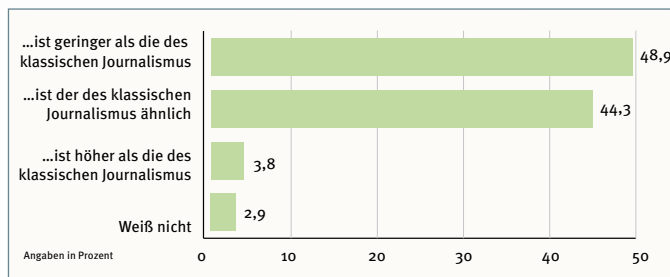


Qualität des Onlinejournalismus in Deutschland: geteilte Meinungen

Die Meinungen gehen bei der Bewertung der Qualität des Onlinejournalismus auseinander: 48,9 Prozent der Journalisten bewerten diese als geringer und 44,3 Prozent als ähnlich im Vergleich zum klassischen Journalismus. Bei den Journalisten mit Berufserfahrung bis fünf Jahren kommt der Onlinejournalismus am besten weg: Im Vergleich der Qualität bewerten mehr als die Hälfte diese als ähnlich. Bei gestandenen Journalisten mit einer Berufserfahrung von über 20 Jahren kommt der Onlinejournalismus deutlich schlechter weg: 56,3 Prozent halten die Qualität im Vergleich mit dem klassischen Journalismus für geringer. Wenig überraschend beurteilen Journalisten von Tageszeitungen (60 Prozent) und Zeitschriften (55 Prozent) die Qualität des Onlinejournalismus eher schlecht. Im Gegenzug beurteilen rund 57 Prozent der Mitarbeiter aus Online und Multimedia die Qualität des Onlinejournalismus ähnlich der des klassischen Journalismus. Interessante Angaben kommen von den Mitarbeitern von Nachrichtenagenturen: Rund 10 Prozent bewerten die Qualität höher als die des klassischen Journalismus.

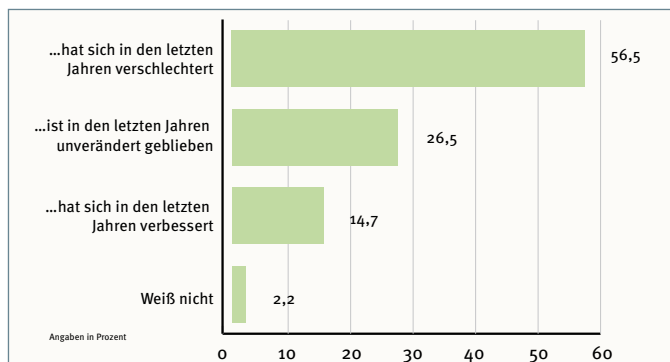
Die Qualität des Onlinejournalismus in Deutschland...



Qualitätsjournalismus in Gefahr

Erschreckend: Mehr als die Hälfte der befragten Journalisten ist der Meinung, dass sich die Qualität der klassischen Medien in Deutschland verschlechtert hat. Insbesondere die „alten Hasen“ (61,4 Prozent) mit einer Berufserfahrung von mehr als 20 Jahren erkennen eine Qualitätsverschlechterung bei den klassischen Medien in den letzten Jahren. Diese Meinung teilen hauptsächlich Journalisten aus den Bereichen Online und Multimedia (61,3 Prozent), Pressebüro (67 Prozent) und Agentur (69,2 Prozent).

Die Qualität der klassischen Medien (Print, Rundfunk) in Deutschland...

