

Internetzeitung Zwischen Schnelligkeit und Nachhaltigkeit

Internetzeitung

Zwischen Schnelligkeit und Nachhaltigkeit

I. Teil:

Fakten, Definitionen, Zahlen

II. Teil:

Ist der Online-Journalismus wirklich ein anderer?

Die ideale Online Redaktion - keine Angst vor dem Newsroom

Schreiben und Strukturieren für Internetzeitungen.

Berichte aus der täglichen Praxis

Wir schreiben einen Text fürs Netz und veröffentlichen ihn.

III. Teil

Diskussion und Wertung

Andreas Goral * 1964

- DiplomDesigner
- LMU München Kunstgeschichte, Philosophie
- Freier Künstler in München
- Kalligraph im Auswärtigen Amt
- Art Director StadtRevue
- Art Director Junge Karriere
- Gesellschafter Geschäftsführer Atelier Goral GmbH
- Kunden [Auszug]: Verlagsgruppe Handelsblatt, Henkel KgaA, Deutscher Sportverlag, Big Brothers Big Sisters, Landwirtschaftsverlag Münster, Vodafone
- Preise und Auszeichnungen: Award of Excellence, European Newspaper Design Award, mehrfach; Deutscher PR Preis 2005 _ II. Platz mit Henkel für Visualisierung Vision und Values; 2006: Innovationskampagne I. Preis
- 2004: Gründung der Marke www.karnevalfoto.de
- 2005: Gründung von www.report-k.de / Kölns Internetzeitung

Einordnung report-k.de [Start 2005]

- > 200.000 -300.000 Visits im Monat
- > Spitzenmonat 370.000

- > 1,2 -1,8 Millionen Pageimpressions
- > Spitzenmonat 3,7 Millionen

Vergleich Köln

Rundschau Online

293.944 Visits / 1.147.914 Mio. Pls (3.2006)

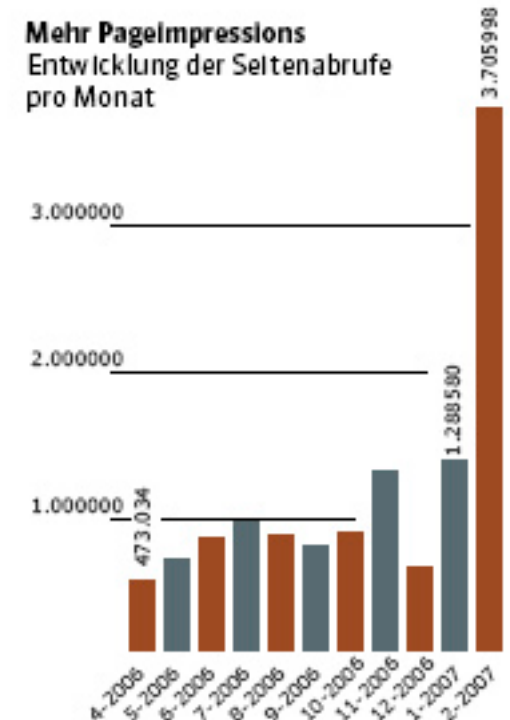
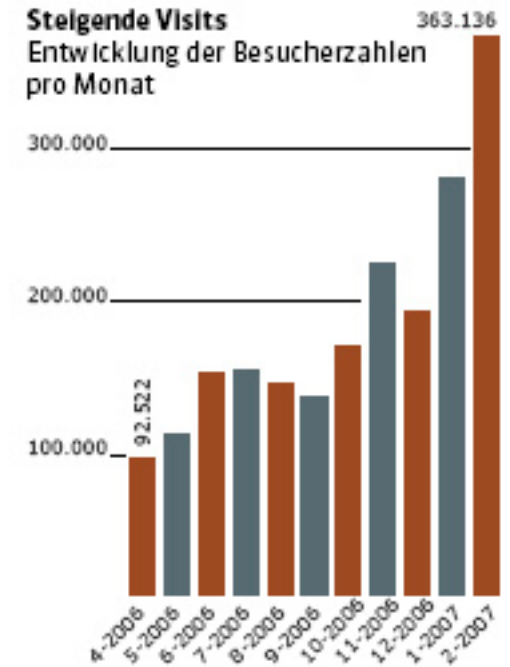
KSTA 1.652.989 Visits / 10.016.732 Pls (3.2006)

Express (Bonn/Köln/Düsseldorf)

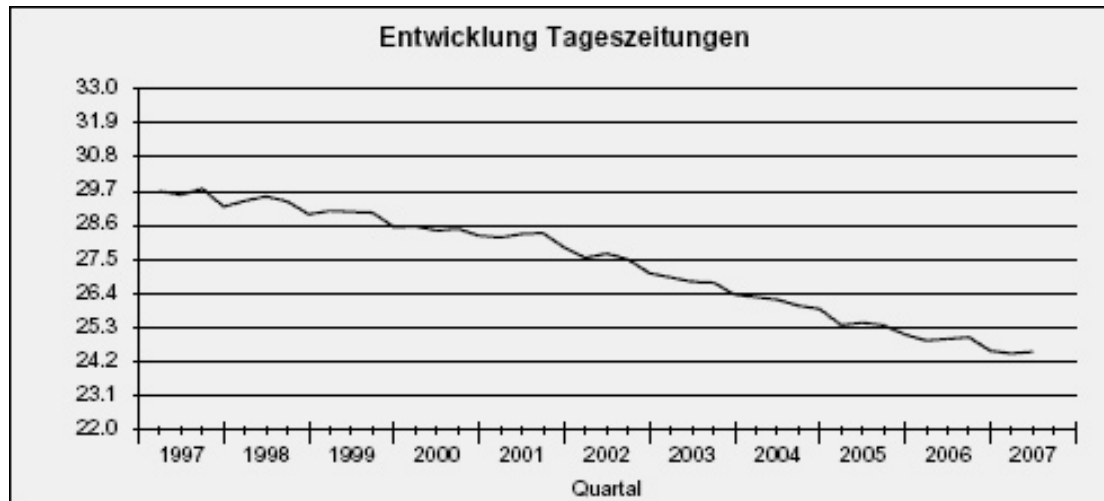
3,66 Mio Visits / 24,75 Mio Pls

koeln.de 2,0 Mio Visits / 13 Mio Pls

(allein > 50.000 E-Mailer XXX@koeln.de)



