

# Rethink Journalism



Welche Kompetenzen der  
Journalismus der Zukunft verlangt

Keynote für re:think Media, Wien, 19. Oktober 2023

[mail@alexandraborchardt.com](mailto:mail@alexandraborchardt.com)

# Heute:

- Was Medienwandel bedeutet.
- Was wir über Mediennutzung wissen.
- Was daraus für die Kompetenzen von Journalistinnen und Journalisten folgt.

# Was Medienwandel bedeutet



# Die Digitalisierung prägt die Erwartungen des Publikums

- Zugang immer und überall
- Amazon, Apple, setzen Standards für Nutzerfreundlichkeit (UX)
- Netflix, Spotify, setzen die Standards für Personalisierung
- Vielfalt an Quellen ist der Normalzustand
- Viele Nutzer\*innen erwarten Möglichkeiten zur Mitsprache



# Die Digitalisierung prägt die Medienwelt

## Herausforderungen:

- Ringen um Aufmerksamkeit
- Von „one size fits all“ zu Publikums- und Plattform- Vielfalt
- Plattform-Konzerne wie Meta, Google, Microsoft kontrollieren Ausspielwege
- Geschäftsmodelle finden
- KI-(R)evolution
- Kampf gegen Desinformation

## Chancen:

- Mehr Wissen über Nutzer
- Individualisierte Ansprache
- Vielfalt (Zugang, Storytelling, Plattformen)
- Datenjournalismus
- Entrepreneurship

## Konsequenz:

- Von der Reichweite zum Mehrwert



half the world's population

## Was wissen wir über Mediennutzung?

Erkenntnisse aus dem Digital News  
Report 2023 des Reuters Institute for  
the Study of Journalism, University of  
Oxford

