

Journalist*innen Barometer 2025:

Verantwortung und Herausforderungen des modernen Journalismus



April 2025

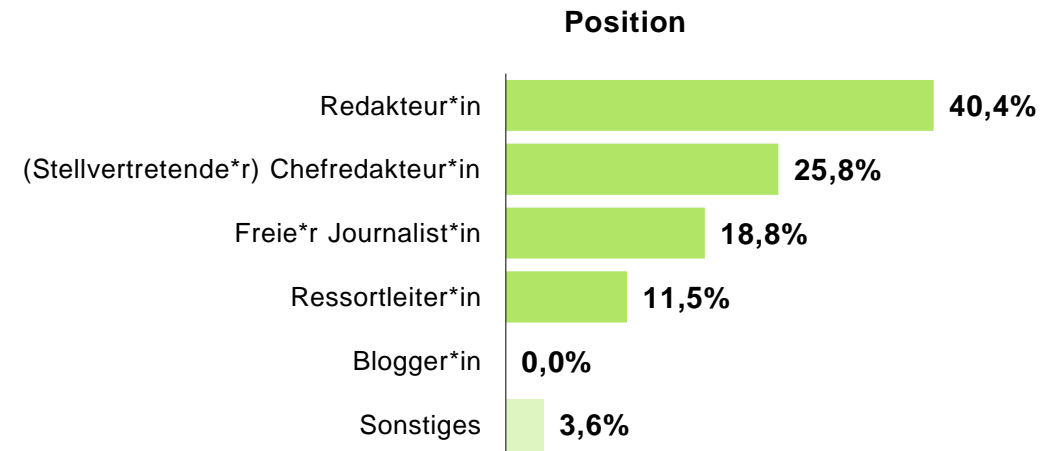
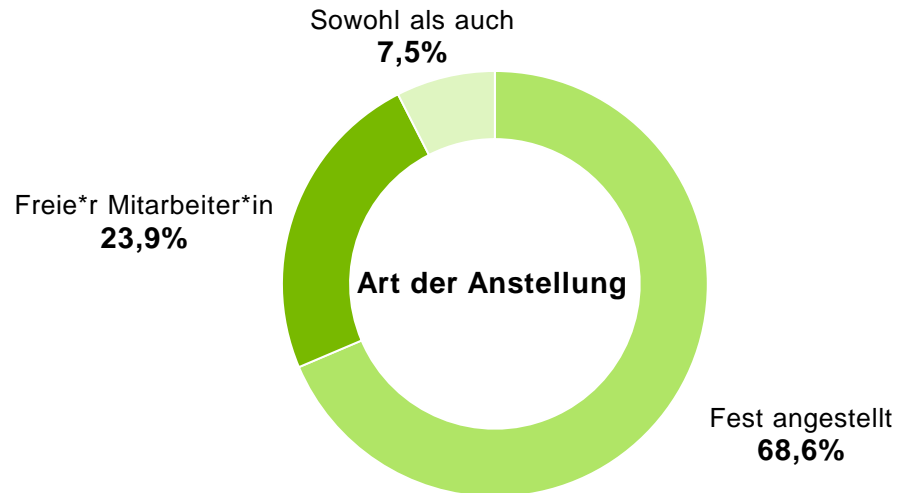
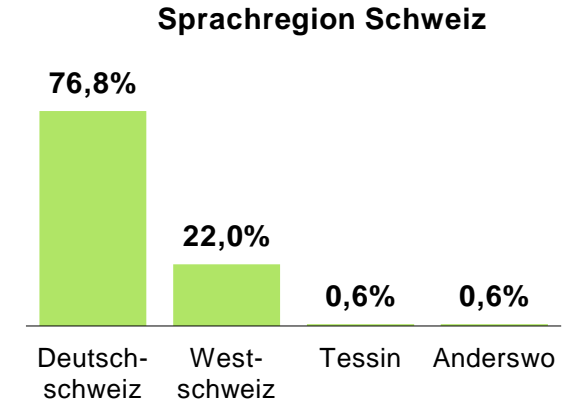
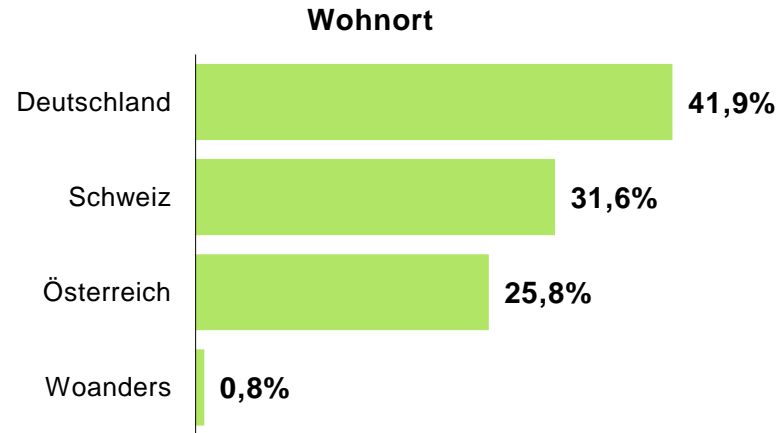
Umfrage-Basics

Auftraggeber	Eigenstudie in Kooperation mit Farnet
Methode	CAWI Computer Assisted Web Interviews
Sample-Größe	n = 532 Netto-Interviews
Kernzielgruppe	Journalist*innen aus Österreich, Deutschland und der Schweiz Inzidenz: 100%
Feldzeit	03.03.2025 - 16.03.2025
Studienumfang	32 Fragen
Mobile Teilnahme	10,2%

Sample-Struktur Journalist*innen #1 | n = 532

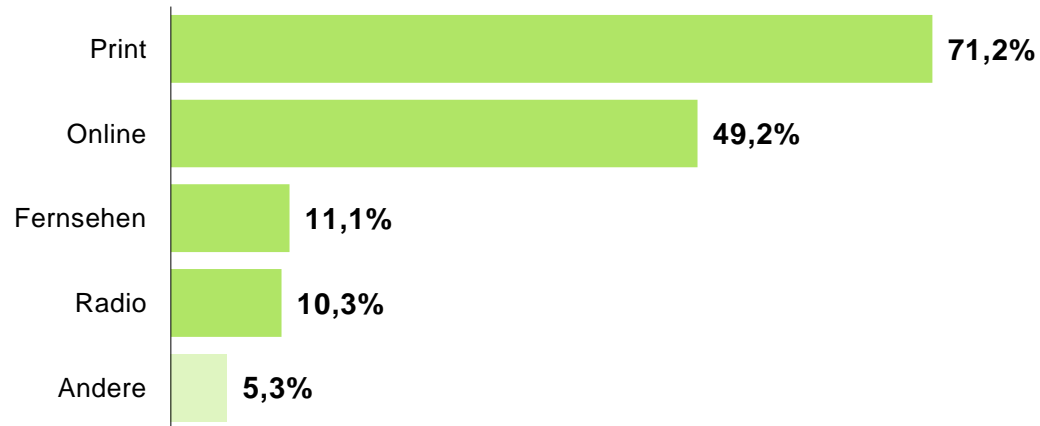


Sample Total	Unter 50 Jahre	34,8%
	Über 50 Jahre	65,2%

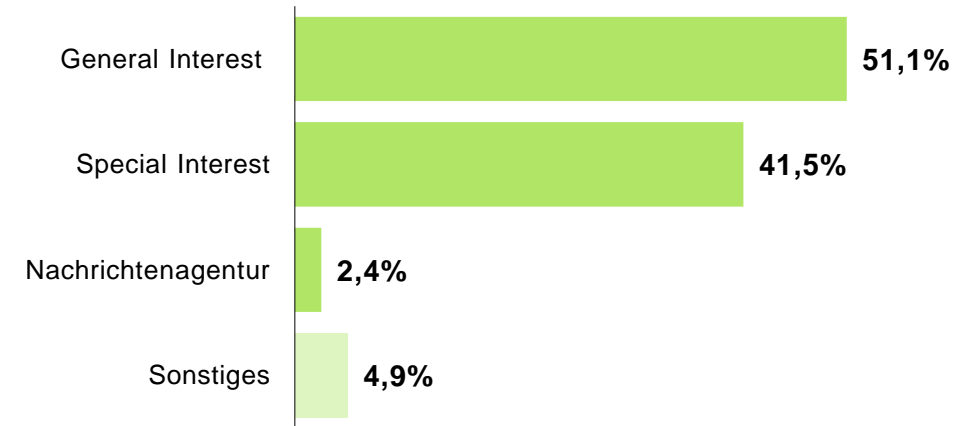


Sample-Struktur Journalist*innen #2 | n = 532

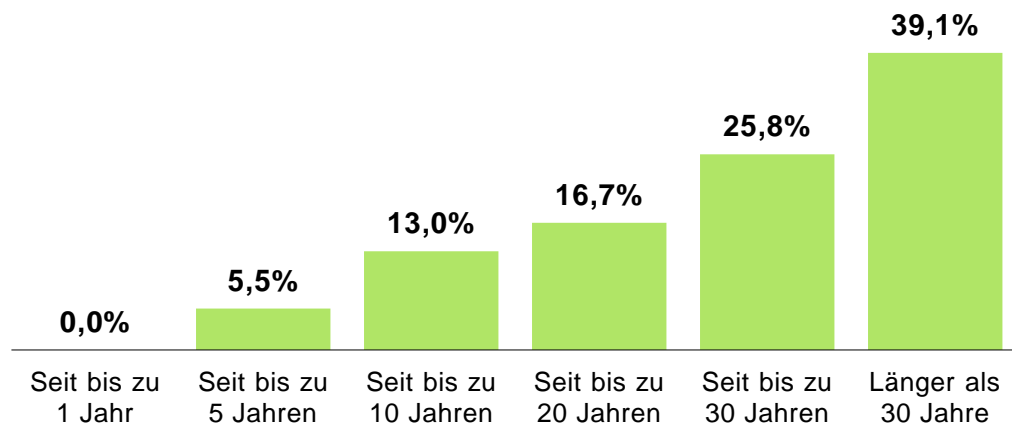
Medien-Gattung



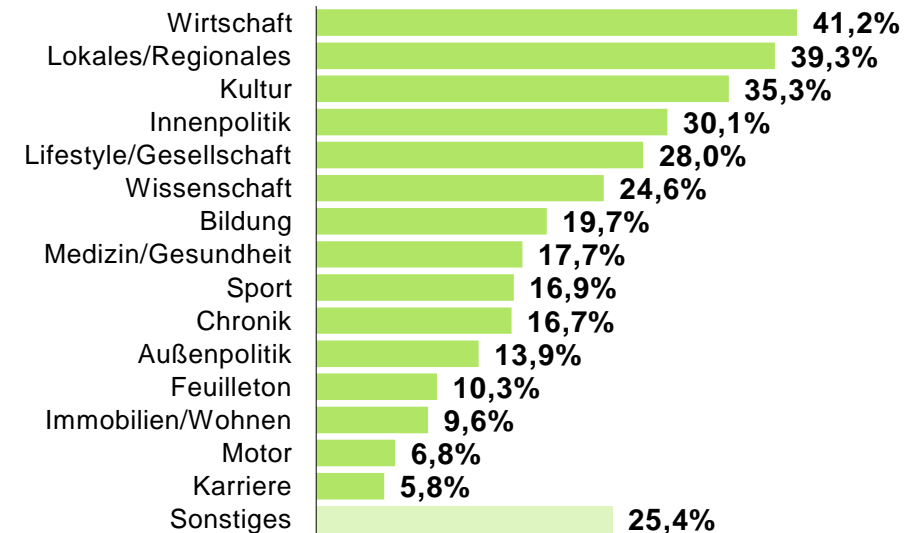
Medium



Dauer der journalistischen Tätigkeit



Ressort



Gesellschaftliche Verantwortung des Journalismus

Objektivität vs. Meinungsäußerung im Journalismus erlaubt?



Fakten im Fokus, persönlicher Standpunkt kontextabhängig erlaubt

Die Faktenrecherche soll im Vordergrund stehen, allerdings darf das Vertreten eines persönlichen Standpunktes nicht grundsätzlich ausgeklammert werden. Bei gewissen Themen darf die Meinung/ Haltung der Medienschaffenden mitschwingen, muss aber - abhängig von Ressort und Kontext - individuell abgewogen werden.



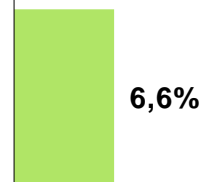
Journalismus muss voll und ganz neutral sein

Journalismus muss voll und ganz objektiv und neutral sein. Die Meinung/ Haltung der Medienschaffenden darf sich nicht widerspiegeln, um die Glaubwürdigkeit und die Unabhängigkeit der Berichterstattung zu wahren.



Das Vertreten eines persönlichen Standpunktes ist erwünscht

Journalismus darf nicht nur neutral sein. Das Vertreten eines persönlichen Standpunktes ist in der Berichterstattung voll und ganz erlaubt, da es der Bevölkerung in der Einordnung und Bewertung von Ereignissen oder Entwicklungen hilft.



Objektivität vs. Meinungsäußerung im Journalismus erlaubt?

Länder-Vergleich

Fakten im Fokus, persönlicher Standpunkt kontextabhängig erlaubt

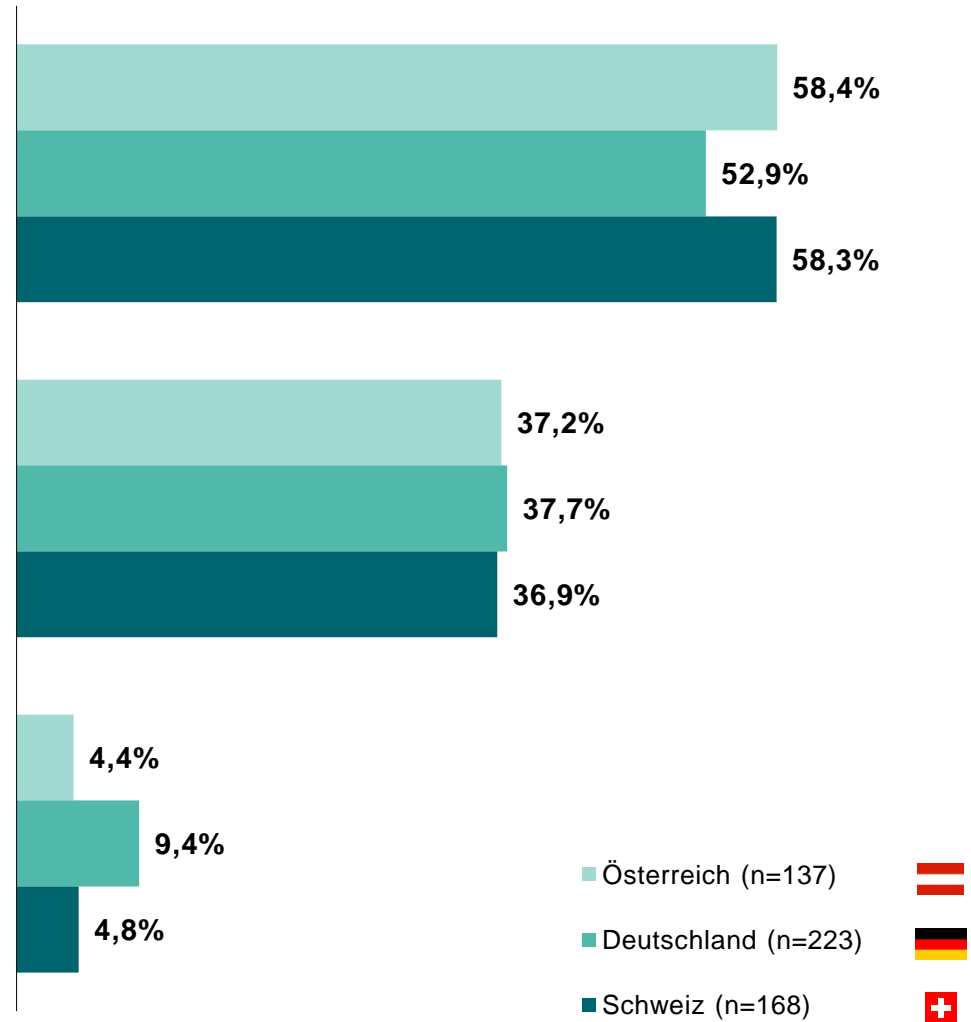
Die Faktenrecherche soll im Vordergrund stehen, allerdings darf das Vertreten eines persönlichen Standpunktes nicht grundsätzlich ausgeklammert werden. Bei gewissen Themen darf die Meinung/ Haltung der Medienschaffenden mitschwingen, muss aber - abhängig von Ressort und Kontext - individuell abgewogen werden.

