

Tabellenband zur Journalistenbefragung Tagesschau

Dieser Tabellenband dokumentiert Auswertungen einer Befragung unter Redaktionsangehörigen von Tagesschau und tagesschau.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	5
5	Informationen über Publikum	6
6	Kontakt zum Publikum.....	10
7	Bedeutung von Social-Media-Angeboten.....	13
8	Rollenselbstverständnis.....	17
9	Motive für Publikumsbeteiligung	32
10	Publikumsbild	36
11	Erwartungserwartungen in Bezug auf Beteiligung	40
12	Allgemeine Einschätzungen und Einstellungen zur Publikumsbeteiligung	44
13	Berufliche Erfahrung und Tätigkeitskontext.....	48
14	Anteile Arbeitszeiten für versch. Tätigkeiten	49
15	Dauer journalistische Tätigkeit allgemein und Tagesschau.....	50
16	Soziodemographie	51
17	Offene Kommentare	52

1 Verlauf der Umfrage

Der Fragebogen war vom 1. Juni 2012 bis zum 5. Juli im Feld. Zu Beginn und nach etwa drei Wochen erfolgte durch die Redaktionsleitung per E-Mail ein Hinweis auf die Umfrage mit Bitte um Teilnahme. Von 130 angeschriebenen Personen begannen 87 die Umfrage. 63 von ihnen, 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	130	100%	
Fragebogen begonnen	87	67%	100%
Fragebogen bis Frage 7 ausgefüllt	63	48%	72%
Fragebogen beendet	56	43%	64%
In Analyse aufgenommen	63	48,5%	72%

Die Befragten benötigten im Durchschnitt 17 Minuten für die Bearbeitung des Fragebogens (Std.abw. 7,7 Minuten).

Die dokumentierten Auswertungen enthalten für jede Frage zumindest die einfache Häufigkeitstabelle, wobei aufgrund der geringen Fallzahl keine Prozentwerte, sondern absolute Werte ausgewiesen sind. Für die Fragen 2 bis einschließlich 11 sind zudem Kreuztabellen bzw. Mittelwertvergleiche dokumentiert, die mit Gesamt sechs unabhängigen Variablen berechnet wurden:

- Alter (bis 40 Jahre vs. 40 Jahre und älter)
- Geschlecht
- Dauer der journalistischen Berufstätigkeit (bis 18 Jahre vs. 18 Jahre und mehr)
- Dauer der Tätigkeit bei der Tagesschau (bis 7 Jahre vs. 7 Jahre und mehr)
- Schwerpunkt der Arbeitszeit (TV vs. Online)
- Leitungsrolle (CvD¹ vs. übrige Positionen)

Signifikante Unterschiede sind markiert, wobei * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$ bedeutet. In den Kapitelüberschriften sind jeweils die Anzahl der signifikanten items und die Gesamtzahl angezeigt.

¹ In diese Kategorie wurden alle 18 Personen eingeordnet, die angaben, die CvD-Position zu bekleiden, auch wenn die Hälfte von ihnen auch noch „Redakteur“ ankreuzte.

2 Fokus der Tätigkeit

Frage 1: Für welchen redaktionellen Bereich der Tagesschau sind Sie überwiegend tätig, d. h. wo verbringen Sie den Großteil Ihrer Arbeitszeit?

n=63	Häufigkeit	Prozent
überwiegend TV	34	54,0
überwiegend Online	28	44,4
beide Bereiche zu etwa gleichen Teilen	1	1,6
Gesamt	63	100,0

3 Bezugspublikum

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

(*) Hinweis: Personen, die sich eher an den Fernsehzuschauern orientieren, bekamen im Verlauf des Fragebogens an den gelb markierten Stellen den Begriff „Zuschauer“ bzw. „Tagesschau“ eingeblendet. Personen, die sich an den Nutzern von tagesschau.de oder der social-media-Auftritte orientieren, bekamen den Begriff „Nutzer“ bzw. „tagesschau.de“ eingeblendet.

n=63	Häufigkeit	Prozent
An den Fernsehzuschauer/-innen der Tagesschau	33	52,4
An den Nutzer/-innen von tagesschau.de	29	46,0
An den Nutzer/-innen der Social Media-Auftritte der Tagesschau (Facebook, Twitter, Google+, YouTube)	1	1,6
Gesamt	63	100,0

3.1 Geschlecht (n.s.)

	Weiblich	Männlich	Gesamt
TV-Publikum	14	12	26
Online-Publikum	11	18	29
Gesamt	25	30	55

3.2 Alter (n.s.)

	jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Gesamt
TV-Publikum	21	12	33
Online-Publikum	21	9	30
Gesamt	42	21	63

3.3 Schwerpunkt Tätigkeit (sig.***)

	TV	Online	Gesamt
TV-Publikum	32	1	33
Online-Publikum	2	28	30
Gesamt	34	29	63

Chi²=51.583, df=1, ***

3.4 Berufserfahrung Journalismus (n.s.)

	weniger als 18 Jahre	18 Jahre und mehr	Gesamt
TV-Publikum	10	16	26
Online-Publikum	14	12	26
Gesamt	24	28	52

3.5 Berufserfahrung Tagesschau (n.s.)

	weniger als 7 Jahre	7 Jahre und mehr	Gesamt
TV-Publikum	12	14	26
Online-Publikum	15	12	27
Gesamt	27	26	53

3.6 Leitungsrolle (sig.*)

	nein	ja	Gesamt
TV-Publikum	15	13	28
Online-Publikum	24	5	29
Gesamt	39	18	57

Chi²=5,617, df=1, *

4 Social-Media-Nutzer

Frage 3: Nutzen Sie zumindest gelegentlich die Social-Media-Angebote der Tagesschau (z. B. meta.tagesschau.de, die Tagesschau-Facebook-Seite, den Blog auf tagesschau.de oder den Twitter-Account der Tagesschau), egal ob eher aktiv oder eher passiv?

n=63	Häufigkeit	Prozent
Ja	49	77,8
Nein	14	22,2
Gesamt	63	100,0

4.1 Geschlecht (n.s.)

	Weiblich	Männlich	Gesamt
Ja	20	24	44
Nein	5	6	11
Gesamt	25	30	55

4.2 Alter (n.s.)

	jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Gesamt
Ja	33	16	49
Nein	9	5	14
Gesamt	42	21	63

4.3 Schwerpunkt Tätigkeit (sig.**)

	TV	Online	Gesamt
Ja	21	28	49
Nein	13	1	14
Gesamt	34	29	63

4.4 Berufserfahrung Journalismus (n.s.)

	weniger als 18 Jahre	18 Jahre und mehr	Gesamt
Ja	19	22	41
Nein	5	6	11
Gesamt	24	28	52

4.5 Berufserfahrung Tagesschau (n.s.)

	weniger als 7 Jahre	7 Jahre und mehr	Gesamt
Ja	23	19	42
Nein	4	7	11
Gesamt	27	26	53

4.6 Leitungsrolle (n.s.)

	Nein	Ja	Gesamt
Ja	32	13	45
Nein	7	5	12
Gesamt	39	18	57

5 Informationen über Publikum

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

n=63	Anzahl	Prozent der Befragten
Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion	50	79,4
persönliche Begegnungen mit Zuschauern bzw. Nutzern	38	60,3
Einschaltquoten der Tagesschau	32	50,8
Ergebnisse der Markt- und Medienforschung	36	57,1
Beobachtung von Bewertungen und Kommentaren zur Tagesschau auf externen Plattformen (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs)	24	38,1
Berichte der Social-Media-Redakteure bzw. Multi-Media-Assistenten in den Redaktionskonferenzen	33	52,4
Gespräche mit Social-Media-Redakteuren bzw. Multi-Media-Assistenten außerhalb der Redaktionskonferenzen	34	54,0
Gespräche mit Kollegen, die keine Multi-Media-Assistenten oder Social-Media-Redakteure sind	30	47,6
Zugriffstatistiken der Tagesschau-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+	7	11,1
Zugriffstatistiken von tagesschau.de	38	60,3
Kommentare auf meta.tagesschau.de	30	47,6
Kommentare zu Beiträgen des Tagesschau-Blogs	23	36,5
Andere Quellen	4	6,3

Offene Antworten:

- Mediendienste, zB meedia.de; Medienfachzeitschriften, Aufsätze zur Mediennutzung, zB journalist , Medienseiten von Tageszeitungen
- persönliche Beobachtungen aus meinem Umfeld, andere Medien
- Publikationen über die Tagesschau
- Zeitung

5.1 Geschlecht (n.s.)

	Weiblich	Männlich	Gesamt
Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion	0,84	0,77	0,80
persönliche Begegnungen mit Zuschauern bzw. Nutzern	0,60	0,63	0,62
Einschaltquoten der Tagesschau	0,48	0,47	0,47
Ergebnisse der Markt- und Medienforschung	0,68	0,50	0,58
Beobachtung von Bewertungen und Kommentaren zur Tagesschau auf externen Plattformen (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs)	0,44	0,40	0,42
Berichte der Social-Media-Redakteure bzw. Multi-Media-Assistenten in den Redaktionskonferenzen	0,68	0,47	0,56
Gespräche mit Social-Media-Redakteuren bzw. Multi-Media-Assistenten außerhalb der Redaktionskonferenzen	0,52	0,63	0,58
Gespräche mit Kollegen, die keine Multi-Media-Assistenten oder Social-Media-Redakteure sind	0,40	0,53	0,47
Zugriffstatistiken der Tagesschau-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+	0,12	0,13	0,13
Zugriffstatistiken von tagesschau.de	0,64	0,60	0,62
Kommentare auf meta.tagesschau.de	0,44	0,57	0,51
Kommentare zu Beiträgen des Tagesschau-Blogs	0,32	0,47	0,40
Andere Quellen	0,08	0,07	0,07

5.2 Alter (teilweise sig., 2/13)

	< 40 Jahre	> 40 Jahre	Gesamt
Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion	0,76	0,86	0,79
persönliche Begegnungen mit Zuschauern bzw. Nutzern	0,57	0,67	0,60
Einschaltquoten der Tagesschau*	0,38	0,76	0,51
Ergebnisse der Markt- und Medienforschung	0,52	0,67	0,57
Beobachtung von Bewertungen und Kommentaren zur Tagesschau auf externen Plattformen (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs)	0,33	0,48	0,38
Berichte der Social-Media-Redakteure bzw. Multi-Media-Assistenten in den Redaktionskonferenzen	0,48	0,62	0,52
Gespräche mit Social-Media-Redakteuren bzw. Multi-Media-Assistenten außerhalb der Redaktionskonferenzen	0,50	0,62	0,54
Gespräche mit Kollegen, die keine Multi-Media-Assistenten oder Social-Media-Redakteure sind	0,48	0,48	0,48
Zugriffstatistiken der Tagesschau-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+	0,07	0,19	0,11
Zugriffstatistiken von tagesschau.de	0,55	0,71	0,60
Kommentare auf meta.tagesschau.de	0,45	0,52	0,48
Kommentare zu Beiträgen des Tagesschau-Blogs*	0,24	0,62	0,37
Andere Quellen	0,05	0,10	0,06