Tageszeitungen Print



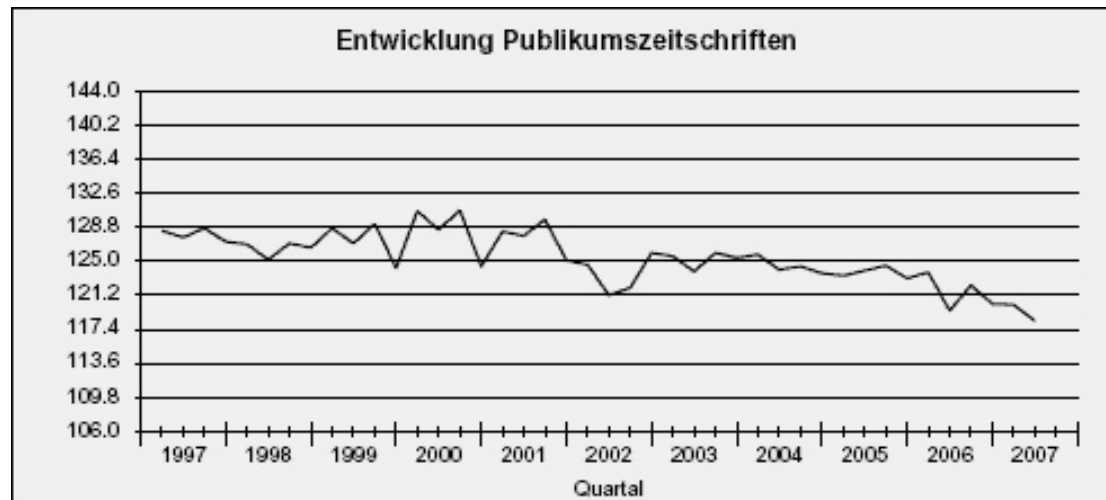
Die insgesamt verkaufte Auflage der Tageszeitungen einschließlich der Sonntagsausgaben betrug im abgelaufenen Quartal durchschnittlich 24,54 Mio. Exemplare pro Tag und damit 0,07 Mio. Stück mehr als im Vorquartal. Das Ergebnis des entsprechenden Vorjahresquartals konnte damit aber nicht erreicht werden (2/06: 24,94 Mio.). Die aktuelle verkaufte Gesamtauflage setzt sich zusammen aus 15,66 Mio. Abonnements (- 0,17 Mio.), 7,75 Mio. Einzelverkäufen (+ 0,19 Mio.), 0,41 Mio. Bordexemplaren (+ 0,06 Mio.) und 0,71 Mio. Sonstigen Verkäufen (- 0,02 Mio.).

Wochenzeitungen



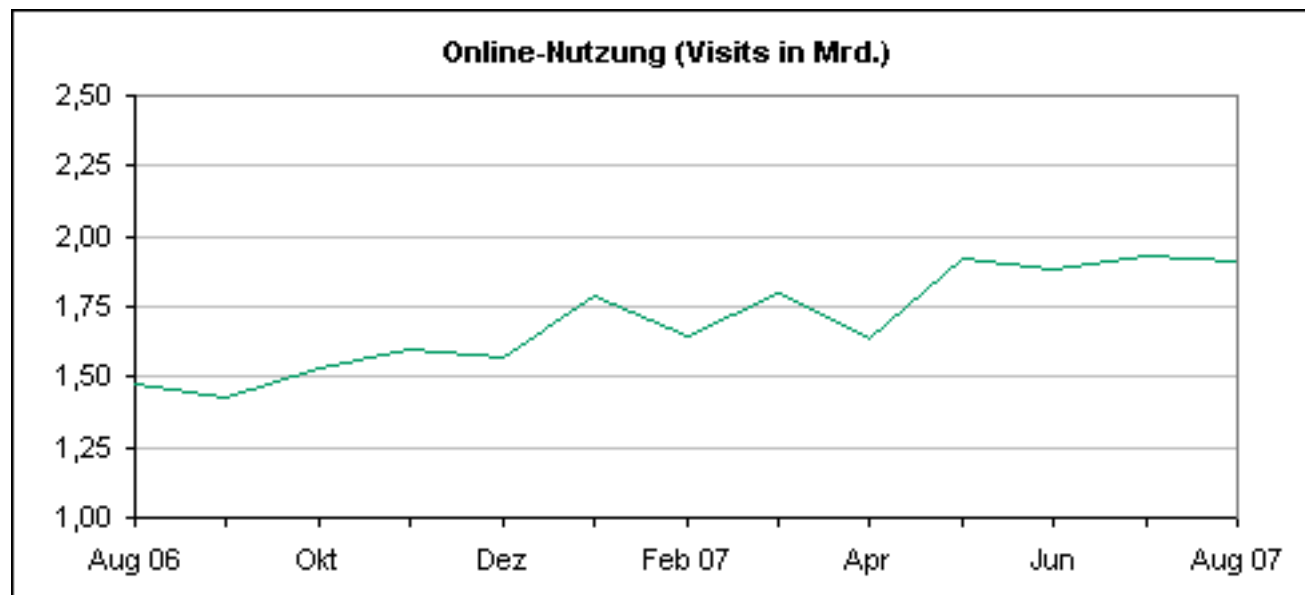
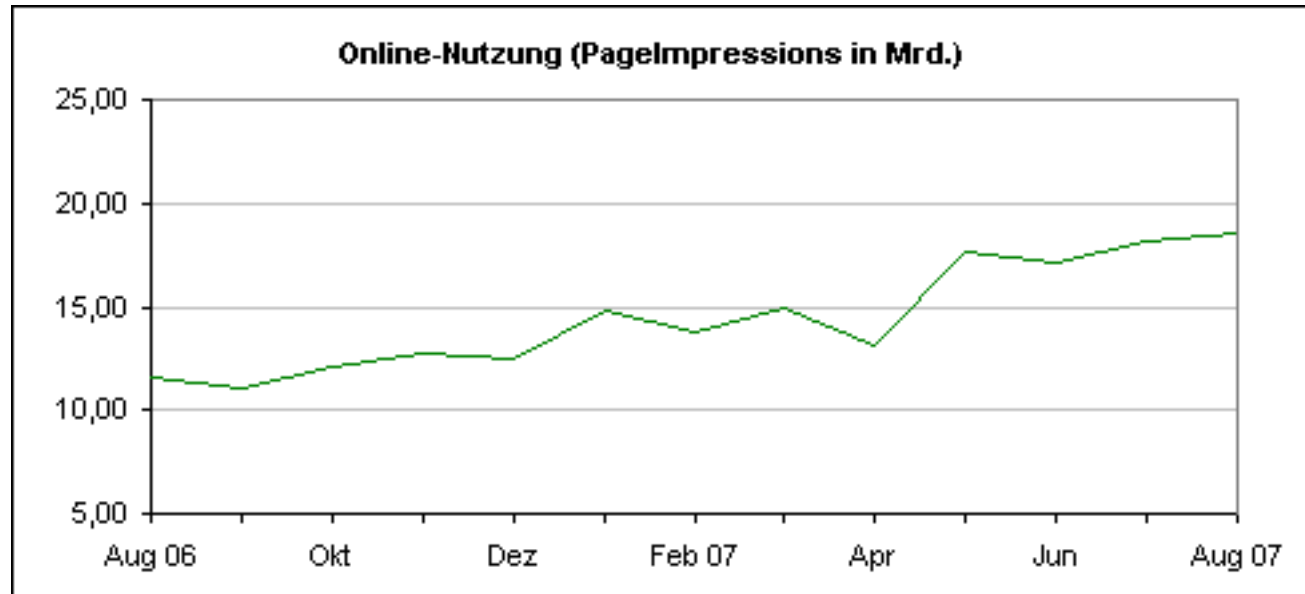
Leicht rückläufig sowohl im Quartals- wie im Jahresvergleich präsentiert sich mit 1,95 Mio. Stück pro Woche die verkaufte Gesamtauflage der Wochenzeitungen (1/07: 1,97 Mio.; 2/06: 2,04 Mio.)

