

MARKETAGENT.COM

WISSEN WAS BEWEGT



# Die Relevanz des Datenjournalismus in der täglichen journalistischen Arbeit



Donau-Universität Krems  
Universität für Weiterbildung

Thomas Schwabl | Michael Roither  
Wien, am 3. Oktober 2012



## Umfrage-Basics | Studiensteckbrief:

---

- \_ **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- \_ **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- \_ **Respondenten:** JournalistInnen aus Österreich, Deutschland & der Schweiz
- \_ **Sample-Größe:** n = 1.164 Netto-Interviews
- \_ **Erhebungszeitraum:** 13.09.2012 – 24.09.2012
- \_ **Screening:** Bezug von Einkommen aus journalistischer Tätigkeit
- \_ **Grundgesamtheit:** JournalistInnen aus Österreich, Deutschland & der Schweiz
- \_ **Umfang:** 41 offene/geschlossene Fragen
- \_ **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Judith Leutgeb
- \_ **Kontakt:** j.leutgeb@marketagent.com



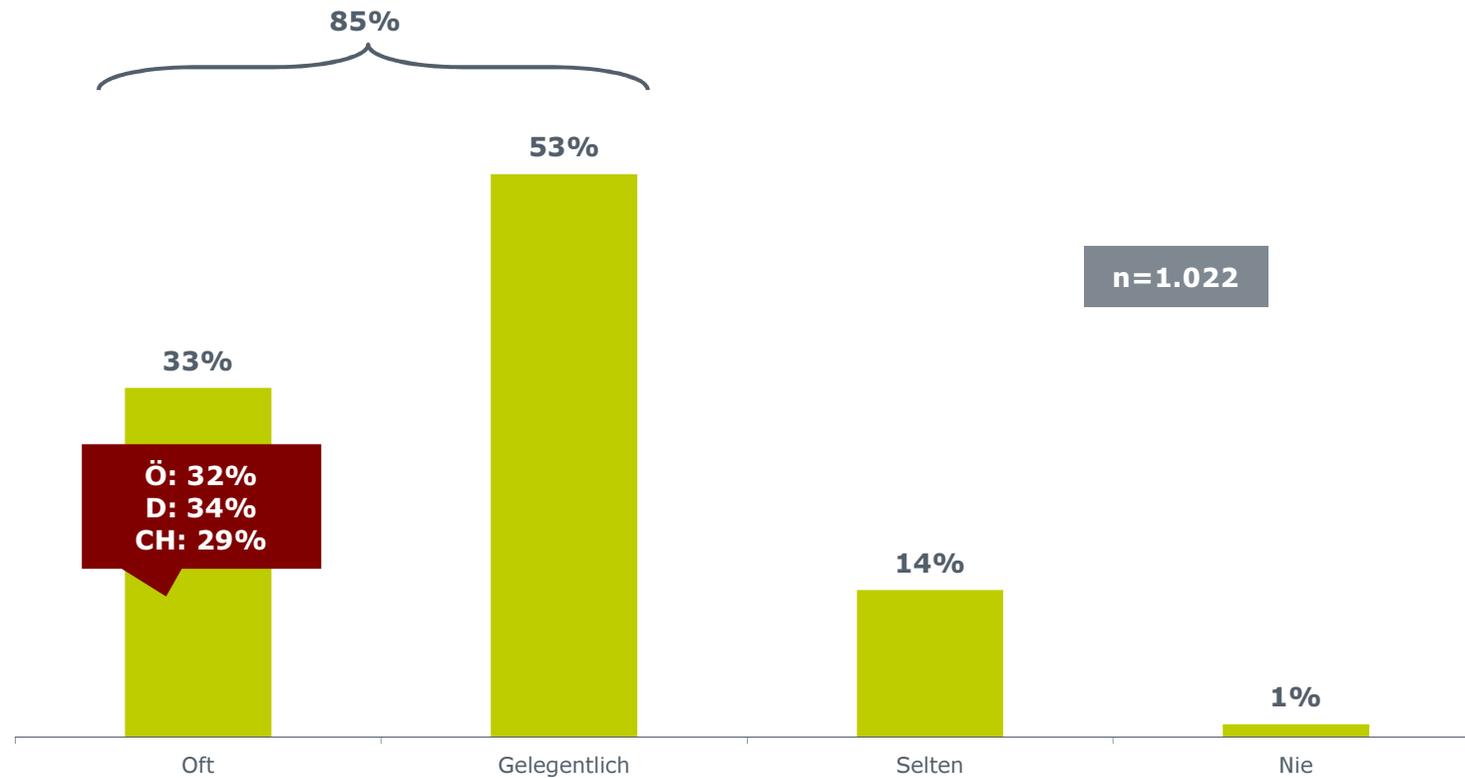
## Zusammensetzung des Samples in der Kernzielgruppe:

| Basis                           | n=1.022 | Basis                                      | n=1.022 |
|---------------------------------|---------|--|---------|
| <b>Geschlecht</b>               |         | <b>Angestellter vs. Freier Mitarbeiter</b> |         |
| Männlich                        | 65%     | Fest angestellt                            | 63%     |
| Weiblich                        | 35%     | PauschalistIn                              | 2%      |
| <b>Alter</b>                    |         | "Fixe/r freie/r" MitarbeiterIn             | 11%     |
| Jünger als 20 Jahre             | 0%      | Freie/r MitarbeiterIn                      | 18%     |
| 20 bis 29 Jahre                 | 6%      | Sonstiges                                  | 6%      |
| 30 bis 39 Jahre                 | 18%     | <b>Zuständige Ressorts</b>                 |         |
| 40 bis 49 Jahre                 | 32%     | Chronik                                    | 1%      |
| 50 bis 59 Jahre                 | 29%     | Innenpolitik                               | 6%      |
| Älter als 59 Jahre              | 14%     | Außenpolitik                               | 2%      |
| <b>Land</b>                     |         | Wirtschaft                                 | 14%     |
| Österreich                      | 23%     | Kultur                                     | 6%      |
| Deutschland                     | 65%     | Lifestyle/Gesellschaft                     | 6%      |
| Schweiz                         | 11%     | Sport                                      | 7%      |
| Sonstige Staaten                | 1%      | Feuilleton                                 | 2%      |
| <b>Als Journalist tätig ...</b> |         | Motor                                      | 2%      |
| seit bis zu 1 Jahr              | 1%      | Karriere                                   | 1%      |
| seit bis zu 5 Jahren            | 10%     | Bildung                                    | 2%      |
| seit bis zu 10 Jahren           | 16%     | Immobilien/Wohnen                          | 2%      |
| seit bis zu 20 Jahren           | 34%     | Wissenschaft                               | 10%     |
| seit bis zu 30 Jahren           | 27%     | Lokales/Regionales                         | 18%     |
| sänger                          | 12%     | Sonstiges                                  | 21%     |
| <b>Medium</b>                   |         | <b>General vs. Special Interest</b>        |         |
| Print                           | 78%     | General Interest                           | 45%     |
| Fernsehen                       | 10%     | Special Interest                           | 46%     |
| Radio                           | 12%     | Nachrichtenagentur                         | 3%      |
| Online                          | 37%     | Sonstiges                                  | 6%      |
| Andere                          | 4%      |  |         |



# 85 Prozent der befragten Journalisten verwenden oft bzw. gelegentlich aufbereitetes Datenmaterial

Verwendungshäufigkeit von aufbereitetem Datenmaterial

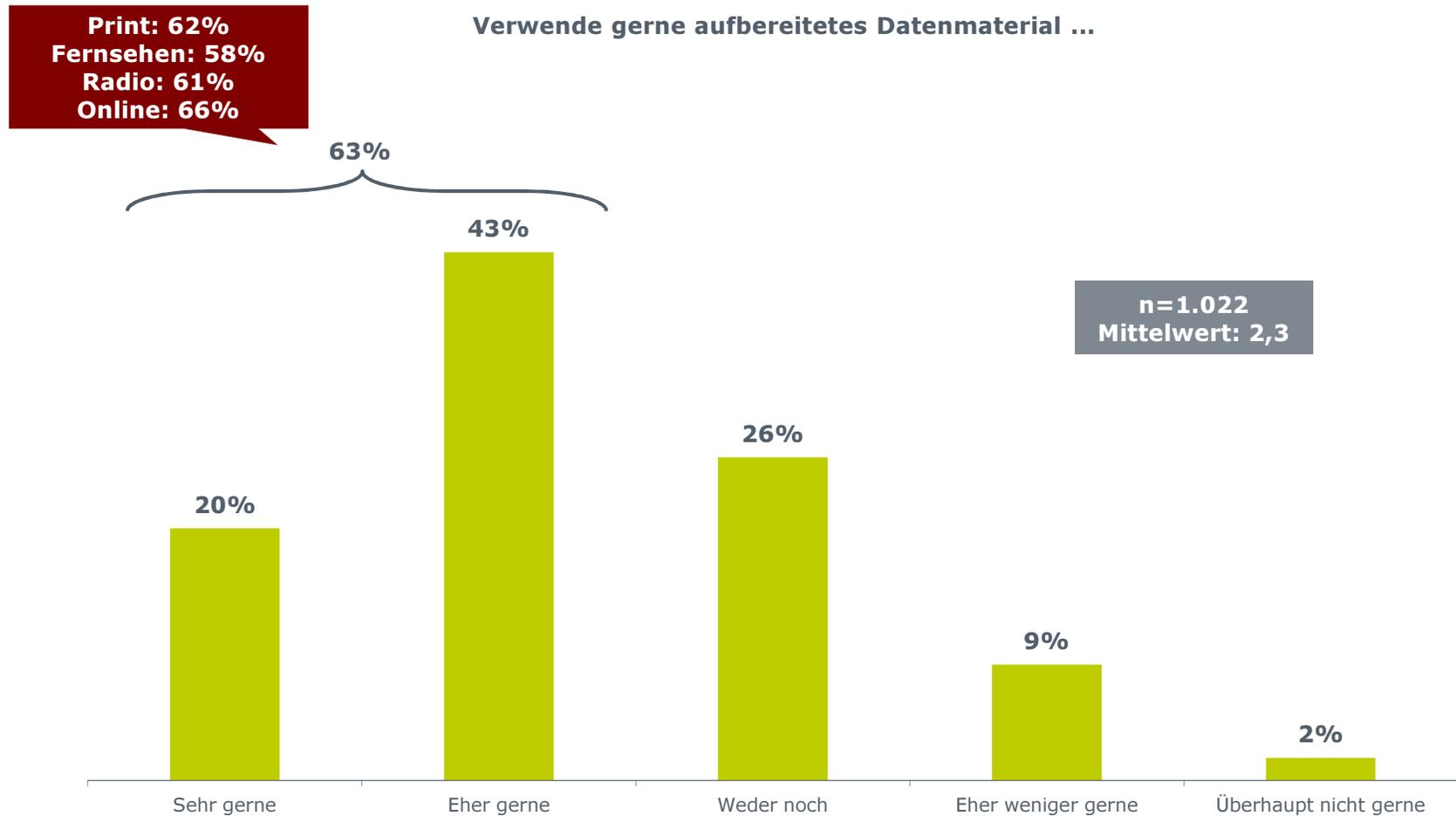


(Basis: Respondenten beziehen ihr Einkommen hauptsächlich/teilweise aus journalistischer Tätigkeit)

Wie oft verwenden Sie aufbereitetes Datenmaterial (z.B. Umfrageergebnisse, ausgewertete Gesundheits-/Verkehrsdaten, usw.) als Basis für Ihre journalistischen Beiträge, bzw. Ihre journalistische Arbeit?



# 63 Prozent verwenden sehr bzw. eher gerne aufbereitetes Datenmaterial



Wie gerne verwenden Sie aufbereitetes Datenmaterial als Basis für Ihre journalistischen Beiträge, bzw. Ihre journalistische Arbeit?

## Vorteile von Datenjournalismus (ausgewählte Original-Statements):

---

Fundierte, meist wissenschaftliche Datenquelle - durch Journalist auf allgemeinverständliche Weise analysiert - Trends/Chancen/Risiken lassen sich aufzeigen

Auswertung und Bewertung liegt beim Journalisten - keine wissenschaftlichen Vorinterpretationen und Einflüsse

Aus ihnen ergibt sich zumindest die Chance, ein relativ umfassendes, objektives Bild der Situation zu erhalten. Zusammenhänge und Besonderheiten werden deutlich. Im Kontext eigener Erfahrungen, weiterer Informationen und vorheriger Recherchen ermöglichen sie Schlussfolgerungen und Aussagen, die sonst so nicht, oder besser nicht fundiert möglich wären.

