



Angewandte Linguistik
IAM Institut für Angewandte
Medienwissenschaft

Publireportagen, Native Ads & Co: Wie viel PR verträgt der Journalismus?

IAM live
Mittwoch, 4. Mai 2022





IAM live 2022

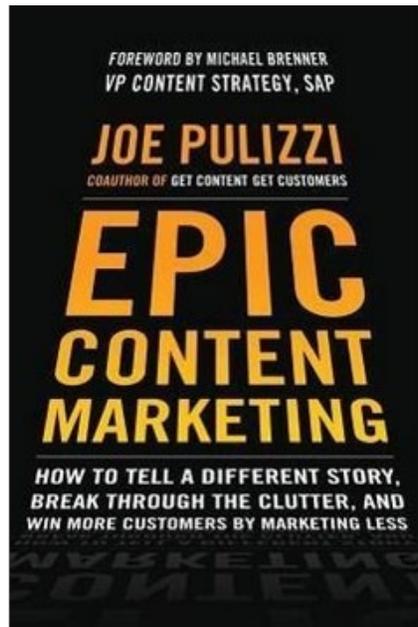
Impulsreferat

Sponsoring im Journalismus: Erkenntnisse aus einem Forschungsprojekt

Prof. Dr. Guido Keel

Institutsleiter, IAM

Die Grenze wird durchlässiger Die Perspektive der PR / der strategischen Kommunikation



«Grosse Marken kreieren ihre eigene Inhalte, ähnlich wie Medienunternehmen, statt Werbung um den Inhalt anderer zu platzieren.»

«My team (...) has been re-formed in the last year to look more **like an editorial team** (...). We are acting



as **newshounds** in the organization. It's very much **like at a newspaper or a magazine**. (...) We want to be a **credible source**.»

Ashley Brown, Director for Digital Communications

Die Grenze wird durchlässiger Die Perspektive des Journalismus(forschers)

2004, Ch. Neuberger **Lösen sich die Grenzen des Journalismus auf?**

2007, W. Loosen **Entgrenzung des Journalismus**
Entgrenzung gegenüber... (Kultur, Wissenschaft, Unterhaltung, etc.)
– der *Werbung*, wobei die Grenze zum redaktionellen Teil und damit
letztlich die **Autonomie des Journalismus zur Disposition steht (...)**

2015, M. Carlson / S. Lewis: «Boundary work»

«The concept of boundaries has become a central theme in the study of journalism. In recent years, the decline of legacy news organizations and the rise of new interactive media tools have thrust such questions as ‹what is journalism?› and ‹who is a journalist?› into the limelight.»

Beobachtung der Praxis: Die Grenze löst sich zunehmend auf.

	PR imitiert Journalismus	Journalismus öffnet sich gegenüber PR
Rollen	Brand/corporate journalists	Journalist:innen sind auch als PR-Autor:innen tätig
Organisation	CC organisiert sich in Corporate Newsrooms	Medienhäuser stärken nicht-journalistische Tätigkeiten, u.a. Corporate Publishing
Inhalte	Corporate Blogs, Corporate Publishing	Native Advertising / Sponsored Content

Inhalte: Native Advertising



PAID POST

Triff diese Skistars zur Autogrammstunde

Am 18. September von 14.30 – 15.00 Uhr bietet sich die Gelegenheit, diese Athletinnen und Athleten anlässlich einer Autogrammstunde von Swiss-Ski zu treffen.



#WIRSINDZUKUNFT

KLIMAWETTBEWERB

Gewinne mit deiner Klima-Idee 100'000 Franken

Für den ersten Clima Now Spotlight werden Ideen gesucht, die Menschen zum positiven Handeln bewegen. Die Stiftung vergibt insgesamt 175'000 Franken an drei Projekte.

👍 162 🗨️ 42 ...



PAID POST

Jans Weg an die Berufsmeisterschaften in Shanghai

Berufsmeisterschaften sind eine attraktive Plattform, um talentierte Jugendliche zu fördern. Die Lehrgänger und Lehrgängerinnen der Schweiz zählen in den technischen Berufen zu den besten der Welt.



#WIRSINDZUKUNFT

FÜR JEDEN TYP ETWAS

Welches E-Bike passt zu mir?

