

**Zielgruppe Digital Natives:
Wie das Internet die Lebensweise
von Jugendlichen verändert**

Neue Herausforderungen an die Medienbranche

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	7
Einleitung.....	9
1. Grundlagen: Mediennutzung und Medienwirtschaft im Sog des digitalen Wandels.....	13
1.1 Die digitale Zeitenwende.....	13
1.2 Theoretische Grundlagen.....	14
1.2.1 Grundlegende ökonomische Merkmale von Medien und Medienprodukten.....	14
1.2.2 Grundlegende medienspezifische Kommunikationsmerkmale.....	15
1.2.3 Das Mediensystem im digitalen Zeitalter.....	16
1.2.4 Konvergenz der Medien.....	19
1.3 Wegweisende Medientrends.....	26
1.4 Zusammenfassung.....	28
2. Der digitale Lebenswandel junger Mediennutzer.....	31
2.1 Einführung: Das Konzept der Digital Natives.....	31
2.1.1 Aktuelle Entwicklungen und zentrale Forschungsfragen.....	33
2.1.2 Konzeptkritik.....	36
2.2 Der Wandel des Sozialverhaltens.....	38
2.2.1 Das virtuelle Ich: Identitätsbildung zwischen physischer Realität und Virtualität.....	38
2.2.1.1 Virtuelle Interaktionsräume.....	40
2.2.2 Zwischenreflexion.....	43
2.3 Der Wandel des Informationsverhaltens.....	44
2.3.1 Informationsübersättigung und Aufmerksamkeitsökonomie.....	44
2.3.1.1 Strategien der Informationsbewältigung.....	46
2.3.3 Partizipation und Kreativität.....	51
2.4 Zusammenfassung.....	53
3. Digital Natives als Zielgruppe für Medienanbieter.....	55
3.1 Kurzer Marktüberblick.....	55
3.1.1 Etablierte Konzerne und neue Potentaten im Wettbewerb um junge Zielgruppen.....	55
3.1.2 Diversifikationsstrategien privater TV-Anbieter.....	56

3.2	Ökonomie der Aufmerksamkeit.....	58
3.2.1	Aufmerksamkeitsbindung durch medienübergreifende Kommunikationsstrategien;.....	58
3.2.1.1	Medienübergreifende Nutzerführung.....	58
3.2.1.2	Medienübergreifende Markenführung.....	61
3.3	Crowdsourcing.....	62
3.3.1	Exkurs: Erscheinungsformen von User-generated-Content.....	64
3.3.2	Soziale Netzwerke als Werbepattform der Zukunft.....	64
3.3.3	Erlösquellen virtueller Welten.....	68
4.	Nutzerorientierte Angebotsgestaltung am Beispiel der ProSiebenSat.1 Media AG.....	73
	Literaturverzeichnis.....	77