
Berichtsband Journalistenumfrage "Recherche 2016"

© news aktuell (Schweiz) AG

na•news aktuell
Ein Unternehmen der sda-Gruppe

351

Beantwortungen insgesamt

Befragungszeitraum 1.10.15 – 30.10.15

Untersuchungsmethode: Anonyme Onlinebefragung in der deutschsprachigen Schweiz

Texte und Grafiken dürfen ausschließlich unter Angabe der Quelle „© news aktuell (Schweiz) AG“ und nach Rücksprache übernommen werden.

na•news aktuell
Ein Unternehmen der sda-Gruppe

Inhalt

In der Online-Journalistenumfrage „Recherche 2016“ hat die sda-Tochter news aktuell das Rechercheverhalten von Journalisten und daraus resultierende Anforderungen an PR-Material und Medienstellen untersucht.

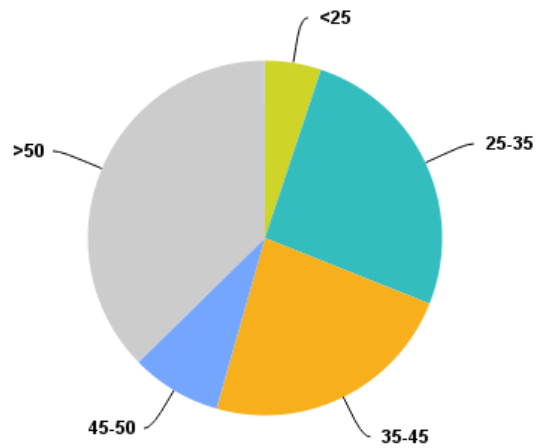
Seite 04-08: Demographische Angaben

Seite 09-15: Recherche & Quellen

Seite 16-18: Multimedia

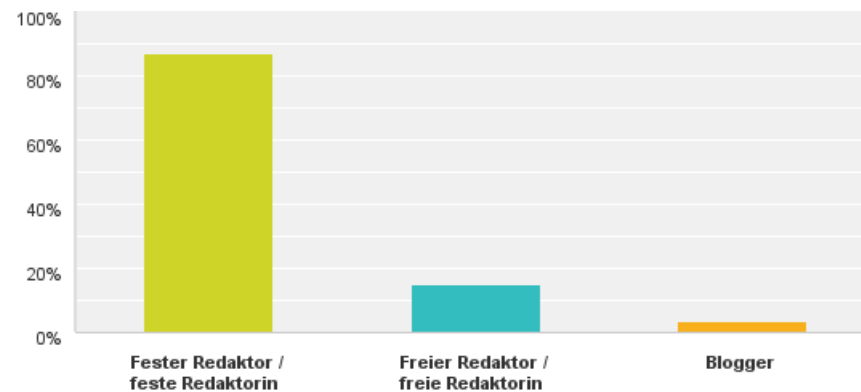
Seite 19: Zusammenarbeit mit Medienstellen

Q1: Welcher Altersspanne gehören Sie an?



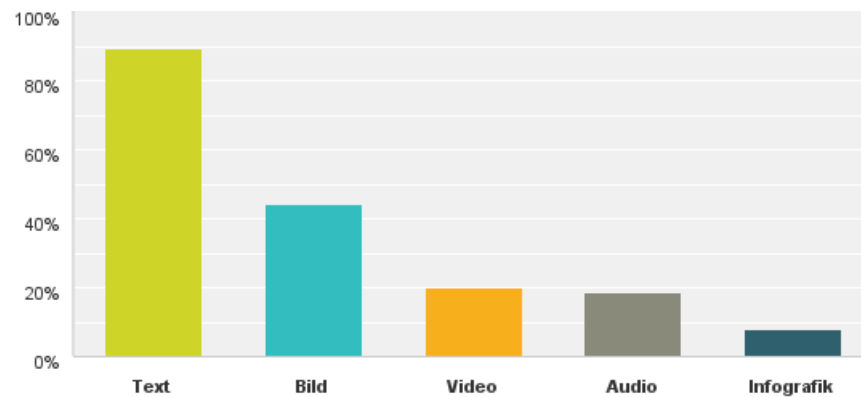
Antwortoptionen	Beantwortungen	
<25	5,13%	18
25-35	25,93%	91
35-45	23,36%	82
45-50	8,26%	29
>50	37,32%	131
Gesamt		351

Q2: Arbeiten Sie als...?



