

# Inhaltsverzeichnis

Zu diesem Buch .....	7
Zwischen Bits und Bytes – Zeitungsjournalismus im Umbruch.....	9
<b>A. Umfragen unter Chefredakteuren der Zeitungen .....</b>	<b>15</b>
I. Neues Denken, neue Wege – Große Unsicherheiten über die künftige Position (2002).....	15
II. Chefredakteure auf Leserfang – Redaktionen im Griff der Medienkrise (2006).....	19
III. Wirtschaftskrise – Medienkrise? Wie Redaktionen um Leser kämpfen (2009) .....	34
<b>B. Analysen und Meinungen .....</b>	<b>45</b>
I. Journalismus im digitalen Wertschöpfungsprozess – Content-Lieferant oder mehr? .....	45
II. Redaktionen in der Arena des Wettbewerbs – Fragen und Antworten .....	60
III. Die publizistische Geschäftsidee der Zeitung .....	66
<b>C. Special: Neupositionierung im Wirtschaftsjournalismus.....</b>	<b>79</b>
I. Erkennen, was die Leser wirklich bewegt Chancen für die Wirtschaftsberichterstattung von Tageszeitungen.....	79
II. Nicht noch einmal versagen Journalismus in Deutschland orientiert sich neu.....	91
III. Neupositionierung im Wirtschaftsjournalismus: Wird er seiner historischen Aufgabe gerecht? .....	97

---

<b>D.</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>103</b>
I.	Literaturhinweise zu den Umfragen bei Tageszeitungen .....	103
II.	Verzeichnis der Abbildungen.....	105
III.	Schriftenreihe „Kommunikation & Management“ im Überblick..	107