

Presseinformation

Kommunikation / Unternehmen / Trends

Wien, 19. August 2020

JournalistInnen-Umfrage zur Auswirkung der Corona-Krise auf die Branche

Die Ergebnisse in aller Kürze:

- **Digitalisierungsschub der Branche**
- **Pressekonferenzen werden zunehmend virtuell**
- **Verlust des Qualitätsjournalismus wird befürchtet**
- **Jobverlust: weniger Sorgen als erwartet.**

Die Wiener PR-Agentur comm:unications hat sich bei österreichischen JournalistInnen umgehört, wie sich die Corona-Krise auf ihre Arbeit und ihr berufliches Umfeld auswirkt. 30 % der JournalistInnen waren in Kurzarbeit, 65 % gaben an, im Home-Office zu arbeiten. Rund 45 % der Befragten sind mittel- oder langfristig in Sorge um ihren Arbeitsplatz, während mehr als die Hälfte keinen Jobverlust befürchtet. Über 50 % der Umfrage-TeilnehmerInnen meinen, dass die Branche durch Covid-19 spürbar digitaler wurde. Nach Einschätzung von fast 70 % der Befragten werden digitale Medienevents weiterhin an Bedeutung gewinnen: Größte Vorteile dabei seien zeitliche und örtliche Unabhängigkeit, während der fehlende persönliche Kontakt als größter Nachteil gesehen wird. Größte Sorge scheint eine mögliche Auswirkung von Covid-19 auf die Qualität der Berichterstattung zu sein.

Das wahrscheinlich für Kommunikations-Profis interessanteste Ergebnis: Fast 70 % der befragten JournalistInnen gehen davon aus, dass Medienevents wie Pressgespräche, Interviews oder Produktpräsentationen auch weiterhin vermehrt digital stattfinden werden. 12 % waren der Meinung, dass die Anzahl der angebotenen Digital-Event gleich bleibt, knapp 18 % gaben an, diese Art von Events würden wieder weniger werden. Wenig überraschend werden Zeitersparnis und Ortsunabhängigkeit als positiv empfunden, jedoch sehen mehr als 70 % der Befragten den fehlenden persönlichen Kontakt sowie nicht umsetzbare individuelle Recherche am Rande des Events als massive Nachteile. Darüber hinaus wurden als weitere Vorteile keine Ansteckungsgefahr sowie die flexible Abrufbarkeit genannt. Dass das Networking mit Kollegen ins Hintertreffen gerät, zudem keine eigenen Fotos gemacht werden können und auch investigative Aspekte – etwa durch direkte Befragung – verloren gehen, werden als weitere Nachteile gesehen.

Über die Hälfte rechnet mit nachhaltiger Veränderung des Journalismus

64 % der TeilnehmerInnen sind der Meinung, dass die Krise den Journalismus nachhaltig verändern wird: 12 % davon rechnen mit einer positiven Veränderung, wie beispielsweise mehr Home-Office oder verbesserter Digitalisierung. Ebenso 12 % gehen von einer negativen Veränderung aus: Erwartet werden weniger Budget wegen schrumpfender Ressourcen und weniger Anzeigengeschäft. Zudem wird gefürchtet, dass die Qualität der Berichterstattung aufgrund von reduziertem Personal und fehlender Presseförderung für Qualitätsmedien leiden könnte. Rund ein Drittel der Befragten geht davon aus, dass die Pandemie den Journalismus nicht nachhaltig verändern wird.

Fake-News keinen Platz einräumen

„Ich habe angenommen, dass Journalistinnen und Journalisten durch Covid-19 mehr Angst haben, ihren Arbeitsplatz zu verlieren. Es ist aber erfreulich, dass dies nicht das vorherrschende Thema ist“, so comm:unications CEO **Sabine Pöhacker**. „Dass um den Qualitätsjournalismus gefürchtet wird, ist nicht unberechtigt. Auch hier gab es bereits vor der Krise Tendenzen. Für die Demokratie und für die Bürger, aber auch für uns PR-Expertinnen und -Experten ist es extrem wichtig, dass wir gerade in einer Krise weiterhin auf qualitativ hochwertige Berichterstattungen zählen können. Nur so können komplexe Themen aufgearbeitet und entsprechend beleuchtet werden.“

Demografische Daten

Die Umfrage wurde an Tagesmedien, sowie Magazine, Fachmedien und elektronische Medien versendet. Über 70 % der befragten JournalistInnen sind fix angestellt, rd. 20 % selbständig, der Rest sind freie Angestellte.

N=197, Erhebungszeitraum: 14. – 31. Juli 2020. Prozentzahlen (kaufm. gerundet)

comm:unications - Agentur für PR, Events & Marketing wurde 1996 gegründet und zählt zu den Top 20 PR-Agenturen Österreichs. Branchenschwerpunkte sind Consumer Brands, Pharma & Gesundheit, inter-/nationale Organisationen, Industrie und Kultur & Tourismus. Die Expertise reicht von strategischer PR-Beratung, Medienarbeit, PR-Kampagnen und Social Media bis zu Krisenkommunikation und Change Management. Die eigentümergeführte Agentur mit Sitz in Wien ist Partner im fünftgrößten globalen PR-Netzwerk der Welt, PROI Worldwide. Agenturgründerin Sabine Pöhacker, MSc. ist anerkannte Kommunikationsberaterin, Lehrbeauftragte an der Universität Wien sowie zertifizierte systemische Business Coach. www.communications.co.at

Fotos beiliegend: © comm:unications, Abdruck honorarfrei

BU1: Sabine Pöhacker, GF comm:unications

BU2+3: JournalistInnen Umfrage zur Auswirkung der Corona-Krise auf die Branche

Rückfragen-Hinweis

communications – Agentur für PR, Events und Marketing

Sabine Pöhacker, Servitengasse 6/8, 1090 Wien, Tel.: +43 1 315 14 11-0

E-Mail: sabine.poehacker@communications.co.at