E-Bikes sind so populär wie noch nie. Doch nicht jedes E-Bike eignet sich für jede und jeden. Hier geben wir dir einen Überblick, worauf du achten solltest.

👍 560 🗨️ 4 📌 96 ...

Heute bleibt es trocken mit zeitweise etwas Sonne.

Jetzt Wetterbericht lesen



Weil die Bündnerin einst auf den Berufsber...
Holt Irina mit dem Blutdruckmesser eine Medaille?



Your Skills zeigen und WorldSkills besuchen
Wer ist gut genug für Abu Dhabi?



ANZEIGE

Musik und Wein in Wien
Klassischer Musik- & Weingenuß bei den Schloss Schönbrunn...



Können zeigen und Abu-Dhabi-Reise gewin...
Was hast du bisher in der Stifti gelernt?



Lehrberufe im Digitalisierungs-Check
Ist mein Job noch sicher?



Die Baumanns sind überzeugte Organspen...
«Im Fall der Fälle helfe ich anderen Menschen»

Dieses Tabakerzeugnis kann Ihre Gesundheit schädigen und macht abhängig. Ce produit du tabac peut nuire à votre santé et créer une dépendance. Questo prodotto del tabacco può nuocere alla tua salute e provocare dipendenza.

ANZEIGE

IQOS gratis selbst testen

Jedes neue IQOS bringt sie ein Stück weiter weg von der Zigarette.

Was sind Native Ads?

«Bezahlte Beiträge, die bezüglich **Aussehen** und **Funktion** dem Medienformat entsprechen, in dem sie erscheinen und so das Gefühl vermitteln, es handle sich um redaktionelle Beiträge.»



Branded Content: (...) Die **Erscheinungsform hebt sich vom normalen Layout des Trägertitels ab**. Diese Werbemittel sind mit dem Label «**Paid Post**» gekennzeichnet.

Native Advertising: (...) Die **Erscheinungsform ist mit dem Layout des Trägertitels identisch**. Diese Werbemittel sind mit dem Label «**Sponsored**» gekennzeichnet.



Mit Clyde in Richtung Freiheit fahren.

Paid Post

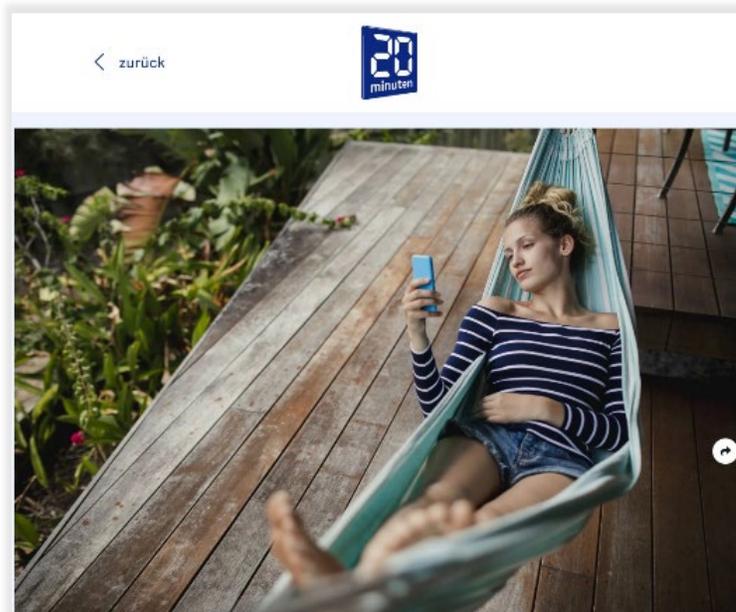
Deshalb ist das Auto-Abo unschlagbar

Ein Auto bei Clyde zu abonnieren bringt viele Vorteile mit sich. Nicht nur der Aufwand, auch die Kosten verhalten sich im Gegensatz zum Autokauf- oder Leasing je nach [Abo und Modell](#) günstiger.

Die monatliche Rate im Auto-Abo von Clyde ist komplett transparent. Unerwartete Kosten im Kleingedruckten? Fehlanzeige. Beim Abo bedarf es ausserdem keiner Anzahlung und den gesamten Papierkram übernimmt Clyde für dich. So hältst du nicht nur den Aufwand, sondern auch die Kosten auf günstigstem Niveau.

