

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT

**Die Bedeutung von Social Media
und Web 2.0 im journalistischen
Alltag**

April 2010



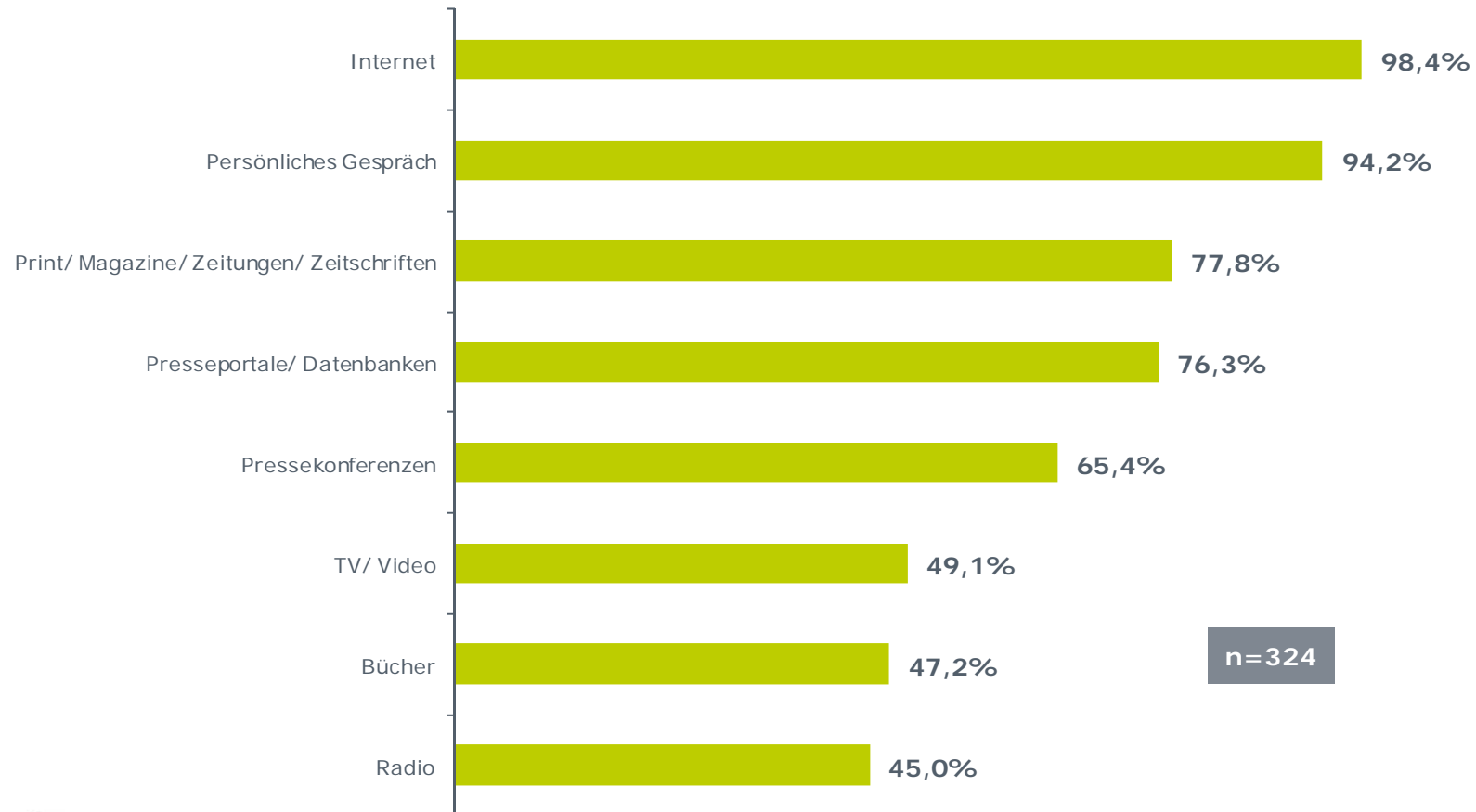
Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

- _ **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- _ **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- _ **Respondenten:** Mitglieder des Österreichischen Journalisten Clubs (ÖJC), Pressehandbuch
- _ **Sample-Größe (Eingangssample):** n = 597 Netto-Interviews
- _ **Sample-Größe (Kernzielgruppe):** n = 324 Netto-Interviews
- _ **Kernzielgruppe:** Redakteure und Journalisten
- _ **Erhebungszeitraum:** 19.02.2010 – 31.03.2010
- _ **Screening:** Berufliche Tätigkeit
- _ **Grundgesamtheit:** Mitglieder des Österreichischen Journalisten Clubs (ÖJC), Pressehandbuch
- _ **Incentives:** Studienergebnisse
- _ **Umfang:** 34 offene/geschlossene Fragen
- _ **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Ingrid Fischer
- _ **Kontakt:** i.fischer@marketagent.com



Das Internet und persönliche Gespräche sind die wichtigsten Informationsquellen für die journalistische Recherche

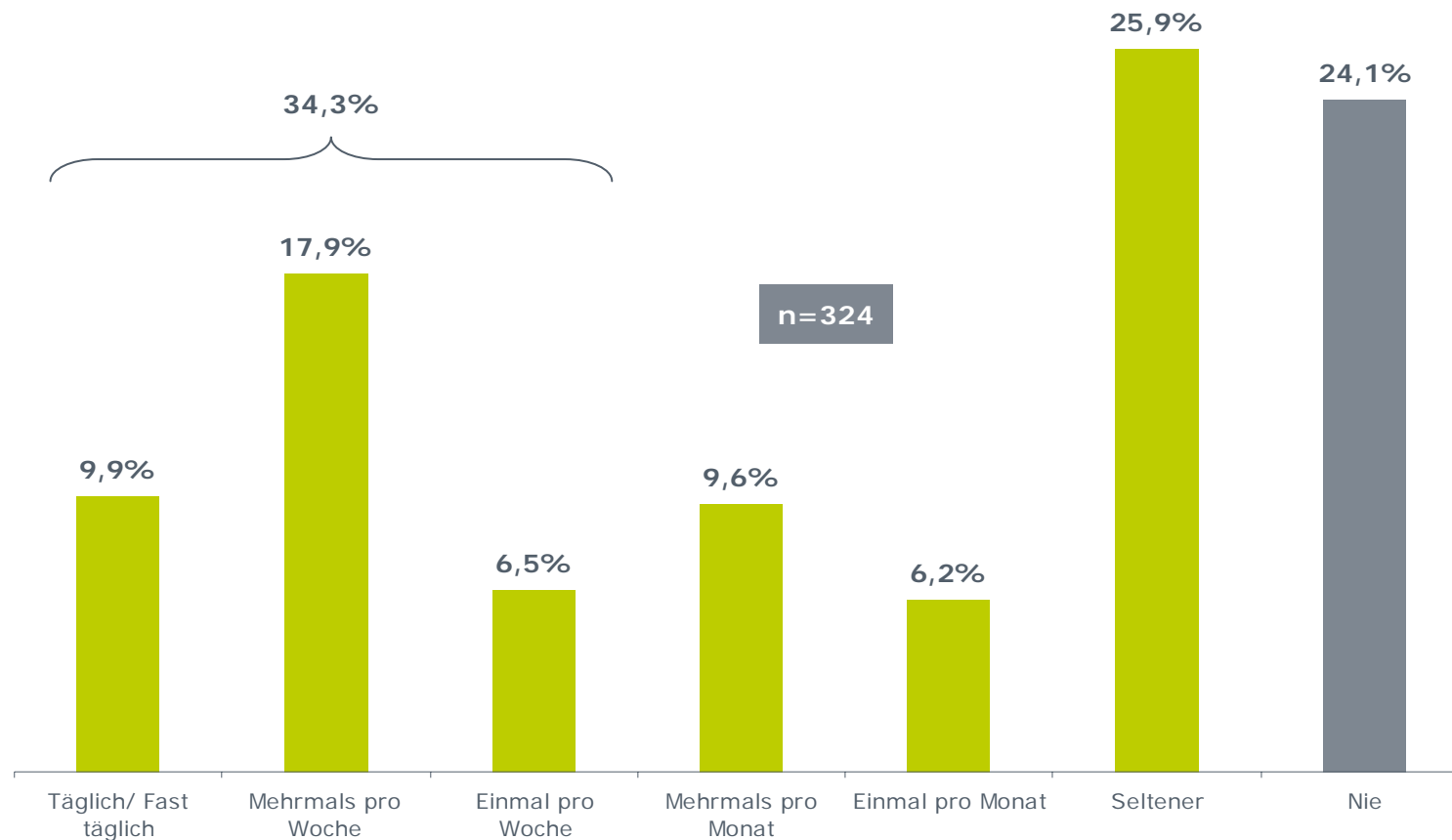
Top-2-Box: bewertet mit "sehr/ eher wichtig"