5.3 Schwerpunkt Tätigkeit (teilweise sig., 6/13)

	TV	Online	Gesamt
Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion	0,74	0,86	0,79
persönliche Begegnungen mit Zuschauern bzw. Nutzern ***	0,85	0,31	0,60
Einschaltquoten der Tagesschau ***	0,76	0,21	0,51
Ergebnisse der Markt- und Medienforschung *	0,71	0,41	0,57
Beobachtung von Bewertungen und Kommentaren zur Tagesschau auf externen Plattformen (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs)	0,32	0,45	0,38
Berichte der Social-Media-Redakteure bzw. Multi-Media-Assistenten in den Redaktionskonferenzen	0,53	0,52	0,52
Gespräche mit Social-Media-Redakteuren bzw. Multi-Media-Assistenten außerhalb der Redaktionskonferenzen	0,53	0,55	0,54
Gespräche mit Kollegen, die keine Multi-Media-Assistenten oder Social-Media-Redakteure sind	0,47	0,48	0,48
Zugriffstatistiken der Tagesschau-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+ *	0,03	0,21	0,11
Zugriffstatistiken von tagesschau.de***	0,38	0,86	0,60
Kommentare auf meta.tagesschau.de***	0,12	0,90	0,48
Kommentare zu Beiträgen des Tagesschau-Blogs	0,29	0,45	0,37
Andere Quellen	0,06	0,07	0,06

5.4 Berufserfahrung Journalismus (teilweise sig., 1/13)

	<18 Jahre	>18 Jahre	Gesamt
Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion	0,75	0,82	0,79
persönliche Begegnungen mit Zuschauern bzw. Nutzern	0,50	0,71	0,62
Einschaltquoten der Tagesschau**	0,25	0,68	0,48
Ergebnisse der Markt- und Medienforschung	0,54	0,64	0,60
Beobachtung von Bewertungen und Kommentaren zur Tagesschau auf externen Plattformen (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs)	0,38	0,46	0,42
Berichte der Social-Media-Redakteure bzw. Multi-Media-Assistenten in den Redaktionskonferenzen	0,54	0,57	0,56
Gespräche mit Social-Media-Redakteuren bzw. Multi-Media-Assistenten außerhalb der Redaktionskonferenzen	0,54	0,57	0,56
Gespräche mit Kollegen, die keine Multi-Media-Assistenten oder Social-Media-Redakteure sind	0,46	0,46	0,46
Zugriffstatistiken der Tagesschau-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+	0,13	0,14	0,13
Zugriffstatistiken von tagesschau.de	0,67	0,61	0,63
Kommentare auf meta.tagesschau.de	0,58	0,43	0,50
Kommentare zu Beiträgen des Tagesschau-Blogs	0,29	0,50	0,40
Andere Quellen	0,04	0,11	0,08

5.5 Berufserfahrung Tagesschau (teilweise sig., 1/13)

	Weniger als 7 Jahre	7 Jahre und mehr	Gesamt
	0,78	0,81	0,79
persönliche Begegnungen mit Zuschauern bzw. Nutzern	0,67	0,58	0,62
Einschaltquoten der Tagesschau*	0,33	0,62	0,47
Ergebnisse der Markt- und Medienforschung	0,52	0,65	0,58
Beobachtung von Bewertungen und Kommentaren zur Tagesschau auf externen Plattformen (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs)	0,44	0,42	0,43
Berichte der Social-Media-Redakteure bzw. Multi-Media-Assistenten in den Redaktionskonferenzen	0,52	0,62	0,57
Gespräche mit Social-Media-Redakteuren bzw. Multi-Media-Assistenten außerhalb der Redaktionskonferenzen	0,52	0,62	0,57
Gespräche mit Kollegen, die keine Multi-Media-Assistenten oder Social-Media-Redakteure sind	0,52	0,42	0,47
Zugriffstatistiken der Tagesschau-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+	0,11	0,15	0,13
Zugriffstatistiken von tagesschau.de	0,56	0,73	0,64
Kommentare auf meta.tagesschau.de	0,48	0,54	0,51
Kommentare zu Beiträgen des Tagesschau-Blogs	0,30	0,54	0,42
Andere Quellen	0,11	0,04	0,08

5.6 Leitungsrolle (teilweise sig., 2/13)

	Nein	Ja	Gesamt
Briefe, E-Mails, Anrufe oder Faxe an die Redaktion	0,74	0,89	0,79
persönliche Begegnungen mit Zuschauern bzw. Nutzern	0,59	0,67	0,61
Einschaltquoten der Tagesschau***	0,33	0,83	0,49
Ergebnisse der Markt- und Medienforschung*	0,49	0,83	0,60
Beobachtung von Bewertungen und Kommentaren zur Tagesschau auf externen Plattformen (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Weblogs)	0,44	0,39	0,42
Berichte der Social-Media-Redakteure bzw. Multi-Media-Assistenten in den Redaktionskonferenzen	0,54	0,61	0,56
Gespräche mit Social-Media-Redakteuren bzw. Multi-Media-Assistenten außerhalb der Redaktionskonferenzen	0,54	0,61	0,56
Gespräche mit Kollegen, die keine Multi-Media-Assistenten oder Social-Media-Redakteure sind	0,49	0,44	0,47
Zugriffstatistiken der Tagesschau-Angebote auf Social Media-Plattformen wie Facebook, Twitter, YouTube oder Google+	0,10	0,17	0,12
Zugriffstatistiken von tagesschau.de	0,59	0,61	0,60
Kommentare auf meta.tagesschau.de	0,54	0,39	0,49
Kommentare zu Beiträgen des Tagesschau-Blogs	0,36	0,50	0,40
Andere Quellen	0,08	0,06	0,07

5.7 Anzahl genutzter Quellen

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

n=52-63	Mittelwert	Standardabweichung
Alle Befragten	6,0159	2,31051
Geschlecht [ns]		
weiblich	6,2400	2,45425
männlich	6,2333	2,22344
Altersgruppe dichotomisiert [eta .392**]		
jünger als 40 Jahre	5,3810	1,80720
40 Jahre und älter	7,2857	2,70449
Schwerpunkt der Tätigkeit [ns]		
TV	5,7941	1,88743
Online	6,2759	2,73726
Berufserfahrung im Journalismus [ns]		
weniger als 18 Jahre	5,6667	2,11961
18 Jahre und mehr	6,7143	2,41687
Berufserfahrung bei Tagesschau [ns]		
weniger als 7 Jahre	5,8519	2,24814
7 Jahre und mehr	6,7308	2,37584
Leitungsrolle (cvD) [ns]		
nein	5,8205	2,21088
ja	7,0000	2,37635

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 Zuschauerredaktion usw.)?

n=59-63	nie	weniger als 1 mal pro Woche	1 bis 2 mal pro Woche	3 bis 4 mal pro Woche	täglich	Mittelwert	Std.abw.
Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen.	53	6	1	0	0	1,13	0,389
Um (Entscheidungs-) Prozesse in der Redaktion zu erklären.	25	24	9	1	2	1,87	0,957
Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen.	26	27	6	2	0	1,74	0,772
Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.).	15	32	12	3	1	2,10	0,875
Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.).	40	16	2	0	2	1,47	0,853
Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen.	37	18	6	0	0	1,49	0,674
Um mit den Zuschauern/ Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen.	29	20	8	3	1	1,80	0,963
Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden.	50	7	1	0	2	1,28	0,804
Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen.	34	14	6	2	3	1,75	1,108
Um Diskussionen zwischen den Nutzern zu moderieren.	48	8	3	1	1	1,34	0,793

6.1 Geschlecht (teilweise sig., 2/10,)

	Weiblich	Männlich	Gesamt
Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen.*	1,26	1,03	1,13
Um (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion zu erklären.	1,91	1,97	1,94
Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen.	1,83	1,69	1,75
Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.).	2,08	2,20	2,15
Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.).	1,39	1,62	1,52
Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen.	1,38	1,55	1,47
Um mit den Zuschauern/Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen.*	2,08	1,59	1,81
Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden.	1,17	1,29	1,23
Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen.	1,46	1,86	1,67
Um Diskussionen zwischen den Nutzern zu moderieren.	1,54	1,24	1,38

6.2 Alter (teilweise sig., 1/10)

	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Gesamt
Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen.	1,13	1,15	1,13
Um (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion zu erklären.*	1,68	2,25	1,87
Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen.	1,71	1,80	1,74
Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.).	2,05	2,19	2,10
Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.).	1,49	1,42	1,47
Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen.	1,51	1,45	1,49
Um mit den Zuschauern/Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen.	1,76	1,90	1,80
Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden.	1,23	1,40	1,28
Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen.	1,80	1,63	1,75
Um Diskussionen zwischen den Nutzern zu moderieren.	1,46	1,10	1,34

6.3 Schwerpunkt Tätigkeit (teilweise sig., 1/10)

	TV	Online	Gesamt
Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen.	1,16	1,11	1,13
Um (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion zu erklären.*	1,63	2,14	1,87
Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen.	1,59	1,90	1,74
Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.).	1,97	2,24	2,10
Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.).	1,56	1,36	1,47
Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen.	1,64	1,32	1,49
Um mit den Zuschauern/Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen.	1,66	1,97	1,80
Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden.	1,35	1,21	1,28
Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen.	1,75	1,74	1,75
Um Diskussionen zwischen den Nutzern zu moderieren.	1,24	1,46	1,34

6.4 Berufserfahrung Journalismus (teilweise sig., 1/10)

	> 18 Jahre	18 Jahre +	Gesamt
Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen.	1,13	1,15	1,14
Um (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion zu erklären.	1,74	2,07	1,92
Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen.	1,78	1,74	1,76
Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.).	2,04	2,21	2,13
Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.).	1,58	1,52	1,55
Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen.	1,54	1,46	1,50
Um mit den Zuschauern/Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen.	1,78	1,81	1,80
Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden.	1,23	1,22	1,22
Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen.	1,63	1,76	1,69
Um Diskussionen zwischen den Nutzern zu moderieren.**	1,54	1,04	1,28

6.5 Berufserfahrung Tagesschau (n.s.)

	> 7 Jahre	7 Jahre +	Gesamt
Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen.	1,15	1,13	1,14
Um (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion zu erklären.	1,92	1,96	1,94
Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen.	1,85	1,68	1,76
Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.).	2,26	2,00	2,13
Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.).	1,58	1,50	1,54
Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen.	1,56	1,42	1,49
Um mit den Zuschauern/Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen.	1,81	1,80	1,80
Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden.	1,20	1,28	1,24
Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen.	1,78	1,57	1,68
Um Diskussionen zwischen den Nutzern zu moderieren.	1,33	1,25	1,29

6.6 Leitungsrolle (n.s.)

	nein	ja	Gesamt
Um die Redaktion oder einzelne Redaktions-Mitglieder vorzustellen.	1,11	1,18	1,13
Um (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion zu erklären.	1,84	2,06	1,91
Um Informationen über die Quellen zu geben, die einem redaktionellen Beitrag zugrunde liegen.	1,76	1,65	1,73
Um über die Art und Qualität Ihrer journalistischen Arbeit zu diskutieren (z. B. über die Themenwahl, die Machart/den „Ton“ von Beiträgen usw.).	2,13	2,06	2,11
Um das Publikum auf externe Inhalte aufmerksam zu machen (z. B. YouTube-Videos, externe Webseiten usw.).	1,53	1,44	1,50
Um Expertennetzwerke aufzubauen und zu pflegen.	1,47	1,47	1,47
Um mit den Zuschauern/Nutzern Meinungen über politische Entscheidungen, aktuelle Ereignisse oder andere Themen der Berichterstattung auszutauschen.	1,82	1,71	1,78
Um das Publikum zu begrüßen oder zu verabschieden.	1,16	1,35	1,22
Um das Publikum direkt auf Ihre eigenen Inhalte aufmerksam zu machen.	1,70	1,53	1,65
Um Diskussionen zwischen den Nutzern zu moderieren.	1,50	1,06	1,36

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 Social-Media-Angebote der Tagesschau (z. B. meta.tagesschau.de, die Tagesschau-Facebook-Seite, der Blog auf tagesschau.de oder der Twitter-Account der Tagesschau). Welchen Stellenwert haben diese für bestimmte Facetten Ihrer alltäglichen Arbeit?