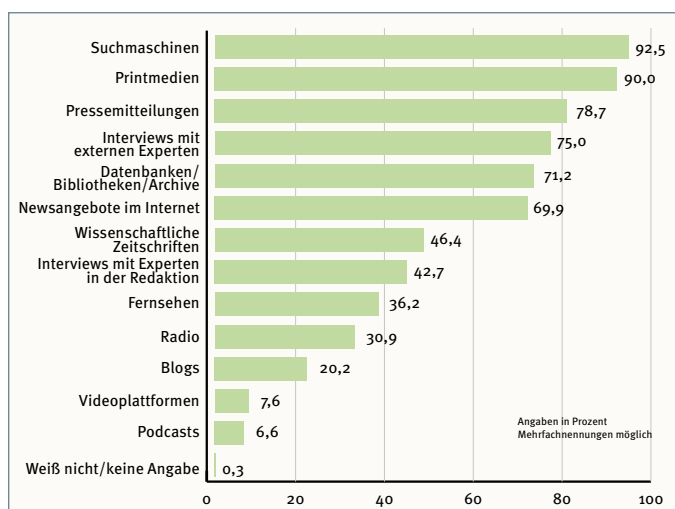


Der Medien-Trendmonitor untersucht per Online-Befragung die Tendenzen und Entwicklungen im Journalismus. Die Befragung wurde von der dpa-Tochter news aktuell und von Faktenkontor entwickelt und durchgeführt. 2.136 Journalisten verschiedener Medien wurden vom 1. bis zum 28. September 2008 befragt. Diese Ergebnisse der Online-Befragung stellen wir Ihnen heute vor. Die Ergebnisse sind auf eine Nachkommastelle gerundet.

Recherche: Suchmaschinen gefragt

Günstig, schnell, zeitunabhängig: Es ist keine große Überraschung, dass Suchmaschinen bei den Quellen zur Recherche mit 92,5 Prozent das Feld anführen. Printmedien (90 Prozent) und Pressemitteilungen (78,7 Prozent) folgen an zweiter und dritter Stelle. Beides sind ebenfalls Recherchequellen, die nahezu keine Kosten verursachen. Überraschend folgen an Position vier Interviews, obwohl diese sicher relativ hohen Aufwand verursachen: 75 Prozent der Journalisten nutzen diese Form der Recherche. Interviews sind dabei besonders bei Tageszeitungen (83,3 Prozent), Rundfunk (80,7 Prozent) und Nachrichtenagenturen (82,1 Prozent) gefragt.

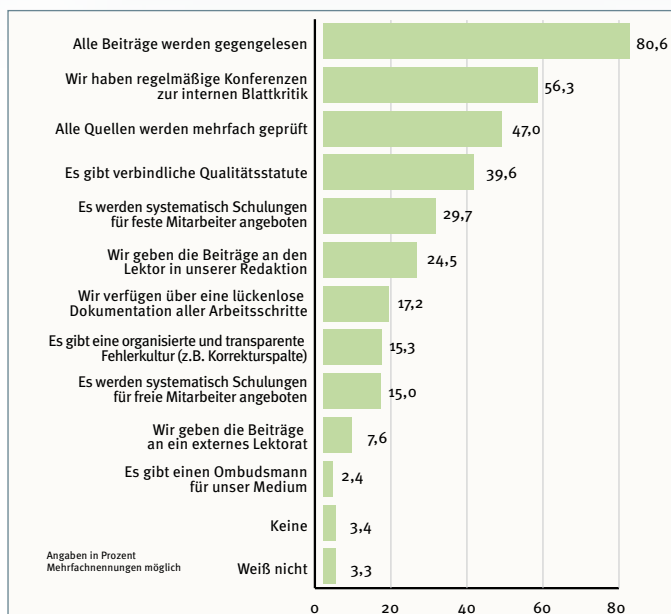
Welche Quellen nutzen Sie für Ihre Recherche?



Qualitätssicherung durch Gegengelesen

Rund 81 Prozent der Befragten nutzen das Gegengelesen als Qualitäts sicherungsmaßnahme. Nur etwas mehr als die Hälfte der Redaktionen hält regelmäßige Konferenzen zur internen Blattkritik ab. Hier haben die Tageszeitungen klar die Nase vorn: 77,7 Prozent der Redaktionen in Tageszeitungen nehmen sich noch die Zeit für solche Konferenzen.

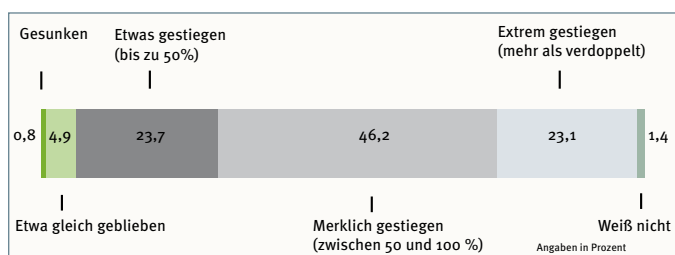
Welche Qualitätssicherungsmaßnahmen werden in Ihrer Redaktion verwendet?



