

Oliver Simon

Entwicklungschancen des Online-Journalismus in Deutschland

Diplomarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2002 GRIN Verlag
ISBN: 9783638131896

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/5222>

Oliver Simon

Entwicklungschancen des Online-Journalismus in Deutschland

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

**ENTWICKLUNGSCHANCEN DES
ONLINE- JOURNALISMUS IN DEUTSCHLAND**

Diplomarbeit

zur Erlangung des Grades Diplom- Informationswirt

Fachhochschule Darmstadt

Fachbereich Informations- und Wissensmanagement

Studiengang Medien- Wirtschaftsinformation

vorgelegt von: Oliver Simon

Referent: Prof. Dr. Wolfgang Schöhl

Korreferentin: Dr. Heide Gloystein

Darmstadt, den 05. Juni 2002

ERKLÄRUNG

Ich versichere, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe.

Außerdem erkläre ich mich mit der Abgabe eines Exemplars meiner Diplomarbeit an die Fachhochschule Potsdam einverstanden.

Darmstadt, den 05. Juni 2002

Unterschrift

VORWORT

Was bringt uns die Zukunft des Online- Journalismus ?

Besseren Web-Content ?

Wie verändert sich dadurch das Internet ?

Diese und ähnliche Fragen beschäftigten mich im Jahresverlauf 2001 des öfteren und hinterließen den Wunsch nach Aufklärung. Als im August 2001 die Themenvorschläge eingereicht werden sollten, fiel mir dann eine Eingrenzung des Themenfeldes im Bereich Online- Medien mit wirtschaftlichem Schwerpunkt recht leicht.

Das Internet und der Online- Journalismus sind untrennbar verbunden. Das eine wäre ohne das andere in der heutigen Form nicht vorhanden. Die Entwicklungen der letzten fünf Jahre zeigen auf wohin die Wege des Online- Journalismus führen werden.

Dieses breit gefächerte Spektrum an unterschiedlichen Sparten im Online- Journalismus ist erschwerend für eine exakte Aussage wohin der Online- Journalismus sich bewegen wird.

Eines ist mir während dieser Diplomarbeit und besonders auch beim Sichten der zahlreichen und teilweise ausführlichen Studien klar geworden:

Die Veränderungen und die Entwicklungen geben ein schnelles und schwer überschaubares Tempo vor, dem Schritt zu halten eine große Herausforderung darstellt. Dies gilt besonders, wenn man nicht in der „Informationsflut“ ertrinken will.

Als empirische Grundlage wurde von mir ein Fragebogen verwendet, der zusammen mit den Ergebnissen der Auswertung im Anhang B zu finden ist und einen nicht unerheblichen Anteil zu dieser Diplomarbeit beigetragen hat.

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung	1
2 Allgemeines zum Online - Journalismus	3
2.1 Unterschiede zwischen Print- Journalismus und Online-Journalismus und die sich daraus ergebenden Veränderungen.....	3
2.2 Online- Journalismus im Internationalen Vergleich.....	3
2.3 Ökonomische und technische Hintergründe des Online - Journalismus	4
3 Die Entwicklung des Online- Journalismus aus Sicht der Journalisten.....	6
3.1 Wie nutzen Journalisten die Online -Medien für ihre redaktionelle Arbeit?	6
3.2 Technisierung der Arbeit von Journalisten durch die Online-Medien.....	7
3.3 Beeinflussung der Schnellebigkeit von Informationen durch Online-Medien.....	8
3.4 Eigenschaften der Internetrecherche die für Journalisten relevant sind	9
3.5 Welche Art von Information suchen Journalisten im Internet und wie zufrieden sind sie mit den gefunden Informationen?	10
4 Bedeutung der Interaktivität im Online-Journalismus	12
4.1 Das Potential des Online-Journalismus mit interaktiven Inhalten.....	13
4.2 Die Interaktivität und die Konsequenzen für den Online-Journalismus	14
4.3 Forschungsstand zur Interaktivität im Online-Journalismus	16
4.4 Motive für die Internet-Nutzung	17
4.5 Interaktivität aus Sicht der Online- Journalisten.....	18

4.6 Nutzungsgewohnheiten von Rezipienten.....	19
5 Kostenpflichtige Inhalte	22
5.1 Die Rolle von Inhalten bei der Finanzierung der Online-Angebote	23
5.2.1 Aufbaustrategien von „Pay-per-View“ Konzepten	23
5.2.3 Stärkerer Einsatz von Nischenangeboten für bestimmte Zielgruppen	24
5.2.4 Individualcontent und Vielfalt.....	25
5.2.5 Lösung von Problemen als zentrales Konzept	26
5.3 Der Wechsel vom Werbe- zum Pay-Web	29
5.3.1 Konsolidierung des Marktes für Contentanbieter.....	30
5.3.2 Das Umsatzpotential von Diensten wie E-Mail, SMS-Versand und Unified Messaging	31
5.4 Erfolgsfaktoren für Bezahlmodelle	33
5.5 Die Rolle des E-Commerce in der Refinanzierung	34
5.5.1 Für welche Inhalte sind Nutzer bereit zu zahlen.....	35
5.6 Kostenpflichtige Inhalte und „Pay per Klick“ zur Sicherung der Qualität von Webpublikationen.....	35
5.6.1 Das Werbefinanzierungsschema zum Nachteil des Nutzers	36
5.7 Erlöse durch Kostenpflichtige Inhalte und Breitbandtechnik	37
5.7.1 Breitbandtechnik verbessert Qualität der Angebote.....	38
5.8 Studie von „Jupiter MMXI Deutschland“ zu kostenpflichtigen Inhalten.....	39
5.8.1 Die Breitbandtechnik wird kostenpflichtige Inhalte vorantreiben.....	40
5.8.2 Ergebnisse einer Studie des Hamburger Online-Marktforschungsinstituts „Earsandeyes“ zu kostenpflichtigen Inhalten.....	41