

# „Journalismus in einem neuen Informationszeitalter“

Eine Umfrage der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor. Fast 2.700 Redakteure und Freie Journalisten gaben Auskunft über Social Media, Paid Content und die größten Herausforderungen für Medienmacher.

Komplette Ergebnisse unter: [www.newsaktuell.de/trendmonitor](http://www.newsaktuell.de/trendmonitor)

## 1. Journalisten brauchen Social Media

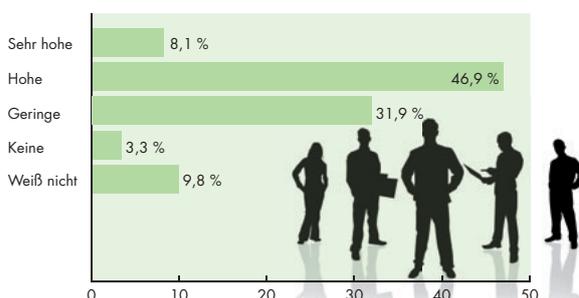
Die deutschen Journalisten sind tatsächlich im Web 2.0 angekommen: 55 Prozent sagen, Social Media hat eine (sehr) hohe Relevanz für die journalistische Arbeit. Bei Online- und Multimedia-Redakteuren sind es sogar über 70 Prozent. Am meisten genutzt werden:



- YouTube (38,3 Prozent)
- Xing (37,5 Prozent)
- Facebook (36,6 Prozent)

Medien-Trendmonitor 2010:

Welche Relevanz hat Social Media für die journalistische Arbeit?



Quelle: Medien-Trendmonitor 2010 „Journalismus in einem neuen Informationszeitalter“, © news aktuell GmbH und Faktenkontor GmbH, N = 2.682 Journalisten

## 2. Von Paid Content nicht überzeugt

Nur etwas mehr als ein Viertel glaubt an gute Chancen für Paid Content. Die größten Hürden für bezahlte Netzinhalte sind die generelle Umsonst-Mentalität im Web (81 Prozent) und die Konkurrenz durch Gratis-Anbieter (63,1 Prozent).

23,8%

glauben nicht an den Erfolg von Paid Content.

## 3. Zu wenig junge Leser und Zuschauer

Die größte Herausforderung für die Medienhäuser ist die Abkehr junger Menschen vom Qualitätsjournalismus. Auf den Plätzen zwei und drei: Etablierung profitabler Erlösmodelle im Web und der Verlust der Gatekeeper-Funktion.



40%

fürchten das Abwandern der jungen Leser

## 4. Internetgigant Google™ wird überschätzt...

Sieben von zehn deutschen Journalisten sagen, dass Google für die Krise der Medienunternehmen nicht verantwortlich ist.

72%

Fast drei Viertel sind dieser Meinung.

06/2010