

# Journalismus 3.0

## Multimedialität im Online-Journalismus

Theresa Fleißner

kommunikation.medien

Onlinejournal des Fachbereichs

Kommunikationswissenschaft

Universität Salzburg

ISSN 2227-7277

Sonderausgabe/ Juni 2015

SONDER kommunikation.medien  
**Fenster**

<http://www.kommunikation-medien.at>



### Abstract

*Es heißt, dass der Journalismus von heute online stattfindet. Newsrooms sind konvergent, sie sind integriert, Journalistinnen und Journalisten aus allen Medienformaten arbeiten zusammen und kreieren gemeinsam Beiträge für die Online-Portale, die nur das Beste aller Medien miteinander vereinen (vgl. Deuze 2012; Matzen 2014). So die Idealvorstellung. Die Realität liefert das böse Erwachen: Auch online sind Beiträge fast ausschließlich auf Text konzentriert. Ein Multimedia-Journalismus in Zeiten, in denen alles online ist, muss aber besser sein, um als qualitativ hochwertig bezeichnet zu werden. Den Möglichkeiten sind scheinbar kaum Grenzen gesetzt, dennoch werden sie nicht ausreichend genutzt. Einige innovative Vorreiterinnen bzw. Vorreiter gibt es aber. Ziel der folgenden Untersuchung ist es, mittels Inhaltsanalyse herauszufinden, zu welchem Grad Multimedia-Journalistinnen und -Journalisten von vier Nachrichtenportalen, die sich im Print-Bereich als Qualitätsmedien hervorgetan haben, online agieren. Die multimediale Berichterstattung in den Portalen nytimes.com, theguardian.com, diepresse.com und derstandard.at wird in der folgenden Untersuchung analysiert und mit dem Anspruch auf Qualität im Online-Journalismus in Verbindung gebracht.*

### Keywords

Multimedia, Qualität, Journalismus, Online, Printmedien, Convergence, Medienwandel

## **Zitiervorschlag**

Fleißner, Theresa (2015): Journalismus 3.0. Multimedialität im Online-Journalismus. In: kommunikation.medien, Sonderausgabe: Change – Wandel der Leitmedien [journal.kommunikation-medien.at].

### **1 Einleitung – Ein neuer Journalismus im neuen Web**

Der 10. Frankfurter Tag des Online-Journalismus (FTOJ) am 17. Juni 2014 stand unter dem Titel „Das Ende vom Anfang – Online-Journalismus nach den ersten 20 Jahren“. Einmal mehr beschäftigten sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie Journalistinnen und Journalisten mit den Veränderungen, mit denen die Berufsgruppe durch die technologischen Entwicklungen konfrontiert ist. Seit dem Online-Gang haben sich die Möglichkeiten für journalistische Berichterstattung wesentlich verändert, sind komplexer geworden.

Mittlerweile ist es mehr als 20 Jahre her, dass der Spiegel als weltweit erstes Nachrichtenmagazin online gegangen ist, das Time Magazine folgte nur wenig später. Dennoch ist das Thema ‚Online‘ immer noch umstritten: Ob Online-Medien ergänzend zum Print-Pendant zu sehen oder eigenständig sind, ob die Verbreitung kostenloser journalistischer Beiträge im Netz den Journalismus wirtschaftlich zerstört, wie hohe Qualität hinter Online-Beiträgen steht oder ob die ‚alte‘ Form des Journalismus im Netz überhaupt noch tragbar ist – diese Fragen führen zu brisanten Diskussionen in der Welt der Praktikerinnen und Praktiker und der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler; am 10. Frankfurter Tag des Online-Journalismus wurden diese Fragen einmal mehr diskutiert (vgl. FTOJ 2014).

Eine der Referentinnen hielt die Entwicklung von Nachrichtenbeiträgen unter dem Einfluss technischen Fortschritts treffend fest: Nea Matzen, Redakteurin und Planerin beim Online-Nachrichtenportal tagesschau.de. Sie betont vor allem die positiven Entwicklungen, die das Präsentieren von Informationen für Journalistinnen und Journalisten um ein Vielfaches erleichtert haben. Sonne, Regen oder Schnee müssen nicht mehr ausgeschnitten und geklebt werden, sie können digital produziert und dynamisch angezeigt werden (vgl. Matzen 2014). Mit nostalgischem Blick zurück auf die Anfänge des Online-Journalismus wird klar: Technisch ist die Professionalisierung im Online-Bereich so weit vorangeschritten, dass Journalistinnen und Journalisten theoretisch alle Möglichkeiten offen stehen, ihre Beiträge innovativ und multimedial gestalten zu können (vgl. Matzen 2014).

Rasch spricht Matzen den zentralen Aspekt der Online-Thematik an: Die technisch vorhandenen Möglichkeiten werden nicht genutzt. Reine Textproduktion überwiegt

noch immer auf Nachrichtenportalen und den Online-Auftritten von Printmedien. Dies kann mehrere Gründe haben, wie fehlende technische Infrastruktur, mangelndes Know-how oder gar Ablehnung. Matzen selbst identifiziert neben der fehlenden technischen Infrastruktur aus Mangel an finanziellen Ressourcen auch einen Mangel an Know-how im Umgang mit Programmen und CMS-Systemen (vgl. Matzen 2014). Sie kommt, wie auch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus dem Medien- und Kommunikationsbereich, zum gleichen Schluss: Während die Möglichkeiten vonseiten der Technik der Kreativität für Inhaltsaufbereitung kaum Grenzen setzen, so werden diese in der praktischen Realität nicht umgesetzt. Diese Beobachtung liegt der Fragestellung der folgenden Untersuchung zugrunde.

Auch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, wie etwa Natalie Fenton, treten den technischen Innovationen im Medienbereich positiv entgegen und heben die Kombinationsmöglichkeiten hervor: „Online news merges traditional ways of producing the news with the web’s new potentials in an on-going process“ (Fenton 2012: 558). Der Vorteil im Online-Journalismus liegt in der Multimedialität, sodass Beiträge nicht mehr nur auf einen Modus – Text, Bewegbild oder Ton – begrenzt sind, sondern diese kombiniert werden können. Die Online-Möglichkeiten gehen aber noch weiter, indem Animationen, interaktive Grafiken oder andere dynamische Bausteine vielseitig kombiniert werden können.

Auch Jane Singer (2012) sieht die Medienkonvergenz, die Verschmelzung einzelner Modi der Berichterstattung, als wesentlichen Motor für die Veränderung des Berufes von Journalistinnen und Journalisten. Online ist es möglich, multimediale Inhalte zu produzieren, eine Innovation, die die vormalig klare Trennung der Medien und ihrer Formate auflöst:

Being digital, as Negroponte (1995) put it in the early days of the Web, means all forms of content are just bits and bytes available to be seamlessly combined. For journalists, this creates an ability to accommodate ‘multimedia’ content – digital text, photos, video, audio, animation and more, blended in ways impossible in any single medium. (Singer 2012: 277)

Die neuen Kombinationsmöglichkeiten treiben die Medienkonvergenz und damit die Konvergenz der einzelnen journalistischen Teilbereiche voran. Multimedia-Journalismus vereint die vormalig getrennten Abteilungen in einen konvergenten Medienkomplex und wird angesehen als ein „element of added value to an online journalistic presentation“ (Deuze 2004: 141). Multimediale Beiträge sollten einen Mehrwert bringen, die Qualität eines Berichtes steigern – oder zumindest die Qualität, die dem Print-Pendant zugesagt wird, aufrechterhalten. Folglich sollten Inhalte in Online-

Medien so aufbereitet werden, dass Thema und die Art der (multimedialen) Aufbereitung ideal aufeinander abgestimmt sind. So muss zum Beispiel Text nicht immer das ideale Mittel zur Berichterstattung über eine Innovation in der Gentechnik sein. Eine Grafik oder eine Animation kann den neu erkannten Prozess vielleicht anregender festhalten als reiner Text. Diese Art der Berichterstattung zeugt nicht nur von Innovation im Medienportal, sondern vor allem auch von Professionalität und damit von Qualität. Die Forschungsfrage (RQ) der folgenden Untersuchung will genau diesen Aspekt des Online-Journalismus, genauer gesagt des Multimedia-Journalismus, untersuchen und die Konvergenz im Berufe anhand der Medienkonvergenz untersuchen.