Inwieweit sind die folgenden Informationsquellen für Ihre journalistische Recherche von Bedeutung?

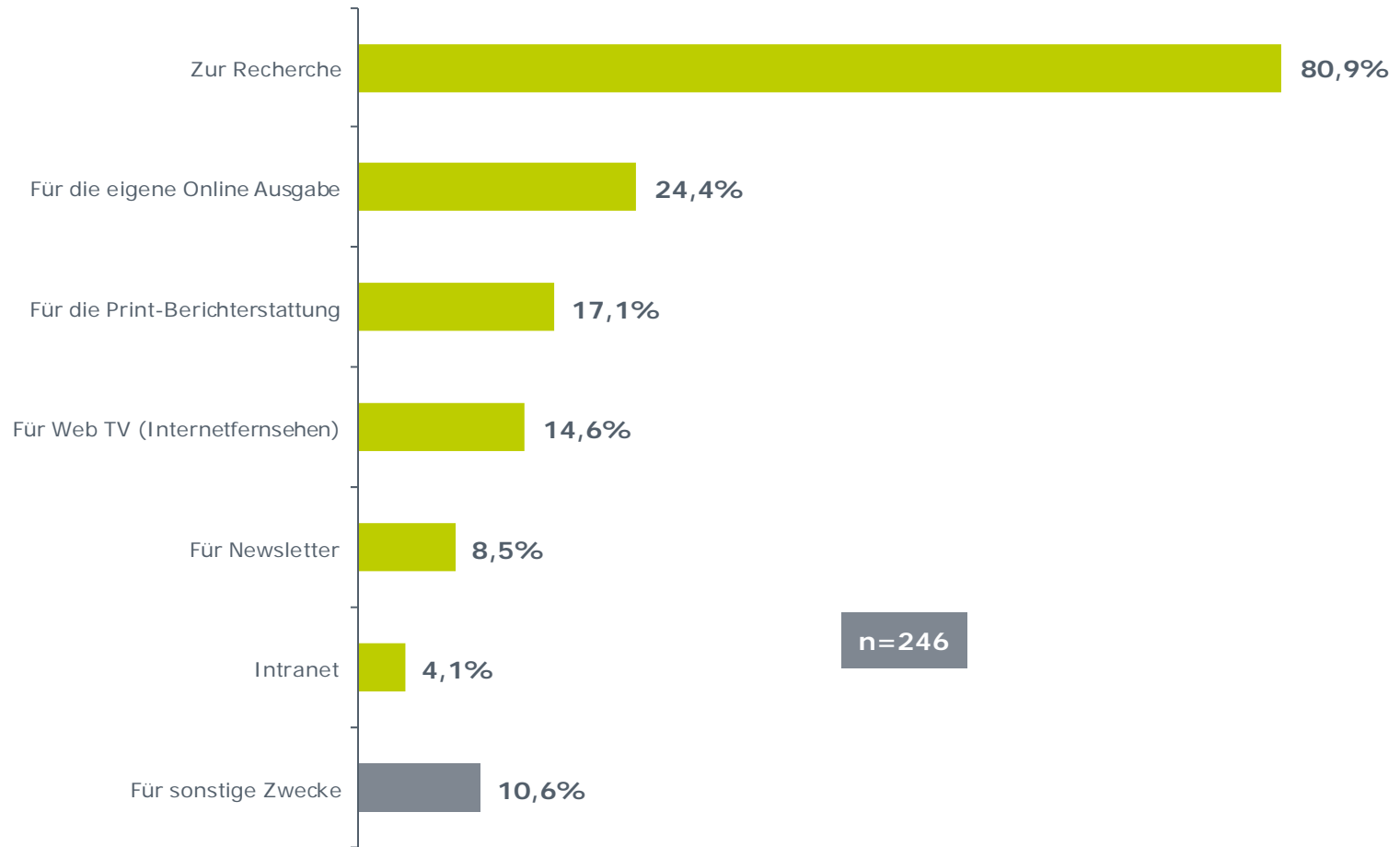


Rund ein Drittel der Journalisten und Redakteure nutzt zumindest einmal pro Woche Videos im Rahmen ihrer journalistischen Tätigkeit



Wie häufig nutzen Sie Videos im Rahmen Ihrer journalistischen Tätigkeit (z.B. Recherche, Berichterstattung, etc.)?

Videos werden im Rahmen der journalistischen Tätigkeit hauptsächlich zur Recherche genutzt