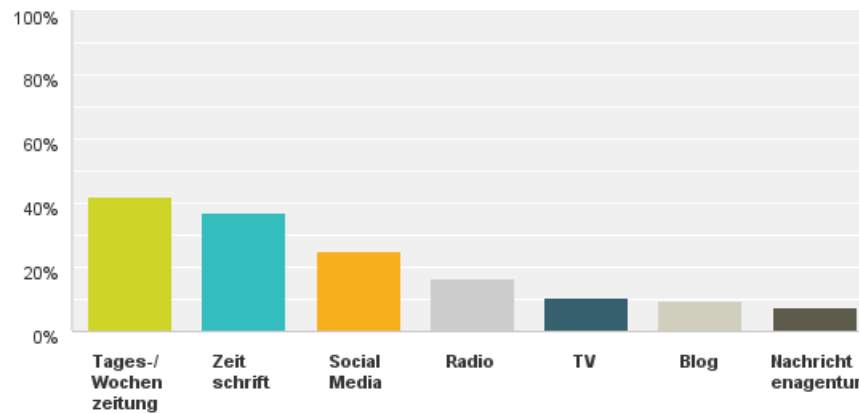
Antwortoptionen	Beantwortungen	
Fester Redaktor / feste Redaktorin	86,87%	291
Freier Redaktor / freie Redaktorin	15,22%	51
Blogger	3,58%	12
Befragte gesamt: 335		

Q3: Welche Medienformate erstellen Sie? (Mehrfachnennung möglich)



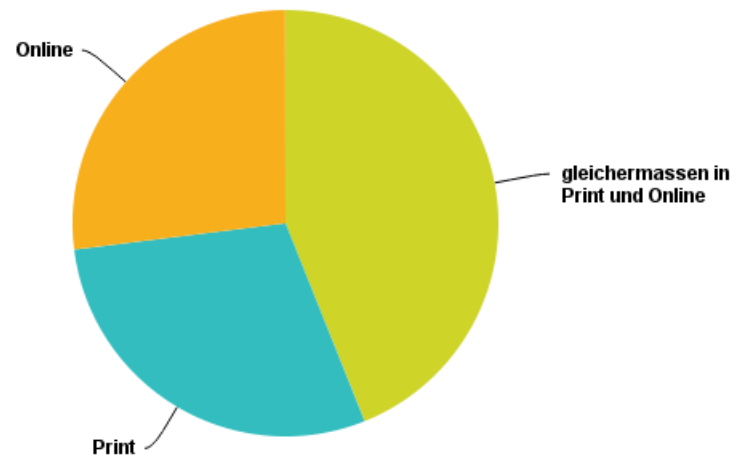
Antwortoptionen	Beantwortungen	
Text	89,17%	313
Bild	44,16%	155
Video	19,94%	70
Audio	18,52%	65
Infografik	7,98%	28
Befragte gesamt: 351		

Q4: Wo veröffentlichen Sie die Ergebnisse Ihrer Recherchen? (Mehrfachnennungen möglich)



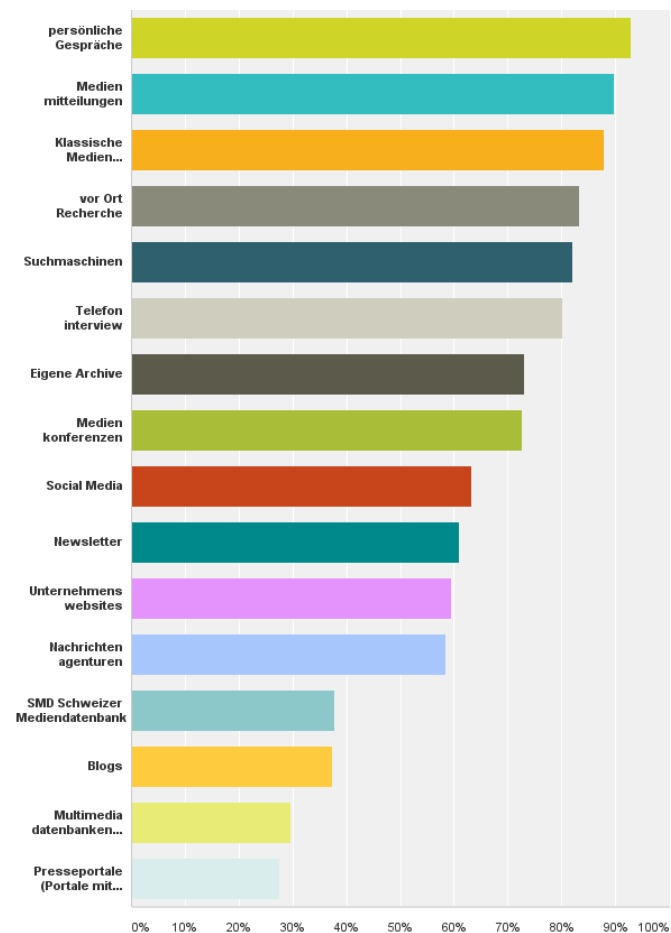
Antwortoptionen	Beantwortungen
Tages-/Wochenzeitung	42,11% 144
Zeitschrift	37,13% 127
Social Media	25,15% 86
Radio	16,67% 57
TV	10,53% 36
Blog	9,65% 33
Nachrichtenagentur	7,31% 25
Befragte gesamt: 342	

