

31.07.2025 – 08:00 Uhr

Medien-Trendmonitor 2025: So arbeiten Journalisten heute



RECHERCHEQUELLEN & NUTZUNG VON PR-MATERIAL

Zürich (ots) -

Medienmitteilungen sind für Journalistinnen und Journalisten die zentrale Recherchequelle. Eine grosse Mehrheit nutzt sie täglich oder mehrmals wöchentlich für die eigene Arbeit. Hintergrundinformationen und Bilder sind dabei die wichtigsten Begleitmaterialien und werden am häufigsten für die Berichterstattung genutzt. Mit diesem Ergebnis startet die mehrteilige Auswertung des Medien-Trendmonitors 2025 von news aktuell. Die Umfrage der dpa-Tochter gibt Einblicke in die Arbeitsweise, die Zusammenarbeit mit Medienstellen und PR-Agenturen sowie in die Herausforderungen und Trends im Journalismus. Am Medien-Trendmonitor 2025 haben mehr als 1.000 Journalistinnen und Journalisten aus der Schweiz, Deutschland und Österreich teilgenommen.

Medienmitteilungen führen Ranking der Recherchequellen an

Mit 85 Prozent liegen Pressemitteilungen an der Spitze der genutzten Recherchequellen. Knapp dahinter folgt das direkte, persönliche Gespräch (84 Prozent), das trotz der Einflüsse der Digitalisierung auf die journalistische Arbeit nach wie vor eine große Rolle spielt. Suchmaschinen nutzen 80 Prozent der Befragten als Einstieg in ihre Recherche. Medienkonferenzen und Veranstaltungen sind für 71 Prozent wichtig. Künstliche Intelligenz wird hingegen bislang zögerlich genutzt: Nur 38 Prozent der Medienprofis greifen für die Recherche auf Tools wie ChatGPT, Perplexity und Co. zurück.

Die Relevanz von Medienmitteilungen für die journalistische Recherche zeigt sich auch in der Häufigkeit ihrer Nutzung: Eine grosse Mehrheit der Befragten greift täglich (43 Prozent) oder mehrmals pro Woche (27 Prozent) auf Medienmeldungen von Unternehmen oder Agenturen zurück. Immerhin 18 Prozent nutzen sie mehrmals monatlich in ihrem Arbeitsalltag. Nur eine kleine Minderheit verwendet Medienmitteilungen seltener als monatlich (7 Prozent) oder gar nicht (2 Prozent).

Hintergrundinfos und Bilder meistgenutztes PR-Begleitmaterial

Wenn es darum geht, welches Begleitmaterial zu einer Medieninformation für Medienschaffende am relevantesten ist, werden vertiefende Inhalte an erster Stelle genannt: Drei Viertel der Befragten (75 Prozent) bewerten Hintergrundinformationen und Fact Sheets (z.B. als PDF oder Link) als besonders wichtig. Auch bei Bildern ist der Bedarf hoch: Zwei von drei Journalisten wünschen sich begleitendes Fotomaterial (67 Prozent). Für knapp die

Hälfte der Befragten sind Studien und Whitepaper (46 Prozent) sowie Infografiken (44 Prozent) relevant.

Entsprechend der zugemessenen Bedeutung fällt auch die tatsächliche Verwertung des mitgelieferten PR-Materials aus. Die Hälfte der Medienprofis (48 Prozent) verwendet täglich oder mehrmals wöchentlich Bilder, die ihnen von Unternehmen und PR-Agenturen zur Verfügung gestellt werden. Hintergrundinformationen fließen bei 44 Prozent der Befragten täglich oder mehrmals pro Woche in die Berichterstattung ein. Jeder fünfte Journalist nutzt ebenso häufig Studien und Whitepaper (22 Prozent) oder Infografiken (21 Prozent).

Video- und Audiomaterial spielen untergeordnete Rolle

Weniger relevant sind hingegen Videos und Audios. Nur jeweils 17 Prozent der Befragten finden es wichtig, dass einer Medienmitteilung Bewegtbild oder O-Töne beigelegt werden. Dabei muss man allerdings differenzieren: Unter den Befragten, die hauptsächlich für Radio produzieren, finden 45 Prozent Audio durchaus wichtig. Unter denjenigen, die für Social Media berichten, halten 29 Prozent Video-Material für relevant.

Insgesamt nutzen nur wenige Medienprofis in der Gesamtheit die bereitgestellten Videos und Audios für die eigene Content-Produktion: 66 Prozent verwenden Bewegtbild- oder Audio-Material nur sporadisch (seltener als monatlich) oder gar nicht.

Download-Link bevorzugte Form der Bereitstellung

Bei der Frage nach der bevorzugten Form der Bereitstellung von PR-Begleitmaterial zeigen sich klare Präferenzen: Drei Viertel der Journalistinnen und Journalisten (76 Prozent) wünschen sich einen direkten Download-Link in der Medienmitteilung. 62 Prozent bevorzugen den Versand als E-Mail-Anhang. Seltener genannt werden hingegen die Bereitstellung im Medienbereich der Unternehmenswebsite (38 Prozent) sowie über Presseportale (23 Prozent).