**RQ:** Wie werden die multimedialen Möglichkeiten im online Qualitätsjournalismus genutzt und in die Berichterstattung implementiert und welche Auswirkungen hat dies auf die berufliche Praxis im Journalismus?

Ausgehend von den zahlreichen Möglichkeiten, die die Technologie im „multimedia newsroom“ (Deuze 2012: 267) für die Produktion von Inhalten bietet, soll die tatsächliche Umsetzung in der Berichterstattung anhand einer kombinierten Case Study mehrerer Online-Auftritte von Qualitätsmedien im Printbereich untersucht werden.

Dazu wird anhand von Inhaltsanalysen der Grad an Multimedialität mit der Qualität der Beiträge verbunden. Die Untersuchung geht noch einen Schritt weiter, sodass die Folgen der technischen Entwicklungen für die Profession miteinbezogen und diskutiert werden. Im Gegensatz zum traditionellen Print-Journalismus reicht es im Multimedia-Journalismus nicht aus, einen qualitativ hochwertigen Text zu schreiben; eine hohe technische Kompetenz wird von Multimedia-Journalistinnen und Journalisten verlangt. Die berufliche Praxis hat sich dadurch stark verändert und die Grenzen zwischen einzelnen Aufgabengebieten verschwimmen immer mehr. Deuze fasst es zusammen, indem er argumentiert: Media „convergence is not just a technological Process. Media convergence must also be seen to have a cultural logic of its own, blurring the lines between different channels, forms, and formats, between different parts of the media enterprise“ (Deuze 2012: 267). Die Konvergenz von Medien und ihren Formaten, sowie die Auswirkungen auf die Kompetenzen der Journalistinnen und Journalisten im konvergenten – oder integrierten – Newsroom stehen im Zentrum der Forschung.

In den folgenden Kapiteln werden die theoretischen Grundbegriffe der Medienkonvergenz, des Multimedia-Journalismus und der Qualitätsdebatte im Journalismus, sowie speziell im Online-Journalismus definiert. Gleichzeitig werden die zentralen Aspekte von Multimedialität diskutiert, die später als Kategorien für die Inhaltsanalyse dienen. Multimedialität wird gemeinsam mit weiteren Faktoren, wie Interaktivität und Hypertextualität, als Qualitätsmerkmal in Online-Beiträgen definiert. Im Methodenteil wird

das Vorgehen der Untersuchung genauer definiert: die Stichprobe, die Auswahl der Artikel und der Medien sowie der Untersuchungszeitraum und die Erhebungsintervalle. Nach der Präsentation der Ergebnisse in Kapitel 4 werden diese im Fazit interpretiert und mit beruflichen Folgen für den neuen Multimedia-Journalismus in Verbindung gebracht. In der Diskussion wird die Forschungsfrage reflektiert, auf Defizite in der Untersuchung hingewiesen und es werden Anregungen für mögliche weitere, vertiefende Untersuchungen geliefert.

## **2 Theoretische Grundlage – Online-Journalismus und konvergente Medien**

Die Fragestellung der Untersuchung konzentriert sich auf die neuen Möglichkeiten, journalistische Inhalte im und für das Web zu produzieren, welche Auswirkungen diese Veränderung auf die journalistische Praxis hat und wie die Realität in der Praxis dazu aussieht. Der Wandel in der Medienwelt ist daher ein zentraler Faktor, der näher beleuchtet werden muss. Die Konvergenz von Medien und Formaten führt zur Konvergenz von Newsrooms, von journalistischer Arbeit und Berichterstattung. Gleichsam ist auch die Medienkultur einer Konvergenz ausgesetzt, in der die Grenzen zwischen Produzierenden und Konsumierenden verschwimmen.

### *Medienkonvergenz und der integrierte Newsroom*

„Convergence is not just a buzzword, it is a key identifier of many different trends in today's digital culture“ (Deuze 2012: 267). Medienkonvergenz bezeichnet das Verschmelzen von vormals getrennten Medienformaten, -Gattungen und -Unternehmen. Treibende Kraft für diese Verschmelzung ist das Aufkommen digitaler Technologien rund um das Internet. Damit ändern sich Medienformate, die Arbeit von Medienproduzierenden und die Anforderungen an diese, sowie die Medienkonsumierenden und deren Anforderungen, sowohl an Medienprodukte als auch an deren eigene Kompetenzen.

Das Konzept der Mediatisierung versucht die unterschiedlichen Abhängigkeiten von Veränderungen in den Medien und den Veränderungen in unserer Gesellschaft zu fassen. Beides steht in einem ständigen Wandel und beeinflusst sich gegenseitig in seiner Entwicklung. „Mediatization is a concept used to analyse critically the interrelation between changes in media and communications on the one hand, and changes in culture and society on the other“ (Couldry/Hepp 2013: 197, H.i.O.). Das Internet und die digitale Welt, in der wir uns heute befinden, beeinflusst die Art und Weise, wie Medien konsumiert werden. Vor allem Nachrichten werden oft digital, online konsumiert, Print-Nachrichten werden vor allem von den jüngeren Generationen kaum mehr kon-

sumiert. Es hat einen Wandel in der Kultur der Medienkonsumierung gegeben (vgl. Mitchell/Gottfried/Matsa 2015: o.S.).

Gleichzeitig hat die digitale Technologie einen Wandel in der Produktion – oder in den Möglichkeiten der Produktion – journalistischer Inhalte hervorgerufen. Ein Print-Medium kann auf seiner Online-Plattform auf mehrere Modi als ‚nur‘ Text und Foto zurückgreifen – dies war im vorigen Medium nicht möglich. In der digitalen Welt kann ein journalistischer Beitrag auch Videos, Animationen und interaktive Elemente mit einbeziehen, die das Print-Medium nicht zulässt. Dadurch hat sich das Medium ‚Print‘ im Medium ‚Online‘ verändert, es findet auch hier ein Wandel statt. In den Medienunternehmen findet daher eine Konvergenz statt, eine Verschmelzung von Medien, wie Ton, Bild, Video und Text, die zuvor lange getrennt waren, nur getrennt voneinander in verschiedenen Abteilungen produziert wurden.

Die Konsequenz für den Journalismus liegt darin, dass Newsrooms miteinander verbunden werden (können) zum integrierten Multimedia-Newsroom. „Convergence is generally seen in terms of increasing cooperation and collaboration between formerly distinct media newsrooms and other parts of the modern media company“ (Deuze 2004: 140). Die Grenzen zwischen den einzelnen Abteilungen verschwimmen, da im Online-Bereich alle Möglichkeiten für die Inhaltsproduktion offen stehen. Video-Beiträge, Textbeiträge, O-Töne, Animationen, interaktive Grafiken können in die gesamte Berichterstattung einfließen, unabhängig von der traditionellen Einteilung des Original-Mediums als Print, Fernsehen oder Radio.

Als Resultat müssen sich Journalistinnen und Journalisten mit den neuen Zusammenführungen arrangieren und von einer getrennten Arbeitsweise in eine Kollaboration umsteigen, sodass die Online-Beiträge qualitativ hochwertig sind und das Beitragsdesign dem Thema optimal angepasst ist. „Competitor-colleagues are now expected to collaborate in order to produce news across different media channels (print, broadcast, online), formats (information, opinion), and genres (breaking news, feature reporting, blogging, podcasting, and so on)“ (Deuze 2012: 268). Die ehemals strikte Trennung ist in modernen, digitalen Medienunternehmen aufgehoben, mehr Kooperation wird von den Journalistinnen und Journalisten erwartet. Daher ändert sich nicht nur das Angebot auf Online-Plattformen, auch die Arbeitsweise von und die Anforderungen an Journalistinnen und Journalisten ist einem Wandel unterzogen.

