

# Tabellenband zur Journalistenbefragung beim *Freitag*

---

Dieser Tabellenband dokumentiert Auswertungen einer Befragung unter Redaktionsangehörigen des *Freitag / freitag.de*, die im Rahmen des Projekts „Die (Wieder-)Entdeckung des Publikums“ (DFG-Förderung LO 853/4-1) am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung durchgeführt wurde. Weitere Informationen finden Sie unter <http://jpub20.hans-bredow-institut.de>.

## Inhaltsverzeichnis

1	Verlauf der Umfrage .....	2
2	Fokus der Tätigkeit .....	3
3	Bezugspublikum.....	3
4	Social-Media-Nutzer .....	3
5	Informationen über Publikum .....	3
6	Kontakt zum Publikum.....	5
7	Bedeutung von Social-Media-Angeboten.....	6
8	Rollenselbstverständnis.....	7
9	Motive für Publikumsbeteiligung .....	9
10	Publikumsbild .....	10
11	Erwartungserwartungen in Bezug auf Beteiligung .....	10
12	Allgemeine Einschätzungen und Einstellungen zur Publikumsbeteiligung .....	12
13	Berufliche Erfahrung und Tätigkeitskontext.....	13
14	Anteile Arbeitszeiten für versch. Tätigkeiten .....	14
15	Dauer journalistische Tätigkeit allgemein und beim <i>Freitag</i> .....	15
16	Soziodemographie .....	15
17	Offene Kommentare.....	15

## 1 Verlauf der Umfrage

Der Fragebogen war vom 17. September 2013 bis zum 21. Oktober im Feld. Zu Beginn erfolgte durch die Redaktionsleitung per E-Mail ein Hinweis auf die Umfrage mit Bitte um Teilnahme, am 10.10. wurden die Redaktionsmitglieder noch einmal auf der Wochenkonferenz mündlich von der Redaktionsleitung zur Teilnahme aufgerufen. Die E-Mail ging an ca. 20 Personen. Insgesamt wurde der Fragebogen 37 Mal begonnen. Zehn Personen, die zumindest bis Frage 7 des Fragebogens teilnahmen, wurden in die Analyse aufgenommen (vgl. Tab. 1).

Tab. 1: Rücklaufquoten

	Anzahl	Anteil aller Angeschriebenen	Anteil aller Teilnehmer
Grundgesamtheit	20 <sup>1</sup>	100%	
Fragebogen begonnen	(37) <sup>2</sup>	+100% <sup>2</sup>	+100%
Fragebogen bis Frage 7 ausgefüllt	12	60%	32% <sup>2</sup>
Fragebogen beendet	10	50%	27% <sup>2</sup>
In Analyse aufgenommen	10	50%	27% <sup>2</sup>

<sup>1</sup> Laut Impressum besteht die Redaktion aus 15 Personen, hinzu kommen 5 Personen im sog. Art Department. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass auch weitere Mitarbeiter (redaktionelle Übersetzer, Projektmanagement, Hospitant, Redaktionsassistent, Anzeigenleitung; insg. 8 Personen laut Impressum) auf die Umfrage aufmerksam (gemacht) wurden.

<sup>2</sup> Offensichtlich haben einige Mitarbeiter die Umfrage mehrfach begonnen.

Die Befragten benötigten im Durchschnitt ca. 17 Minuten für die Bearbeitung des Fragebogens (Std.abw. 8,2 Minuten).

Die dokumentierten Auswertungen enthalten für jede Frage zumindest die einfache Häufigkeitstabelle, wobei aufgrund der geringen Fallzahl i. d. R. keine Prozentwerte, sondern absolute Werte ausgewiesen sind.

## 2 Fokus der Tätigkeit

Frage 1: Für welchen redaktionellen Bereich des *Freitag* sind Sie überwiegend tätig, d. h. in welchem redaktionellen Bereich verbringen Sie den Großteil Ihrer Arbeitszeit?

n=10	Häufigkeit	Prozent
Überwiegend Print	5	50,0
Überwiegend Online	3	30,0
Beide Bereiche zu etwa gleichen Teilen	2	20,0
Gesamt	10	100,0

## 3 Bezugspublikum

Frage 2: Und zunächst einmal ganz allgemein gefragt: An welchem Publikum orientieren Sie sich in Ihrer alltäglichen journalistischen Arbeit hauptsächlich?