93,000  
Respondents

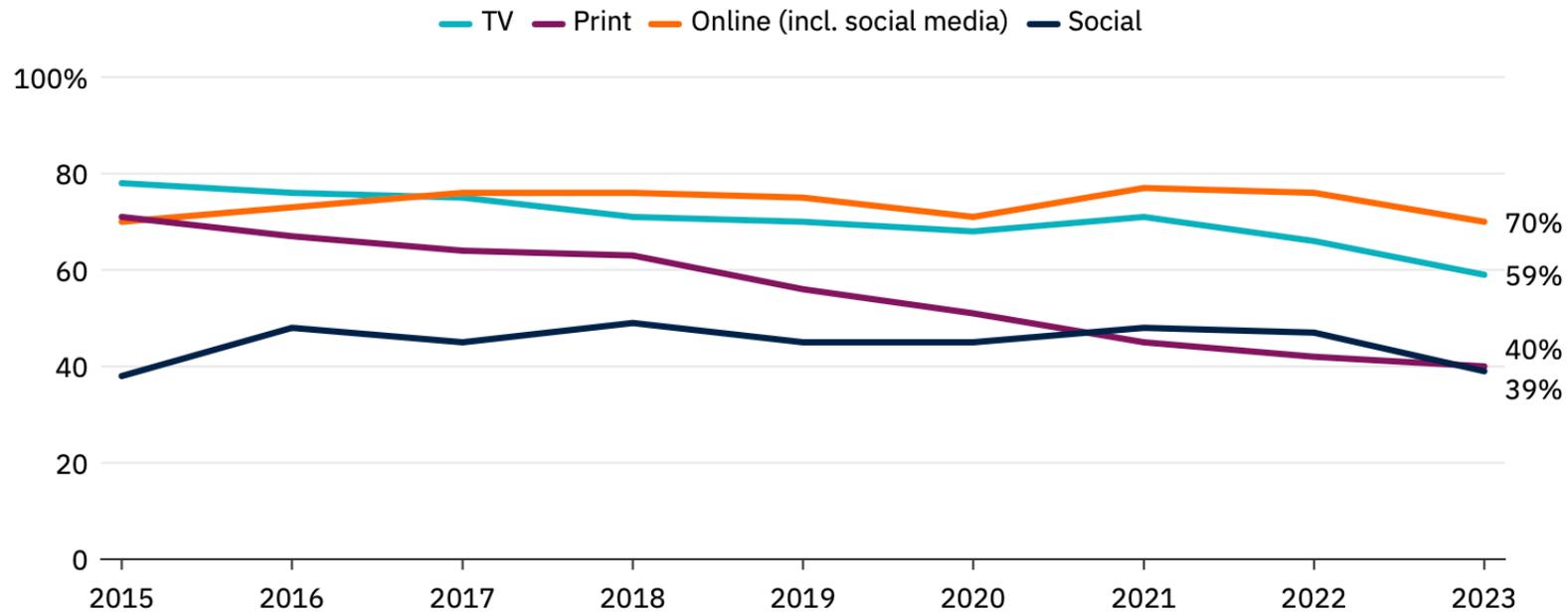
46  
Markets

# Mediennutzung in Österreich 2023

## Sources of news

2015–2023

Austria



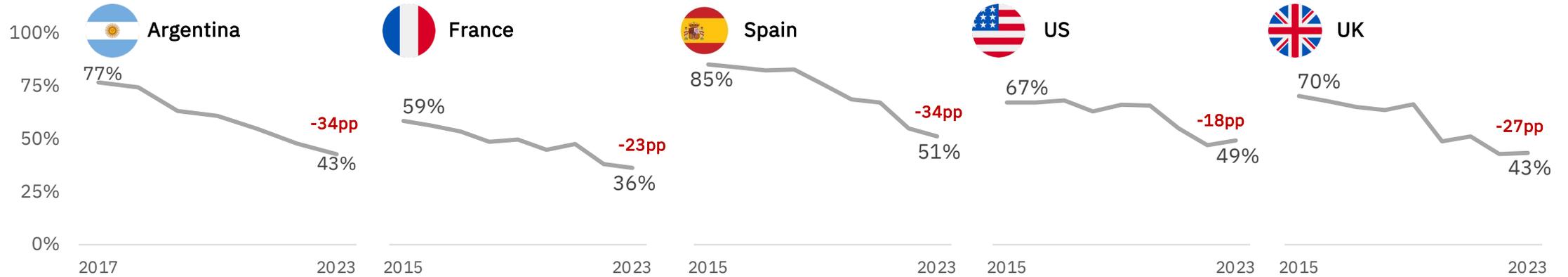
Q3. Which, if any, of the following have you used in the last week as a source of news? (Please select all that apply)