*Konvergenz als Motor für höhere Qualität in Online-Beiträgen*

Die Konvergenz von Medienformaten und -unternehmen fordert daher auch die lang etablierten beruflichen Identitäten von Journalistinnen und Journalisten heraus. Durch die hohe Partizipation – oder die Möglichkeit zur Partizipation – und Kooperation entbrennt die Debatte um Qualität in der journalistischen Berichterstattung unter neuem Licht. Genauso geschieht es auch mit der Forderung nach professionellem Journalismus vor allem im Netz, hervorgerufen durch die Veränderungen im Medium. Fenton (2012) hält fest: „The nature of news journalism is changing and challenging the identities of the occupations and organisations that constitute the news industry“ (564-565). Journalistinnen und Journalisten stehen daher vor der Aufgabe, ihre berufliche Identität und die Qualität ihrer Beiträge auf neuen Pfeilern aufzubauen, wie Deuze (2012) erklärt. „Journalists are thus increasingly forced to give meaning to their work and thus construct their own professional identity in the context of rapidly changing and often overlapping work contexts“ (273). Durch die Verschmelzung von Medienformaten im integrierten Multimedia-Newsroom verschmelzen auch die Grenzen bei Aufgabengebieten in der täglichen journalistischen Praxis.

Die Anforderungen an und Ausbildung von Multimedia-Journalistinnen und Journalisten unterscheidet sich daher stark von früheren Ausbildungen – oder sollte es zumindest. Deuze (2004a) beschreibt Multimedia-Journalistinnen und Journalisten folgendermaßen:

The multimedia journalist has to make decisions about what kind of platforms to utilise when practicing his or her craft, and in the case of multimedia productions has to be able to oversee story ‘packages’ rather than repurposing single stories in multiple formats. (Deuze 2004a: 280)

Zentrale Aufgabe im Multimedia-Bereich ist also, Geschichten dem Medium entsprechend aufbereiten zu können. Dabei ist es nicht notwendigerweise Voraussetzung, dass Journalistinnen und Journalisten alle technischen Anforderungen selbst beherrschen, sondern die Kollaboration steht im Vordergrund. Deuze argumentiert, dass es nicht notwendig ist, dass alle Journalistinnen und Journalisten Videos animieren können oder interaktive Grafiken erstellen können, aber es ist notwendig, dass sie eine Geschichte multimedial konzipieren können. Die Umsetzung selbst erfolgt im Team des integrierten Newsrooms – so lautet das Prinzip. Eine Multimedia-Journalistin, ein Multimedia-Journalist muss daher nicht alles können, sollte aber alles kennen (vgl. Jakubetz 2011a: 116).

Sowohl Fenton (2012) als auch Deuze (2012) kommen zu dem Schluss, dass diese Herausforderung des multimedialen Storytellings in der Theorie intensiver beleuchtet

wird, als sie in der Praxis tatsächlich die Regel ist. Idealerweise führt eine konvergente multimediale Berichterstattung zu mehr Qualität, indem mehrere Perspektiven zu Wort kommen, mehrere Formate miteinander verbunden werden und alternative Quellen herangezogen werden. In der Realität ist so eine Vorgehensweise unter Journalistinnen und Journalisten bisher nicht die Regel:

Media professionals are more likely to respond nostalgically and defensively to disruptive change, media management tend to interpret such changes primarily in terms of their potential to 'depopulate' the profession, and audiences seem to embrace these developments more as a way to bypass disintermediate journalism altogether rather than as a mechanism to foster closer ties. (Deuze 2012: 275)

Konvergente, integrierte, multimediale Newsrooms werden in der Theorie als potentiell qualitätssteigernd für Online-Berichterstattung angesehen. In der Debatte um Qualität im Journalismus gibt es eine Bandbreite an Kriterien, die eine Aussage über die Qualität eines Beitrages, eines Programmes oder eines Medienunternehmens selbst zulassen. Keine davon ist aber universell anwendbar. In diesem Falle wird auf die Kriterien, die der FÖG, der Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich, in seinem Jahrbuch zur *Qualität der Medien* (2010) erarbeitet, zurückgegriffen.

Der FÖG bestimmt vier Dimensionen zur Sicherung von Qualität in der Presse: *Vielfalt, Relevanz, Aktualität und Professionalität*. Die Dimension *Vielfalt* ist auf dem Öffentlichkeitsanspruch begründet. Kein Thema, Meinung, Interesse oder Ähnliches soll in der Qualitätspresse zu kurz kommen. Die Vielfalt an Ressorts und Themen ist also maßgeblich für die Vielfalt und damit die Qualität eines Medienproduktes (vgl. FÖG 2010: 75). *Relevanz* bezieht sich auf die Berichterstattung über öffentliche Prozesse und gesellschaftliche Organisationen. Individuelle, persönliche Befindlichkeiten werden weniger als relevant für die Öffentlichkeit angesehen, als die Vorkommnisse auf z.B. nationaler Ebene. Das Allgemeine hat gegenüber dem Privaten höhere Relevanz. *Aktualität* begründet sich nicht nur darauf, Ereignisse schnell oder zuerst zu berichten, sondern die Qualität der Aktualität wird daran gemessen, dass die Berichterstattung nicht kontextlos ist. Hintergrundinformationen und Kontext sind für die Qualitätssicherung auch bei ‚brandaktuellen‘ Themen unerlässlich. Der vierte Faktor *Professionalität* meint Quellentransparenz, redaktionelle Eigenleistung, den ausgewogenen Einsatz journalistischer Darstellungsformen und sachliche Vermittlung von Inhalten (vgl. FÖG 2010: 75-122).

Dieselben Qualitätsdimensionen lassen sich auch auf die Online-Portale übertragen, da sie ja das Web-Pendant zu den Print-Ausgaben darstellen. Entscheidend für die Qualität des Multimedia Journalismus liegt in der Dimension *Professionalität*. Während sich die anderen Dimensionen einfach ohne größeren Aufwand mit denselben journa-



listischen Kompetenzen online übertragen lassen, so ist das Merkmal „ausgewogener Einsatz journalistischer Darstellungsformen“ (FÖG 2010: 231) innerhalb der Dimension Professionalität der entscheidende Unterschied im Repertoire der Kompetenzen von Online-Journalistinnen und Journalisten. Hier setzt das multimediale Storytelling ein.

#### *Multimedialität als Online-Qualitätskriterium*

Multimedialität bezeichnet im Wesentlichen die Verwendung von zwei oder mehr Darstellungsformen in einer journalistischen Berichterstattung. Damit sind nicht journalistische Genres wie Nachricht, Bericht, Reportage oder Kommentar gemeint, sondern Medienformen wie Text, Bild, Audio oder Video (vgl. Jakubetz 2011: 20). Um von Multimedialität sprechen zu können, müssen also mindestens zwei Darstellungsformen miteinander kombiniert werden. Welche dieser Formen miteinander verknüpft werden, hängt stark vom Thema des Berichtes ab.

Texte sind meist die grundlegenden Bausteine jeder Berichterstattung, auch in Online-Nachrichtenmedien. Genauso werden Fotos oft in Verbindung mit dem Text auf Plattformen veröffentlicht. Wenn verfügbar, dann kommen Videos sehr häufig auf Online-Nachrichtenportalen als Ergänzung zur traditionellen textuellen Berichterstattung hinzu. Töne können als Ergänzung vor allem bei Reportagen verwendet werden, um die Authentizität zu verstärken. Animationen können als Illustrierung für komplexe Vorgänge, so zum Beispiel physikalische oder chemische Prozesse verwendet werden. Interaktive Grafiken bieten sich vor allem bei Meinungsumfragen oder Tabellen an (vgl. Jakubetz 2011a: 260-261).