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

n=47-48	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.	7	16	13	8	4	2,71	1,166
... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen.	25	15	3	1	3	1,77	1,108
... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht.	22	16	7	2	1	1,83	0,975
... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren.	18	14	9	6	1	2,12	1,123
... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte.	14	20	3	6	4	2,28	1,263
... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht.	22	16	6	3	1	1,85	1,010
... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen.	20	15	6	4	2	2,00	1,142
... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten.	8	7	18	10	4	2,89	1,184
... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten.	7	6	15	16	4	3,08	1,182
... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren.	20	16	8	3	0	1,87	,924
... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten.	8	10	13	14	3	2,87	1,196
... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind.	6	9	11	16	6	3,15	1,238

7.1 Geschlecht (n.s.)

	Weiblich	Männlich	Gesamt
... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt.	2,79	2,54	2,65
... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen.	1,68	1,71	1,70
... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht.	1,79	1,83	1,81
... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren.	2,05	1,96	2,00
... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte.	2,32	2,17	2,23
... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht.	1,74	1,88	1,81
... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen.	2,00	1,91	1,95
... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten.	2,63	3,04	2,86
... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten.	3,32	2,96	3,12
... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren.	1,83	1,88	1,86
... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten.	3,00	2,88	2,93
... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind.	3,32	2,83	3,05

7.2 Alter (n.s.)

	jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Gesamt
... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt.	2,76	2,60	2,71
... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen.	1,94	1,40	1,77
... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht.	1,91	1,67	1,83
... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren.	2,09	2,20	2,13
... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte.	2,28	2,27	2,28
... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht.	1,88	1,80	1,85
... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen.	2,09	1,79	2,00
... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten.	3,03	2,60	2,89
... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten.	3,18	2,87	3,08
... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren.	1,91	1,79	1,87
... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten.	2,76	3,13	2,88
... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind.	3,12	3,20	3,15

7.3 Schwerpunkt Tätigkeit (teilweise sig., 4/12)

	TV	Online	Gesamt
... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt.	2,90	2,57	2,71
... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen.*	2,21	1,46	1,77
... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht.	1,70	1,93	1,83
... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren.*	2,50	1,86	2,13
... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte.**	3,00	1,79	2,28
... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht.	1,90	1,82	1,85
... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen.	2,20	1,85	2,00
... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten.	2,55	3,15	2,89
... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten.	3,00	3,14	3,08
... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren.	1,70	2,00	1,87
... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten.*	2,40	3,21	2,88
... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind.	3,25	3,07	3,15

7.4 Berufserfahrung Journalismus (n.s.)

	weniger als 18 Jahre	18 Jahre und mehr	Gesamt
... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt.	2,68	2,71	2,70
... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen.	1,84	1,62	1,73
... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht.	1,89	1,71	1,80
... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren.	2,11	2,05	2,08
... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte.	2,26	2,29	2,28
... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht.	1,89	1,67	1,78
... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen.	2,21	1,80	2,00
... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten.	3,16	2,52	2,83
... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten.	3,42	2,81	3,10
... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren.	1,89	1,65	1,77
... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten.	3,05	2,81	2,93
... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind.	3,16	3,00	3,08

7.5 Berufserfahrung Tagesschau (teilweise sig., 1/12)

	weniger als 7 Jahre	7 Jahre und mehr	Gesamt
... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt.	2,83	2,56	2,71
... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen.	1,78	1,61	1,71
... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht.	1,83	1,83	1,83
... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren.	2,04	2,06	2,05
... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte.	2,35	2,11	2,24
... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht.	1,74	2,00	1,85
... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen.	2,04	1,88	1,98
... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten.	3,13	2,56	2,88
... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten.*	3,48	2,72	3,15
... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren.	1,86	1,67	1,78
... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten.	3,00	2,94	2,98
... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind.	3,26	2,94	3,12

7.6 Leitungsrolle (teilweise sig., 1/12)

	nein	ja	Gesamt
... um mich für einen Beitrag darüber zu informieren, wie sich ein Ereignis oder Thema aktuell entwickelt.	2,75	2,25	2,61
... um unter den Nutzern nach Augenzeugen eines Ereignisses zu suchen.	1,81	1,36	1,70
... um anhand der Nutzer zu entscheiden, ob über ein konkretes Ereignis oder Thema berichtet werden soll oder nicht.	1,88	1,58	1,80
... um Hintergrundinformationen zu einem Thema oder Ereignis zu recherchieren.	1,94	2,08	1,98
... um Foto-, Video- und anderes Material für meine Beiträge zu erhalten, zu dem ich sonst keinen Zugang hätte.	2,28	2,09	2,23
... um zu entscheiden, welche Fakten und Aspekte eines Themas in einen Beitrag aufgenommen werden und welche nicht.	1,88	1,58	1,80
... um Informationen von den Nutzern „gegenchecken“ bzw. überprüfen zu lassen.	2,00	2,00	2,00
... um Hinweise auf Fehler in einem journalistischen Beitrag zu erhalten.	3,06	2,42	2,89
... um ein Stimmungsbild der Bevölkerung zu einem Thema oder Ereignis zu erhalten.*	3,31	2,42	3,07
... um mit den Nutzern inhaltlich über ein Thema oder Ereignis zu diskutieren.	1,94	1,58	1,84
... um Feedback und Resonanz zu meiner journalistischen Arbeit im Allgemeinen zu erhalten.	2,94	2,75	2,89
... um einen allgemeinen Überblick zu gewinnen, welche Themen gerade bei den Nutzern beliebt sind.	3,06	3,08	3,07

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?

n=60-63	Stimme überhaupt nicht zu	... weniger	... teils/teils	... überwiegend	... voll & ganz	Weiß nicht	MW (*)	Std.Ab w. (*)
dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	27	19	12	2	0	0	1,82	0,873
das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	1	0	0	9	47	5	4,77	0,627
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	1	3	14	22	21	1	3,97	0,966
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.	15	13	11	11	13	0	2,90	1,478
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	0	1	0	6	54	2	4,85	0,477
Kritik an Missständen zu üben.	2	4	12	24	18	1	3,87	1,033
positive Ideale zu vermitteln.	9	23	14	10	6	0	2,69	1,195
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	11	15	20	10	4	0	2,68	1,157
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	18	28	9	5	0	1	2,02	0,892
neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	3	8	22	20	9	0	3,39	1,046
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	0	0	4	9	47	3	4,72	0,585
mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	2	8	17	17	17	1	3,64	1,126
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	27	28	4	2	0	1	1,69	0,743
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	13	17	17	10	3	1	2,55	1,156
den Zuschauern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	37	18	3	1	2	1	1,57	0,921
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	11	25	16	5	2	1	2,36	0,996
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	8	27	17	7	1	1	2,43	0,927
den Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	1	18	15	14	14	0	3,35	1,175
Diskussionen unter den Zuschauern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	14	18	9	13	7	1	2,69	1,348

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

8.1.1 Auswertung nach „eher/voll Zustimmung“ vs. Rest

Grün markiert sind diejenigen Aussagen, denen zumindest die Hälfte der Befragten eher oder vollständig zustimmt.

	stimme nicht zu		stimme eher/ganz zu	
	Anzahl	%	Anzahl	%
dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	58	96,7%	2	3,3%
das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	1	1,8%	56	98,2%
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	18	29,5%	43	70,5%
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.	39	61,9%	24	38,1%
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	1	1,6%	60	98,4%
Kritik an Missständen zu üben.	18	30,0%	42	70,0%
positive Ideale zu vermitteln.	46	74,2%	16	25,8%
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	46	76,7%	14	23,3%
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	55	91,7%	5	8,3%
neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	33	53,2%	29	46,8%
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	4	6,7%	56	93,3%
mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	27	44,3%	34	55,7%
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	59	96,7%	2	3,3%
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	47	78,3%	13	21,7%
den Zuschauern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	58	95,1%	3	4,9%
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	52	88,1%	7	11,9%
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	52	86,7%	8	13,3%
den Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	34	54,8%	28	45,2%
Diskussionen unter den Zuschauern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	41	67,2%	20	32,8%

8.2 Kontrast mit JouriD-Daten

Zwölf der abgefragten Aussagen wurden aus der Studie „Journalismus in Deutschland“ (JouriD)² übernommen, sodass ein direkter Kontrast mit den repräsentativen Daten dieser Befragung, die 2005 zum letzten Mal durchgeführt wurde, möglich ist.

8.2.1 Zustimmung in %

→ Gegenüberstellung der Anteile von „stimme eher zu“ & „stimme voll und ganz zu“ (in %)

	JouriD 2005	#jpub20	Differenz
dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	19,0	3,3	-15,7
das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	89,0	98,2	9,2
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	nicht erh.	70,5	.
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.	24,0	38,1	14,1
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	79,0	98,4	19,4
Kritik an Missständen zu üben.	58,0	70,0	12,0
positive Ideale zu vermitteln.	40,0	25,8	-14,2
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	44,0	23,3	-20,7
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	37,0	8,3	-28,7
neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	44,0	46,8	2,8
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	74,0	93,3	19,3
mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	60,0	55,7	-4,3
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	nicht erh.	3,3	.
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	24,0	21,7	-2,3
den Zuschauern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	nicht erh.	4,9	.
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	nicht erh.	11,9	.
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	nicht erh.	13,3	.
den Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	nicht erh.	45,2	.
Diskussionen unter den Zuschauern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	nicht erh.	32,8	.

² Siehe Weischenberg, S./ Malik, M. / Scholl, A. (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz.

