

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	11
<b>I. Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland</b> .....	15
1. Zeitungen und Zeitschriften .....	16
2. Online-Medien .....	23
3. Rundfunk .....	26
4. Film/Video/Audiovisuelle Medien .....	31
5. Nachrichtenagenturen und Pressedienste .....	33
6. Perspektiven der Medien .....	35
Literatur .....	46
<b>II. Journalisten und ihr Publikum</b> .....	49
1. Zentrale Begriffe .....	50
2. Journalistische Arbeit als Forschungsfeld .....	53
3. Methoden der Publikumsforschung .....	56
4. Ansätze der Medienwirkungsforschung .....	87
5. Ethik im Journalismus .....	92
Literatur .....	101
<b>III. Journalismus als Beruf</b> .....	103
1. Berufszugang .....	104
2. Arbeitsmarkt und Perspektiven .....	105
3. Aufgaben und Anforderungen .....	113
4. Professionalität durch Kompetenz .....	115
5. Wege zur beruflichen Qualifikation .....	118
6. Wandel der beruflichen Anforderungen .....	122
7. Berufs- und Selbstverständnis .....	128
Literatur .....	132
<b>IV. Rechte und Pflichten</b> .....	133
1. Verfassungsrechtliche Grundlagen .....	133
2. Rundfunkrecht .....	134
3. Presserecht .....	139
4. Filmrecht .....	139
5. Vorrechte bei der journalistischen Arbeit .....	140
6. Pflichten der Journalisten .....	143
7. Presseordnungsrecht .....	146

8.	Rechte der »Betroffenen« . . . . .	147
9.	Arbeits- und Tarifrecht . . . . .	148
10.	Sozialrecht. . . . .	152
11.	Urheberrecht. . . . .	153
12.	Rechte im Online-Bereich. . . . .	156
	Literatur . . . . .	160
<b>V.</b>	<b>Wirtschaftliche Grundlagen der Medien . . . . .</b>	<b>161</b>
1.	Publizistischer und ökonomischer Wettbewerb . . . . .	161
2.	Medien auf dem Publikumsmarkt. . . . .	164
3.	Doppelfinanzierung durch Publikum und Werbekunden . . . . .	168
4.	Kosten und Erlöse in der Presse. . . . .	170
4.1	Zeitungen (Volker Schulze). . . . .	173
4.2	Zeitschriften (Werner Neunzig) . . . . .	176
5.	Kosten und Erlöse im Rundfunk. . . . .	181
5.1	Öffentlich-rechtlicher Rundfunk (Holger Tanhäuser). . . . .	186
5.2	Privater Hörfunk (Kai Fischer) . . . . .	190
6.	Kosten und Erlöse von Online-Medien. . . . .	195
6.1	Geld verdienen mit Archivprodukten im Internet (Ernst Munzinger) . . . . .	197
	Literatur . . . . .	201
<b>VI.</b>	<b>Recherche . . . . .</b>	<b>203</b>
1.	Grundlagen . . . . .	204
2.	Informationsquellen . . . . .	206
3.	Methoden und Strategien. . . . .	218
3.1	Aktive Recherche (Karl Geibel). . . . .	225
4.	Recherche-Alltag . . . . .	228
4.1	Passive Recherche (Martin Bräuning) . . . . .	230
	Literatur . . . . .	235
<b>VII.</b>	<b>Grundformen journalistischer Darstellungsweisen. . . . .</b>	<b>237</b>
1.	Medienspezifische Besonderheiten in Presse und Rundfunk . . . . .	237
2.	Nachrichten in Wort und Bild. . . . .	242
2.1	Agenturjournalismus im Wettbewerb (Wilm Herlyn) . . . . .	246
3.	Berichte. . . . .	249
3.1	Business to business – Anforderungen an die Berichterstattung (Holger Quiring) . . . . .	252
4.	Reportagen . . . . .	256
4.1	Wirtschaftsmagazine (Michael Freitag) . . . . .	261
4.2	Hörfunk (Horst Kläuser) . . . . .	264
4.3	Fernsehen (Günther Neufeldt) . . . . .	269
5.	Features. . . . .	272
5.1	Zeitungen (Achim Zons). . . . .	276
5.2	Hörfunk (Marlies Gerhardt) . . . . .	280

