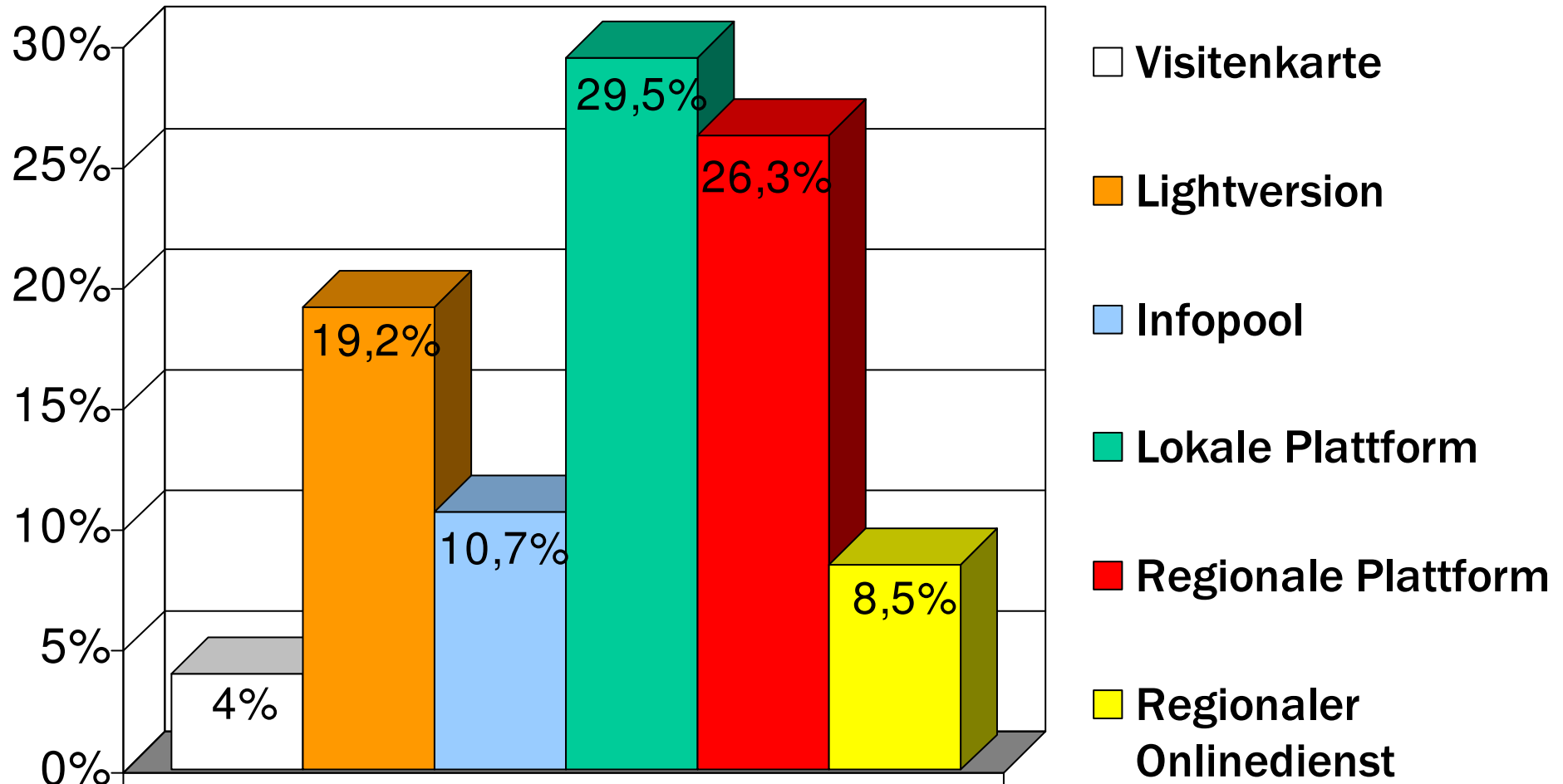
Otto-Friedrich-Universität Bamberg

*„Die Zukunft der Zeitungen“*

---



# Aktivitäten von Zeitungen und Zeitungsverlagen im Internet



Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

*„Die Zukunft der Zeitungen“*

---



Die „Daily me“ als Prototyp einer  
individualisierten  
Massenkommunikation?



Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

*„Die Zukunft der Zeitungen“*

---

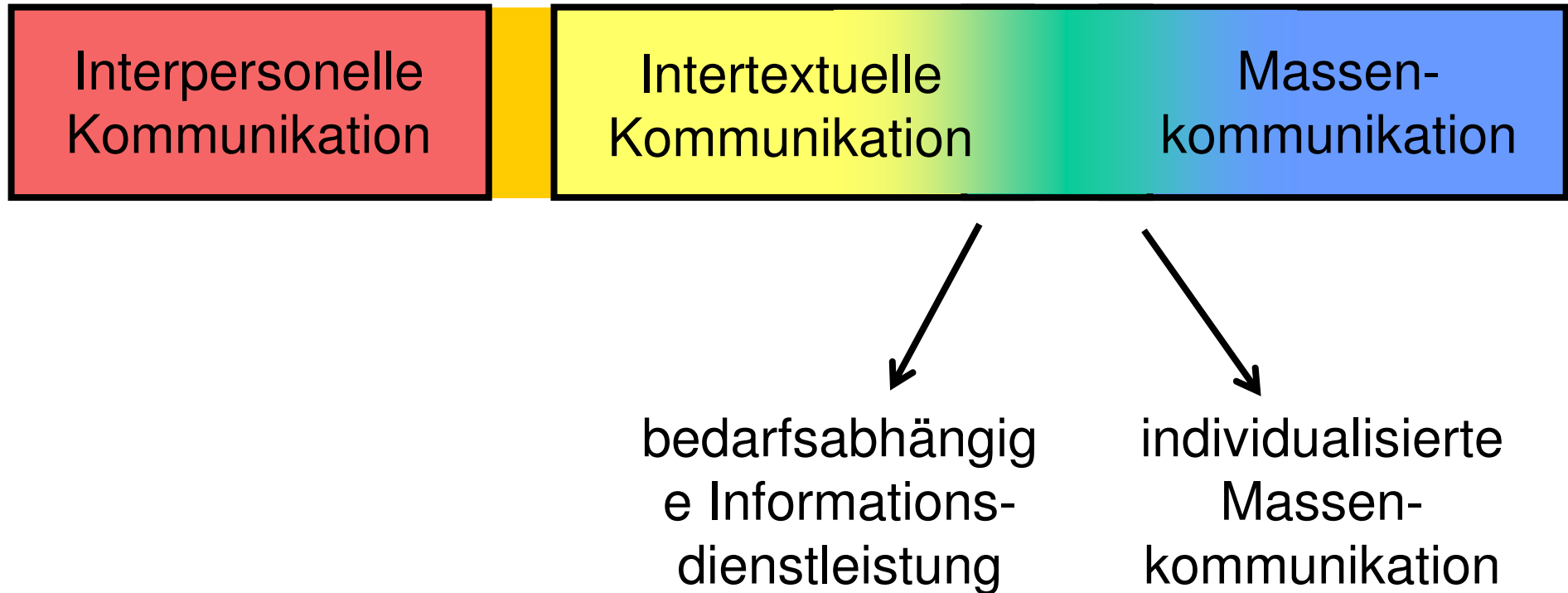


Von der  
individualisierten Massenkommunikation  
zur  
Informationsdienstleistung

Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair

Otto-Friedrich-Universität Bamberg

*„Die Zukunft der Zeitungen“*





---

## Fazit und Erfordernisse

- ▶ Differenzierung von Kommunikationsformen
- ▶ Relevanz des Aufmerksamkeitsmarkts für das Massenmedium Zeitung  
Kritische Erfolgsfaktoren: Themen, Design, Recherche
- ▶ Überdenken des Selbstverständnisses von Zeitungen
- ▶ Zeitung als Informationslieferant in unterschiedlichen Kontexten
- ▶ Kontextabhängige Rolle des Lesers / Nutzers
- ▶ Diversifizierung von Strategien

