

Presseinformation

Journalisten veröffentlichen eigene Inhalte in sozialen Medien

- **79 Prozent der Journalisten publizieren in sozialen Netzwerken oder Blogs**
- **Auch große Mehrheit der älteren Medienmacher in sozialen Medien aktiv**

Berlin, 23. Mai 2014

Gut drei Viertel (79 Prozent) aller hauptberuflichen Journalisten in Deutschland verbreiten eigene journalistische Inhalte in sozialen Netzwerken oder Blogs. Das hat eine Umfrage von Bitkom Research im Auftrag von ResponseSource ergeben, bei der 1.344 Journalisten befragt wurden. Danach veröffentlicht fast die Hälfte (49 Prozent) der befragten Journalisten die eigenen Texte, Videos oder Hörfunkbeiträge regelmäßig (immer/häufig) in sozialen Medien und nahezu ein Drittel (30 Prozent) unregelmäßig (gelegentlich/selten). „Soziale Netzwerke und Blogs haben sich zu einem zentralen Instrument für die Verbreitung journalistischer Inhalte im Netz entwickelt“, sagte BITKOM-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. Laut Umfrage publizieren 63 Prozent der befragten Journalisten ihre Arbeitsergebnisse bei Facebook, davon 32 Prozent regelmäßig. Fast die Hälfte (49 Prozent) veröffentlicht eigene Inhalte in Blogs oder Foren, allerdings nur 15 Prozent regelmäßig. 45 Prozent der Befragten verbreiten ihre Erzeugnisse über Twitter (23 Prozent regelmäßig) und 37 Prozent über Google+ (15 Prozent regelmäßig). Ebenfalls 37 Prozent veröffentlichen in dem beruflichen Netzwerk Xing, davon 8 Prozent regelmäßig. 22 Prozent nutzen LinkedIn (3 Prozent regelmäßig).

Jüngere Journalisten nutzen soziale Netzwerke und Blogs etwas häufiger als Medium zur Verbreitung von Inhalten als ihre älteren Kollegen. Allerdings sind die Unterschiede nicht gravierend. 87 Prozent der unter 35-Jährigen veröffentlichen ihre journalistischen Erzeugnisse in sozialen Medien, in der Altersgruppe von 35 bis 45 Jahre sind es 85 Prozent. Nur geringfügig unter dem Durchschnitt liegen die 46- bis 55-Jährigen mit 76 Prozent. Und auch in der Altersklasse zwischen 55 und 65 Jahren publizieren 75 Prozent ihre Inhalte in den sozialen Medien.

Die komplette Studie „Medienmacher 2014 – Recherche, Qualitätsanspruch und Finanzierung im digitalen Alltag“ wird am 27. Mai 2014 im Presseclub München vorgestellt. Anmeldungen bitte an maria.irchenhauser@dwpub.com.

Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation und
neue Medien e.V.

Albrechtstraße 10
10117 Berlin
Tel.: +49.30.27576-0
Fax: +49.30.27576-400
bitkom@bitkom.org
www.bitkom.org

Ansprechpartner

Maurice Shahd
Pressesprecher
Tel. +49.30.27576-114
m.shahd@bitkom.org

Franz Grimm
Projektmanager
Bitkom Research
Tel. +49.30.27576-560
f.grimm@bitkom-
research.de

Präsident

Prof. Dieter Kempf

Hauptgeschäftsführer

Dr. Bernhard Rohleder

Presseinformation

Journalisten veröffentlichen eigene Inhalte in sozialen Medien

Seite 2

Hinweis zur Methodik: Im Rahmen der Studie „Medienmacher 2014 – Recherche, Qualitätsanspruch und Finanzierung im digitalen Alltag“ sind im Auftrag der Rechercheplattform [ResponseSource](#) 1.344 Journalisten befragt worden. Für die Durchführung war Bitkom Research verantwortlich.

Der BITKOM vertritt mehr als 2.100 Unternehmen, davon über 1.300 Direktmitglieder mit 140 Milliarden Euro Umsatz und 700.000 Beschäftigten. 900 Mittelständler, mehr als 200 Start-ups und nahezu alle Global Player werden durch BITKOM repräsentiert. Hierzu zählen Anbieter von Software & IT-Services, Telekommunikations- und Internetdiensten, Hersteller von Hardware und Consumer Electronics sowie Unternehmen der digitalen Medien und der Netzwirtschaft.