Base: Austria 2002

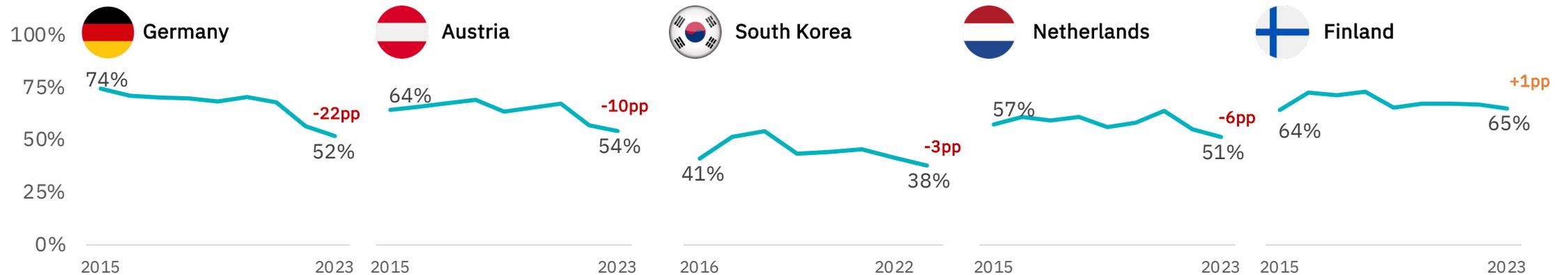
Quelle: Digital News Report 2023

# Medienkonsum sinkt in vielen Ländern

Selected countries with largest falls



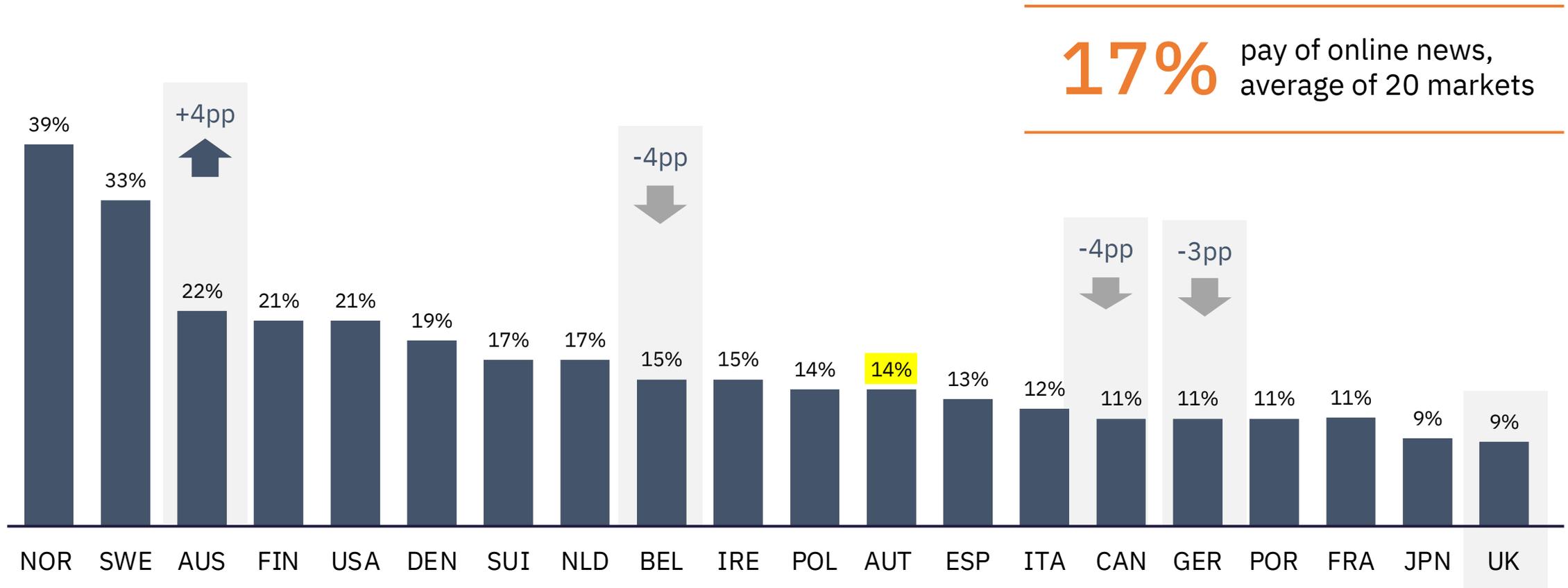
Selected countries with more stable levels



Q1c. How interested, if at all, would you say you are in news? Net: Extremely/Very  
 Base 2023; Spain: 2031, Italy: 2106, UK: 2107, Brazil: 2047, Germany: 2002, Finland: 2027, Czech Republic: 2047, Netherlands: 2022

# Zahlungsbereitschaft stagniert

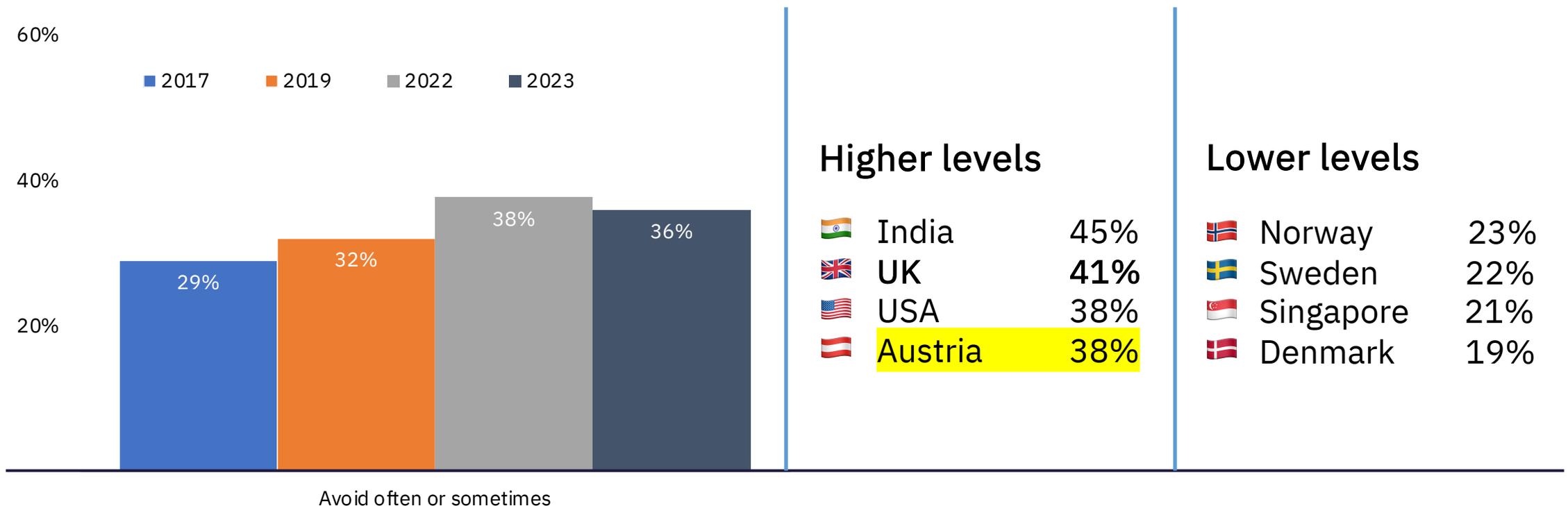
In Österreich zahlen 14 Prozent der Nutzenden für Online-Journalismus