Publikumszeitschriften



Die insgesamt durchschnittlich pro Ausgabe verkaufte Auflage der Publikumszeitschriften ging im 2. Quartal 2007 um 1,84 Mio. Exemplare auf 118,35 Mio. zurück (1/07: 120,19 Mio.) und konnte damit auch den Vorjahresstand von 119,49 Mio. nicht erreichen. Ursache war ein deutlicher Rückgang der Einzelverkäufe um rund 3,76 Mio. Stück auf 45,01 Mio. im Vergleich zum Vorquartal, während die Abonnements um 1,15 Mio. auf 53,67 Mio. zulegen konnten. Die Sparten Bordexemplare (3,30 Mio.), Lesezirkel (5,54 Mio.) und Sonstige Verkäufe (10,83 Mio.) hatten geringfügige Zuwächse zu verzeichnen.

Entwicklung der Nutzung von IVW-geprüften Online-Medien 2006/2007 (PageImpressions/Visits in Mrd.)



Quelle: IVW

>80 % der Menschen in
werberelavanten
Zielgruppen sind täglich im
Internet und wo werben
Sie?

Internetzeitungen sind heute Realität und nicht Zukunft,
von Technologiefeindlichkeit in Deutschland und der Schwierigkeit
Menschen von dem zu überzeugen was Sie selbst täglich tun.

Internetnutzung aktuell:

65 % der Deutschen sind online

(im Jahr 2000 : 27,1 %)

90 % der Deutschen mit Hochschulabschluss sind regelmässig online

(Bildungsgefälle: nur 16 % Hauptschulabsolventen ohne Berufsausbildung)

32 % der Deutschen über 60 sind online

87 % der 18-24 jährigen nutzen regelmässig das Internet

10,7 Millionen Breitbandanschlüsse in Deutschland

- > EU-Kommission möchte bis 2010 das jeder Europäer einen Breitbandanschluss hat
- > Die Bundesregierung will 6 Mrd Euro in digitale Infrastruktur investieren
- > Zahlungsbereitschaft für digitale Güter nimmt zu:
- > Studie Uni Karlsruhe: 15.342 Personen, 70% haben letztes Jahr Musik + Software im Netz gekauft; 77 % nutzen Online Banking

Quelle: Institut der Deutschen Wirtschaft, Köln / BMWI

Internetnutzung aktuell:

Information und Aktualität ist online

Online wird zu einem ernsthaften Konkurrenten für TV, Radio + Print

(Marktforschungsinstitut prognos)

Online-Medien bündeln das Interesse, Schnelligkeit, Erreichen die User am Arbeitsplatz

Online Medien nehmen den klassischen Medien noch keine Nutzungszeit weg, **aber sie rauben den klassischen Medien den Neuigkeitswert**

22 % Wachstum der Werbung im Internet

(bis 2009 nach der prognos Studie / Online Studie wächst stärker als andere Werbeträger)

Quelle: prognos

Internet - Tageszeitung:

Traditionelle Medien verlieren Leser und Märkte, vor allem die wichtigen Rubrikenmärkte sind online gegangen (Verleger reagieren: kalydo.de)

Reichweiten sinken: von 21,7 Millionen auf 20,7 Millionen.

(bis 2009 nur ältere Leser halten die Reichweite über 70% tagesaktuell)#

AT Kearney: In 20 Jahren verlieren die Zeitungen 1/4 ihrer Auflage

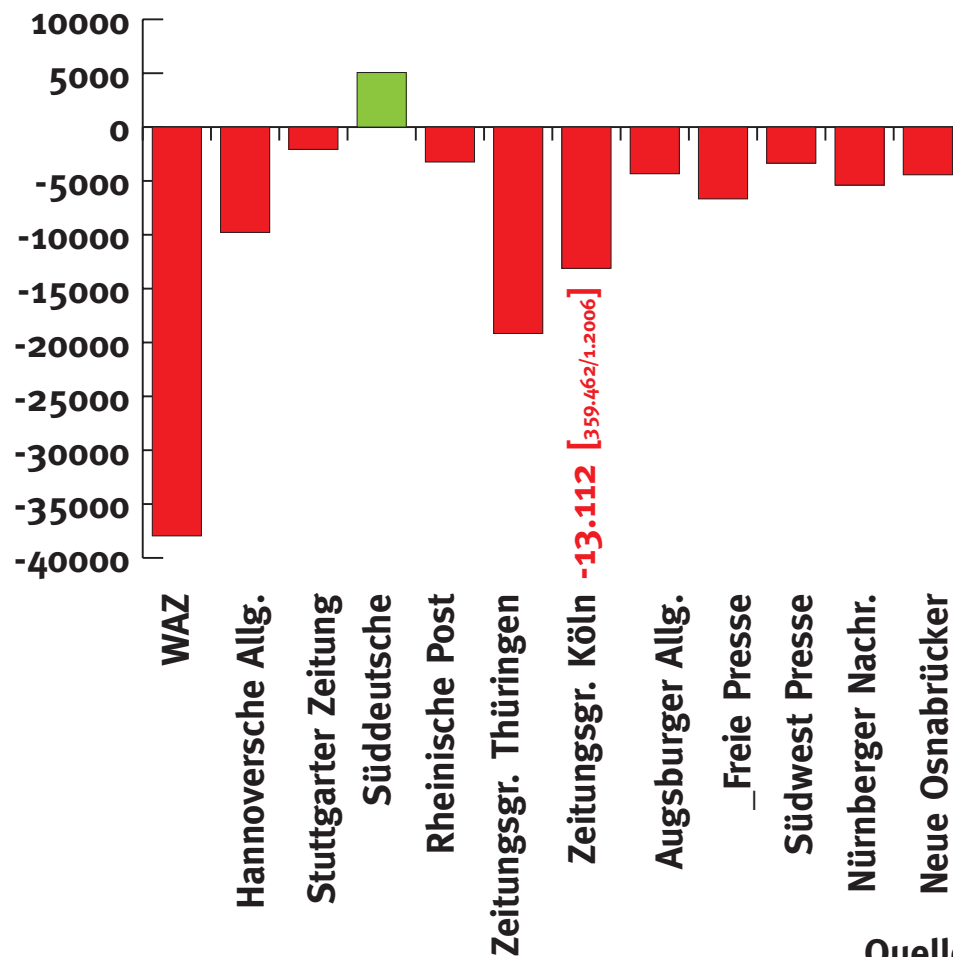
**Zunahme der Visits auf Portalen von Zeitungsverlagen
von 2003 bis 2005= +60-70%**

Multimedialität ist gefragt: Video/Foto/Text/Audio

Kostenlose Gratiszeitungen machen den Verkaufszeitungen Konkurrenz

„Die Mediennutzung verändert sich sukzessive, und die Konkurrenz zwischen den Medien wird zunehmend härter“ Konstantin Neven DuMont