Ergebnisse im Detail:

Welche Quellen nutzen Sie für Ihre Recherche?

- Medienmitteilungen 85 %
- Persönliche Gespräche 84 %
- Suchmaschinen 80 %
- Medienkonferenzen und Veranstaltungen 71 %
- Klassische Medien 69 %
- Fachpublikationen und Studien 62 %
- Unternehmenswebsites 61 %
- Nachrichtenagenturen 57 %
- Social Media 57 %
- Presseportale 53 %
- Künstliche Intelligenz 38 %

Basis: Alle Befragten, N=1011 (Mehrfachnennungen)

Wie häufig nutzen Sie Medienmitteilungen für Ihre Arbeit?

- Täglich 43 %
- Mehrmals wöchentlich 27 %
- Mehrmals monatlich 18 %
- Seltener als monatlich 7 %
- Nie 2 %
- Keine Angabe 3 %

Basis: Alle Befragten, N=994

Welche PR-Begleitmaterialien sind bei Medienmitteilungen für Ihre Arbeit besonders wichtig?

- Hintergrundinfos und Fact Sheets 75 %
- Bilder 67 %
- Studien und Whitepaper 46 %
- Infografiken 44 %
- Audios und O-Töne 17 %
- Videos 17 %

Basis: Alle Befragten, N=960 (Mehrfachnennungen)

Wie häufig nutzen Sie bereitgestelltes PR-Begleitmaterial?

Bilder:

- Täglich: 25 %
- Mehrmals wöchentlich 23 %
- Mehrmals monatlich: 23 %
- Seltener als monatlich: 18 %
- Nie: 7 %
- Keine Angabe: 4 %

Hintergrundinfos und Fact Sheets:

- Täglich: 13 %
- Mehrmals wöchentlich 31 %
- Mehrmals monatlich: 34 %
- Seltener als monatlich: 16 %
- Nie: 3 %
- Keine Angabe: 3 %

Studien und Whitepaper:

- Täglich: 7 %
- Mehrmals wöchentlich 15 %
- Mehrmals monatlich: 33 %
- Seltener als monatlich: 30 %
- Nie: 9 %
- Keine Angabe: 6 %

Infografiken:

- Täglich: 5 %
- Mehrmals wöchentlich 16 %
- Mehrmals monatlich: 31 %
- Seltener als monatlich: 33 %
- Nie: 11 %
- Keine Angabe: 4 %

Videos:

- Täglich: 4 %
- Mehrmals wöchentlich 9 %
- Mehrmals monatlich: 15 %
- Seltener als monatlich: 36 %
- Nie: 30 %
- Keine Angabe: 6 %

Audios und O-Töne:

- Täglich: 4 %
- Mehrmals wöchentlich 7 %
- Mehrmals monatlich: 16 %
- Seltener als monatlich: 27 %
- Nie: 39 %
- Keine Angabe: 7 %

Basis: Alle Befragten, N=899

In welcher Form sollte PR-Begleitmaterial idealerweise bereitgestellt werden?

- Als Download-Link in der Medienmitteilung 76 %
- Als Anhang per E-Mail 62 %
- Im Medienbereich der Unternehmenswebsite 38 %
- Über Presseportale 23 %

Basis: Alle Befragten, N=870 (Mehrfachnennungen)

Die hier vorgestellten Ergebnisse bilden den Auftakt einer mehrteiligen Auswertungsreihe des Medien-Trendmonitors 2025. In den kommenden Monaten folgen weitere Ergebnisse, unter anderem zur Nutzung von Social Media im journalistischen Alltag sowie zur Zusammenarbeit mit PR-Schaffenden.

Der Medien-Trendmonitor 2025 (Teil 1) kann hier heruntergeladen werden:

https://www.newsaktuell.de/pdf/medien-trendmonitor_2025_teil_1_ch.pdf

Über den Medien-Trendmonitor

Der Medien-Trendmonitor von news aktuell ist eine Umfrage unter Journalistinnen und Journalisten zu ihren Arbeitsweisen, der Zusammenarbeit mit Medienstellen und PR-Agenturen sowie den Herausforderungen und Trends im Journalismus.

Am Medien-Trendmonitor 2025 haben 1.011 Journalistinnen und Journalisten aus der Schweiz, Deutschland und Österreich teilgenommen. Die Online-Befragung fand vom 6. Mai bis zum 10. Juni 2025 statt. Alle Angaben sind auf ganze Zahlen gerundet. Die Ergebnisse der Umfrage werden in mehreren Teilen - über das zweite Halbjahr 2025 verteilt - veröffentlicht.