Q5: Veröffentlichen Sie Ihre Beiträge in Print oder Online?



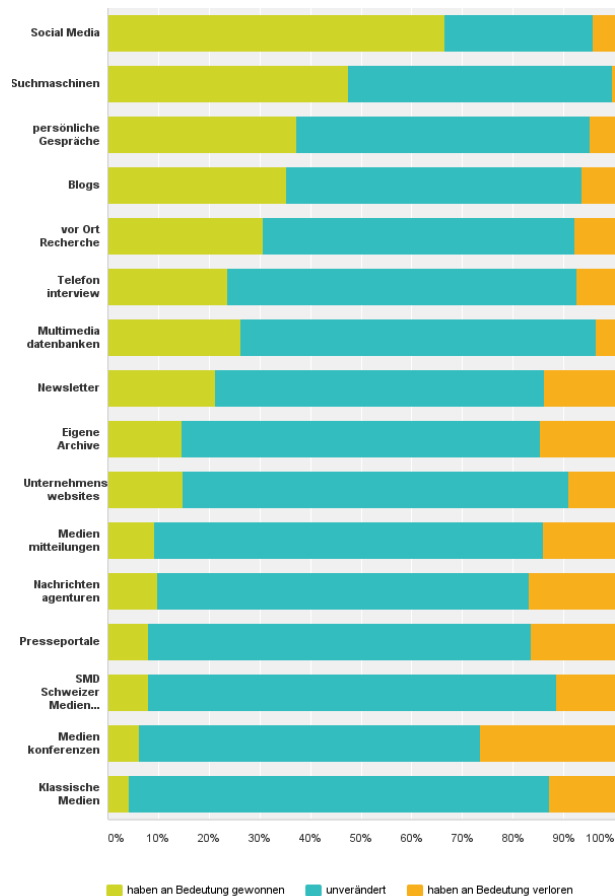
Antwortoptionen	Beantwortungen	
gleichermassen in Print und Online	43,94%	145
Print	29,09%	96
Online	26,97%	89
Gesamt		330

Q6: Welche Quellen nutzen Sie für Ihre Recherche?



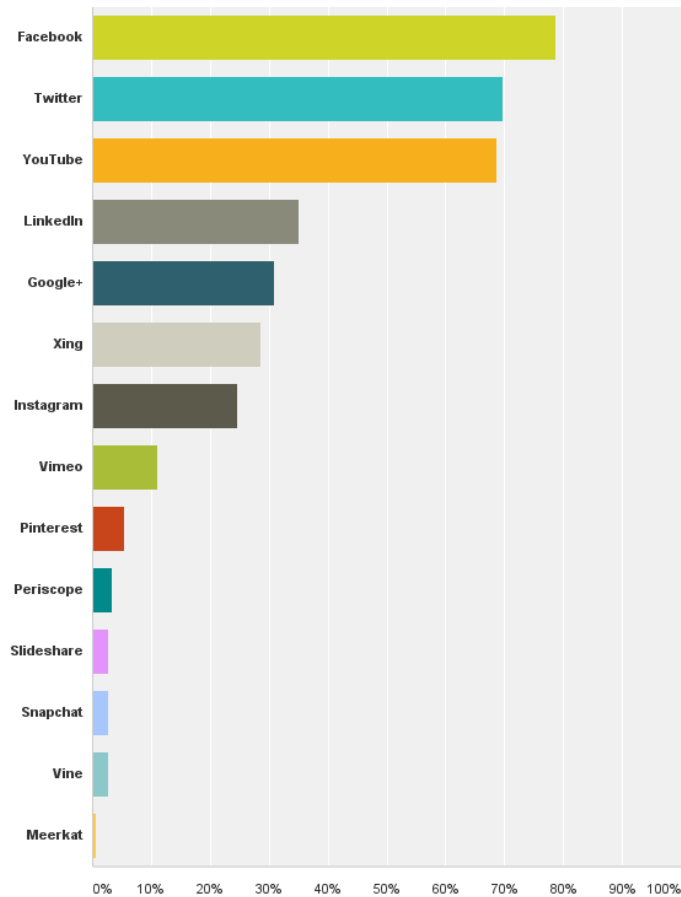
Antwortoptionen	Beantwortungen
persönliche Gespräche	92,88% 300
Medienmitteilungen	89,78% 290
Klassische Medien (Zeitungen, Radio, TV)	87,93% 284
vor Ort Recherche	83,28% 269
Suchmaschinen	82,04% 265
Telefoninterview	80,19% 259
Eigene Archive	73,07% 236
Medienkonferenzen	72,76% 235
Social Media	63,16% 204
Newsletter	60,99% 197
Unternehmenswebsites	59,44% 192
Nachrichtenagenturen	58,51% 189
SMD Schweizer Mediendatenbank	37,77% 122
Blogs	37,46% 121
Multimediatdatenbanken (Keystone, Picture Alliance, Audio-/ Video-Datenbanken)	29,72% 96
Presseportale (Portale mit Medienmitteilungen von verschiedenen Absendern)	27,55% 89
Befragte gesamt: 323	