Veränderungen Auflage, von Quartal 2/2006 zu 1/2005



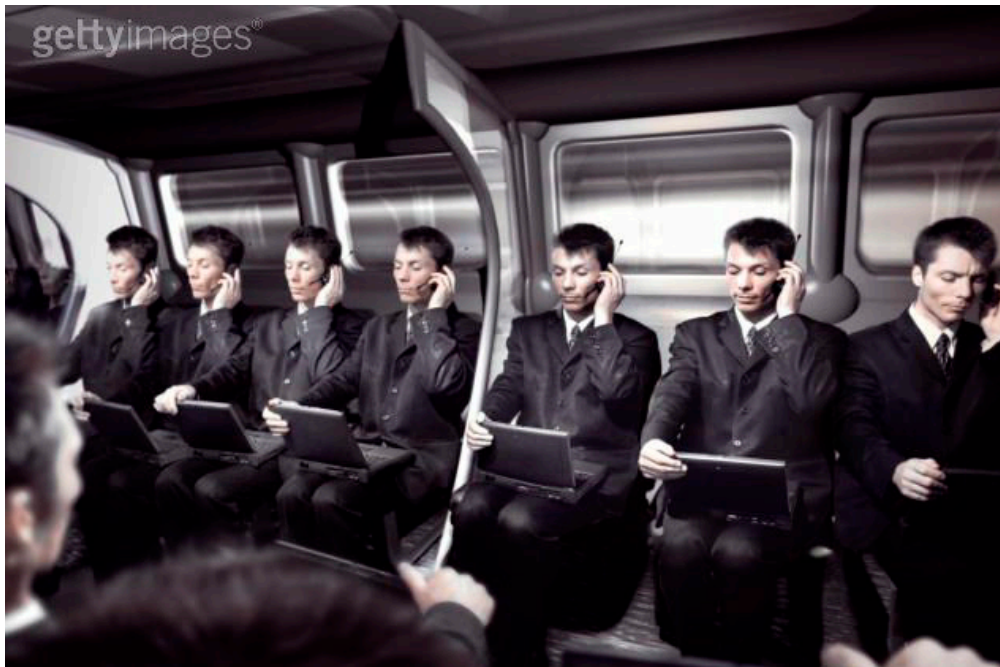
Quelle Absatzwirtschaft, ZMG/IVW

Stellen Sie sich vor Sie sind kein Journalist und ihr Vorgesetzter trifft Sie mehrfach am Tag so an Ihrem Arbeitsplatz so an ?



Wie oft kommt die Tageszeitung mit Nachrichten am Tag zu Ihnen ins Büro und versorgt Sie mit aktuellen News?

Deutschland ist technologiefeindlich und wir glauben nicht an ausrollbare E-Paper-Zeitungen, sondern an leichte Laptops oder Blackberrys mit denen man die Zeit in der man arbeitet sinnvoll ausfüllt, dazu gehören auch Fahrzeiten.



Statement auf der Pressegrasso-Tagung 2007 in Baden Baden

Univ.-Prof. Dr. Anton Meyer, Ludwig-Maximilians-Universität München machte aber auch deutlich klar, dass sich durch das Vordringen der neuen Medien, das Mediennutzungsverhalten in breiten Bevölkerungsschichten dramatisch verändert hat. So sprach er von „Digital Natives“, Menschen, die mit den neuen Medien aufgewachsen sind und ein anderes Informations- und Interaktionsverhalten zu Medien im Allgemeinen entwickelt haben, als die „Digital Migrants“, die erst im Laufe des Lebens die Welt des Internets entdeckten und ihr Mediennutzungsverhalten noch mit den klassischen Printmedien entwickelten.

Definitionen:

Was ist eine Internetzeitung

Es gibt einen Mini-Eintrag in Wikipedia, der sofort Bürgerzeitungen mit einschließt.

Internet-Zeitung [Wikipedia]

Eine Internet-Zeitung (Online-Zeitung) ist eine Zeitung, die ausschließlich im Internet veröffentlicht wird. Im Gegensatz zu gedruckten Ausgaben sind Internet-Zeitungen in der Lage, auch Video- und Audiobeiträge zu liefern. Gegenüber der Berichterstattung in Radio und Fernsehen bietet die Internet-Zeitung eine zeitnahe, aber dennoch ausführliche Aktualität.

Weitere Vorteile sind unter anderem, dass Internet-Zeitungen mit regional begrenztem Inhalt im Gegensatz zu Lokalzeitungen keiner Beschränkung der Auflage unterliegen, da sie weltweit abrufbar sind. Diesen Vorteil genießen auch die eingesetzten Werbeschaltungen. Gleichzeitig entfallen die bei gedruckten Medien anfallenden Herstellkosten.

Eine Elektronische Zeitung ist dagegen die Online-Version einer gedruckten Zeitung mit entsprechend gleichem Layout.

Zeitung [Wikipedia]

Das Wort Zeitung war ursprünglich der Begriff für eine beliebige Nachricht („Er bittet, vorgelassen zu werden, er hab' Euch eine wichtige Zeitung.“ - Friedrich Schiller, Die Räuber, 1781); dieser erfuhr jedoch gegen Ende des 18. Jahrhunderts eine Bedeutungsveränderung. Heute versteht man darunter ein periodisch erscheinendes **Druckerzeugnis** mit aktuellem Inhalt (vgl. die sprichwörtliche Wendung: „Nichts ist älter als die Zeitung von gestern.“).

Definitionen

In allgemeinsten Definition ist eine **Zeitung ein Druckwerk von mäßigem Seitenumfang**, das in kurzen periodischen Zeitspannen, **mindestens einmal wöchentlich**, öffentlich erscheint, Nachrichten aus aller Welt und allen Gegenstandsbereichen vermittelt und von jedermann **käuflich** erworben werden kann. **Vier Kriterien müssen also gegeben sein, wenn man von einer Zeitung spricht: Aktualität (zeitnahe Berichterstattung), Periodizität (regelmäßiges Erscheinen), Publizität (für Leser zugänglich) und Universalität (inhaltliche Vielfalt).**

Eine Zeitung ist, anders als die Zeitschrift, ein der Aktualität verpflichtetes Presseorgan und gliedert sich meist in mehrere inhaltliche Rubriken wie Politik, Lokales, Wirtschaft, Sport, Feuilleton und Immobilien, die von eigenständigen Ressorts erstellt werden. Ein Ressort bearbeitet immer ein bestimmtes Themengebiet, eine bestimmte Rubrik, für das es eigenverantwortlich und unabhängig von den anderen Ressorts ist. Oftmals werden innerhalb eines Ressorts die einzelnen Themengebiete unter den Redakteuren aufgeteilt, je nach Qualifikation und Wissen der Redakteure. Die einzelnen Segmente einer Zeitung heißen Bücher (schweiz. Bünde).

Die Redaktion ist die Abteilung in einem Zeitungs- oder Zeitschriftenverlag, die die journalistische Arbeit erbringt. Die Redaktionsarbeit ist auf die Grundpfeiler der Pressefreiheit gestützt. In einer oder für eine Redaktion schreiben Redakteure, Pauschallisten, Freie Journalisten und Volontäre, manchmal auch externe Experten.