Wichtig ist in allen Fällen, dass die Darstellung dem Thema entsprechend ist. Zusätzlich zu den Darstellungsformen spielen weitere online-spezifische Faktoren eine Rolle: *Hypertextualität* bezeichnet die nicht-lineare Vernetzung einzelner Texte durch Hyperlinks. Dadurch ergibt sich die Möglichkeit der Verlinkung externer und interner Zusatz- und Hintergrundinformationen in der multimedialen Berichterstattung. Dies ermöglicht Leserinnen und Lesern, ihren eigenen Leseweg zu gehen, der nicht notwendigerweise linear verlaufen muss (vgl. Deuze 2003; Steensen 2011). Die Verwendung von Links ermöglicht eine Bandbreite an Perspektiven in die Berichterstattung miteinfließen zu lassen und Leserinnen und Lesern so unterschiedliche Perspektiven zu einem Thema anzubieten. Intern können sie auf weitere Beiträge zu einem Thema verweisen, extern zu anderen Berichten, Videos, Webseiten oder Ähnliches in Zusammenhang mit einem Thema. Dieser Aspekt fällt unter das Qualitätskriterium *Aktualität* laut den FÖG-Dimensionen zur Sicherung von Qualität in den Medien. Weiters können Verlinkungen aber auch zur Transparenz der Quellen beitragen und so Teil der Qualitätsdimension *Professionalität* sein.

*Interaktivität* ist einer der Faktoren in der digitalen Welt, der bis dato wohl am meisten Aufmerksamkeit bekommen hat. Interaktivität bezeichnet die Möglichkeit der Partizipation für Userinnen und User in der Berichterstattung. Dies kann von Kommentarfunktionen, über die Funktion des *Teilens* in Social-Media-Angeboten, bis hin zur Teilnahme an der Textproduktion reichen (vgl. Deuze 2003, Steensen 2011). Deuze (2011: 214) identifiziert drei verschiedene Arten von Interaktivität auf Online-Nachrichtenportalen: navigational interactivity (Navigation innerhalb einer Seite/eines Beitrages mit Hilfe von Buttons wie ‚Weiter‘ oder ‚Zurück zum Anfang‘), functional interactivity (Userinnen und User können sich an einer moderierten Diskussion zu dem Artikel beteiligen, mit dem Autor/der Autorin Kontakt aufnehmen) und adaptive interactivity (Userinnen und User können selbst Inhalte hochladen, Chatrooms eröffnen, Teile des Beitrages annotieren). Interaktivität ist ein Phänomen, das deshalb in der Berichterstattung auf Schwierigkeiten stößt, da dies beim Print-Medium nur sehr bedingt auf die Berichterstattung Einfluss genommen hat. Online ist der Faktor der Interaktivität ein wesentlicher Bestandteil, der dennoch nicht allzu oft voll implementiert wird. Dennoch ist er ein Qualitätsmerkmal für die Online-Berichterstattung. Die Personalisierung steht im Kontrast zur Qualitätsdimension der *Relevanz*, was zu der Schlussfolgerung führt, dass im Online-Bereich die Personalisierung des Medienkonsums mehr im Vordergrund steht als bei traditionellen Printmedien.

Diese Kriterien der Qualität im Multimedia-Journalismus werden auf die untersuchten Beiträge der ausgewählten Online-Portale übertragen. Im nächsten Abschnitt wird die Methode zur Stichprobenfindung erörtert, die Case Studies werden vorgestellt und das Kategoriensystem wird aufgelistet, sowie der Untersuchungszeitraum genannt.

### **3 Methodisches Vorgehen**

Die Untersuchung stellt eine Case Study mehrerer Online-Beiträge von Qualitätsmedien im Printbereich dar. Dafür wurden insgesamt 140 Beiträge über einen Zeitraum von 35 Wochen gesammelt und im Hinblick auf die Implementierung multimedialer Elemente in der Berichterstattung untersucht. Ausgewählt wurden die Beiträge wöchentlich anhand der Suchfunktionen auf den Webseiten in dem jeweiligen Zeitraum der Woche. In die Suchmaske wurde der jeweilige Zeitraum eingegeben, sowie das Ressort *Wissenschaft* bzw. *Science* in den englischsprachigen Portalen ausgewählt. Die Ergebnisse dieser erweiterten Suche wurden daraufhin auf Multimedia-Beiträge überprüft. Aus jedem Portal wurde so wöchentlich ein Artikel zur Untersuchung gewählt. Besonders in den beiden österreichischen Portalen war wöchentlich nicht mehr als ein einziger Multimedia-Beitrag aufzufinden. In den englischsprachigen Portalen lieferten

die Ergebnisse oftmals mehrere Multimedia-Beiträge. In diesem Falle wurde ein Beitrag exemplarisch für den jeweiligen Zeitraum bestimmt.

Die vier Nachrichtenportale sind *diepresse.com*, *derstandard.at*, *nytimes.com* und *theguardian.com*. Da in der Forschungsfrage explizit von Qualitätsjournalismus gesprochen wird, wurden Portale ausgewählt, deren Print-Pendants sich in der öffentlichen Meinung bereits als Qualitätsmedium etabliert haben, sodass davon ausgegangen werden kann, dass dieselben Qualitätsmerkmale und Standards auch in der Online-Berichterstattung zum Tragen kommen. Zusätzlich gelten die Portale des *Guardian* und der *New York Times* auch in der digitalen Nachrichtenwelt als Vorreiter bezüglich der innovativen Präsentation von online Nachrichten.

Um eine grundlegende Vergleichbarkeit der Beiträge garantieren zu können, ist es notwendig, dass alle Artikel aus demselben Ressort stammen. Dafür wurde das Ressort Wissenschaft gewählt, da sich hier von der Themenvielfalt sowie der journalistischen Genres eine große Bandbreite an Beiträgen finden lässt. Aufgrund der oftmals komplexen Themen im Wissenschaftsressort kann angenommen werden, dass die Produktion der Beiträge in diesem Ressort teilweise mehr Zeit in Anspruch nehmen kann, als in schnellen Nachrichtenformaten. Nicht notwendigerweise behandeln alle ausgewählten Beiträge dasselbe Thema. Vor allem wurde bei der Auswahl der Beiträge auf den Grad der Multimedialität beziehungsweise der möglichen Multimedialität in einigen Fällen geachtet. Das behandelte Thema selbst steht nicht im Vordergrund der Untersuchung, sondern die multimediale Aufbereitung. Daher reicht das Ressort als Gemeinsamkeit und Vergleichsgrundlage aus.

Der Untersuchungszeitraum betrug 35 Wochen von Juli 2014 bis Februar 2015. Zuerst liegt die Absicht, die Case Studies über einen längeren Zeitraum hinweg beobachten zu können und so etwaige Veränderungen in der Multimedia-Berichterstattung feststellen zu können. Jeder Beitrag wurde einer Inhaltsanalyse mit Hinblick auf die Kriterien der Qualität und Multimedialität unterzogen, sodass sich am Ende vier Case Studies zu einem größeren Vergleich verbinden lassen können. Da die Qualitätsdimensionen im Print-Journalismus nach FÖG auf die Portale aufgrund ihrer Print-Pendants als gegeben angesehen werden können, wurden Qualitätskriterien für die Multimedia-Beiträge aufgestellt, anhand derer der Inhalt analysiert wurde, die sich aus der theoretischen Diskussion zuvor ergaben. Diese gliedern sich in drei große Hauptkategorien, die sich jeweils in verschiedene Ausprägungen unterteilen lassen:

- **Kombination mehrerer Darstellungsformen,**
  - Text und Bild
  - Text und Video
  - Bildergalerie
  - Videogalerie (animiert oder Echtbild)
  - Text und Ton
  - Nur Ton (z.B. Podcast)
  - Animierte Grafik
- **Interaktivität,**
  - Quiz
  - Userbeiträge
  - Kommentare
  - Social Media Integration
  - Möglichkeit der Kontaktaufnahme mit Autorin/Autor
- **Hypertextualität**
  - In-Text Verlinkungen für delinearisiertes Lesen
  - Nach dem Text für lineares Lesen
  - Interne Links (andere Beiträge in demselben Portal)
  - Externe Links (Beiträge außerhalb des Portals)

Diese Kriterien sind die wesentlichen Qualitätsmerkmale für multimediale Beiträge, neben den allgemeinen Qualitätskriterien, wie sie der FÖG definiert hat. Anhand dieser Kategorien werden die Case Studies erstellt und später anhand der Forschungsfrage mit Reflexion des theoretischen Hintergrundes zum multimedialen Journalismus interpretiert. Die Inhaltsanalyse dient dazu, formale Merkmale der Multimedialität qualitativ zu analysieren und die Forschungsfrage beantworten zu können.