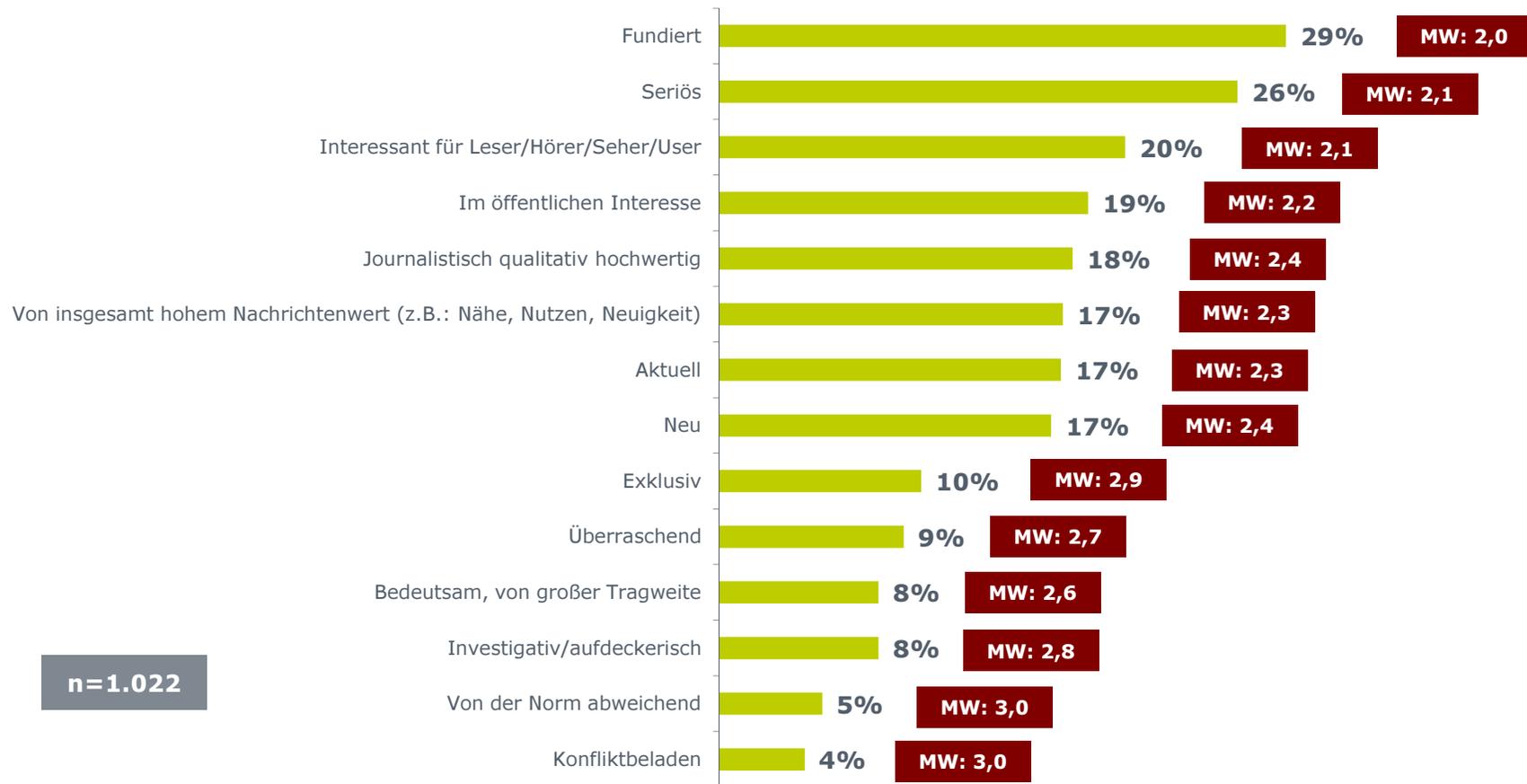
Was sind Ihrer Meinung nach ganz allgemein die Vorteile von Datenjournalismus? Welche Stärken hat Datenjournalismus?

---



# Vorteile des Datenjournalismus

Top-Box: bewertet mit "trifft sehr zu" (5-stufige Skalierung)



Wir zeigen Ihnen einige mögliche Vorteile des Datenjournalismus. Inwieweit sind die folgenden Aspekte Ihrer Meinung nach auf den Datenjournalismus zutreffend? [...]

## Nachteile von Datenjournalismus (ausgewählte Original-Statements):

---

**Korrektheit der Daten (Erhebungsmethoden, etc.) ist unsicher. Relevanz der Daten muss erst geprüft werden. Auswertung verlangt Fachkenntnisse und Zeit.**

**Die Frage nach der Quelle. Sind sie neutral erhoben oder will jemand mithilfe dieser Zahlen einen bestimmten Zweck erfüllen resp. die öffentliche Meinung in seinem Sinn beeinflussen**

**Viel Interpretationsspielraum**

**Er ist aufwändig und technisch komplex. Nur wenige Journalisten beherrschen die Tools. Er braucht Zeit. Datenbeschaffung ist manchmal schwierig.**

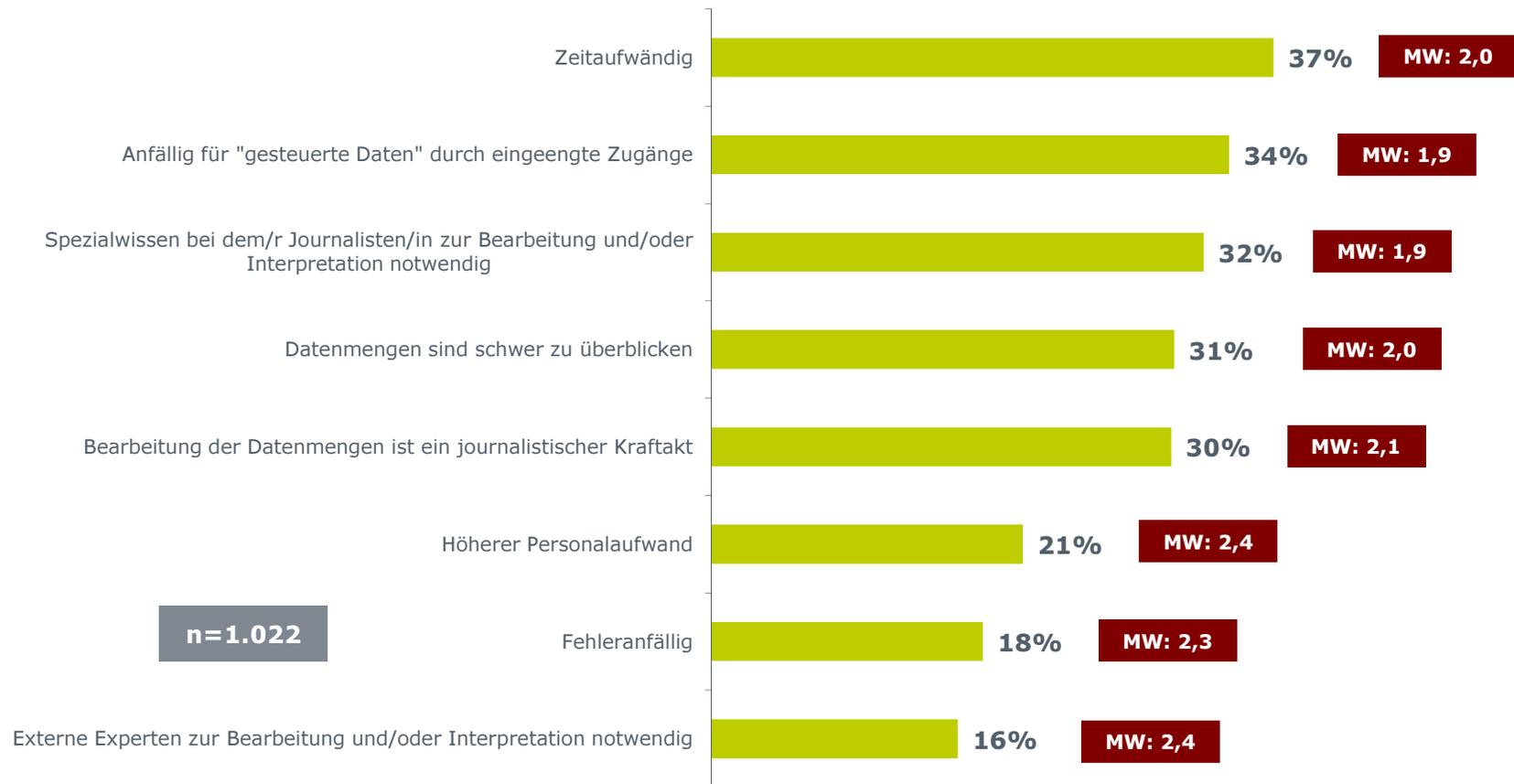


**Was sind Ihrer Meinung nach Nachteile des Datenjournalismus?**

---

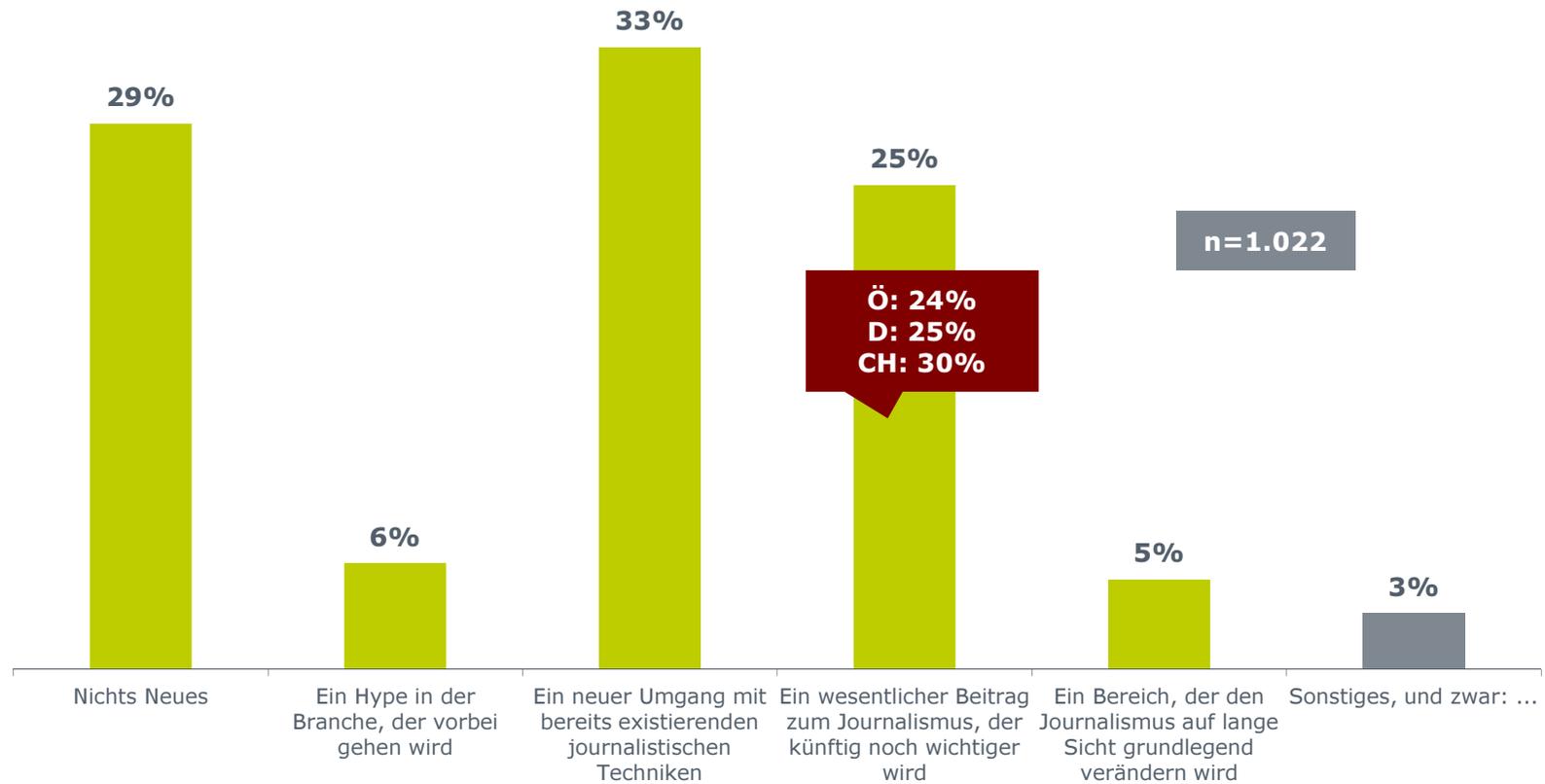
# Nachteile des Datenjournalismus

Top-Box: bewertet mit "trifft sehr zu" (5-stufige Skalierung)



Wir zeigen Ihnen einige mögliche Nachteile. Inwieweit treffen die folgenden Aspekte Ihrer Meinung nach auf den Datenjournalismus zu? [...]

