

Jana Wiske / Markus Kaiser

Journalismus und PR

Arbeitsweisen, Spannungsfelder, Chancen

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.de> abrufbar.

Jana Wiske / Markus Kaiser

Journalismus und PR

Arbeitsweisen, Spannungsfelder, Chancen

Köln: Halem 2023

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2023 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print): 978-3-86962-501-0

ISBN (PDF): 978-3-86962-495-2

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im

Internet unter <http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

Dieses Buch wurde auf fsc®-zertifiziertem Papier gedruckt.

SATZ: Herbert von Halem Verlag

LEKTORAT: Julian Pitten

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

1.	Einleitung	13
2.	Gemeinsamkeiten, Kontaktpunkte und Unterschiede	15
3.	Internationaler Blickwinkel: Journalismus und PR-Einflüsse in Südostasien/Südpazifik	35
3.1	Schwerpunkt Radio	36
3.2	Schwerpunkt TV	45
4.	Bezahlte Pressereisen im Sportjournalismus	51
5.	Grenzgänger: Lebenswege zwischen Journalismus und PR	72
5.1	Claudia Oeking	74
5.2	Béla Anda	79
5.3	Tim Oliver Kalle	83
6.	Krisenkommunikation in Pandemie-Zeiten	89
6.1	Einsatz von Social Media durch politische Akteure in Deutschland	91
6.2	Kommunikation von Unternehmen der Reisebranche	106
6.3	Das Arbeitsverhältnis von Pressesprechern und Journalisten im Sport	123

7.	Newsrooms im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation	145
7.1	Der Newsroom als Arbeitsraum	147
7.2	Rollen und Arbeitsabläufe im Newsroom	151
7.3	Die Einführung eines Newsrooms als Change-Management-Aufgabe	165
7.4	Software im Newsroom	167
7.5	Die Berufsbilder in einem Newsroom	170
7.6	Der Newsroom während und nach der Covid-19-Pandemie	171
7.7	Fazit	173
7.8	Interview mit dem Newsroom-Experten Christoph Moss	174
8.	Social Media	183
8.1	Funktionen sozialer Netzwerke im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation	185
8.2	Vergleich Journalismus und Unternehmenskommunikation	191
8.3	Beispiel <i>Tagesschau</i> : Interview mit Patrick Weinhold	197
8.4	Beispiel Berliner Verkehrsbetriebe: Interview mit Frank Büch	202
9.	Change Management und Innovationsmanagement	211
9.1	Innovationen im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation	213
9.2	Change Management	217
9.3	Innovationsmanagement	236
9.4	Interview mit Mirjam Piniek vom Bayerischen Rundfunk	241
	Autorinnen und Autoren	246