

P R E S S E M I T T E I L U N G

Erst jeder vierte Journalist nutzt Twitter

Recherchen und Kontakte stehen im Fokus – Nutzer sind meist täglich auf www.twitter.com – Nutzen umstritten – Steigende Bedeutung erwartet

Frankfurt am Main, 25.1.2010 – Etwa jede vierte Journalist in Deutschland nutzt bereits Twitter für seine Recherche und Kontaktpflege. Bei einer Umfrage unter rund 3.000 Politik- und Wirtschaftsredakteuren deutschsprachiger Medien bezeichneten sich 23 Prozent als Twitter-Nutzer für berufliche Zwecke. 77 Prozent sind laut der Umfrage der Cortent Kommunikation AG noch nicht in dem Microblogging-Dienst aktiv.

Grund genug also für Unternehmens-Pressestellen, regelmäßig zu twittern? Nicht unbedingt, zeigt die Umfrage: Zwei Drittel der twitternden Journalisten folgen nämlich bevorzugt unabhängigen Experten und Branchenkennern, z. B. anderen Journalisten. Weniger als zehn Prozent sind Follower von Unternehmens-Pressestellen, und die Zahl der Follower von Werbe- und Marketing-Tweets der Unternehmen geht gegen Null.

„Unternehmens-Pressestellen sind daher gut beraten, gerade bei ihrer Präsenz in Social Media wie Twitter auf die bewährten Qualitätsmerkmale der PR zu achten: Schnelligkeit, Relevanz, das richtige Dosieren und die Seriosität der Nachricht“, erklärte Volker Siegert, einer der Inhaber von Cortent Kommunikation.

Wer Twitter einmal für seine journalistische Arbeit angezapft hat, bleibt dem Dienst auch treu. Jeder zweite Nutzer ist nach eigenen Angaben täglich auf www.twitter.com aktiv und sucht nach interessanten Nachrichten und Kontakten. Dass Twitter nur eine Eintagsfliege ist und bald wieder aus der Web-2.0-Welt verschwinden wird, glaubt die große Mehrheit der twitternden Journalisten nicht. Etwa jeder Zweite rechnet sogar mit einer steigenden Bedeutung von Twitter für den Journalismus.

Ob das Twittern den Journalisten tatsächlich etwas bringt, darüber gibt es geteilte Meinungen. Von Aussagen wie „Hintergrundinfos sind zu finden, ehe sie im Web und der Zeitung landen“ über „Schnelle Informationen - kurz und knapp“ bis hin zu „Man kann den größten Unsinn von Selbstdarstellern erfahren“ war bei der Umfrage von Cortent alles zu hören.

Nutzerzahlen in Deutschland steigen rasant

Dabei ist die genaue Zahl der Twitter-Nutzer noch immer ein Geheimnis, weil Twitter selbst diese nicht veröffentlicht. Laut dem Technikblog „Techcrunch“ zählt der Microblogging-Dienst 52 Millionen registrierte Kunden, von denen allerdings über ein Drittel noch nie einen einzigen Tweet gesendet hat. Laut aktuellen Zahlen der Werbemarktforscher Nielsen soll es Mitte 2009 in Deutschland 1,8 Millionen „Nettonutzer“ gegeben haben – das sind diejenigen, die Twitter mindestens einmal im Monat besuchen. Ihre Zahl hat sich laut Nielsen gegenüber Anfang 2009 verdoppelt.

- Ende der Pressemitteilung -

Kontakt:

Cortent Kommunikation AG
Clemensstr. 3
60487 Frankfurt

t: 069 5770300-0
f: 069 5770300-10
info@cortent.de
www.cortent.de

Die Cortent Kommunikation AG ist die inhabergeführte Berateragentur für Unternehmenskommunikation und Öffentlichkeitsarbeit. Das Team aus Journalisten, PR- und IR-Managern, Coaches und Analysten entwickelt Strategien zur zielgruppen-genauen Kommunikation in den Bereichen Public Relations, Pressearbeit, Mitarbeiterkommunikation, Finanzkommunikation/IR, Corporate Publishing, Coaching und Kommunikationsmanagement.