Q7: Hat sich die Bedeutung der in Frage 6 aufgeführten Quellen für Ihre Recherchen in den letzten zwei Jahren verändert?



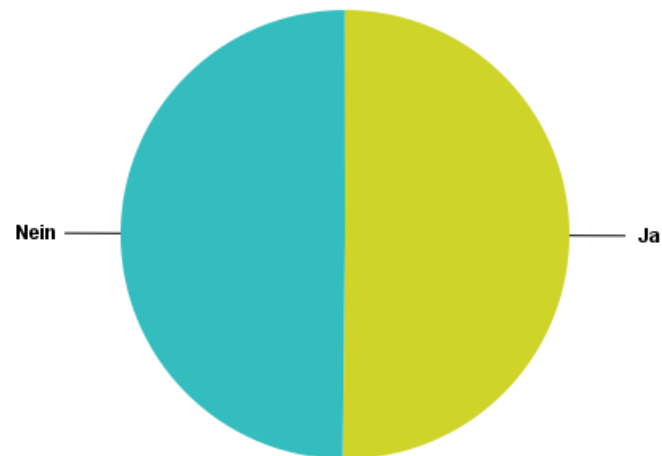
	haben an Bedeutung gewonnen	unverändert	haben an Bedeutung verloren	Gesamt
Social Media	66,55% 191	29,27% 84	4,18% 12	287
Suchmaschinen	47,56% 146	52,12% 160	0,33% 1	307
persönliche Gespräche	37,34% 118	57,91% 183	4,75% 15	316
Blogs	35,25% 98	58,27% 162	6,47% 18	278
vor Ort Recherche	30,72% 94	61,44% 188	7,84% 24	306
Telefoninterview	23,70% 73	68,83% 212	7,47% 23	308
Multimediatdatenbanken	26,19% 66	70,24% 177	3,57% 9	252
Newsletter	21,28% 60	64,89% 183	13,83% 39	282
Eigene Archive	14,62% 44	70,76% 213	14,62% 44	301
Unternehmenswebsites	14,83% 43	76,21% 221	8,97% 26	290
Medienmitteilungen	9,29% 29	76,60% 239	14,10% 44	312
Nachrichtenagenturen	9,82% 28	73,33% 209	16,84% 48	285
Presseportale	7,98% 21	75,67% 199	16,35% 43	263
SMD Schweizer Mediendatenbank	7,98% 21	80,61% 212	11,41% 30	263
Medienkonferenzen	6,27% 19	67,33% 204	26,40% 80	303
Klassische Medien	4,14% 13	83,12% 261	12,74% 40	314

Q8: In welchen sozialen Netzwerken recherchieren Sie?