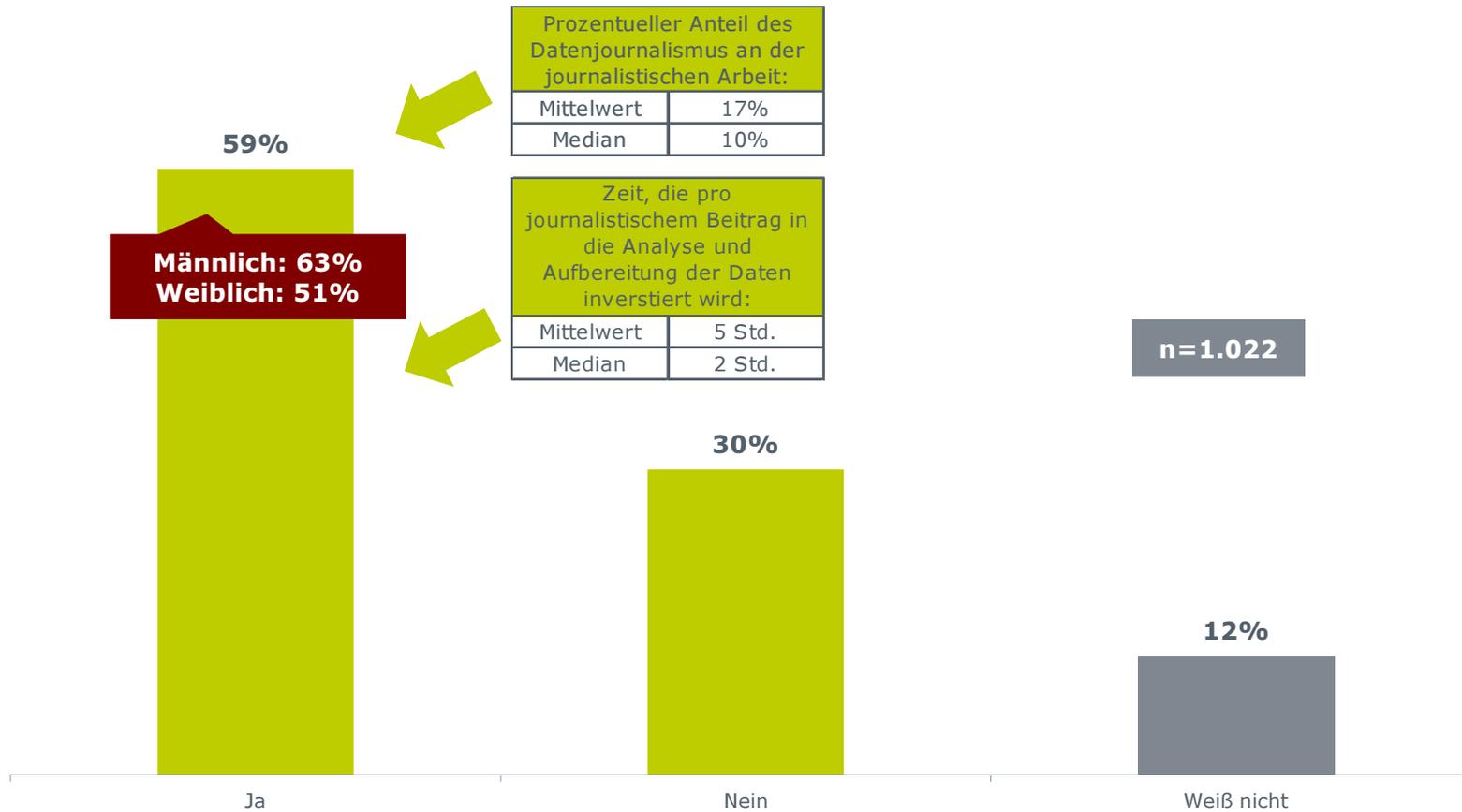
## Einschätzung von Datenjournalismus:



Wie schätzen Sie Datenjournalismus generell ein? Bitte wählen Sie jene Aussage, der Sie am ehesten zustimmen.

# 59 Prozent betreiben selbst Datenjournalismus

Ich betreibe selbst Datenjournalismus ...



Betreiben Sie persönlich zumindest gelegentlich Datenjournalismus bzw. das, was unter dem Begriff verstanden wird?



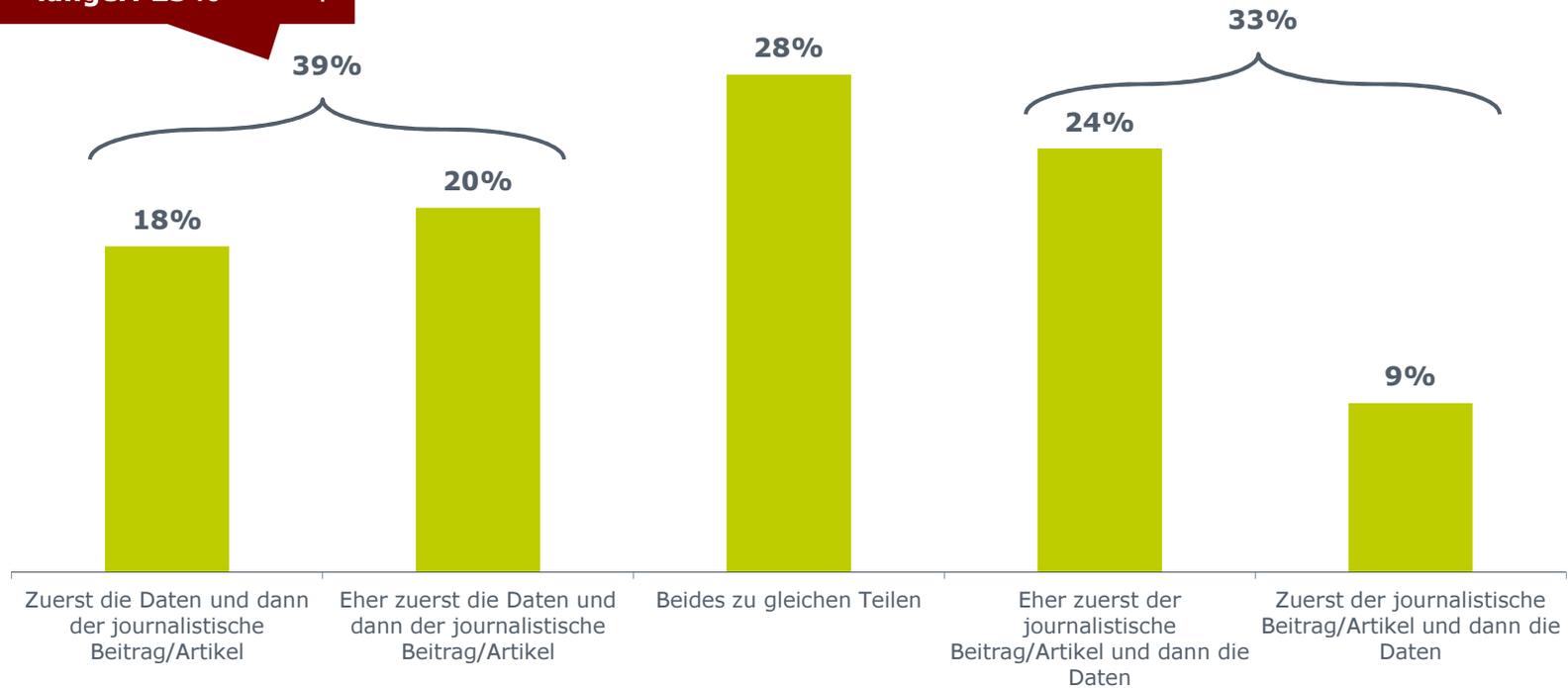
# 39 Prozent verfassen den journalistischen Beitrag, nachdem die Daten vorhanden sind

## Als Journalist tätig seit ...

bis zu 1 Jahr: 60%  
 bis zu 5 Jahren: 53%  
 bis zu 10 Jahren: 44%  
 bis zu 20 Jahren: 38%  
 bis zu 30 Jahren: 39%  
 länger: 23%

## Ablauf des Datenjournalismus

n=601



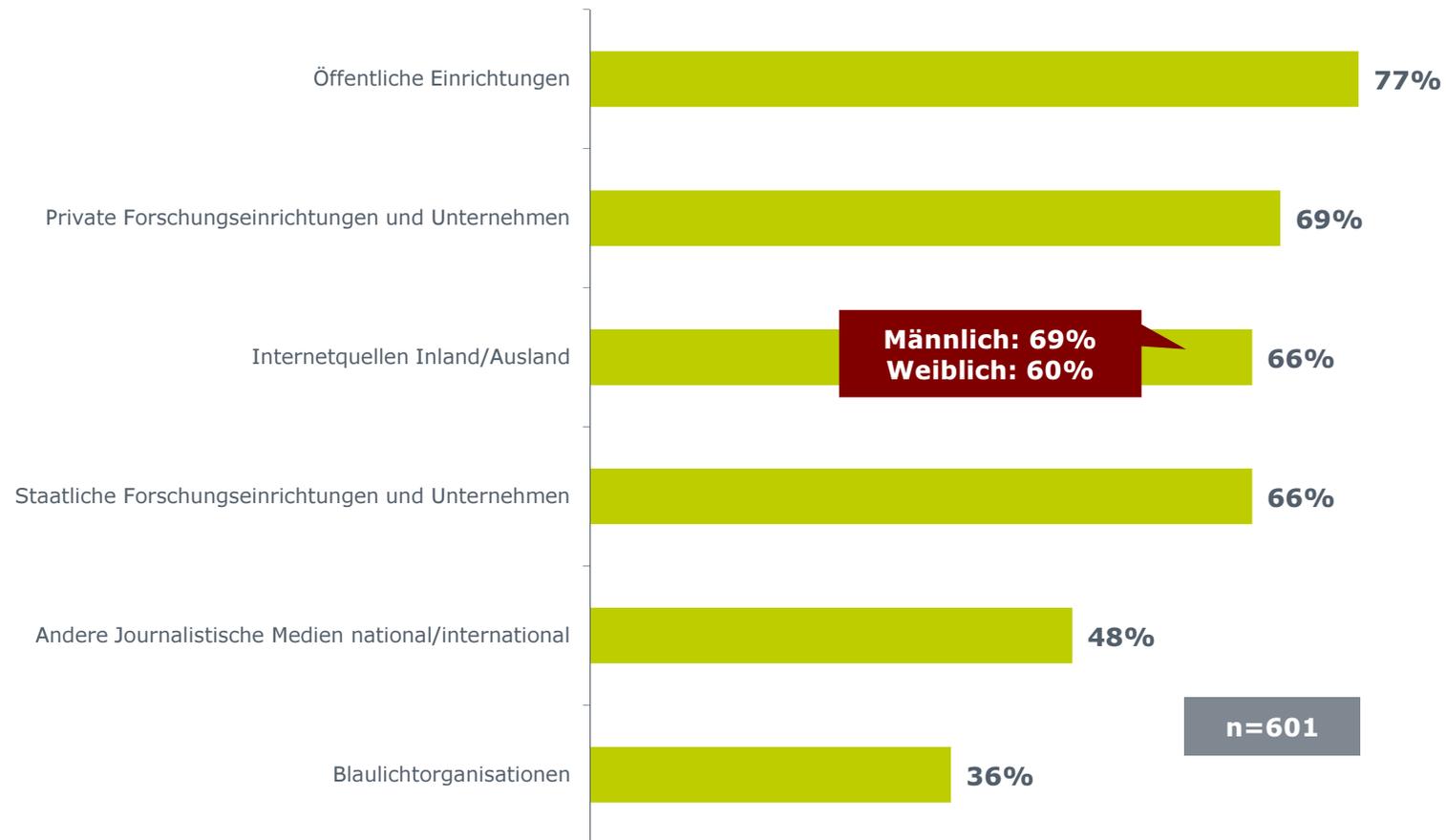
(Basis: Respondenten betreiben selbst Datenjournalismus)

Wie läuft es normalerweise ab, wenn Sie Datenjournalismus betreiben? [...]