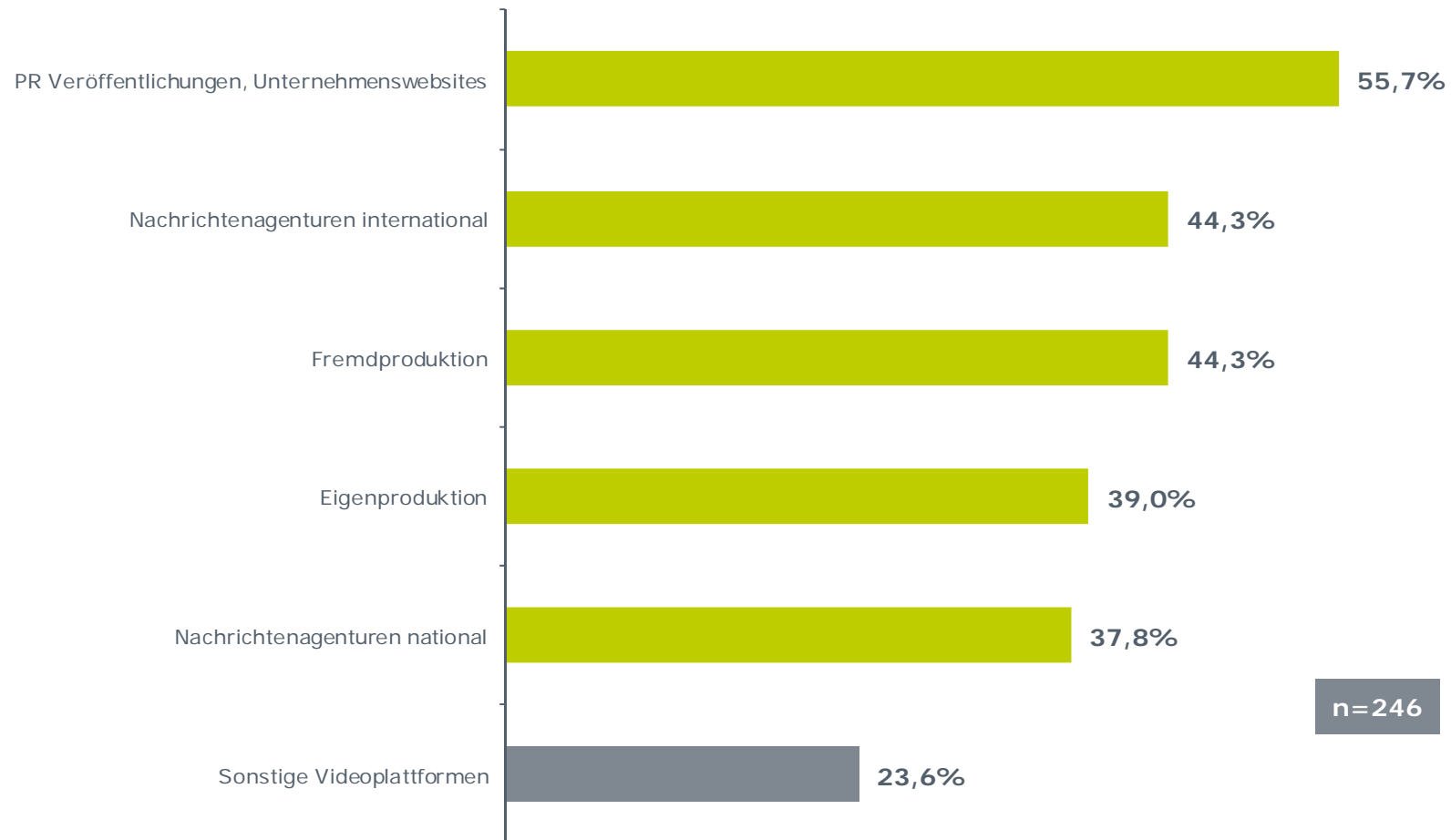


(Basis: Respondenten nutzen zumindest fallweise Videos im Rahmen ihrer journalistischen Tätigkeit)

Für welche der folgenden Zwecke nutzen Sie Videos im Rahmen Ihrer journalistischen Tätigkeit?



Im Rahmen der beruflichen Nutzung von Videos wird am meisten auf PR Veröffentlichungen und Unternehmenswebsites zurück gegriffen



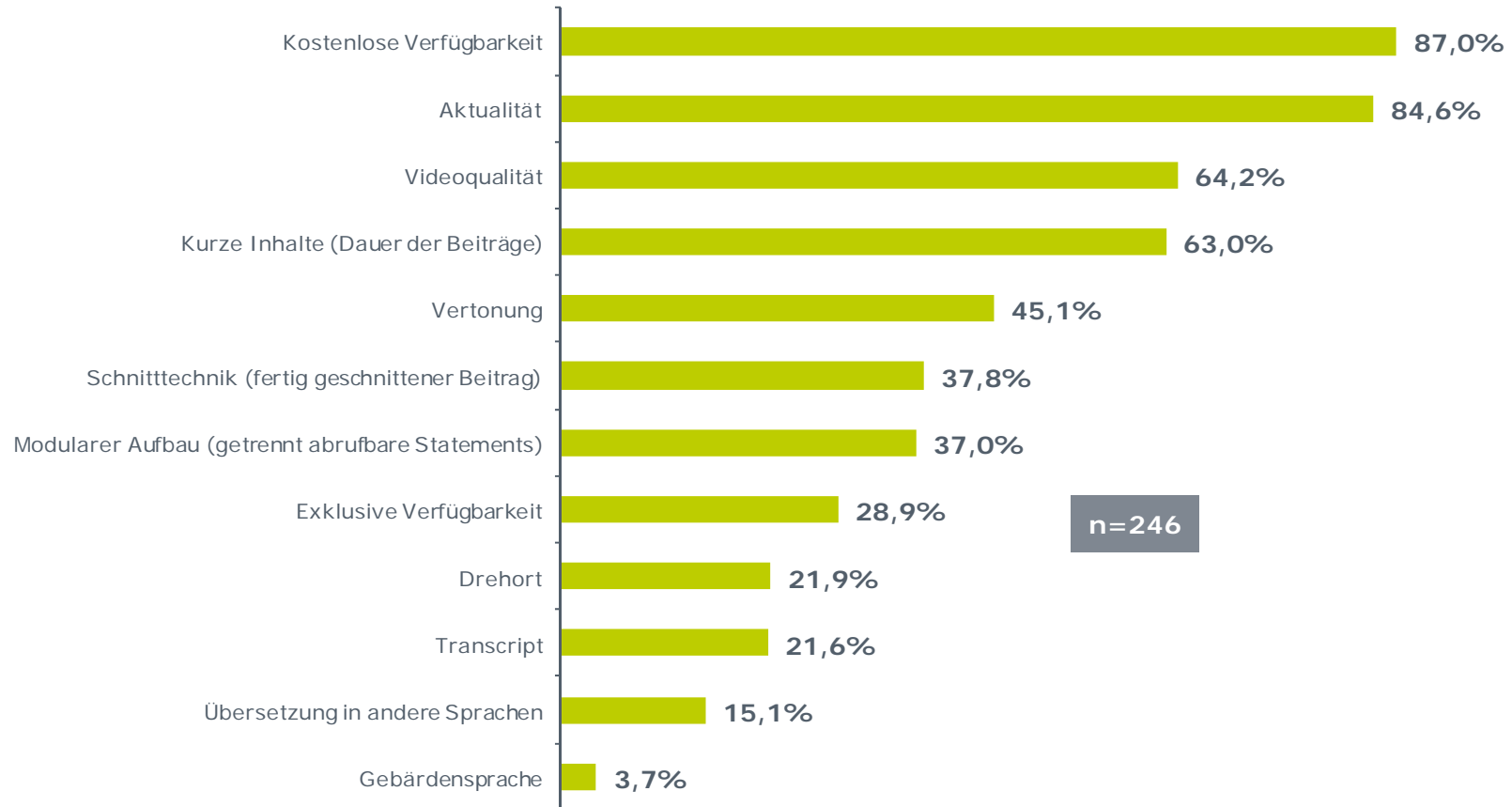
(Basis: Respondenten nutzen zumindest fallweise Videos im Rahmen ihrer journalistischen Tätigkeit)

Auf welches Video-Material greifen Sie zurück, wenn Sie Videos in Ihrem beruflichen Umfeld nutzen?