(\*) Hinweis: Personen, die sich eher an den Lesern orientieren, bekamen im Verlauf des Fragebogens an den gelb markierten Stellen den Begriff „Leser“ bzw. „Freitag“ eingeblendet. Personen, die sich an den Nutzern von *freitag.de* oder der Social-Media-Auftritte orientieren, bekamen den Begriff „Nutzer“ bzw. „freitag.de“ eingeblendet.

n=10	Häufigkeit	Prozent
An den Leser/-innen des <i>Freitag</i>	5	50,0
An den Nutzer/-innen von <i>freitag.de</i>	3	30,0
An den Nutzer/-innen der Social-Media-Auftritte des <i>Freitag</i> ( <i>Facebook, Twitter, Google+, YouTube</i> )	2	20,0
Gesamt	10	100,0

## 4 Social-Media-Nutzer

Frage 3: Nutzen Sie zumindest gelegentlich partizipative Angebote des *Freitag* (z. B. die Community bzw. Blogs auf *freitag.de*, *Facebook*-Seite oder *Twitter*-Account des *Freitag*), egal ob aktiv oder eher beobachtend?

n=10	Häufigkeit	Prozent
Ja	10	100,0
Nein	0	0,0
Gesamt	63	100,0

## 5 Informationen über Publikum

Frage 4: Anhand welcher Quellen informieren Sie sich über Ihr Publikum? (Mehrfachantworten)

n=10	Anzahl	Prozent der Befragten
Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion	6	60,0
Persönliche Begegnungen mit Lesern bzw. Nutzern	4	40,0
Verkaufszahlen der Print-Ausgabe	2	20,0
Ergebnisse der Markt- und Medienforschung	1	10,0
Bewertungen und Kommentare zum <i>Freitag</i> auf Social-Media-Angeboten (z. B. <i>Facebook, Twitter, Google+, Weblogs</i> )	6	60,0
Beiträge von Lesern bzw. Nutzern, die in der gedruckten Ausgabe des <i>Freitag</i> erscheinen	4	40,0
Berichte der Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure in den Redaktionskonferenzen	8	80,0

Gespräche mit Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteuren außerhalb der Redaktionskonferenzen	6	60,0
Gespräche mit Kollegen, die keine Social-Media-Verantwortlichen bzw. Community-Redakteure sind	2	20,0
Zugriffstatistiken der <i>Freitag</i> -Angebote auf Social-Media-Plattformen wie <i>Facebook</i> , <i>Twitter</i> , <i>YouTube</i> oder <i>Google+</i>	2	20,0
Zugriffstatistiken von <i>freitag.de</i>	3	30,0
Blog-Beiträge von Community-Mitgliedern auf <i>freitag.de</i>	8	80,0
Kommentare zu Ihren eigenen Blog-Beiträgen auf <i>freitag.de</i>	8	80,0
Kommentare zu Artikeln auf <i>freitag.de</i>	9	90,0
Andere Quellen	0	0

Offene Antworten:

-

### 5.1 Anzahl genutzter Quellen

Für diese Variable wurde aufsummiert, wie viele der in Frage 5 vorgegebenen Quellen die Befragten jeweils nutzen.

n=10	Mittelwert	Standardabweichung
Alle Befragten	6,90	2,378

## 6 Kontakt zum Publikum

Frage 5: Und wie häufig stehen Sie in Ihrer alltäglichen Arbeit aus einem der folgenden Gründe mit Ihrem Publikum in Kontakt (z. B. über Telefon, E-Mail, in Kommentarbereichen, über die Redaktion usw.)?

