



HERBERT VON HALEM VERLAG

Verlagsprogramm 2024

Medienpraxis

Praktischer Journalismus

PR Praxis

Praxis Film

BESTELLUNG

Die Titel aus unserem Verlagsprogramm können über den Buchhandel oder direkt beim Verlag bestellt und vorgemerkt werden.

Mit Ihrer Bestellung über den Verlag kommt ein Kaufvertrag mit der Brockhaus Kommissionsgeschäft GmbH zustande.

Es gelten die AGB und die Widerrufsbelehrung der Brockhaus Kommissionsgeschäft GmbH.

In der Rubrik ›Vorschau‹ erhalten Sie einen Ausblick auf neue Publikationen, die in den nächsten Monaten erscheinen werden und bereits über den Handel oder beim Verlag vorbestellt werden können. Unsere aktuellen Vorschauen finden Sie auch bei www.vlbtix.de.

EILIGE BESTELLUNGEN

Richten Sie bitte per E-Mail an knaebe@brocom.de oder sales@halem-verlag.de. Sie können uns aber auch Ihre Bestellung telefonisch unter 0221/92 58 29-0 oder per Fax unter 0221/92 58 29 29 aufgeben.

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft
mbH & Co. KG
Boisseréestr. 9-11
50674 Köln
Fon 0221/92 58 29 0
Fax 0221/92 58 29 29
E-Mail: info@halem-verlag.de

AUSLIEFERUNG

Auslieferung und Rechnungstellung erfolgt seit dem 01.06.2017 über unsere Verlagsauslieferung:

 **Brockhaus/Commission**

Brockhaus Kommissionsgeschäft GmbH
Kreidlerstraße 9
D-70806 Kornwestheim
bei Stuttgart

Fragen zur Rechnungsbündelung und zu Bestellungen beantwortet Frau Knaebe von Brockhaus gern unter der Telefonnummer +49 (0) 7154/13 27 26 oder per E-Mail: knaebe@brocom.de

E-BOOKS

Die meisten Publikationen aus dem Herbert von Halem Verlag sind auch als E-Book verfügbar.

Über unseren Partner Bookwire sowie die Bibliotheksaggregatoren scholars E-Library, EBL, Ebsco, Ebrary und My-Library können sie Campus-Lizenzen auf dem gewohnten Wege beziehen. Konditionen und Preise nennen Ihnen unsere Vertriebspartner.

URL: <https://www.halem-verlag.de>
Verkehrsnummer: 12542 . HRA 13409
USt.IdNr: DE 172 714 183
Redaktion und Gestaltung:
Herbert von Halem
Stand: Frühjahr 2024

INHALT

- 2** **Impressum**
- 4** **Editorial**
- 5** **Praktischer Journalismus**
- 23** **PR Praxis**
- 33** **Praxis Film**

Liebe Leserin, lieber Leser,

Sie halten unser aktuelles Programm mit Neuerscheinungen aus der Medienpraxis in Ihren Händen. Unsere praktischen Ratgeber zu Journalismus, PR und Film richten sich mit spannenden Themen, zahlreichen Tipps und Zusatzmaterialien wie z.B. Übungsvideos an Berufseinsteiger, Studierende und Profis.

In der Reihe *Praktischer Journalismus* haben wir einen aktualisierten und komplett überarbeiteten Klassiker im Angebot: *Journalismus. Das Lehr- und Handbuch* (S.16) von Stephan Russ-Mohl und Tanjev Schultz ist ein Standardwerk für die Journalistenausbildung, aber auch ein Redaktionshandbuch, um bei Bedarf gezielt nachzuschlagen. Der Titel *Radio machen* (S.10) von Sandra Müller wurde ebenfalls gründlich überarbeitet. Die Autorin, seit über 30 Jahren leidenschaftlich im Hörfunk tätig, hat selbst in mehreren ARD-Anstalten Audiojournalist*innen ausgebildet. Einem wichtigen und aktuellen Thema widmet sich das *Handbuch Daten und KI im Journalismus* (S.14), in dem 25 Autor*innen aus Wissenschaft und Praxis die neuesten Entwicklungen im Journalismus beleuchten.

Die Reihe *PR Praxis* hält Fachwissen für alle Aspekte der Public Relations/Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bereit. In ihr sind zwei grundlegend überarbeitete Neuauflagen erschienen. Woran denken Sie bei der Marke Milka? In *Corporate Imagery* (S.26) erklären Dieter-Georg Herbst, Berater und Trainer für Unternehmen, Organisationen und Personen, und Nicholas Qyll, wie starke Bilderwelten entstehen. Wie eine perfekte Pressemitteilung entsteht, erklärt der

PR-Profi Wolfgang Zehrt im gleichnamigen Buch *Die Pressemitteilung* (S.24).

Praxis Film, die Reihe von und für Profis der Filmbranche, wird durch zwei großartige Neuerscheinungen ergänzt. *Die Kunst der Drehbuchentwicklung* (S.47) von Oliver Schütte, dem Spezialisten des Geschichtenerzählens und Gründungsmitglied der Deutschen Filmakademie, ist ein aktuelles und zukunftsweisendes Buch für alle, die an der Entwicklung von Drehbüchern beteiligt sind. Der erfahrene Drehbuchautor Dennis Eick vermittelt in *Das Serienkonzept* (S.36) das Handwerkszeug für mitreißende Serienkonzepte, die die Grundideen auf den Punkt bringen. Bereits in der 7. Auflage liegt seit Kurzem *Die chinesische Sonne scheint immer von unten* (S.40) vor – der Longseller über die Licht- und Schattengestaltung im Film von Achim Dunker. Außerdem bereichern die überarbeiteten Neuauflagen *Filmgeschäftsführung* (S.42) zum Kostenmanagement bei Film und Fernsehen von Markus Yagapen und der Band *Filmproduktion. Eine Einführung in die Produktionsleitung* (S.34) von Eckhard und Markus Wendling die Reihe.