Erste Zeitungen

Der Begriff Zeitung tauchte als „tidunge“ mit der Bedeutung „Kunde“ oder „Nachricht“ im Raum Köln bereits am Anfang des 14. Jahrhunderts auf und wurde für mündliche oder schriftliche Botschaften bis ins 19. Jahrhundert gebraucht. Das Wort tidunge aus dem mittelniederdeutschen oder mittelniederländischen bedeutet so viel wie Botschaft oder Nachricht.

Die Zeitungen und die Neuen Medien [Wikipedia]

Seit Ende des 20. Jahrhunderts ergänzen viele Zeitungsverlage ihre gedruckten Ausgaben durch Internet-Präsenzen. Vorreiter dieser Entwicklung in Deutschland war die Schweriner Volkszeitung, deren Webauftritt bereits am 5. Mai 1995 online ging. Sie war damit die erste deutsche Tageszeitung im Internet.

Außerdem werden die Neuen Medien von den etablierten Zeitungsverlagen mehr oder weniger geschickt zur Cross-Promotion genutzt. Die gedruckten Ausgaben der Zeitungen verlieren kontinuierlich an Auflage. Die Leser wandern zunehmend zu deren Internetportalen ab. Einige Redaktionen bewerten ihre Online-Ausgabe mittlerweile als zumindest gleichberechtigt mit ihrer Print-Ausgabe. Die „New York Times“ - fraglos eine der bedeutendsten Zeitungen der Welt - erwägt sogar die Einstellung der

Druckausgabe: „Ob die ‚New York Times‘ in fünf Jahren noch gedruckt wird, ist mir egal“, so Herausgeber Arthur Ochs Sulzberger jr. Anfang 2007.

These: Die Inhalte sind gleich, aber wir haben noch kein prägnantes Bild von Internetzeitungen im Kopf, Sie repräsentieren, stehen noch nicht für eine Dekade, einen Zeitabschnitt.

Wir können mit Ihnen nicht Fish & Chips einpacken, oder die Gläser unseres Umzuges, oder sie uns beim Anstreichen der Wohnung falten und auf den Kopf setzen, oder unsere nassen Schuhe damit ausstopfen.

English: 3 A.M. Sunday, February 23rd, 1908. Newsboys selling on Brooklyn Bridge. Harry Ahrenpreiss, 30 Willet Street. (Said was 13 years old). Abe Gramus. 37 Division Street. Witness Fred McMurray. Location: New York, New York (State) / Photo by Lewis W. Hine.



Die große Verwirrung Web 2.0: Blog, Forum, Community & Konsorten, Bürgerzeitung

Eine These vorweg: Hat der Bürgerfunk im Radio, jemals, einen Arbeitsplatz in den Radioredaktionen oder deren Arbeit überflüssig gemacht?

Denn kein Bürgerfunker, Blogger dieser Welt steht gerne um 3:00 Uhr morgens auf um eine Feuerwehrreportage zu machen oder zahlt dafür freiwillig Geld!

Aber! Jeder Unternehmer/Verleger giert nach kostenlosem Content, den er versilbern oder vergolden kann!

Klarstellung: Blogs, Foren und Communities haben Ihre Berechtigung, aber sie sind keine verlässlichen journalistischen Medien*, denn schreib ich heute nicht, dann schreib ich vielleicht morgen und übermorgen bin ich 14 Tage im Urlaub.

* auch nicht für Unternehmenswerbung

Blog:

Ein Weblog, häufig abgekürzt als Blog (Wortkreuzung aus engl. Web „Netz“ und Log), ist ein auf einer Webseite geführtes und damit öffentlich einsehbares **Tagebuch oder Journal**. Häufig ist ein Blog „endlos“, d. h. eine lange, umgekehrt chronologisch sortierte Liste von Einträgen, die in bestimmten Abständen umbrochen wird. Es handelt sich damit zwar um eine Website, die aber im Idealfall nur eine Inhaltsebene umfasst. Ein Blog ist ein für den Herausgeber („Blogger“) und seine Leser einfach zu handhabendes Medium zur Darstellung von Aspekten des eigenen Lebens und von Meinungen zu oftmals spezifischen Themengruppen. Weiter vertieft kann es auch sowohl dem Austausch von Informationen, Gedanken und Erfahrungen als auch der Kommunikation dienen und ist insofern dem Internetforum sehr ähnlich.

Ab 1996 wurden Services wie Xanga eingerichtet, die Internetnutzern auf einfache Weise das Erstellen eines eigenen Weblogs ermöglichten. Nach einem langsamen Start wiesen solche Seiten ab Ende der 1990er Jahre ein schnelles Wachstum auf. So wuchs Xanga von 100 Blogs im Jahr 1997 auf 20 Millionen im Jahr 2005.

Die wichtigsten Unterscheidungen

2/3 Privat zu 1/3 Nicht Privat + Corporate Blogs [auch zur Projektsteuerung]

Artblog: Veröffentlichung der Werke eines Künstlers, die kommentiert und oft auch bewertet werden können

Bildungsblog (auch EduBlog oder E-Learning-Blog): alles zum Lehren und Lernen, zu Bildung und Erziehung

Blawg (auch Weblawg): Rechtspraxis und Rechtswissenschaft

Börsenblog: Ein Weblog, in dem über die Börse im Allgemeinen und diverse Aktien im Speziellen berichtet wird. Dabei wird die aktuelle Börsensituation genauso analysiert wie ggfs. auch einzelne Aktien. Manchmal werden sogar konkrete Anlagetipps gegeben.

Bürgermeisterblog: Ein Bürgermeisterblog ist ein Weblog, das vom Bürgermeister oder der Bürgermeisterin geführt wird, eine Kommentarfunktion besitzt und in persönlicher Art und Weise sowohl über gesellschaftliche und politische Ereignisse in der Stadt oder Gemeinde berichtet, als auch über die Arbeit eines Bürgermeisters oder einer Bürgermeisterin.

Comic-Blog: Veröffentlichung von Webcomics und/oder Textbeiträgen (Rezensionen etc.) über Comics

Foodblog (auch Kochblog): Rezepte, Lebensmittel, Kocherfahrungen

Funblog: (Verweise auf) Spaß- und Humorseiten

Knowledge-Blog: Wissensmanagement

Krimiblog: Kriminalromane

Litblog: Literatur

Metablog: Sammlung von Beiträgen aus anderen Weblogs und Webseiten

Podblog: Blog in Verbindung mit einem Podcast

Stadtblog (auch Lokalblog oder Stadtteil-Blog): Ein Blogger-Netz berichtet über eine Stadt, einen Stadtteil oder eine bestimmte Region.

Wahlblog (auch Kampa-Blog): Wahlen im Allgemeinen bzw. spezielle Wahlen

Warblog: Blog aus oder über Krisen- und Kriegsgebiete

Watchblog: beobachtendes und bewertendes Blog mit kritischer Haltung gegenüber Medien oder anderen Unternehmen, staatlichen Stellen oder nichtstaatlichen Organisationen

Forum oder Board

Ein Internetforum (lat. forum, Marktplatz), auch Diskussionsforum, ist ein virtueller Platz zum Austausch und Archivierung von Gedanken und Erfahrungen. Die Kommunikation findet dabei asynchron, das heißt nicht in Echtzeit, statt. Englische Bezeichnungen dafür sind internet forum und webboard.

