

Interview-Leitfäden

1. Interview-Leitfaden Verlagsmanager*innen

Einführung und zur Person

- Können Sie kurz ihren Werdegang und ihre Rolle im Unternehmen beschreiben? (Wenn der Wunsch auf Anonymisierung besteht, wird dieser Punkt nicht veröffentlicht.)
- Was waren aus Ihrer Sicht die größten Umbrüche der vergangenen drei Jahre, was die Digitalstrategie ihres Unternehmens angeht?

Digitale Revenue-Strategien

- Können Sie uns ungefähr den Einnahmenmix ihres Unternehmens (Offline-Werbung, Online-Werbung, Print- und digitale Abos, andere Erlösquellen) verraten?
 - Wie gestaltet sich das Ihrer Erwartung nach in den kommenden fünf Jahren?

Projektförderung durch die Digital News Initiative

- Wie würden Sie die Google News Initiative einer branchenfremden Person erklären?
- Seit wann und mit welchen Projekten ist ihr Unternehmen bei GNI dabei?- Bei Nicht-Teilnahme: Gründe?
 - Für Nicht-Teilnehmer: Haben Mitbewerber damit etwas entwickelt, was sie selbst gerne entwickelt hätten? Unter welche Bedingungen würden Sie mitmachen?
 - Fördersumme(n)?
 - Welchen Einfluss hatte Förderung für das Zustandekommen des Projektes
 - Wie wird der Ausgang des Projekts beurteilt, wird es fortgeführt?
- Wer war im Unternehmen federführend an der Entwicklung des Projekts beteiligt?
 - Von wem kam der Impuls zur Beteiligung? Welche Position vertrat die Unternehmensleitung?
 - Woher kam die Idee für das Projekt / die Projekte?
- Wie funktioniert die Abstimmung mit der Redaktion bei der Entwicklung?
 - Gab es Widerstände?
- Was will Google aus ihrer Sicht mit der GNI bezwecken?
- Hat Google jemals mit Ihnen oder Vertretern ihres Unternehmens über politische Positionen gesprochen? (vgl. FT-Bericht über Info-Mail zur Urheberrechtsreform)?

- Wie stellen Sie sicher, dass die Kooperation mit Google derzeit oder auf längere Frist nicht die redaktionelle Berichterstattung beeinflusst?
- In welchen Bereichen würden sie eher nicht mit der Google News Initiative kooperieren?

Googles Rolle in der Branche

- Sind Sie bzw. ihre Organisation gelegentlich mit Vertretern von Google in Kontakt?
 - Wann das letzte Mal? Worum ging es?
 - Wie häufig kommt das vor?
- Haben Sie Veranstaltungen besucht, die von Google mitorganisiert oder mitfinanziert werden? (Beispiele: Newsgeist, IJF in Perugia)
- Hat ihr Unternehmen am Google-NewsLab-Programm teilgenommen? Wie waren Ihre Erfahrungen? Wurden Stipendiaten übernommen?
 - In welchem Umfang gestaltet sich die Teilnahme?
- Google bietet Trainings an, etwa im Bereich Datenjournalismus. Hat Ihr Unternehmen solche Trainings in Anspruch genommen? Wie waren ihre Erfahrungen?
 - In welchem Umfang gestaltet sich die Teilnahme?

Technische und wirtschaftliche Verflechtungen

- Können Sie Google-Dienste und-Produkte nennen, die für die Veröffentlichung, Verbreitung oder Monetarisierung ihrer Produkte wichtig sind?
 - Welchen Aufwand betreibt ihr Unternehmen für Suchmaschinen-Optimierung für die Google-Suche?
 - Experimentiert ihr Unternehmen derzeit mit neuen Formen der Monetarisierung via Google, etwa Sprachassistenten oder Subscribe with Google?
- Geht Google aus Ihrer Sicht auf Bedürfnisse der Verlage ein? Was würden Sie sich von Google wünschen?
- Gibt es weitere Dienste, mit denen Google den Presseverlagen Arbeit abnehmen könnte?
- Welche Bereiche würden Sie nicht an Google auslagern wollen?
 - Sehen Sie die Möglichkeit, dass in Zukunft die Unterscheidung Plattform/Publisher weiter verwischt, etwa durch kuratierte Newsangebote von Facebook/Twitter, etc.?