5.3	Fernsehen (Gunter Link) .....	285
6.	Interviews .....	290
6.1	Wirtschaftszeitungen (Thomas Knipp) .....	294
6.2	Fernsehen (Nikolaus Brender) .....	296
7.	Porträts .....	299
7.1	Niedergang einer journalistischen Glanzform (Paula Almqvist) .....	300
8.	Meinungsbeiträge .....	303
8.1	Zeitungen (Heike Göbel) .....	309
8.2	Zeitschriften (Ulrich Krenn) .....	312
8.3	Fernsehen (Michael Zeiß) .....	315
9.	Magazinstories .....	318
9.1	Wirtschaftszeitungen (Anton Notz) .....	320
9.2	Wirtschaftsmagazine (Thomas Voigt) .....	325
9.3	Fernsehen (Wolfgang Fandrich) .....	328
10.	Hintergrundberichte .....	330
10.1	Das »Zeit«-Dossier (Sabine Rückert) .....	331
11.	Bilder: Fotos und Grafiken .....	334
11.1	Zeitungen (Frank Schmiechen) .....	339
11.2	Zeitschriften (Ruth Eichhorn) .....	342
11.3	Pressegrafiken (Georg Alexander) .....	347
11.4	Bildjournalisten (Jan Leidicke) .....	351
12.	Sonstige Formen .....	353
	Literatur .....	356
<b>VIII.</b>	<b>Medienspezifische Präsentation .....</b>	<b>359</b>
1.	Layout von Presseprodukten .....	359
1.1	Tageszeitungen (Werner Schwarzwälder) .....	364
1.2	Wochenzeitungen (Dirk Merbach) .....	369
1.3	Magazine (Wolfgang Behnken) .....	374
2.	Sendungsformen im Hörfunk .....	379
2.1	Programmpräsentation beim privaten Hörfunk (Hermann Orgeldinger) .....	386
2.2	Erfahrungen privater Anbieter (Valerie Weber) .....	391
3.	Sendungsformen im Fernsehen .....	394
3.1	»Infomarkt« als Sendung (Sabine Gaschütz) .....	395
3.2.	Präsentation eines Nachrichtenkanals (Markus Förderl) .....	399
	Literatur .....	403
<b>IX.</b>	<b>Themen und Ressorts in den Medien .....</b>	<b>405</b>
1.	Politik .....	407
1.1	Zeitungen (Rainer Bonhorst) .....	408
1.2	Nachrichtenmagazine (Dietmar Pieper) .....	411
1.3	Fernsehen (Thomas Roth) .....	414
2.	Wirtschaft .....	418
2.1	Zeitungen (Klaus Köster) .....	420

2.2	Zeitschriften (Roland Tichy) . . . . .	422
2.3	Hörfunk (Klaus-Joachim Jensen) . . . . .	426
2.4	Fernsehen (Peter Limbourg) . . . . .	430
3.	Kultur . . . . .	434
3.1	Zeitungen (Ronald Meyer-Arlt) . . . . .	436
3.2	Hörfunk (Ernst Elitz) . . . . .	438
3.3	Fernsehen (Wolfgang Herles) . . . . .	441
4.	Wissenschaft . . . . .	445
4.1	Hochschulen (Klaus Grabowski) . . . . .	447
4.2	Zeitschriften (Michael S. Buhl) . . . . .	450
4.3	Hörfunk (Detlef Clas) . . . . .	453
4.4	Fernsehen (Walter Sucher) . . . . .	458
5.	Sport . . . . .	464
5.1	Zeitungen (Steffen Haffner) . . . . .	465
5.2	Magazine (Malte Jürgens) . . . . .	469
5.3	Fernsehen (Ulf Ullrich) . . . . .	476
6.	Lokales und Regionales . . . . .	480
6.1	Zeitungen (Michael Garthe) . . . . .	483
6.2	Fernsehen (Uwe Günzler) . . . . .	485
7.	Ratgeber . . . . .	491
7.1	Zeitungen (Franz Kadell, Ernst-Günther Wöhler) . . . . .	493
7.2	Zeitschriften (Werner Zedler) . . . . .	497
7.3	Hörfunk (Wolfgang Walker) . . . . .	501
7.4	Fernsehen (Sascha Oliver Rusch) . . . . .	503
8.	Zeitgeist und Lifestyle . . . . .	506
8.1	Wirtschaftszeitungen (Nikolaus Förster) . . . . .	508
8.2	Wochenzeitungen (Moritz Müller-Wirth) . . . . .	512
9.	Medien . . . . .	516
9.1	Tageszeitungen (Michael Bayer) . . . . .	518
9.2	Fachzeitschriften (Thomas Wengenroth) . . . . .	521
	Literatur . . . . .	525
<b>X.</b>	<b>Management und Marketing . . . . .</b>	<b>527</b>
1.	Planung des inhaltlichen Angebotes . . . . .	530
2.	Organisation redaktioneller Arbeit . . . . .	534
3.	Redaktionsorganisation in der Presse . . . . .	539
3.1	Über Ressortgrenzen hinweg (Gerd Appenzeller) . . . . .	544
3.2	Newsrooms – das Herz einer Redaktion (Joachim Dorfs) . . . . .	547
3.3	»One brand – all media« (Ulf Schlüter) . . . . .	551
3.4	Alltag im Lokalen (Bruno Bienze) . . . . .	554
4.	Redaktionsorganisation im Rundfunk . . . . .	558
4.1	Nachrichtenmanagement im Privatfernsehen (Michael Wulf) . . . . .	559