Die Vorteile gegenüber Leasing und Kauf

Clyde übernimmt in seinem Abo jegliche Kosten für Servicearbeiten und



Ob ein Unternehmen wirklich nachhaltig ist, lässt sich überprüfen.

Sponsored

Mehr als grüner Etikettenschwindel

Für Unternehmen vieler Branchen weltweit ist Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema. Schweizer Firmen wie Logitech oder Swisscom stehen diesbezüglich im Ranking ganz oben.

Nachhaltigkeit liegt im Trend – und das wird von vielen Unternehmen gerne ausgenutzt. Sie schreiben sich das Streben nach Klimaschutz und gegen die Verschwendung von Ressourcen auf die Fahnen. In aufwändigen Werbekampagnen ziehen sie sich ein grünes Mäntelchen über und profitieren dadurch. Doch nicht immer ist alles davon wirklich so nachhaltig.

The screenshot shows a news article on the zhaw website. At the top, there is a navigation bar with 'Front', 'Ukraine', 'Coronavirus', '#WIRSINDZUKUNFT', 'Schweiz', 'Abstimmungen', 'Mehr', 'Deal.ch', 'E-Paper', and 'Live TV'. Below the navigation bar is a green advertisement for Vaillant heat pumps, stating 'Sparen Sie bis zu 30% Energiekosten beim Heizen. Wärmepumpen von Vaillant.' with a 'Jetzt informieren' button. The main article is titled 'UNTERGETAUCHT Europaweit gesuchter Dieb in der Schweiz verhaftet' and is published on 31. März 2022, 12:34. The article text reads: 'Schweizer Beamte konnten am Grenzübergang Weil am Rhein einen international ausgeschriebenen Dieb fassen. Er wurde an die deutschen Behörden ausgeliefert und sitzt in Haft.' The author is Philippe Coradi. At the bottom, there is a photo of a police officer in a high-visibility vest walking on a paved area.

Berufsethische Normen: Pflicht zur Transparenz

Journalismus (Journalistenkodex)

Richtlinie 10.2

Bei gesponserten Medienberichten sind der Name des Sponsors transparent zu machen und die freie Themenauswahl und -bearbeitung durch die Redaktion zu gewährleisten.

Richtlinie 10.4

Journalistinnen und Journalisten redigieren keine interessen gebundenen Texte (Werbung und Public Relations), die ihre journalistische Unabhängigkeit beeinträchtigen.

PR (Kodex von Lissabon)

Artikel 4

Public Relations-Aktivitäten müssen offen durchgeführt werden. Sie müssen leicht als solche erkennbar sein, eine klare Quellenbezeichnung tragen und dürfen Dritte nicht irreführen.

Experiment zu Native Ads (1800 Teilnehmende)

Erkennen

Haben Sie erkannt, dass dieser Beitrag von einer externen Organisation gesponsert wurde? (Prozentangaben zeilenweise)

Stimulus	Ja, gleich zu Beginn	Ja, während des Lesens	Ja, ganz am Schluss	Nein	keine Antwort
Total (N=1800)	24%	24%	15%	35%	2%
FHNW/watson.ch	9%	21%	8%	61%	2%
Raiffeisen/blick.ch	34%	31%	9%	24%	1%
Carforyou/20min.ch	25%	25%	20%	28%	2%
Swisscom/20min.ch	32%	24%	16%	26%	2%
Raiffeisen/20min.ch	30%	22%	27%	19%	2%
Sem. de Goût / lematin.ch	13%	20%	12%	52%	2%