Einen Überblick über unsere Medienpraxis-Titel finden Sie auch im Netz unter www.halem-verlag.de und natürlich in unseren Social-Media-Kanälen. Wir freuen uns, wenn Sie mit unseren Praxisbänden neue Erkenntnisse gewinnen und Ihre Arbeit weiterentwickeln können!



Herbert von Halem

Praktischer Journalismus

Die Fachbücher dieser Reihe informieren systematisch und anschaulich über das journalistische Handwerk. Auf dem Stand der angewandten Medienforschung bieten sie Orientierung und Handlungsempfehlungen für den Beruf.



Hektor Haarkötter

**Google & mehr: Online-Recherche.
Wie Sie exakte Treffer auf Ihre
Suchanfragen im Netz und in Social
Media erhalten**

Praktischer Journalismus, 103
2024, 2., komplett überarbeitete Auflage,
Broschur, 185 x 120 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-7445-1937-3
ISBN (PDF) 978-3-7445-1938-0

Gesucht ist nicht gleich gefunden, schon gar nicht im Zeitalter der Online-Recherche. In einem schier unübersichtlichen Meer aus Informationen, Daten und Webseiten fällt das Zurechtfinden in der digitalen Umgebung und die Selektion von relevanten Inhalten zunehmend schwer.

Wie man trotzdem das Oberwasser im Datenmeer behält, erklärt Journalismusforscher Hektor Haarkötter in der aktualisierten Neuauflage seines Buchs *Google & mehr: Online-Recherche. Wie Sie exakte Treffer auf Ihre Suchanfragen im Netz und in Social Media erhalten*.

Der Autor bietet Ansätze, wie man im Netz mit einfachen Operatoren und den richtigen Suchbegriffen nicht nur sucht, sondern endlich auch findet. Er gibt anschauliche Tipps zu Recherchen mit digitalen Medien wie dem Smartphone und liefert zusätzlich einfache Google-Hacks zur effizienten Nutzung des Suchmaschinenriesen. Suchen kann jeder. Aber wie man richtig findet, zeigt dieses Buch.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/google-mehr-online-recherche/>



Hektor Haarkötter,
Dr., ist Professor für
Kommunikationswissenschaft mit
Schwerpunkt politische Kommunikation
an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg.
Zuvor war er Fachbereichsleiter
Journalismus & Kommunikation an der
Hochschule für Medien, Kommunikation
und Wirtschaft (HMKW) in Köln und hat
17 Jahre als Fernsehjournalist und
-regisseur gearbeitet.

**»Das Buch ist verständlich geschrieben,
gut strukturiert und weist auch auf
alternative Suchmaschinen hin. Ein sehr
empfehlenswertes Buch.«**

Werner Wunder (über die Voraufgabe), Sachverhalte

Stichwörter

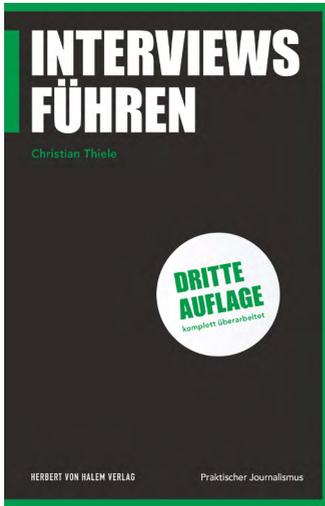
- Internetrecherche
- Suchmethoden
- Datenjournalismus
- Metadatenbanken

Mit

- zahlreichen Beispielen
- Tipps
- Checklisten

Zielgruppe

- Volontär*innen und Journalist*innen aller Medien
- Jeder, der seine Arbeit mit Suchmaschinen optimieren möchte und auf optimale Suchergebnisse angewiesen ist



Christian Thiele

Interviews führen

Praktischer Journalismus, 109

2024, 3., komplett überarbeitete Auflage, ca. 142 S., Broschur, 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2088-1

ISBN (PDF) 978-3-7445-2089-8

Ein gutes Interview informiert, unterhält und gibt etwas über die befragte Person preis. Kein anderes Genre stellt höhere Anforderungen an den Journalisten: Im Interview muss er einen genau festgelegten Zeitrahmen optimal nutzen. Eine zweite Chance hat er nicht, anders etwa als bei der Reportage. Er muss schlagfertig sein und sich etwas trauen, er muss aber auch streicheln und – dies vor allem – zuhören können. Er sollte sich gründlich vorbereiten und er muss gelernt haben, wie man aus einem mündlichen Gespräch mit vielen ‚Ähs‘ ein elegantes, flüssig zu lesendes Interview schnitzt. Es gibt also Einiges zu wissen und zu beherrschen, um vom Termin mit dem Bürgermeister, der Schauspielerin oder dem Fußballer ein wirklich informatives und geistreiches Interview in die Redaktion mitbringen zu können. Was man beachten sollte und was vermeiden, welche Kleidung man tragen und welche Tische man wählen sollte bei einem Gespräch: Der Autor weiß dies aus eigener Erfahrung als regelmäßiger Interviewer. In seinem Buch gibt er sein Wissen weiter – so lehrreich wie nötig und so unterhaltsam wie möglich. Die 3. Auflage wurde überarbeitet und aktualisiert.