**RQ:** Wie werden die multimedialen Möglichkeiten im Online-Qualitätsjournalismus genutzt und in die Berichterstattung implementiert und welche Auswirkungen hat dies auf die berufliche Praxis im Journalismus?

#### **4 Ergebnisse der Untersuchung**

Über den Zeitraum von 35 Wochen wurden insgesamt 140 Beiträge aus den Online-Portalen der Tageszeitungen *Die Presse*, *Der Standard*, *The Guardian* und *The New York Times* gesammelt und analysiert. Pro Woche wurde ein Beitrag aus dem Ressort Wissenschaft, beziehungsweise Science in den englischsprachigen Medien, pro Portal ausgewählt und für die Case Study verwendet.

Allgemein kann gesagt werden, dass in den englischsprachigen Portalen *theguardian.com* und *nytimes.com* eine größere Tendenz zur Verwendung multimedialer Elemente vorliegt, als in den beiden österreichischen Portalen *diepresse.com* und *derstandard.at*. Beiträge in den englischsprachigen Portalen variieren teilweise sehr stark: So sind hier nicht nur Text-Bild Kombinationen auffindbar, sondern auch eine Vielzahl an Kombinationen wie etwa Bild und Ton oder auch Videos. In den österreichischen Portalen wird deutlich mehr auf reine Textbeiträge gesetzt. Zusätzlich muss dennoch festgehalten werden, dass Text-Elemente in allen Portalen im Wissenschaftsressort nach wie vor vorherrschen.

#### *Kombination unterschiedlicher Darstellungsformen*

Bei den jeweils 34 Beiträgen, die in den Wissenschaftsressorts der vier Portale untersucht wurden, ist festzustellen, dass in den meisten Fällen ein statisches Bild und Text kombiniert werden. Neben einem zum Thema passenden Titelbild werden aber vor allem Bilder zur Illustration eines komplexen Vorgangs, einer Entwicklung, eines Zustandes oder eines Aufbaus verwendet. Dies soll als Unterstützung für die Leserinnen und Leser dienen, um die oft doch komplexe Materie, die in diesem Ressort behandelt wird, besser zu verstehen. Ein Beispiel ist der Beitrag vom 2. November 2014, in dem der Absturz des *SpaceShipTwo* analysiert wird (siehe *theguardian.com*: 2.2.2014). Ebenso fungiert die statische Grafik in der Ebola-Berichterstattung als Unterstützung zur geografischen Einordnung der Gebiete, in denen von Ebola-Fällen berichtet wurde (siehe *theguardian.com*: 30.7.2014).

Videos werden dazu verwendet, die Beiträge authentischer zu gestalten, so zum Beispiel bei der kritischen Berichterstattung über Rupert Murdochs Aussagen zum Klimawandel, die von einem massiven Unverständnis der Klimasituation zeugen (siehe *theguardian.com*: 14.7.2014). Hier wurde das Video in den Artikel eingebettet, sodass sich die Leserinnen und Leser selbst eine Meinung zu Murdochs Aussage bilden können. Weiters wird Videomaterial verwendet, wenn sich spektakuläre Ereignisse ereignen, so zum Beispiel beim unterwarteten Absturz der *Falcon 9* bei einem privaten Raumflug (siehe *theguardian.com*: 16.1.2015). In beiden Fällen steht dennoch der Text im Vordergrund und das Video- und Bildmaterial wird als Ergänzung beigefügt, um die Aussagen der Journalistinnen und Journalisten zu bestärken (siehe *nytimes.com*: 1.9.2014). Im Beitrag des *Standard* über eine neue archäologische Entdeckung in Mexiko ist die Einbettung des Videos in den Fließtext sinnvoll, da dieses nach einer kurzen Beschreibung des Fundes eingefügt wird und der Artikel mit Zusatzinformationen zur Kultur in Mexiko endet. Dies ist eine kluge Positionierung des Videos im Text und zeugt von einer multimedialen Konzeption des Online-Beitrages (siehe *derstandard.at*: 30.10.2014).

Ganze Bildergalerien und Videogalerien können für sich als Beiträge stehen, wenn das Bildmaterial selbst einen hohen Informationswert hat und nur wenig erklärender Text benötigt wird. So steht zum Beispiel im Beitrag zum Geminiden-Meteorschauer das Bildmaterial im Vordergrund: Nach einem kurzen Teaser zur Einleitung wird eine Reihe von Bildern angehängt, die allesamt nur kurze Bildunterschriften enthalten. Hier steht eindeutig das Bildmaterial im Vordergrund (siehe [theguardian.com](http://theguardian.com): 14.12.2014). Genauso verhält es sich bei dem Videobeitrag zur Sonnenfinsternis am 25. Februar 2015, in dem die bevorstehende Sonnenfinsternis am 20. März thematisiert wird (siehe [theguardian.com](http://theguardian.com): 25.2.2015).

Eine Sonderform der Online-Beiträge stellt die *Science-Weekly*-Podcast-Reihe auf [theguardian.com](http://theguardian.com) dar. Keines der anderen Nachrichtenportale hat einen regelmäßigen Podcast, ähnlich wie eine wöchentliche Radiosendung, als fixen Bestandteil im Programm. Hier werden in ca. halbstündigen Beiträgen aktuelle und interessante Wissenschaftsthemen von einer Journalistin oder einem Journalisten aufbereitet, Interviews mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, Theoretikerinnen und Theoretikern, sowie Studentinnen und Studenten oder Autorinnen und Autoren durchgeführt. So zum Beispiel der Podcast über neuronale Plastizität, in dem ein Autor, ein Mediziner und ein Wissenschaftler über dieses Thema diskutieren und die neuesten Erkenntnisse erklären (siehe [theguardian.com](http://theguardian.com): 20.2.2015). In keinem anderen Portal wurde eine regelmäßige Sendung nur mit Ton im Zeitraum von Juli 2014 bis Februar 2015 gefunden. Im Portal [nytimes.com](http://nytimes.com) gibt es wöchentliche Beiträge ähnlich einem Video-Blog, auch Vlog genannt, unter dem Titel Science Take. Hier werden ebenfalls regelmäßig Beiträge in Video-Form gestaltet (siehe [nytimes.com](http://nytimes.com): 11.8.2014).

Auffällig ist, dass sowohl in den Beiträgen der *Presse* als auch in den Beiträgen des *Standard* die Kombination von Bild und Text vorherrscht. Besonders bei der *Presse* liegt der Hauptfokus auf dem Text, da die Mehrheit der Beiträge aus der Print-Version übernommen wurde, ohne medienspezifische Änderungen durchzuführen. Einige Beiträge würden sich für eine multimediale Anpassung sehr gut eignen, wie etwa der Beitrag vom 17.10.2014 über die Entstehung der Wolken. Sowohl animierte oder interaktive Grafiken als auch ein Video oder auch ein Bild zur Illustrierung des Prozesses würden diesen Artikel aufwerten und dem Medium angemessen gestalten (siehe [diepresse.com](http://diepresse.com): 17.10.2014). Beim *Standard* ist die Kombination aus Text und Bild ebenfalls überwiegend, wobei hier stark differenziert wird zwischen Bildern, die in den Fließtext eingebettet werden (siehe [derstandard.at](http://derstandard.at): 8.9.2014) und Bildern die zusätzlich am Rand des Textes positioniert werden (siehe [derstandard.at](http://derstandard.at): 8.10.2014).