Insbesondere die kostenlose Verfügbarkeit und die Aktualität sind bei der Wahl von Videos im beruflichen Umfeld entscheidend

Top-2-Box: bewertet mit "sehr/ eher entscheidend"



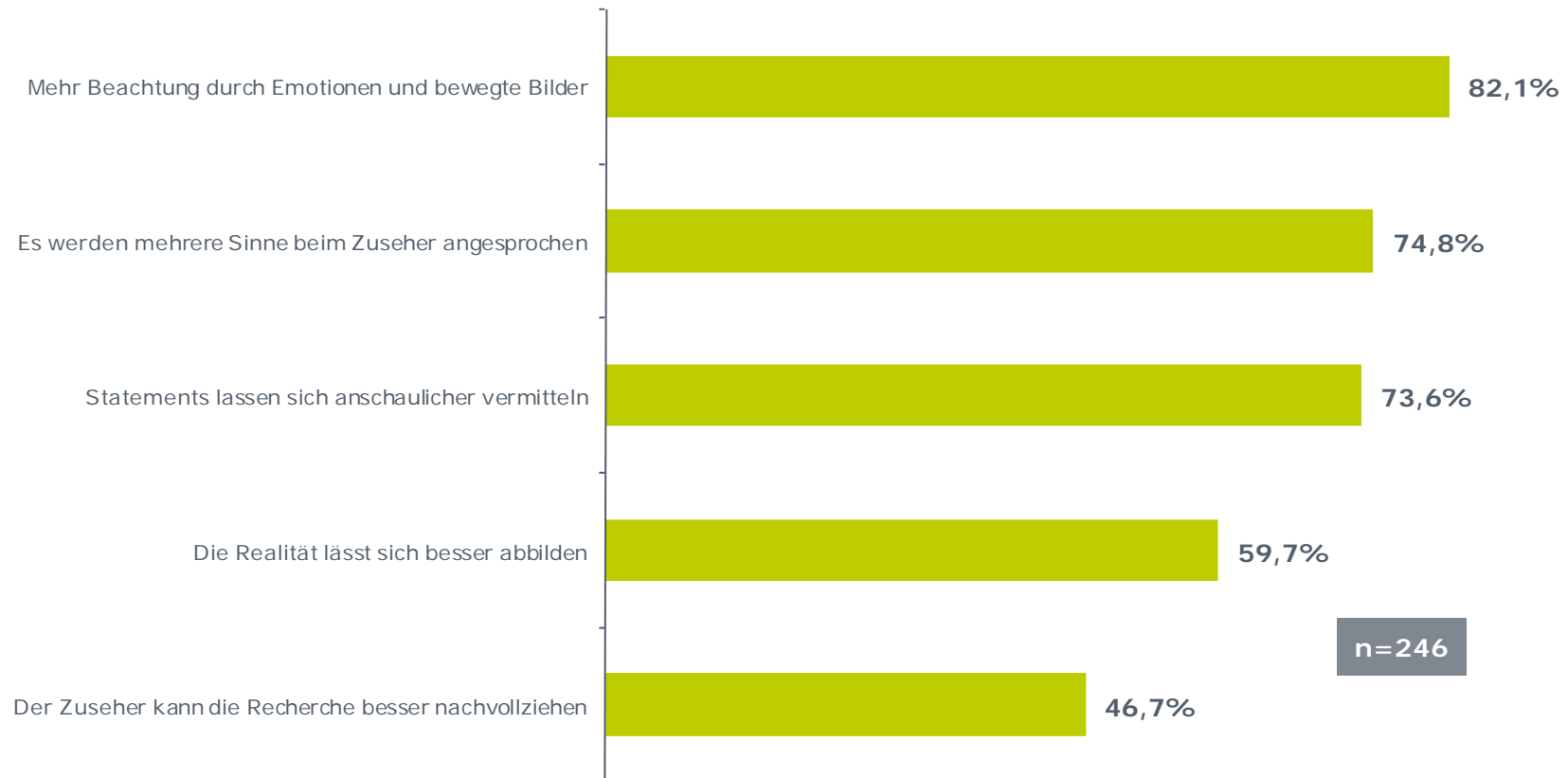
(Basis: Respondenten nutzen zumindest fallweise Videos im Rahmen ihrer journalistischen Tätigkeit)

Welche Kriterien sind für Sie bei der Wahl von Videos im beruflichen Umfeld entscheidend?



Der größte Vorteil von Videos im Rahmen der journalistischen Berichterstattung ist die höhere Beachtung durch Emotionen und bewegte Bilder

Top-2-Box: bewertet mit "sehr/ eher großer Vorteil"



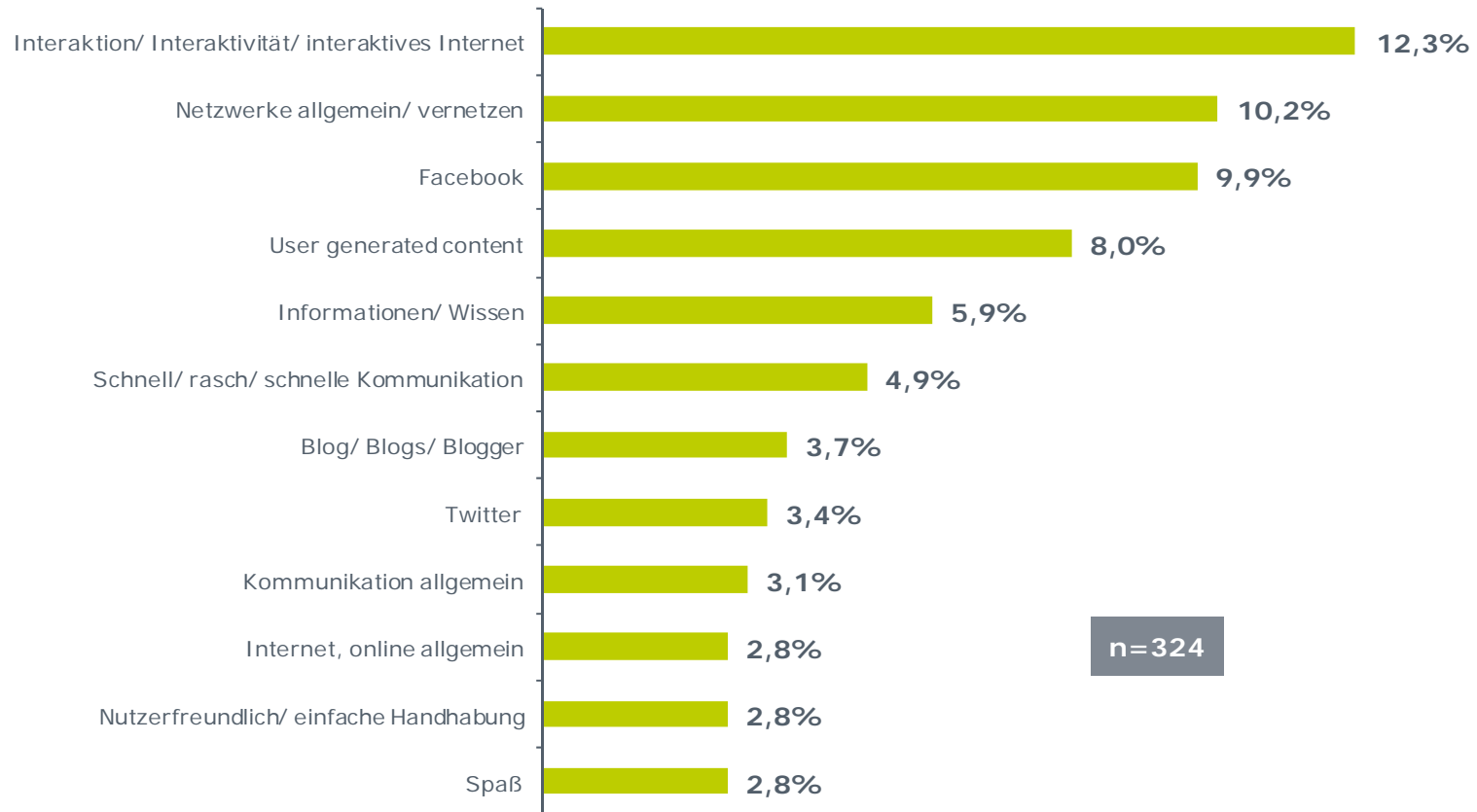
(Basis: Respondenten nutzen zumindest fallweise Videos im Rahmen ihrer journalistischen Tätigkeit)

