

Recherche | 18.02.2016 | Lesezeit 2 Min.

Vorbehalte gegen Facebook & Co.

Journalisten beziehen ihre Informationen heute keineswegs überwiegend aus dem Netz. Vielmehr dominieren nach wie vor die klassischen Wege der Informationsbeschaffung.

In einer Befragung von news aktuell, einer Tochter der Deutschen Presse-Agentur (dpa), gaben im Oktober 2015 gut 1.200 Journalisten zu Protokoll, wie sie recherchieren, welche Quellen sie nutzen und wie sich die Recherche im Zeitalter der neuen Medien verändert hat. Diese Veränderungen sind offenbar gar nicht so groß, denn trotz der vielfältigen elektronischen Möglichkeiten sind das persönliche Gespräch und die Pressemitteilung (PM) weiterhin die wichtigsten Informationsquellen im Redaktionsalltag (Grafik).

Wie Journalisten recherchieren

Mehrfachnennungen in Prozent

Alter	Pressemeldungen	Persönliche Gespräche	Social Media	Vor Ort	Blogs
bis 35 Jahre	91	86	78	66	53
35 bis 45 Jahre	90	88	67	78	38
45 bis 50 Jahre	85	90	55	73	34
über 50 Jahre	83	88	38	82	24

Befragung von 1.223 Journalisten in Deutschland im Oktober 2015; Quelle: news aktuell GmbH – ein Unternehmen der dpa-Gruppe

Institut der deutschen
Wirtschaft Köln

© 2016 IW Medien - iwd 7

Die Pressemitteilung wird von allen Journalisten geschätzt, unabhängig davon, wie alt sie sind. Und immerhin fast 15 Prozent der Befragten sagen sogar, die Bedeutung der PM habe in den vergangenen zwei Jahren noch zugenommen.

Ähnliches gilt für das persönliche Gespräch, das für alle Altersgruppen der Journalisten unentbehrlich ist. Jeweils rund ein Drittel der befragten Youngster und Oldies sagen, für ihre Recherchen sei der direkte Kontakt mit Informanten zuletzt sogar wichtiger geworden.

Für die Suche nach Informationen nicht ganz so häufig genutzt werden die sozialen Netzwerke und Blogs. Dabei sind die Journalisten im Alter von mehr als 50 Jahren konservativer als ihre jüngeren Kollegen. Nur 38 Prozent von ihnen recherchieren in sozialen Netzwerken, lediglich 24 Prozent aus dieser Altersgruppe lesen Blogs. Für die unter 35-Jährigen liegen die entsprechenden Werte bei 78 Prozent beziehungsweise 53 Prozent.

Nur jeder zweite Journalist der Generation 50 plus meint, die Relevanz von Social Media sei in den vergangenen zwei Jahren gestiegen. Von den jungen Kollegen sehen das immerhin drei Viertel so.

Facebook, Youtube und Twitter belegen die ersten drei Plätze der Recherche-Tools. Dabei wird insbesondere das Videoportal von allen Altersgruppen in nahezu gleichem Umfang genutzt. Die Beweiskraft der Videos scheint als sehr hoch wahrgenommen zu werden.

Ansonsten aber misstrauen die älteren Semester offenbar den sozialen Kanälen. Zwei Drittel der befragten über 50-Jährigen verwenden die gefundenen Daten und Informationen aus den sozialen Netzwerken am Ende nicht. Die unter 35-Jährigen vertrauen diesen Quellen deutlich stärker.

Auf Twitter und Xing verzichten deutlich mehr als 50 Prozent der älteren Journalisten.

Bilderdienste wie Instagram und Pinterest werden von den meisten Journalisten ebenfalls ignoriert. Technikverweigerer sind aber auch die Alten nicht. Querbeet durch alle Altersgruppen nutzen zwei Drittel der Journalisten auch ihr Smartphone oder Tablet für die Recherche.

Jeweils jeder zweite befragte Journalist veröffentlicht die Ergebnisse seiner Recherchen in Zeitschriften sowie Tages- und Wochenzeitungen, knapp jeder Dritte arbeitet (auch) für soziale Medien und 14 Prozent schreiben beruflich in Blogs.

Kernaussagen in Kürze:

- Journalisten beziehen ihre Informationen nach wie vor auf klassischen Wegen.
- Vor allem ältere Journalisten misstrauen den sozialen Kanälen.
- Die meisten Journalisten veröffentlichen die Ergebnisse ihrer Recherchen in Print-Produkten.