



Universität Hamburg  
DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Prof. Dr. Volker Lilienthal

**TRIMEDIALITÄT. DIGITALER JOURNALISMUS AM**

**BEISPIEL VON BILD**

***04.11.2021***

# DREI DIMENSIONEN DER DIGITALISIERUNG

Produktion	Produkte	Distribution
<p>Druckbedingter Redaktionsschluss entfällt, Möglichkeit der permanenten Aktualisierung und Erweiterung von Inhalten. Aber: begrenzte redaktionelle Ressourcen</p>	<p>Dynamische Websites: dynamisch, aktuell in Permanenz, integrativ hinsichtlich der Darstellungsformate und interaktiv Informationsmenge: tendenziell unendlich</p>	<p>&gt;&gt; Kommunikation mit Publikum, Problem: Hate Speech, potenziell abschreckend für Stammpublikum, Aufgabe des Community Managements Zielgruppenspezifische Werbung</p>
<p>Erweiterte Anforderungen an journalistische Kompetenz: Schreiben können allein genügt nicht mehr. Erwartungen an Schnellberichterstattung auf sozialen Netzwerken, zusätzliche Umsetzung von Inhalten in Bild und Ton (Storytelling)</p>	<p>ePapers (digitale Duplikate von Papiausgaben) - konventionell Dagegen der Megatrend Mobile: Inhalte müssen für das kleine Display von Smartphones konfektioniert werden („Responsive Design“)</p>	<p>&gt;&gt; Ausbau der verkauften „Auflage“, Kompensation von Verlusten bei der verkauften Druckauflage. Gestalterisch kaum innovativ</p>
<p>Digitale Recherche, Effekt auf mögliche Quellenvielfalt, aber auch Informationsmenge, die verarbeitet sein will. Neue Kompetenzanforderungen: wenn nicht Coding, so doch solide Software-Skills. Technisierung des Berufsbilds</p>	<p>Digitale Ausgaben mit Surplus (Aktualisierung, zusätzliche Leseangebote, modularer Aufbau von Infopaketen, integrierte Audios und Videos, Formate mit Storytelling, Beispiel: SZ Digital)</p>	<p>&gt;&gt; Innovatives Angebot für Abonnenten, die Abschied vom Papier nehmen wollen, exquisite Anmutung („digitaler Touch“) erwarten und Medien vorzugsweise auf mobilen Endgeräte rezipieren Werbung: eher wenig, abhängig von Verbreitungsgrad</p>

Produktion	Produkte	Distribution
<p><b>Digitale Recherche: Leaks und Big Data, Monitoring von Sozialen Netzwerken. Neues Arbeitsgebiet Datenjournalismus, neuer infrastruktureller Bedarf an Hard- und Software</b></p>	<p>Podcasts / Vodcasts</p>	<p>Markentransfer, Zweitverwertung von Inhalten, Erschließung neuer Zielgruppen. Jedoch: Monetarisierung kaum möglich</p>
<p><b>Community Management als neues Tätigkeitsfeld</b></p>	<p>Präsenzen auf sozialen Netzwerken mit entsprechend angepassten Formaten</p>	<p>&gt;&gt; Kommunikation mit Publikum, Moderationsaufgabe, Community Management</p>
<p><b>Redaktionelle Führungsaufgabe: Ressourceneinsatz für eine Vielzahl von Publikationsformaten und –plattformen, kleinteilige Qualitätskontrolle. Ein Mehr an Aufgaben vor dem Hintergrund von Personalabbau</b></p>	<p>Line extensions (vorzugsweise Fernsehen, Beispiele: Spiegel TV, Stern TV, BILD TV) Vice versa Rundfunk: Leseangebote, Verschriftlichung von Interviews, Mediatheken: Linearität bedeutet nicht mehr Vergänglichkeit und „Versendet“ - Konvergenz</p>	<p>&gt;&gt; Markentransfer, bei BILD: Generierung von Inhalten</p>
<p><b>„Corona-Effekt“: mobiles Arbeiten zuhause und unterwegs, vorübergehende Auflösung der Redaktion als Arbeitszusammenhang, möglicher Langzeiteffekt</b></p>	<p>Newsletter via E-Mail</p>	<p>Markentransfer, aktuelle Dienstleistung für Abonnenten und andere (Erschließung neuer Zielgruppen), Monetarisierung: schwierig, Tagesspiegel versucht es</p>

## ...und es geht ja noch weiter

- Automatisierte Textproduktion
- Nutzung wird in Echtzeit gemessen und wirkt zurück auf das Verhalten einer Redaktion und deren Publikationen – Anpassung an Publikumsinteressen
- Einfluss der Plattform-Algorithmen auf die Chance für Journalismus, überhaupt wahrgenommen zu werden
- Usw. usf. – kein Anspruch auf Vollständigkeit