Q7a. Have you paid for ONLINE news content, or accessed a paid for ONLINE news service in the last year?  
(This could be digital subscription, combined digital/print subscription or one off payment for an article or app or e-edition) Base = 2000 in each market

# Mehr als ein Drittel vermeidet Nachrichten

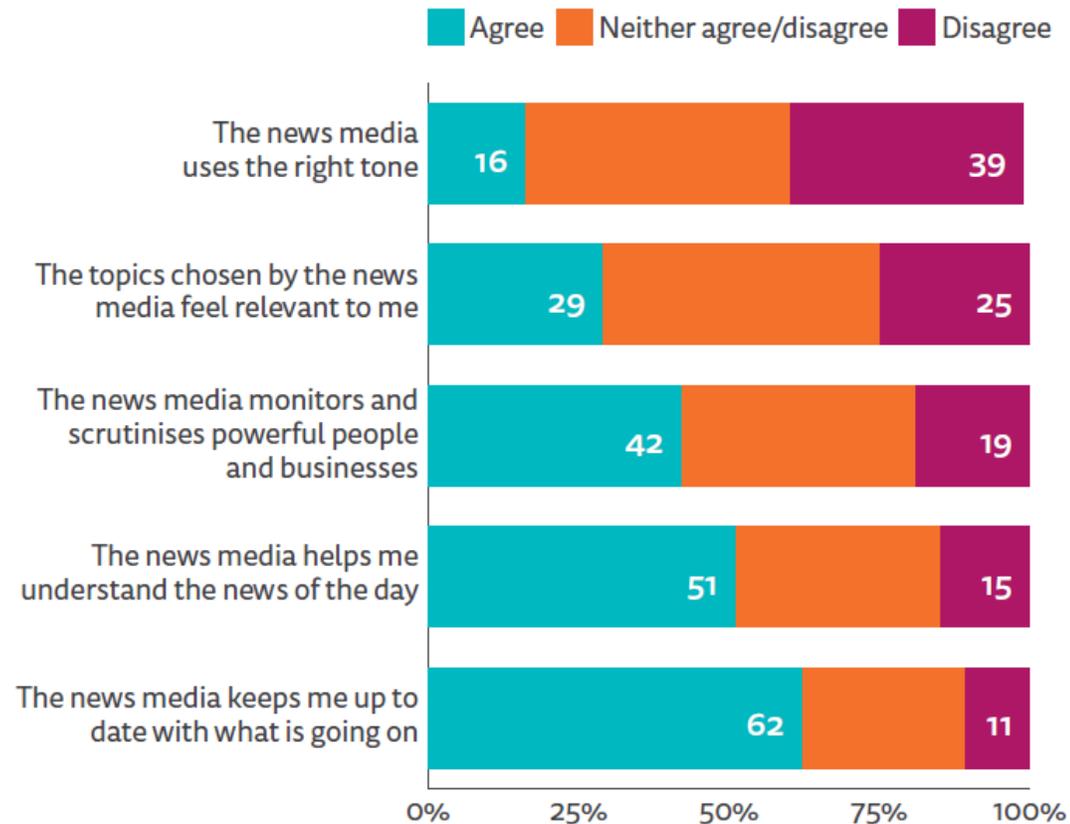
36 Prozent der Befragten weltweit gehen Journalismus oft oder zumindest manchmal aus dem Weg, ein Anstieg um sieben Prozentpunkte seit 2017.



Q1di\_2017. Do you find yourself actively trying to avoid news these days? Showing code for often or sometimes and never  
Base 2023: Global: 93895 **NOTE:** Number of markets grew from 36 in 2018 to 46 in 2021 onwards