8.2.2 Mittelwert

	JourID 2005	#jpub20	Differenz
dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	2,60	1,82	-0,78
das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	4,41	4,77	0,36
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	nicht erh.	3,97	.
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.	2,46	2,90	0,44
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	4,13	4,85	0,72
Kritik an Missständen zu üben.	3,63	3,87	0,24
positive Ideale zu vermitteln.	3,20	2,69	-0,51
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	3,25	2,68	-0,57
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	3,13	2,02	-1,11
neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	3,36	3,39	0,03
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	4,02	4,72	0,70
mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	3,63	3,64	0,01
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	nicht erh.	1,69	.
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	2,97	2,55	-0,42
den Zuschauern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	nicht erh.	1,57	.
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	nicht erh.	2,36	.
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	nicht erh.	2,43	.
den Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	nicht erh.	3,35	.
Diskussionen unter den Zuschauern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	nicht erh.	2,69	.

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

8.3 Geschlecht (teilweise sig., 3/19)

	Weiblich	Männlich	Gesamt
dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	1,71	1,97	1,85
das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	4,90	4,76	4,82
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	4,00	3,97	3,98
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.	2,76	2,90	2,84
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	4,74	4,93	4,85
Kritik an Missständen zu üben.	3,83	3,76	3,79
positive Ideale zu vermitteln.*	2,40	3,10	2,78
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.*	2,29	3,03	2,70
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.*	1,71	2,21	1,98
neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	3,24	3,62	3,44
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	4,77	4,63	4,69
mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	3,54	3,62	3,58
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	1,60	1,86	1,74
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	2,63	2,46	2,54
den Zuschauern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	1,64	1,41	1,52
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	2,17	2,45	2,32
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	2,40	2,43	2,42
den Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	3,20	3,62	3,43
Diskussionen unter den Zuschauern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	3,00	2,41	2,69

8.4 Alter (n.s.)

	jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Gesamt
dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	1,93	1,58	1,82
das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	4,74	4,83	4,77
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	4,02	3,85	3,97
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.	2,93	2,86	2,90
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	4,83	4,90	4,85
Kritik an Missständen zu üben.	3,92	3,76	3,87
positive Ideale zu vermitteln.	2,81	2,45	2,69
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	2,73	2,58	2,68
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	2,15	1,74	2,02
neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	3,45	3,25	3,39
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	4,67	4,81	4,72
mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	3,71	3,50	3,64
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	1,78	1,50	1,69
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	2,71	2,21	2,55
den Zuschauern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	1,61	1,50	1,57
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	2,51	2,05	2,36
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	2,54	2,21	2,43
den Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	3,32	3,43	3,35
Diskussionen unter den Zuschauern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	2,76	2,55	2,69

8.5 Schwerpunkt Tätigkeit (teilweise sig., 1/19)

	TV	Online	Gesamt
dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	1,63	2,04	1,82
das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	4,81	4,73	4,77
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	3,88	4,07	3,97
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.**	3,44	2,28	2,90
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	4,94	4,75	4,85
Kritik an Missständen zu üben.	3,97	3,74	3,87
positive Ideale zu vermitteln.	2,67	2,72	2,69
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	2,84	2,52	2,68
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	1,90	2,14	2,02
neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	3,27	3,52	3,39
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	4,76	4,67	4,72
mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	3,52	3,79	3,64
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	1,56	1,83	1,69
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	2,61	2,48	2,55
den Zuschauern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	1,59	1,55	1,57
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	2,40	2,31	2,36
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	2,61	2,24	2,43
den Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	3,27	3,45	3,35
Diskussionen unter den Zuschauern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	2,88	2,48	2,69

8.6 Berufserfahrung Journalismus (n.s.)

	weniger als 18 Jahre	18 Jahre und mehr	Gesamt
dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	1,92	1,69	1,80
das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	4,77	4,88	4,83
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	3,78	4,19	4,00
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.	2,71	3,04	2,88
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	4,78	4,89	4,84
Kritik an Missständen zu üben.	4,00	3,56	3,76
positive Ideale zu vermitteln.	2,83	2,59	2,71
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	2,70	2,74	2,72
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	1,91	2,00	1,96
neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	3,46	3,41	3,43
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	4,68	4,74	4,71
mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	3,42	3,73	3,58
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	1,79	1,59	1,69
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	2,70	2,27	2,47
den Zuschauern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	1,46	1,56	1,51
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	2,43	2,19	2,30
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	2,54	2,35	2,44
den Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	3,21	3,63	3,43
Diskussionen unter den Zuschauern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	2,54	2,70	2,63

8.7 Berufserfahrung Tagesschau (teilweise sig., 2/19)

	weniger als 7 Jahre	7 Jahre und mehr	Gesamt
dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	1,89	1,67	1,78
das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	4,88	4,74	4,81
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	4,08	3,88	3,98
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.	3,19	2,50	2,85
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	4,85	4,84	4,84
Kritik an Missständen zu üben.*	4,15	3,40	3,78
positive Ideale zu vermitteln.	2,93	2,56	2,75
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	2,89	2,50	2,71
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	2,11	1,78	1,96
neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	3,59	3,28	3,44
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	4,79	4,58	4,68
mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	3,58	3,56	3,57
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	1,85	1,52	1,69
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	2,54	2,46	2,50
den Zuschauern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	1,59	1,44	1,52
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	2,50	2,04	2,27
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.*	2,70	2,13	2,43
den Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	3,59	3,32	3,46
Diskussionen unter den Zuschauern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	2,63	2,68	2,65

8.8 Leitungsrolle (teilweise sig., 1/19)

	nein	ja	Gesamt
dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	1,97	1,53	1,85
das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	4,78	4,67	4,75
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	4,05	3,76	3,96
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.	2,82	3,11	2,91
komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	4,79	4,94	4,84
Kritik an Missständen zu üben.	3,97	3,53	3,84
positive Ideale zu vermitteln.	2,92	2,29	2,73
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	2,87	2,31	2,71
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	2,11	1,69	1,98
neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	3,56	3,00	3,39
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	4,67	4,78	4,70
mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	3,61	3,59	3,60
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.*	1,87	1,41	1,73
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	2,76	2,12	2,56
den Zuschauern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	1,55	1,41	1,51
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	2,51	2,06	2,37
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	2,51	2,29	2,44
den Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	3,44	3,24	3,38
Diskussionen unter den Zuschauern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	2,87	2,41	2,73

8.9 Dimensionale Verdichtung

Die Items zum Rollenselbstbild wurden in Anlehnung an die JouriD-2005-Studie den drei Dimensionen „Information und Vermittlung“, „Kritik, Kontrolle, Engagement“ sowie „Service und Unterhaltung“ zugeordnet. Zusätzlich wurden drei Varianten getestet, aus den übrigen Items – nach inhaltlichen, nicht statistischen Überlegungen – neue Dimensionen zu bilden.

- Nur eine Dimension („Partizipation“);
- zwei neue Dimensionen („Anschlusskommunikation“ sowie „Community“), denen Items nach inhaltlichen Erwägungen zugeordnet wurden;
- zwei neue Dimensionen („Hosting Public Discourse“ sowie „Community“), denen Items nach inhaltlichen Erwägungen zugeordnet wurden.

	Item	Quelle	Dimension		
v_45	das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	JouriD	Information & Vermittlung		
v_48	komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.	JouriD			
v_54	dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	JouriD			
v_55	mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	JouriD			
v_47	die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu kontrollieren.	JouriD	Kritik, Kontrolle, Engagement		
v_49	Kritik an Missständen zu üben.	JouriD			
v_57	Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	JouriD			
v_44	dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	JouriD	Service & Unterhaltung		
v_50	positive Ideale zu vermitteln.	JouriD			
v_51	Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	JouriD			
v_52	dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	JouriD			
v_53	neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	JouriD			
v_46	das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	<i>Neuberger</i>	Partizipation	Anschlusskommunikation	Rest
v_56	Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	<i>Eigen</i>			Rest
v_61	den Zuschauern/Nutzern Gesprächsstoff zu liefern.	<i>Neuberger</i>		Community	Hosting Public Discourse
v_59	in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	<i>Eigen</i>			Community
v_62	Diskussionen unter den Zuschauern/Nutzern anzustoßen und zu moderieren.	<i>Neuberger</i>			
v_58	den Zuschauern/Nutzern zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	<i>Eigen</i>			
v_60	eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	<i>Eigen</i>			

8.10 Reliabilitätsanalyse

Die Einzelwerte der jeweiligen items wurden pro Dimension aufaddiert und auf den Bereich 0 bis 1 standardisiert; der Extremwert 0 tritt auf, wenn alle items mit „Stimme überhaupt nicht zu“ beantwortet wurden, der Extremwert 1 bei „Stimme voll und ganz zu“ bei allen items.

Die nach inhaltlichen Überlegungen gebildeten Skalen sind von unterschiedlicher Reliabilität. Bei den JouriD-Skalen erreicht einzig „Service und Unterhaltung“ einen akzeptablen Cronbach's Alpha – Wert von über .700.

- Die „eindimensionale“ Lösung, alle sieben verbleibenden items als Ausprägungen der Dimension „Partizipation“ zu fassen, erzielt einen – gerade im Vergleich mit den anderen Lösungen – eben noch akzeptablen Wert von .684.
- Die beiden „zweidimensionalen“ Lösungen schneiden im Vergleich eher schlechter ab.