Christian Thiele

beschäftigt sich als Coach, Teamentwickler, Trainer und Speaker mit Positive Leadership und stärkenorientiertem Führen. Er ist Teil des Lehrteams im ersten deutschen Masterstudiengang für Positive Psychologie an der Deutschen Hochschule für Sport und Gesundheit. Er ist außerdem im Trainerteam der Deutschen Gesellschaft für Positive Psychologie. Im Erstberuf war er Journalist, Reporter, Textchef bzw. Chefredakteur u. a. für den Burda-Verlag, *Neon*, *Nido*, die *Süddeutsche Zeitung*, *Der Spiegel*, *Die Zeit* und *Die Welt*.

**»Ein Interview kann ein Boxkampf sein. Ein Tanz.
Ein Flirt. Ein Streit. Eine Art therapeutischer
Intervention – nur dass dafür in der Regel keine
Krankenkasse bezahlt. Mal muss man streicheln.
Mal kratzen. Mal beißen. Mal bellen.«**

Christian Thiele

Stichwörter

- Fragetechniken
- Autorisierungen
- Darstellungsformen

Mit

- zahlreichen Beispielen
- Tipps
- Checklisten

Zielgruppe

- Volontär*innen und Journalist*innen von Print- und Online-Medien
- Studierende der Kommunikations-, Medien- und Literaturwissenschaft



Sandra Müller

Radio machen

Praktischer Journalismus, 111

2024, 3., komplett überarbeitete Auflage,

ca. 208 S., Broschur, 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2092-8 | 24,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2093-5 | 20,99 EUR

Radio machen ist etwas für Alleskönner: Sie erklären in 30 Sekunden die Lage der Welt und erfüllen wenig später den Musikwunsch einer Hörerin. Sie interviewen Bürgermeister, Popstars und befragen Wildfremde auf der Straße. Sie lassen aus Klängen Bilder entstehen und fangen mit dem Mikro ein, was eigentlich nur zu sehen ist. Sie bedienen Mischpulte und arbeiten mit Schnittsystemen. Kurzum: Sie sind Texter, Sprecherin, Reporter, Moderatorin, Interviewer, Technikerin und Journalist. All das kann man nur Schritt für Schritt werden.

Die ersten Schritte erklärt dieses Buch: Wie schreibt man eine Hörfunkmeldung? Wie textet man fürs Sprechen? Wie macht man eine Umfrage? Wie baut man einen Beitrag? Wie schneidet man aufgenommenes Material? Wie kommt man am Mikro gut rüber? Wie behält man live auf Sendung Nerven und Überblick? Radio machen begleitet Einsteiger durch die ersten Aufgaben in Praktikum, Volontariat und freier Mitarbeiterschaft. Sandra Müller zeigt dabei mit vielen Beispielen, worauf es ankommt. Tipps aus ihrem langjährigen Radioalltag helfen, typische Anfängerfehler zu vermeiden. Das Blog zum Buch bietet Übungen und Hörbeispiele: www.radio-machen.de

<https://www.halem-verlag.de/produkt/radio-machen/>



Sandra Müller ist seit über 30 Jahren leidenschaftliche Hörfunkerin. Sie hat Rhetorik, Geschichte und Politik studiert, lebt in Tübingen und hat viele Jahre als Redakteurin, Moderatorin und Reporterin gearbeitet, überwiegend für den Südwestrundfunk. 2016 wurde sie unter die „Journalisten des Jahres“ in Deutschland gewählt. Zehn Jahre lang hat sie in mehreren ARD-Anstalten Audiojournalist*innen ausgebildet. Sie hat Radioredaktionen in der Schweiz, Österreich, Deutschland und Belgien beraten. Seit 2022 leitet sie die Multimediale Redaktion im SWR Studio Tübingen. Sie bloggt unter www.radio-machen.de und ist auf fast allen Social-Media-Kanälen zu finden als @radiomachen. (Foto: SWR)

»Radio machen ist ein sehr guter Ratgeber für jeden, der journalistisch im Hörfunk arbeiten möchte.«

rkm-journal.de

Stichwörter

- Radiojournalismus
- Hörfunk
- Interviews
- Moderieren

Zielgruppe

- Praktikant*innen, Volontär*innen und Journalist*innen beim Hörfunk

Mit

- zahlreichen Beispielen
- Tipps
- Checklisten



Stephan Ferdinand

Diskussionen planen und moderieren

Praktischer Journalismus, 113

2024, ca. 250 S., Broschur

185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2106-2

ISBN (PDF) 978-3-7445-2107-9

Dieses Buch gibt eine praxisnahe Anleitung für alle, die Podiumsdiskussionen organisieren und moderieren wollen. Dies können Journalist:innen genauso sein wie Moderator:innen oder Themenexpert:innen. Stephan Ferdinand zeigt, welcher Komponenten es bedarf, damit der Diskurs auf dem Podium beim Publikum ankommt. Welche Aufgaben übernehme ich als Moderator:in? Wie wichtig sind Persönlichkeit und Authentizität? Wie bereite ich Recherche, Inhalte und Gesprächsführung journalistisch auf? Der Autor erklärt, wie man gut zuhört, passend fragt, wie Körper und Stimme wirken und wie man sein Personal Branding aufbaut. Und schließlich informiert er darüber, wie man mit dem Publikum und mit evtl. Störungen umgeht.