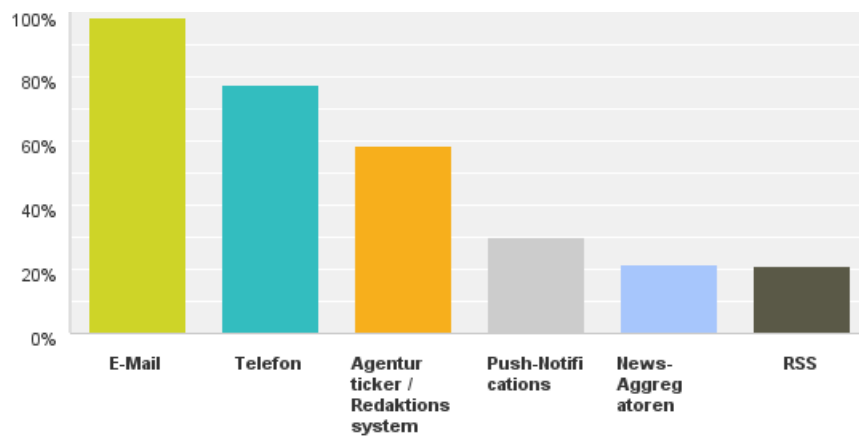
Antwortoptionen	Beantwortungen
Facebook	78,79% 234
Twitter	69,70% 207
YouTube	68,69% 204
LinkedIn	35,02% 104
Google+	30,98% 92
Xing	28,62% 85
Instagram	24,58% 73
Vimeo	11,11% 33
Pinterest	5,39% 16
Periscope	3,37% 10
Slideshare	2,69% 8
Snapchat	2,69% 8
Vine	2,69% 8
Meerkat	0,67% 2
Befragte gesamt: 297	

Q9: Binden Sie Informationen aus sozialen Netzwerken in Ihre Beiträge ein?



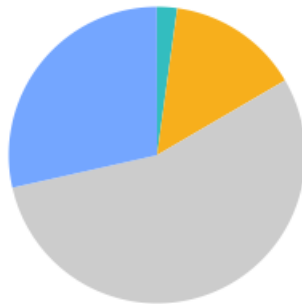
Antwortoptionen	Beantwortungen	
Ja	50,16%	160
Nein	49,84%	159
Gesamt		319

Q10: Über welche Kanäle beziehen Sie Ihre Informationen?



Antwortoptionen	Beantwortungen	
E-Mail	98,74%	314
Telefon	77,67%	247
Agenturticker/ Redaktionssystem	58,49%	186
Push-Notifications	29,87%	95
News-Aggregatoren (wie z.B. TweetDeck, Tame.it, Flipboard, News Republic)	21,70%	69
RSS	21,07%	67
Befragte gesamt: 318		

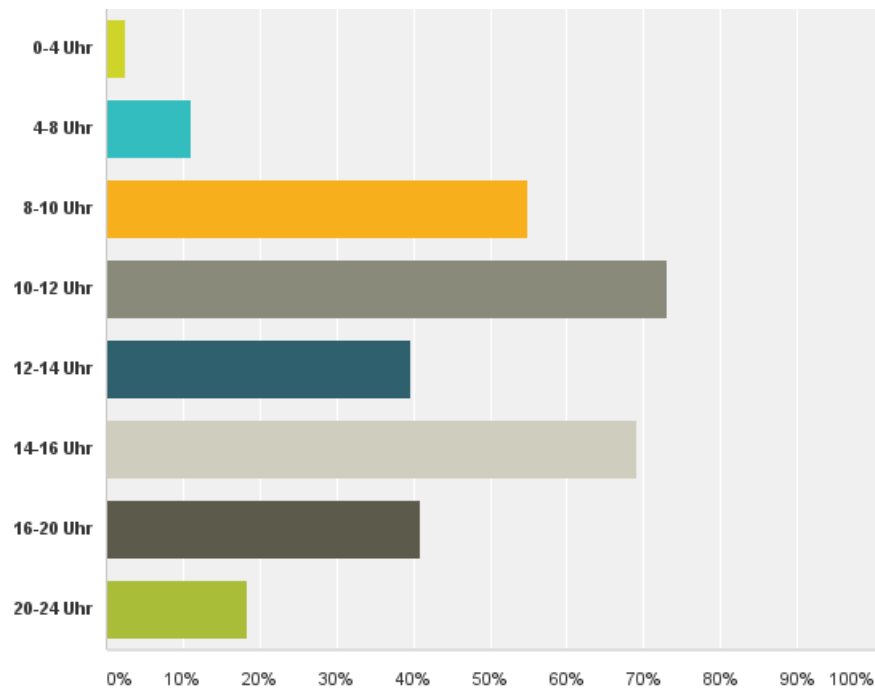
Q11: Wie häufig nutzen Sie Ihr Smartphone / Tablet für die Recherche im Vergleich zum Desktop?