JouriD-Skalen

	MW wenn item weggelassen	Varianz wenn item weggelassen	Korrigierte Item- Skala-Korrelation	α , wenn Item weggelassen
Information und Vermittlung				0,297
das Publikum möglichst neutral und präzise zu informieren.	13,27	1,981	0,214	0,177
<i>komplexe Sachverhalte zu erklären und zu vermitteln.</i>	<i>13,18</i>	<i>2,695</i>	<i>-0,105</i>	<i>0,435</i>
dem Publikum möglichst schnell Informationen zu vermitteln.	13,32	1,895	0,314	0,080
Kritik, Kontrolle, Engagement				0,449
mich auf Nachrichten zu konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind.	14,34	1,101	0,221	0,156
Kritik an Missständen zu üben.	5,49	3,933	0,379	0,204
Menschen eine Chance zu geben, ihre Meinung über Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen.	6,79	4,312	0,190	0,488
Service und Unterhaltung				0,718
dem Publikum eigene Ansichten zu präsentieren.	10,91	9,392	0,441	0,685
positive Ideale zu vermitteln.	10,00	8,073	0,455	0,684
Lebenshilfe für das Publikum zu bieten und als Ratgeber zu dienen.	10,02	7,981	0,517	0,654
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung zu bieten.	10,75	9,027	0,533	0,655
neue Trends aufzuzeigen und neue Ideen zu vermitteln.	9,32	8,658	0,464	0,675

Variante 1: Eine Skala „Partizipation“

	MW wenn item weggelassen	Varianz wenn item weggelassen	Korrigierte Item- Skala-Korrelation	α , wenn Item weggelassen
Partizipation				0,684
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	14,20	15,070	0,261	0,683
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	16,39	14,897	0,446	0,644
den #l_2_3#n Gesprächsstoff zu liefern.	14,75	13,682	0,360	0,660
den #l_2_3#n zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	16,55	13,924	0,450	0,635
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	15,75	13,427	0,487	0,623
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	15,71	14,790	0,318	0,668
Diskussionen unter den #l_2_3#n anzustoßen und zu moderieren.	15,50	11,745	0,478	0,625

Variante 2: Zwei Skalen „Anschlusskommunikation“ & „Community“

	MW wenn item weggelassen	Varianz wenn item weggelassen	Korrigierte Item- Skala-Korrelation	α , wenn Item weggelassen
Anschlusskommunikation				0,444
das Publikum auf interessante Themen hinzuweisen und ihnen zu zeigen, wo sie sich darüber informieren können.	5,03	2,413	0,217	0,442
Menschen eine Möglichkeit zu geben, um von ihnen erstellte Inhalte zu veröffentlichen.	7,31	2,871	0,235	0,416
den #l_2_3#n Gesprächsstoff zu liefern.	5,69	1,560	0,393	0,076
Community				0,629
den #l_2_3#n zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	7,45	6,181	0,370	0,588
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	6,66	5,458	0,496	0,502
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	6,60	6,454	0,306	0,626
Diskussionen unter den #l_2_3#n anzustoßen und zu moderieren.	6,34	4,125	0,502	0,494

Variante 3: Zwei Skalen „Hosting Public Discourse“ & „Community“+ zwei Restitems

	MW wenn item weggelassen	Varianz wenn item weggelassen	Korrigierte Item- Skala-Korrelation	α, wenn Item weggelassen
Hosting Public Discourse				0,445
den #l_2_3#n Gesprächsstoff zu liefern.	5,07	3,960	0,141	0,564
in einen Dialog mit den Bürgern zu treten über aktuelle Themen.	6,09	3,764	0,312	0,301
Diskussionen unter den #l_2_3#n anzustoßen und zu moderieren.	5,78	2,387	0,399	0,067
Community				0,207
den #l_2_3#n zu ermöglichen, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu pflegen.	2,43	0,860	0,115	
eine Beziehung zum eigenen Publikum aufzubauen und zu pflegen.	1,58	0,857	0,115	

8.10.1 Alter (n.s.)

	jünger als 40 Jahre		40 Jahre und älter		Gesamt
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	
InformationVermittlung	0,8718	0,10629	0,8897	0,10012	0,8772
KritikKontrolleEngagement	0,5482	0,24093	0,4912	0,14406	0,5292
ServiceUnterhaltung	0,4064	0,18644	0,3441	0,15092	0,3875
PartizipationDiskursCommunity	0,4180	0,15427	0,3590	0,14210	0,3980

8.10.2 Geschlecht (teilweise sig., 1/6)

	weiblich		männlich		Gesamt
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	
InformationVermittlung	0,8844	0,09353	0,8683	0,10937	0,8750
KritikKontrolleEngagement	0,5109	0,15139	0,5185	0,24713	0,5150
ServiceUnterhaltung *	0,3273	0,14939	0,4500	0,19532	0,3960
PartizipationDiskursCommunity	0,3882	0,11811	0,4034	0,18286	0,3964

8.10.3 Berufserfahrung Journalismus (n.s.)

	weniger als 18 Jahre		18 Jahre und mehr		Gesamt
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	
InformationVermittlung	0,8494	0,09959	0,9022	0,09760	0,8764
KritikKontrolleEngagement	0,5265	0,24178	0,4967	0,18708	0,5106
ServiceUnterhaltung	0,3955	0,20290	0,3840	0,16815	0,3894
PartizipationDiskursCommunity	0,3782	0,15219	0,4057	0,16716	0,3929

8.10.4 Berufserfahrung Tagesschau (teilweise sig., 1/6)

	weniger als 7 Jahre		7 Jahre und mehr		Gesamt
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	
InformationVermittlung	0,8802	0,08628	0,8636	0,12143	0,8723
KritikKontrolleEngagement*	0,5700	0,23284	0,4493	0,16617	0,5122
ServiceUnterhaltung	0,4204	0,19128	0,3524	0,16468	0,3906
PartizipationDiskursCommunity	0,4243	0,16793	0,3602	0,14160	0,3936

8.10.5 Schwerpunkt der Tätigkeit (teilweise sig., 1/6)

	TV		Online		Gesamt	
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.
InformationVermittlung	0,8854	0,09859	0,8678	0,11086	0,8772	0,10388
KritikKontrolleEngagement*	0,5917	0,20802	0,4599	0,20198	0,5292	0,21391
ServiceUnterhaltung	0,3679	0,18116	0,4071	0,17465	0,3875	0,17742
PartizipationDiskursCommunity	0,4082	0,15009	0,3878	0,15513	0,3980	0,15159

8.10.6 Leitungsrolle (n.s.)

	nein		ja		Gesamt	
	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.	MW	Std.abw.
InformationVermittlung	0,8646	0,10511	0,8884	0,11282	0,8713	0,10670
KritikKontrolleEngagement	0,5463	0,22577	0,4844	0,17800	0,5272	0,21244
ServiceUnterhaltung	0,4237	0,18517	0,3115	0,15700	0,3951	0,18365
PartizipationDiskursCommunity	0,4245	0,15562	0,3438	0,14219	0,3992	0,15480

9 Motive für Publikumsbeteiligung

Frage 8: Zuschauer/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 der Tagesschau/von tagesschau.de beteiligen, verfolgen damit bestimmte Ziele. Wir haben eine Reihe von möglichen Erklärungen aufgelistet; was glauben Sie, aus welchen Gründen beteiligen sich Zuschauer/Nutzer am Angebot der Tagesschau/von tagesschau.de?

n=62-63	Trifft überhaupt nicht zu	... weniger	... teils/teils	... überwiegend	... voll & ganz	Weiß nicht	Mittelwert (*)	Std.Abw. (*)
möchten sich selbst darstellen.	0	0	30	19	13	0	3,73	0,793
suchen Hilfe bei einem Problem.	10	26	22	4	0	1	2,32	0,825
möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben.	0	6	20	24	11	1	3,66	0,892
möchten öffentlich ihre Meinung äußern.	0	0	12	27	24	0	4,19	0,737
möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen.	10	26	24	2	0	0	2,29	0,776
beteiligen sich aus Langeweile.	7	16	28	8	1	3	2,67	0,914
möchten aus ihrer passiven Zuschauerrolle heraustreten.	0	4	25	25	8	0	3,60	0,799
möchten einfach mal „Dampf ablassen“.	0	1	20	24	18	0	3,94	0,821
möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen.	7	29	19	4	1	3	2,38	0,846
möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Zuschauern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern.	4	28	24	5	0	2	2,49	0,744
fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig.	5	14	20	14	5	5	3,00	1,092
möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen.	10	25	24	4	0	0	2,35	0,826
möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen.	0	5	28	23	6	1	3,48	0,784
möchten ein Thema in die Tagesschau einbringen, das ihnen wichtig ist.	0	6	30	20	6	1	3,42	0,801
möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen.	1	0	24	23	14	0	3,79	0,852

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

9.1 Geschlecht (teilweise sig., 1/15)

	Weiblich	Männlich	Gesamt
möchten sich selbst darstellen.	3,68	3,72	3,70
suchen Hilfe bei einem Problem.	2,20	2,48	2,35
möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben.*	3,96	3,41	3,66
möchten öffentlich ihre Meinung äußern.	4,20	4,27	4,24
möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen.	2,38	2,17	2,26
beteiligen sich aus Langeweile.	2,52	2,63	2,58
möchten aus ihrer passiven Zuschauerrolle heraustreten.	3,64	3,55	3,59
möchten einfach mal „Dampf ablassen“.	3,92	3,97	3,95
möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen.	2,38	2,34	2,36
möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Zuschauern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern.	2,58	2,31	2,43
fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig.	2,91	2,96	2,94
möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen.	2,48	2,20	2,33
möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen.	3,48	3,48	3,48
möchten ein Thema in die Tagesschau einbringen, das ihnen wichtig ist.	3,54	3,47	3,50
möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen.	3,92	3,62	3,76

9.2 Alter (n.s.)

	jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Gesamt
möchten sich selbst darstellen.	3,71	3,75	3,73
suchen Hilfe bei einem Problem.	2,31	2,35	2,32
möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben.	3,78	3,40	3,66
möchten öffentlich ihre Meinung äußern.	4,26	4,05	4,19
möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen.	2,29	2,30	2,29
beteiligen sich aus Langeweile.	2,80	2,40	2,67
möchten aus ihrer passiven Zuschauerrolle heraustreten.	3,62	3,55	3,60
möchten einfach mal „Dampf ablassen“.	3,88	4,05	3,94
möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen.	2,49	2,16	2,38
möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Zuschauern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern.	2,57	2,32	2,49
fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig.	3,05	2,89	3,00
möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen.	2,38	2,29	2,35
möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen.	3,48	3,50	3,48
möchten ein Thema in die Tagesschau einbringen, das ihnen wichtig ist.	3,45	3,35	3,42
möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen.	3,78	3,81	3,79

9.3 Schwerpunkt Tätigkeit (teilweise sig., 5/15)

	TV	Online	Gesamt
möchten sich selbst darstellen.*	3,53	3,96	3,73
suchen Hilfe bei einem Problem.	2,33	2,31	2,32
möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben.	3,62	3,70	3,66
möchten öffentlich ihre Meinung äußern.*	4,00	4,41	4,19
möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen.*	2,48	2,07	2,29
beteiligen sich aus Langeweile.	2,48	2,89	2,67
möchten aus ihrer passiven Zuschauerrolle heraustreten.	3,44	3,79	3,60
möchten einfach mal „Dampf ablassen“. *	3,71	4,21	3,94
möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen.	2,44	2,32	2,38
möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Zuschauern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern.	2,58	2,39	2,49
fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig.	2,90	3,11	3,00
möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen.*	2,56	2,10	2,35
möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen.	3,45	3,52	3,48
möchten ein Thema in die Tagesschau einbringen, das ihnen wichtig ist.	3,32	3,54	3,42
möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen.	3,82	3,76	3,79

9.4 Berufserfahrung Journalismus (teilweise sig., 1/15)

	<18 Jahre	>18 Jahre	Gesamt
möchten sich selbst darstellen.	3,63	3,67	3,65
suchen Hilfe bei einem Problem.	2,17	2,56	2,37
möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben.	3,65	3,63	3,64
möchten öffentlich ihre Meinung äußern.	4,17	4,21	4,19
möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen.	2,33	2,22	2,27
beteiligen sich aus Langeweile.*	2,78	2,30	2,52
möchten aus ihrer passiven Zuschauerrolle heraustreten.	3,46	3,63	3,55
möchten einfach mal „Dampf ablassen“.	3,83	3,96	3,90
möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen.	2,33	2,42	2,38
möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Zuschauern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern.	2,46	2,31	2,38
fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig.	2,65	3,08	2,88
möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen.	2,38	2,29	2,33
möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen.	3,29	3,63	3,47
möchten ein Thema in die Tagesschau einbringen, das ihnen wichtig ist.	3,46	3,59	3,53
möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen.	3,65	3,89	3,78