Das Buch enthält zahlreiche Praxistipps sowie sechs Interviews mit Expert:innen. Diese geben aus ihrer Erfahrung Tipps, wie das Format „Podiumsdiskussion“ gelingen kann. Interviewt wurden u.a. ARD-Anchor Ingo Zamperoni, die Journalistin Hadija Haruna und die Social-Media-Expertin Helene Reiner. Das Buch leistet damit einen Beitrag für eine qualifizierte Debattenkultur in unserer Demokratie.



Stephan Ferdinand ist Diplom-Volkswirt und seit 2001 Professor für Journalistik im Studiengang „Digitale Medienwirtschaft“ in der Fakultät „Electronic Media“ an der Hochschule der Medien (HdM) in Stuttgart. Davor arbeitete er 14 Jahre als Reporter, Moderator und Fachredakteur bei Hörfunk und Fernsehen. Ferdinand ist seit 2009 Direktor des Instituts für Moderation (imo) an der HdM. Seit über 30 Jahren moderiert er selbst Podiumsdiskussionen und öffentliche Veranstaltungen in den Bereichen Politik, Wirtschaft und Gesellschaft.

»Was muss ich tun, damit die Diskussion verfährt? Wie kann ich die Diskussion passend planen und moderieren, damit sie verfährt und das Publikum dabei bleibt? Dieses Buch liefert Antworten.«

Stephan Ferdinand

Stichwörter

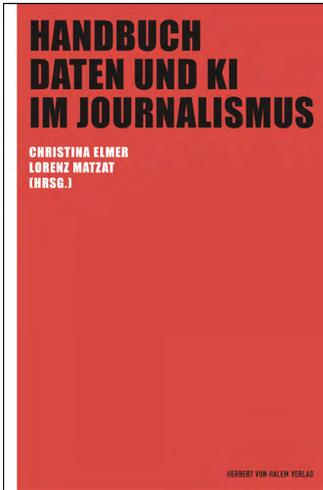
- Podiumsdiskussionen
- Publikum
- Moderation
- Personal Branding

Mit

- zahlreichen Beispielen aus der Praxis
- sechs Experteninterviews
- Tipps für eine gelungene Moderation

Zielgruppe

- Volontär*innen und Journalist*innen aller Medien
- Mitarbeiter*innen in Marketing, PR und Öffentlichkeitsarbeit
- Fachleute in Unternehmen und Organisationen



Christina Elmer / Lorenz Matzat (Hrsg.)

Handbuch Daten und KI im Journalismus

Praktischer Journalismus, 112

2024, ca. 300 S., Broschur,

240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2102-4 | 32,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2103-1 | EUR

Die Digitalisierung hat den Journalismus längst umfassend transformiert. Datenjournalistische Methoden ermöglichen Recherchen in großen Datensätzen sowie interaktive Visualisierungen und automatisierte Dashboards. Und der nächste Entwicklungssprung hat die Medien bereits erfasst: Künstliche Intelligenz versetzt Journalist:innen in die Lage, enorme Datenmengen zu bewältigen und Beiträge zu personalisieren.

Welche Erfahrungen wurden bei der Arbeit mit Daten und KI-Systemen im Journalismus gewonnen? Was für Fähigkeiten und Fertigkeiten sollte man dafür mitbringen? Und welche ethischen Fragen sind relevant? Diesen Aspekten widmet sich das Handbuch in über 20 Beiträgen. Die Autor:innen haben den Datenjournalismus mitgeprägt, ihn in Seminaren vermittelt und wissenschaftlich reflektiert. Das Handbuch richtet sich an angehende wie auch erfahrene Journalist:innen sowie an interessierte Forschende.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/handbuch-daten-und-ki-im-journalismus/>



Christina Elmer ist Professorin für Digitalen Journalismus und Datenjournalismus an der TU Dortmund.



Lorenz Matzat ist Journalist und Medienunternehmer. Er wurde u.a. mit dem Grimme Online Award und dem US-amerikanischen Online Journalism Award ausgezeichnet.

»Welche Spannungsfelder ergeben sich aus dem Zusammenspiel von Datafizierung, demokratischem Auftrag und Wahrheitsanspruch der medialen Berichterstattung? Das Handbuch widmet sich dieser Frage in über 20 Beiträgen.«

Christina Elmer und Lorenz Matzat

Stichwörter

- Datenjournalismus
- Künstliche Intelligenz
- Automatisierung
- Online-Journalismus

Zielgruppe

- Volontär*innen und Journalist*innen aller Medien
- Studierende der Kommunikations-, Medien- und Literaturwissenschaft

Mit

- Autor*innen aus Wissenschaft und Praxis
- praktischen Beispielen
- zahlreichen Abbildungen



Stephan Russ-Mohl / Tanjev Schultz

Journalismus. Das Lehr- und Handbuch

Praktischer Journalismus, 110
2023, 4. Auflage, 352 S., 60 Abb., Broschur m.
Klappe, 240 x 170 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-86962-544-7 | 34,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-86962-548-5 | 28,99 EUR

Journalismus. Das Lehr- und Handbuch von Stephan Russ-Mohl erscheint mit Tanjev Schultz als neuem Ko-Autor in vierter Auflage – aktualisiert und von Grund auf überarbeitet. Das Buch widmet sich primär der Praxis und dem journalistischen ›Handwerk‹, lässt aber Erkenntnisse der Journalismus- und Medienforschung mit einfließen, wenn dies nützlich ist und den Horizont erweitert. Es spürt den dramatischen Veränderungen im Berufsfeld nach, ohne in einen modischen ›Hype‹ zu verfallen.