■ 100 Prozent mobil vs. 0 Prozent Desktop ■ 75 Prozent mobil vs. 25 Prozent Desktop
■ 50 Prozent mobil vs. 50 Prozent Desktop ■ 25 Prozent mobil vs. 75 Prozent Desktop
■ 0 Prozent mobil vs. 100 Prozent Desktop

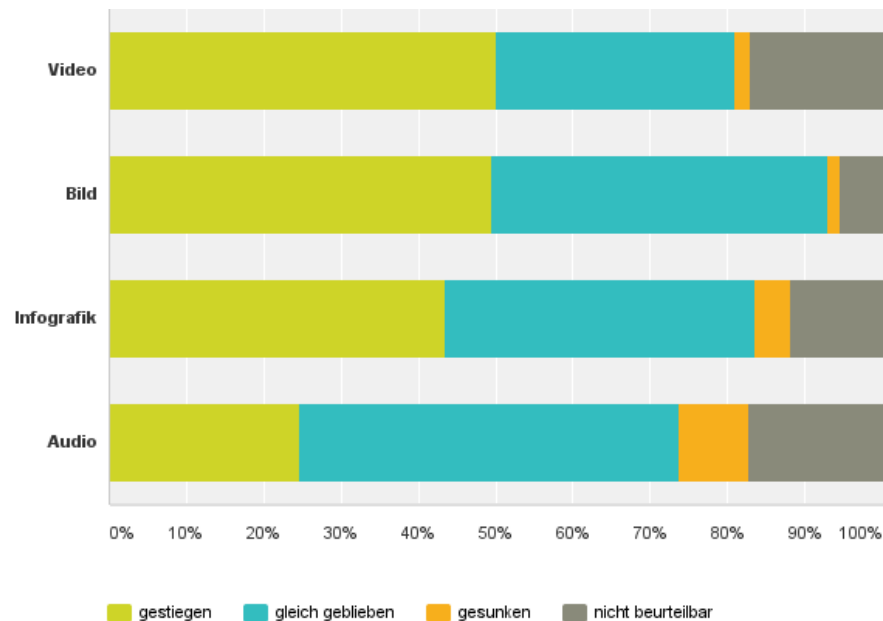
Antwortoptionen	Beantwortungen	
100 Prozent mobil vs. 0 Prozent Desktop	0,00%	0
75 Prozent mobil vs. 25 Prozent Desktop	2,19%	7
50 Prozent mobil vs. 50 Prozent Desktop	14,42%	46
25 Prozent mobil vs. 75 Prozent Desktop	54,86%	175
0 Prozent mobil vs. 100 Prozent Desktop	28,53%	91
Gesamt		319

Q12: Zu welchen Tageszeiten recherchieren Sie besonders intensiv? (Mehrfachnennungen möglich)



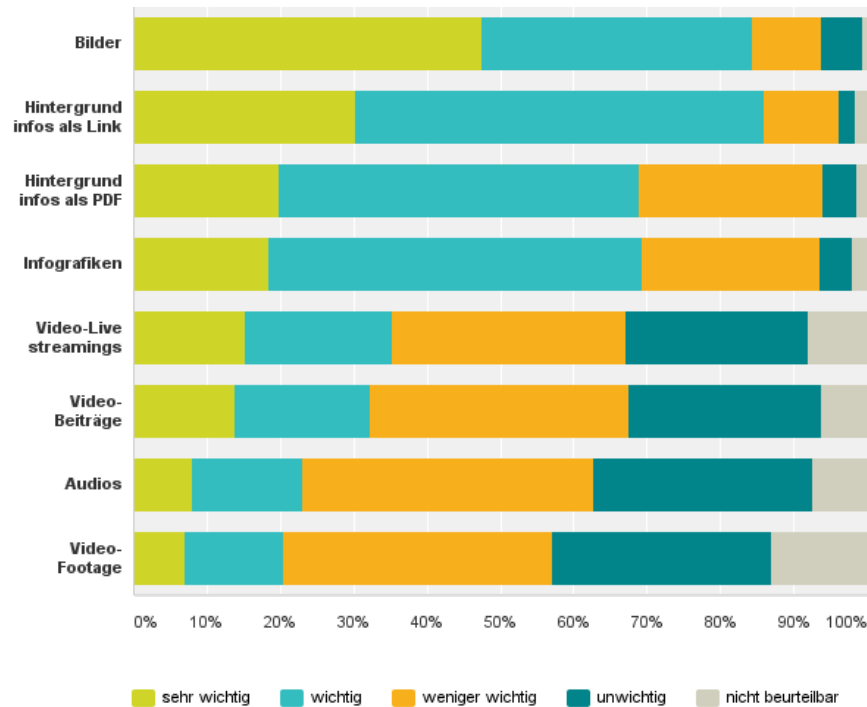
Antwortoptionen	Beantwortungen
0-4 Uhr	2,54% 8
4-8 Uhr	11,11% 35
8-10 Uhr	54,92% 173
10-12 Uhr	73,02% 230
12-14 Uhr	39,68% 125
14-16 Uhr	69,21% 218
16-20 Uhr	40,95% 129
20-24 Uhr	18,41% 58
Befragte gesamt: 315	

Q13: Wie hat sich Ihr Bedarf an multimedialem Material in den letzten zwei Jahren verändert?