n=9-10	Nie	Weniger als 1 mal pro Woche	1 bis 2 mal pro Woche	3 bis 4 mal pro Woche	Täglich	Mittelwert	Std.abw.
Um (Entscheidungs-) Prozesse in der Redaktion zu erklären.	5	2	2	1	0	1,90	1,101
Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen.	7	3	0	0	0	1,30	0,483
Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen.	2	6	2	0	0	2,00	0,667
Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.).	1	6	1	0	2	2,60	1,350
Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. <i>YouTube</i> -Videos, externe Webseiten usw.).	1	6	1	1	1	2,50	1,179
Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen.	6	2	1	0	1	1,80	1,317
Um mit den Lesern/ Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen.	1	3	2	2	2	3,10	1,370
Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden.	7	0	0	1	1	1,78	1,563
Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen.	1	4	2	1	2	2,90	1,370
Um Diskussionen zwischen den Lesern/Nutzern zu moderieren.	4	3	1	0	2	2,30	1,567

## 7 Bedeutung von Social-Media-Angeboten

Frage 6: Social-Media-Angebote lassen sich beim journalistischen Arbeiten ja in ganz unterschiedlicher Weise und zu unterschiedlichen Zwecken einsetzen. Hier interessiert uns Ihre Einschätzung der partizipativen Angebote des *Freitag* (z. B. der Community auf *freitag.de*, der Facebook-Seite des *Freitag* oder des Twitter-Accounts). Welchen Stellenwert haben diese für bestimmte Facetten Ihrer alltäglichen Arbeit?

Ich nutze die partizipativen Angebote des *Freitag*, ...

Hinweis: Frage wurde nur den Befragten angezeigt, die in Frage 3 angegeben haben, die Social-Media-Angebote zu nutzen

n=9-10	Trifft überhaupt nicht zu	... weniger	... teils/teils	... eher	... voll und ganz	Mittelwert	Std.abw.
um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt.	1	2	4	3	0	2,90	0,994
um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen.	5	3	2	0	0	1,70	0,823
um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht.	0	5	2	3	0	2,80	0,919
um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren.	3	4	0	2	0	2,11	1,167
um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte.	6	2	1	1	0	1,70	1,059
um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht.	2	5	0	3	0	2,40	1,174
um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen.	3	4	2	0	1	2,20	1,229
um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten.	0	1	4	2	3	3,70	1,059
um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten.	1	2	2	4	1	3,20	1,229
um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren.	1	0	3	2	4	3,80	1,317
um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten.	0	2	0	4	4	4,00	1,155
um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind.	1	1	1	3	4	3,80	1,398

## 8 Rollenselbstverständnis

### 8.1 Allgemeine Auswertung

Frage 7: Im Folgenden geht es darum, wie man sich in seinem Beruf als Journalist verstehen kann, welche Ziele man mit seiner beruflichen Arbeit erreichen möchte. Es geht also immer um die Frage: Worum geht es Ihnen ganz persönlich in Ihrem Beruf?  
In meinem Beruf geht es mir darum, ...

n=8-10	Stimme überhaupt nicht zu	... weniger	... teils/teils	... überwiegend	... voll & ganz	Weiß nicht	MW (*)	Std.abw. (*)
dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	0	0	3	4	3	0	4,00	0,816
das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	0	3	4	2	1	0	3,10	0,994
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	0	1	3	4	2	0	3,70	0,949
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.	3	1	2	3	1	0	2,80	1,476
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	0	0	1	4	5	0	4,40	0,699
Kritik an Missständen zu üben.	0	1	0	0	9	0	4,70	0,949
positive Ideale zu vermitteln.	0	1	3	3	2	1	3,67	1,00
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	3	6	1	0	0	0	1,80	0,632
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	1	4	3	2	0	0	2,60	0,966
neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	0	1	1	3	5	0	4,20	1,033
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	0	3	4	2	1	0	3,10	0,994
mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	0	2	6	1	1	0	3,10	0,876
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	4	0	1	1	2	2	2,63	1,847
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	0	3	3	2	2	0	3,30	1,160
den Lesern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	4	2	2	2	0	0	2,20	1,229
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	0	3	3	1	3	0	3,40	1,265
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	0	2	3	4	1	0	3,40	0,966
den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	0	1	1	3	4	0	4,11	1,054
Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	1	1	4	3	1	0	3,20	1,135

(\*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet

## 8.2 Kontrast mit JouriD-Daten

Zwölf der abgefragten Aussagen wurden aus der Studie „Journalismus in Deutschland“ (JouriD)<sup>1</sup> übernommen, sodass ein direkter Kontrast mit den repräsentativen Daten dieser Befragung, die 2005 zum letzten Mal durchgeführt wurde, möglich ist.