Journalismus muss voll und ganz neutral sein

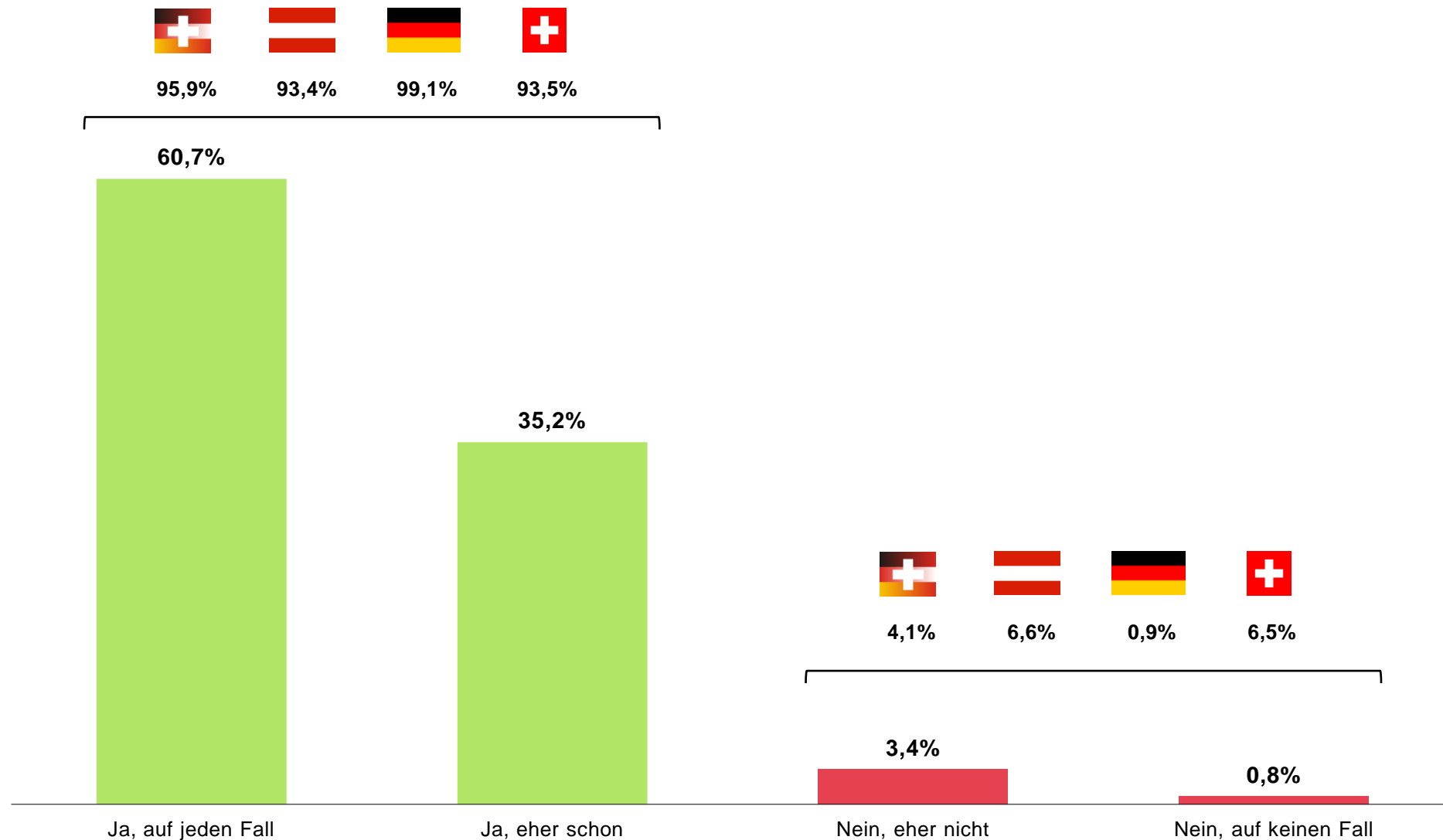
Journalismus muss voll und ganz objektiv und neutral sein. Die Meinung/ Haltung der Medienschaffenden darf sich nicht widerspiegeln, um die Glaubwürdigkeit und die Unabhängigkeit der Berichterstattung zu wahren.

Das Vertreten eines persönlichen Standpunktes ist erwünscht

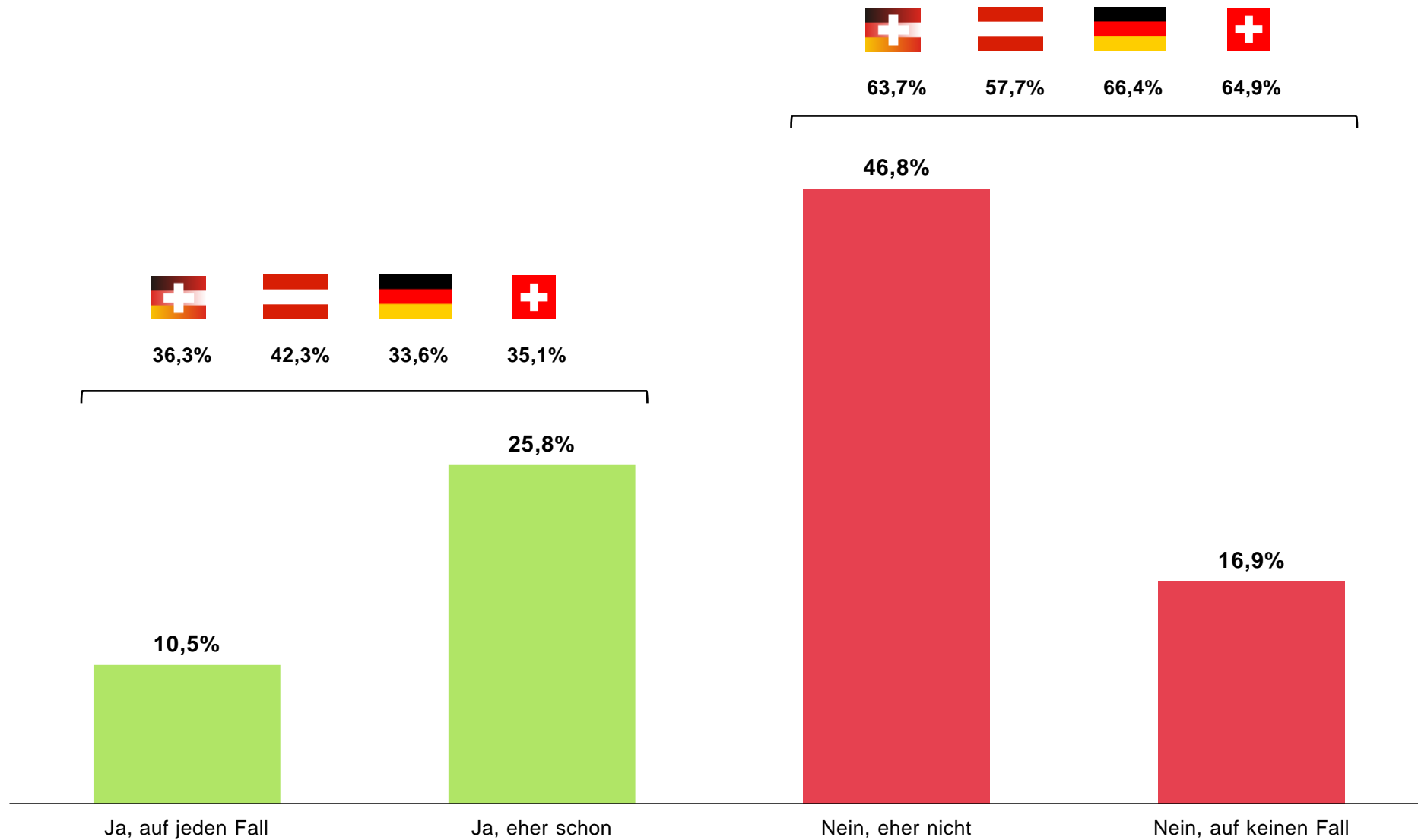
Journalismus darf nicht nur neutral sein. Das Vertreten eines persönlichen Standpunktes ist in der Berichterstattung voll und ganz erlaubt, da es der Bevölkerung in der Einordnung und Bewertung von Ereignissen oder Entwicklungen hilft.



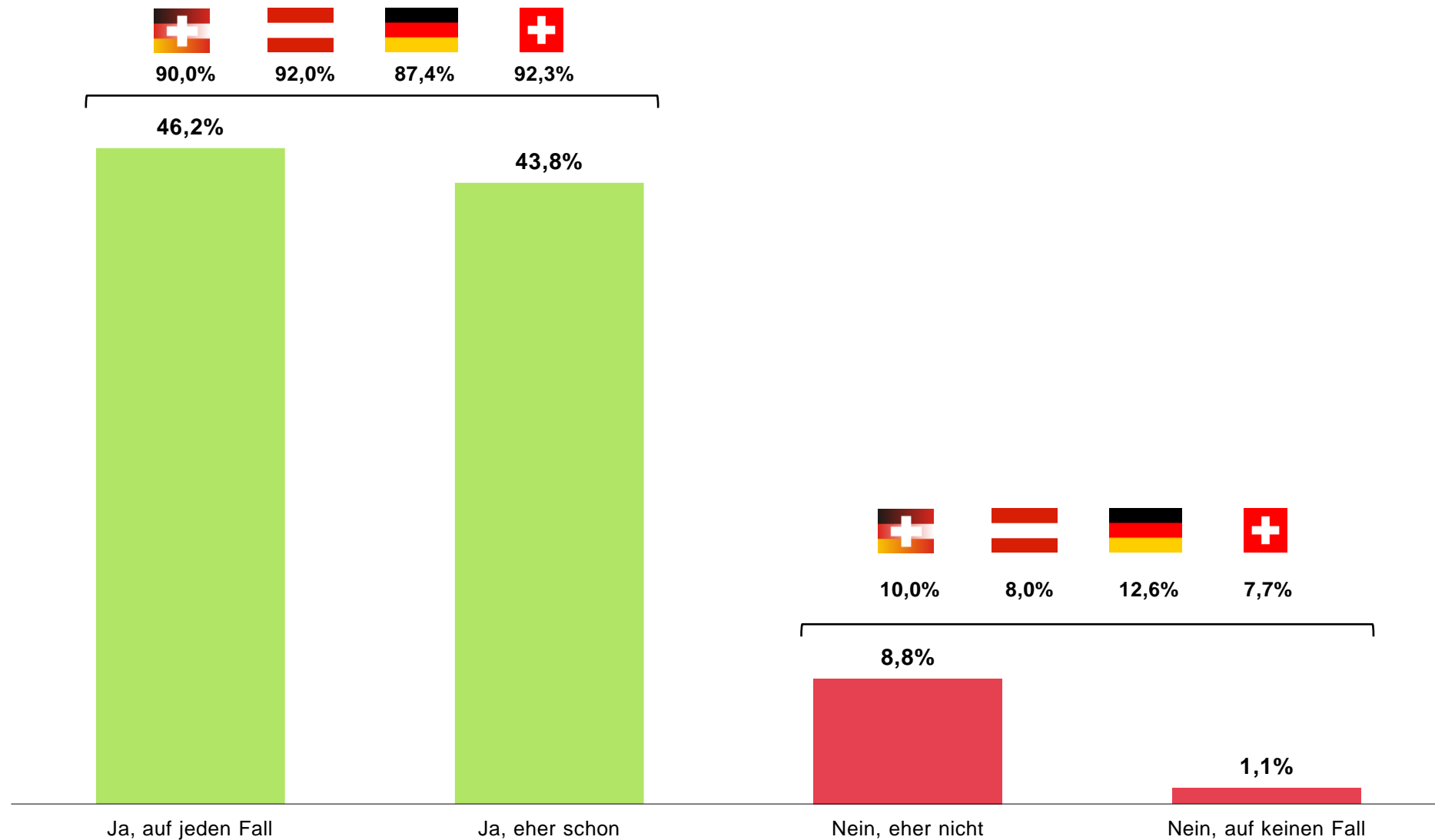
Einflussmöglichkeit des Journalismus auf gesellschaftliche Trends



