

Inhalt

Vorwort

Karin Finkenzeller 7

Innovativer Journalismus – Neuer Journalismus

Zur Einführung

Ralf Hohlfeld/Klaus Meier/Christoph Neuberger 11

Journalismus und Internet

Alles Content, oder was?

Vom Unsichtbarwerden des Journalismus im Internet

Christoph Neuberger 25

Die Zukunft des Journalismus im Supermarkt

Katja Riefler 71

Warum das Internet ohne Journalismus nicht existieren kann

Bernhard Rosenberger 79

Journalismus und Redaktionsmanagement

Wenn Teams das Niemandsland bevölkern

Eine Analyse innovativer Redaktionsstrukturen

Klaus Meier 91

Welcher Chefredakteur ist Manager

und welcher Journalist teamfähig?

Ulrich Wolf 113

Reinventing the newsroom Wie sich die Redaktion der „Neuen Westfälischen“ verändert hat <i>Joachim Blum</i>	117
Investitionen in Autoren und eigene Themen Die „Freie Presse“ Chemnitz auf dem Weg zu einem unverwechselbaren Profil <i>Interview mit Dieter Soika</i>	129
Themen und Teams statt Ressorts Der Abbau von Barrieren bei den „Aachener Nachrichten“ <i>Interview mit Wilfried Lindner</i>	143
Journalismus und Medienforschung	
Journalismus für das Publikum? Zur Bedeutung angewandter Medienforschung für die Praxis <i>Ralf Hohlfeld</i>	155
Der dicke Journalistenbauch Medienforschung als emanzipatorisches Mittel <i>Andreas Teichmann</i>	203
... und immer an den Leser denken! Die Produktion von Herrschaftswissen durch Nachvollzugshelfern <i>Stefan Ruzas</i>	207
Forschung als Diskussionsanreiz Optimierung von Sendungen beim „DeutschlandRadio“ <i>Interview mit Ernst Elitz</i>	211
Autoren	225