### 8.2.1 Mittelwert

	JouriD 2005	#jpub20	Differenz
Dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	2,60	4,00	-1,40
Das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	4,41	3,10	1,31
Das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	nicht erh.	3,70	.
Die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.	2,46	2,80	-0,34
Komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	4,13	4,40	-0,27
Kritik an Missständen zu üben.	3,63	4,70	-1,07
Positive Ideale zu vermitteln.	3,20	3,67	-0,47
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	3,25	1,80	1,45
Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	3,13	2,60	0,53
Neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	3,36	4,20	-0,84
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	4,02	3,10	0,92
Mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	3,63	3,10	0,53
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	nicht erh.	2,63	.
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	2,97	3,30	-0,33
Den Lesern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	nicht erh.	2,20	.
In einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	nicht erh.	3,40	.
Eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	nicht erh.	3,40	.
Den Lesern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	nicht erh.	4,11	.
Diskussionen unter den Lesern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	nicht erh.	3,20	.

(\*) Umgepolte Werte; für beide Studien gilt: Niedrige Werte Ablehnung; hohe Werte Zustimmung

<sup>1</sup> Siehe Weischenberg, S. / Malik, M. / Scholl, A. (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz.



## 9 Motive für Publikumsbeteiligung

Frage 8: Leser/Nutzer, die sich zu Wort melden (z. B. als Reaktion auf eine Sendung oder einzelne Beiträge) oder sich auf andere Art und Weise an den Angeboten des *Freitag* beteiligen, verfolgen damit bestimmte Ziele. Wir haben eine Reihe von möglichen Erklärungen aufgelistet; was glauben Sie, aus welchen Gründen beteiligen sich Leser/Nutzer am Angebot des *Freitag*?

Ich denke, die Leser/Nutzer...

n=9-10	Trifft überhaupt nicht zu	... weniger	... teils/teils	... überwiegend	... voll & ganz	Weiß nicht	Mittelwert (*)	Std.Abw. (*)
möchten sich selbst darstellen.	0	1	3	4	2	0	3,70	0,949
suchen Hilfe bei einem Problem.	0	5	4	1	0	0	2,60	0,699
möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben.	0	0	2	5	3	0	4,10	0,738
möchten öffentlich ihre Meinung äußern.	0	0	1	2	7	0	4,60	0,699
möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen.	2	3	3	2	0	0	2,50	1,080
beteiligen sich aus Langeweile.	3	3	2	1	0	0	2,11	1,054
möchten aus ihrer passiven Leserrolle heraustreten.	0	0	2	3	5	0	4,30	0,823
möchten einfach mal „Dampf ablassen“.	0	2	5	0	3	0	3,40	1,174
möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen.	0	2	2	4	1	0	3,44	1,014
möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Lesern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern.	0	0	3	7	0	0	3,70	0,483
fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig.	0	0	2	6	2	0	4,00	0,667
möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen.	0	3	7	0	0	0	2,70	0,483
möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen.	0	3	2	4	0	1	3,11	0,928
möchten ein Thema in den <i>Freitag</i> einbringen, das ihnen wichtig ist.	0	0	2	2	6	0	4,40	0,843
möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen.	0	0	7	2	1	0	3,40	0,699

(\*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet

## 10 Publikumsbild

Frage 9: Noch eine weitere Frage zum Publikum, das Sie mit Ihrer Arbeit erreichen. Wir haben verschiedene Bezeichnungen und Rollen zusammengestellt, mit denen man das Publikum charakterisieren kann.