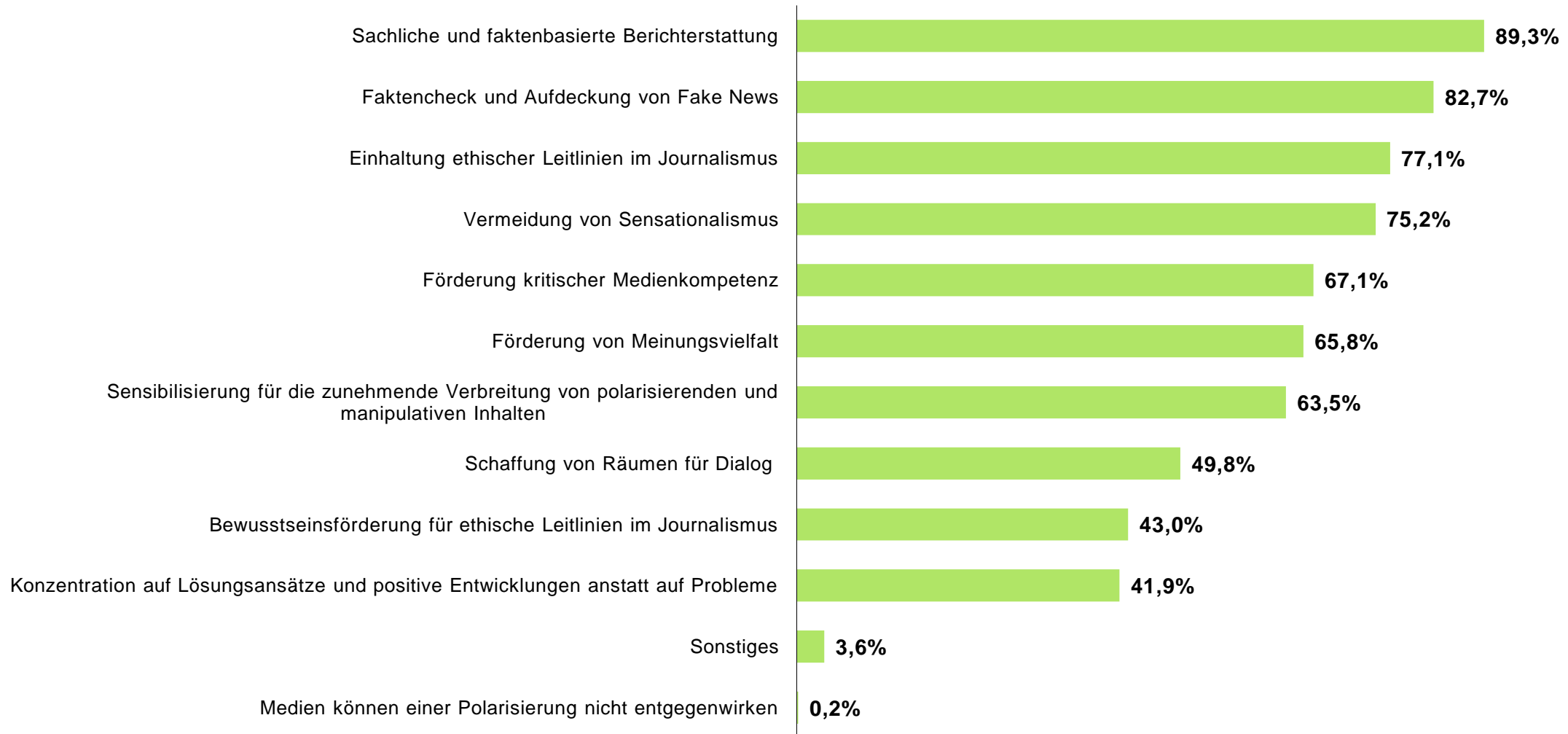
Journalismus soll gesellschaftliche Trends abschwächen/ verstärken



Medien können Beitrag für gesellschaftlichen Zusammenhalt leisten

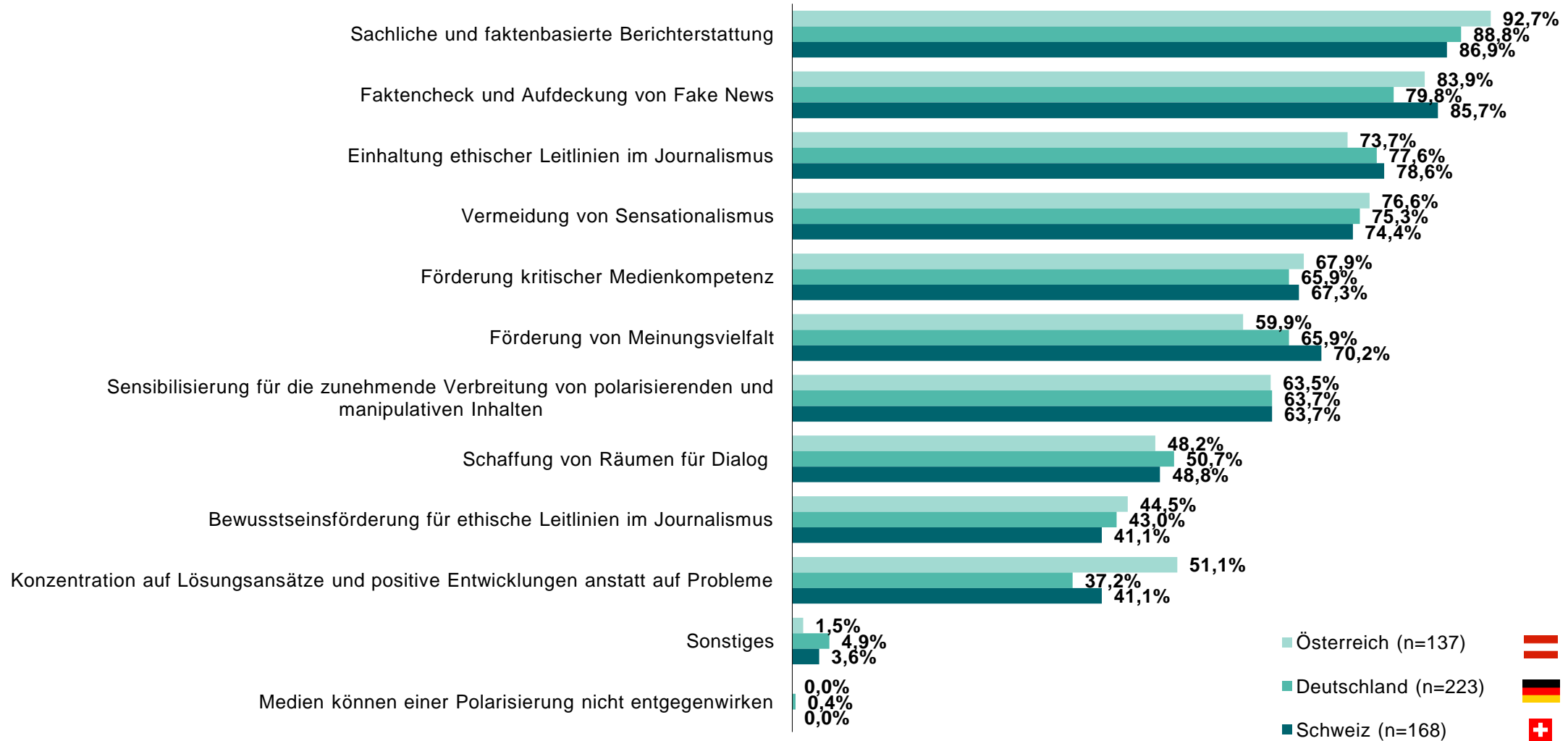


Möglichkeiten der Medien gegen Polarisierung der Gesellschaft



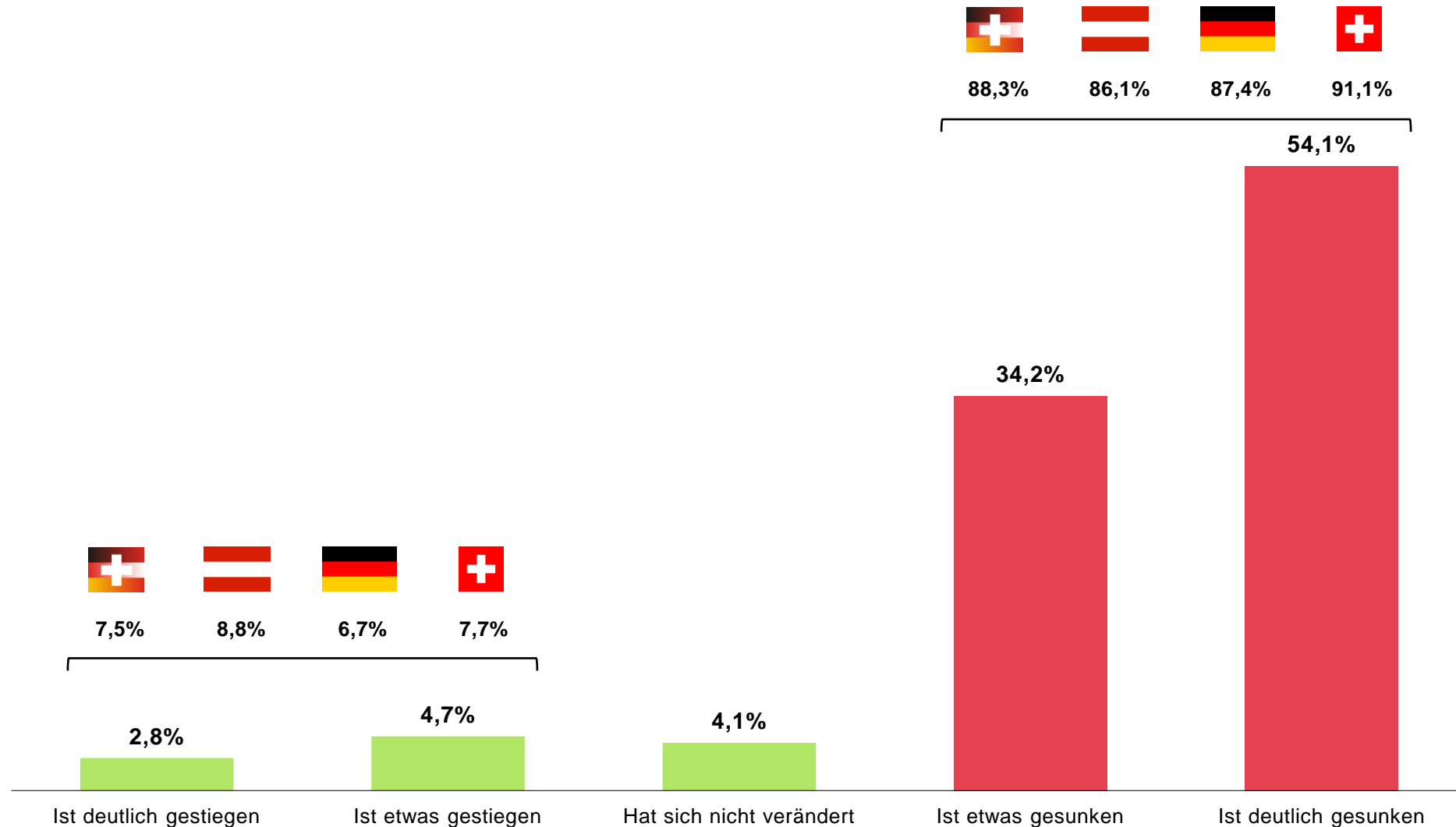
Möglichkeiten der Medien gegen Polarisierung der Gesellschaft