Hervorstechend bei der Verwendung von interaktiven und animierten Grafiken ist das Portal der *New York Times*. Regelmäßig werden hier eigene Multimedia-Beiträge zu-

sammengestellt, die regelmäßig erneuert und um Neuentwicklungen erweitert werden. Eine Vielzahl dieser Beiträge beschäftigt sich mit Weltraumthemen (siehe [nytimes.com](http://nytimes.com): 30.4.15). Unter der eigens kreierten Kategorie Multimedia werden Beiträge konzipiert, die sowohl Videos, Bilder, animierte und interaktive Grafiken, Text und Ton kombinieren und regelmäßigen Updates unterzogen werden, sodass sie immer dem aktuellen Wissensstand eines Ereignisses entsprechen (siehe [nytimes.com](http://nytimes.com): 30.4.2015). Diese Beiträge sind weder in ihrer Aufbereitung noch in ihrem Inhalt statisch, sondern werden regelmäßig aktualisiert und verändern sich daher immer wieder.

### *Interaktivität*

Obwohl die Kombination aus Bild- und Textelementen in der Mehrheit aller untersuchten Beiträge überwiegt, so gibt es doch einige innovative Zusatzangebote in den Wissenschaftsressorts der Portale. Der *Guardian* stellt regelmäßig Wissenschaftsquizze zusammen, in denen die Leserinnen und Leser ihr Wissen selbst testen können. Dies wird etwa monatlich durchgeführt (siehe [theguardian.com](http://theguardian.com): 17.9.2014). Hier wird vor allem versucht, Populäres mit Wissenschaftsthemen zu verknüpfen, um auch für weniger an Wissenschaft interessierte Leserinnen und Leser ansprechender zu wirken. Genauso ist auf [nytimes.com](http://nytimes.com) ein wöchentliches Quiz zu finden (siehe [nytimes.com](http://nytimes.com): 1.8.2014).

Eine Besonderheit stellt der interaktive Video-Beitrag im Portal des *Guardian* dar, in dem Interviews mit drei Wissenschaftlern zu einem interaktiven Interview-Beitrag zusammengefügt wurden, indem die Leserinnen und Leser selbst entscheiden können, welche Teile der Interviews sie gerne hören möchten (siehe [theguardian.com](http://theguardian.com): 23.1.2015). Dieser Beitrag ist einer der hervorstechendsten aller untersuchten Beiträge im Sinne seiner interaktiven und innovativen Aufbereitung.

Ähnlich wie der *Guardian* wöchentlich Fragen von Userinnen und Usern zu Wissenschaftsthemen beantwortet, so gibt es auch im *Standard* speziell gekennzeichnete Userinnen- bzw. Userbeiträge und Quizze (siehe [derstandard.at](http://derstandard.at): 7.2.2015; [derstandard.at](http://derstandard.at): 28.1.2015). Diese Beiträge geben den Leserinnen und Lesern zu Userinnen und Usern zu werden, sich aktiv zu beteiligen und einen Beitrag zu den Themen, die behandelt werden leisten zu können.

Diese Möglichkeit erhalten sie auch durch die Kommentarfunktion, die ihnen für jeden Beitrag gegeben ist. Das Kommentieren von Beiträgen ist auf allen Portalen möglich. Userinnen und User haben also jederzeit die Möglichkeit, ihre eigenen Gedanken zu einem Thema festzuhalten und eine Diskussion zu starten. Ebenso auf allen Plattformen gegeben ist die Möglichkeit, Beiträge in sozialen Netzwerken zu teilen, sie zu markieren oder positiv zu bewerten. Es sind generell alle sozialen Netzwerke vertreten, wo-

bei die Funktionen für *Facebook* und *Twitter* stets die Reihe anführen. Auch eine E-Mail-Funktion ist auf allen Plattformen gegeben. Auffällig ist auch, dass vor allem Tweets oder sogar *Twitter*-Feeds in die Beiträge eingepflegt werden.

Unterschiede lassen sich bei der persönlichen Kontaktaufnahme zu den jeweiligen Autorinnen und Autoren feststellen: Der *Standard* gibt am Ende jedes Beitrages die Möglichkeit zum Feedback, also ein E-Mail an die Redaktion zu schicken. In der *Presse* ist in manchen Fällen eine E-Mail-Adresse, an die sich Userinnen und User wenden können, angegeben, jedoch nicht immer. Die *New York Times* erstellt eigene Profile von allen Journalistinnen und Journalisten, in welchen alle Beiträge, weitere Blogs und Kontaktdaten auffindbar sind. Hier ist also die persönliche Kontaktaufnahme möglich. Der *Guardian* stellt zu jedem Beitrag (wenn vorhanden) ein Profilbild und den *Twitter*-Namen der Journalistinnen und Journalisten zur Verfügung. Auch hier ist Kontaktaufnahme möglich. Erkennbar wird hier der Fokus: Während die *New York Times* auf Leistungen innerhalb des eigenen Mediums setzt, konzentriert sich der *Guardian* auf die sozialen Netzwerke der Journalistinnen und Journalisten.

### *Hypertextualität*

Die Verlinkungen in den Beiträgen betreffend hat die Untersuchung unterschiedliche Ergebnisse gebracht: Es bilden sich zwei Lager, auf der einen Seite die deutschsprachigen Portale *derstandard.at* und *diepresse.com*, auf der anderen die englischsprachigen Portale *theguardian.com* und *nytimes.com*. Erstere Portale setzen generell auf wenige Links, während Zweitere eine große Anzahl an unterschiedlichen Verlinkungen anbieten.

Im Fließtext enthalten vor allem die Beiträge des *Guardian* und der *New York Times* zahlreiche Verlinkungen, die einen non-linearen Leseweg für Userinnen und User ermöglichen. Dies bedeutet, dass diese jederzeit durch das Klicken auf einen Link zu einem anderen Text oder einer anderen Seite gelangen können. In weiterer Folge bedeutet dies, dass Userinnen und User nicht notwendigerweise den klassischen linearen Leseweg einschlagen, also den Beitrag von Anfang bis Ende lesen, bevor sie auf anderen Seiten oder in anderen Beiträgen, auf anderen Portalen zusätzliche Informationen einholen. An mehreren Stellen im Text bieten die Autorinnen und Autoren ihren Leserinnen und Lesern die Möglichkeit, den Beitrag zu verlassen, indem sie auf einen der Hyperlinks klicken (siehe z.B. *theguardian.com*: 30.7.2014; oder *nytimes.com*: 20.1.2015). Diese Links sind sowohl interne als auch externe. Das bedeutet, dass sowohl externe Portale von den beiden renommierten Nachrichtenportalen verlinkt werden, als auch Verlinkungen zu anderen, ähnlichen Beiträgen auf demselben Portal verwendet werden. Hyperlinks werden nicht nur im Text selbst gesetzt, sondern auch nach dem Bei-



trag unter *Mehr zum Thema* oder *Weitere Artikel zum Thema* angefügt. Auch die Quellen werden, wenn möglich, mit Links angegeben, sodass die Berichterstattung für die Leserinnen und Leser transparent wird. Auffällig ist, dass sich weder *New York Times*, noch *Guardian* davor scheuen, externe Links, also zu anderen Webseiten, zu verwenden. Dies kann ein Risiko für den eigenen Webseiten-Traffic darstellen.