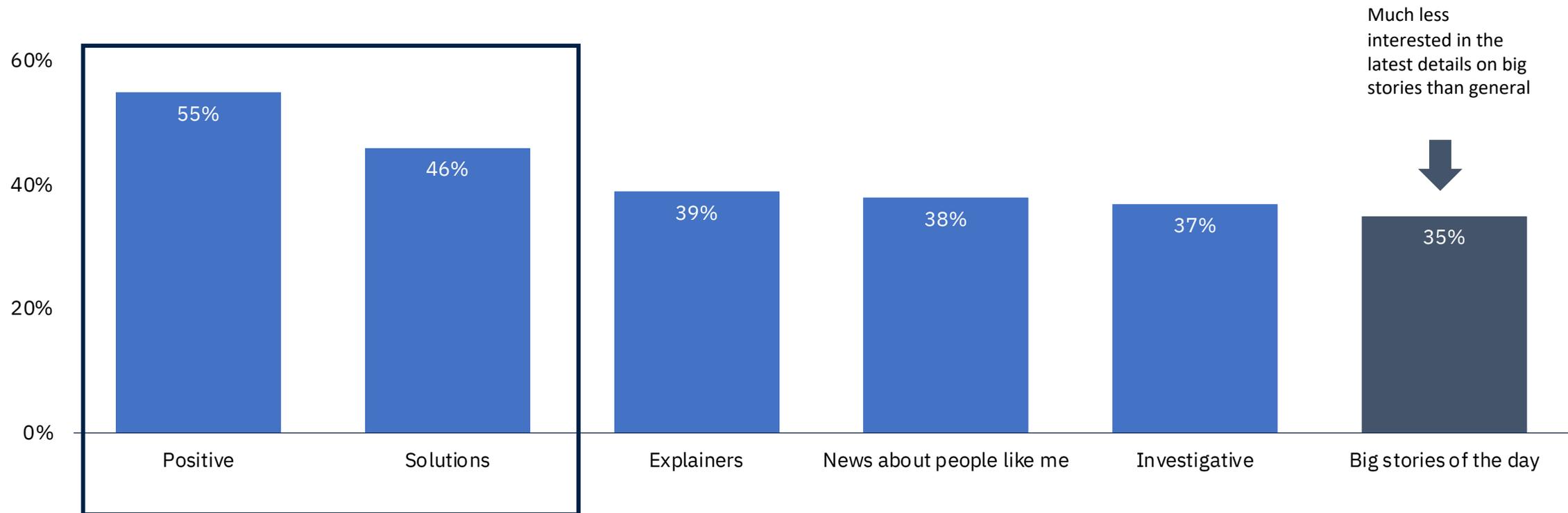
# Aktuell – aber nicht relevant und ansprechend genug (2019)

Proportion that agreed with each attitude towards the news – All Markets



# Was gegen Journalismus-Überdruß helfen könnte

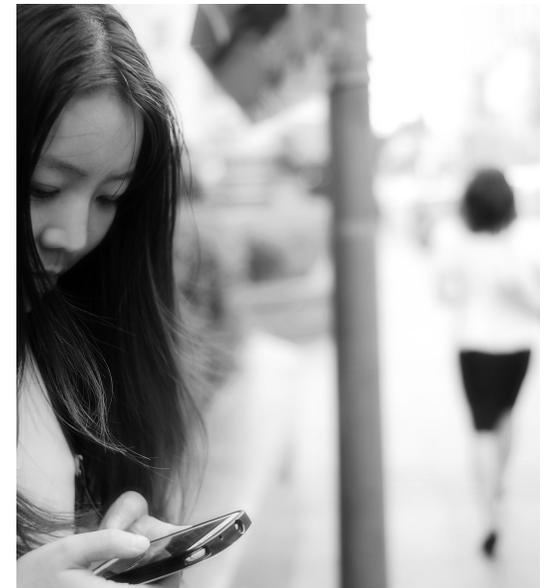
*Nachrichten-Vermeider interessieren sich mehr für Lösungen und weniger für Aktuelles zu großen Geschichten*



**News\_interest\_2023** How interested are you, if at all, in the following types of news?  
Net: Interested Base: Those who avoid the news sometimes or often: Global: 22467

# Folge: Journalismus und der digitale Graben

- Die Digitalisierung verstärkt die soziale Ungleichheit im Nachrichtenkonsum. Wer gebildet ist, findet sich gut zurecht und nutzt mehr Quellen, wer das nicht ist, konsumiert weniger Journalismus als in der alten Print/TV Welt.
- Reichweiten-Journalismus, angezählte Geschäftsmodelle und Talente-Mangel hinterlassen eine Lücke im Lokalen, vor allem auf dem Land.
- Journalistinnen und Journalisten haben die Pflicht, dem entgegenzuwirken, denn Journalismus ist unverzichtbar für die Demokratie.



A photograph of a man in a dark suit and purple tie standing in the center of a media scrum. He is surrounded by numerous people holding cameras, microphones, and smartphones, all focused on him. The background shows a large, classical-style building with many windows and a set of stairs. In the distance, several people in white uniforms are visible. The scene is outdoors and appears to be a high-profile event or press conference.