Länder-Vergleich



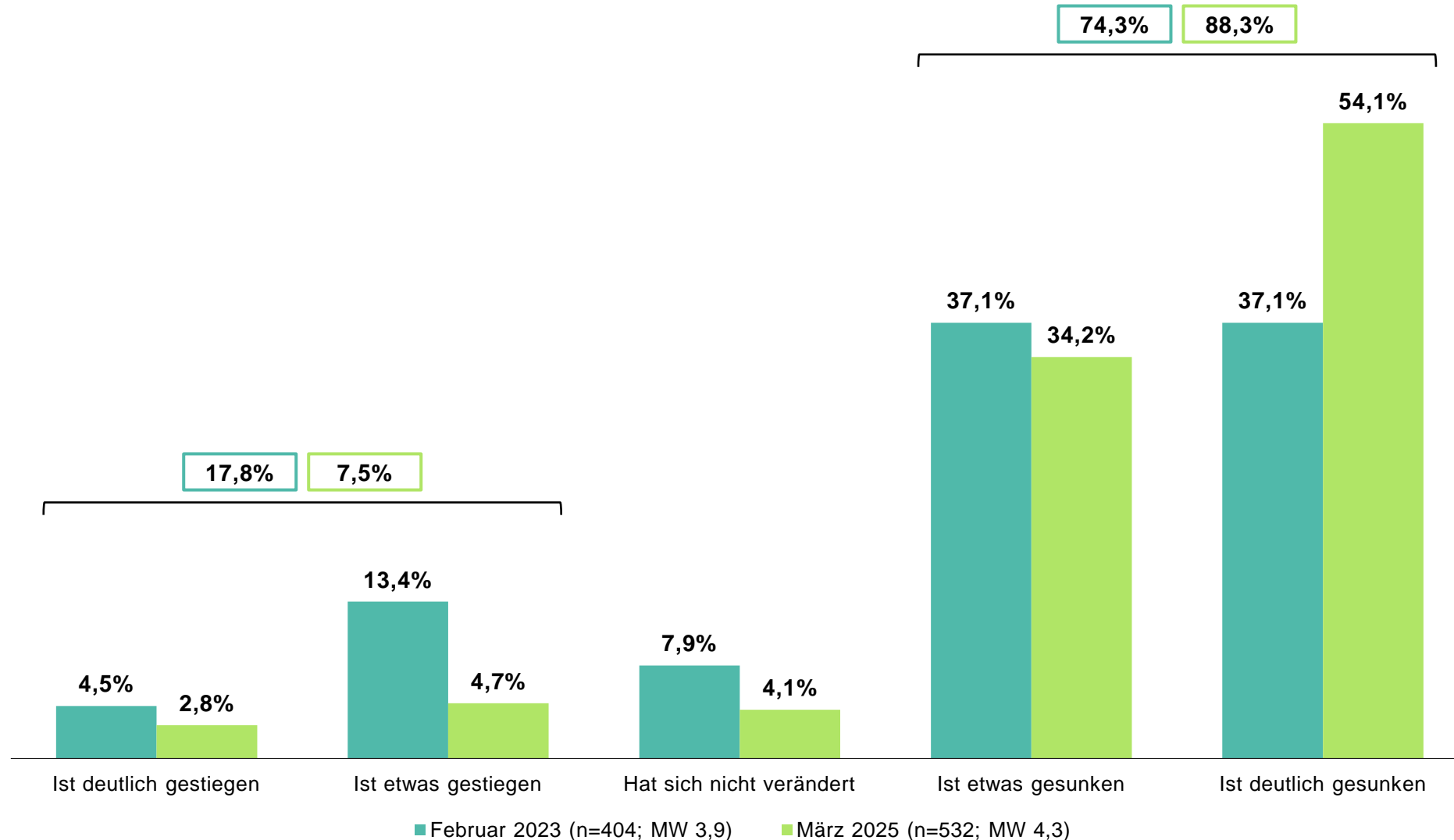
Bedeutungsverlust der Medien

Stellenwert von klassischen, etablierten Medienmarken



Stellenwert von klassischen, etablierten Medienmarken

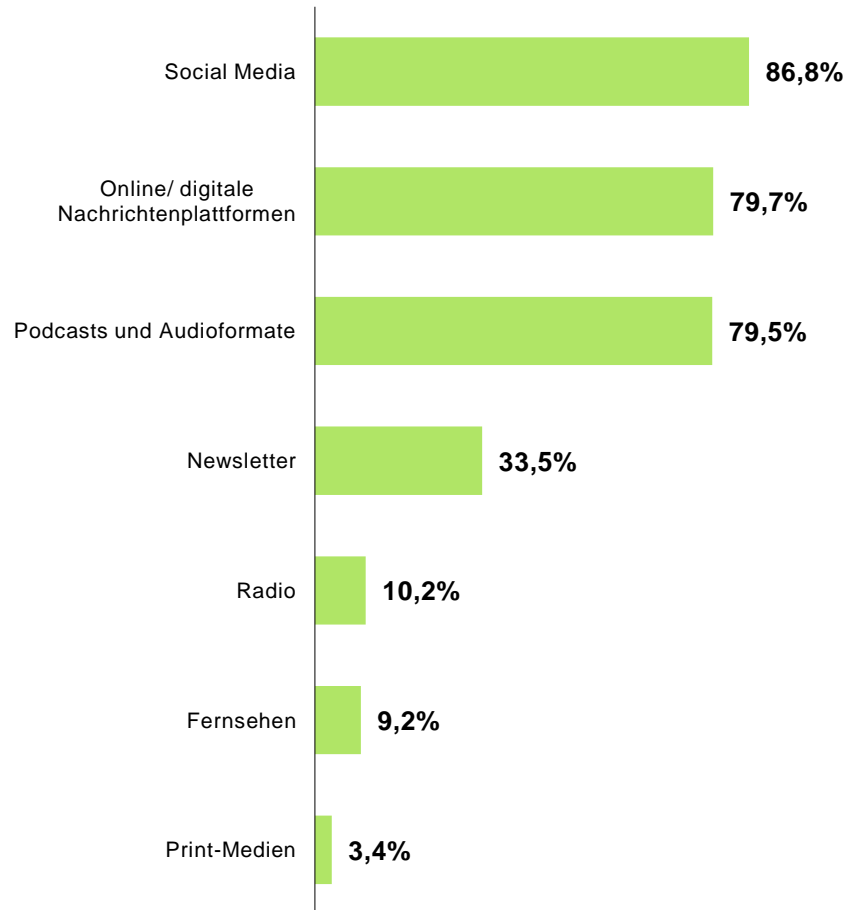
Wellenvergleich



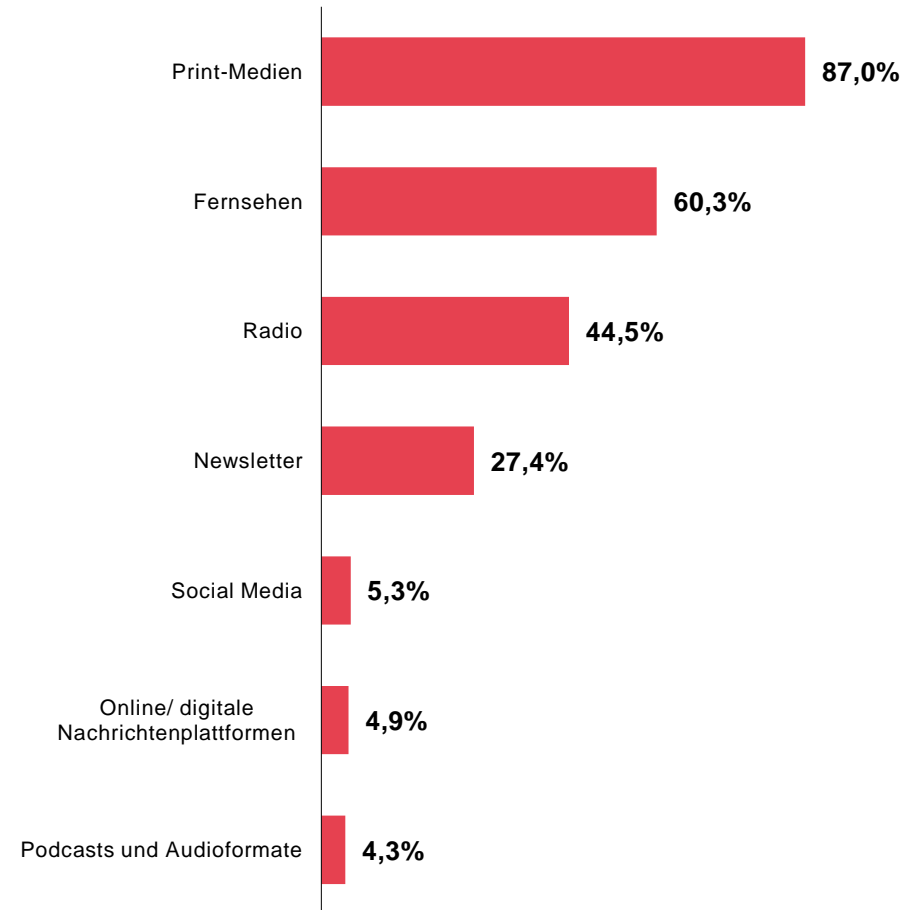
Medien, die aktuell an Bedeutung gewinnen bzw. verlieren