# 77 Prozent haben bereits Daten von Öffentlichen Einrichtungen für Datenjournalismus bezogen

## Bezugsquellen der Daten für Datenjournalismus



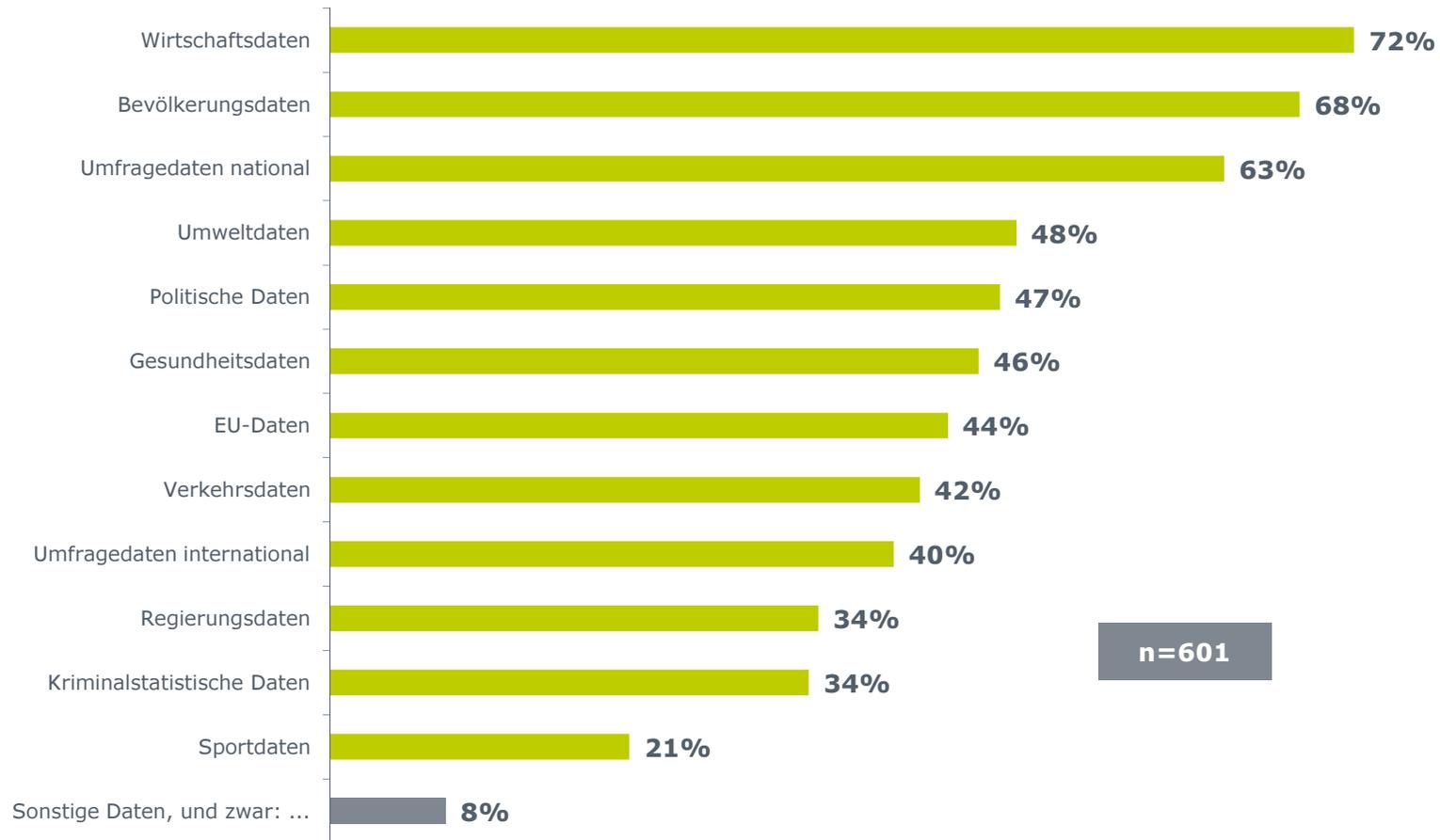
(Basis: Respondenten betreiben selbst Datenjournalismus)

Woher haben Sie schon einmal Daten für Datenjournalismus bezogen?



# „Wirtschaftsdaten“, „Bevölkerungsdaten“ und „nationale Umfragedaten“ werden am häufigsten für Datenjournalismus herangezogen

## Bereits verwendete Daten für Datenjournalismus



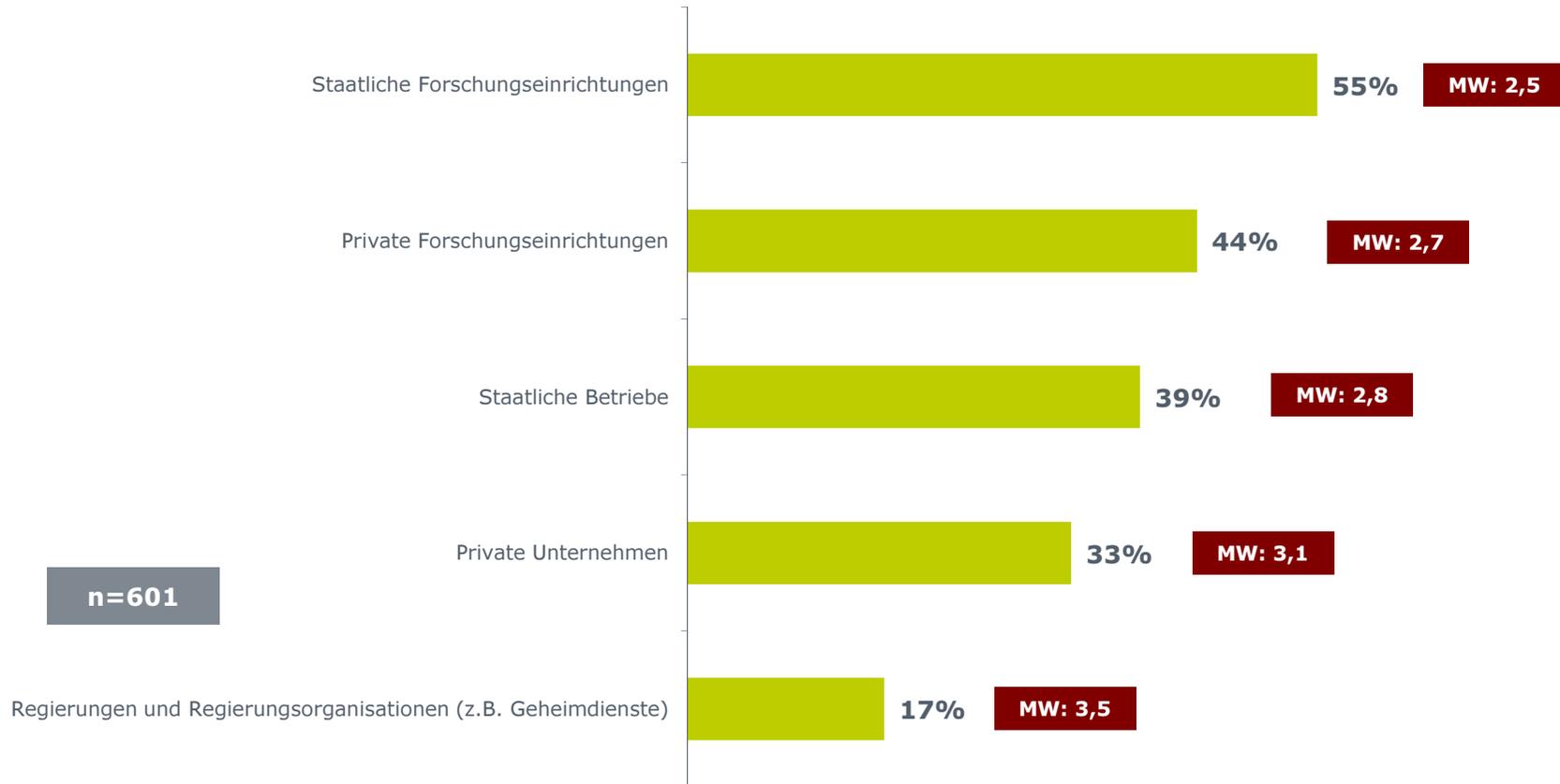
(Basis: Respondenten betreiben selbst Datenjournalismus)

Welche Art von Daten haben Sie schon einmal für Datenjournalismus verwendet?



# Leichtigkeit bzw. Schwierigkeit an Daten zu kommen:

## Top-2-Box: bewertet mit "sehr & eher leicht" (5-stufige Skalierung)



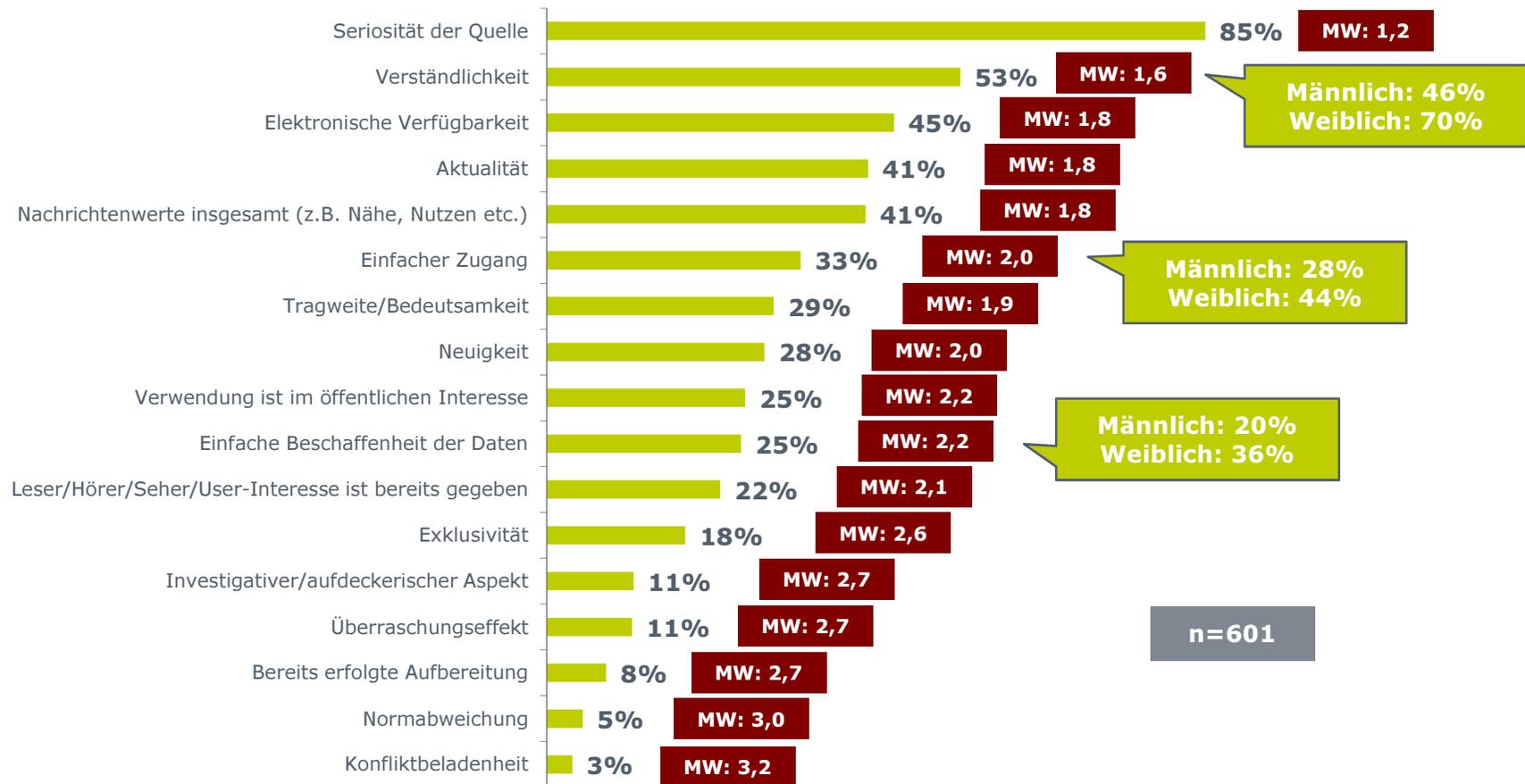
(Basis: Respondenten betreiben selbst Datenjournalismus)

**Ist es Ihrer Erfahrung nach eher leicht oder eher schwer an Daten heranzukommen? Bitte unterscheiden Sie bei Ihrer Beurteilung zwischen staatlichen und privaten Unternehmen bzw. Forschungseinrichtungen.**



