

Medienvertreter im Internet

Studie zu Nutzungsgewohnheiten

mhz. Das Internet hat sich auch bei Schweizer Medienschaffenden als wichtiges Arbeitsinstrument etabliert. Nur gerade knapp 3 Prozent setzen es nie für ihre journalistische Tätigkeit ein. Vier Fünftel surfen hingegen täglich im Netz, 60 Prozent gar mehrmals am Tag. Zu diesen nicht ganz überraschenden Ergebnissen gelangt eine von Bernet PR zusammen mit der Zürcher Hochschule Winterthur durchgeführte Studie,* an der sich 750 Journalistinnen und Journalisten aus der deutschsprachigen Schweiz beteiligten.

Danach nutzen Medienvertreter im Internet hauptsächlich die Angebote von Suchmaschinen, Behörden, News-Portalen und Firmen. NZZ-Online gilt bei den befragten Journalisten als erste Wahl unter den News-Websites; admin.ch, das Angebot der Bundesverwaltung, schneidet in der Kategorie «Organisationen und Unternehmen» am besten ab. Journalisten setzen das Internet in erster Linie als Quelle für Zusatzinformationen ein. Als Ideenlieferant kommt ihm hingegen nur eine untergeordnete Rolle zu. Erstaunlicherweise hat der überwiegende Teil der Antwortenden noch nie einen Artikel aufgrund von Informationen aus dem Netz verfasst.

Wichtigste Funktion des Internets ist die elektronische Post. Nach wie vor wird indes der Stellenwert von persönlichem Gespräch und Telefon für den Kontakt zu Informationslieferanten höher eingeschätzt. Den grössten Nutzen von E-Mail sehen die Befragten im Empfang von Medienmitteilungen. Immerhin gut die Hälfte der Befragten betrachtet E-Mail-Post aber auch als nützliches Instrument für den Kontakt mit der Leserschaft. Eine Mehrheit glaubt nicht, dass das Internet zu einem Anstieg der Qualität journalistischer Produkte geführt hat. Das hängt vielleicht damit zusammen, dass zwei Dritteln der Journalisten der Umgang mit dem neuen Medium nie systematisch vermittelt worden ist.

*Die Studie kann zum Preis von 120 Franken bezogen werden unter: www.bernet.ch.