## Lohnt sich der ganze Aufwand?



**Funke** erweitert sein Digital-Team in Erfurt und lässt von dort aus ab 2022 seine Reichweiten-Portale betreuen, darunter das NRW-Portal **DerWesten.de**, **Moin.de** in Hamburg und **Thueringen24.de**. Auch Themen-Portale wie **BildDerFrau.de** und **futurezone.de** werden in Thüringen angesiedelt. Auf wie viele Beschäftigte das Team wächst, sagt Funke

bisher nicht. Unklar ist auch, ob der neue Digital-Hub nur technisch oder auch journalistisch arbeitet.

**kress.de**

## Michael Andree („Atlas der digitalen Welt“) in FAZ-Interview

**Die großen Medien sind doch online präsent. Was heißt, weitgehend verschwunden?**

Unsere Zahlen stehen in einem krassen Widerspruch zu den bekannten Informationen. Was man kennt, sind Nettoreichweiten, und die sind oft riesig (bei Spiegel.de etwa circa 29 Millionen). Das sagt aber nichts aus, denn auch ein Aufruf von wenigen Sekunden zählt als Reichweite. Deshalb weiß die Öffentlichkeit gar nicht, wie alarmierend die Situation tat-

sächlich ist. Wir haben in unseren Messungen eine repräsentative Stichprobe von 16 000 Menschen über drei Monate durchgängig auf allen Geräten vermessen und Milliarden von Abrufen ausgewertet. Die Zahlen sind eindeutig: Die Menschen nutzen diese Onlineangebote so gut wie gar nicht. Spiegel.de wurde von den Nutzern durchschnittliche 18 Minuten, Sueddeutsche.de durchschnittlich neun Minuten gelesen – und zwar nicht am Tag, sondern im Monat. Diese Nutzungszeiten sind tatsächlich mikroskopisch gering.

## BILD als Groß-Redaktion

- Angabe Reichelt: **600 Mitarbeiter:innen** nach Personalabbau (-100)

<b>BILD</b>	<b>571</b>
BILD Digital (bild.de und „altes“ Web-TV)	152
BILD Live neu	21
<b>Summe</b>	<b>744</b>

Alle Angaben in „Vollzeit-Äquivalenten“ (FTE) und *incl. Sekretärinnen, Layouter, Producer, Grafiker etc.* (Quelle: B25)