*Die Presse* und *Der Standard* hingegen fügen meist keine Hyperlinks in den Fließtext ein. In den meisten Fällen bieten sie Quellen, wenn möglich mit Links, und weitere Beiträge zum ausgewählten Thema. Hier fällt auf, dass Hyperlinks meist intern bleiben, die Leserinnen und Leser also nicht vom eigenen Portal weggelotst werden (siehe z.B. *diepresse.com*: 28.11.2014; und *derstandard.at*: 15.1.2015). Besonders bei den Beiträgen der *Presse* fällt auf, dass sie meist aus der Print-Ausgabe direkt übernommen werden und nur wenig an das multimediale Format angepasst werden. Potential bieten zum Beispiel Features wie das Lexikon, das bei vielen Beiträgen angehängt ist (siehe z.B. *diepresse.com*: 23.1.2015). Darin werden Konzepte oder technische Vorgänge erklärt, die im Beitrag erwähnt werden. Oft ist dies bei Weltraum-Themen der Fall, aber auch bei Beiträgen zu Gentechnik oder neuen Forschungserkenntnissen aus anderen Wissenschaftsbereichen. Das Lexikon der *Presse* hat Potential für eine interaktive und multimediale Gestaltung.

## **5 Fazit – Wie viel *Multimedia* im Online-Journalismus steckt**

Im Hinblick auf die Kombination mehrerer Darstellungsformen bei der Konzeption von Online-Beiträgen nehmen die englischsprachigen Portale *nytimes.com* und *theguardian.com* eine klare Vorreiterrolle ein. Vor allem auf interaktive Elemente wird bei den Beiträgen gesetzt. Dies ist bei den deutschsprachigen Portalen *derstandard.at* und *diepresse.com* nicht zu beobachten. Text steht im Vordergrund, Bilder und Videos werden oft nur ergänzen oder als Links angeführt. Im Hinblick auf dynamische, interaktive Multimedia-Beiträge, wie sie auf *nytimes.com* klassifiziert werden, können die beiden österreichischen Portale nicht mithalten.

Besonders im Portal der *New York Times* ist ein verstärkter Fokus auf interaktive und multimediale Beiträge festzustellen, da eine eigene Rubrik für diese Art von Beiträgen geschaffen wurde. Aufgrund der aufsehenerregenden Ereignisse in der Weltraumforschung, die in den Monaten des Beobachtungszeitraumes stattgefunden haben, ist eine intensive Auseinandersetzung rund um das Thema Weltraum auf dem Portal festzustellen. Dieses Thema ist ideal für eine multimediale, interaktive Beitragsgestaltung, da nicht nur komplexe Forschungsprozesse, sondern Live-Bilder und Live-Videos, aber auch Hintergrundinformationen zu Weltraumereignissen in die Beiträge einfließen, sodass sich eine Vielzahl an Möglichkeiten ergibt. Interaktive Beiträge sind besonders

beliebt, um die Weltraumthemen aufzuarbeiten (siehe z.B. nytimes.com: 30.4.2015). Auffällig ist auch, dass diese Beiträge regelmäßig aktualisiert werden und nicht neue Beiträge erstellt werden, sodass sich für die Leserinnen und Leser mit der Zeit eine Chronik der Ereignisse, z.B. der Rosetta-Weltraumexpedition, ergibt. Anstelle einer Sammlung von Beiträgen wird ein umfassender, vielschichtiger Beitrag Stück für Stück erstellt.

In den österreichischen Portalen ist dieser Trend nicht zu beobachten. Zwar wurde festgestellt, dass zunehmend Bilder und Videos in die Beiträge einfließen – vor allem bei Beiträgen zur Rosetta-Mission – jedoch nicht in dem Ausmaß, wie in den englischsprachigen Portalen. Erstaunlich ist, dass vor allem im Portal der *Presse* fast ausschließlich Beiträge, die für die Print-Ausgabe konzipiert wurden, ihren Weg ins Online-Portal finden. Identisch werden die reinen Text-Beiträge auch online veröffentlicht, ohne Überarbeitung der Aufbereitung. Vor allem bei diesen Beiträgen wird viel Verbesserungspotential erkannt, da sich einige Features sehr gut für eine Online-Optimierung anbieten – so zum Beispiel das oben erwähnte Lexikon, das an einige Beiträge angehängt ist. Es drängt sich förmlich auf, dieses weniger statisch, sondern interaktiv zu gestalten und ein eigenes Lexikon der wichtigsten Begriffe – z.B. zum Thema Weltraumforschung oder Genforschung – Stück für Stück mit den Beiträgen zu erstellen. Außerdem ist hier auch viel Potential für mehr Userinnen- bzw. Userintegration, da den Leserinnen und Lesern die Möglichkeit gegeben werden könnte, sich aktiv an der Erweiterung eines Lexikons zu beteiligen. Einige Begriffe, die ihnen noch unbekannt sind oder die weiterer Erklärung bedürfen, könnten für das Lexikon vorgeschlagen werden. So erhält auch die Redaktion mehr Feedback von ihren Leserinnen und Lesern. So wird nicht nur das Potential, das online zur Verfügung steht, ausgenutzt, auch die Qualität der Beiträge wird dadurch erhöht, dass dynamische und interaktive, userfreundliche Elemente in den Beiträgen enthalten sind.

Besonders hervorstechend sind auch die Special Features, wie der *Science-Weekly-Podcast* im *Guardian* und die *Science-Take-Videoreihe* der *New York Times*. Diese bieten zusätzliche Formate für die Userinnen und User. Dadurch positionieren sich die beiden Nachrichtenportale ganz klar nicht nur als Online-Zeitung, sondern gesamt als Medienunternehmen, in dem es mehrere Formate gibt, in Print- und Online-Form mit den unterschiedlichsten Ausprägungen. Viel stärker werden in diesen Portalen die Möglichkeiten des unlimitierten Raumes für kreatives Beitragsdesign umgesetzt, als in den Portalen der *Presse* und des *Standard*. Während es dort nur wenig Abwechslung gibt und Text die vorherrschende Darstellungsform der Beiträge darstellt, werden bei den englischsprachigen Portalen interaktive Grafiken mit Videos, statischen Bildern, Hyperlinks und Diagrammen mit dem Text des Beitrages kombiniert. Dadurch entste-

hen dynamische Beiträge, die auf den ersten Blick anspruchsvoller wirken, als reine Text-Beiträge, da sie die Möglichkeiten, die ihnen das Medium bietet, ausnutzen.

Wichtig ist zu erwähnen, dass kein Beitrag ohne Text auskommen kann, da Wissen und Information, besonders in einem Ressort wie Wissenschaft nur schwer gänzlich ohne Text-Elemente vermittelt werden können. Es zeugt nicht automatisch von höherer Qualität, wenn Beiträge mit Bildern oder Videos ergänzt werden. Die optimale Aufbereitung eines Beitrages hängt vom Thema und den zur Verfügung stehenden Ressourcen ab. Es ist sehr wahrscheinlich, dass einem Unternehmen wie die *New York Times* oder der *Guardian* mehr Ressourcen zur Verfügung stehen als der *Presse* oder dem *Standard*. Nicht ohne Grund werden *NYT* und *Guardian* daher oft als Vorbilder bezüglich multimedialer Berichterstattung genannt. Daher ist es auch falsch, anzunehmen, dass die Beiträge, die stärker auf Text fixiert sind, einen geringeren Qualitätsgehalt aufweisen, da die Kriterien journalistischer Qualität auch den Text beinhalten. Dennoch zeugt es auch von Qualität, Beiträge für ein Medium optimiert zu gestalten. Online bedeutet dies, dass mehrere Darstellungsformen vereint werden können und wenn sie zum besseren Verständnis und zu mehr Authentizität beitragen, so sollten sie auch verwendet werden. Die Schwierigkeit besteht darin, dass klassische Journalistinnen und Journalisten es gewohnt sind, ausschließlich mit Texten zu arbeiten. Ein Umdenken in der Online-Welt hat, wie die (fehlende) Implementierung von multimedialen Elementen zeigt, in den österreichischen Nachrichtenportalen noch nicht wirklich stattgefunden.