(Etwas) an Bedeutung gewinnen*

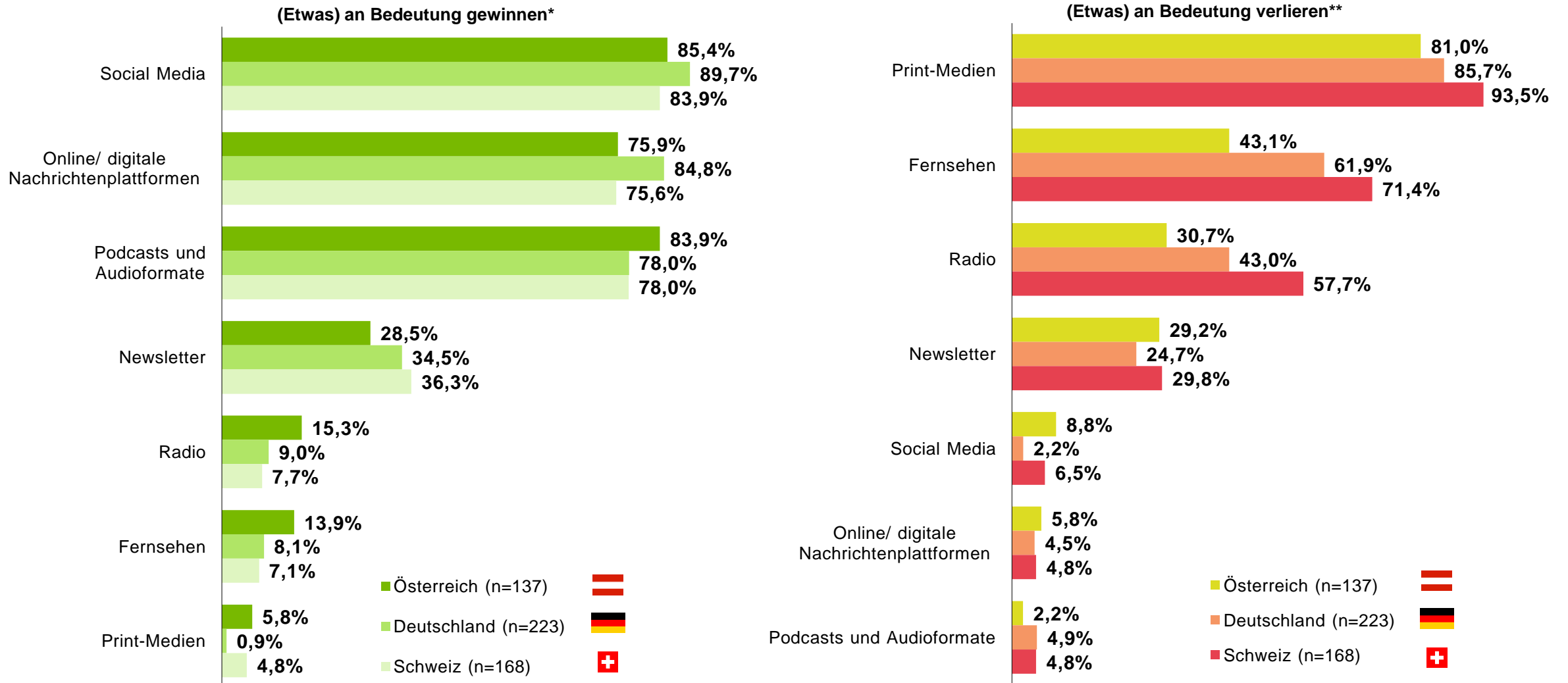


(Etwas) an Bedeutung verlieren**

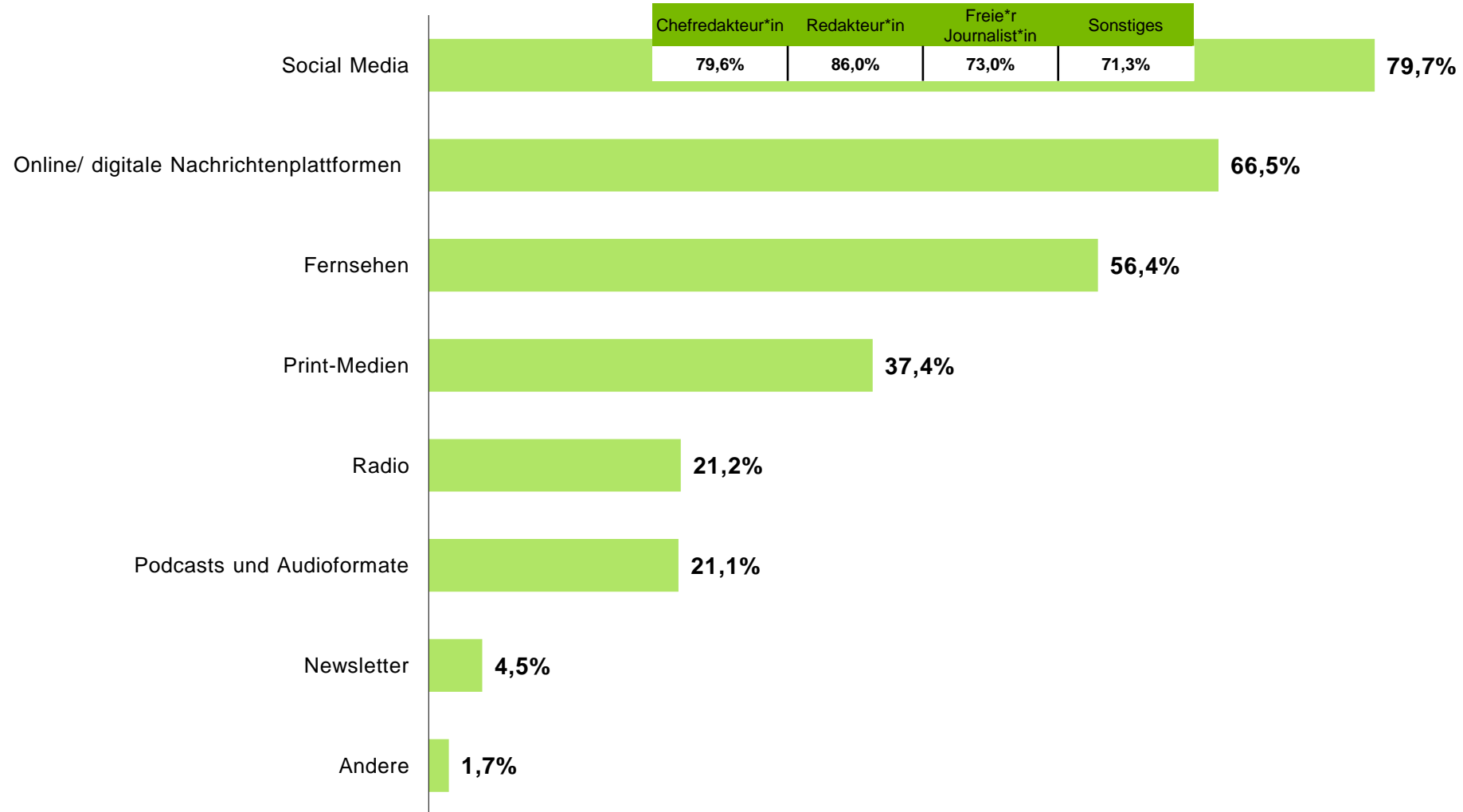


Medien, die aktuell an Bedeutung gewinnen bzw. verlieren

Länder-Vergleich

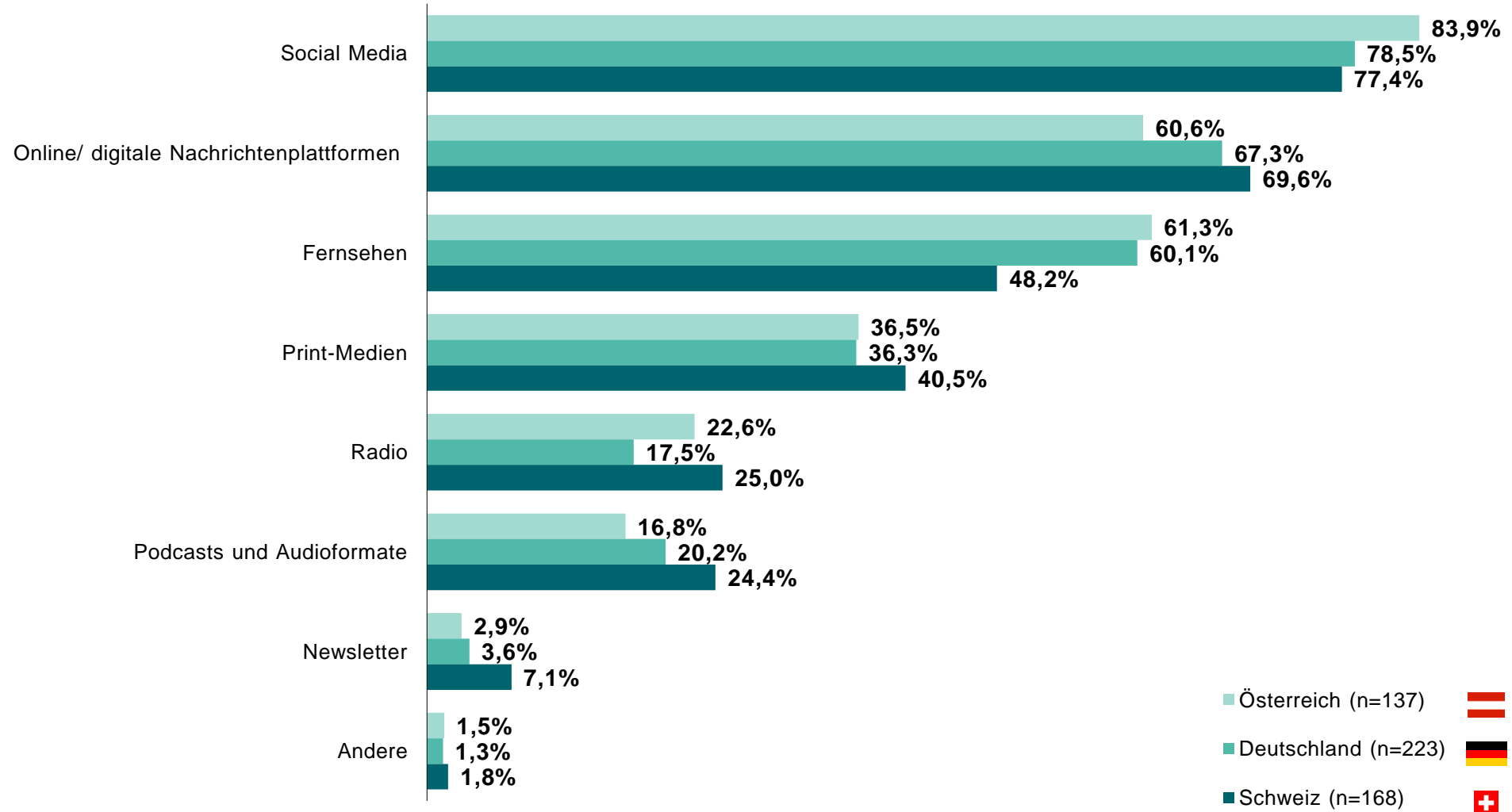


Medien mit prägendem Einfluss auf die öffentliche Meinung



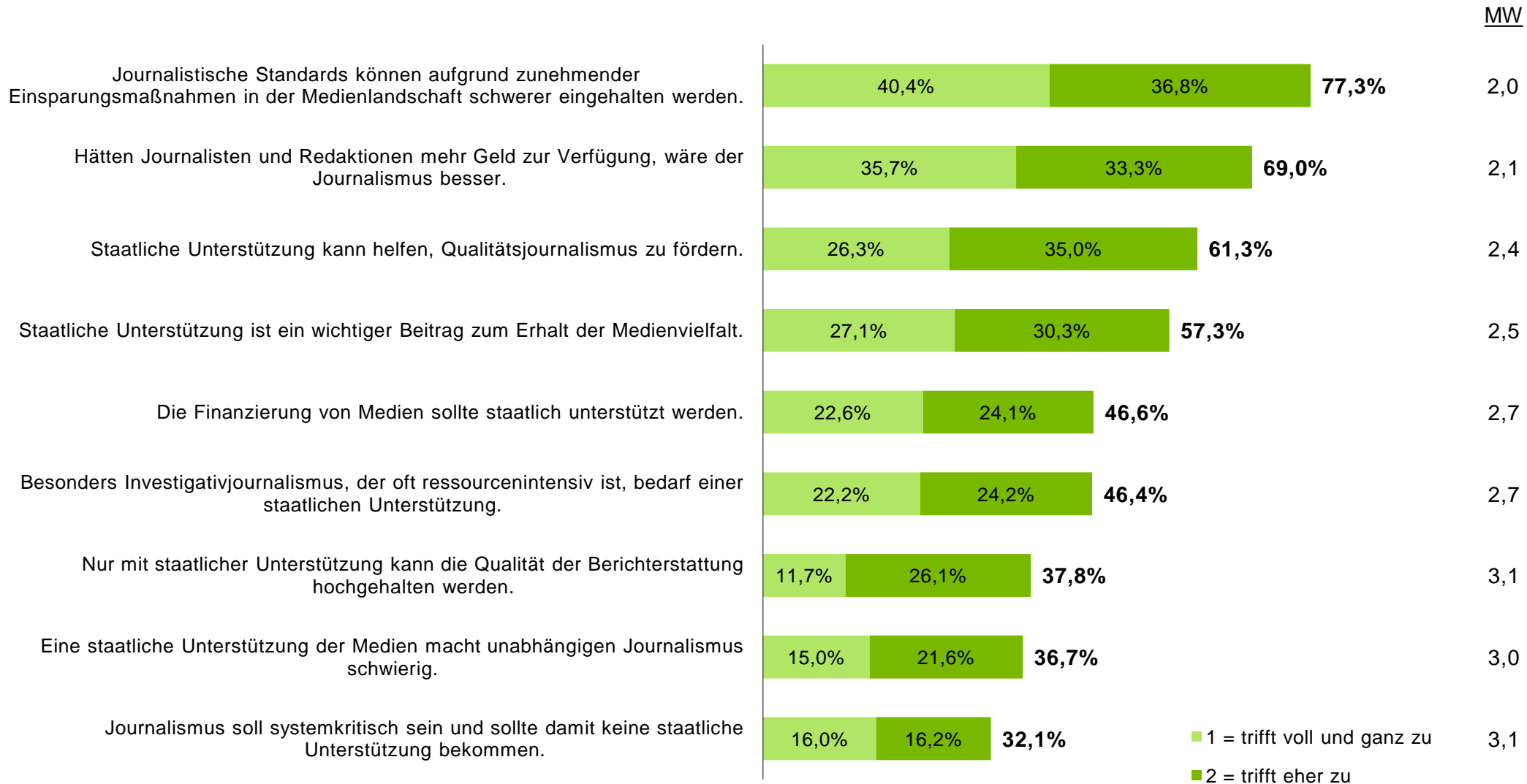
Medien mit prägendem Einfluss auf die öffentliche Meinung

Länder-Vergleich

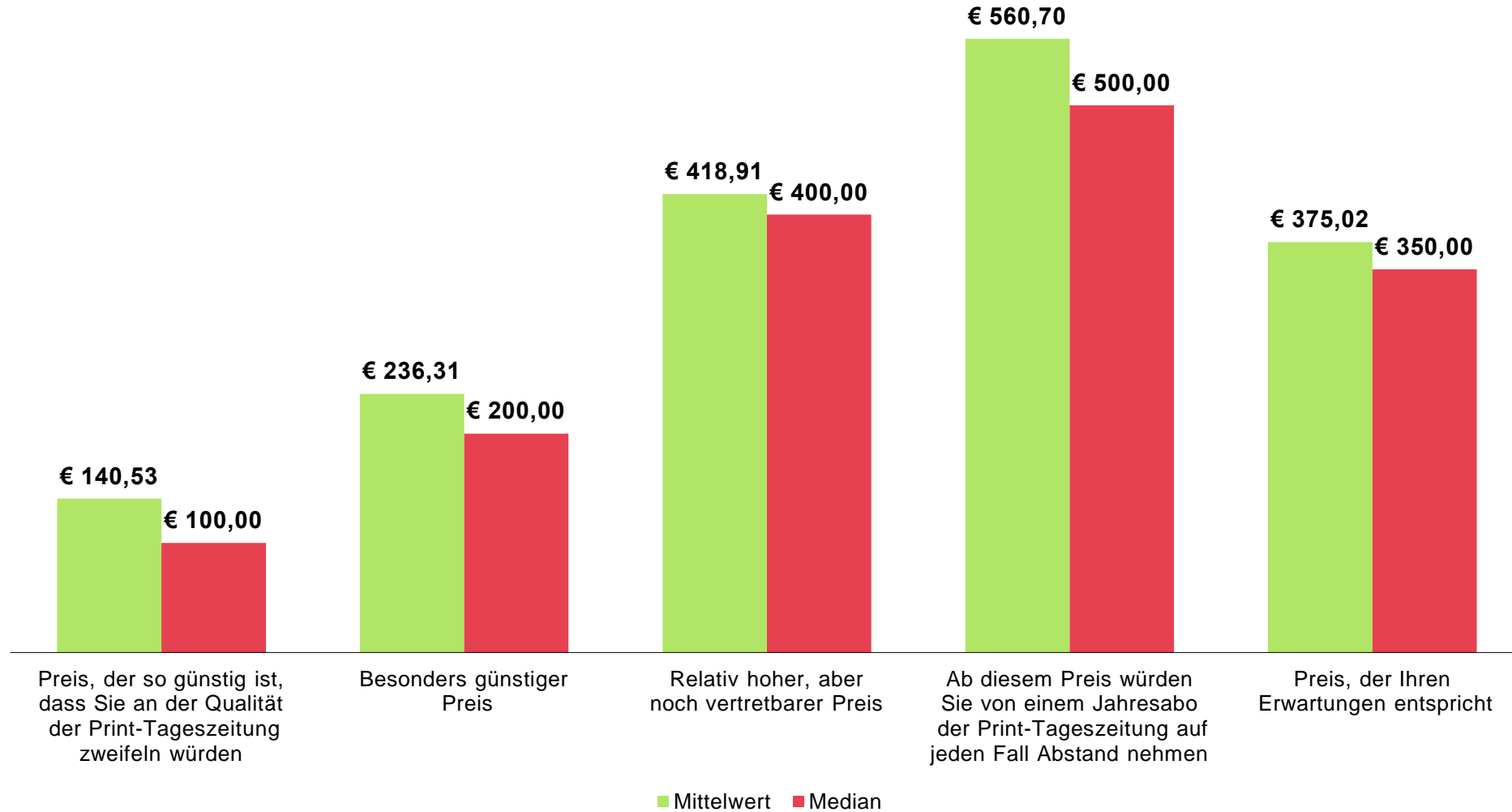


Qualitätsverlust der Medien

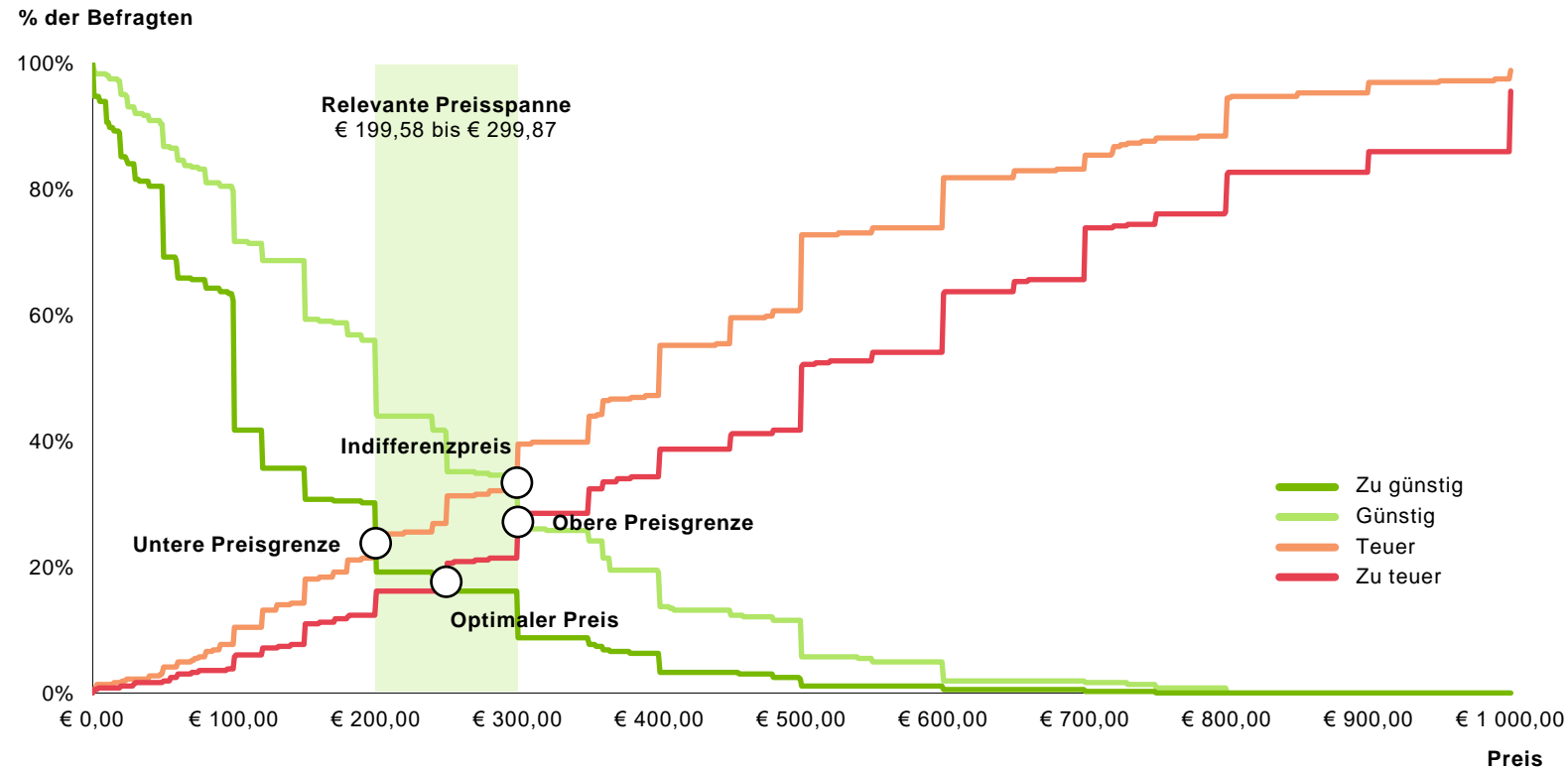
Einfluss der Finanzierungsstruktur auf den Journalismus



Preiswahrnehmung: einjähriges Print-Abonnement Tageszeitung (Euro)



Preiswahrnehmung: einjähriges Print-Abonnement Tageszeitung (Euro)



Untere Preisgrenze
€ 199,58

Untergrenze der maximalen Preisspanne; bei darunterliegenden Preisen sind Image- und Umsatzverluste zu erwarten.

Indifferenzpreis
€ 299,14

Ausgeglichenes Preis-Image; gleicher Anteil sieht das Produkt als teuer oder billig an; geringster Preiswiderstand am Markt.