Das Buch zeigt, wie sich durch netzbasierte Recherche- und Kommunikationsformen der journalistische Alltag verändert. Es lehrt nicht nur moderne journalistische Darstellungsformen, sondern ist aufwendig illustriert und nutzt die Gestaltungsmöglichkeiten von Karikaturen, Infografiken und Textdesign, um Leseanreize zu schaffen, die Leserführung zu erleichtern und den ausufernden Stoff appetitanregend zu präsentieren. Kurze Pro- und Contra-Texte zu umstrittenen Themen sollen zu eigenem Nachdenken anregen.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/journalismus/>



Stephan Russ-Mohl ist emeritierter Professor für Journalistik und Medienmanagement an der Università della Svizzera italiana in Lugano/Schweiz, wo er von 2002 bis 2018 lehrte, und Gründer des European Journalism Observatory.



Tanjev Schultz, Prof. Dr., ist Professor für Grundlagen und Strategien des Journalismus am Journalistischen Seminar des Instituts für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.

»Insgesamt ein bedeutendes und wegweisendes Lehr- und Handbuch des Journalismus auf aktuellem Stand für ein breites Lesepublikum.«

dfjv.de

Stichwörter

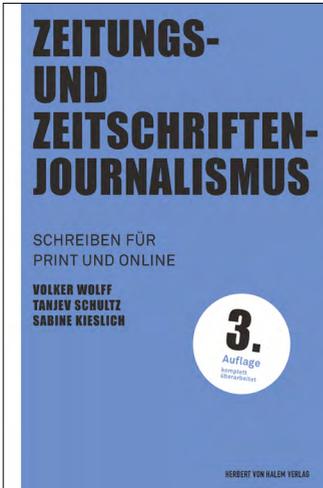
- journalistische Darstellungsformen
- Recherche
- Schreiben
- Berufsethik
- Digitalisierung

Mit

- zahlreichen Beispielen
- Tipps
- Pro- und Contra-Argumenten zu aktuellen Streitfragen der journalistischen Praxis
- Karikaturen von Kostas Koufogiorgos

Zielgruppe

- Volontär*innen und Journalist*innen von Print- und Online-Medien
- Studierende der Journalistik, der Kommunikations- und Medienwissenschaft
- PR-Fachleute
- Medienmanager



Volker Wolff / Tanjev Schultz / Sabine Kieslich

Zeitungs- und Zeitschriftenjournalismus. Schreiben für Print und Online

Praktischer Journalismus, 67

2021, 3., vollständig überarbeitete Auflage,
392 S., Broschur, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2053-9 | 34,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2054-6 | 28,99 EUR

Das Internet hat die öffentliche Kommunikation demokratisiert, den Journalismus aber nicht überflüssig gemacht. Für die Journalisten kommt es dabei – so die Überzeugung, die diesem Lehrbuch zugrunde liegt – darauf an, von der sauberen Recherche über die klare Sprache bis hin zum richtigen Einsatz der diversen Darstellungsformen ihr Handwerk zu beherrschen. Gerade für Berufsanfänger haben sich klare Strukturen bewährt, an denen sie sich orientieren können. In der dritten und vollständig überarbeiteten Auflage dieses erfolgreichen Lehrbuchs erklären Profis an zahlreichen Beispielen die zentralen Arbeitsweisen und alle relevanten Darstellungsformen für die Print- und Online-Auftritte von Zeitungen und Zeitschriften.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/zeitungs-und-zeitschriftenjournalismus/>



Volker Wolff, Prof. Dr., leitete bis 2014 die Presseausbildung im Masterstudiengang Journalismus der Universität Mainz. Davor war er Redakteur bei einer überregionalen Tageszeitung sowie Ressortleiter und Chefredakteur bei renommierten Magazinen.



Tanjev Schultz, Prof. Dr., ist Professor für Grundlagen und Strategien des Journalismus am Journalistischen Seminar des Instituts für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz.



Sabine Kieslich, Dr., ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Journalistischen Seminar der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz.



Stefan Wachtel / Antje Keil / Clemens Nicol

Sprechen und Moderieren. In Radio, Fernsehen und Social Media

Praktischer Journalismus, 23

2022, 7., komplett überarbeitete Auflage,
288 S., 38 Abb., Broschur m. Klappe,
240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2007-2 | 26,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2008-9 | 22,99 EUR

In Zeiten einer neuen Mündlichkeit muss jede und jeder ihren und seinen wirkungsvollen Stil finden. Mikrofon und Kamera verlangen spezielles Handwerk und System. Vieles davon haben YouTube, Instagram und Podcasts verändert, die Grundregeln aber bleiben. Drei Autor*innen aus der Praxis geben in einem erweiterten und modernisierten Klassiker der Sprecherziehung Anleitungen und System – gegen das Auswendiglernen oder das Ablesen. Sie plädieren für das freie Sprechen mithilfe von Stichwortkonzepten. Auch wenn heute aus Wohnzimmern (und morgen vielleicht aus noch viel virtuellerer Realität aus Broadcast-Drohnen) medial gesprochen wird, das Professionalitätsgebot bleibt, und es wird wichtiger!