9.5 Berufserfahrung Tagesschau (n.s.)

	<7 Jahre	>7 Jahre	Gesamt
möchten sich selbst darstellen.	3,63	3,68	3,65
suchen Hilfe bei einem Problem.	2,37	2,32	2,35
möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben.	3,73	3,52	3,63
möchten öffentlich ihre Meinung äußern.	4,33	4,08	4,21
möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen.	2,26	2,32	2,29
beteiligen sich aus Langeweile.	2,65	2,44	2,55
möchten aus ihrer passiven Zuschauerrolle heraustreten.	3,52	3,60	3,56
möchten einfach mal „Dampf ablassen“.	3,89	3,96	3,92
möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen.	2,37	2,38	2,37
möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Zuschauern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern.	2,37	2,42	2,39
fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig.	2,88	2,91	2,90
möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen.	2,26	2,35	2,30
möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen.	3,41	3,56	3,48
möchten ein Thema in die Tagesschau einbringen, das ihnen wichtig ist.	3,63	3,36	3,50
möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen.	3,92	3,62	3,77

9.6 Leitungsrolle (n.s.)

	nein	ja	Gesamt
möchten sich selbst darstellen.	3,69	3,76	3,71
suchen Hilfe bei einem Problem.	2,34	2,28	2,32
möchten ihr eigenes Wissen und Erfahrungen weitergeben.	3,76	3,41	3,65
möchten öffentlich ihre Meinung äußern.	4,28	4,11	4,23
möchten ihrer Pflicht als Bürger nachkommen.	2,28	2,24	2,27
beteiligen sich aus Langeweile.	2,61	2,47	2,56
möchten aus ihrer passiven Zuschauerrolle heraustreten.	3,61	3,61	3,61
möchten einfach mal „Dampf ablassen“.	3,95	3,94	3,95
möchten eine Beziehung zu einem Journalisten oder der Redaktion aufbauen.	2,45	2,13	2,35
möchten durch den Kontakt mit Journalisten und anderen Zuschauern/Nutzern ihr eigenes Wissen erweitern.	2,50	2,35	2,45
fühlen sich dadurch einer Gemeinschaft zugehörig.	3,05	2,75	2,96
möchten die Journalisten bei ihrer Arbeit unterstützen.	2,31	2,33	2,32
möchten ein bestimmtes Anliegen, Ereignis bzw. eine bestimmte Gruppe oder Person bewerben bzw. unterstützen.	3,47	3,50	3,48
möchten ein Thema in die Tagesschau einbringen, das ihnen wichtig ist.	3,59	3,24	3,48
möchten auf Fehler in der Berichterstattung hinweisen.	3,76	3,72	3,75

10 Publikumbild

Frage 9: Als nächstes möchten wir noch einmal auf das Publikum zu sprechen kommen, das Sie mit Ihrer Arbeit erreichen. Dazu haben wir verschiedene Bezeichnungen und Rollen zusammengestellt, mit denen man das Publikum charakterisieren kann.

n=60-62	Trifft überhaupt nicht zu	... weniger	... teils/teils	... eher	... voll & ganz	k.A.	MW (*)	Std.Abw. (*)
passive Zuschauer	5	11	19	20	4	3	3,12	1,068
Feedback-Geber und Kritiker meiner journalist. Arbeit	0	10	23	13	10	4	3,41	0,987
Kommentatoren	6	6	25	15	8	2	3,22	1,121
Themenlieferanten	5	32	14	4	4	3	2,49	0,989
Content-Produzenten	12	29	10	3	2	4	2,18	0,956
Mitgestalter	6	29	17	5	0	4	2,37	0,794
Diskussionspartner	2	24	18	14	0	3	2,76	0,865
Spezialisten, Experten	0	19	30	8	3	2	2,92	0,809
(Augen-)Zeugen	6	28	18	5	1	4	2,43	0,861
Verbreiter journalistischer Beiträge	7	25	17	6	5	2	2,62	1,091
Rat- und Hilfesuchende	4	26	23	5	0	3	2,50	0,755
Schützlinge, Klienten	16	24	12	2	0	8	2,00	0,824
Unterhaltungssuchende	7	25	18	8	1	2	2,51	0,935
Staatsbürger, Wähler	0	3	9	17	32	1	4,28	0,897
Adressaten von Werbung	35	17	3	2	2	3	1,63	0,981

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

10.1 Geschlecht (n.s.)

	Weiblich	Männlich	Gesamt
passive Zuschauer	2,96	3,17	3,08
Feedback-Geber und Kritiker meiner journalistischen Arbeit	3,68	3,27	3,44
Kommentatoren	3,39	3,13	3,25
Themenlieferanten	2,57	2,40	2,47
Content-Produzenten	2,38	2,04	2,18
Mitgestalter	2,23	2,38	2,31
Diskussionspartner	2,81	2,67	2,73
Spezialisten, Experten	3,04	2,83	2,92
(Augen-)Zeugen	2,68	2,20	2,40
Verbreiter journalistischer Beiträge	2,48	2,60	2,55
Rat- und Hilfesuchende	2,59	2,43	2,50
Schützlinge, Klienten	2,16	1,90	2,00
Unterhaltungssuchende	2,54	2,55	2,55
Staatsbürger, Wähler	4,29	4,33	4,31
Adressaten von Werbung	1,65	1,55	1,60

10.2 Alter (teilweise sig., 1/15)

	jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Gesamt
passive Zuschauer	3,10	3,15	3,12
Feedback-Geber und Kritiker meiner journalistischen Arbeit	3,50	3,25	3,41
Kommentatoren	3,15	3,33	3,22
Themenlieferanten	2,50	2,48	2,49
Content-Produzenten	2,14	2,25	2,18
Mitgestalter*	2,54	2,05	2,37
Diskussionspartner	2,87	2,53	2,76
Spezialisten, Experten	2,87	3,00	2,92
(Augen-)Zeugen	2,39	2,50	2,43
Verbreiter journalistischer Beiträge	2,62	2,62	2,62
Rat- und Hilfesuchende	2,49	2,52	2,50
Schützlinge, Klienten	2,06	1,89	2,00
Unterhaltungssuchende	2,68	2,19	2,51
Staatsbürger, Wähler	4,23	4,38	4,28
Adressaten von Werbung	1,59	1,70	1,63

10.3 Schwerpunkt Tätigkeit (teilweise sig., 5/15)

	TV	Online	Gesamt
passive Zuschauer***	3,58	2,61	3,12
Feedback-Geber und Kritiker meiner journalistischen Arbeit	3,25	3,57	3,41
Kommentatoren*	2,91	3,57	3,22
Themenlieferanten***	2,90	2,04	2,49
Content-Produzenten	2,38	1,96	2,18
Mitgestalter	2,43	2,30	2,37
Diskussionspartner	2,87	2,63	2,76
Spezialisten, Experten	3,06	2,75	2,92
(Augen-)Zeugen***	2,84	1,96	2,43
Verbreiter journalistischer Beiträge	2,72	2,50	2,62
Rat- und Hilfesuchende	2,55	2,44	2,50
Schützlinge, Klienten	2,10	1,88	2,00
Unterhaltungssuchende	2,39	2,64	2,51
Staatsbürger, Wähler**	4,59	3,93	4,28
Adressaten von Werbung	1,81	1,43	1,63

10.4 Berufserfahrung Journalismus (n.s.)

	weniger als 18 Jahre	18 Jahre und mehr	Gesamt
passive Zuschauer	3,00	3,27	3,14
Feedback-Geber und Kritiker meiner journalistischen Arbeit	3,65	3,23	3,43
Kommentatoren	3,22	3,22	3,22
Themenlieferanten	2,35	2,67	2,52
Content-Produzenten	2,10	2,35	2,24
Mitgestalter	2,50	2,15	2,31
Diskussionspartner	2,65	2,72	2,69
Spezialisten, Experten	2,91	2,96	2,94
(Augen-)Zeugen	2,39	2,46	2,43
Verbreiter journalistischer Beiträge	2,57	2,56	2,56
Rat- und Hilfesuchende	2,45	2,59	2,53
Schützlinge, Klienten	1,95	2,04	2,00
Unterhaltungssuchende	2,64	2,36	2,48
Staatsbürger, Wähler	4,26	4,43	4,35
Adressaten von Werbung	1,57	1,65	1,61

10.5 Berufserfahrung Tagesschau (teilweise sig., 1/15)

	weniger als 7 Jahre	7 Jahre und mehr	Gesamt
passive Zuschauer	3,19	3,08	3,14
Feedback-Geber und Kritiker meiner journalistischen Arbeit	3,64	3,20	3,42
Kommentatoren	3,04	3,44	3,24
Themenlieferanten	2,62	2,40	2,51
Content-Produzenten	2,17	2,29	2,23
Mitgestalter	2,48	2,13	2,31
Diskussionspartner	2,77	2,65	2,71
Spezialisten, Experten	2,92	2,96	2,94
(Augen-)Zeugen	2,42	2,42	2,42
Verbreiter journalistischer Beiträge	2,54	2,60	2,57
Rat- und Hilfesuchende	2,56	2,48	2,52
Schützlinge, Klienten	2,12	1,86	2,00
Unterhaltungssuchende*	2,74	2,21	2,49
Staatsbürger, Wähler	4,37	4,28	4,33
Adressaten von Werbung	1,58	1,67	1,62

10.6 Leitungsrolle (teilweise sig., 3/15)

	nein	ja	Gesamt
passive Zuschauer	2,94	3,44	3,11
Feedback-Geber und Kritiker meiner journalistischen Arbeit*	3,64	3,00	3,43
Kommentatoren	3,27	3,33	3,29
Themenlieferanten	2,51	2,47	2,50
Content-Produzenten	2,15	2,35	2,22
Mitgestalter	2,47	2,06	2,35
Diskussionspartner	2,84	2,63	2,77
Spezialisten, Experten	2,86	3,17	2,96
(Augen-)Zeugen	2,35	2,56	2,42
Verbreiter journalistischer Beiträge	2,57	2,78	2,64
Rat- und Hilfesuchende	2,58	2,39	2,52
Schützlinge, Klienten	2,11	1,71	2,00
Unterhaltungssuchende*	2,76	2,12	2,56
Staatsbürger, Wähler*	4,18	4,67	4,34
Adressaten von Werbung	1,53	1,72	1,59

11 Erwartungserwartungen in Bezug auf Beteiligung

Frage 10: Im folgenden Abschnitt interessiert uns, wie Sie die Erwartungen Ihres Publikums an die Angebote der Tagesschau/tagesschau.de einschätzen. Wir bitten Sie also, sich in Ihr Publikum "hineinzudenken".

