



**E C C O**

International  
Communications  
Network

**EC  
Public Relations  
GmbH**

ECCO Düsseldorf  
EC Public Relations GmbH  
Heinrichstraße 73  
40239 Düsseldorf  
Telefon (0211) 23 94 49-0  
Telefax (0211) 23 94 49-29  
info@ecco-duesseldorf.de

## Journalistische Arbeit im Web 2.0

Die Ergebnisse der Journalistenbefragung in Deutschland

Eine Studie des ECCO-Agenturnetzes

**relatio:**

Public Relations | München | Berlin

**ECCO München**  
relatio PR GmbH  
Franz-Joseph-Str. 15-17 RG  
80801 München  
Telefon: (0 89) 21 02 57-0  
Telefax: (0 89) 21 02 57-19  
info@relatio-pr.de

**ADVICE PARTNERS**

STRATEGY COMMUNICATION MANAGEMENT

**ECCO Berlin**  
ADVICE PARTNERS GmbH  
Unternehmensberatung für Strategie und  
Kommunikationsmanagement  
Haus der Bundespressekonferenz  
Schiffbauerdamm 40  
D-10117 Berlin  
Tel: (0 30) 2 12 34 22-0  
Fax: (0 30) 2 12 34 22-99  
info@advicepartners.de



**ECCO Hamburg**  
Bellmann, Gröning & Partner GmbH  
Kommunikation und Marketing  
Beim Schlump 13A  
20144 Hamburg  
Telefon (0 40) 48 06 55-10  
Telefax (0 40) 46 51 30  
agentur@bgup.de

Dezember 2012

Weitere Informationen durch:

Lutz Cleffmann









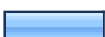


Tel. 0211 23 94 49-21

[lutz.cleffmann@ecco-network.de](mailto:lutz.cleffmann@ecco-network.de)



<http://www.ecco-network.de>

# Journalistische Arbeit im Web 2.0



## 1. Verfügen Sie über eigene Profile auf Social Media Plattformen?

		Response Percent	Response Count
Facebook		72.5%	406
Twitter		40.9%	229
Google+		26.6%	149
LinkedIn		23.9%	134
Xing		61.1%	342
MySpace		3.8%	21
VZ (z.B. StudiVZ, SchülerVZ)		4.1%	23
YouTube		20.5%	115
Eigener Blog		15.7%	88
Ich verfüge über kein Profil auf Social Media Plattformen.		15.4%	86
Sonstiges (bitte angeben)		3.4%	19
<b>answered question</b>			<b>560</b>
<b>skipped question</b>			<b>0</b>







## 2. Benutzen Sie Social Media zur Unterstützung Ihrer täglichen Arbeit?

		Response Percent	Response Count
Ja		60.9%	341
Nein		39.1%	219
<b>answered question</b>			<b>560</b>
<b>skipped question</b>			<b>0</b>








### 3. Können Sie sich vorstellen in Zukunft Social Media als zusätzliche Quelle für Hintergrundrecherche, Stimmungsbarometer oder ähnliches zu verwenden?

		Response Percent	Response Count
Ja		56.2%	123
Nein		43.8%	96
<b>answered question</b>			<b>219</b>
<b>skipped question</b>			<b>341</b>


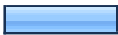



### 4. Worin unterstützen Sie soziale Netzwerke bei Ihrer Arbeit?

		Response Percent	Response Count
Background Recherche		52.1%	219
Rasch Informationen erhalten		48.3%	203
Crowdsourcing (Miteinbeziehung der Mitglieder auf Social Media Plattformen) für Recherchen		26.2%	110
Crowdsourcing zu Interviewfragen		9.8%	41
<b>Einfangen der Stimmung und Kommentare zu bestimmten Themen</b>		<b>67.9%</b>	<b>285</b>
Folgen der Postings von Meinungsführern in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft		35.2%	148
<b>answered question</b>			<b>420</b>
<b>skipped question</b>			<b>140</b>



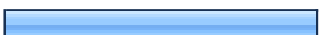
## 5. Wie sehr unterstützen Sie Social Media bei Ihrer täglichen Arbeit?