# Wichtige Aspekte von Daten, die für Datenjournalismus verwendet werden:

**Top-Box: bewertet mit "sehr wichtig" (5-stufige Skalierung)**



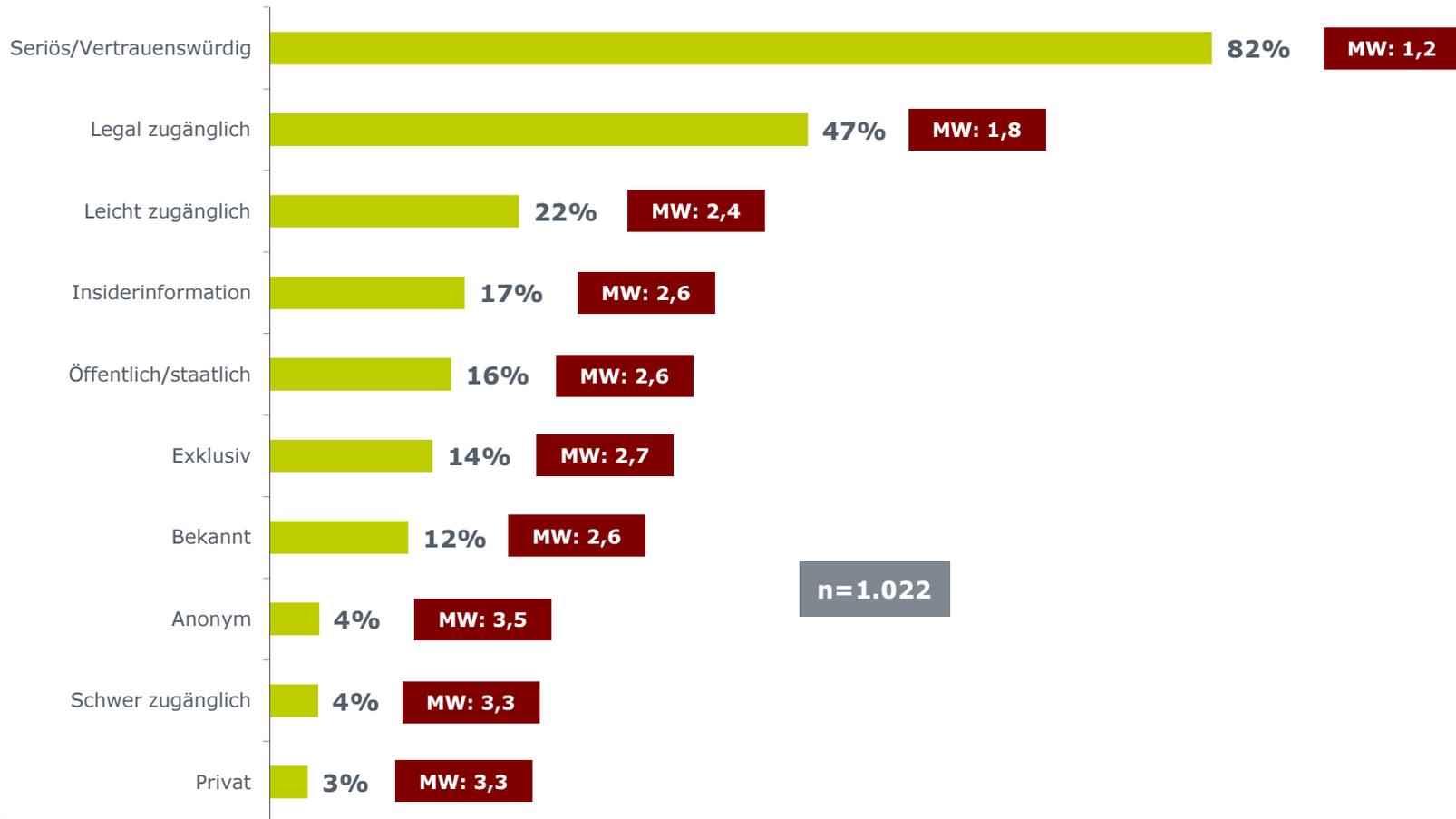
(Basis: Respondenten betreiben selbst Datenjournalismus)

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei den Daten, die Sie für Datenjournalismus verwenden? [...]



# Wichtige Eigenschaften in Bezug auf die Datenquelle:

Top-Box: bewertet mit „sehr wichtig“ (5-stufige Skalierung)

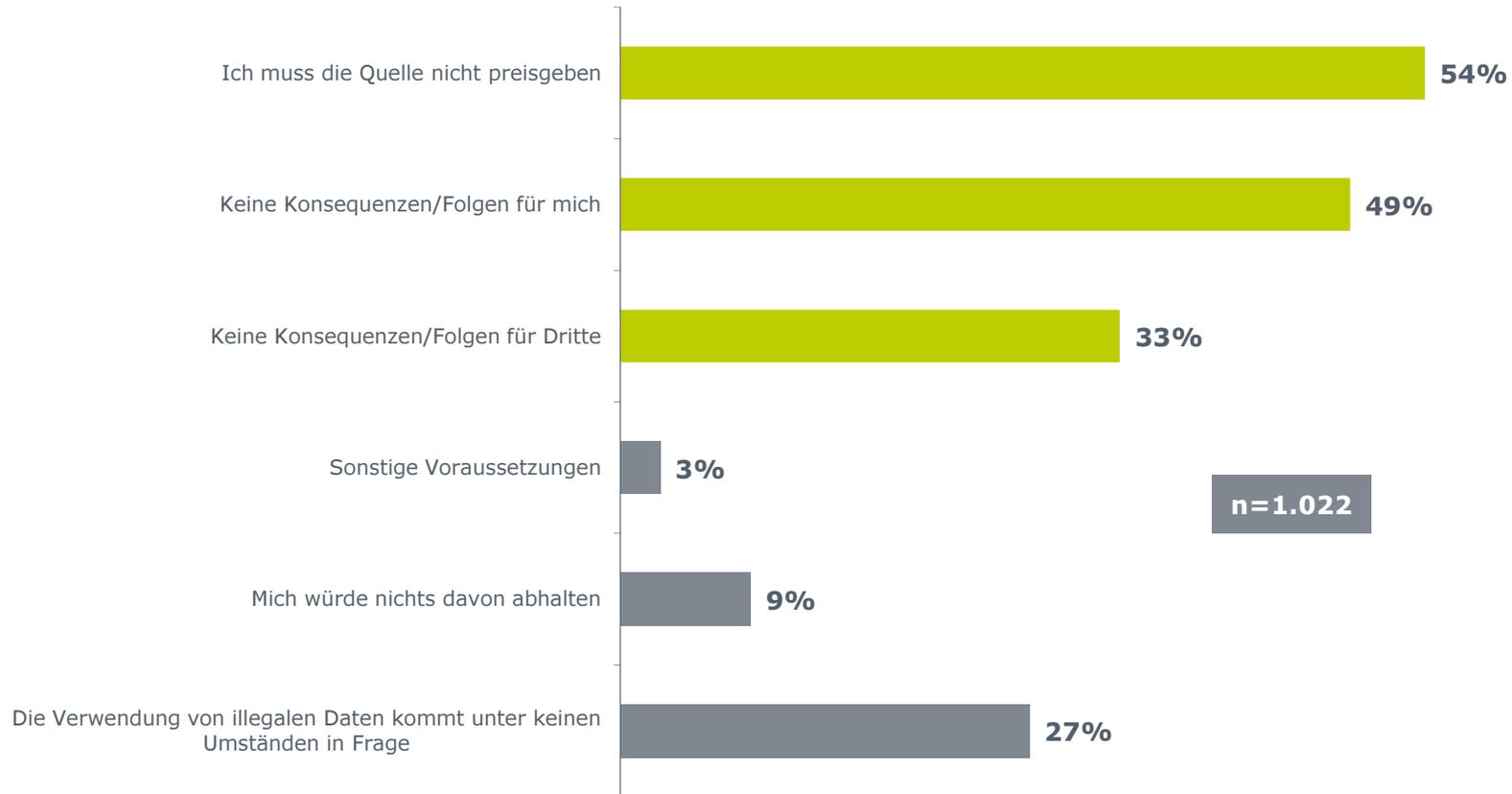


[...] Wie wichtig sind die folgenden Eigenschaften Ihrer Ansicht nach in Bezug auf die Datenquelle? [...]



# 54 Prozent würden illegale Daten verwenden, wenn die Quelle nicht preisgegeben werden muss

## Voraussetzungen für die Verwendung illegaler Daten im Rahmen der journalistischen Arbeit

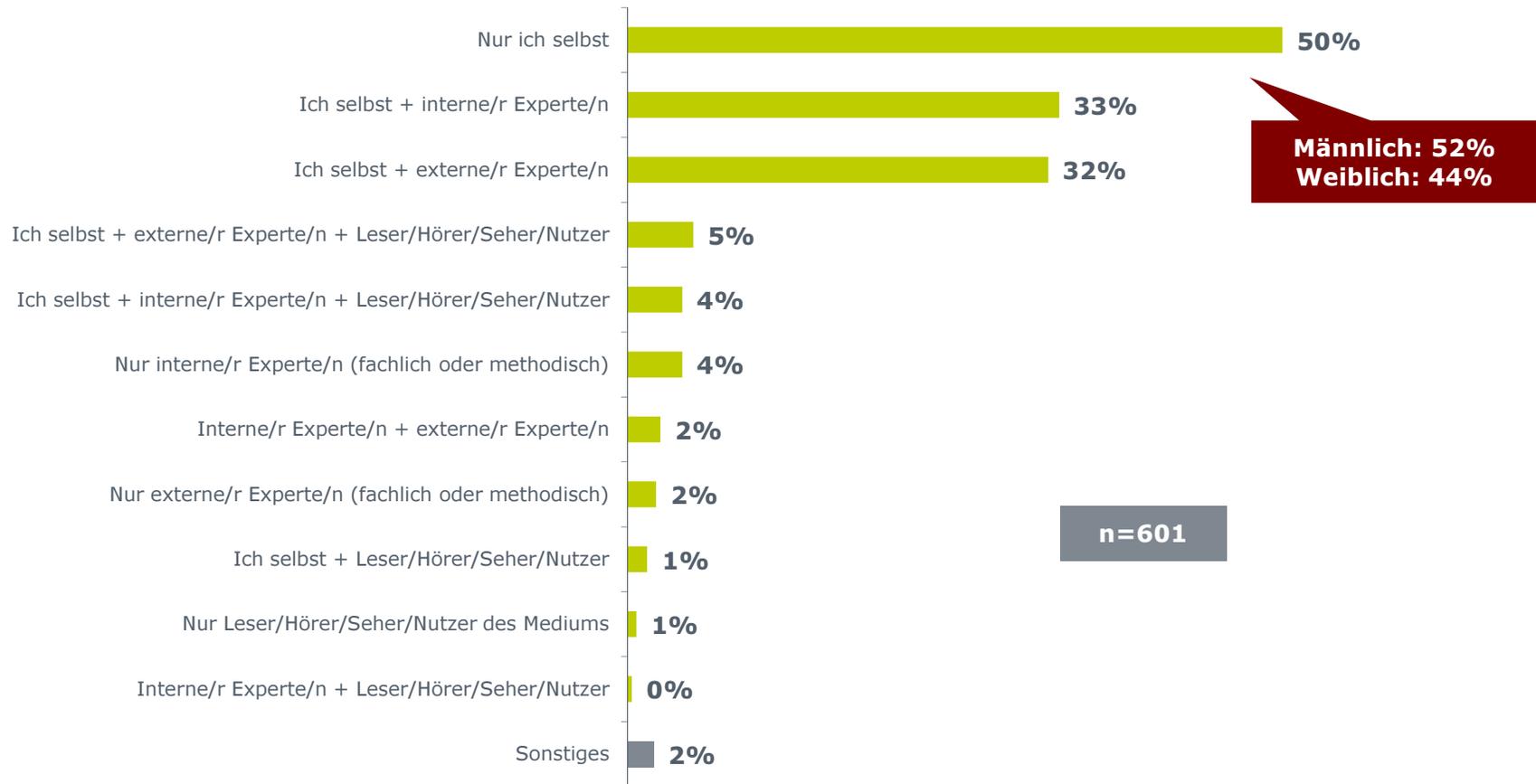


Welche Voraussetzungen müssten gegeben sein, dass Sie illegale Daten für Ihre journalistische Arbeit verwenden, wenn deren Analyse und Veröffentlichung dem öffentlichen Interesse dient (Stichwort: investigativer Journalismus)?



# Die Hälfte der Journalisten bereitet die benötigten Daten alleine auf

## Aufbereitung der Daten



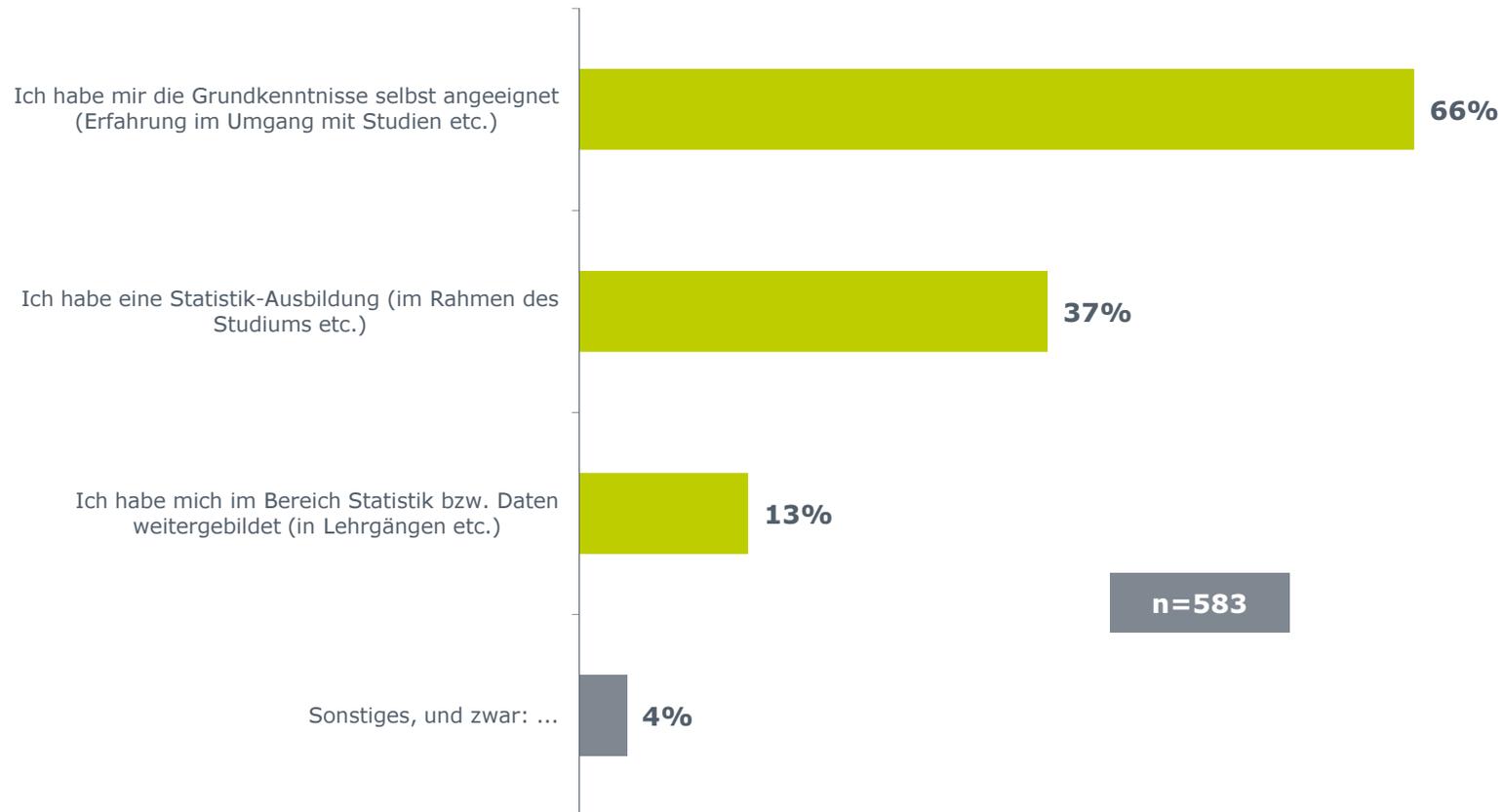
(Basis: Respondenten betreiben selbst Datenjournalismus)

