

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/20126/1467693/die-fehler-von-twitternden-redaktionen-social-media-heisst-nicht-nur-verlinken-sondern-auch> abgerufen werden.

# journalist

Die Fehler von twitternden Redaktionen: "Social Media heißt nicht nur verlinken, sondern auch zuhören und kommunizieren"

01.09.2009 - 14:25 Uhr, Journalist

Bonn (ots) - Immer häufiger verbreiten Redaktionen ihre Inhalte in Netzwerken wie Facebook, StudiVZ und Twitter. Doch fast alle machen dabei zwei Fehler: Zum einen beschränken sie sich darauf, Werbung für ihre Onlineseiten zu machen, zum anderen kommunizieren die Redakteure unter dem Namen ihrer Medienmarke anstatt unter ihrem eigenen. "Social Media heißt aber nicht nur verlinken, sondern auch zuhören und kommunizieren", sagt Medienberater und Web2.0-Experte Steffen Büffel gegenüber dem Medienmagazin journalist. Wichtig sei dabei, die redaktionellen Aktivitäten an Personen zu koppeln, um den direkten Austausch mit den Nutzern zu fördern.

Vorreiter bei der journalistischen Nutzung sozialer Netzwerke sind unter anderem die Koblenzer Rhein-Zeitung (RZ) und Welt Online. Bei der Rhein-Zeitung twittern auf gut zwei Dutzend Kanälen alle Lokalredaktionen, die Volontäre und auch der Chefredakteur selbst. Das Repertoire der Kurznachrichten umfasst Stimmungsumfragen, Live-Reportagen, Exklusivmeldungen, aber auch Anekdoten aus dem Redaktionsalltag. "Wir haben schnell gemerkt, dass wir die digitale für die analoge Welt gewinnen müssen", sagt Rhein-Zeitungs-Chefredakteur Christian Lindner, der alle drei Wochen einen der RZ-Twitter-Abonnenten ("Follower") zur Blattkritik einlädt. Kürzlich gab es zudem das erste Follower-Treffen in Redaktion und Druckerei der Zeitung.

Welt Online ist auf allen gängigen Netzwerken wie StudiVZ, Xing und Facebook vertreten. Auch wenn der Nutzer-Zulauf noch überschaubar ist, versucht die Redaktion, die Inhalte an die unterschiedlichen Zielgruppen anzupassen: auf StudiVZ an Studierende, auf Xing an etwas ältere, berufstätige User. Zudem twittern Redakteure aus dem Newsroom und den einzelnen Ressorts. Künftig will der stellvertretende Chefredakteur des Portals Romanus Otte noch stärker in sozialen Netzwerken vertreten sein: "Wir werden daraus lernen und uns weiterentwickeln." Medienberater Büffel begrüßt diese Haltung: "Journalisten müssen von ihrem Ross herunterkommen, neugierig sein und soziale Netzwerke einfach ausprobieren - auch wenn das Ergebnis nicht immer perfekt ist."

Mehr Informationen zu den redaktionellen Aktivitäten im Web2.0 gibt es in der September-Ausgabe des Medienmagazins journalist.

@@infblk@@

Pressekontakt:  
journalist - Das deutsche Medienmagazin  
Anna von Garmissen / Matthias Daniel  
Chefredaktion  
Telefon: +49(0) 228 20172-24  
Fax: +49(0) 228 20172-33  
[journalist@journalist.de](mailto:journalist@journalist.de)

Originaltext:

Journalist

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/20126/journalist>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_20126.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_20126.rss2)