Das Buch liefert die Theorie des Sprechens und Grundpfeiler zu einem zeitgemäßen Stimm- und Sprechtraining. Und es enthält zahlreiche Beispiele zu Betonung, Ausdruck, Aussprache, Moderation und Interview. In einer radikal neuen Form liefert das Buch alles, was man braucht: für die spezielle Situation in Studios, im Außeneinsatz und in Smartphone-Settings auf engstem Raum. Professionalität, auch aus Wohnzimmern.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/sprechen-und-moderieren/>



Stefan Wachtel ist promovierter Sprechwissenschaftler, gefragter TV-Experte und trainiert als Executive Coach internationale Spitzenmanager aus Wirtschaft, Öffentlichkeit und Sport.



Antje Keil arbeitet seit über zwanzig Jahren als Stimm- und Sprechtrainerin für Redakteur*innen, Moderator*innen und für den journalistischen Nachwuchs. Sie ist eine gefragte Expertin im Fernsehen zum Thema Stimme.



Clemens Nicol ist als Sprecher und Moderator beim Bayerischen Rundfunk tätig und dort auch als Sprecherzieher aktiv.



Marie Lampert / Rolf Wespe

Storytelling für Journalisten. Wie baue ich eine gute Geschichte?

Praktischer Journalismus, 89

2021, 5., überarbeitete Auflage, 296 S., 52

Abb., 8 Tab., Broschur m. Klappe,

240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2016-4 | 29,50 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2017-1 | 24,99 EUR

Erzählen kann man lernen. Marie Lampert und Rolf Wespe vermitteln in diesem Buch Strategien und praktische Werkzeuge für das professionelle Erzählen von Geschichten in allen journalistischen Medien.

Sie haben Verfahren gesammelt und entwickelt, die sie in der Journalismus-Ausbildung einsetzen. Zum Beispiel die »Leiter der Abstraktion« – ein Modell, wie man ein abstraktes Thema in eine lesbarer Form verwandelt. Oder die »Storykurve«, mit der die Aufmerksamkeit des Publikums gehalten werden kann. Mit zahlreichen Beispielen aus der Praxis, Grafiken und Statements von Medienprofis weisen die AutorInnen den Weg zum erfolgreichen Storytelling.

Die 5. Auflage wurde überarbeitet und erweitert. Neue Themen sind das Multimedia- und Digital Storytelling, das Verhältnis von Fakten und Storytelling sowie die kreative Methode des Design Thinking.

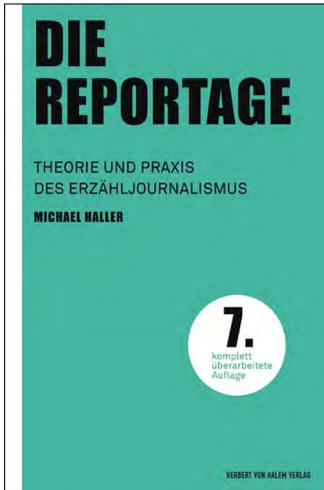
<https://www.halem-verlag.de/produkt/storytelling-fuer-journalisten/>



Marie Lampert gibt hauptberuflich Workshops für Medienprofis. Für die Akademie Berufliche Bildung der deutschen Zeitungsverlage (ABZV) entwickelte Lampert das Online-Portal »Storytelling«.



Rolf Wespe gibt Storytelling-Seminare für Profis und Amateure. Er war Studienleiter am MAZ – der Schweizer Journalistenschule in Luzern – und hat 20 Jahre als Redakteur, Reporter und Rechercheur beim Zürcher *Tages-Anzeiger* und beim Schweizer Fernsehen gearbeitet.



Michael Haller

Die Reportage. Theorie und Praxis des Erzähljournalismus

Praktischer Journalismus, 8
2020, 7., komplett überarbeitete Auflage,
312 S., Broschur, 240 x 170 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-7445-2000-3 | 26,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-7445-2001-0 | 21,99 EUR

Wie funktioniert journalistisches Erzählen im Internet-Zeitalter? Wie können sich subjektive Erzählformen gegen den Trend zu oberflächlichen Berichtsformen behaupten? Michael Haller zeigt, wie die literarische Tiefenschärfe für den Erzähljournalismus zurückgewonnen und zu neuer Geltung gebracht werden kann.

Das Buch *Die Reportage* verbindet Theorie und Praxis des journalistischen Schreibens. Dieser Klassiker der Journalistenausbildung wurde für diese 7. Auflage grundlegend überarbeitet. Michael Haller diskutiert darin auch die Fehlentwicklungen und Umstände, die – wie im Fall Claas Relotius – zu Missbrauch und Lügengeschichten geführt haben. Zugleich beschreibt er die Bedingungen, die herausragende Geschichten ermöglichen.

Ziel dieser Neuauflage ist keine Rückkehr in analoge Zeiten und ihre Erzählformen, sondern eine Erweiterung der aktuellen journalistischen Praxis, die mit unterhaltsamen Mitteln und Formen ein Stück Orientierung geben soll.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/die-reportage/>



Prof. Dr. **Michael Haller** war während 25 Jahren als Journalist in leitender Funktion in verschiedenen Medien des deutschen Sprachraums tätig. Von 1993 bis zu seiner Emeritierung 2010 hatte er den Lehrstuhl für Journalistik an der Universität Leipzig inne. Er ist seither als wissenschaftlicher Direktor des Europäischen Instituts für Journalismus- und Kommunikationsforschung in Leipzig tätig. Haller hat zahlreiche wissenschaftliche Publikationen und einschlägige Standardwerke zum Journalismus verfasst.