Die Schwierigkeit in der multimedialen Berichterstattung liegt beim Thema und den zur Verfügung stehenden Ressourcen. Nicht nur für jedes Ressort, sondern auch für jedes individuelle Thema gibt es unterschiedliche Herangehensweisen. Dadurch, dass die Möglichkeiten online so vielschichtig sind, wird von Multimedia-Journalistinnen und Journalisten ein umfassender Katalog an Kompetenzen vorausgesetzt, denn nur so können sie entscheiden, welche Kombination von Darstellungsformen sich am besten für einen Beitrag eignet. Es genügt nicht, einen guten Text zu schreiben, der Beitrag muss an das Medium angepasst sein. Im TV-Journalismus wäre es undenkbar, Text auf den Bildschirm zu projizieren, sodass die Zuseherinnen und Zuseher diesen selbst lesen. Nein, es wird mit Bildern und gesprochenen Worten gearbeitet, weil dies den Möglichkeiten des Mediums entspricht. Im Fall von Online-Berichterstattung ist es ähnlich. Das Problem hierbei ist nur, dass diejenigen, die Online-Beiträge zusammenstellen aus dem Print-Bereich kommen und sich daher auf die dort vorherrschende Darstellungsform Text beschränken.

Multimediale Beiträge erfordern ein höheres Maß an unterschiedlichen Kompetenzen. Um eine interaktive Grafik zu erstellen, ein Interview interaktiv aufzubereiten oder eine

Animation zu erstellen, sind ICT-Skills notwendig, die zuvor für Print-Journalistinnen und Journalisten nicht notwendig waren. Eine Art diese neuen Herausforderungen bewältigen zu können, erklärt Mark Deuze (2012), wenn er von konvergenten Newsrooms spricht. Anstelle der klassischen Unterteilung im Newsroom nach Abteilungen (Print, TV, Radio), sollte nach Ressorts unterteilt werden, sodass die Fähigkeiten aus unterschiedlichen Medien kombiniert werden können. So wird das Problem der fehlenden Skills umgangen. In dem Pilotprojekt, das er beschreibt, wird jedoch eines ganz klar festgestellt: Die klassische Unterteilung nach Medien ist tief in den Journalistinnen und Journalisten verankert. Vorurteile gegenüber anderen Arten des Journalismus treffen in einem konvergenten Newsroom aufeinander, sodass eine Zusammenarbeit nur bedingt möglich ist. Das Resultat des Pilotprojektes war ein *culture clash* aufgrund der historisch unterschiedlich entwickelten professionellen Identitäten der Journalistinnen und Journalisten in den unterschiedlichen Medien (vgl. Deuze 2012: 269-270).

Der Unterschied der beruflichen Identitäten von Journalistinnen und Journalisten ist daher ein Hindernis für die Implementierung multimedialer Darstellungsformen in den Online-Journalismus und verhindert so, dass sich eine neue Art des Journalismus, der Multimedia-Journalismus wirklich etablieren kann – zumindest jetzt noch. Der Prozess des Umdenkens ist jedoch im Gange, wie an den Beiträgen auf *nytimes.com* und *theguardian.com* erkennbar ist. Doch wird es noch einige Zeit dauern, bis diese Art des Journalismus so etabliert ist, wie die bisherigen, traditionellen Arten. Seinen Qualitätsanspruch verliert ein Online-Beitrag nicht allein dadurch, dass er *nur* Text beinhaltet, genauso wenig wird dieser Anspruch durch die Verwendung von Videos und interaktiven Features erhöht. Eine Implementierung multimedialer Darstellungsformen in die Berichterstattung ist aber ausschlaggebend für den Grad an Professionalisierung des Online- oder Multimedia-Journalismus. Dieser Aspekt der Medienqualität ist ausschlaggebend für die Etablierung eines Online-Qualitätsjournalismus. Die Untersuchung zeigt, dass – wie erwartet – die österreichischen Portale den englischsprachigen an Innovation und Professionalität in diesem Sinne hinterherhinken.

## 6 Literatur

- Couldry, Nick/Hepp, Andreas (2013): Conceptualising mediatisation: contexts, traditions, arguments. *Communicative Theory*, 23. Jg., H. 3, S. 191-202.
- Deuze, Mark (2003): The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media and Society*, 5. Jg., H. 2, S. 203-230.
- Deuze, Mark (2004): What is multimedia journalism 1? *Journalism Studies*, 5. Jg., H. 2, S. 139-152.
- Deuze, Mark (2004a): Journalism studies beyond media: On ideology and identity. In: *Equid Novi: African Journalism Studies*, 25. Jg., H. 2, S. 275-293.
- Deuze, Mark (2012): Journalism and Convergence Culture. In: Allan, Stuart (Hg.): *The Routledge Companion to News and Journalism*. London/New York: Routledge, S. 267-276.
- Fenton, Natalie (2012): News in the Digital Age. In: Allan, Stuart (Hg.): *The Routledge Companion to News and Journalism*. London/New York: Routledge, S. 557-567.
- FÖG – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich (Hg.) (2010): *Jahrbuch 2010. Qualität der Medien*. Basel: Schwabe.
- FTOJ. Hessischer Rundfunk (2015): 10. Frankfurter Tag des Online Journalismus. Online unter: [http://blogs.hr-online.de/ftoj/das-thema-am-17-juni-2014/\(10.01.2015\)](http://blogs.hr-online.de/ftoj/das-thema-am-17-juni-2014/(10.01.2015)).
- Jakubetz, Christian (2011): Crossmediales Arbeiten als Quintessenz des modernen Journalismus – Die Grundlagen. In: Jakubetz, Christian/Langer, Ulrike/Hohlfeld, Ralf (Hg.): *Universalcode. Journalismus im digitalen Zeitalter*. München: euryelia, S. 19-38.
- Jakubetz, Christian (2011a): *Crossmedia*. Konstanz: UVK.
- Matzen, Nea (2014): Sonnen kleben, Seitenwind und Snow Fall. Vortrag im Rahmen des 10. Frankfurter Tages des Online Journalismus. Hessischer Rundfunk: 17.6.2014. Online unter [http://blogs.hr-online.de/ftoj/nea-matzen/\(10.1.2015\)](http://blogs.hr-online.de/ftoj/nea-matzen/(10.1.2015)).
- Mitchell, Amy/Gottfried, Jeffrey/Matsa, Katerina Eva (2015): Millennials and Political News. Online unter: [http://www.journalism.org/2015/06/01/millennials-political-news/\(9.6.2015\)](http://www.journalism.org/2015/06/01/millennials-political-news/(9.6.2015)).
- Singer, Jane B. (2012): Journalism in the Network. In: Allan, Stuart (Hg.): *The Routledge Companion to News and Journalism*. London/New York: Routledge, S. 277-286.
- Steensen, Steen (2011): Online Journalism and the Promises of New Technology. *Journalism Studies*, 12. Jg., H. 3, S. 311-327.

## Anhang: untersuchte Artikel

Eine Liste der untersuchten Beiträge ist unter folgendem Link auffindbar: <https://www.dropbox.com/s/mk9t5058znxziqp/Artikelliste.xlsx?dl=0>

**Kurzbiographie der Autorin**

**Theresa Fleißner, B.A.** ist Masterstudentin am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg. Im Rahmen des drei-semesterigen Projektes Change – Wandel der Leitmedien, Wandel der Kulturindustrie führte sie die Untersuchung zur Multimedialität im Online-Journalismus durch. Als Mitglied der Forschungsgruppe Medienwandel beschäftigt sie sich mit aktuellen Themen des Medienwandels und veröffentlicht gemeinsam mit ihren Kolleginnen und Kollegen regelmäßig Beiträge dazu. Ihre Schwerpunkte am Fachbereich liegen in dem Bereich Kommunikation in Kultur und Gesellschaft.