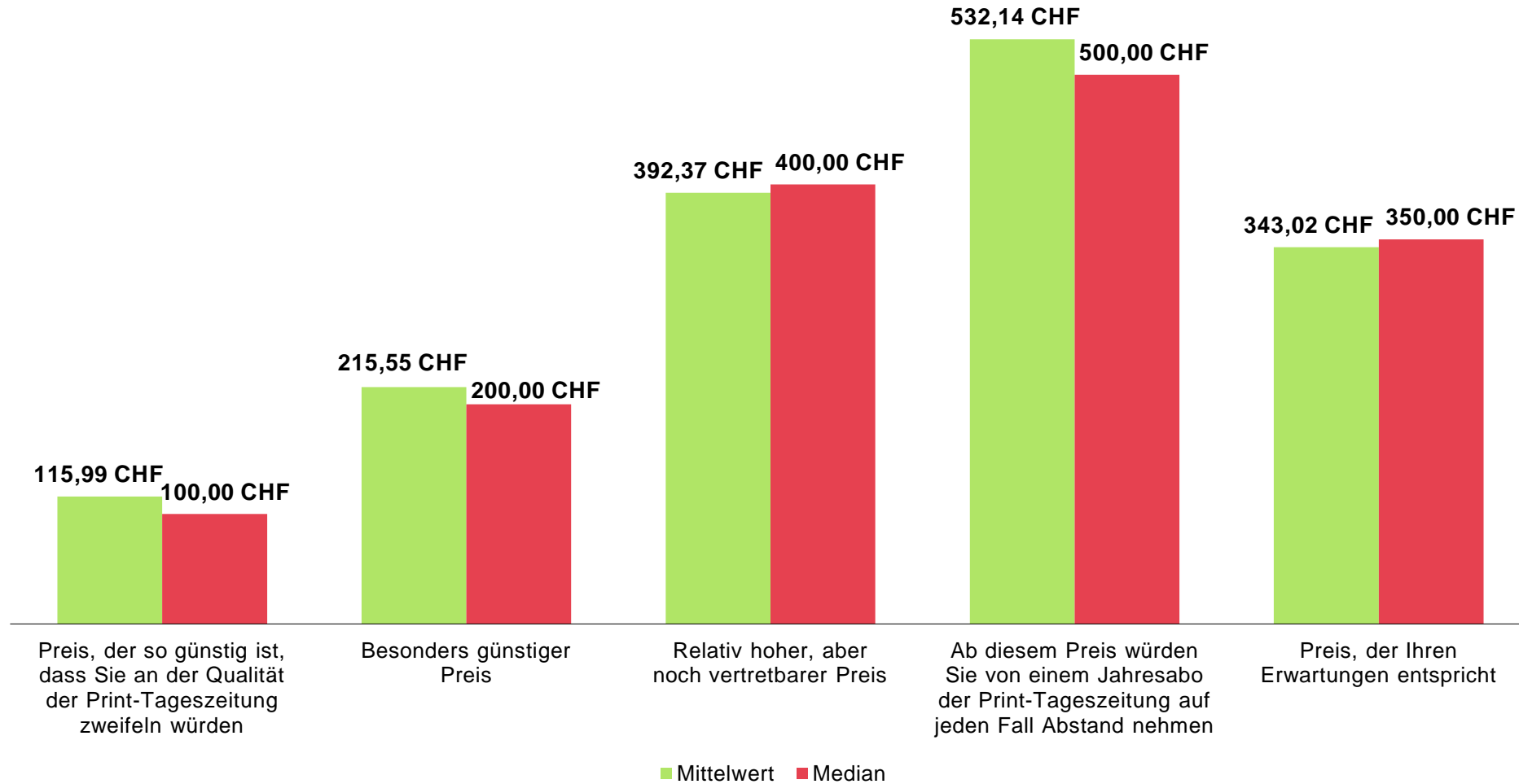
Optimaler Preis
€ 249,33

Dieser Preis ist optimal hinsichtlich einer Maximierung des Absatzvolumens bzw. des Marktanteils.

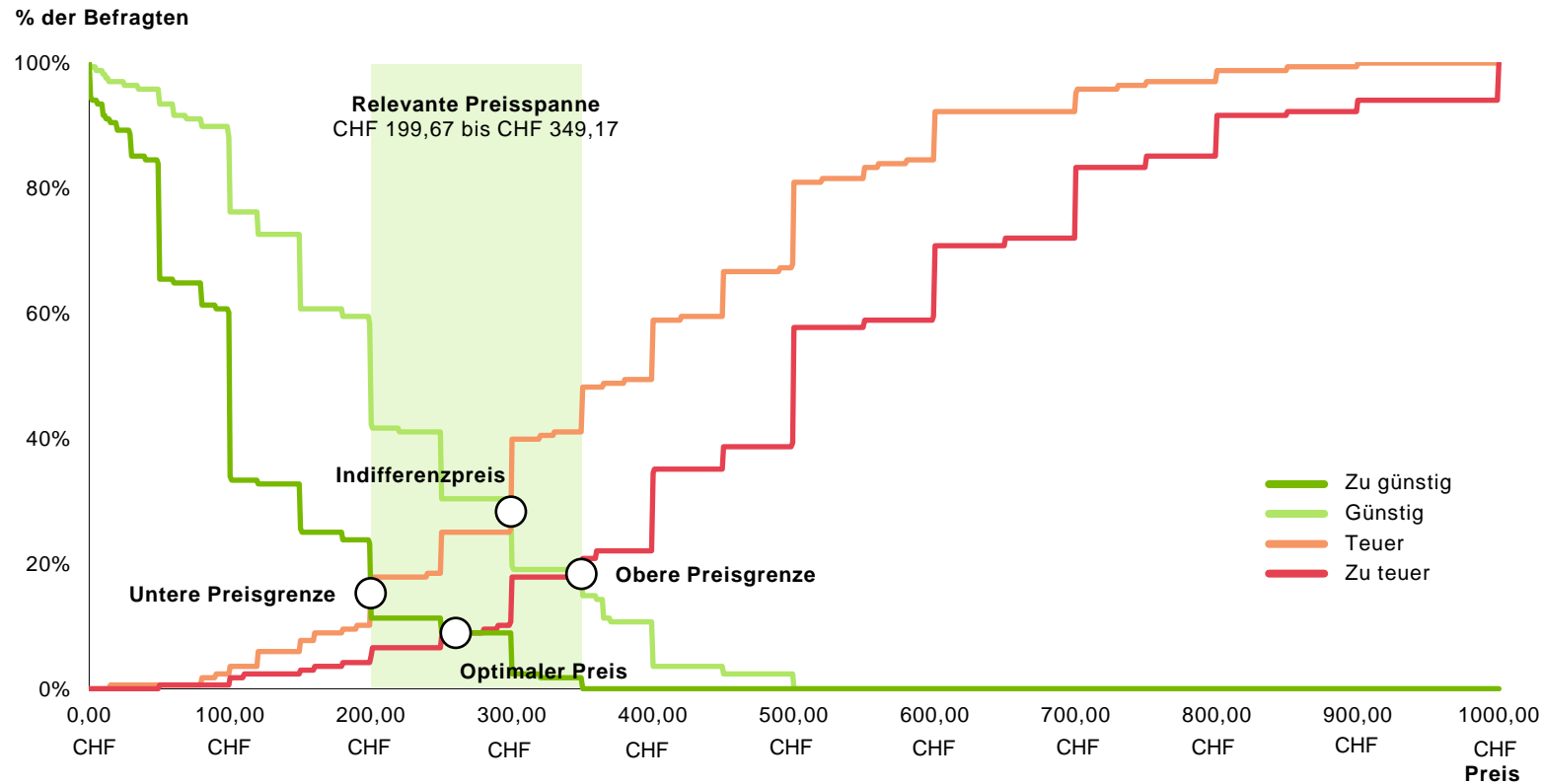
Obere Preisgrenze
€ 299,87

Obergrenze der maximalen Preisspanne; bei darüberliegenden Preisen sind Absatz- und Umsatzverluste zu erwarten.

Preiswahrnehmung: einjähriges Print-Abonnement Tageszeitung (CHF)



Preiswahrnehmung: einjähriges Print-Abonnement Tageszeitung (CHF)



Untere Preisgrenze
CHF 199,67

Untergrenze der maximalen Preisspanne; bei darunterliegenden Preisen sind Image- und Umsatzverluste zu erwarten.

Indifferenzpreis
CHF 299,19

Ausgeglichenes Preis-Image; gleicher Anteil sieht das Produkt als teuer oder billig an; geringster Preiswiderstand am Markt.

Optimaler Preis
CHF 260,00

Dieser Preis ist optimal hinsichtlich einer Maximierung des Absatzvolumens bzw. des Marktanteils.

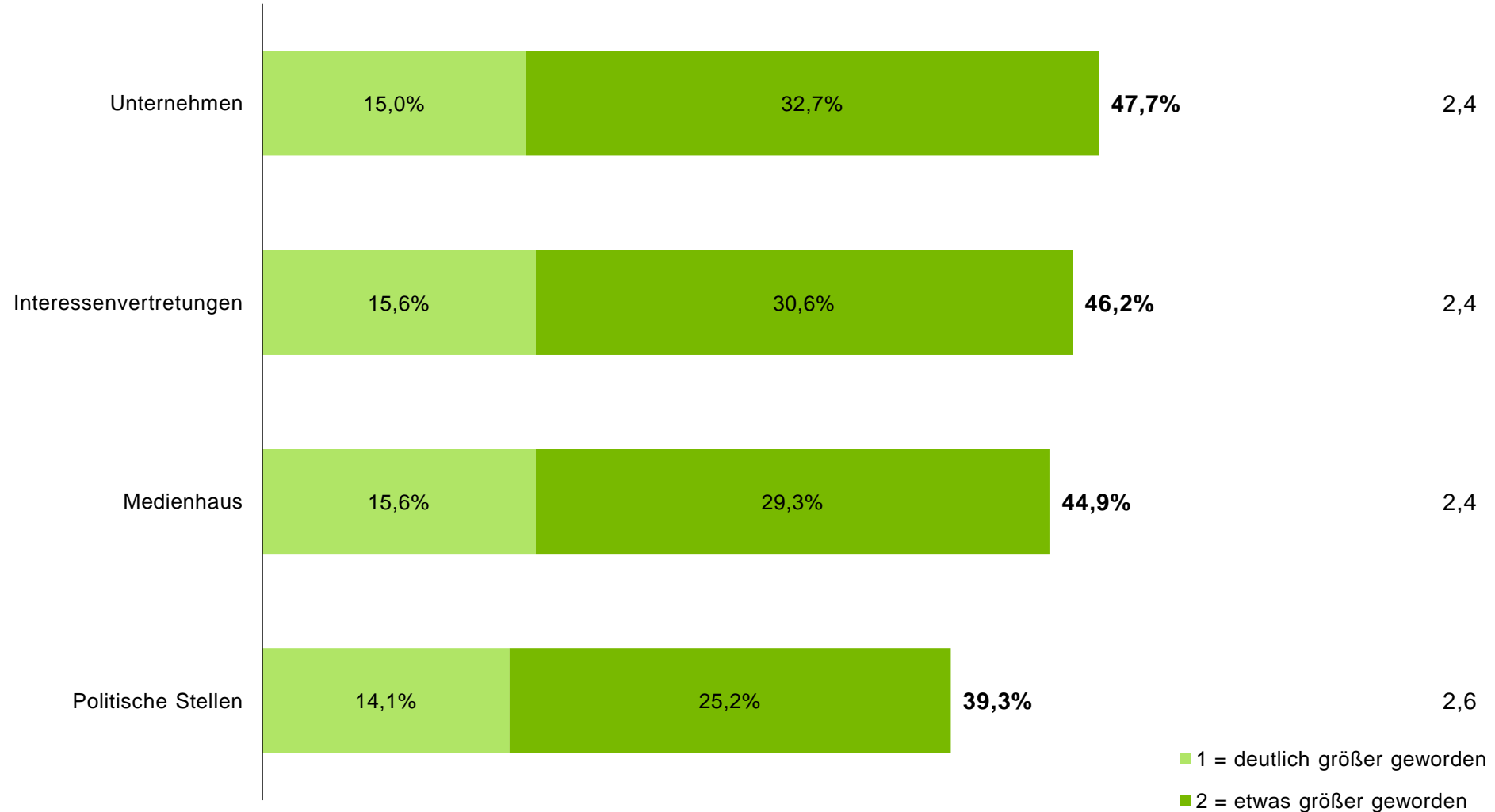
Obere Preisgrenze
CHF 349,17

Obergrenze der maximalen Preisspanne; bei darüberliegenden Preisen sind Absatz- und Umsatzverluste zu erwarten.