**Prof. Dr. Anna M. Theis-Berglmair**  
Otto-Friedrich-Universität Bamberg



*„Die Zukunft der Zeitungen“*

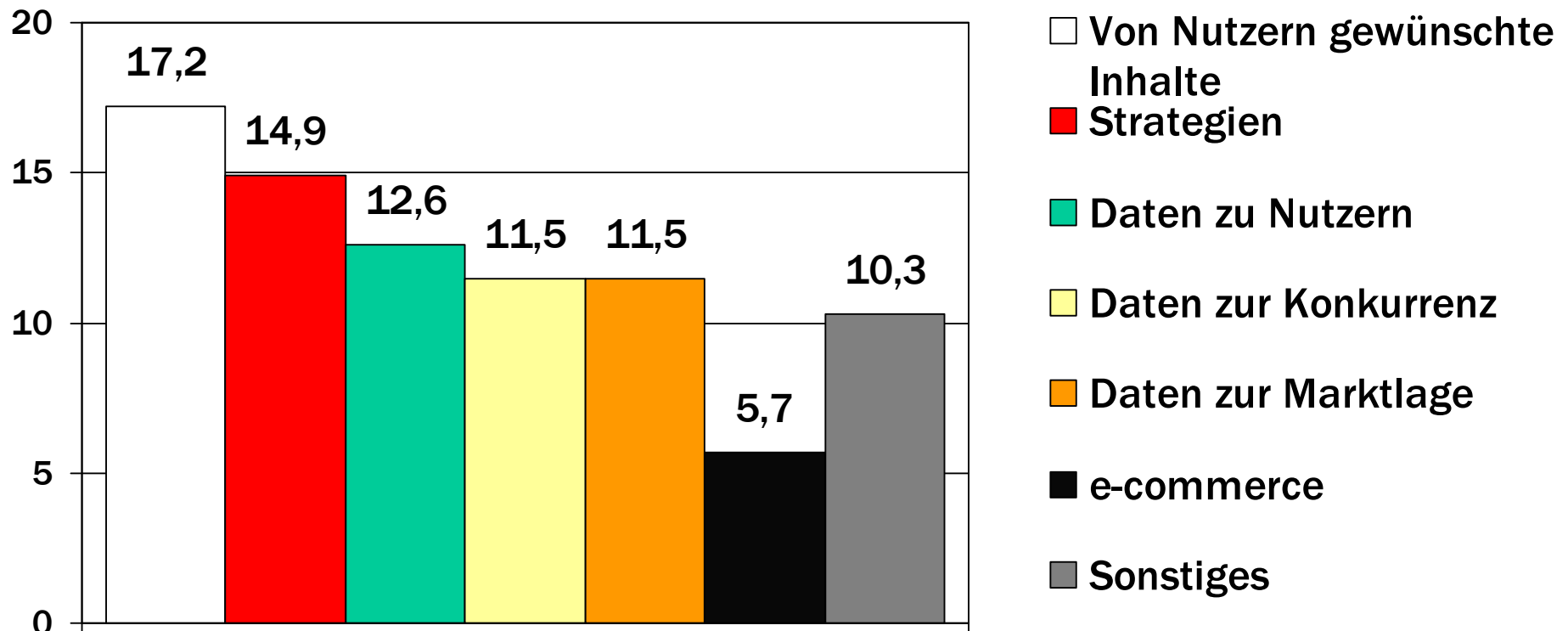
---

Vortrag beim Kongress des Münchner Kreises  
„Die Zukunft der Printmedien“

am 20. September 2001 in München



„Welche konkreten Informationen würden Sie  
in der jetzigen Situation als hilfreich empfinden?“  
(in %; Mehrfachnennungen möglich; nachträgliche Kategorisierung)





„Aus welchen Quellen beziehen Sie wichtige Impulse für Ihre Entscheidungen?“

(in %; Mehrfachnennungen möglich; nachträgliche Kategorisierung)