n=7-9	Trifft überhaupt nicht zu	... weniger	... teils/teils	... eher	... voll & ganz	k.A	MW (*)	Std.abw. (*)
Passive Leser	0	2	5	2	0	0	3,00	0,707
Feedback-Geber und Kritiker meiner journalist. Arbeit	0	0	3	3	3	0	4,00	0,866
Kommentatoren	0	0	2	4	3	0	4,11	0,782
Themenlieferanten	0	4	4	1	0	0	2,67	0,707
Content-Produzenten	1	0	5	2	1	0	3,22	1,093
Mitgestalter	0	4	1	3	0	0	2,88	0,991
Diskussionspartner	0	0	2	6	1	0	3,89	0,601
Spezialisten, Experten	0	3	5	1	0	0	2,78	0,667
(Augen-)Zeugen	1	5	2	0	0	1	2,13	0,641
Verbreiter journalistischer Beiträge	0	3	5	1	0	0	2,78	0,667
Rat- und Hilfesuchende	1	5	3	0	0	0	2,22	0,667
Schützlinge, Klienten	3	3	1	0	0	2	1,71	0,756
Unterhaltungssuchende	1	2	4	2	0	0	2,78	0,972
Staatsbürger, Wähler	0	3	1	1	3	1	3,50	1,414
Adressaten von Werbung	2	4	2	0	0	1	2,00	0,756

(\*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet

## 11 Erwartungserwartungen in Bezug auf Beteiligung

Frage 10: Im folgenden Abschnitt interessiert uns, wie Sie die Erwartungen Ihres Publikums an die Angebote des *Freitag*/von *freitag.de* einschätzen. Wir bitten Sie also, sich in Ihr Publikum "hineinzudenken".

Für meine Leser/Nutzer ist es meiner Ansicht nach unwichtig/wichtig, dass..

n=8-9	Völlig unwichtig	Weniger wichtig	Teils/teils wichtig	Eher wichtig	Sehr wichtig	Weiß nicht	Mittelwert (*)	Std.abw. (*)
sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können.	0	0	0	2	7	0	4,78	0,441
sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Lesern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	0	1	2	3	3	0	3,89	1,054
sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können.	0	2	1	2	4	0	3,89	1,269
sie ihre Verbundenheit mit dem <i>Freitag</i> nach außen zeigen können.	0	1	5	2	0	1	3,13	0,641
sie mit anderen Lesern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können.	0	0	2	3	4	0	4,22	0,833
sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können.	0	0	0	3	6	0	4,67	0,500

die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung des <i>Freitag</i> bereitstellt (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.).	0	0	0	3	6	0	4,67	0,500
sie von den Journalisten ernst genommen werden.	0	0	0	2	7	0	4,78	0,441
sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können.	0	0	2	3	4	0	4,22	0,833
sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können.	0	1	3	4	1	0	3,56	0,882
die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden.	0	2	3	2	2	0	3,44	1,130
sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten.	0	3	2	1	3	0	3,44	1,333
sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen.	0	3	3	2	1	0	3,11	1,054
die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist.	0	0	3	2	3	1	4,00	0,926
sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können.	0	0	5	3	0	1	3,38	0,518

(\*) ohne „Weiß nicht / kann ich nicht sagen“ berechnet

## 12 Allgemeine Einschätzungen und Einstellungen zur Publikumsbeteiligung

Frage 11: Wir nähern uns dem Ende des Fragebogens. Gerne möchten wir nun Ihre Meinung zu den verschiedenen Möglichkeiten der Publikumsbeteiligung noch etwas genauer kennen lernen.

n=9	Stimme					MW	Std.abw.
	gar nicht zu	... weniger	... teils/teils	... überwiegend	... voll und ganz		
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil des <i>Freitag</i> .	0	0	2	3	4	4,22	0,833
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	4	3	1	1	0	1,89	1,054
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	0	0	2	2	5	4,33	0,866
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten.	0	0	4	2	3	3,89	0,928
Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung.	2	1	2	3	1	3,00	1,414
Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung beim <i>Freitag</i> beigemessen wird, ist zu hoch.	4	4	0	1	0	1,78	0,972
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	1	3	3	2	0	2,67	1,000
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	1	0	1	1	6	4,22	1,394
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	1	1	5	2	0	2,89	0,928
Die Publikumsbeteiligung macht den <i>Freitag</i> glaubwürdiger.	0	3	2	1	3	3,44	1,333
Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen.	0	2	3	3	1	3,33	1,000
Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen.	0	1	1	4	3	4,00	1,000
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	0	2	3	3	1	3,33	1,000
Mit Publikumsbeteiligung wird die Leserbindung erhöht.	0	0	0	4	5	4,56	0,527