LIVE AUS BERLIN-NEUKÖLLN



TIL BIERMANN LIVE AUS BERLIN

# POLIZEI HAT DIE DEMONSTRATION UMGELEITET

ZEI IN ALARMBEREITSCHAFT +++ HAMAS FEUERT WEITER RAKETEN AUF ISRAEL AB +++ ISRAEL GREIFT TUNNELSYSTE



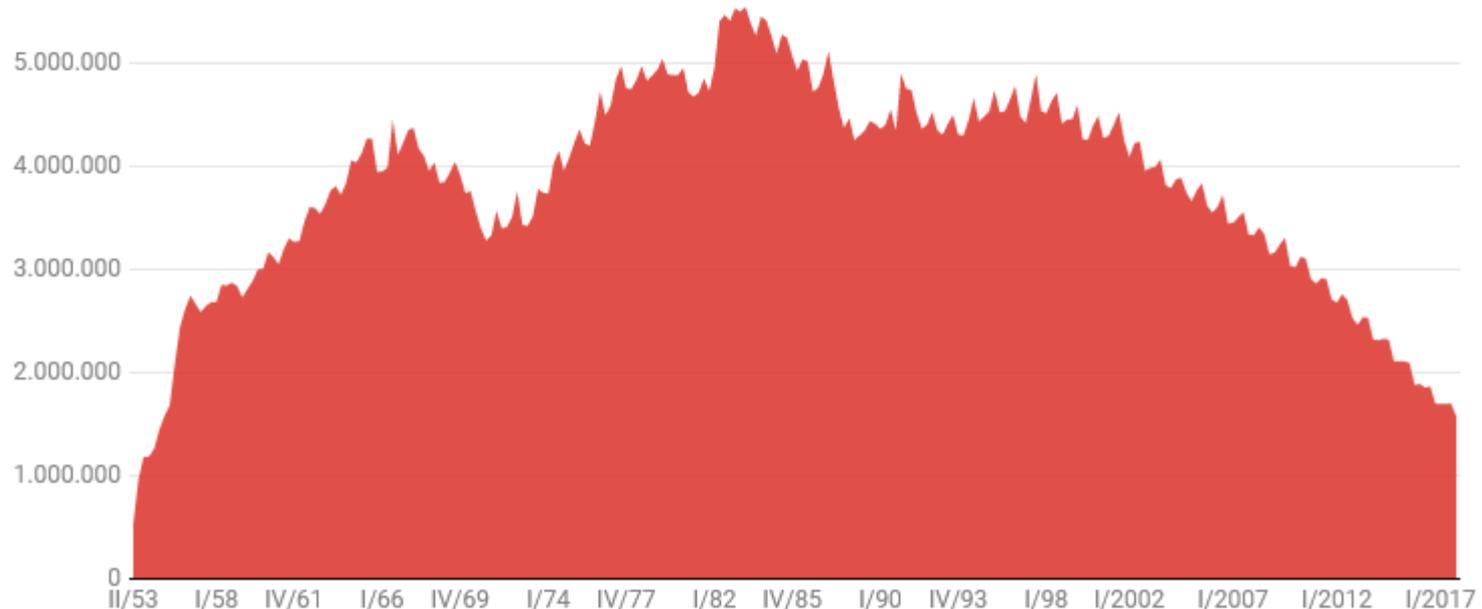
**PETER WILKE LIVE AUS BERLIN**

**„DIE STIMMUNG IST SEHR AGGRESSIV“**

**L AB +++ ISRAEL GREIFT TUNNELSYSTEM DER HAMAS AN +++ OFFENER JUDENHASS IN GANZ DEUTSCHLAND – ÜBER 2!**

- Auflagenentwicklung im historischen Vergleich

Die verkaufte Auflage der Bild im Langzeit-Trend



Grafik: MEEDIA • Quelle: IVW • [Get the data](#) • Created with Datawrapper

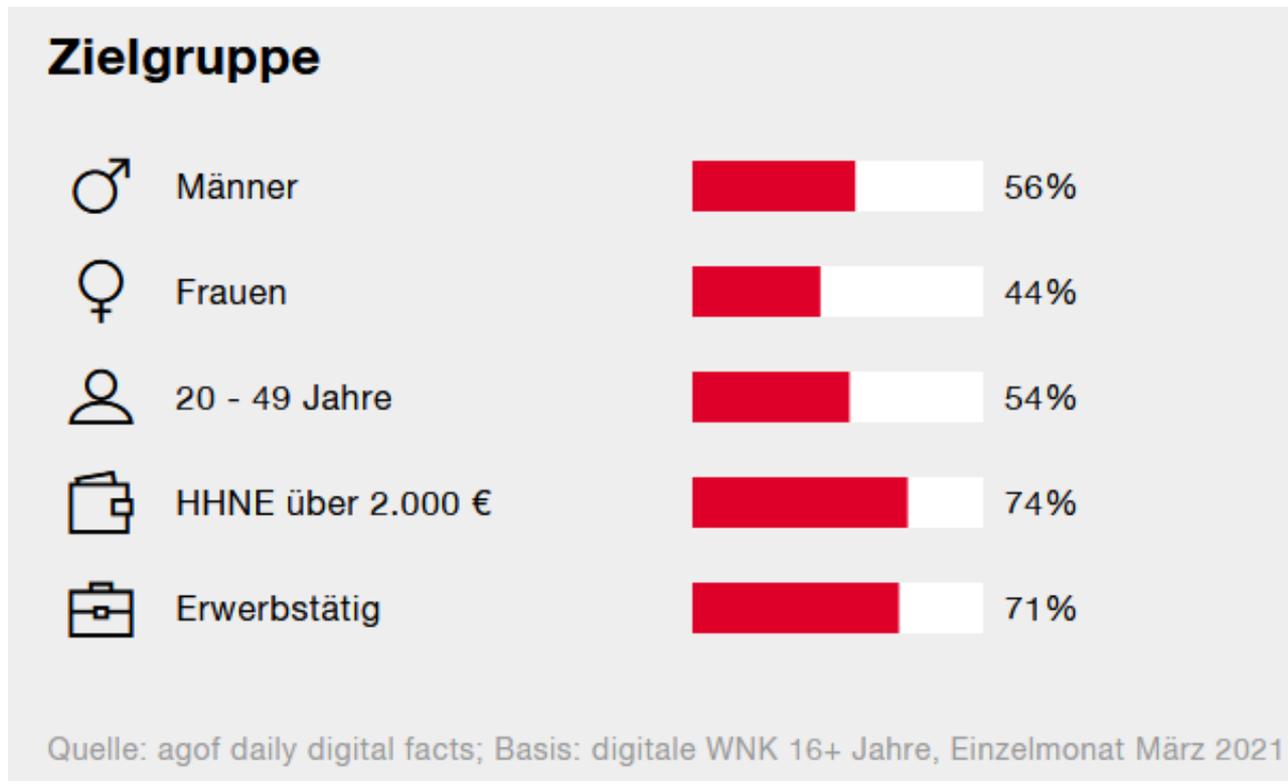
- **Reichweite BILD.de**

### Kennzahlen

	Monthly Unique User	24,50 Mio.
	Daily Unique User Gesamt	5,54 Mio.
	Daily Unique User Home	3,86 Mio.