**Wer bereitet für gewöhnlich die Daten auf, die Sie im Rahmen von Datenjournalismus für Ihre journalistische Arbeit verwenden?**



# 66 Prozent haben sich den Umgang mit Daten selbst angeeignet

## Umgang mit Daten erlernt ...



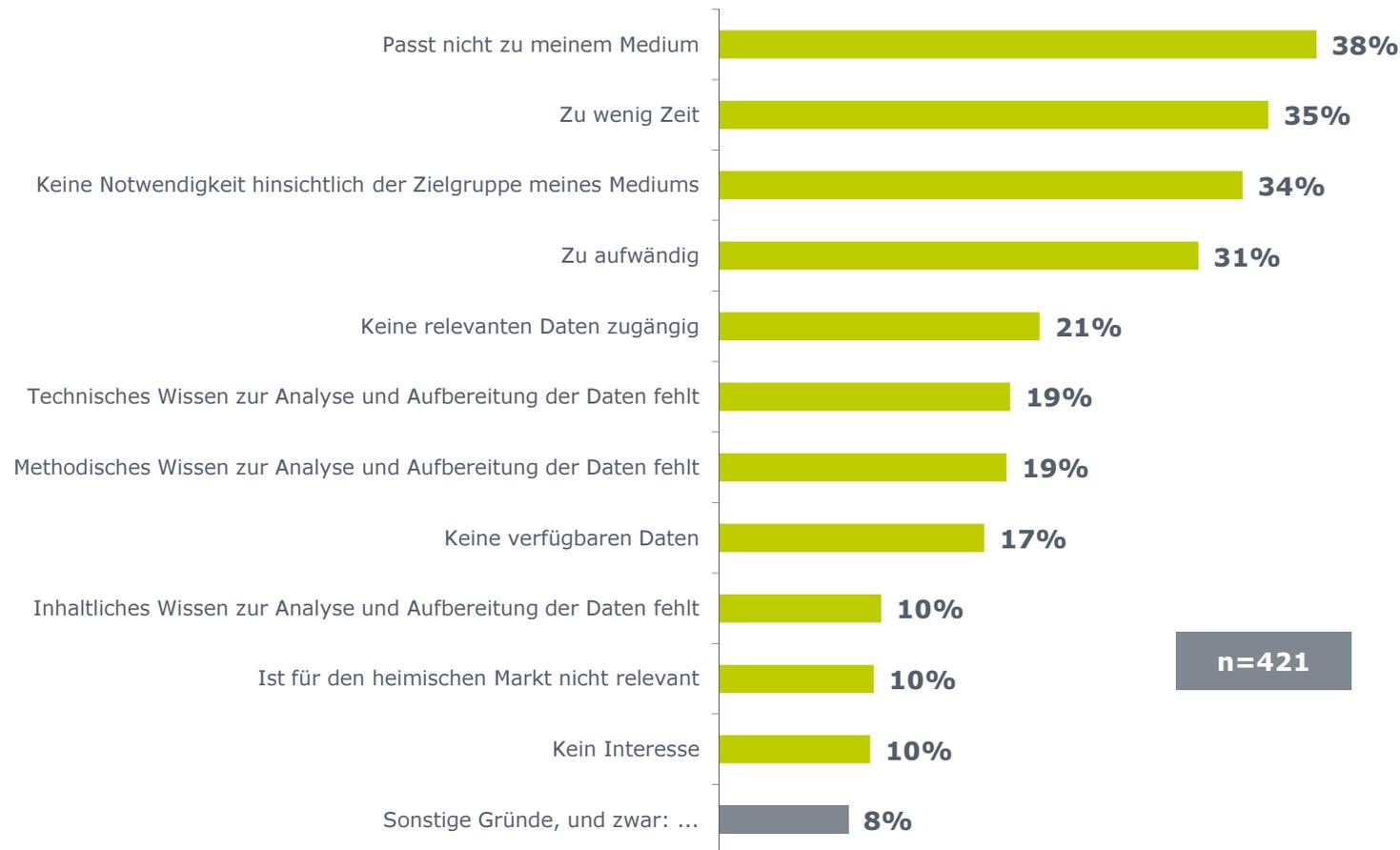
(Basis: Respondenten betreiben selbst Datenjournalismus und bereiten die Daten (auch) selbst auf)

**Sie haben angegeben, dass Sie die Daten für den Datenjournalismus (auch) selbst aufbereiten. Wo haben Sie den Umgang damit erlernt?**



# Hauptsächliche Gründe, warum kein Datenjournalismus betrieben wird: „Passt nicht zum Medium“, „zu wenig Zeit“ und „keine Notwendigkeit“

## Gründe, warum kein Datenjournalismus betrieben wird



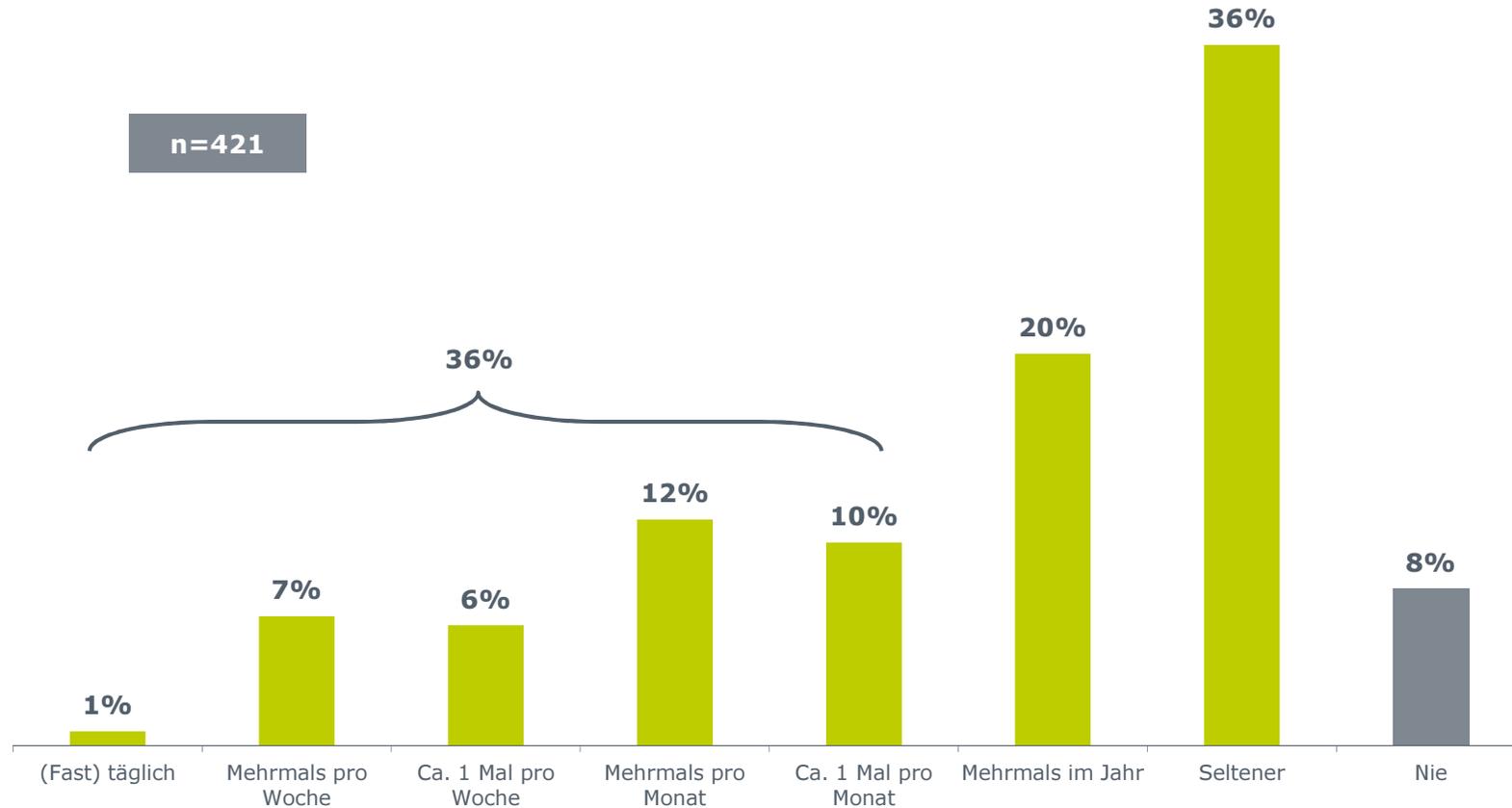
(Basis: Respondenten betreiben selbst keinen Datenjournalismus)

## Warum betreiben Sie persönlich keinen Datenjournalismus?



# 36 Prozent begegnen zumindest 1 Mal pro Monat Fragestellungen, bei denen sie Datenjournalismus benötigen würden

Häufigkeit, mit der Fragestellungen auftauchen, für die man Datenjournalismus benötigen würde



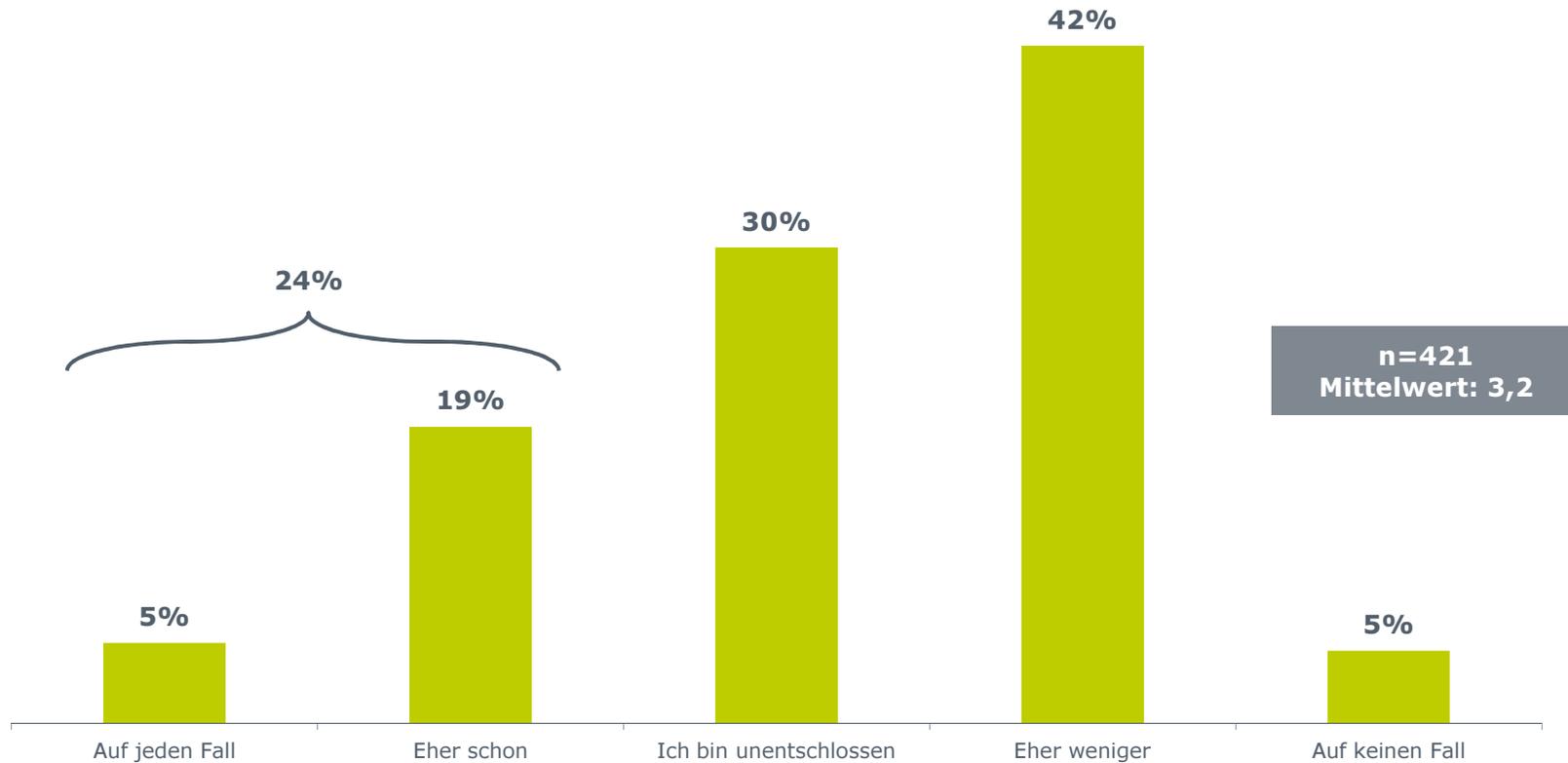
(Basis: Respondenten betreiben selbst keinen Datenjournalismus)

Wie oft begegnen Ihnen Fragestellungen, bei denen Sie Datenjournalismus benötigen würden?