Funktionsweise

Üblicherweise besitzt ein Internetforum **ein bestimmtes Thema bzw. ist nach Themen und Unterthemen** in einzelne Unterforen unterteilt. Es können Diskussionsbeiträge (Postings) hinterlassen werden, welche die Interessierten lesen und beantworten können. Mehrere Beiträge zum selben Thema werden wie im Usenet zusammenfassend als Thread (Faden) oder Thema (Topic) bezeichnet. Mit dem Eröffnen eines neuen Threads kann ein neues Thema zur Diskussion gestellt werden.

Im Internet besonders beliebt sind Hilfe-Foren, in denen Benutzer Ratschläge zu einem bestimmten Thema erhalten können. So wird vielen Benutzern eine Hilfestellung angeboten, die besonders für spezielle Probleme oder bei nur wenigen anderen Informationsquellen die einzige Hilfe ist. Hilfreich sind Benutzer-Foren z.B. auch für Hardware- und insbesondere Software-Hersteller, weil diese durch Benutzer- bzw. Anwenderbeiträge schnell und weiträumig insbesondere zu Mängeln ihrer Produkte - bei Software zu sogenannten Bugs - informiert werden und reagieren können. In einigen Foren werden auch aktuelle Themen aus Politik oder Weltgeschehen diskutiert. Unerwünscht ist zumeist auch das Crossposting, welches das gleichzeitige Einstellen von Beiträgen in einer Vielzahl von Foren bezeichnet.

Problematisch sind Benutzer die nicht der Netiquette folgen und durch das Schreiben von unpassenden oder beleidigenden Beiträgen den Ruf eines Forums beschädigen. Klassische Foren in denen nicht registrierte Nutzer schreiben dürfen, kommt es häufig zu Desinformation, daher sind viele Foren dazu übergegangen, auch aus rechtlichen Gründen, die Foren zu moderieren.

Internetzeitung Zwischen Schnelligkeit und Nachhaltigkeit

Unschärfen: Forum, blog oder von allem ein bisschen Lohnt es sich?

Beispiel Bürgerzeitung von koeln.de

Mutter: rund 2.0 Mio Visits bei 13 Mio, alleine 50.000 Kölnerinnen und Kölner haben dort eine E-Mail: xxx@koeln.de

BZ stark auf Mutterblatt beworben

Gestartet, Ende 2006-2007

Heute: 112 Autorinnen und Autoren

davon haben rund 70 Autoren einen Artikel verfasst
insgesamt 424 Artikel

114 Artikel der Redaktion zuordnen

310 Artikel (sofern die Redaktion nicht unter
Pseudonym schreibt)

in 9 Monaten: 34 Artikel im Durchschnitt/Monat

darunter: ca. 10 Autorinnen und Autoren aus der
koeln.de Seite

1 Chefredakteur

1 Projektleiter

2 Redakteure

Gegenrechnung:

9 Monate x 2 Redakteure x 5 Artikel x 20 Arbeitstage =
900 Artikel



Text

Bürgerzeitung Köln » Blog Archiv » "Arsch huh" für unser Kölle! - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Zurück Suchen Favoriten

Adresse <http://bz.koeln.de/2007/09/06/arsch-huh-fuer-unser-koelle/>

menge Spaß haben.

am 11 september geschrieben 12
schrieb am 11. September 2007 um 21:19 Uhr

what für ein scheiss laberst du seit dem es hier so viele ausländer gibt ist köln so dreckig geworden guckt euch doch mal nuhe chlodwigplatz ehrenfeld an alle häuser voll ghetto haft nuhe ausländer und die aufzüge haben keine türen oder funktioniern erst garnicht und der flur und treppenhaus voll beschmiert mit grafity eding stife und so weiter und immer liegt ein türke in dem flur und kifft sich eine oder bespritz sich eine deshalb bin ich aus ehrenfeld ausgezogen vor allem in meiner strasse weiss garnicht mehr ob dort noch deutsche wohnen es heisst in ehrenfeld in jeden haus wohnen circa 2 deutsche aber das stimmt leider nicht es gibt strassen da wohnen keine mehr oder so gut wie keine mehr

aufräumer 13
schrieb am 11. September 2007 um 21:25 Uhr

aufräumer

13

schrieb am 11. September 2007 um 21:25 Uhr

Seit wann darf hier Abschschaum schreiben nimm dein nuhe und geh zum Arbeitsamt.

aufräumer

14

schrieb am 11. September 2007 um 21:26 Uhr

Abschaum sollte es heissen

Kalker

15

schrieb am 12. September 2007 um 17:14 Uhr

Gibt's in der BZ sowas wie Zensur?

Der gesamt Standortvergleich-Artikel ist verschwunden.

Ich hatte dort auf <http://www.sueddeutsche.de/tt6m2/deutschland/artikel/754/132513/> hingewiesen und gewagt zu meinen, dass Joachim Erwin in D'dorf hervorragende Arbeit leistet.

In einer WELTWEITEN Rangliste der Lebensqualitaet landet D'dorf auf dem FUENFTEN Platz...

Ich sage es nochmal, Herr Schramma hat als OB der Stadt Koeln versagt, und keine Partei in Koeln hat bis jetzt korrigierend eingegriffen.

Umfragen und Fakten aus dem aktuellen Onliner Atlas 2007

Der Online Atlas von Infratest und der Initiative D21.

Eine Topographie des digitalen Grabens durch Deutschland
ca 50.000 Interviews (erhoben seit 2001)

Umdrehung der Zahlen: 2001 > 37,0 % online 2007 > 60,2 %
 > 52,5 % offline > 34,1 %

2007	nach Alter nur Onliner	in %
	14-19	89,4
	20-29	87,2
	30-39	82,2
	40-49	72,6
	50-59	58,3
	60-69	35,5
	>70	13,2

Nach Geschlecht	männlich	67,1 %
	weiblich	53,8 %

Nach Bildung nur Onliner in %	
Schüler	91,6
Volksschule ohne Lehre	30,5
Volksschule mit Lehre	45,8
weiterb.Schule ohne Abitur	66,3
Abi	82,9
Studium	81,2

Internetzeitung Zwischen Schnelligkeit und Nachhaltigkeit

Haushaltsnetto-Einkommen: nur Onliner in %

bis 1.000	37,6
1.000 bis 2.000	50,8
2.000 bis 3.000	70,4
über 3.000	83,7

Ortsgrößen nur Onliner in %

< 5.000	54,9
5.000-20.000	56,9
20.000-100.000	56,6
100.000-500.000	61,0
> 500.000	63,8

Nutzung nach Haushaltsgröße nur Onliner in %

Ein Personenhaushalt	43,9
Zwei Personenhaushalt	52,3
Drei Personenhaushalt	72,4
> 4 Personenhaushalt	77,0

