

Studie 10/01

Newssites under Fire

Wie berichten Online-Newssites über den 11. September?

Der 11. September 2001 ist nicht nur Inbegriff des Terrors und der Zerstörung in New York, dieser Tag stellte auch eine besondere Herausforderung für den Online-Journalismus dar. Ob und wie er diese Herausforderung gemeistert hat, hat die Stuttgarter Unternehmensberatung dr. sonje webconsult untersucht und kam zu dem Ergebnis: Die Mehrzahl der Anbieter hat die historische Dimension des Ereignisses erkannt und angemessen darauf reagiert, bei der mediengerechten Umsetzung trennt sich allerdings die Spreu vom Weizen. So schneiden beispielsweise die Angebote der Rundfunksender deutlich besser ab als die der Printmedien. Zudem setzen die amerikanischen Newssites die Inhalte im Allgemeinen mediengerechter um als die deutschen.

Gegenstand

Mehrwert für den User?

Online-Journalismus muss, um im Konkurrenzkampf der Medien bestehen zu können, einen konkreten Mehrwert für die User bieten: Nicht nur journalistisch fundierte und topaktuelle Informationen, sondern zudem auch deren mediengerechte Aufbereitung. Dazu zählt beispielsweise die Möglichkeit, durch diverse Interaktionsmöglichkeiten selbst aktiv zu werden. Dafür müssen die Besonders wichtig ist dies bei historisch singulären Ereignissen, deshalb können die Geschehnisse am 11. September durchaus als ein, wenn nicht sogar als der Prüfstein für den Online-Journalismus schlechthin betrachtet werden.

Untersucht wurde deshalb, wie schnell, umfangreich und mediengerecht Online-Newssites über diese Ereignisse berichtet haben.

Methodik

Formale und inhaltliche Kriterien

Die vorliegenden Untersuchungsergebnisse beruhen auf einer quantitativen Inhaltsanalyse von 167 vorwiegend deutschen und amerikanischen Newssites vom 11. und 12. September 2001. Hierbei wurde anhand einer Internetrecherche bei ausgewählten Informationsanbietern im WWW die Berichterstattung zu den Ereignissen in New York und Washington analysiert. Dabei wurden Angebote verschiedener Größenordnungen (z.B. regionale und überregionale Tageszeitungen) und aus verschiedenen Regionen (in Deutschland aus dem gesamten Bundesgebiet) berücksichtigt.

Die untersuchten Online-Angebote wurden anhand von insgesamt drei formalen und drei inhaltlichen Kriterien beurteilt.

Formal:

- Nationale Herkunft der Site (elf Nationen: Deutschland, USA, Schweiz, Österreich, Frankreich, Spanien, Kanada, Russland, Israel, Jordanien und Großbritannien)
- Mediengattung (Online-Zeitungen, Online-Zeitschriften, Rundfunksender, Portale und Nachrichtenagenturen)
- Erreichbarkeit am 11. und 12. September

Inhaltlich:

- Informationstiefe bzw. Informationsumfang
- Grad an Aktualität
- Grad an Interaktivität

Ergebnisse

"Feuerprobe" bestanden

Die Mehrzahl der Online-Anbieter hat ihren Usern an diesen beiden Tagen ein qualitativ hochstehendes Informationsangebot offeriert, bei dem Aktualität und eine umfassende Berichterstattung im Vordergrund stand. Dabei schneiden die Angebote der Rundfunksender bei allen Untersuchungskriterien am besten ab. Bei den Tageszeitungen erreichen die überregionalen Zeitungen durchschnittlich ein besseres Ergebnis als die lokalen Zeitungen, allerdings präsentieren auch einige kleinere Redaktionen einen auffallend aktuellen, umfangreichen und mediengerecht aufbereiteten Auftritt.

In einem direkten nationalen Vergleich zeigen sich jedoch deutliche Unterschiede zwischen den USA und Deutschland. Hier bestätigt sich die Annahme, dass die US-amerikanischen News-Anbieter die kommunikationstechnischen Implikationen des Internets und deren Auswirkung auf die Vermittlung der Informationsinhalte „besser“ bzw. zumindest „früher“ verinnerlicht haben, als dies bei deutschen Anbietern der Fall ist.

Amerika hat die Nase vorne

Deutlich wird dies besonders bei den Interaktionsmöglichkeiten, die die US-amerikanischen Sites in einem wesentlich höheren Maße anbieten als die deutschen. Diese Tendenz ist auch im Bereich Aktualität vorhanden. Anders die Informationstiefe: Hier unterscheiden sich amerikanische und deutsche Anbieter im Gesamtüberblick kaum.

Kontakt

Wenn Sie Interesse an den detaillierten Studienergebnissen haben, nehmen Sie Kontakt mit uns auf:

Dr. Deziderio Sonje
Wollgrasweg 49
70599 Stuttgart

tel: (0711) 45 129-57
E-Mail: sonje@sonje-webconsult.de