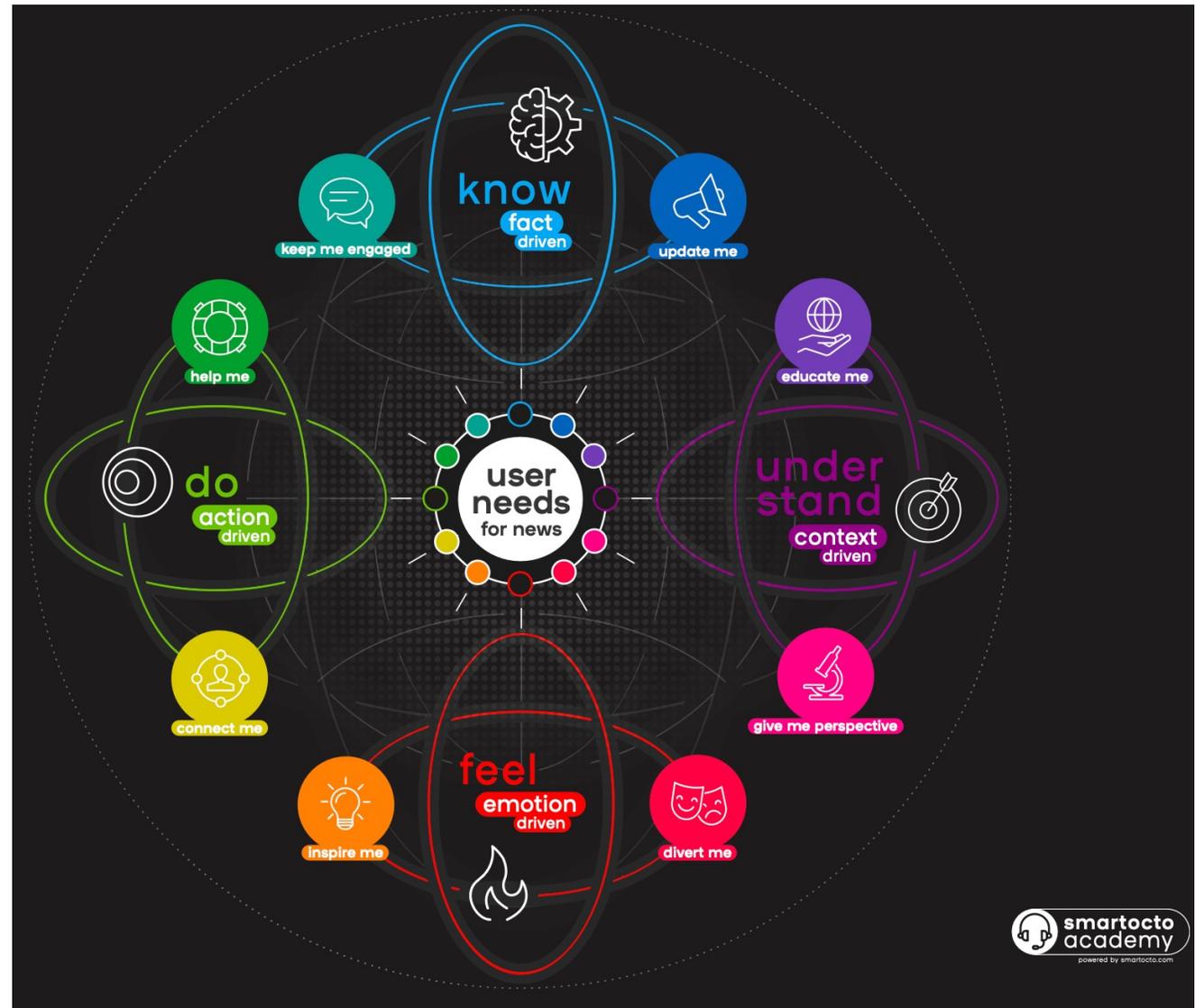
# Sieben wichtige Kompetenzen für Journalistinnen und Journalisten

Prof. Alexandra Borchardt, PhD

# 1. Geschäftsmodelle und Produkte verstehen

## Kompetenzen und Kenntnisse:

- „Jobs to be done“ (C. Christensen),
- „User needs“ (D. Shishkin)
- Strategie-Entwicklung
- Zielgruppen statt Publikum
- Geschäftsmodelle
- Produktentwicklung
- Gründen/Entrepreneurship
- Fundraising