IAM-live-Experiment: Beitrag 1

Blick

WISSEN

Green | Wissen | BKW Home Energy bietet modulare Solar-Lösungen

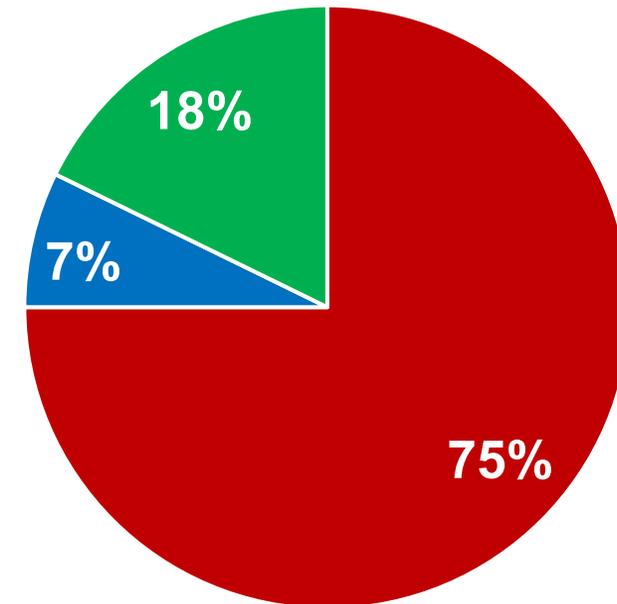
Anfragen extrem gestiegen

Parmelin-Effekt sorgt für Solarboom

Bundespräsident Guy Parmelin warnte im Oktober vor einem drohenden Strommangel ab 2025. Seither haben die Anbieter von Solaranlagen alle Hände voll zu tun.

Publiziert: 20.12.2021 um 00:59 Uhr



■ gesponsert ■ journalistisch ■ unklar

IAM-live-Experiment: Beitrag 2



Blick

🏠 | Mobil | Auto-News | Grüne Alternative zu AKW: Strom aus Solardächern über unseren Autobahnen

Grüne Alternative zu AKW

Solarstrom aus Dächern über der Autobahn

Innovative Idee aus der Schweiz: Mit Solar- und Windkraftanlagen überdachte Autobahnabschnitte sollen grünen Strom liefern und so den Wegfall der Atomenergie in den nächsten 20 Jahren kompensieren.

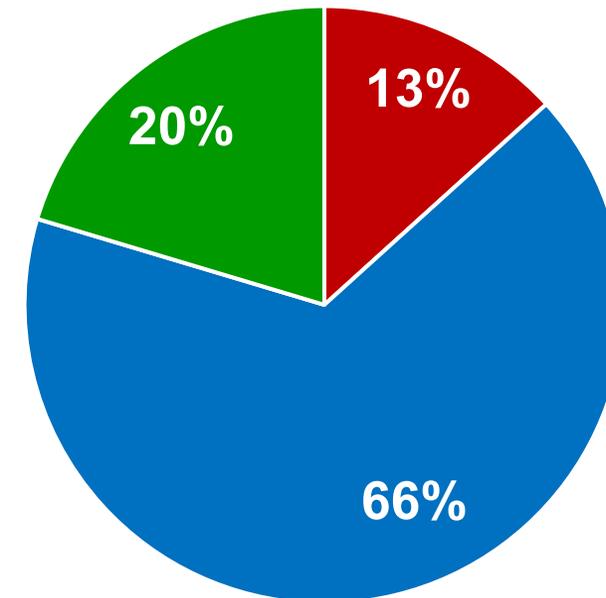
Publiziert: 03.08.2021 um 16:46 Uhr

📱 🐦 🗨️ 📧 🔗

🗨️ 51

z

SERAPIER AG



■ gesponsert ■ journalistisch ■ unklar

Experiment zu Native Ads (N=1800)