		Response Percent	Response Count
ist ohne Social Media nicht mehr möglich		5.1%	23
hilft mir extrem		7.3%	33
hilft mir sehr		24.2%	109
<b>geht so</b>		<b>32.8%</b>	<b>148</b>
hilft mir selten		23.3%	105
hilft mir gar nicht		6.2%	28
ist völlig sinnlos		1.1%	5
<b>answered question</b>			<b>451</b>
<b>skipped question</b>			<b>109</b>

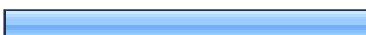
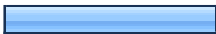





## 6. Wie oft verwenden Sie Social Media?

		Response Percent	Response Count
<b>täglich</b>		<b>54.6%</b>	<b>245</b>
mehrmals pro Woche		17.6%	79
mehrmals pro Monat		8.7%	39
selten		14.7%	66
gar nicht		4.5%	20
<b>answered question</b>			<b>449</b>
<b>skipped question</b>			<b>111</b>




## 7. Verwenden Sie Social Media vorwiegend:

		Response Percent	Response Count
beruflich		34.7%	150
privat		15.3%	66
beides		50.0%	216
answered question			432
skipped question			128

## 8. Welche Social Media Plattformen bevorzugen Sie zur Recherche?

		Response Percent	Response Count
Facebook		58.5%	245
Twitter		33.7%	141
YouTube		24.1%	101
Google+		16.7%	70
LinkedIn		6.7%	28
Xing		36.0%	151
Blogs		29.8%	125
Andere (bitte angeben)			12
answered question			419
skipped question			141



## 9. Würden Sie sagen, dass Sie sich im Umgang mit Social Media ...

		Response Percent	Response Count
sehr gut auskennen.		25.0%	134
<b>durchschnittlich gut auskennen.</b>		<b>58.8%</b>	<b>315</b>
schlecht oder gar nicht auskennen.		16.2%	87
		<b>answered question</b>	<b>536</b>
		<b>skipped question</b>	<b>24</b>



## 10. Denken Sie, dass die Arbeit mit sozialen Netzwerken andere Fähigkeiten verlangt, als der klassische Journalismus?

		Response Percent	Response Count
Man benötigt besondere Kenntnisse/Fähigkeiten bei der Recherche in sozialen Netzwerken.		33.8%	179
<b>Man benötigt besondere Kenntnisse/Fähigkeiten um Texte für soziale Netzwerke zu verfassen.</b>		<b>38.1%</b>	<b>202</b>
Man benötigt keine besonderen Kenntnisse oder Fähigkeiten für journalistisches Arbeiten in und mit sozialen Netzwerken.		28.1%	149
		<b>answered question</b>	<b>530</b>
		<b>skipped question</b>	<b>30</b>






### 11. Gab es bei Ihrem Medium eine Art Schulung/Workshop zum Umgang mit Social Media?

		Response Percent	Response Count
Ja		23.6%	126
Nein		76.4%	408
answered question			534
skipped question			26

### 12. Sehen Sie Social Media als Konkurrenz oder Ergänzung zu den klassischen Medien?

		Response Percent	Response Count
Ergänzung		91.2%	474
Konkurrenz		8.8%	46
answered question			520
skipped question			40



### 13. Wie oft nutzen Sie Internet-Suchmaschinen (Google, Yahoo, Bing etc.) bei Ihrer Rechercharbeit?

		Response Percent	Response Count
täglich		93.6%	498
mindestens 1x pro Woche		5.1%	27
ca. 1-3 mal pro Monat		0.6%	3
weniger als 1 mal pro Monat		0.0%	0
nie		0.4%	2
nicht beurteilbar		0.4%	2
answered question			532
skipped question			28

**14. Bitte beurteilen Sie nach dem Schulnoten-System: Wie wichtig ist die jeweilige Recherche-Quelle für Ihre tägliche journalistische Arbeit?**