Was sind Ihrer Ansicht nach ganz allgemein Vorteile von Videos im Rahmen Ihrer journalistischen Berichterstattung?



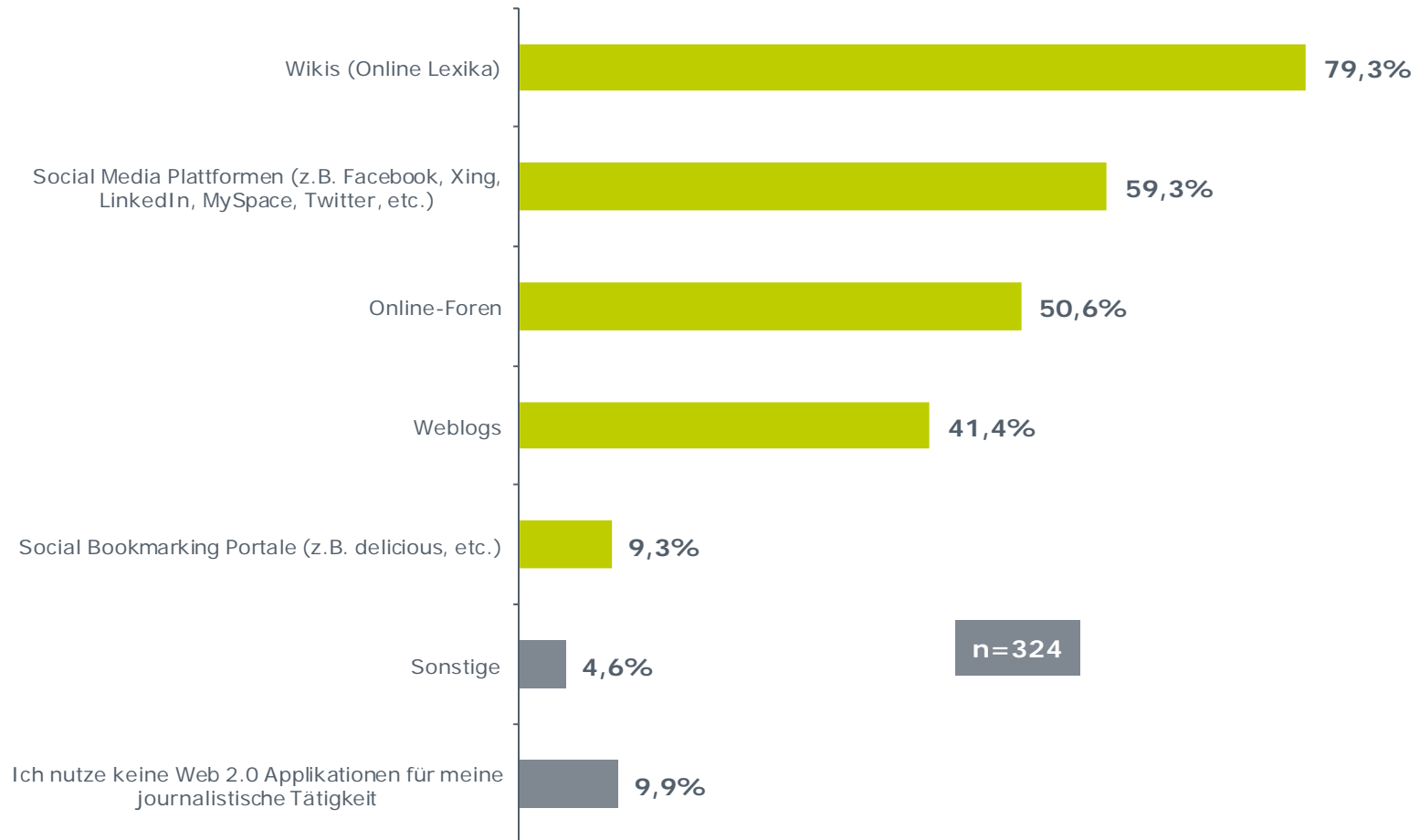
Mit „Web 2.0“ wird spontan Interaktion/ Interaktivität/ interaktives Internet verbunden

LIKES - Top 12 Nennungen (ungestützt)



Was verbinden Sie spontan mit dem Begriff „Web 2.0“?
Damit meinen wir, welche Gedanken, Ideen oder Gefühle gehen Ihnen dabei durch den Kopf?