## 2. Künstliche Intelligenz verstehen und nutzen

### Anwendung:

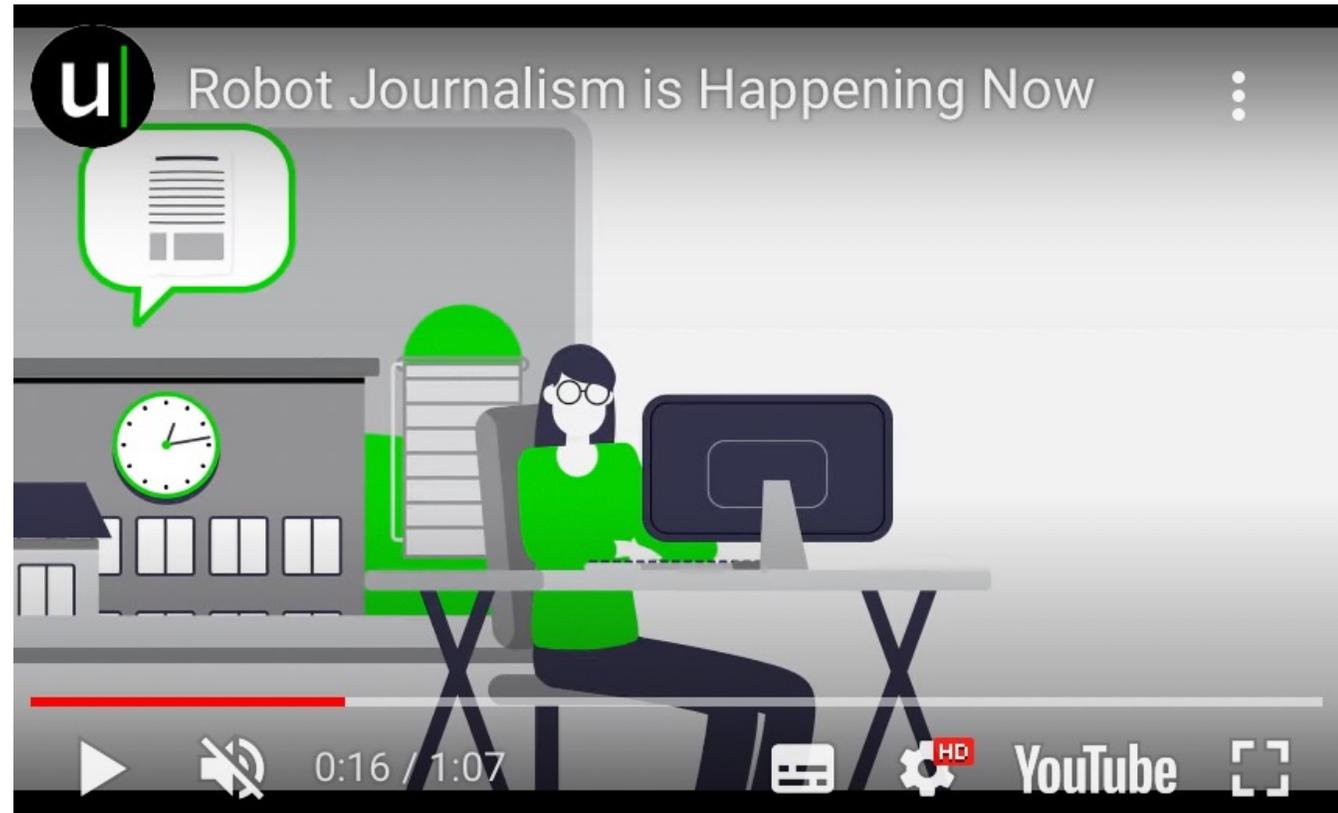
- Recherche
- Produktion
- Distribution

### Chancen:

- neue Formate
- Arbeitshilfen
- Personalisierung

### Risiken:

- Desinformation,
- Sinkende Sichtbarkeit von Verlagsangeboten,
- Inhalte-Überfluss



# 3. Mit Zahlen und Daten umgehen können

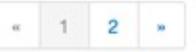
## Storytelling:

- Grundlagen des Datenjournalismus
- Visualisierung
- KI-gestützter Datenjournalismus

## Management:

- Nutzungsdaten deuten, auswählen, entwickeln
- Nutzende loyalisieren (Funnel-Management)

## Chart Gallery See what others created with Datawrapper recently



Welcome to the public gallery of Datawrapper charts. Here you can see the nice charts that other users have created recently. Click on the charts to see the interactive version.

### By Visualisation

- [Line Chart \(7\)](#)
- [Column Chart \(7\)](#)
- [Donut Chart \(2\)](#)
- [Pie Chart \(2\)](#)
- [Bar Chart \(2\)](#)

