

# „Wie Journalisten ticken“

**Marius Perger**

Herausgeber „Börsen-Kurier“

C.I.R.A. Jahrestagung 2016

# Wie Journalisten ticken

Es gibt nicht *DIE* Journalisten  
keine homogene Masse

auch nicht: *DIE* Finanzjournalisten

aber allen gemeinsam:

# Nutzen des Medienkonsumenten vor Augen

# Große Unterschiede

Boulevard – Fachmedien  
Print – elektronische Medien  
Geschwindigkeit (Internet ...  
    Quartalsschrift)

Qualität – Zielgruppe - Aktualität

# Wesentliche Abgrenzung zu

„Leser-Reportern“

Youtube-Selbstdarstellern

Bloggern

Sozialen Medien

# Wie Journalisten ticken

wie wollen wir behandelt werden?

Betriebsanleitung  
Gebrauchsinformation

# Rahmenbedingungen

Stress

Termindruck

Konkurrenzdruck

Deshalb müssen Informationen:

aktuell – interessant – exklusiv  
sein

# Fachmedien ticken anders

kein Aufdeckungsjournalismus

Sensationen und Skandale  
nicht im Fokus

Seriosität als wichtigstes Asset



# Fachmedien ticken anders

Vertiefte Information

Hintergrundwissen

Zusammenhänge

Weiterbildung

Umso wichtiger  
je größer Erscheinungsintervall

Nachricht allein =  
für Fachmedium obsolet  
gibt es am selben Tag in ORF und www

Zusatzinformationen nötig  
= Zusatznutzen für Leser

# Beispiel Pressekonferenz:

Wer während der PK Fragen stellt ist  
eigentlich dumm

Exklusivität nötig (O-Töne)  
Abgrenzung = Nutzen für eigene Leser

# Problem Compliance

Was kann/darf ich  
überhaupt noch exklusiv bekommen?

Zunehmend wichtiger:  
Auswahl/Aufbereitung/Interpretation  
der Inhalte  
„soft facts“

# Allergische Reaktionen

- „Nachhaken“ durch PR-Agenturen
- „Autorisierung“/„Freigabe“
- keine/verzögerte Antwort auf Fragen
- Interviews ohne News-Wert

# Risiken und Nebenwirkungen

In Einzelfällen z.B.:  
Nichteinhaltung von Sperrfristen  
Mangelndes Fachwissen

sollte nicht zu Misstrauen gegenüber  
ALLEN Journalisten führen

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

[www.boersen-kurier.at](http://www.boersen-kurier.at)