# Jeder Vierte, der derzeit keinen Datenjournalismus betreibt, kann sich vorstellen dies in Zukunft zu tun

Vorstellbarkeit Datenjournalismus in der Zukunft zu betreiben

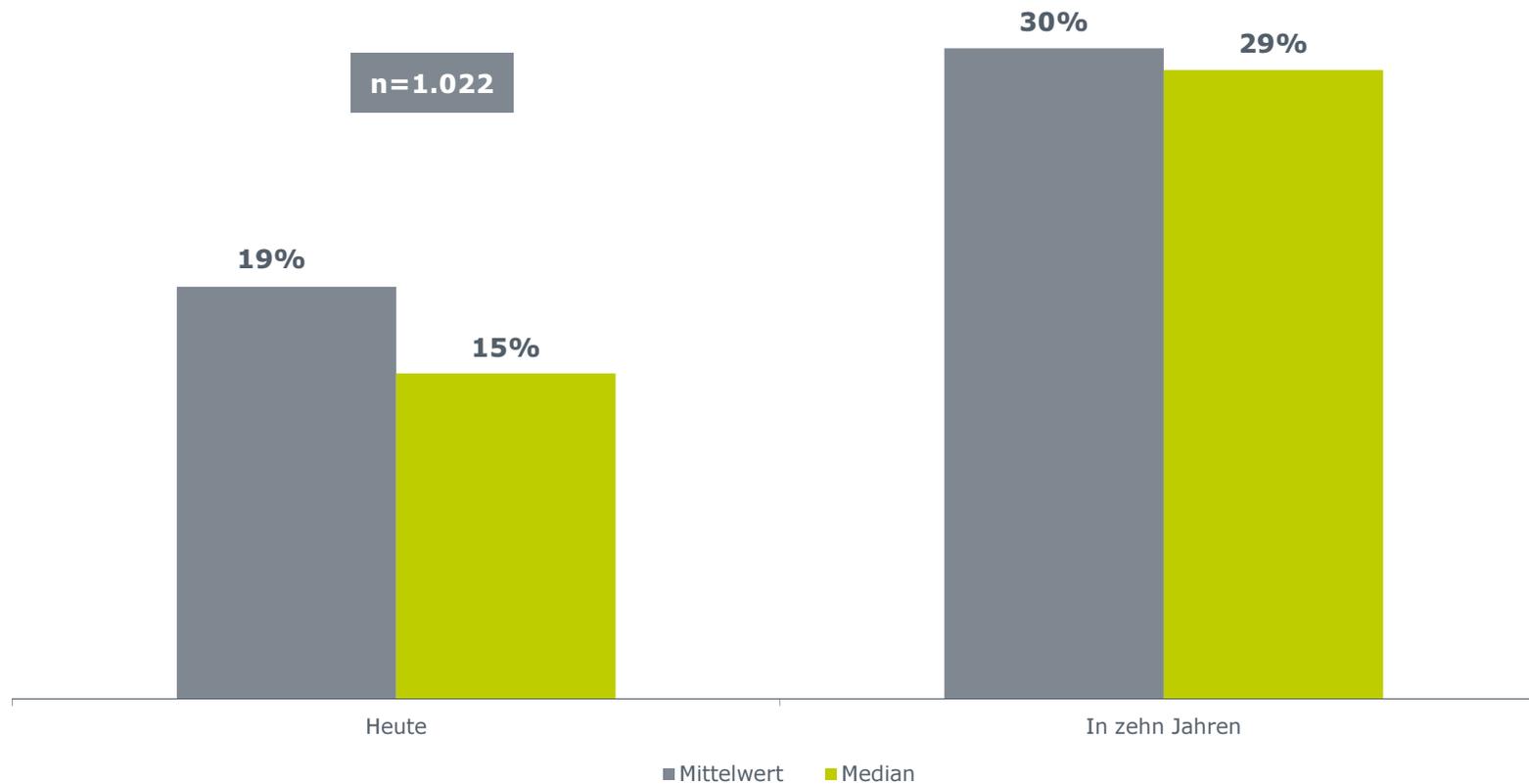


(Basis: betreiben selbst keinen Datenjournalismus)

**Inwieweit können Sie sich vorstellen, Datenjournalismus in Zukunft zu betreiben?**



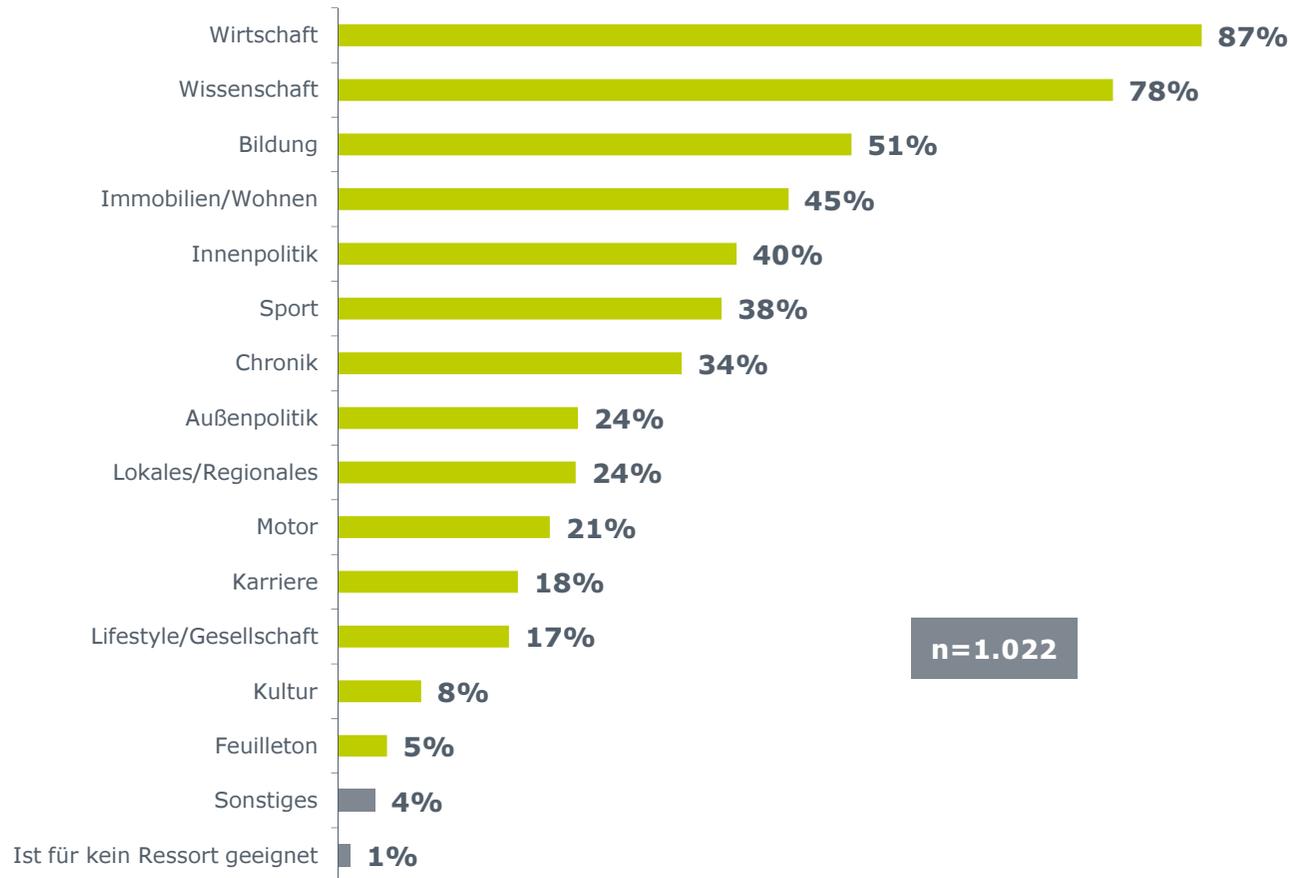
# Einschätzung des prozentuellen Anteils des Datenjournalismus am gesamtjournalistischen Output:



Wie schätzen Sie die Relevanz von Datenjournalismus heute und in zehn Jahren ein? Bitte geben Sie an, wie viel Prozent des gesamtjournalistischen Outputs heute bzw. in zehn Jahren auf Datenjournalismus basieren bzw. basieren werden.

# Datenjournalismus ist vor allem für die Ressorts „Wirtschaft“ und „Wissenschaft“ geeignet

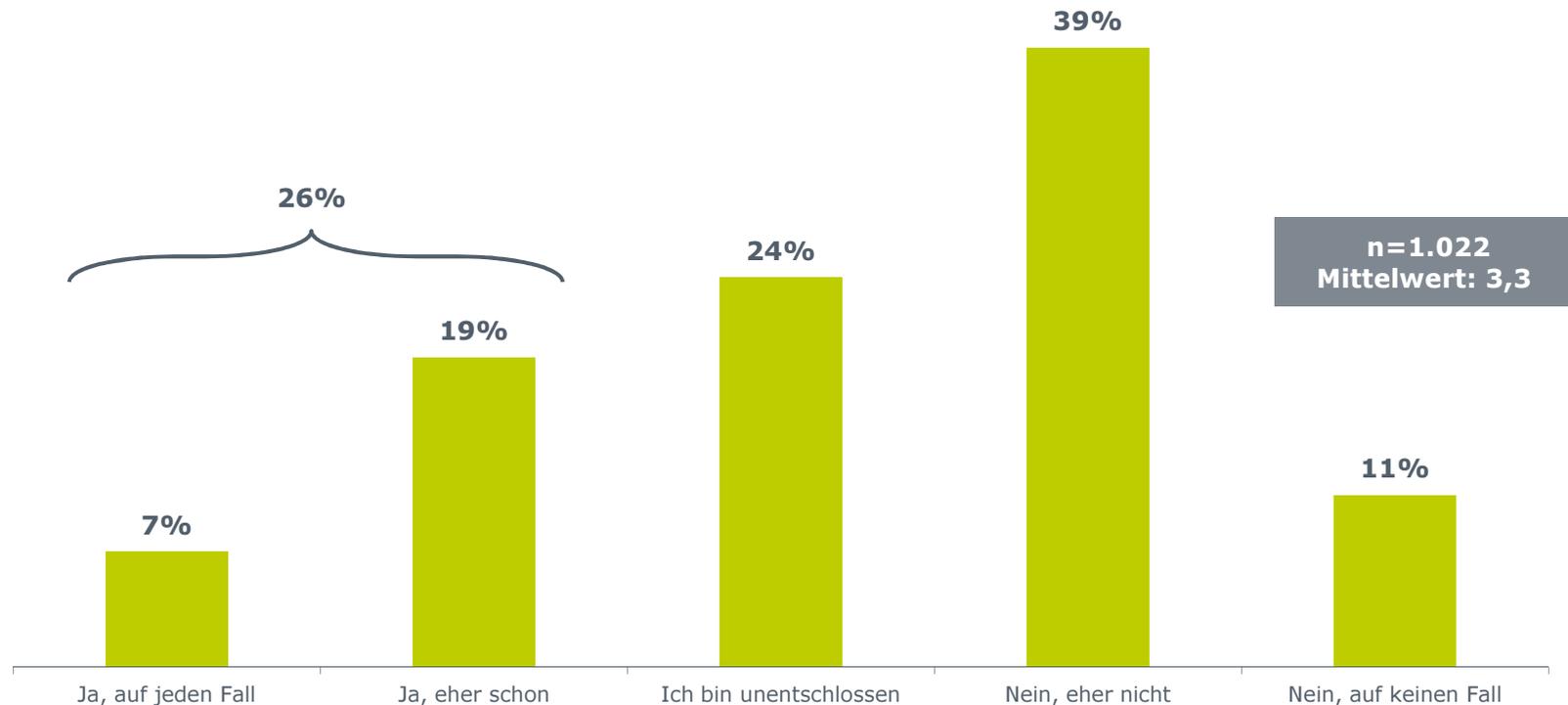
## Ressorts, für die Datenjournalismus besonders geeignet ist



Für welche Ressorts ist Datenjournalismus Ihrer Meinung nach besonders gut geeignet?