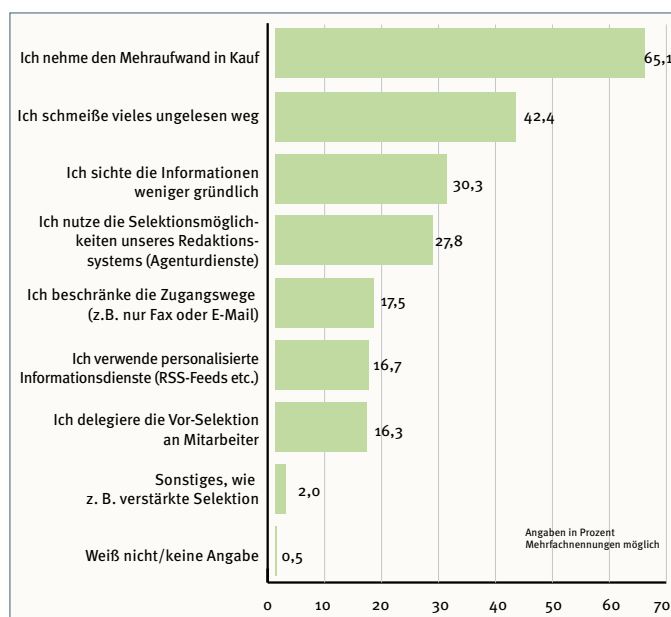
Informationen und Material: Flutwelle in den Redaktionen

69,3 Prozent der Journalisten geben an, dass sich die Menge von Material und Informationen, auf die sie zugreifen können, in den letzten fünf Jahren merklich bis extrem gestiegen ist. Besonders Journalisten mit langer Berufserfahrung haben diese Beobachtung gemacht (76,8 Prozent). Die meisten Journalisten (65,1 Prozent) nehmen den Mehraufwand für die Sichtung der Informationsflut in Kauf. Allerdings geben 42,4 Prozent an, dass sie vieles ungelesen wegschmeißen, weitere 30,3 Prozent sichten die Informationen weniger gründlich, um in der Informationsflut bestehen zu können. Journalisten von Tageszeitungen (71,3 Prozent), Agenturen (70,7 Prozent) und Nachrichtenagenturen (77,8 Prozent) nehmen den Mehraufwand durch die Informationsflut eher in Kauf als andere Bereiche.

Inwiefern hat sich die Menge von Material und Informationen, auf die Sie zugreifen können, in den letzten fünf Jahren verändert?



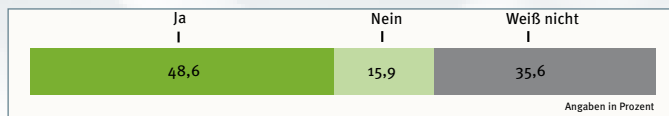
Wie gehen Sie mit dieser Informationsflut um?



Fast die Hälfte der Journalisten wurde schon einmal belogen

Knapp die Hälfte der befragten Journalisten wurde schon einmal von einem Unternehmenssprecher oder einem PR-Berater belogen – hier insbesondere die Journalisten, die schon mehr als 16 Jahre im Geschäft sind (53,5 Prozent). Mit steigender Berufserfahrung nimmt diese Tendenz – wenig überraschend – zu. Bei den Journalisten, die schon mehr als 20 Jahre Berufserfahrung haben, steigt dieser Wert sogar auf 58,5 Prozent.

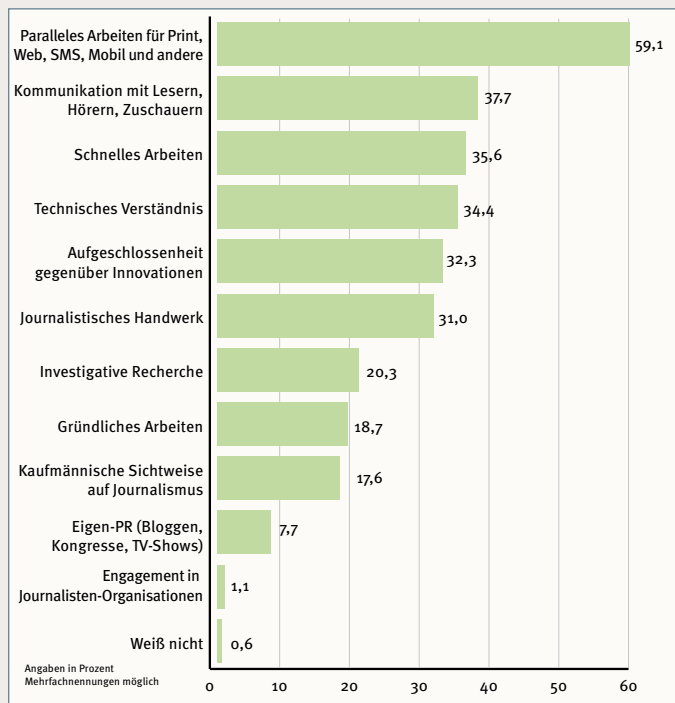
Sind Sie schon einmal von einem Unternehmenssprecher oder einem PR-Berater belogen worden?