Weitere Titel aus der Reihe *Praktischer Journalismus*

Hektor Haarkötter

**Journalismus.online.
Das Handbuch zum Online-
Journalismus**

Praktischer Journalismus, 104

2019, 424 S., 165 Abb., Broschur mit Klappe
ISBN (Print) 978-3-7445-1108-7 | 35,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-7445-1111-7 | 29,99 EUR

Jakob Vicari

**Journalismus der Dinge.
Strategien für den Journalismus 4.0**

Praktischer Journalismus, 107

2019, 248 S., Broschur m. Klappe
ISBN (Print) 978-3-7445-1960-1 | 29,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-7445-1961-8 | 24,99 EUR

Yvonne Malak

**Die Morgenshow.
Eine Anleitung für die Königsdisziplin
im Radio**

Praktischer Journalismus, 106

2019, 256 S., 17 Abb., Broschur
ISBN (Print) 978-3-86962-431-0 | 24,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-86962-432-7 | 20,99 EUR

Claudia Mast (Hrsg.)

**ABC des Journalismus.
Ein Handbuch**

Praktischer Journalismus, 1

13., völlig überarbeitete, Auflage
2018, 600 S., 76 Abb., Hardcover (Faden),
240 x 170 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-7445-0821-6 | 39,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-7445-2019-5 | 33,99 EUR

Brigitte Alfter

**Grenzüberschreitender
Journalismus.
Handbuch zum Cross-Border-
Journalismus**

Praktischer Journalismus, 105

2017, 204 S., Broschur, 240 x 170 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-86962-232-3 | 24,50 EUR
ISBN (PDF) 978-3-86962-233-0 | 20,99 EUR

Christian Jakubetz

**Universalcode 2020.
Content + Kontext + Endgerät**

Praktischer Journalismus, 102

2016, 208 S., 185 x 120 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-7445-1095-0 | 24,99 EUR
ISBN (PDF) 978-3-7445-1097-4 | 19,99 EUR

Lorenz Matzat

**Datenjournalismus.
Methode einer digitalen Welt**

Praktischer Journalismus, 101

2016, 102 S., 185 x 120 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-7445-1046-2 | 17,99 EUR
ISBN (PDF) 978-3-7445-1048-6 | 14,99 EUR

PR Praxis

Die Reihe *PR Praxis* informiert über alle berufsrelevanten Aspekte der Public Relations bzw. der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Das berufliche Fachwissen der PR wird kompetent, umfassend und praxisorientiert dargestellt.

Didaktischer Aufbau, Fallbeispiele, weiterführende Literaturangaben, Adressen und ein Register sollen die Auseinandersetzung mit den Themen erleichtern.



Wolfgang Zehrt

Die Pressemitteilung

PR Praxis, 5

2023, 3., komplett überarbeitete Auflage,
312 S., 20 Abb., Broschur, 240 x 170 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-7445-2078-2 | 32,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-7445-2079-9 | 27,99 EUR

Die Pressemitteilung bleibt auch im Zeitalter der sozialen Medien der wichtigste inhaltliche Ausgangspunkt der Öffentlichkeitsarbeit. Präzise und klar wird in ihr zusammengefasst, was an die Öffentlichkeit, an Medien, Bloggerinnen und Influencer gehen soll. Aus der Pressemitteilung können zahllose andere Formate entwickelt werden: die Kurzfassung für X oder der Post bei LinkedIn oder Facebook. Denn ist eine Pressemitteilung stilistisch und inhaltlich perfekt, ist sie eine gute Grundlage für die erfolgreiche Kommunikation eines Themas.

In dieser 3. Auflage geht Wolfgang Zehrt auf Themen und Zielgruppen, Aufbau, Sprache und Stil einer Pressemitteilung ein und bringt viele anschauliche Beispiele. Aber auch die gendergerechte Sprache, Eigenheiten der Medienlandschaft und redaktionelle Abläufe werden praxisnah vermittelt.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/die-pressemitteilung/>



Wolfgang Zehrt ist

Gründer des PR-Dienstleisters directnews und der Videoproduktion iis in New York. Er arbeitet als Vorstand einer Nachrichtenagentur und eines NYSE-Unternehmens, für die er auch die Öffentlichkeitsarbeit leitete. Mit seiner Hamburger Agentur AOP hat er unter anderem die PR für Stiftung Warentest, BMW, Commerzbank und zahlreiche Mittelständler mitgestaltet. Heute setzt er KI-Content-Projekte für Funke und Springer um und schreibt freiberuflich für den Spiegel. An 2,5 Tagen der Woche berät er langfristig einen der Global500-Konzerne bei der datengetriebenen und KI-gestützten Unternehmenskommunikation.

