

28.01.2016 – 09:00 Uhr

Recherche 2016: So arbeiten Redaktoren heute



Zürich (ots) -

Die Redaktoren in der Schweiz wünschen sich von Unternehmen mehr visuelle Inhalte und arbeiten nach wie vor intensiv mit Medienmitteilungen. Wenn sie im Social Web recherchieren, nutzen die Medienmacher am liebsten Facebook. Den Hypes um Instagram oder Periscope können sie dagegen wenig abgewinnen. Wichtiger ist es ihnen, von Medienabteilungen schneller und offener informiert zu werden. Das ergab die grosse Umfrage "Recherche 2016", an der 351 fest angestellte Journalisten und Freie teilgenommen haben. Die Umfrage wurde von der sda-Tochter news aktuell initiiert.

Der grosse Hunger nach Bildern ist in den Redaktionen weiter angewachsen. Jeder zweite Redaktor (50 Prozent) sagt heute, dass sowohl der Bedarf an Fotos als auch der Bedarf an Videos in den vergangenen zwei Jahren gestiegen ist. Ebenfalls jeder zweite Medienmacher (47 Prozent) bezeichnet es als "sehr wichtig", dass Medienmitteilungen neben dem Text auch Fotos enthalten. Doch die Bilder werden von Redaktoren nicht nur angefordert, sondern auch fleissig für Beiträge eingesetzt: So gaben knapp ein Drittel der Befragten (31 Prozent) an, täglich Fotos zu verwenden, die ihnen von Unternehmen und Organisationen zur Verfügung gestellt wurden. Ein Viertel (25 Prozent) tut das immerhin noch einmal pro Woche. Ebenfalls sehr gerne werden Links mit Hintergrundmaterial geklickt (22 Prozent täglich) und weiterführende PDFs gelesen (20 Prozent täglich).

Für alle Unternehmenssprecher eine gute Nachricht: Die Medienmitteilung ist keineswegs tot. Auch wenn so mancher Marketingexperte und Berater das gerne postuliert. Redaktoren sehen die Sache anders. So geben 90 Prozent an, dass sie Medienmitteilung nach wie vor für ihre Recherchen nutzen. Zehn Prozent der Redaktoren sprechen sogar von einer steigenden Bedeutung der Medienmitteilung. Ausserdem wichtig: Es ist nicht zu erkennen, dass jüngere Redaktoren, die besonders stark im Fokus des Medienwandels stehen, sich von der Medienmitteilungen verabschiedet haben. 94 Prozent der Medienschaffenden unter 35 Jahren nutzten die Verlautbarungen von Unternehmen für die Recherche und liegen damit sogar über dem Durchschnitt.

Trotz der Digitalisierung der journalistischen Arbeit, geniessen persönliche Gespräche und Vor-Ort-Recherchen einen sehr hohen Stellenwert. Der direkte Kontakt zu Informanten wird von 93 Prozent aller Journalisten gepflegt. 88 Prozent setzen klassische Medien wie Tageszeitungen, Radio oder TV für die Informationsgewinnung ein. Und 83 Prozent verlassen den Schreibtisch für gezielte Recherchen vor Ort.

Social Media ist der grosse Gewinner - auch wenn einige Ergebnisse durchaus ambivalent zu betrachten sind. 67 Prozent der Journalisten sagen, dass Social Media in den letzten beiden Jahren für die Recherche wichtiger geworden ist. Bei den Medienmachern unter 35 Jahren sagen das sogar 78 Prozent.

Die Nutzung von Social Media hat stark mit dem Alter der Redaktoren zu tun. Während mehr als drei Viertel der unter 35-Jährigen mit Hilfe von Social Media recherchieren (83 Prozent), tut das etwa die Hälfte der über 50-Jährigen (46 Prozent). Insgesamt stehen die Medienmacher den Inhalten einigermaßen skeptisch gegenüber: 50 Prozent binden Informationen aus sozialen Netzwerken auch tatsächlich in ihre Beiträge ein. Das stützt die These, dass Social Media in grossen Teilen als Rechercheeinstieg genutzt wird, und die Ergebnisse anschliessend nach traditionellen Massstäben der Redaktoren zu verifizieren.