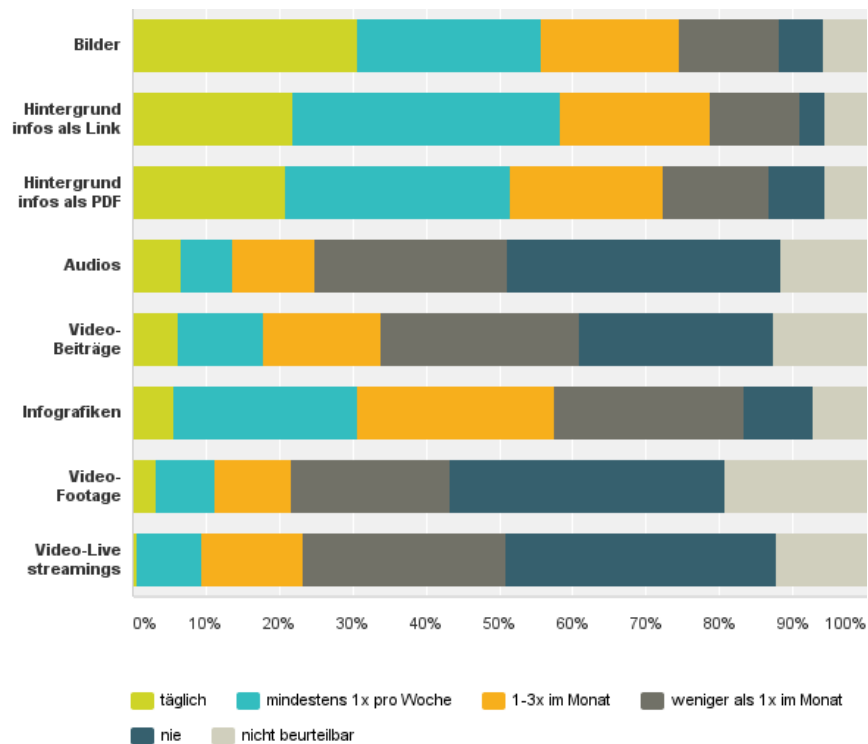
	gestiegen	gleich geblieben	gesunken	nicht beurteilbar	Gesamt
Video	50,17% 150	30,77% 92	2,01% 6	17,06% 51	299
Bild	49,50% 149	43,52% 131	1,66% 5	5,32% 16	301
Infografik	43,43% 129	40,07% 119	4,71% 14	11,78% 35	297
Audio	24,66% 73	48,99% 145	9,12% 27	17,23% 51	296

Q14: Wie wichtig ist Ihnen, dass Medienmitteilungen neben dem Text auch folgende weiterführende Informationen oder multimediales Material enthalten?