Zukunftsmusik: Paralleles Arbeiten für Print, Web, SMS, Mobil gefragt

Rund 59 Prozent der Journalisten gehen davon aus, dass das parallele Arbeiten für verschiedene Medienbereiche in Zukunft am meisten an Bedeutung gewinnen wird. Kommunikation mit Lesern, Hörern und Zuschauern erachten rund 37 Prozent der Journalisten als bedeutend für die Zukunft. Schnelleres Arbeiten folgt mit 35,6 Prozent an dritter Stelle der Top-3. Besonders Journalisten von Tageszeitungen (65,6 Prozent) und Agenturen (64,6 Prozent) stellen sich auf paralleles Arbeiten für verschiedene Medienbereiche ein. Darüber hinaus wird bei den Tageszeitungen die Kommunikation mit Lesern (47,2 Prozent) als überdurchschnittlich bedeutend für die Zukunft erachtet.

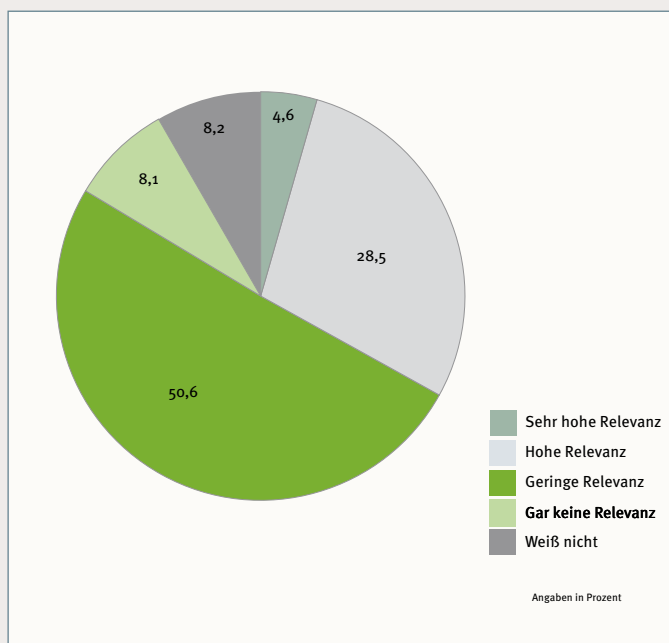
Welche drei Tätigkeiten und Fähigkeiten werden für Journalisten in Zukunft am meisten an Bedeutung gewinnen?



Web 2.0 – geringe Relevanz für die journalistische Arbeit

Rund die Hälfte der befragten Journalisten sieht in Web 2.0-Angeboten eher eine geringe Relevanz für die journalistische Arbeit. Besonders Journalisten mit einer Berufserfahrung mit bis zu einem Jahr sind jedoch anderer Meinung: 69,2 Prozent bescheinigen Web 2.0-Anwendungen eine hohe Relevanz. Unter den Journalisten mit einer Berufserfahrung von ein bis fünf Jahren sind immerhin noch 40 Prozent dieser Meinung. Bei der Betrachtung der Medienbereiche fällt auf, dass Journalisten von Tageszeitungen den Web 2.0-Angeboten gegenüber eher abgeneigt sind: 55,2 Prozent erkennen eine geringe Relevanz. Anders verhält es sich im Bereich Online und Multimedia: 12,8 Prozent sehen eine sehr hohe Relevanz und weitere 35,7 Prozent eine hohe Relevanz für die journalistische Arbeit.

Welche Relevanz haben Web 2.0-Angebote für die journalistische Arbeit (Blogs, Podcasts, Social Networks, Video-Plattformen)?

