

Journalistische Recherche im Netz: Internet wichtigste Quelle, bei Social Media Wikipedia vorn

Remagen/Köln (ots) – Das Internet ist die wichtigste Recherchequelle deutschsprachiger Journalisten, ihre eigene Kompetenz diesbezüglich sehen sie allerdings eher skeptisch. Bei der Social-Media-Recherche nutzen sie vor allem Wikipedia und vertrauen in erster Linie den Kanälen von Zeitungen. Dies sind die wichtigsten Ergebnisse einer Befragung von 1.428 hauptberuflichen Journalisten, die der Verlag Rommerskirchen und die Hochschule Macromedia heute in Leipzig sowie in den aktuellen Ausgaben der Fachzeitschriften *journalist* und *prmagazin* vorstellen.

85 Prozent der befragten Journalisten nennen externe Internetquellen als besonders wichtige Recherchequelle. Telefongespräche (80,8 Prozent) und persönliche Gespräche (77,1 Prozent) folgen jedoch gleich dahinter. Pressematerialien liegen mit 59,3 Prozent auf dem vierten Platz. Beliebtestes soziales Medium für die Recherche ist Wikipedia. Fast die Hälfte (49,7 Prozent) aller Journalisten nutzt das Onlinelexikon häufig oder sehr häufig dazu. Mit deutlichem Abstand folgen soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter und Xing (30,0 bis 9,6 Prozent). Generell gilt: Je jünger ein Journalist ist, desto Social-Media-affiner ist er – mit Ausnahme von Wikipedia. Das Onlinelexikon ist der Kanal der Älteren, auf Facebook, YouTube und Twitter recherchieren eher die bis 45-Jährigen. Das eigene Wissen in Sachen Onlinerecherche schätzen die Befragten allerdings eher schlecht ein: Nur 25,1 Prozent der Befragten glauben stark bis voll und ganz, dass sie umfassendes Wissen über die Möglichkeiten der Onlinerecherche haben.

Vertrauen schenken Journalisten in den sozialen Netzwerken vor allem Zeitungen, der Wissenschaft und anderen Journalisten. Behörden und Regierungsstellen liegen im Mittelfeld der Vertrauensskala, ganz unten rangieren Unternehmen und Parteien. Die Möglichkeiten der Onlinerecherche sehen die befragten Journalisten insgesamt positiv: Sie glauben, dass sie dadurch besser und schneller recherchieren können. An eine Verbesserung der Qualität ihrer Produkte dank der neuen Recherchemöglichkeiten glauben die Befragten jedoch nicht.

„Für den Journalismus zeigen unsere Ergebnisse die Notwendigkeit von noch mehr und besserer Qualifizierung im Bereich Social-Media-Recherche und für die PR die Dringlichkeit einer moderneren Weiterentwicklung der klassischen Pressematerialien“, sagt Prof. Dr. Holger Sievert von der Hochschule Macromedia in Köln zu den Ergebnissen. Kathi Preppner vom Verlag Rommerskirchen ergänzt: „Generell bewegen sich die befragten Journalisten eher passiv in den sozialen Netzwerken. Was zum Beispiel das Befragen von Quellen und das Antworten auf Kommentare angeht, gibt es noch viel Luft nach oben.“

An der Umfrage haben insgesamt 2.329 Journalisten teilgenommen, von denen 1.428 hauptberuflich journalistisch tätig sind. Wesentliche Erkenntnisse werden auf nationalen und internationalen Fachtagungen präsentiert, unter anderem heute bei der Pre-Conference zur Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) in Leipzig. Die grundlegenden Ergebnisse sind auch online verfügbar unter www.rommerskirchen.com/umfrage.

Über den Verlag Rommerskirchen

Als Fachverlag für Medien und Kommunikation verlegt der Verlag Rommerskirchen bereits seit 1967 das Medienmagazin *journalist*. Neben dem *journalist* erscheinen in dem im rheinland-pfälzischen Remagen beheimateten Verlag auch die Branchenzeitschrift *prmagazin* sowie diverse Fachbücher für die Medien- und Kommunikationsbranche. Mehr unter www.rommerskirchen.com.

Über die Hochschule Macromedia

Mit etwa 2.000 Studierenden und rund 80 Professuren gehört die Hochschule Macromedia zu den führenden Privathochschulen für arbeitsmarktorientierte Studiengänge in Deutschland. Zum Portfolio gehören deutsch- und englischsprachige Bachelor- und Masterprogramme unter anderem in den Fächern Medien- und Kommunikationsmanagement sowie Journalistik. Mehr unter www.hochschule-macromedia.de.

Pressekontakt:

Verlag Rommerskirchen GmbH & Co. KG

Kathi Preppner

Redakteurin

E-Mail: umfrage@rommerskirchen.com

Telefon: +49 (2228) 931 - 280

Hochschule Macromedia

Prof. Dr. Holger Sievert

Head of Media School, Campus Köln

E-Mail: h.sievert@macromedia.de

Telefon: +49 (221) 31082 - 570