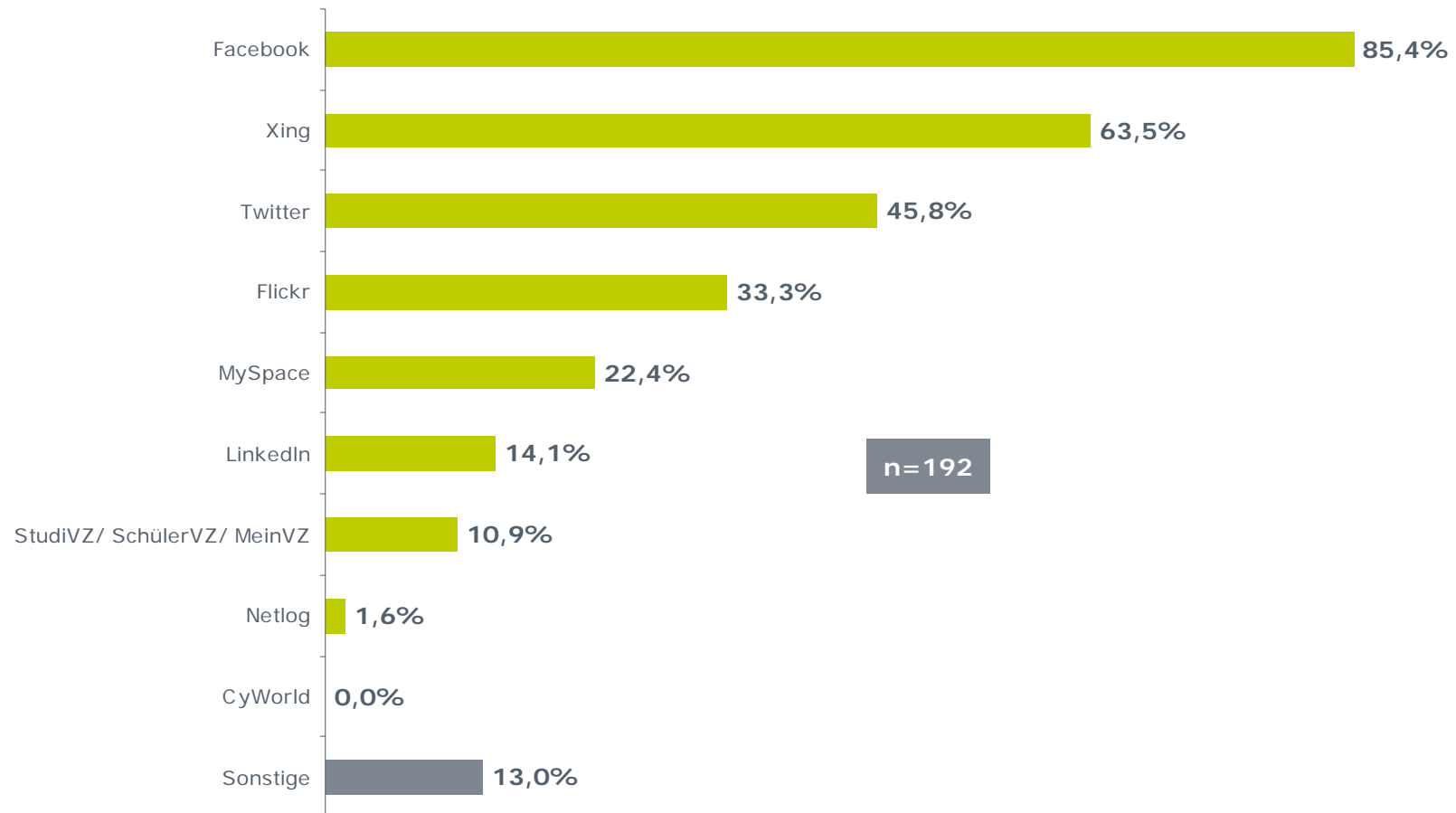
Aus dem Bereich Web 2.0 werden vor allem Online Lexika (Wikis) und Social Media Plattformen für die journalistische Tätigkeit genutzt



Welche der folgenden Web 2.0 Applikationen nutzen Sie zumindest fallweise für Ihre journalistische Tätigkeit?



„Facebook“ und „Xing“ sind die meistgenutzten Social Media Plattformen



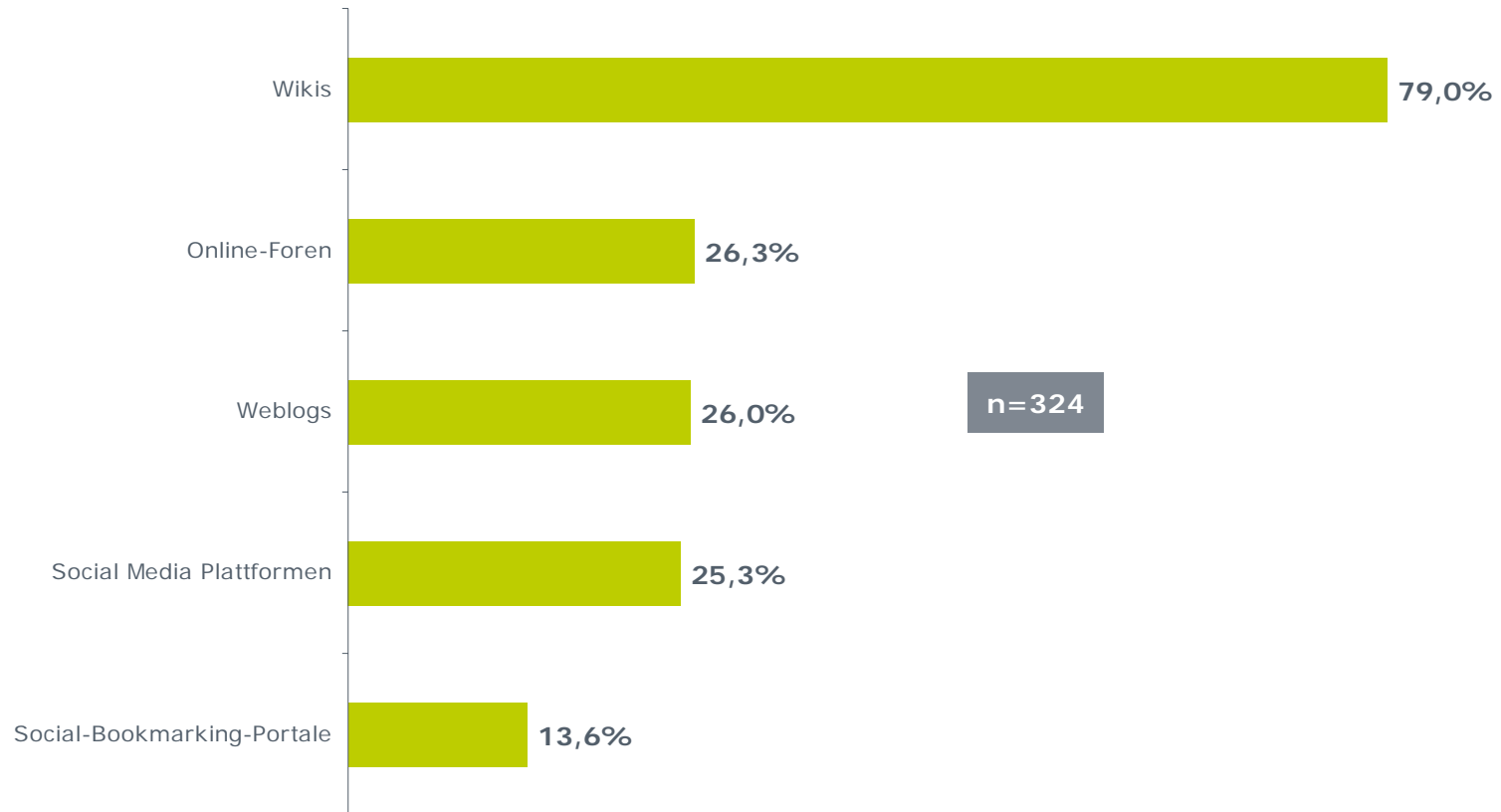
(Basis: Respondenten nutzen zumindest fallweise Social Media Plattformen im Rahmen ihrer journalistischen Tätigkeit)

Welche der folgenden Social Media Plattformen nutzen Sie zumindest fallweise für Ihre journalistische Tätigkeit?



