

# Weniger Zeit im Netz

## Digitalstudie sieht Trendwende

Von Denis Gabriel

Angeblich ist Print am Ende: Das Monatsmagazin *Konkret* gibt es nur noch digital, das *ND* (ehemals *Neues Deutschland*) beendet seine 80jährige Geschichte als Tageszeitung mit der Einstellung der täglichen Printausgabe. Es ist, wie die *Taz* (ehemals *Tageszeitung*), nur noch über eine Wochenendausgabe gedruckt erhältlich - um nur drei aktuelle Beispiele zu nennen. Selbst Fachmedien begründen diese Entwicklung mit der Behauptung, das sei halt der Trend: Wer sieht schon noch jemanden in der U-Bahn Zeitung lesen! Nun ist es sicher so, dass für die rasche Übersicht der Nachrichtenlage das Internet große Vorteile bietet und in der Bahn die Nutzung eines Handys schlicht praktischer ist. Das gehört zur Alltagserfahrung und dem Eindruck, dass immer mehr Menschen bevorzugt Handy und Internet nutzen.

Aber auch hier ändert sich wohl gerade etwas. Vergangene Woche stellte die Postbank die von ihr in Auftrag gegebene [Digitalstudie 2026 zur Internetnutzung](#) vor. Verblüffendes Ergebnis: »Deutsche sind weniger online - vor allem unter 40jährige wollen noch kürzertreten«, meldet postbank.de über das Ergebnis ihrer repräsentativen Studie, an der sich über 3.000 Personen beteiligt haben. 67 Stunden pro Woche sei jeder Bundesbürger durchschnittlich online. »Das sind rund fünf Stunden weniger als im Vorjahr. Vor allem die 18- bis 39jährigen verbringen weniger Zeit im Netz, 31 Prozent von ihnen möchten sie (...) sogar weiter reduzieren.« Die angegebenen Gründe sind vielfältig: Die einen wollen ihre Zeit für etwas anderes nutzen (41 Prozent), andere weniger abgelenkt werden (38 Prozent). Immerhin 15 Prozent der Befragten geben ausdrücklich an, wieder mehr analoge Möglichkeiten nutzen zu wollen.

Es gibt viele gute Gründe, weshalb sich Verlag, Redaktion und Genossenschaft der *jungen Welt* entschieden haben, neben dem digitalen Angebot von Montag bis Sonnabend auch eine gedruckte Tageszeitung anzubieten. Der tatsächliche Hauptgrund dafür, weshalb andere Verlage auf den Druck verzichten, sind steigende Kosten für Herstellung und Vertrieb. Davon ist die *junge Welt* natürlich ebenso betroffen. Damit aber die *junge Welt* nicht zum Luxusgut wird, ist sie darauf angewiesen, dass die Zahl der Abonnentinnen und Abonnenten steigt! Mit jeder gedruckten und digitalen Ausgabe steht ein solides journalistisches Produkt zur Verfügung, ein Angebot, das Menschen mit Haltungen erarbeiten und das nicht durch KI billig generiert wird. Diese Arbeit kann aber nur fortgeführt werden, wenn all jene, die sie täglich nutzen, sich über ein Print- oder Onlineabo an den Kosten beteiligen. Und aktiv dabei mitwirken, neue Leserinnen und Leser für die Zeitung zu gewinnen.

→ Die *jW* kann unter [jungewelt.de/abo](http://jungewelt.de/abo), per Telefon ([0 30/53 63 55-80](tel:03053635580)) oder per Mail ([abo@jungewelt.de](mailto:abo@jungewelt.de)) bestellt werden. Hier finden Sie auch entsprechende Angebote, *jW*-Abos zu verschenken.

<https://www.jungewelt.de/aktion/jwstaerken/524209>