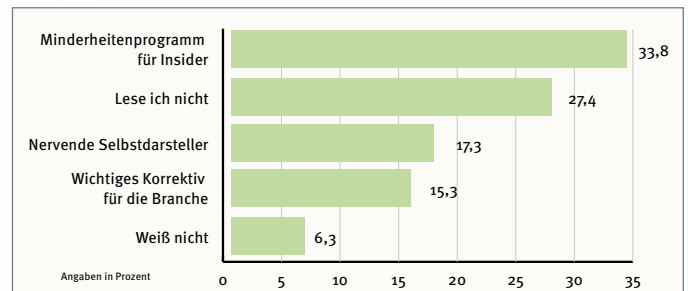


MEDIEN-TRENDMONITOR

Journalisten-Blogs als Nische

Bloggende Journalisten werden in der Branche im Allgemeinen nicht als besonders wichtig wahrgenommen. Rund ein Drittel sieht Blogs als Minderheitenprogramm für Insider. Weitere 27,4 Prozent lesen solche Blogs erst gar nicht. Nur 15,3 Prozent halten bloggende Journalisten als wichtigen Gegenpart zum klassischen Journalismus. Besonders Journalisten mit mehr als 20 Jahren Berufserfahrung halten wenig von bloggenden Journalisten: Ein Fünftel hält diese für nervende Selbstdarsteller, rund 31 Prozent liest solche Blogs erst gar nicht. Dem gegenüber ist die Gruppe der Journalisten mit einer Berufserfahrung von ein bis fünf Jahren eher positiv eingestellt: 30,1 Prozent sehen in bloggenden Journalisten ein wichtiges Korrektiv für die Branche.

Was halten Sie von bloggenden Journalisten?

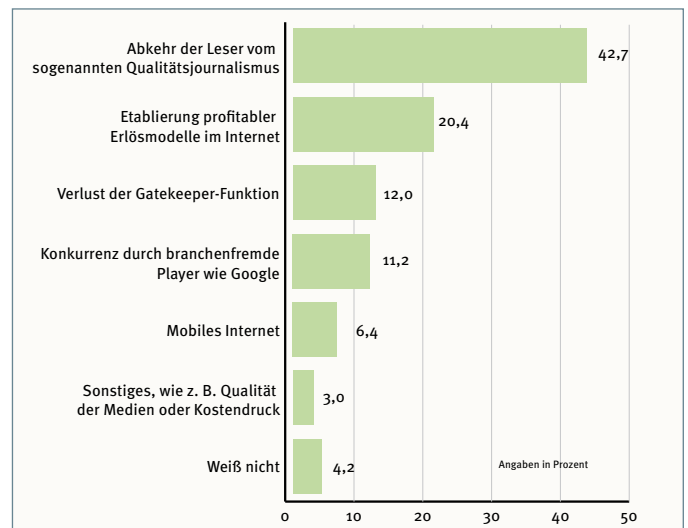


Größte Herausforderung: Abkehr vom Qualitätsjournalismus

Für 42,7 Prozent der Journalisten ist die Abkehr vom Qualitätsjournalismus die größte Herausforderung. Diese Meinung teilen besonders Journalisten mit einer Berufserfahrung von mehr als 20 Jahren sowie Journalisten von Tageszeitungen, Zeitschriften und Pressebüros.

Bei den Journalisten aus dem Bereich Online und Multimedia steht die Etablierung profitabler Erlösmodelle im Internet (36,6 Prozent) an Platz 1 der größten Herausforderungen – die Abkehr vom Qualitätsjournalismus (31,3 Prozent) kommt für diesen Medienbereich erst an zweiter Stelle. Nur wenige Journalisten befürchten den Verlust der Gatekeeper-Funktion oder die Konkurrenz durch branchenfremde Player.

Was ist die größte Herausforderung für den Journalismus?



Kontakt:
news aktuell GmbH
Jens Petersen
Leiter Unternehmenskommunikation
Mittelweg 144
20148 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 4113-2843
Telefax: +49 (0)40 4113-2876
Petersen@newsaktuell.de

Faktenkontor GmbH
Jörg Forthmann
Geschäftsführender Gesellschafter
Normannenweg 30
20537 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 227 03-7787
Telefax: +49 (0)40 227 03-7961
Joerg.Forthmann@faktenkontor.de

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung von Faktenkontor. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.