Online-Lexika (Wikis) wird mit Abstand die höchste Glaubwürdigkeit zugesprochen

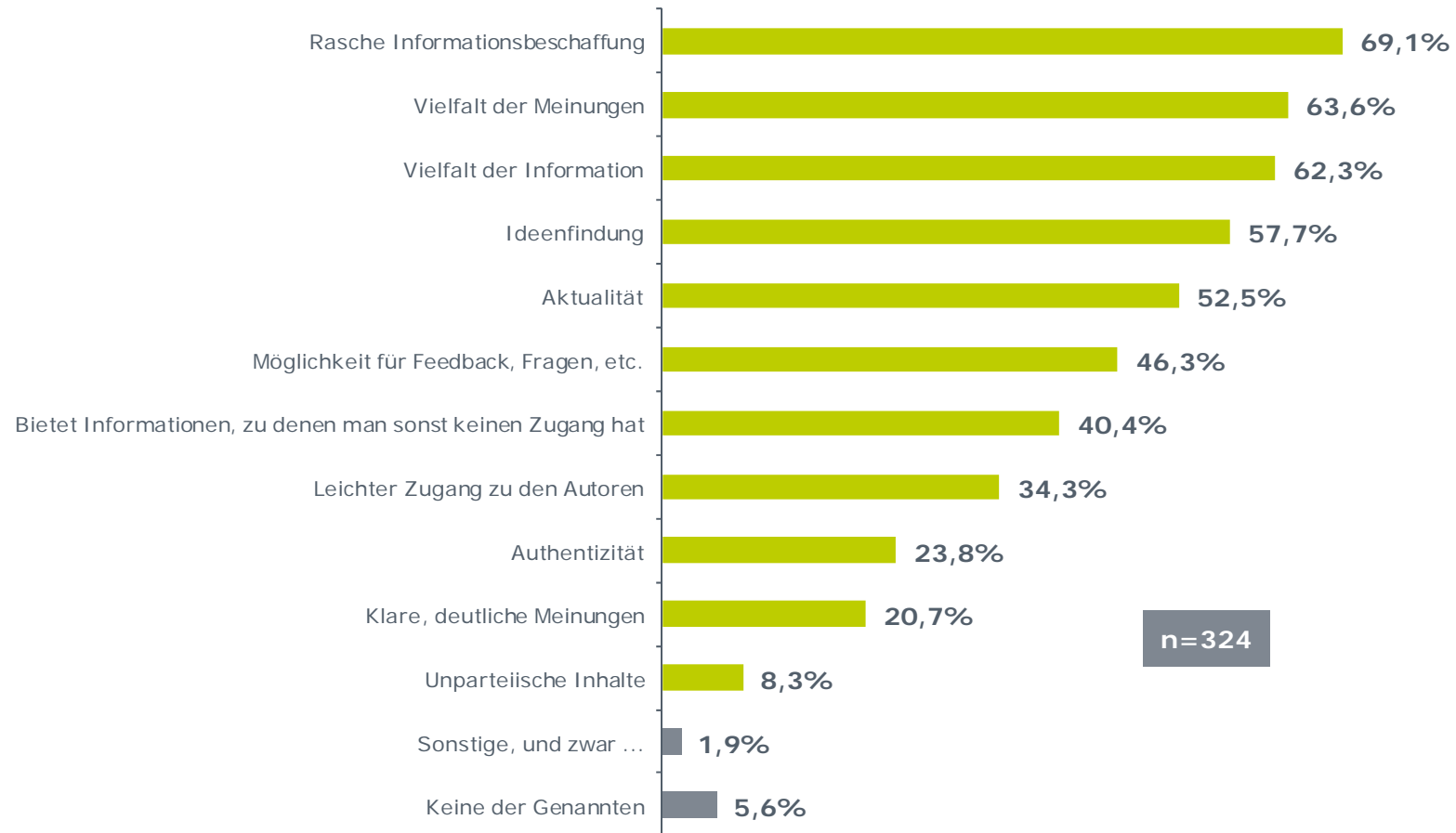
Top-2-Box: bewertet mit "sehr/ eher glaubwürdig"



Inwieweit empfinden Sie die folgenden Web 2.0 Applikationen als glaubwürdig in Zusammenhang mit der journalistischen Tätigkeit?

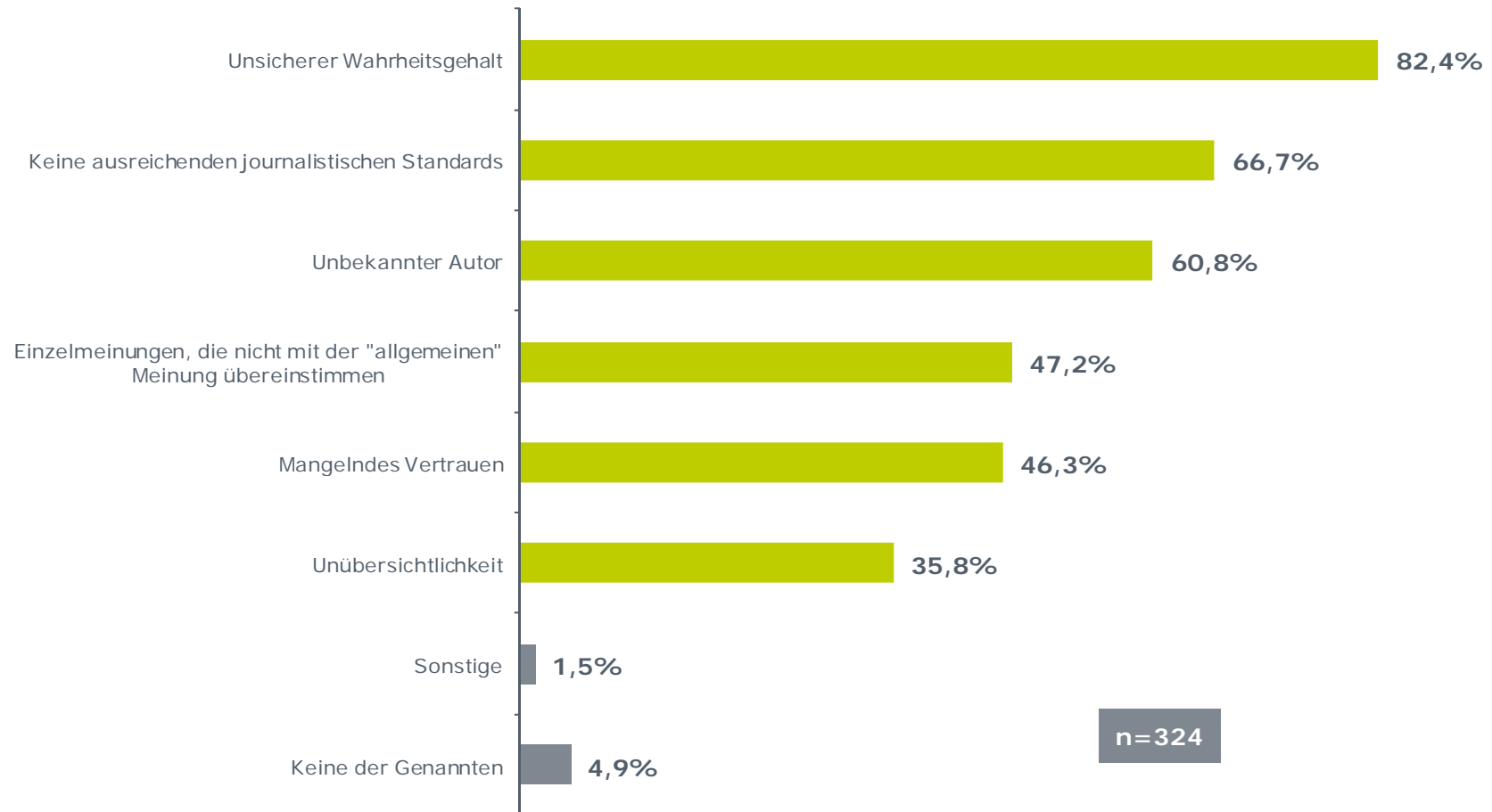


Die rasche Informationsbeschaffung sowie die Vielfalt der Meinungen und Informationen sind die größten Vorteile der Nutzung von Web 2.0



Was sind Ihrer Ansicht nach ganz allgemein Vorteile der Nutzung von Web 2.0 Applikationen für die journalistische Arbeit?