4.2	Hörfunkprogramme positionieren (Hans-Peter Archner) . . . . .	563
4.3	Management eines Nachrichtenradios (Wolfgang Aigner) . . . . .	571
5.	Marketing als journalistische Aufgabe . . . . .	576
5.1	Tageszeitungen (Uwe Knüpfer) . . . . .	583
5.2	Wochenzeitungen (Michael Rutz, Markus Fels) . . . . .	587
5.3	Zeitschriften (Andreas Scharf) . . . . .	592
5.4	Fernsehen (Alexander Stock) . . . . .	596
	Literatur . . . . .	602
<b>XI.</b>	<b>Public Relations als journalistisches Arbeitsfeld.</b> . . . . .	<b>603</b>
1.	Beruf Public Relations . . . . .	603
2.	Ziel: Imageverbesserung . . . . .	612
3.	Planung und Umsetzung von PR-Arbeit . . . . .	614
4.	Anwendungsfelder in der Praxis . . . . .	617
4.1	Pressearbeit. . . . .	617
	PR für Industriekonzerne (Eberhard Posner) . . . . .	622
	PR für Medienunternehmen (Andreas Fritzenkötter) . . . . .	625
4.2	Mitarbeiterkommunikation . . . . .	628
4.3	Bewältigung von Risiken . . . . .	631
4.4	Public Relations in Krisenzeiten . . . . .	633
	Medienarbeit in Krisen (Detlef May) . . . . .	636
5.	Ausgewählte PR-Instrumente . . . . .	640
5.1	Events (Bernd Schwetlick) . . . . .	641
5.2	Gespräche und Kontaktpflege (Karin Wolf) . . . . .	643
5.3	Online-PR (Thomas Mickeleit) . . . . .	647
5.4	Corporate Publishing (Klaus Liedtke) . . . . .	653
5.5	Sponsoring (Werner Zorn) . . . . .	659
	Literatur . . . . .	662
<b>XII.</b>	<b>Online-Journalismus</b> . . . . .	<b>665</b>
1.	Eigenschaften des Mediums . . . . .	666
2.	Formen der Informationsvermittlung . . . . .	672
2.1	Nachrichten online (Mathias Müller von Blumencron) . . . . .	677
2.2	Redaktionelle Konzepte online (Michael Maier) . . . . .	681
3.	Cross-Media-Strategien. . . . .	684
3.1	Zusammenspiel zwischen Print und Online (Dirk Augele) . . . . .	692
	Literatur . . . . .	696
<b>XIII.</b>	<b>Dokumentation</b> . . . . .	<b>697</b>
1.	Medien und Verbände . . . . .	697
2.	Aus- und Weiterbildung . . . . .	704
3.	Journalistenpreise in Deutschland. . . . .	708
4.	Medienbezogene periodische Publikationen . . . . .	712
5.	Literaturverzeichnis. . . . .	713

<b>XIV. Register</b> .....	<b>.723</b>
1. Autorenverzeichnis .....	.723
2. Abbildungsverzeichnis.....	.734
3. Sachregister.....	.736