Für mein Publikum ist es meiner Ansicht nach unwichtig/wichtig, dass..

n=57-59	völlig unwichtig	weniger wichtig	teils/teils wichtig	eher wichtig	sehr wichtig	weiß nicht	Mittelwert (*)	Std.Abw. (*)
sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können.	0	8	11	22	17	0	3,83	1,011
sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Zuschauern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	1	16	24	13	4	1	3,05	0,926
sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können.	3	28	20	7	1	0	2,58	0,835
sie ihre Verbundenheit mit der Tagesschau nach außen zeigen können.	7	23	14	11	1	2	2,57	1,006
sie mit anderen Zuschauern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können.	2	9	24	18	6	0	3,29	0,966
sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können.	0	6	16	23	14	0	3,76	0,935
die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der Tagesschau/von tagesschau.de bereitstellt (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.).	1	9	22	14	10	1	3,41	1,023
sie von den Journalisten ernst genommen werden.	0	1	6	19	33	0	4,42	0,747
sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können.	3	18	23	9	5	0	2,91	1,014
sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können.	0	20	26	9	3	0	2,91	0,844
die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden.	12	28	16	2	0	0	2,14	0,782
sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten.	2	19	21	12	4	1	2,95	0,981
sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen.	1	8	24	19	7	0	3,39	0,929
die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist.	0	5	23	16	12	2	3,62	0,926
sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können.	0	7	25	17	9	1	3,48	0,903

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

11.1 Geschlecht (teilweise sig., 1/15)

	Weiblich	Männlich	Gesamt
sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können.	3,88	3,83	3,85
sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Zuschauern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	2,96	3,13	3,06
sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können.*	2,84	2,37	2,58
sie ihre Verbundenheit mit der Tagesschau nach außen zeigen können.	2,30	2,69	2,52
sie mit anderen Zuschauern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können.	3,52	3,20	3,35
sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können.	3,92	3,70	3,80
die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der Tagesschau/von tagesschau.de bereitstellt (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.).	3,44	3,44	3,44
sie von den Journalisten ernst genommen werden.	4,56	4,27	4,40
sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können.	3,08	2,86	2,96
sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können.	2,96	2,97	2,96
die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden.	2,04	2,17	2,11
sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten.	3,21	2,77	2,96
sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen.	3,60	3,23	3,40
die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist.	3,56	3,75	3,66
sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können.	3,42	3,53	3,48

11.2 Alter (n.s.)

	jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Gesamt
sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können.	3,89	3,71	3,83
sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Zuschauern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	3,05	3,05	3,05
sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können.	2,63	2,48	2,58
sie ihre Verbundenheit mit der Tagesschau nach außen zeigen können.	2,72	2,30	2,57
sie mit anderen Zuschauern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können.	3,37	3,14	3,29
sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können.	3,82	3,67	3,76
die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der Tagesschau/von tagesschau.de bereitstellt (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.).	3,43	3,37	3,41
sie von den Journalisten ernst genommen werden.	4,53	4,24	4,42
sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können.	2,97	2,81	2,91
sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können.	2,87	3,00	2,91
die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden.	2,24	1,95	2,14
sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten.	2,89	3,05	2,95
sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen.	3,50	3,19	3,39
die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist.	3,69	3,50	3,63
sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können.	3,54	3,38	3,48

11.3 Schwerpunkt Tätigkeit (teilweise sig., 2/15)

	TV	Online	Gesamt
sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können.*	3,52	4,19	3,83
sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Zuschauern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	2,94	3,19	3,05
sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können.*	2,81	2,30	2,58
sie ihre Verbundenheit mit der Tagesschau nach außen zeigen können.	2,63	2,50	2,57
sie mit anderen Zuschauern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können.*	3,00	3,63	3,29
sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können.	3,56	4,00	3,76
die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der Tagesschau/von tagesschau.de bereitstellt (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.).	3,19	3,71	3,41
sie von den Journalisten ernst genommen werden.	4,41	4,44	4,42
sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können.	2,71	3,15	2,91
sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können.	3,00	2,81	2,91
die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden.	2,16	2,11	2,14
sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten.	3,03	2,85	2,95
sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen.	3,50	3,26	3,39
die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist.	3,57	3,69	3,63
sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können.	3,50	3,46	3,48

11.4 Berufserfahrung Journalismus (n.s.)

	weniger als 18 Jahre	18 Jahre und mehr	Gesamt
sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können.	3,91	3,71	3,80
sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Zuschauern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	3,08	3,04	3,06
sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können.	2,38	2,82	2,62
sie ihre Verbundenheit mit der Tagesschau nach außen zeigen können.	2,65	2,35	2,49
sie mit anderen Zuschauern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können.	3,58	3,07	3,31
sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können.	3,79	3,71	3,75
die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der Tagesschau/von tagesschau.de bereitstellt (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.).	3,43	3,42	3,43
sie von den Journalisten ernst genommen werden.	4,46	4,32	4,38
sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können.	2,87	3,00	2,94
sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können.	2,92	3,07	3,00
die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden.	2,30	2,04	2,16
sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten.	2,92	3,11	3,02
sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen.	3,54	3,39	3,46
die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist.	3,79	3,54	3,66
sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können.	3,46	3,56	3,51

11.5 Berufserfahrung Tagesschau (teilweise sig., 1/15)

	weniger als 7 Jahre	7 Jahre und mehr	Gesamt
sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können.	4,07	3,56	3,83
sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Zuschauern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	3,15	3,00	3,08
sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können.	2,67	2,54	2,60
sie ihre Verbundenheit mit der Tagesschau nach außen zeigen können.*	2,78	2,17	2,50
sie mit anderen Zuschauern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können.	3,52	3,08	3,30
sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können.	3,78	3,77	3,77
die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der Tagesschau/von tagesschau.de bereitstellt (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.).	3,56	3,32	3,44
sie von den Journalisten ernst genommen werden.	4,56	4,19	4,38
sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können.	2,96	2,88	2,92
sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können.	3,11	2,84	2,98
die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden.	2,23	2,08	2,15
sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten.	2,96	3,08	3,02
sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen.	3,63	3,19	3,42
die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist.	3,85	3,44	3,65
sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können.	3,62	3,38	3,50

11.6 Leitungsrolle (teilweise sig., 3/15)

	nein	ja	Gesamt
sie journalistische Beiträge kommentieren und bewerten können.*	4,05	3,41	3,86
sie nachvollziehen können, welche Inhalte von vielen anderen Zuschauern/Nutzern gesehen, gelesen, kommentiert oder geteilt wurden.	3,08	3,00	3,05
sie selbst Material (Texte, Fotos, Videos etc.) für die Berichterstattung beisteuern können.	2,64	2,44	2,58
sie ihre Verbundenheit mit der Tagesschau nach außen zeigen können.*	2,73	2,12	2,54
sie mit anderen Zuschauern/Nutzern in Kontakt treten und sich austauschen können.*	3,49	2,89	3,30
sie inhaltlich über die Themen der Berichterstattung diskutieren können.	3,87	3,67	3,81
die Redaktion eine Plattform zur Diskussion über die Art und Qualität der Berichterstattung der Tagesschau/von tagesschau.de bereitstellt (z. B. über die Themenwahl, die Machart oder den Ton von Beiträgen usw.).	3,56	3,17	3,43
sie von den Journalisten ernst genommen werden.	4,54	4,17	4,42
sie mit der Redaktion bzw. einzelnen Journalisten in direkten Kontakt und Dialog treten können.	3,05	2,72	2,95
sie der Redaktion Themenideen zukommen lassen können.	3,03	2,76	2,95
die Mitglieder der Redaktion vorgestellt werden.	2,26	1,83	2,13
sie Informationen über die (Entscheidungs-)Prozesse in der Redaktion erhalten.	2,95	3,00	2,96
sie zusätzliche Informationen über die Quellen erhalten, die einem journalistischen Beitrag zu Grunde liegen.	3,51	3,17	3,40
die Redaktion auf sozialen Netzwerken vertreten ist.	3,81	3,33	3,65
sie journalistische Inhalte einfach und schnell an Freunde oder Familie weiterleiten oder empfehlen können.	3,53	3,33	3,46

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=53-55	stimme gar nicht zu	... weniger	... teils/teils	... überwiegend	... voll und ganz	MW	Std.Abw.
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der Tagesschau.	1	12	17	19	6	3,31	0,998
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	12	13	25	3	0	2,36	0,901
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	4	9	24	14	4	3,09	1,005
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten.	1	16	18	17	3	3,09	0,948
Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung.	34	10	6	4	0	1,63	0,958
Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der Tagesschau beigemessen wird, ist zu hoch.	8	26	13	7	1	2,40	0,955
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	2	6	25	15	7	3,35	0,966
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	0	0	2	19	34	4,58	0,567
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	17	23	12	3	0	2,02	0,871
Die Publikumsbeteiligung macht die Tagesschau glaubwürdiger.	5	16	17	13	3	2,87	1,065
Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen.	4	10	32	6	2	2,85	0,856
Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen.	1	7	16	28	3	3,45	0,857
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	3	13	16	15	8	3,22	1,134
Mit Publikumsbeteiligung wird die Zuschauerbindung erhöht.	0	3	13	25	12	3,87	0,833

12.1 Geschlecht (n.s.)

	Weiblich	Männlich	Gesamt
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der Tagesschau.	3,25	3,40	3,33
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	2,39	2,31	2,35
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	3,25	2,93	3,07
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten.	3,17	3,03	3,09
Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung.	1,57	1,67	1,62
Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der Tagesschau beigemessen wird, ist zu hoch.	2,58	2,23	2,39
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	3,17	3,50	3,35
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	4,50	4,63	4,57
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	2,04	2,00	2,02
Die Publikumsbeteiligung macht die Tagesschau glaubwürdiger.	2,78	2,97	2,89
Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen.	2,87	2,83	2,85
Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen.	3,42	3,50	3,46
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	2,96	3,43	3,22
Mit Publikumsbeteiligung wird die Zuschauerbindung erhöht.	3,73	3,97	3,87

12.2 Alter (n.s.)

	jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Gesamt
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der Tagesschau.	3,26	3,40	3,31
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	2,45	2,20	2,36
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	3,14	3,00	3,09
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten.	3,03	3,20	3,09
Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung.	1,60	1,68	1,63
Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der Tagesschau beigemessen wird, ist zu hoch.	2,46	2,30	2,40
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	3,40	3,25	3,35
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	4,66	4,45	4,58
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	2,06	1,95	2,02
Die Publikumsbeteiligung macht die Tagesschau glaubwürdiger.	2,86	2,89	2,87
Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen.	2,94	2,68	2,85
Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen.	3,43	3,50	3,45
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	3,34	3,00	3,22
Mit Publikumsbeteiligung wird die Zuschauerbindung erhöht.	3,71	4,16	3,87