Ganz vorn in der Gunst der Redaktoren liegt Facebook (79 Prozent), gefolgt von Twitter (70 Prozent) und YouTube (69 Prozent). Unter den derzeit gehypten Netzwerken kann nur Instagram einen nennenswerten Nutzeranteil verbuchen (25 Prozent). Periscope (vier Prozent) und Snapchat (drei Prozent) kommen bei Journalisten noch so gut wie gar nicht zum Einsatz.

Nach dem Zusammenspiel von Medien und Unternehmen gefragt, kritisieren Redaktoren hauptsächlich den aus ihrer Sicht fehlenden Dienstleistungsgedanken vieler Kommunikatoren. Dies manifestiert sich in erster Linie an der schleppenden Beantwortung von Anfragen. Über die Hälfte der Befragten (62 Prozent) wünschen sich in diesem Punkt Verbesserungen. Auf Platz zwei liegt die Forderung nach mehr Transparenz. Fast zwei Drittel (60 Prozent) mahnen mehr Offenheit in der Krisenkommunikation an. Mehr als ein Drittel der befragten Redaktoren (37 Prozent) würden es ausserdem begrüßen, wenn sich Mediensprecher nicht nur als Werber in eigener Sache, sondern auch als Branchenexperte positionieren würde. Solche Kontakte auf der Expertenebene sind oft auch an anderer Stelle ein Gewinn. Vor allem im Krisenfall.

Ein besonderes Augenmerk müssen die Schweizer Unternehmenssprecher und PR-Fachleute auch dem Thema Mobile zukommen lassen. Weit über zwei Drittel aller Redaktoren (71 Prozent) setzen bei der Recherche ihr Smartphone oder ihr Tablet ein. Auf dem Handy Inhalte zu lesen, die nicht für Mobile optimiert sind, ist nicht nur für Medienschaffende eine Zumutung. Hier müssen Unternehmen aufpassen, dass sie ihre wichtige Zielgruppe nicht verprellen.

Untersuchungsdesign

Teilnehmer: 351

Zeitraum: Oktober 2015

Form: Anonyme Onlinebefragung

Kontakt:

news aktuell (Schweiz) AG
Kai Gerwig, Geschäftsführer
+41 (0)43 960 68 01
gerwig@newsaktuell.ch

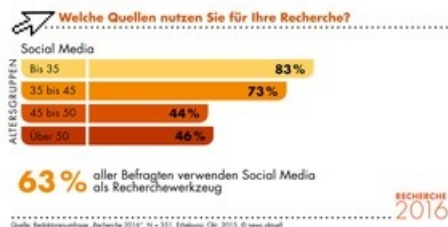
Medieninhalte



Jeder zweite Redaktor wünscht sich von Unternehmen und Agenturen mehr Storytelling statt Produkt-PR. Das ergab die große Umfrage "Recherche 2016" der sda-Tochter news aktuell, an der 351 fest angestellte Journalisten und Freie aus der Schweiz teilgenommen haben. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/news aktuell (Schweiz) AG/Anja Giese"



Mehr als 70 Prozent aller Redaktoren recherchieren regelmäßig mobil. Das ergab die große Umfrage "Recherche 2016" der sda-Tochter news aktuell, an der 351 fest angestellte Journalisten und Freie aus der Schweiz teilgenommen haben. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/news aktuell (Schweiz) AG/Anja Giese"



Zwei Drittel aller Redaktoren nutzen Social Media für die Recherche. Das ergab die große Umfrage "Recherche 2016" der sda-Tochter news aktuell, an der 351 fest angestellte Journalisten und Freie aus der Schweiz teilgenommen haben. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/news aktuell (Schweiz) AG/Anja Giese"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000003/100783334> abgerufen werden.