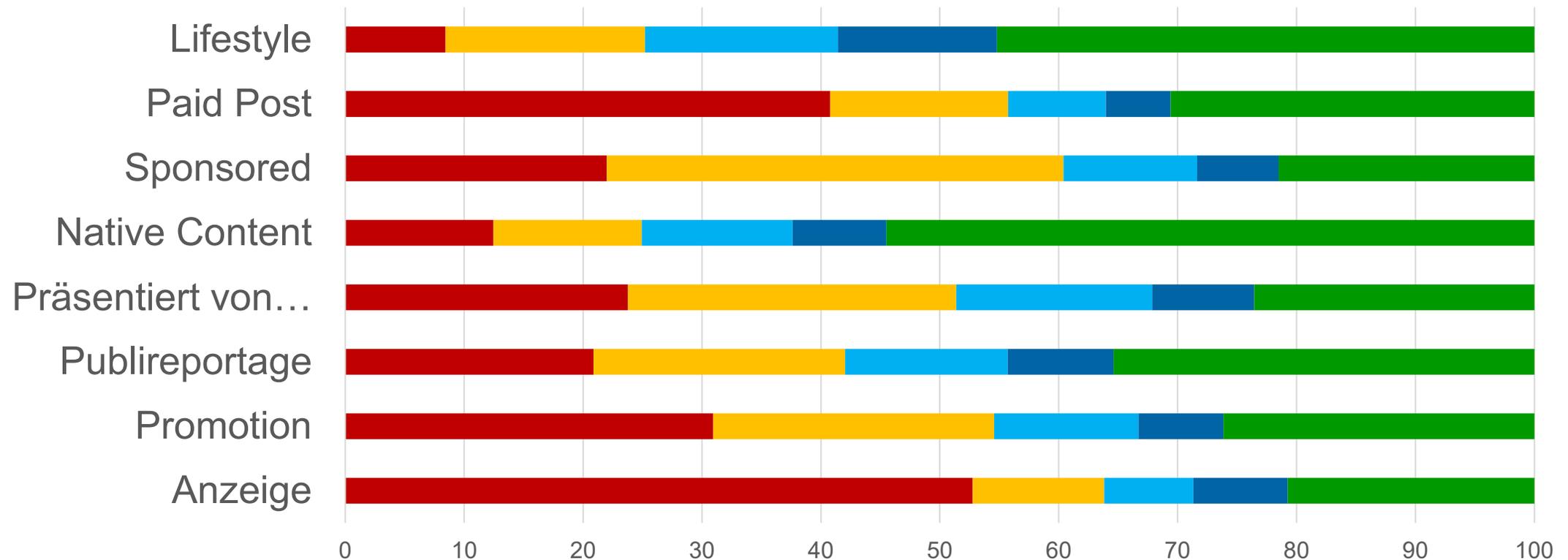
Verstehen I - Rollenteilung

Was bedeutet die Kennzeichnung, dass ein Artikel «in Zusammenarbeit mit >Sponsor<» entstanden ist? (mehrere Antworten möglich)

	Total N=1800	1	2	3	4	5 (fr)	6 (fr)
So erschienen, wie Auftraggeber verfasst hat	25%	11%	34%	25%	33%	29%	16%
Sponsor hat Artikel verfasst, Redaktion hat überarbeitet	38%	49%	35%	37%	37%	39%	30%
Sponsor hat Thema vorgeschlagen, Redaktion hat geschrieben	26%	29%	21%	26%	24%	23%	33%
Sponsor hat Medium bezahlt für Logo-Platzierung neben Artikel	41%	35%	45%	47%	50%	38%	32%

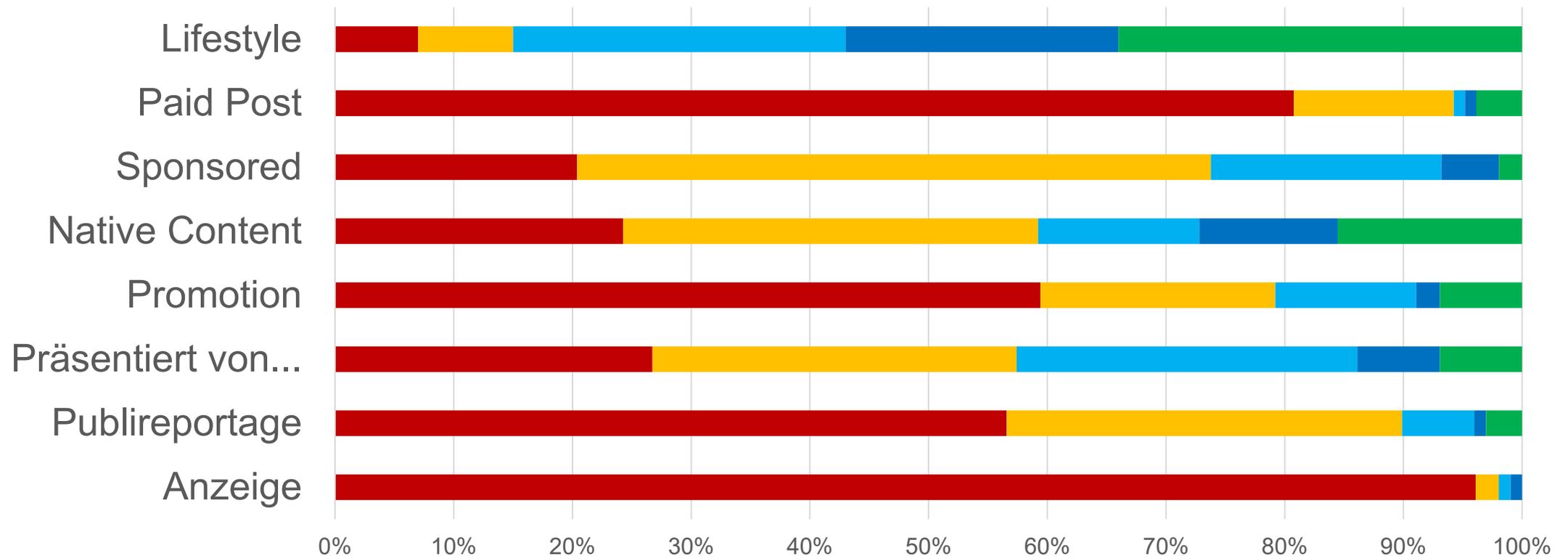
Experiment zu Native Ads (N=1800)