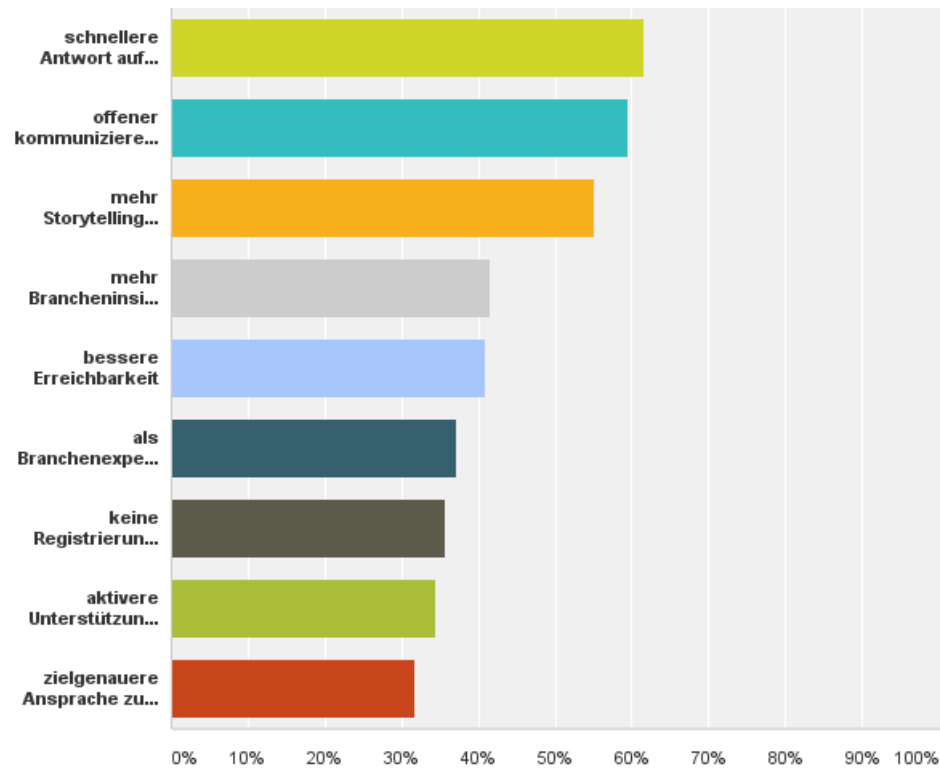
	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig	nicht beurteilbar	Gesamt
Bilder	47,44% 139	36,86% 108	9,56% 28	5,46% 16	0,68% 2	293
Hintergrundinfos als Link	30,27% 89	55,78% 164	10,20% 30	2,04% 6	1,70% 5	294
Hintergrundinfos als PDF	19,86% 57	49,13% 141	25,09% 72	4,53% 13	1,39% 4	287
Infografiken	18,43% 54	50,85% 149	24,23% 71	4,44% 13	2,05% 6	293
Video-Livestreamings (z.B. von Medienkonferenzen oder Veranstaltungen)	15,22% 44	20,07% 58	31,83% 92	24,91% 72	7,96% 23	289
Video-Beiträge	13,84% 40	18,34% 53	35,29% 102	26,30% 76	6,23% 18	289
Audios	8,01% 23	14,98% 43	39,72% 114	29,97% 86	7,32% 21	287
Video-Footage	7,02% 20	13,33% 38	36,84% 105	29,82% 85	12,98% 37	285

Q15: Wie häufig verwenden Sie weiterführende Informationen oder multimediales Material aus Medienmitteilungen für Ihre Arbeit?



	täglich	mindestens 1x pro Woche	1-3x im Monat	weniger als 1x im Monat	nie	nicht beurteilbar	Gesamt
Bilder	30,61% 90	25,17% 74	18,71% 55	13,61% 40	6,12% 18	5,78% 17	294
Hintergrundinfos als Link	21,88% 63	36,46% 105	20,49% 59	12,15% 35	3,47% 10	5,56% 16	288
Hintergrundinfos als PDF	20,76% 60	30,80% 89	20,76% 60	14,53% 42	7,61% 22	5,54% 16	289
Audios	6,64% 19	6,99% 20	11,19% 32	26,22% 75	37,41% 107	11,54% 33	286
Video-Beiträge	6,29% 18	11,54% 33	16,08% 46	26,92% 77	26,57% 76	12,59% 36	286
Infografiken	5,52% 16	25,17% 73	26,90% 78	25,86% 75	9,31% 27	7,24% 21	290
Video-Footage	3,15% 9	8,04% 23	10,49% 30	21,68% 62	37,41% 107	19,23% 55	286
Video-Livestreamings (z.B. von Medienkonferenzen oder Veranstaltungen)	0,70% 2	8,71% 25	13,94% 40	27,53% 79	36,93% 106	12,20% 35	287

Q16: Was ist aus Ihrer Sicht bei der Zusammenarbeit mit Medienstellen zu verbessern?



Antwortoptionen	Beantwortungen
schnellere Antwort auf Anfragen	61,56% 181
offener kommunizieren in Krisen	59,52% 175
mehr Storytelling statt Produkt-PR	55,10% 162
mehr Brancheninsights statt Produkt-PR	41,50% 122
bessere Erreichbarkeit	40,82% 120
als Branchenexperte zur Verfügung stehen	37,07% 109
keine Registrierungsschranken vor Multimediamaterial	35,71% 105
aktivere Unterstützung von Recherchen	34,35% 101
zielgenauere Ansprache zu meinen Themen	31,63% 93
Befragte gesamt: 294	

Fragen unter:
+41 (0)43 960 68 68
sales@newsaktuell.ch