Internetzeitung Zwischen Schnelligkeit und Nachhaltigkeit

Online-Nutzung nach Alter und Geschlecht [nur Onliner] Frauen in % Männer in %

14-19	90,9	88,4
20-29	85,6	88,7
30-39	79,0	85,7
40-49	67,5	79,6
50-59	50,9	67,5
60-69	26,2	46,0
>70	6,2	21,0

Internetnutzung nach Geschlecht und Berufstätigkeit [nur Onliner]

	Berufstätig [inkl. zzt. Arbeitslos]	Nicht Berufstätig [Schüler, Rentner, Azubis, Studenten]
Frauen	70,9	37,5
Männer	80,3	51,2

Wie gehen die Onliner ins Netz in %

DSL	56,9
ISDN	16,6
Modem (analog)	14,5
Modem (Kabel, TV)	2,3
mobiler Zugang (UMTS)	1,0
anderer (z.B. LANDHSL) breitbandig	0,3
Sonstige	0,7
habe keinen Zugang zu Hause	4,0

Internetzeitung Zwischen Schnelligkeit und Nachhaltigkeit

Im europäischen Vergleich in %

1. Island	90
2. Schweden	88
3. Dänemark	87
4. Niederlande	83
Norwegen	
5. Finnland	80
6. Luxemburg	73
7. Deutschland	72
8. Großbritannien	69
9. Belgien	64
Estland	
Österreich	
10. Slowakei	56
EU 25	55
EU 27	56
USA	73

Abweichung da andere Studie: Quelle Eurostat, 2006 Gemeinschaftserhebung IKT Einsatz in Haushalten

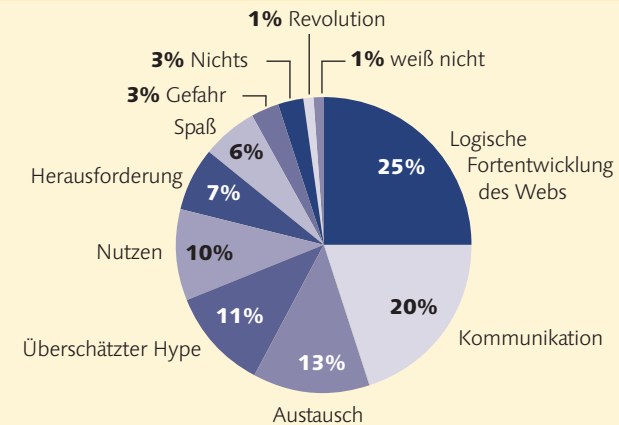
DPA-Umfrage zum Thema Onlinejournalismus

Das Internet verändert die Medienlandschaft. Immer mehr Menschen nehmen am so genannten Web 2.0 aktiv teil, vernetzen sich oder generieren selbst Inhalte. Blogs, Social Software und Podcasts gehören für viele heute zum Alltag. Die dpa-Tochter news aktuell hat sich in dieser media studie mit der Frage beschäftigt, wie sich das neue Internetzeitalter auf den Journalismus auswirkt: Wie nutzen Redakteure das „Mitmach-Web“? Welche Chancen und Problem sehen sie? Wohin entwickeln sich die heutigen Medienangebote? Fast 1.200 Journalisten gaben Antwort.

Journalisten empfinden Web 2.0 nicht als digitale Revolution

Nachdem Web 2.0 als Hype monatelang die Diskussionen der Medien- und PR-Branche dominiert hat, ist mittlerweile ein gesunder Realismus eingekehrt. Für die meisten befragten Redakteure ist Web 2.0 deshalb auch nicht mehr und nicht weniger als die logische Weiterentwicklung des Internets. Nur ein Prozent spricht von einer digitalen Revolution.

Welche drei Begriffe verbinden Journalisten hauptsächlich mit dem Begriff Web 2.0?



Der Online-Journalist ist kein
anderer Journalist, nur im ideal
kein ganz so großer
Egomane/ Egomanein mehr
sondern ein Teamplayer/-in in
verschiedenen Rollen.

Warum lesen Menschen in Köln, die report-k.de kennen, eine Internetzeitung.

„Ihr seid immer die ersten.“

„Wenn ich aus dem Urlaub komme, gebe ich in die Suchmaschine Feuerwehr ein und sehe was in den letzten vier Wochen passiert ist, da staunen die Kollegen nicht schlecht, wenn ich schon alles weiß“,
Dr. Feyrer OVA Berufsfeuerwehr der Stadt Köln.

„Ich wohne in Unterhaching und bin ein echter Kölner und komme so an Nachrichten aus Köln“

Unsere Leser nutzen uns Tag und Nacht

Wie entstehen bei uns Nachrichten. Wie in jeder anderen Redaktion auch, aber wir schreiben oft vor Ort und stellen sofort online.

Der Idealfall

Ein sich ergänzendes Team, das gemeinsam die Texte und Inhalte erarbeitet und sich auch abwechseln kann.



In der Redaktion
Recherche und
tiefere Information
bereitet Termine vor



vor Ort
Foto
O-Töne
Verifizierung des Inhouse
erstellten Produkts

ergänzt & stellt online

Der ideale Online-Journalist

bringt alle Qualitäten des Printjournalisten mit
hartnäckig, neugierig, recherchefreudig, offen, kommunikativ
selbstbewußt und hinterfragend, objektiv, sorgfältig

plus

hohe Teamfähigkeit

er kann auch Videos, Fotos in hoher
Qualität erstellen
und diese bearbeiten.

und er kann an jedem Platz der
Welt arbeiten

Handelsblatt.com
NEWS AM ABEND
Bredienbacher Hof

Freitag, 17.08.07
Sonderveröffentlichung in Zusammenarbeit mit dem Bredienbacher Hof
Redaktionsschluss: 17 Uhr



Horst Schulze, Direktor Capella Hotels & Resorts, Düsseldorf Oberbürgermeister Joachim Erwin und Salah A. Daht, Pearl of Kuwait. (v.l.n.r.)

Das erste Haus am Platz kehrt zurück

Über 200 Gäste feierten heute das Richtfest des Bredienbacher Hofes und damit den Neubeginn einer der ersten Adressen der Landeshauptstadt

Düsseldorf Was haben Zar Alexander II. von Russland, König Juan Carlos von Spanien, Robert Schumann und Princesin Margaret gemeinsam? Richtig: Sie alle haben bereits im Bredienbacher Hof übernachtet: Die Geschichte des Prachtbaus in bester Düsseldorfer Stadtlage liest sich seit fast 200 Jahren wie ein „Who's Who“ europäischer Prominenz. Nach einer bewegten Geschichte schlossen die Eigentümer der Luxusherberge vor acht Jahren die Pforten, um nun wie „Phoenix aus der Asche“ wieder aufzustehen. Am 17. August 2007 feiern rund 220 handverlesene Gäste das Richtfest der Prachtimmobilie

und damit das „Comeback des Jahres“ in der Landeshauptstadt. Mit dem Abschluss der Rohbauarbeiten geht auch die Geschichte der Luxusherberge in eine neue Runde.