12.3 Schwerpunkt Tätigkeit (teilweise sig., 3/14)

	TV	Online	Gesamt
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der Tagesschau.	3,32	3,30	3,31
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.*	2,04	2,67	2,36
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	3,14	3,04	3,09
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten.	3,32	2,85	3,09
Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung.*	1,89	1,37	1,63
Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der Tagesschau beigemessen wird, ist zu hoch.	2,25	2,56	2,40
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.*	3,07	3,63	3,35
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	4,64	4,52	4,58
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	2,07	1,96	2,02
Die Publikumsbeteiligung macht die Tagesschau glaubwürdiger.	2,78	2,96	2,87
Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen.	2,78	2,93	2,85
Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen.	3,32	3,59	3,45
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	2,93	3,52	3,22
Mit Publikumsbeteiligung wird die Zuschauerbindung erhöht.	3,81	3,92	3,87

12.4 Berufserfahrung Journalismus (n.s.)

	weniger als 18 Jahre	18 Jahre und mehr	Gesamt
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der Tagesschau.	3,13	3,52	3,33
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	2,39	2,23	2,31
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	3,13	3,00	3,06
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten.	3,13	3,11	3,12
Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung.	1,67	1,65	1,66
Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der Tagesschau beigemessen wird, ist zu hoch.	2,13	2,59	2,37
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	3,29	3,30	3,29
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	4,54	4,59	4,57
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	1,92	2,07	2,00
Die Publikumsbeteiligung macht die Tagesschau glaubwürdiger.	2,92	2,81	2,86
Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen.	3,04	2,69	2,86
Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen.	3,42	3,48	3,45
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	3,42	3,00	3,20
Mit Publikumsbeteiligung wird die Zuschauerbindung erhöht.	3,65	3,96	3,82

12.5 Berufserfahrung Tagesschau (n.s.)

	weniger als 7 Jahre	7 Jahre und mehr	Gesamt
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der Tagesschau.	3,48	3,12	3,31
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	2,20	2,44	2,32
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	3,22	2,88	3,06
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten.	3,19	3,04	3,12
Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung.	1,81	1,46	1,65
Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der Tagesschau beigemessen wird, ist zu hoch.	2,30	2,40	2,35
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	3,33	3,28	3,31
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	4,56	4,56	4,56
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	2,04	2,00	2,02
Die Publikumsbeteiligung macht die Tagesschau glaubwürdiger.	3,11	2,63	2,88
Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen.	2,92	2,80	2,86
Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen.	3,59	3,32	3,46
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.	3,48	2,96	3,23
Mit Publikumsbeteiligung wird die Zuschauerbindung erhöht.	3,78	3,91	3,84

12.6 Leitungsrolle (teilweise sig., 1/14)

	nein	ja	Gesamt
Der Dialog und Austausch mit dem Publikum sind unverzichtbarer Bestandteil der Tagesschau.	3,38	3,13	3,31
Publikumsbeteiligung hält die Redaktion von ihrer eigentlichen Aufgabe ab.	2,41	2,25	2,36
Die Beteiligung des Publikums macht den Prozess öffentlicher Information und Meinungsäußerung demokratischer.	3,21	2,81	3,09
Kommentare, Diskussionen und andere Publikumsbeiträge erweitern unsere Berichterstattung um weitere inhaltliche Facetten.	3,13	3,00	3,09
Die Verwendung nutzergenerierter Inhalte dient der Kosteneinsparung.	1,64	1,60	1,63
Die Bedeutung, die der Publikumsbeteiligung bei der Tagesschau beigemessen wird, ist zu hoch.	2,49	2,19	2,40
Die Qualität der Publikumsbeiträge und -beteiligung ist zu niedrig.	3,38	3,25	3,35
Journalisten behalten bei der Auswahl und Bearbeitung von Beiträgen und Texten weiterhin die Oberhand.	4,54	4,69	4,58
Die Beteiligung des Publikums hat einen hohen Unterhaltungswert.	2,10	1,81	2,02
Die Publikumsbeteiligung macht die Tagesschau glaubwürdiger.	3,03	2,47	2,87
Die Reaktionen des Publikums zeigen uns sofort, ob wir die richtigen Themen auswählen und sie verständlich darstellen.	2,95	2,63	2,85
Mithilfe der Publikumsbeteiligung lassen sich neue Zielgruppen gewinnen.	3,56	3,19	3,45
Die Machtverhältnisse zwischen Journalisten und Publikum haben sich verändert.*	3,46	2,63	3,22
Mit Publikumsbeteiligung wird die Zuschauerbindung erhöht.	3,84	3,93	3,87

13 Berufliche Erfahrung und Tätigkeitskontext

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

n=57	Ja
Redaktionsleiter/-in	0
CvD	18
Redakteur/-in	33
Korrespondent/-in	0
Moderator/-in	0
Social-Media-Redakteur/-in	2
Multimedia-Assistent/-in	5
Freie/-r Mitarbeiter/-in	13
Etwas anderes (genannt wurden: Autor/in, Webmaster)	2

15 Personen geben mehr als eine Position an; alle davon haben auch angegeben, Redakteur zu sein

→ nur 18 Personen geben an, sie seien „nur“ Redakteur

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

n=57	Ja
20-Uhr-Tagesschau	25
Tagesschau am Nachmittag	25
Tagesschau am Vormittag	25
Tagesthemen	16
Nachtmagazin	16
Wochenspiegel	10
tagesschau24	23
tagesschau.de	4

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=56	
MW	18,84 %
Median	10,0 %
SD	20,09 %-Punkte
Minimum	0,0 %
Maximum	85,0 %

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

n=56	
MW	73,30 %
Median	80,0 %
SD	23,97 %-Punkte
Minimum	0,0 %
Maximum	100,0 %

(C) Kontakt mit dem Publikum (z. B. Lesen von Kommentaren auf meta.tagesschau.de oder dem Facebook-Profil der Tagesschau, Diskussion mit Zuschauern/Nutzern usw.)

n=56	
MW	12,14 %
Median	7,5 %
SD	13,71 %-Punkte
Minimum	0,0 %
Maximum	65,0 %

15 Dauer journalistische Tätigkeit allgemein und Tagesschau

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

n=56	Häufigkeit	Prozent
Keine Angabe	5	8,8
1980	1	1,8
1983	1	1,8
1985	3	5,3
1986	2	3,5
1987	1	1,8
1988	1	1,8
1989	2	3,5
1990	3	5,3
1991	1	1,8
1992	3	5,3
1993	3	5,3
1994	2	3,5
1995	5	8,8
1996	2	3,5
1997	3	5,3
1998	4	7,0
1999	2	3,5
2000	7	12,3
2003	3	5,3
2004	1	1,8
2006	2	3,5
Gesamt	57	100,0

Im Durchschnitt sind die Befragten seit 18,4 Jahren (Std.abw. 6,12) journalistisch tätig.

Frage 16: Und in welchem Jahr haben Sie angefangen, bei der Tagesschau zu arbeiten?

n=57	Häufigkeit	Prozent
Keine Angabe	4	7,0
1985	1	1,8
1992	2	3,5
1993	1	1,8
1995	2	3,5
1997	1	1,8
2000	3	5,3
2001	4	7,0
2002	3	5,3
2003	4	7,0
2005	3	5,3
2006	2	3,5
2007	2	3,5
2008	8	14,0
2009	3	5,3
2010	4	7,0
2011	1	1,8
2012	9	15,8
Gesamt	57	100,0

Im Durchschnitt sind die Befragten seit 8 Jahren (Std.abw. 6,26) bei der Tagesschau tätig.

16 Soziodemographie

Frage 17: Sind Sie... ?

n=57	Häufigkeit	Prozent
Keine Angabe	2	3,5
Weiblich	25	43,9
Männlich	30	52,6
Gesamt	57	100,0

Frage 18: Wie alt sind Sie?

Das Durchschnittsalter beträgt 39,2 Jahre (Std.Abw. 7,16)

17 Offene Kommentare

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

- Die Beteiligung der Rezipienten/Nutzer hat stark an Bedeutung gewonnen. Im Internet ergänzen und erweitern Amateur-Journalisten oder Bürger mit einem starken Mitteilungsbedürfnis an einigen Stellen das Spektrum an Informationen teils erheblich. Doch stellt sich die Frage der Glaubwürdigkeit bei jedem dieser Beiträge. Ein Medium wie Tagesschau.de wird in Zukunft nur Bedeutung behalten, wenn es sorgfältig geprüfte Informationen und Berichte auf Basis umfassender Themenkenntnis veröffentlicht. Diese Funktion ist gerade nach dem Ende des Zeitalters der einseitigen Sender-Empfänger-Ausrichtung wichtig.
- Beteiligung ist wichtig - im Dienst der Transparenz und einem demokratischen Verständnis von Information und dem Prozess politischer Willensbildung gibt es keinen Weg zurück zu einer Top-Down-Informationsvermittlung, wie sie von früher bekannt ist. Eine öffentlich-rechtliche Redaktion sollte/darf sich Themen aber nicht von Nutzern diktieren lassen, die Wahl der Themen nicht vom Massengeschmack abhängig machen - sie muss sie im Dienste der öffentlichen Meinungsbildung auch selbst setzen. Nur so wird Information nicht gänzlich dem freien Markt ausgeliefert.
- Mein Einstieg bei tagesschau.de war ein internes Dossier von mir zum Thema Web 2.0 mit Verbesserungsvorschlägen im Jahr 2006. Folge war u.a. die Schliessung des Forums und das Planen von meta.tagesschau.de. Die Möglichkeiten zur Annäherung zwischen Redaktion und Publikum sehe ich mittlerweile kritischer als vor sechs Jahren. Auf Redaktionsseite muss man wohl darauf warten, bis einige in Rente gehen. Auf Benutzerseite muss man Wege finden, mit der massiven Frustration einiger Benutzer umzugehen. Es scheint ein langer Weg zu werden.
Serge Königsmann
- Fragen nach dem Tonfall und Stil in den Web-2.0-Angeboten fehlen meiner Ansicht nach. Leider sind viele Kommentare und Debatten recht aggressiv gefärbt.
- Ich finde es richtig, dem Publikum Möglichkeiten zu geben, mit der Redaktion in Dialog zu treten, Fragen und Themen zu erörtern. Für den Alltag einer Tageschau oder derTagesthemen kann man sicher Anregungen der Zuschauer berücksichtigen oder auch mal eine Umfrage von ts.de verwerten. Die Auswahl der News selbst sollte jedoch nicht nur nach dem Geschmack oder anhand der am besten geklickten Stories gemacht werden. Wichtig ist es, weiter über sperrige, dröge, gesellschaftlich oder politisch relevante Themen zu berichten - die Kunst dabei ist, das so anschaulich und ansehnlich wie möglich zu tun. Und das ist sicher steigerbar, durch eine verständlichere Sprache, bessere Grafik und mehr Zeit zum Erklären.
- Was halten Sie von der Tageswebschau?