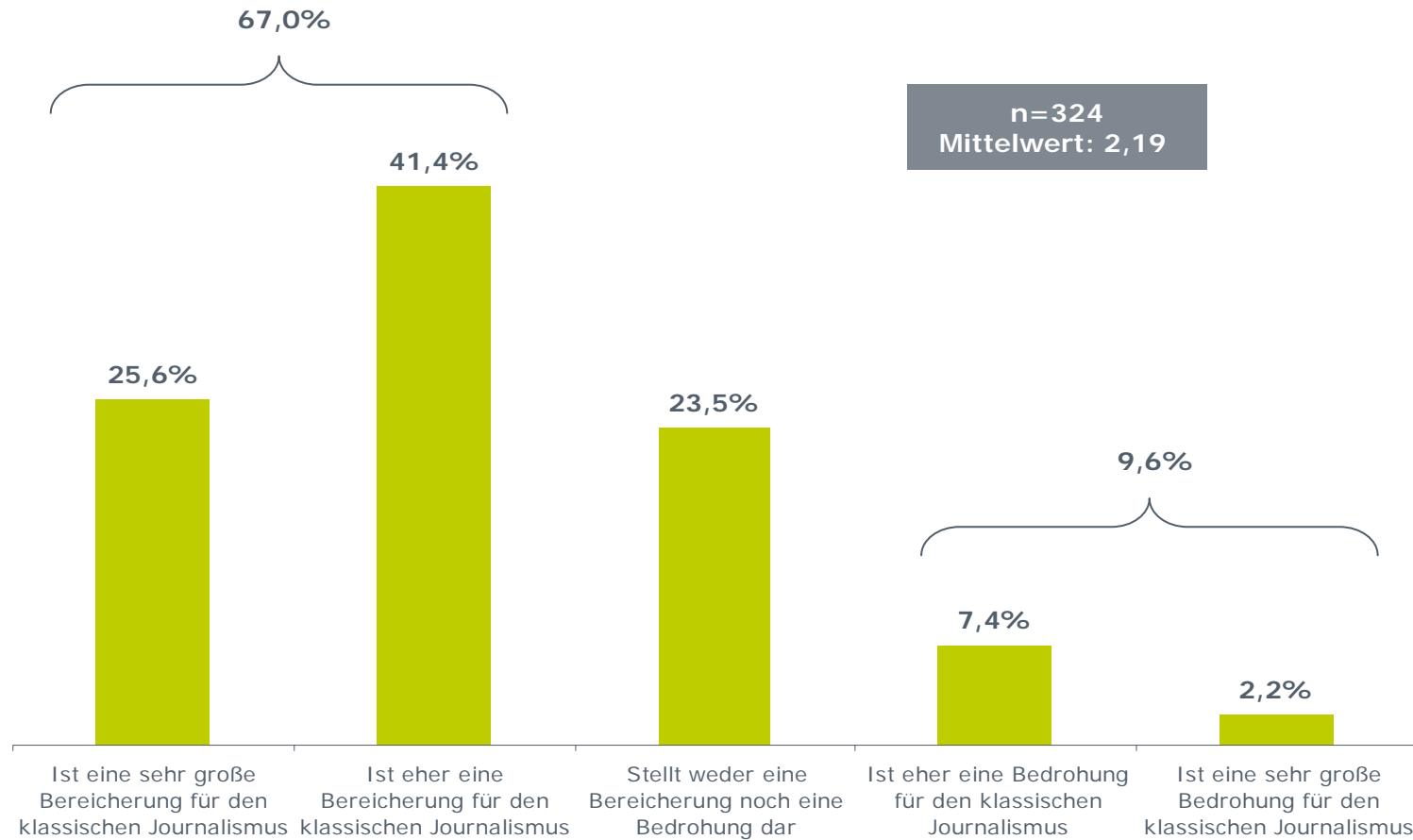
Der unsichere Wahrheitsgehalt wird als größtes Risiko der Nutzung von Web 2.0 Applikationen gesehen



Und welche Risiken für die journalistische Arbeit sehen Sie in der Nutzung von Web 2.0 Applikationen?



67,0% empfinden die Nutzung von Web 2.0 Applikationen als Bereicherung für den klassischen Journalismus



Empfinden Sie persönlich die Nutzung von Web 2.0 Applikationen als Bereicherung oder als Bedrohung für den klassischen Journalismus?

Zusammensetzung des Samples in der Kernzielgruppe:

Basis	324	in %
Geschlecht		
Männlich	190	58,6%
Weiblich	134	41,4%
Alter		
Jünger als 20 Jahre	0	0,0%
20 - 29 Jahre	45	13,9%
30 - 39 Jahre	99	30,6%
40 - 49 Jahre	100	30,9%
50 Jahre oder älter	80	24,7%
Mediengattung		
Tageszeitung	47	14,5%
Online-Zeitung	75	23,1%
Wochenzeitung	55	17,0%
Fachzeitschrift	118	36,4%
TV	37	11,4%
Web-TV	21	6,5%
Hörfunk	40	12,3%
Sonstige	48	14,8%
Keine Angabe	5	1,5%

Basis	324	in %
Freie Mitarbeit vs. fixe Anstellung		
Fix angestellt	197	60,8%
Freier Mitarbeiter	127	39,2%
JournalistIn/ RedakteurIn seit ...		
Seit bis zu einem halben Jahr	0	0,0%
Seit bis zu einem Jahr	3	0,9%
Seit bis zu 5 Jahren	78	24,1%
Seit bis zu 10 Jahren	65	20,1%
Seit mehr als 10 Jahren	175	54,0%
Keine Angabe	3	0,9%
Funktion		
ChefIn vom Dienst	19	5,9%
ResortleiterIn	37	11,4%
JournalistIn	46	14,2%
Chefredaktion	57	17,6%
RedakteurIn	141	43,5%
Sonstiger	16	4,9%
Keine Angabe	8	2,5%



Kontakt / Feedback / Rückfragen ...

Ingrid Fischer, Mag.
i.fischer@marketagent.com
02236 – 205 886 – 25

Brown Boveri Strasse 8/1
A-2351 Wiener Neudorf

www.marketagent.com