Über news aktuell (Schweiz) AG

news aktuell (Schweiz) AG wurde im Jahr 2000 von der nationalen Nachrichtenagentur KEYSTONE-SDA als Joint-Venture mit der Deutschen Presse-Agentur dpa gegründet und gehört mittlerweile vollständig zur dpa-Gruppe. news aktuell verschafft Unternehmen und Organisationen einen effektiven Zugang zu Medien und Öffentlichkeit. Über die smarten Tools ots und renteria gelangen PR-Inhalte an alle Medienformate wie klassische Printtitel, Online-Portale oder soziale Netzwerke. Das Verbreitungsnetzwerk ots stellt Reichweite und Relevanz für multimediale PR-Inhalte her. Die PR-Software renteria bietet Qualitätskontakte für die persönliche Ansprache von Medienschaffenden. Zusätzlich veröffentlicht news aktuell sämtliche PR-Inhalte seiner Kundschaft auf der Plattform www.presseportal.ch. Ein internationales Netzwerk für die Veröffentlichung von Unternehmensnachrichten rundet das Angebot ab. Somit werden weltweit alle relevanten Zielgruppen erreicht, von Redaktionen, über digitale Influencerinnen und Influencer bis hin zu fachspezifischen Blogs.

Pressekontakt:

news aktuell (Schweiz) AG

Janina von Jhering

Leiterin Kommunikation und Marketing

Telefon: +49 40/4113 - 32598

vonjhering@newsaktuell.de

Medieninhalte



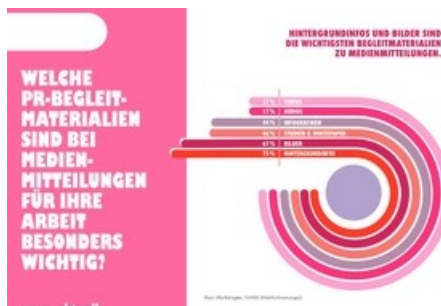
Medienmitteilungen sind die meistgenutzte Recherchequelle von Journalisten. Die Mehrheit nutzt sie täglich oder mehrmals wöchentlich. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle Medien-Trendmonitor von news aktuell. Die Journalistenumfrage wurde im Mai und Juni 2025 unter Medienschaffenden aus der Schweiz, Deutschland und Österreich durchgeführt. Der Medien-Trendmonitor beleuchtet die Arbeitsweise, die Zusammenarbeit mit Pressestellen und PR-Agenturen sowie die Herausforderungen und Trends im Journalismus. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



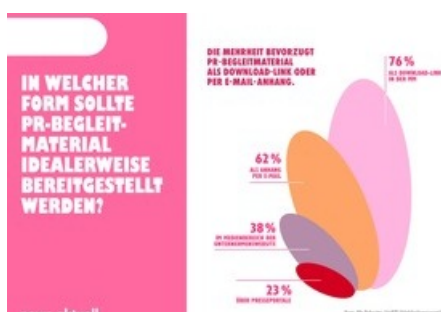
Medienmitteilungen sind die meistgenutzte Recherchequelle von Journalisten. Die Mehrheit nutzt sie täglich oder mehrmals wöchentlich. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle Medien-Trendmonitor von news aktuell. Die Journalistenumfrage wurde im Mai und Juni 2025 unter Medienschaffenden aus der Schweiz, Deutschland und Österreich durchgeführt. Der Medien-Trendmonitor beleuchtet die Arbeitsweise, die Zusammenarbeit mit Pressestellen und PR-Agenturen sowie die Herausforderungen und Trends im Journalismus. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Medienmitteilungen sind die meistgenutzte Recherchequelle von Journalisten. Die Mehrheit nutzt sie täglich oder mehrmals wöchentlich. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle Medien-Trendmonitor von news aktuell. Die Journalistenumfrage wurde im Mai und Juni 2025 unter Medienschaffenden aus der Schweiz, Deutschland und Österreich durchgeführt. Der Medien-Trendmonitor beleuchtet die Arbeitsweise, die Zusammenarbeit mit Pressestellen und PR-Agenturen sowie die Herausforderungen und Trends im Journalismus. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Medienmitteilungen sind die meistgenutzte Recherchequelle von Journalisten. Die Mehrheit nutzt sie täglich oder mehrmals wöchentlich. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle Medien-Trendmonitor von news aktuell. Die Journalistenumfrage wurde im Mai und Juni 2025 unter Medienschaffenden aus der Schweiz, Deutschland und Österreich durchgeführt. Der Medien-Trendmonitor beleuchtet die Arbeitsweise, die Zusammenarbeit mit Pressestellen und PR-Agenturen sowie die Herausforderungen und Trends im Journalismus. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Medienmitteilungen sind die meistgenutzte Recherchequelle von Journalisten. Die Mehrheit nutzt sie täglich oder mehrmals wöchentlich. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle Medien-Trendmonitor von news aktuell. Die Journalistenumfrage wurde im Mai und Juni 2025 unter Medienschaffenden aus der Schweiz, Deutschland und Österreich durchgeführt. Der Medien-Trendmonitor beleuchtet die Arbeitsweise, die Zusammenarbeit mit Pressestellen und PR-Agenturen sowie die Herausforderungen und Trends im Journalismus. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000003/100933779> abgerufen werden.