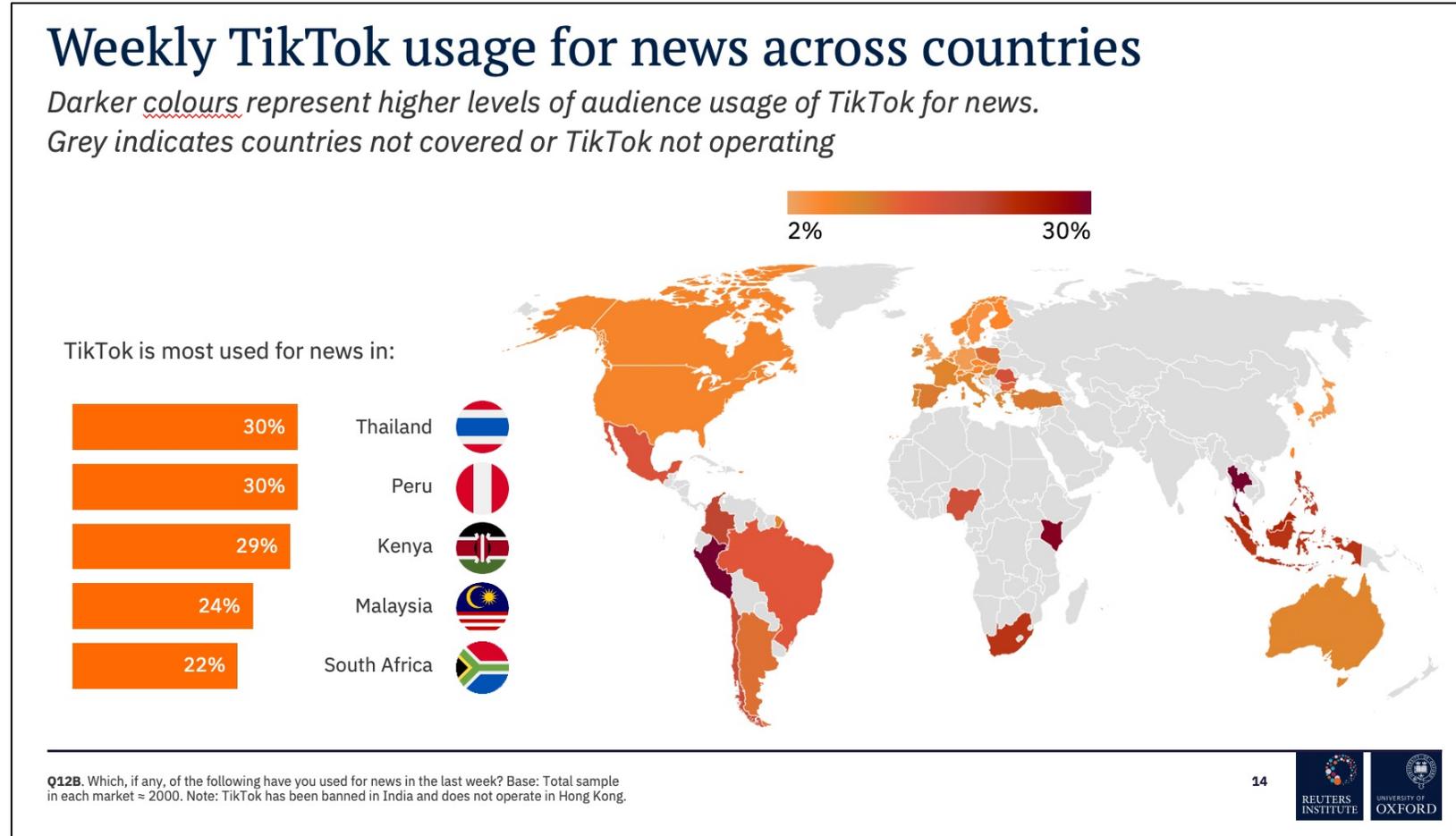
### By Month

- [November 2012 \(5\)](#)
- [October 2012 \(11\)](#)
- [September 2012 \(3\)](#)
- [July 2012 \(1\)](#)



# 4. Freude an kurzen und spielerischen Formaten

- Kurze Video-Formate
- Gamification
- Humoristische Formate



# 5. Wissen zu Klimawandel und Nachhaltigkeit

- Fakten-Wissen zu Klima und Biodiversität
- Klima als Querschnittsthema
- Wissen über wirksame Klimakommunikation
- Klimajournalismus-Strategie



# 6. Forschung kennen und anwenden

- Kommunikationsforschung
- Mediennutzungs-Forschung
- Diversitäts-Forschung
- Psychologie
- Neurowissenschaft



# 7. Kenntnisse in Projekt- und Change-Management

- Projekte entwickeln
- Stakeholder identifizieren und managen
- Agiles Experimentieren



# Starker Journalismus ist Journalismus, der ...

- ... Zielgruppen kennt und bedient.
- ... Plattformen bespielen kann.
- ... KI bewusst und strategisch einsetzt.
- ... Diversität fördert und abgleicht.
- ... seine Wächterfunktion ausbaut.
- ... sich mit seiner Wirkung beschäftigt.
- ... den Ansprüchen, die er an andere stellt, selbst gerecht wird.

Ihre/Eure Fragen?

[mail@alexandraborhardt.com](mailto:mail@alexandraborhardt.com)

[www.alexandraborhardt.com](http://www.alexandraborhardt.com)

@AlexaBorhardt

Prof. Alexandra Borhardt, PhD