Google und ich

- Gibt es Google-Dienste, die sie andauernd nutzen? Gibt es welche, die Sie nicht nutzen?
- Wo kann sich die journalistische Branche von Google eine Scheibe abschneiden?
- Was stört sie an dem Konzern?
- Wie sehen Sie Google im Vergleich zu anderen Tech-Konzernen, etwa Facebook?
- Halten Sie aus Sicht der Branche weitere Regulierungsschritte für Tech-Konzerne für notwendig?

2. Interview-Leitfaden Digitaljournalist*innen

Einführung und zur Person

- Können Sie kurz ihren Werdegang und Ihre Position im Unternehmen beschreiben?

Die Rolle von Google in der Branche

- Wie häufig berichten Sie über Google?
- Wie häufig kommen Sie in ihrer Berichterstattung mit Vertretern von Google in Kontakt?
 - Wann das letzte Mal? Worum ging es?
 - Sprechen Sie auch mit Leuten bei Google, die nicht Pressesprecher sind?
- Besuchen Sie auch andere Veranstaltungen von Google?
- Welche Veranstaltungen haben Sie besucht, die von Google mitorganisiert oder mitfinanziert werden? (Beispiele: Newsgeist, IJF in Perugia)
- Wie wichtig sind aus ihrer Sicht als Journalist die diversen Google-Dienste (Analytics, Ad-Netzwerk) für den Erfolg ihres Hauses?
- Google bietet Trainings an, etwa im Bereich Datenjournalismus. Hat Sie schon mal an so etwas teilgenommen?
 - Wäre es für Sie denkbar, das zu machen? Warum / Warum nicht?
 - Kennen Sie Kolleg*innen, die das schon mal gemacht haben?
- Nimmt Ihr Haus Google Newslab Fellows auf oder nimmt an anderen Google-Programmen teil?

Projektförderung durch die Google News Initiative

- Wie würden Sie die Google News Initiative einer branchenfremden Person erklären?
- Was will Google aus ihrer Sicht mit der GNI bezwecken?
- Hat ihr Haus aus dem DNI-Fund Geld bezogen?
 - Wenn ja: Waren Sie irgendwie involviert?
 - Wenn ja: Wie finden Sie die entwickelten Produkte?
 - Wenn ja- wie funktionierte die Abstimmung mit der Redaktion bei der Entwicklung?
 - Hatten Sie Zweifel?
 - Gab es andere Widerstände?
 - Wenn ja: Wie stellt ihr Haus sicher, dass die Förderung durch Google derzeit oder auf längere Frist nicht die redaktionelle Berichterstattung beeinflusst?

- Wenn nein: Haben Sie mal mit Kolleg*innen, der Medien von Google gefördert wurden, darüber gesprochen? Gab es da Bedenken in Hinblick auf die Unabhängigkeit? Warum / Warum nicht?

Unabhängigkeit

- Google nennt Medienorganisationen/Publisher „Partner“, hat eine eigene Abteilung, die für den Kontakt jenseits der Ebene der Berichterstattung zuständig ist. Wie finden Sie den Begriff? Ist Google für Sie ein Partner?
- Gab es jemals Interventionen vonseiten der Chefredaktion oder des Verlages, wenn Sie oder Kolleg*innen über Google geschrieben haben?
- Gab es jemals Rückmeldungen von Googles Seite zu redaktionellen Inhalten, die nicht auf Pressesprecherebene kommuniziert wurde?
- Falls Medium Geld genommen hat: Ihr Unternehmen hat XYZ Euro von Google erhalten. Hat das Einfluss auf Ihre Arbeit?
 - Haben Sie das Gefühl, Sie könnten einen kritischen Artikel über die Google News Initiative schreiben?
 - Von vielen Medien heißt es, dass das Geld notwendig war, um das Projekt durchzuführen. Wenn Google die Förderung zurückgezogen hätte, hätte das für Ihr Unternehmen womöglich einen großen Nachteil bedeutet. Wäre Ihnen das egal?
- Falls Medium kein Geld genommen hat: Stellen Sie sich vor, Ihr Medium hätte Geld von Google bekommen für ein Projekt, das sonst nicht zustande gekommen wäre. Könnten Sie noch frei über Google schreiben?
- Was macht es mit Ihrer Arbeit, dass Sie auf die Produkte des Unternehmens angewiesen sind, über das Sie regelmäßig schreiben müssen?

Bonus: Google und ich

- Gibt es Google-Dienste, die sie andauernd nutzen? Gibt es welche, die Sie nicht nutzen?
- Wie sehen Sie Google im Vergleich zu anderen Tech-Konzernen, etwa Facebook?