Verstehen II – Bezeichnungen



Sponsor... ■ bestimmt vollständig über den Inhalt ■ hat Mitsprache beim Beitrag
■ hat nur Einfluss auf das Thema ■ hat gar keinen Einfluss
■ Ich kann das nicht beurteilen

IAM-live-Teilnehmende



Sponsor... ■ bestimmt vollständig über den Inhalt. ■ hat Mitsprache beim Beitrag.
■ hat nur Einfluss auf das Thema. ■ hat gar keinen Einfluss.
■ Ich kann das nicht beurteilen.

Experiment zu Native Ads (N=1800)

Bewerten – Informationsgehalt

Wie informativ finden Sie den Artikel?

(mit und ohne Hinweis; „mit“ nur diejenigen, die das Sponsoring erkannt haben)

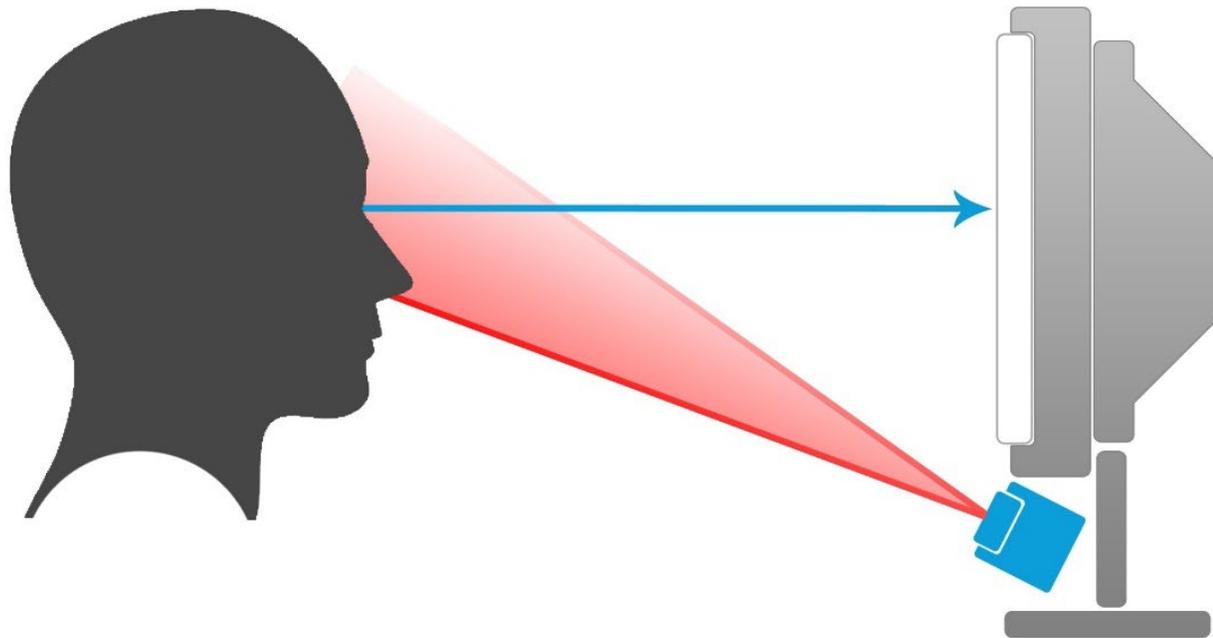
	Ohne Hinweis (N=1790)	Mit Hinweis (N=1128)	Differenz (in Prozentpunkten)
Sehr informativ	11%	11%	0
Eher informativ	54%	57%	-3
Eher wenig informativ	32%	29%	3
Gar nicht informativ	4%	4%	0