Quelle: agof daily digital facts; Basis: digitale WNK 16+ Jahre, Einzelmonat März 2021 (Bildplus-Abonnenten eingeschlossen)

# • Nutzerstruktur BILD.de



## BILD Plus – ein Vermarktungserfolg

- 500.000 Abonnements (12/2020): „Paid Content, das ist die Auflage unseres digitalen Zeitalters“ (JR)
- Preise: 7,99 monatlich. Premium: 12,00 (+ B.Z., BamS)
- Alle Artikel hinter der Paywall, Videoabruf, ePaper
- Während tagesaktueller Zeitungsproduktion: Beurteilung von Inhalten auf „Verplussen“ und „Konversion“

# BILD in den Sozialen Netzwerken

**Community** Alle ansehen  
 **2.543.525 Personen gefällt das**  
 **2.527.682 Personen haben das abonniert**




**Bild**  
 1.60m Subscribers  
Wir wissen, was euch bewegt, was Reibung erzeugt! Wir snappen Emotionen, wie es nur BILD kann.




**bild** Abonnieren ...  
 12.329 Beiträge   635k Abonnenten   269 abonniert  
**BILD**  
 Folgt uns für aktuelle News!  
 @sport\_bild • @bild\_promis • @info.bild • @bildshop.de • @bildbet  
 DSE: on.bild.de/DSE | Impressum: on.bild.de/IM  
 instagram.bild.de




**BILD** ...  
 @BILD  
 Hier bekommt ihr rund um die Uhr News aus Deutschland und c  
[on.bild.de/BILInfo](https://on.bild.de/BILInfo) · Datenschutz: [on.bild.de/DSE](https://on.bild.de/DSE)  
 Berlin [on.bild.de](https://on.bild.de) Seit Oktober 2007 bei Twitter  
 525 Folge ich   **1,7 Mio.** Follower

## BILD Live – noch keine testierten Zahlen

### Marktanteile: 1% in der Spitze (Zielgruppe 14-49 Jahre)

- Sondersendung US-Präsidentschaftswahl: 11.166 Zuschauer
- Andere Live-Sendungen: zwischen 3.000 und 4.000
- Sondersendung zur Amokfahrt von Trier: 5069 Zuschauer

*(Quelle: Berliner Zeitung, 4. 12. 2020)*

## Start von BILD Live – hin zur Trimedialität

- Videoinhalte gab es schon immer auf BILD.de
- Produktion von Sendestrecken seit Frühjahr 2020, vorübergehende Reduktion mangels Kapazität
- Umbau der Redaktion: Personal, Studio, Technik
- August 2021: Start eines linearen Programm mit tgl. 24 Std. Programm:





## PROGRAMMINHALTE I

- TV-Chef Claus Strunz: „24/7 live-haftiges TV, informations- und meinungsstark“
- Live-Übertragung von Ereignissen, Berichte von Außenreportern werden im Studio kommentiert (Journalisten und Gäste), Paradebeispiele für Framing
- Live zu reportieren, auch wenn es nichts zu berichten gibt, wird auch von Mitarbeitern als sinnlos erlebt



**ÜBER 25 HETZ-DEMOS ANGEMELDET**

# **OFFENER JUDENHASS IN GANZ DEUTSCHLAND**

**ISRAEL GREIFT TUNNELSYSTEM DER HAMAS AN +++ OFFENER JUDENHASS IN GANZ DEUTSCHLAND - ÜBER 25 HETZ-DEMO**

## PROGRAMMINHALTE II

- Politikerinterviews werden in Zeitung zweitverwertet – Autorisierung wird umgangen
- Neue Talkshow-Formate wie „Die richtigen Fragen“ sollen dem Agenda Setting dienen. Unterhaltungsangebote, Fußball-Talk „Reif ist live“. Vorproduzierte Dokus mit Boulevard-typischen Themen und Machart
- Verdrängungseffekte BILD Live auf Webseite Bild.de