	Sehr wichtig	Wichtig	Ganz okay	Eher unwichtig	Völlig unwichtig	Rating Average	Response Count
Persönliches Gespräch/Telefonat	<b>75.0%</b> <b>(397)</b>	18.9% (100)	4.9% (26)	0.8% (4)	0.4% (2)	1.33	529
E-Mail	<b>65.1%</b> <b>(343)</b>	30.4% (160)	3.8% (20)	0.6% (3)	0.2% (1)	1.40	527
Suchmaschinen (Google, Yahoo, Bing etc.)	<b>61.4%</b> <b>(323)</b>	31.2% (164)	6.7% (35)	0.6% (3)	0.2% (1)	1.47	526
Social Media	5.2% (27)	26.5% (139)	<b>29.2%</b> <b>(153)</b>	26.3% (138)	12.8% (67)	3.15	524
Unternehmens-Websites	17.4% (92)	<b>40.6%</b> <b>(215)</b>	28.7% (152)	11.5% (61)	1.7% (9)	2.40	529
Presseportale	10.2% (53)	29.5% (154)	<b>33.0%</b> <b>(172)</b>	22.2% (116)	5.2% (27)	2.83	522
RSS	3.1% (16)	13.9% (71)	21.3% (109)	<b>36.9%</b> <b>(189)</b>	24.8% (127)	3.66	512
Audio Portale	0.4% (2)	5.2% (27)	17.6% (91)	38.1% (197)	<b>38.7%</b> <b>(200)</b>	4.09	517
Nachrichtenagenturen	21.5% (113)	<b>32.5%</b> <b>(171)</b>	22.2% (117)	15.8% (83)	8.0% (42)	2.56	526
<b>answered question</b>							<b>529</b>
<b>skipped question</b>							<b>31</b>

**15. Sehen Sie in der Schnelligkeit des Mediums und der Unkontrollierbarkeit der Quellen ein Problem für die journalistische Qualität? (Stichwort „Check-Recheck-Doublecheck“)**

		Response Percent	Response Count
Ja		<b>80.0%</b>	<b>419</b>
Nein		20.0%	105
<b>answered question</b>			<b>524</b>
<b>skipped question</b>			<b>36</b>





**16. Denken Sie bitte zum Beispiel an Tweets von Abgeordneten direkt aus dem Parlament. Wie hat sich Ihre Arbeit dadurch verändert, dass Informationen allen gleichzeitig zur Verfügung stehen, jedoch unkommentiert und meist subjektiv?**

		Response Percent	Response Count
Zeitdruck hat sich verringert		0.4%	2
Zeitdruck hat sich erhöht		43.8%	227
Fokus liegt mehr auf Hintergrundaufbereitung und Kommentaren		33.6%	174
Man wird gezwungen selbst subjektivere Meinungen in Blogs etc. zu veröffentlichen.		10.2%	53
<b>Erklärungsbedarf über die Zusammenhänge steigt</b>		<b>50.0%</b>	<b>259</b>
gar nicht		19.5%	101
Sonstiges (bitte angeben)		5.2%	27
<b>answered question</b>			<b>518</b>
<b>skipped question</b>			<b>42</b>










**17. Wie alt sind Sie?**

		Response Percent	Response Count
17 bis 25		2.5%	13
26 bis 35		16.0%	84
36 bis 45		29.5%	155
<b>46 bis 55</b>		<b>31.4%</b>	<b>165</b>
56 plus		20.7%	109
<b>answered question</b>			<b>526</b>
<b>skipped question</b>			<b>34</b>

## 18. Geschlecht

		Response Percent	Response Count
weiblich		38.0%	200
<b>männlich</b>		<b>62.0%</b>	<b>326</b>
<b>answered question</b>			<b>526</b>
<b>skipped question</b>			<b>34</b>

## 19. Für welches Ressort arbeiten Sie?

		Response Percent	Response Count
Online-Redaktion		34.4%	181
Politik (Innen- und Außen-)		7.0%	37
Wirtschaft		14.8%	78
Chronik		0.6%	3
IT		3.6%	19
Medien		17.5%	92
Society/Leute		3.6%	19
<b>Fachmedien</b>		<b>51.1%</b>	<b>269</b>
Sonstiges (bitte angeben)		21.5%	113
<b>answered question</b>			<b>526</b>
<b>skipped question</b>			<b>34</b>

## 20. Sind Sie fest angestellt oder arbeiten Sie als freier Journalist?

		Response Percent	Response Count
angestellt		54.4%	285
freiberuflich		45.6%	239
answered question			524
skipped question			36