Online-Experiment: Erkenntnisse

1. Native Ads werden sehr unterschiedlich gut erkannt.
2. Die Identifikation ist abhängig von Deklaration, Nutzungsgerät, Bildungshintergrund, Alter.
3. Mediennutzer:innen verstehen die Bedeutung der Bezeichnungen häufig nicht.
4. Die Beurteilung von Informationsgehalt und Glaubwürdigkeit ist kaum davon abhängig, ob ein Beitrag als Native Ad erkannt wird.

Eye Tracking (N=24) Hinweise werden nicht beachtet



Ob ein Unternehmen wirklich nachhaltig ist, lässt sich überprüfen.

Sponsored

Mehr als grüner Etikettenschwindel

Für Unternehmen vieler Branchen weltweit ist Nachhaltigkeit ein wichtiges Thema. Schweizer Firmen wie Logitech oder Swisscom stehen diesbezüglich im Ranking ganz oben.

Nachhaltigkeit liegt im Trend – und das wird von vielen Unternehmen gerne ausgenutzt. Sie schreiben sich das Streben nach Klimaschutz und gegen die Verschwendung von Ressourcen auf die Fahnen. In aufwändigen Werbekampagnen ziehen sie sich ein grünes Mäntelchen über und profitieren dadurch. Doch nicht immer ist alles davon wirklich so nachhaltig, umweltschonend oder sozial gerecht, wie angegeben. Kleines Beispiel dazu: Am Dokumentarfilmfestival verkaufte eine Firma Leitungswasser in Tetrapak. Darauf stand sinnigemäss: «Trinken Sie der Umwelt zuliebe so oft wie möglich Leitungswasser». Ein Paradox, auf das natürlich längst nicht alle hereinfallen. Eine aktuelle Umfrage hat ergeben, dass gerade einmal acht Prozent der 16- bis 60-Jährigen davon überzeugt sind, dass Unternehmen tatsächlich rundum verantwortungsvoll agieren.

Glaubwürdig dank Rankings

Und doch gibt es weltweit Konzerne und Unternehmen, die sich der Bedeutung der Nachhaltigkeit sowohl für ihre Kund*innen, als auch für ihre Aktionäre bewusst sind. Viele Firmen gehen sogar noch einen Schritt weiter: So konzentrieren sich die Nachhaltigkeitsbemühungen denn auch nicht nur auf Umweltfragen, sondern auch auf die Pflege des sogenannten Humankapitals – also auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Eye-Tracking Erkenntnisse

1. Der Hinweis wird häufig nicht angeschaut.
2. Wenn er gesehen wird, wird er häufig als unabhängig vom Artikel verstanden.
3. Auch wenn der Hinweis gesehen wird und explizit ist, bleibt unklar, wie der Sponsor Einfluss auf den Artikel nahm.

Carvolution-CEO Olivier Kofler: «Die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden stehen im Fokus.»



Das ist ein bezahlter Inhalt, präsentiert von Carvolution

Der Global Automotive Executive **Survey** 2020 des Wirtschaftsprüfer KPMG bringt es auf den Punkt: Die Autoindustrie muss neue Vertriebsmodelle entwickeln. Das heisst, flexible, kostengünstige Angebote schaffen. Dabei glauben die befragten Führungskräfte der Automobilindustrie, dass Abonnements die Zukunft sind und sogar dereinst das Leasing ersetzen werden.

Fazit

«Die Grenze zwischen Journalismus und strategischer Kommunikation löst sich zunehmend auf.»

- ... und das Publikum merkt es nicht.
- Das ist nicht immer, aber in bestimmten Kontexten problematisch.
- Um die Transparenz und Sensibilität zu erhöhen, wäre eine einheitliche Praxis und eine stärkere öffentliche Thematisierung nötig.