# Rund ein Viertel denkt, dass die Einbeziehung von Usern/Lesern zur Lösung des Problems von fehlenden zeitlichen Ressourcen bei der Analyse und Interpretation beitragen kann

Einbeziehung von Usern bzw. Lesern zur Lösung des Problems von fehlenden zeitlichen Ressourcen bei der Analyse und Interpretation

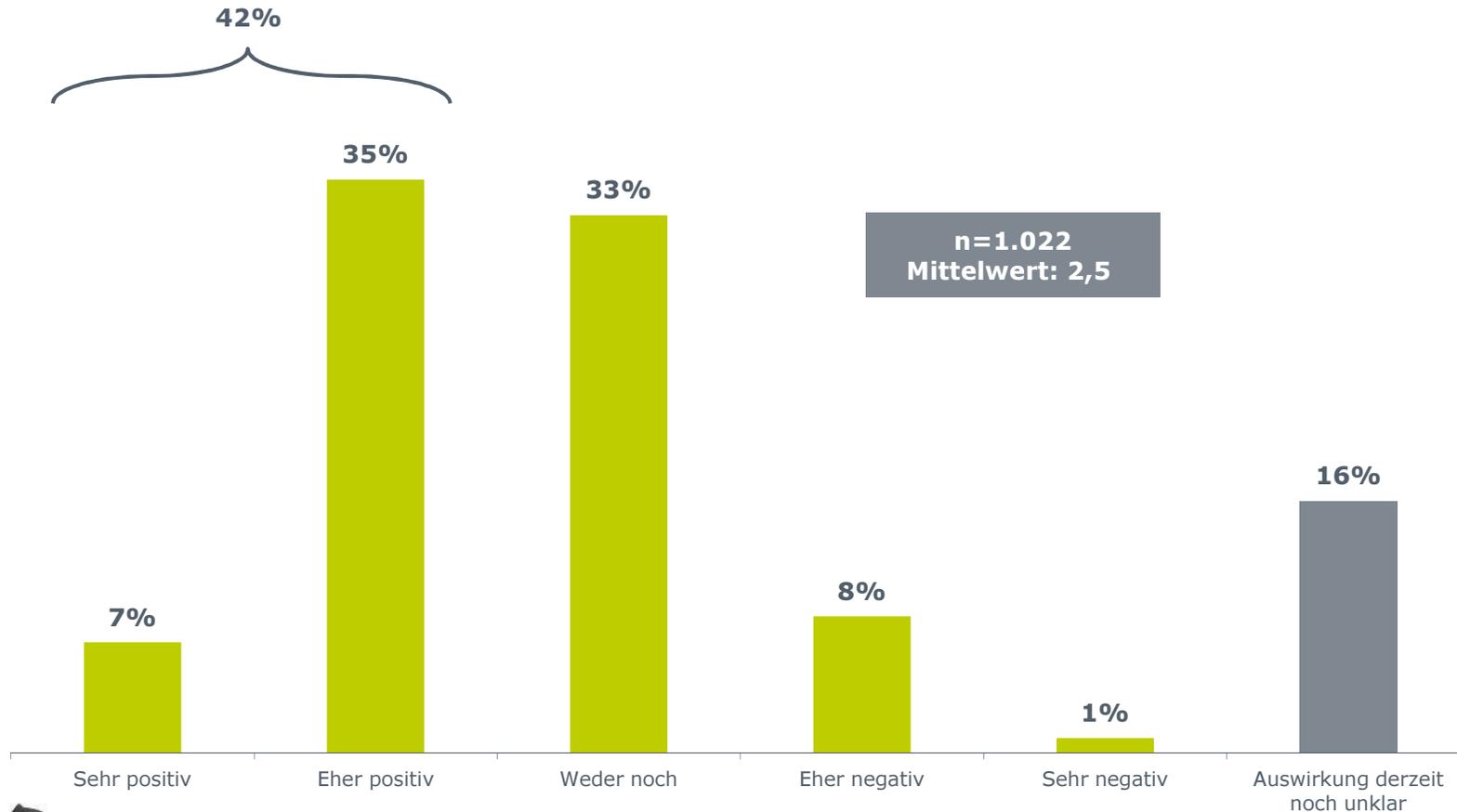


Häufig sind beim Datenjournalismus fehlende zeitliche Ressourcen bei der Analyse und Interpretation der Daten ein Problem. Können Sie sich vorstellen, dass User bzw. Leser zum Beispiel bei der Durchsicht der Daten auf bestimmte Kriterien in die Aufbereitung der Daten miteinbezogen werden können, um dieses Problem zu lösen?



# 42 Prozent denken, dass sich der Datenjournalismus sehr bzw. eher positiv auf die Reputation des Journalismus allgemein auswirkt

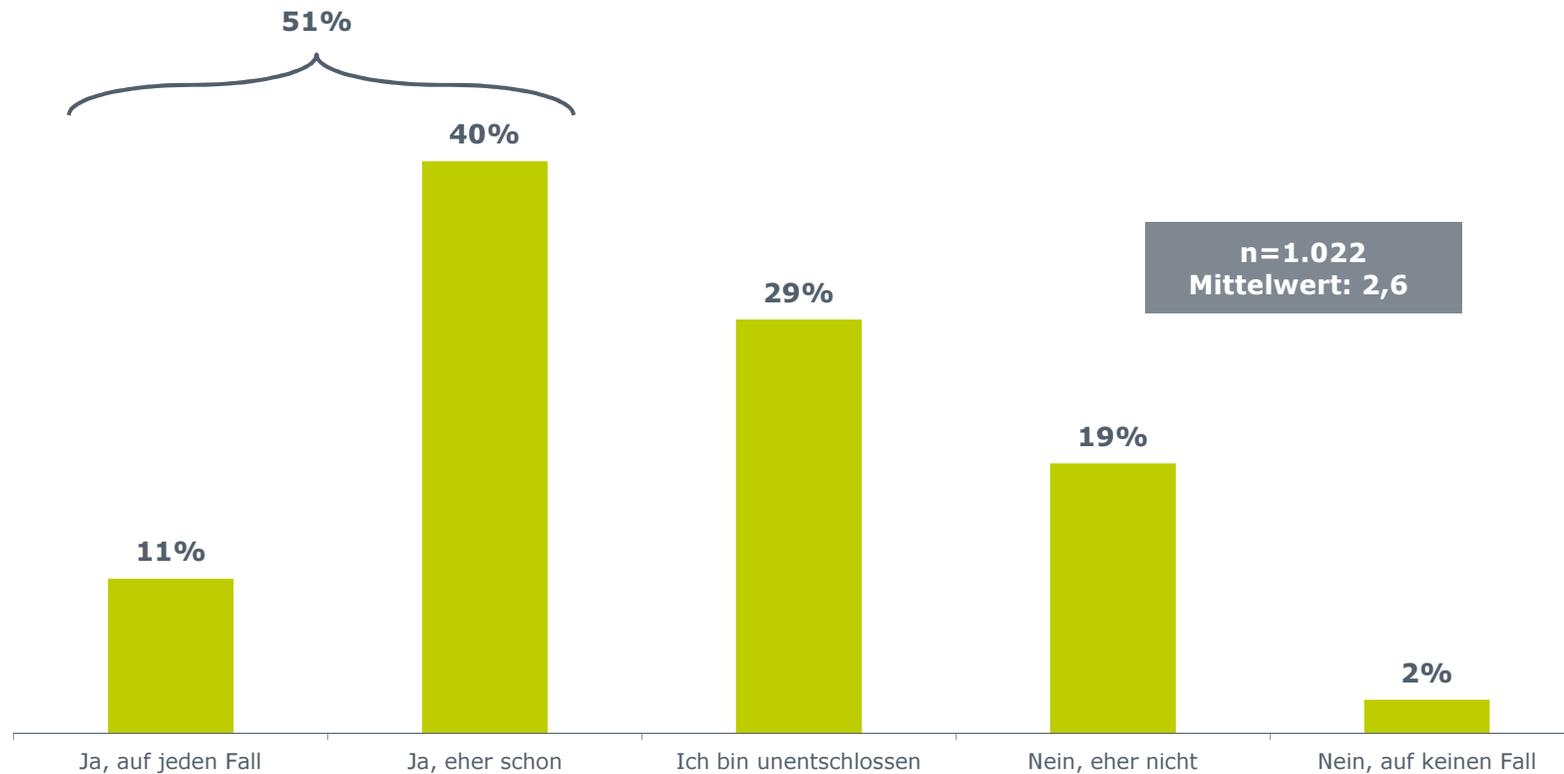
Auswirkung des Datenjournalismus auf die Reputation des Journalismus allgemein



Wie wirkt sich Datenjournalismus Ihrer Ansicht nach auf die Reputation des Journalismus allgemein aus?

# Die Hälfte der befragten Journalisten sieht im Datenjournalismus eine Erhöhung der Qualität des Journalismus insgesamt

Erhöhung der Qualität des Journalismus insgesamt durch Datenjournalismus



Glauben Sie, dass Datenjournalismus insgesamt gesehen die Qualität des Journalismus erhöht?

## Zusammenfassung I

---

- JournalistInnen verwenden Daten sehr oft und gern, wenngleich nicht von einer übertriebenen Begeisterung gesprochen werden kann.
- Sie erkennen zahlreiche Vorteile (fundiert, objektiv), aber auch viele Nachteile (Aufwand, Beeinflussung) des Datenjournalismus.
- Viele halten den Datenjournalismus im Journalismus für wesentlich – heute und in Zukunft.
- Rund 60 Prozent der Befragten betreiben ihn und widmen dieser Tätigkeit knapp ein Fünftel ihrer Arbeitszeit.
- Sie beziehen diese Daten – vor allem Wirtschafts-, Bevölkerungs- und Umfragedaten – vorwiegend von öffentlichen Einrichtungen und Unternehmen. Der Zugang dazu ist – außer bei Regierungseinrichtungen – eher leicht.
- Wichtigster Aspekt bei den Daten ist die Seriosität der Quelle.
- Die Quelle selbst sollte für die Hälfte der Befragten legal zugänglich sein. Ist sie das nicht, würden sie diese – sofern im öffentlichen Interesse – verwenden, wenn sie die Quelle nicht preisgeben oder persönliche Konsequenzen fürchten müssten.



## Zusammenfassung II

---

- Aufbereitet werden die Daten in der Regel selbst oder gemeinsamen mit Experten. Die Kompetenz dazu entstand vorwiegend durch „Learning by doing“.
- Ressourcenprobleme oder fehlender Bedarf auf Seiten der Zielgruppen als Grund, keinen Datenjournalismus zu betreiben – obwohl bei mehr als einem Drittel mindestens ein Mal im Monat eine entsprechende Fragestellung gegeben ist.
- Jede/r Vierte kann sich entsprechend vorstellen, künftig datenjournalistisch zu arbeiten. Von einer steigenden Bedeutung des Feldes wird jedenfalls ausgegangen – vor allem im Bereich Wirtschaft, Wissenschaft und Bildung.
- Um das Ressourcenproblem zu lösen würde jede/r Vierte auf die Rezipienten („Crowd“) in die Arbeit einbeziehen.
- Datenjournalismus beeinflusst die Reputation des Journalismus für mehr als 40 Prozent der Befragten positiv, für die Hälfte der Befragten erhöht er die Qualität des Journalismus insgesamt.



## Fazit

---

### **Allgemein:**

Datenjournalismus gewinnt im Journalismus permanent an Bedeutung und trägt positiv zu dessen Reputation bei.

### **Handelnde:**

Viele JournalistInnen betreiben ihn entweder bereits oder haben vor, dies zu tun. Nur ein kleiner Teil hält nichts davon – dieser geht davon aus, dass die RezipientInnen diesen Journalismus nicht nachfragen.

### **Umstände:**

Die größte Hürde beim Einstieg in den Datenjournalismus sind für die meisten fehlende Ressourcen – das Einbeziehen der RezipientInnen wird von vielen als Lösung dafür erkannt.





MARKETAGENT.COM

## Feedback | Rückfragen | Kontakt:

---

**Thomas Schwabl, Mag.**  
**t.schwabl@marketagent.com**  
**+43 (0)2236 – 205 886**

**Marketagent.com online reSEARCH GmbH**  
**Brown Boveri Strasse 8/1**  
**A-2351 Wiener Neudorf**  
**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**

-----  
**Michael Roither, Mag. Dr.**  
**michael.roither@donau-uni.ac.at**  
**+43 (0)2732 893-2700**

**Donau-Universität Krems**  
**Zentrum für Journalismus und Kommunikationsmanagement**  
**Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30**  
**3500 Krems**  
**[www.donau-uni.ac.at/jokom](http://www.donau-uni.ac.at/jokom)**