### 13 Berufliche Erfahrung und Tätigkeitskontext

Frage 12: Wie ist Ihre berufliche Position? (Mehrfachantworten möglich)

n=9	Ja
Redaktionsleitung	1
Verantwortliche/- Redakteur/-in oder CvD	1
Redakteur/-in	6
Community- oder Social-Media-Redakteur	2
Feste/-r freie/r Mitarbeiter/-in	2
Freie/-r Mitarbeiter/-in	0
Etwas anderes, und zwar:	1

Offene Antworten:

- Praktikant

Frage 13: An welcher der folgenden Formate arbeiten Sie mit? (Mehrfachantworten möglich)

n=9	Ja
Politik	5
Community	3
Kultur	3
Alltag	2
Grafik/Art Department	0
ein anderes, und zwar:	1

Offene Antworten:

- Online

## 14 Anteile Arbeitszeiten für versch. Tätigkeiten

Frage 14: Wenn Sie an einen typischen Arbeitstag denken: Wie verteilt sich Ihre Arbeitszeit auf unterschiedliche Tätigkeitsfelder? Sollten sich diese von Tag zu Tag stark unterscheiden, zum Beispiel weil Sie je nach Schicht ganz bestimmte Tätigkeiten übernehmen, versuchen Sie bitte eine ungefähre Einschätzung über Ihre gesamte Arbeitszeit hinweg.

[Skala reichte von 0% bis 100%, abgestuft in 5er Schritten]

(A) Anteil der Arbeitszeit für organisatorische, koordinierende und verwaltende Tätigkeiten (z. B. strategische Ausrichtung oder Ressourcenplanung)

n=9	
MW	27,22 %
Median	25,00 %
SD	15,83 %-Punkte
Minimum	5,0 %
Maximum	55,00 %

(B) journalistische Tätigkeiten (z. B. Recherche, Verfassen und Redigieren von Beiträgen, Drehen von Filmmaterial, Schneiden und Produktion von Beiträgen etc.)

n=9	
MW	55,56 %
Median	65,00 %
SD	24,04 %-Punkte
Minimum	15,00 %
Maximum	80,00 %

(C) Kontakt mit dem Publikum (z. B. Lesen von Kommentaren auf *freitag.de* oder dem *Facebook*-Profil des *Freitag*, Diskussion mit Lesern/Nutzern usw.)

n=9	
MW	17,22 %
Median	15,00 %
SD	10,03 %-Punkte
Minimum	5,00 %
Maximum	30,00 %

## 15 Dauer journalistische Tätigkeit allgemein und beim *Freitag*

Frage 15: In welchem Jahr haben Sie angefangen, journalistisch tätig zu sein?

n=9	Häufigkeit	Prozent
Keine Angabe	0	0,00
1985	1	11,1
1990	1	11,1
1992	1	11,1
2003	1	11,1
2004	1	11,1
2007	1	11,1
2008	2	22,2
2012	1	11,1
Gesamt	9	100,0

Im Durchschnitt sind die Befragten seit 12 Jahren (Std.abw. 9,53) journalistisch tätig.

Frage 16: Und in welchem Jahr haben Sie angefangen, für den *Freitag* zu arbeiten?

n=9	Häufigkeit	Prozent
Keine Angabe	0	0,0
1990	2	22,2
2008	1	11,1
2009	2	22,2
2010	2	22,2
2012	1	11,1
2013	1	11,1
Gesamt	9	100,0

Im Durchschnitt sind die Befragten seit 7,33 Jahren (Std.abw. 9,01) beim *Freitag* tätig.

## 16 Soziodemographie

Frage 17: Sind Sie... ?

n=9	Häufigkeit	Prozent
Keine Angabe	0	0,0
Weiblich	4	44,4
Männlich	5	55,6
Gesamt	9	100,0

Frage 18: Wie alt sind Sie?

Das Durchschnittsalter beträgt 39,00 Jahre (Std.Abw. 15,141).

## 17 Offene Kommentare

Frage 19: Gibt es noch etwas, das Sie uns zum Thema "Journalismus und sein Publikum" mitteilen möchten? [Kommentarfeld]

- „Journalismus, der sich selbst genügt, ist ... . Das entsprechende Publikum auch.“