Akteure mit zunehmender Einflussnahme in letzten Jahren

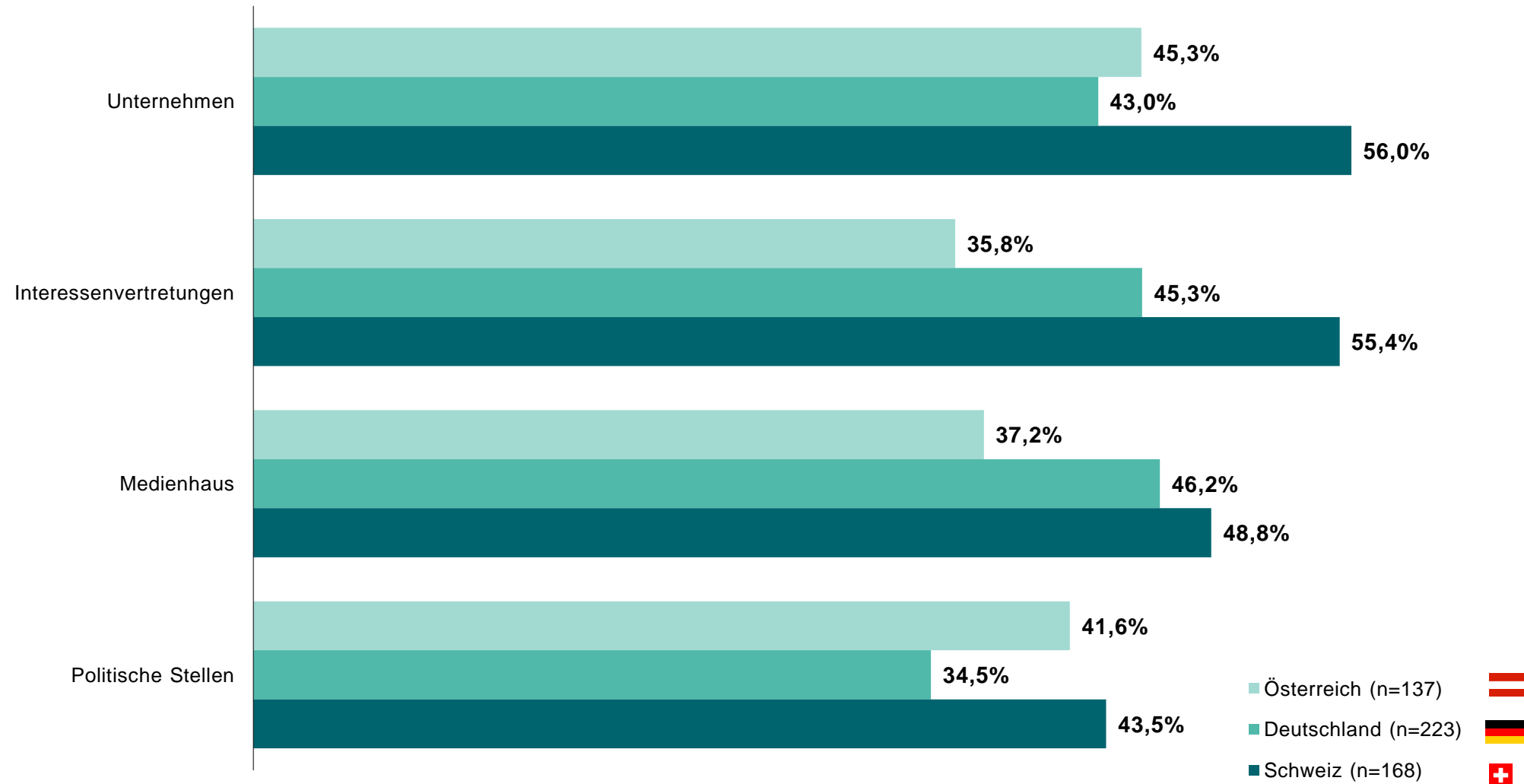


MW

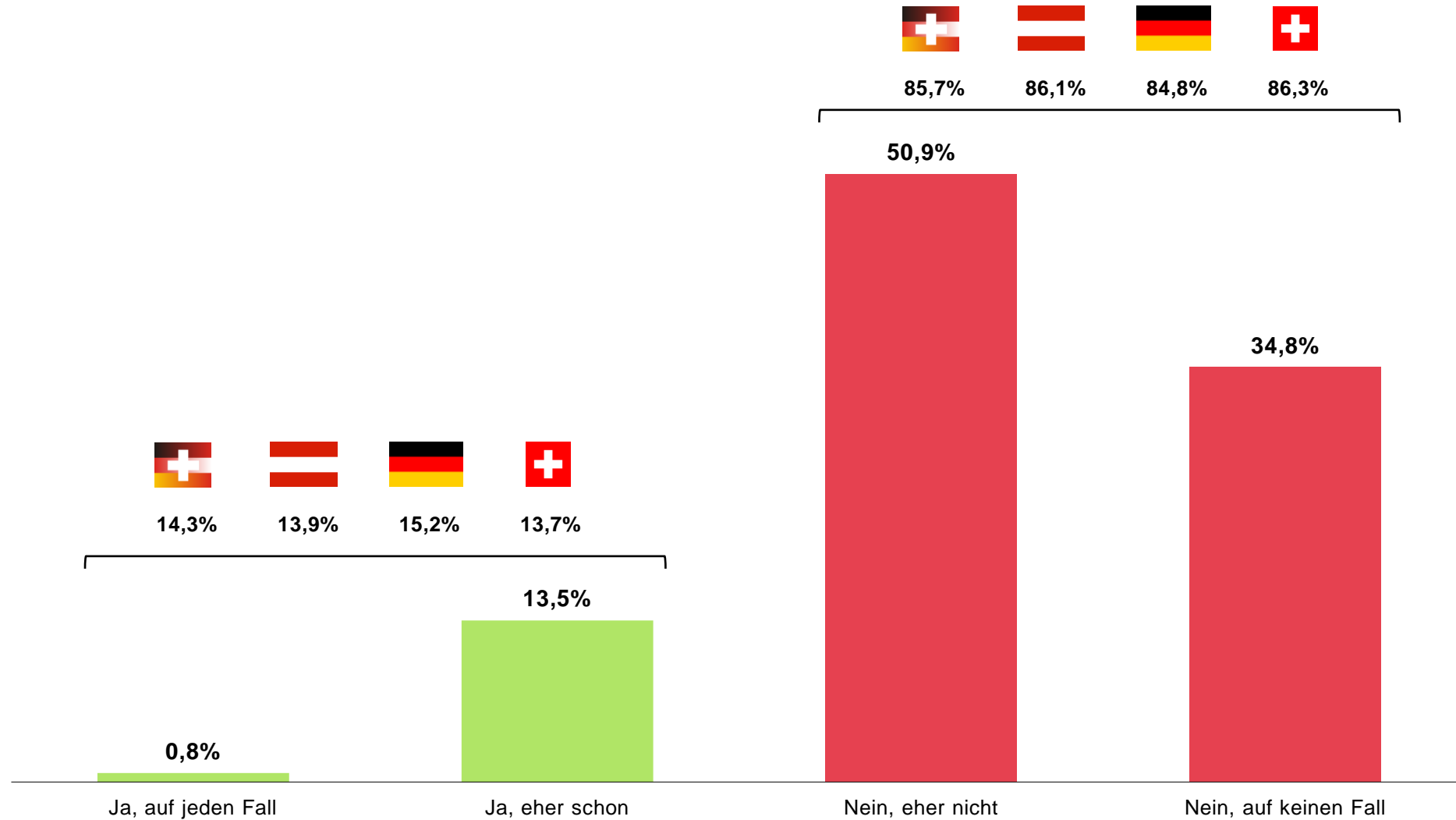


Akteure mit zunehmender Einflussnahme in letzten Jahren

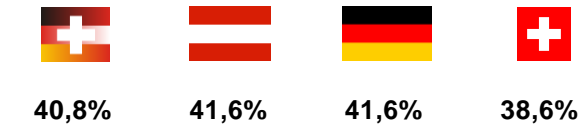
Länder-Vergleich



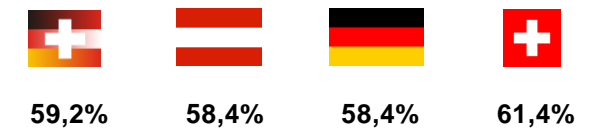
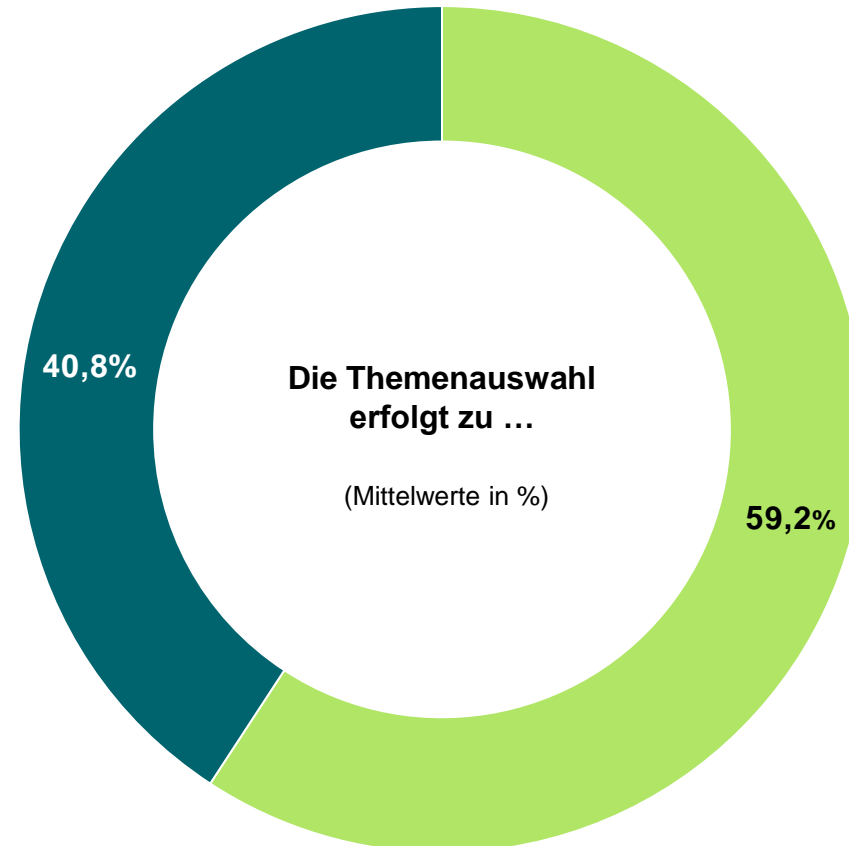
Klickzahlen als Maßstab für journalistische Qualität



Themenauswahl nach Relevanz oder Sensationswert – Anteile in %

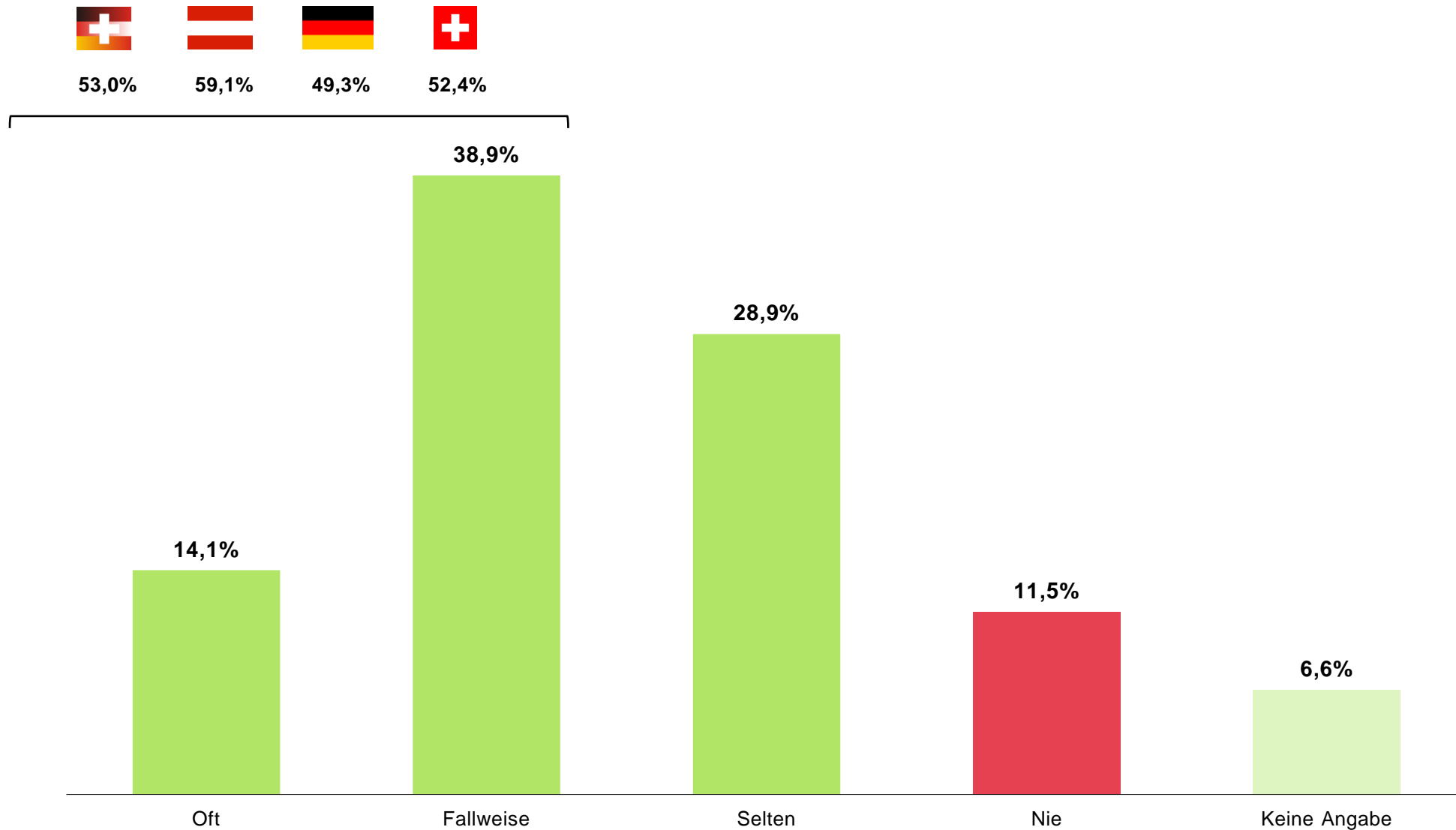


... nach Sensationswert
(medialer/ öffentlicher
Beachtung)



... nach Relevanz
(Bedeutung/ Wichtigkeit
für Öffentlichkeit)

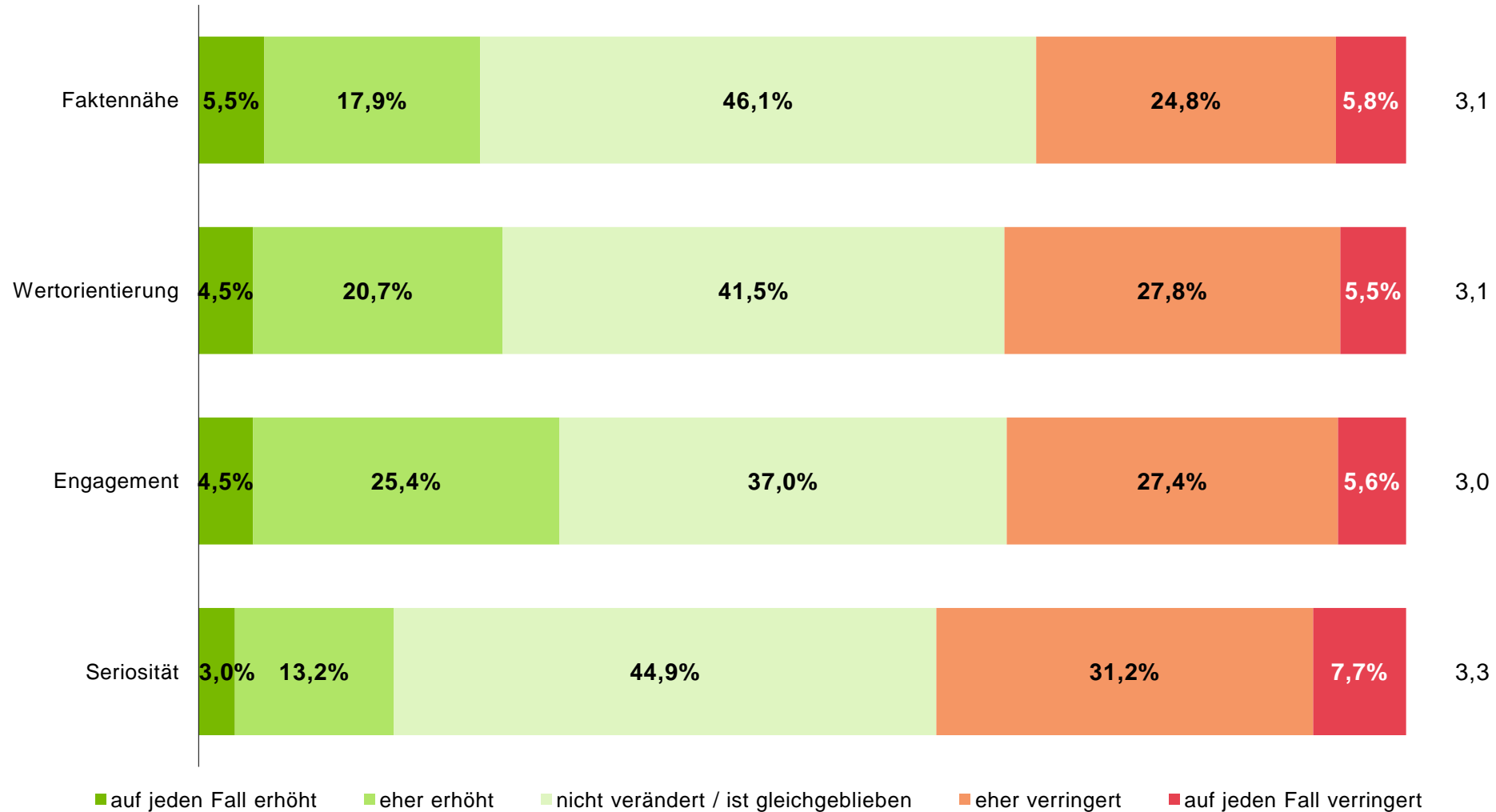
Eingehen von Kompromissen für publikumswirksame Story