Düsseldorfs Oberbürgermeister Joachim Erwin und Vertreter des Investors sowie des Betreibers äußerten sich zuversichtlich, das Hotel der Tradition folgend wieder zu einer der ersten Adressen in der Landeshauptstadt entwickeln zu können. Vom kommenden April an stehen den wohlhabenden Gästen wieder 79 Hotelzimmer im Fünf-Sterne-Segment sowie 16 Suiten zur Verfügung. Das ist zwar wesentlich weniger als im alten Bredienbacher Hof, der nach seiner Wiedereröffnung im Jahr 1950 und einem Anbau 1955 insgesamt 250 Zimmer umfasste. Aber dafür bietet die neugestochene Immobilie, deren Bau von Projektentwickler Chandler KBS geplant und gesteuert wurde, jede Menge Superlative.

Neben dem eigentlichen Hotelbetrieb werden gleich sechs Ladenlokale in den Prachtbau einziehen. Fünf Einzelhandelsflächen mit Größen zwischen 400 und 600 Quadratmetern sind bereits lange vor der Eröffnung an renommierte Einzelhändler

„Die Immobilie ist in seiner Kombination einzigartig am Standort Düsseldorf.“

Mareel Abel, Niederlassungsleiter, Jones Lang LaSalle GmbH, Düsseldorf ler (Boss, Douglas, Escada, Claudia Schiffer und Marco Polo) vermietet. Zudem bietet die Immobilie sieben Büroräumlichkeiten mit Nutzflächen zwischen 398 und 505 Quadratmetern. Für solvente Kunden stehen zusätzlich 18 so genannte Residenzen (71 bis 399 Quadratmeter) bereit, die für Kaufpreise zwischen 12.000€ und 15.000€ pro Quadratmeter erworben werden können. Eine eingeschossige Tiefgarage bietet Platz für 50 Pkw. Die Hotelzimmer selbst entsprechen dem so genannten Fünf-Sterne-Plus-Standard und sind zwischen 45 und 35 Quadratmeter groß; die Suiten bieten

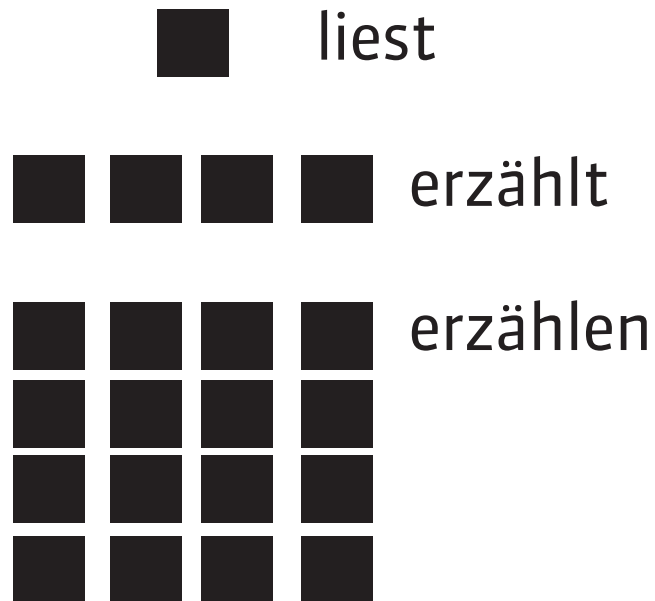
Größen zwischen 70 und 250 Quadratmetern. Die Preise liegen nach Angaben des Betreibers zwischen 550 und 650 Euro für eine Übernachtung. Das Hotel verfügt über einen ausgehenden „Spa“-Bereich mit Fitnessraum, Dampfbad, Wellnessduschen/Whirlpools/Liegeplätzen, drei Konferenzräume unterschiedlicher Größen, Cigar- und Privat-lounge sowie ein Restaurant rundum das Angebot ab.

Anspruchspartner für die Vermietung der Büro- und Einzelhandelsflächen:
Jones Lang LaSalle GmbH, Niederlassung Düsseldorf
Tel.: 0211.3006-0

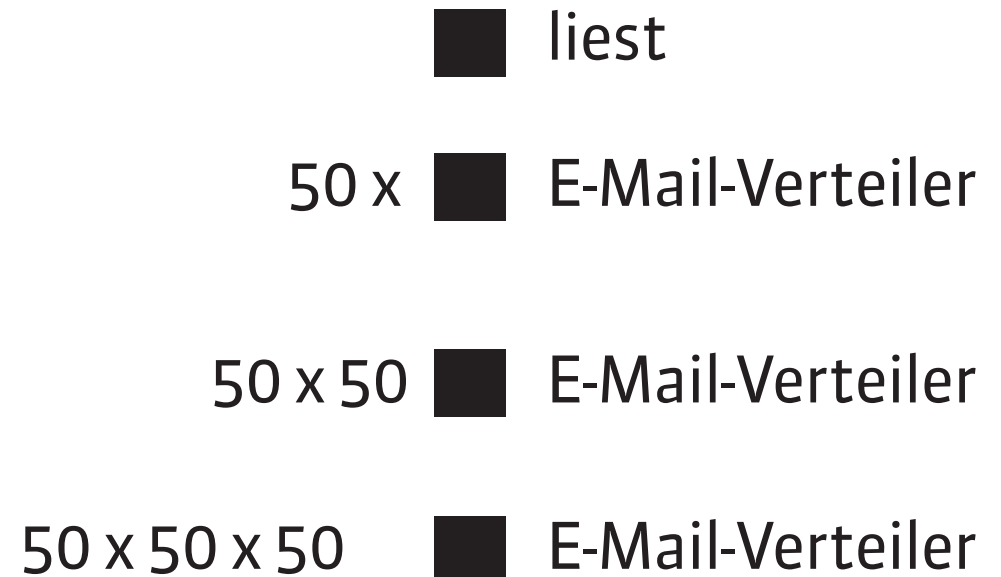
Anspruchspartner für die Vermarktung der Residenzen:
Güter & Hobel Immobilienverhandler GmbH
Tel.: +49(0)662.6585-0

Wie verbreiten sich Nachrichten im Netz

Wie im Print



Online



das muss nicht immer
passieren kann aber....

d.h. von Anfang an die gleiche journalistische Sorgfaltspflicht

Wie schreiben wir:

Die Headline: Journalistisch ja, aber auch Infocharakter

Der Vorspann: Ist der Text für die Kurzleser

Der Artikel: Kann länger sein als im Print, ist der Text für den Intensivleser

Aktuell und aktuell haltend

Bildlastig, magazinig, informativ
umfangreich, Angebot von Querverlinkungen

Suchmaschinenoptimiert.

Generische Begriffe verwendend.

Probleme

- › Als reine Internetzeitung werden wir nicht ernst genommen
 - Relevante Wahrnehmung erfolgt erst dann wenn andere über uns kommunizieren, dies ist immer noch zu wenig der Fall.

- › Journalisten und Anzeigenverkäufer zu finden die schnell getaktet sind und das Medium begreifen und damit wieder verkaufen können
 - aber auch die Technik beherrschen
 - Disziplin

- › Der Anzeigenmarkt
 - Neue Produkte
 - Neue Vertriebswege
 - Geeignete Vertriebler

Vielen Dank

:-)