Veränderung der Arbeitsweise in den letzten fünf Jahren

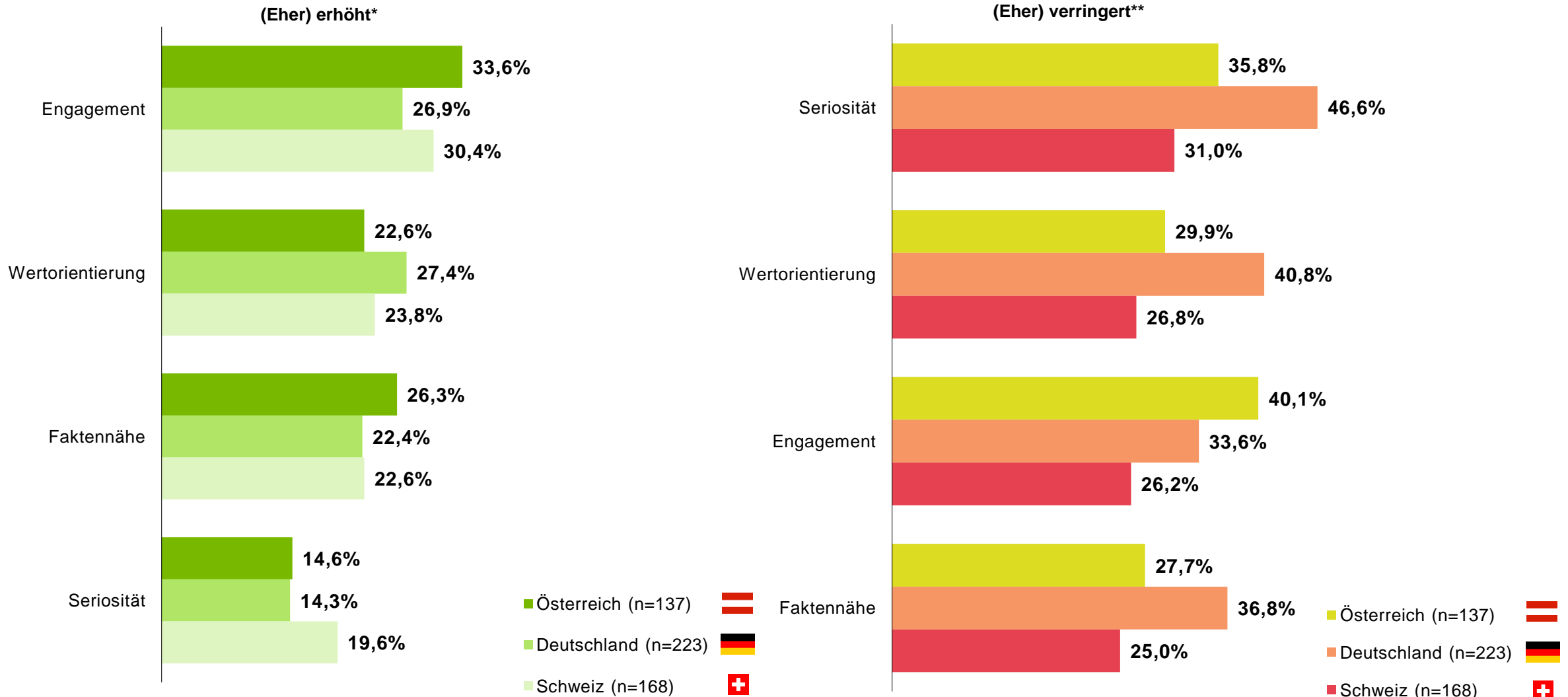


MW



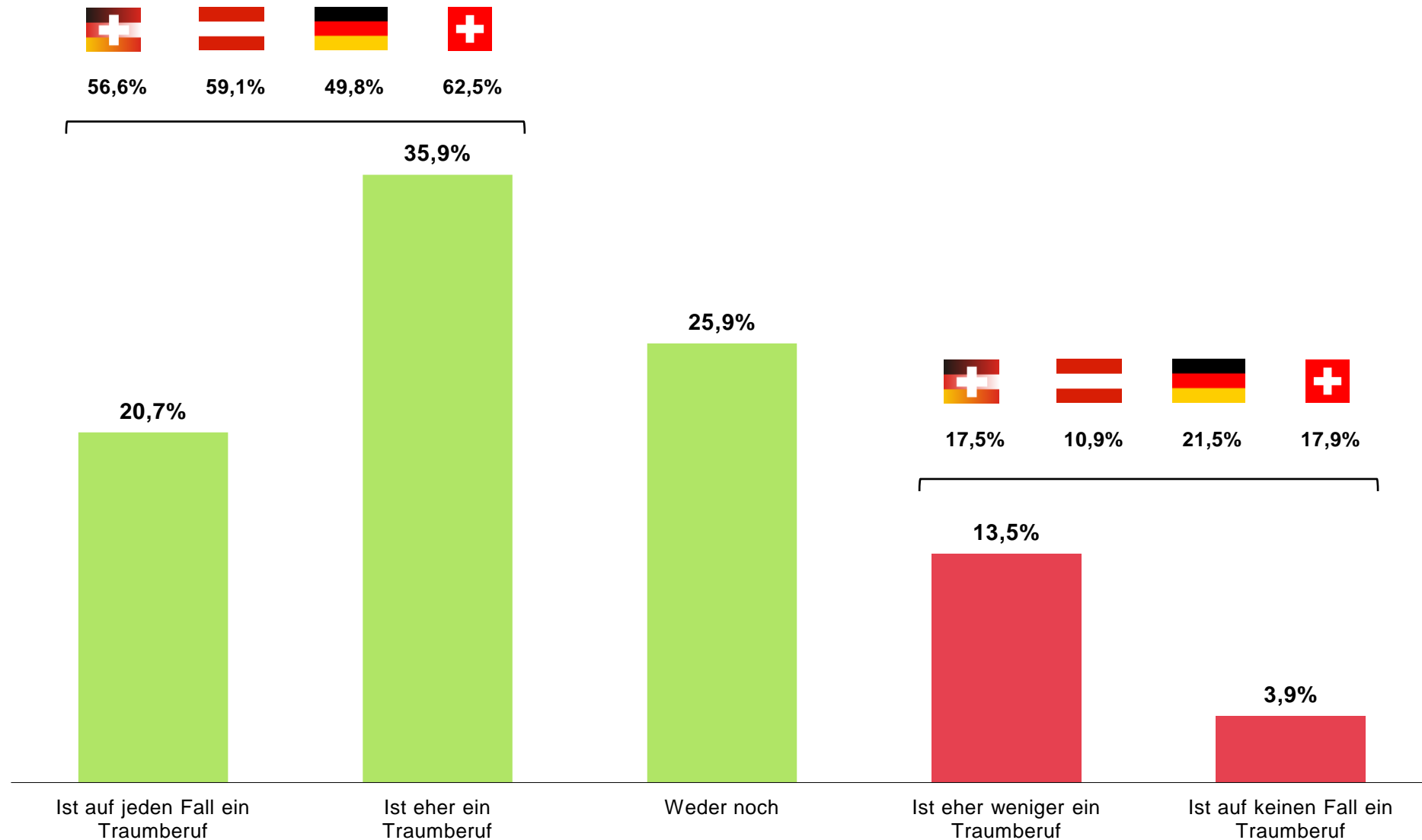
Veränderung der Arbeitsweise in den letzten fünf Jahren

Länder-Vergleich

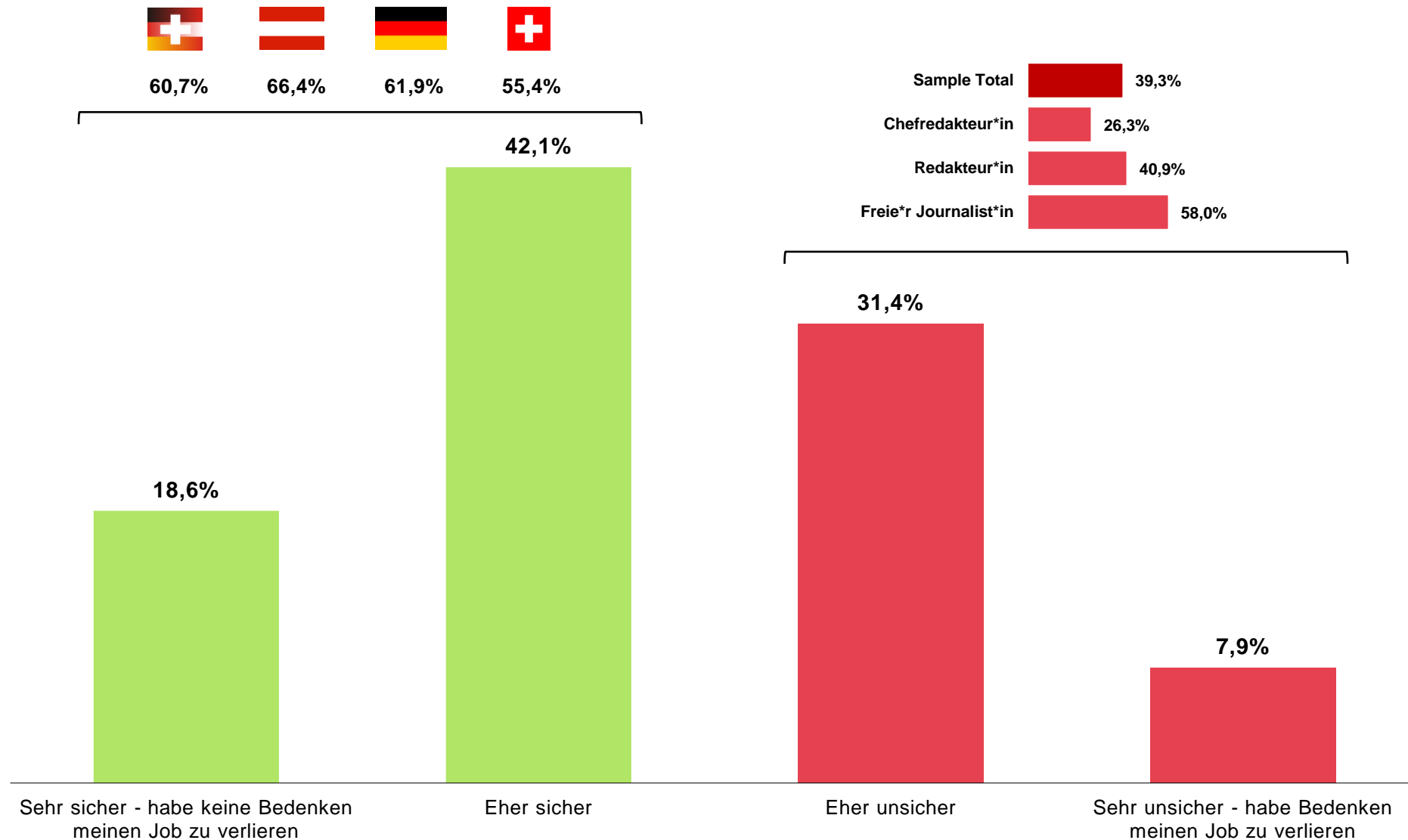


Berufsbild

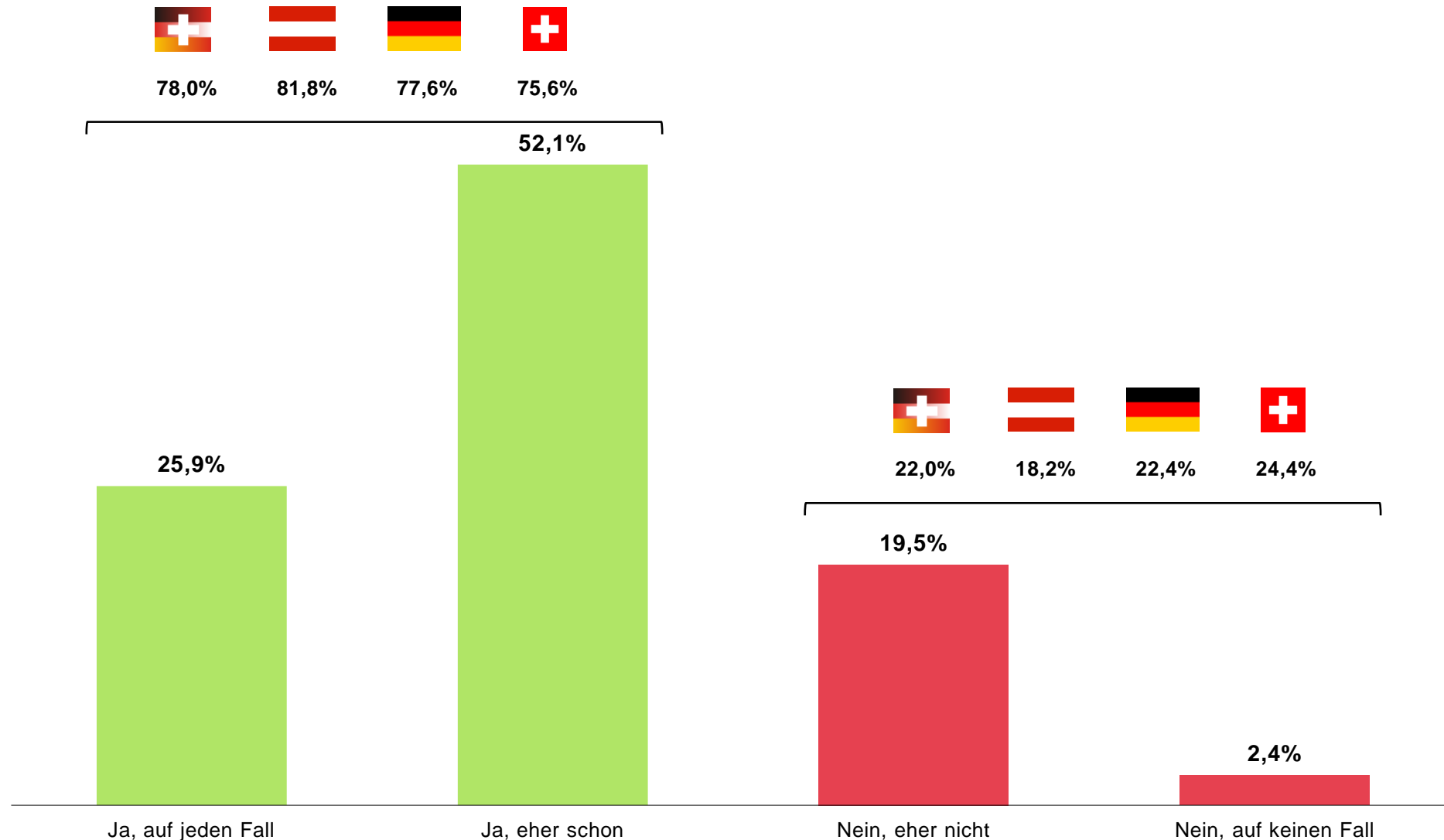
Attraktivität des Berufs Journalist*in



Einschätzung der Arbeitsplatzsicherheit



Berufsausübung in den nächsten drei bis fünf Jahren



**einfach
schnell
fragen.**

Toby Felder

Partner | Lead PR & Amplification

toby.felder@farner.ch

Farner Consulting AG
Löwenstrasse 2
8001 Zürich / Schweiz
www.farner.ch

Mag. Christina Strasser

Studienleiterin

c.strasser@marketagent.com

02252 909 009 24

Marketagent.com online reSEARCH GmbH
Mühlgasse 59
2500 Baden / Österreich
www.marketagent.com

FARNER | **TEAM
FARNER**



LEITBETRIEBE AUSTRIA



marketagent.