»Wolfgang Zehrt, der auf einen reichen Erfahrungsschatz zurückgreifen kann, erklärt ausführlich, übersichtlich und anschaulich, wie eine Mitteilung für die Presse, egal wo wir sie veröffentlichen wollen, geschickt formuliert wird. Wie sie so verfasst und gestaltet wird, dass sie Aufmerksamkeit erregt. Denn das ist das Ziel.«

Renas Wortwelt

Stichwörter

- Öffentlichkeitsarbeit
- Kommunikation
- Online-Reichweite
- Social-Media-Release

Zielgruppe

- PR-Fachleute in Unternehmen und Organisationen

Mit

- zahlreichen Abbildungen und Beispielen



Dieter Georg Herbst / Nicholas Qyll

Corporate Imagery.
Wie Ihr Unternehmen ein Gesicht erhält

PR Praxis, 33

2023, 2., völlig überarbeitete Auflage, 312 S.,
82 farb. Abb., Broschur m. Klappe,
240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-641-3 | 34,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-642-0 | 28,99 EUR

Dieses Buch zeigt Ihnen systematisch und anhand zahlreicher Beispiele, wie Sie bei Ihren Bezugsgruppen starke Bilderwelten für Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation aufbauen und entwickeln können.

Aus der Werbung sind Bilderwelten seit Langem bekannt. Welches innere Bild entsteht, wenn Sie an „Becks Bier“ denken? – Das grüne Segelschiff? Und kommt Ihnen bei „Milka“ die lila Kuh auf einer Alpenwiese in den Sinn? Anhand solcher inneren Bilder können wir Marken schnell erkennen, von anderen unterscheiden und diesen vorziehen. Aber: Welche Assoziationen entstehen bei Unternehmen wie Allianz, Bertelsmann oder Google? Vielen Menschen fehlt ein klares und attraktives Vorstellungsbild von diesen Unternehmen.

In diesem bewährten Praxisbuch erfahren Sie, wie Sie über Corporate Imagery bei Ihren Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Kunden sowie bei Journalisten klare und attraktive innere Bilder generieren können, die nachhaltig und erfolgreich sind.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/corporate-imagery/>



Dieter Georg Herbst,

Prof. Dr., ist anerkannter Berater, Trainer und Redner für Unternehmen, Organisationen und Personen im In- und Ausland. Er ist Honorarprofessor am Berlin Career College der Universität der Künste Berlin sowie Modulverantwortlicher für mehrere Executive-Lehrgänge an der Universität St. Gallen (Schweiz).



Nicholas Qyll, Prof. Dr.,

lehrt Visuelle Kommunikation an der Technischen Hochschule Mittelhessen in Gießen. Zuvor war er tätig als freiberuflicher Designer und als Lehrbeauftragter u. a. für Designwissenschaften an der Fachhochschule Dortmund.

»Nur von einer kompletten Überarbeitung zu sprechen, wird diesem Buch nicht gerecht. Dieter Georg Herbst hat mit dem neuen Co-Autor Nicholas Qyll zusammen das Thema »Corporate Imagery« nochmals gründlich angepackt und auf vermittelbare Einheiten komprimiert. Das moderne Layout, die gute Druckqualität der zahlreichen Bilder und die vielen interessanten Beispiele tragen natürlich ebenfalls zur Fünfsternebewertung bei.«

Dr. Werner T. Fuchs (Rezension bei amazon.de)

Stichwörter

- Bilderwelten
- Markenkommunikation
- Visual Branding
- Vorstellung

Zielgruppe

- PR-Fachleute in Unternehmen und Organisationen

Mit

- über 80 farbigen Abbildungen
- zahlreichen Checklisten
- Buchtips zum Weiterlesen



Dieter Georg Herbst /
Thomas Heinrich Musiolik

**Digital Storytelling.
Spannende Geschichten für interne
Kommunikation, Werbung und PR**

PR Praxis, 31

2022, 2. Auflage, 240 S., 37 Abb., 7 Tab.,
Broschur, 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2050-8 | 24,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2051-5 | 20,99 EUR

Die beiden Storytelling-Experten Dieter Georg Herbst und Thomas Heinrich Musiolik erklären Schritt für Schritt, wie digitale Geschichten entstehen und wie sie erfolgreich in der Unternehmenskommunikation eingesetzt werden können. Sie geben in ihrem Buch Antworten auf folgende Fragen: Warum steigern Geschichten den Unternehmenswert? Wie können wir Erlebnisse aufbauen und kontinuierlich entwickeln? Welche Besonderheiten ergeben sich bei der Nutzung digitaler Inhalte auf verschiedenen Endgeräten? Wie wird sich Digital Storytelling in den kommenden Jahren entwickeln?

Für die zweite Auflage wurden neue Themen aufgenommen wie das Data Storytelling, sowie Geschichten im Content Marketing und in den Social Media. Die Best-Practice-Beispiele wurden aktualisiert.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/digital-storytelling>

»Wie ein Leuchtturm im Dschungel des Digital Storytelling« (Olivia Grove, *Lovelybooks* 7/2022)



Dieter Georg Herbst, Prof. Dr.,
ist anerkannter Berater, Trainer
und Redner für Unternehmen,
Organisationen und Personen im In-
und Ausland.



Thomas Heinrich Musiolik, ist Doktorand
an der Universität der Künste Berlin.
Er ist Editor-in-Chief des Journal
of Future Robot Life, Chair der
»Conference on Future Applications of
AI, Sensors, and Robotics in Society«
und wissenschaftlicher Botschafter der
»Brain City Berlin«.



Dieter Georg Herbst

Storytelling in den Public Relations. Erzählen Sie die spannende Geschichte Ihres Unternehmens

PR Praxis, 15

2021, 4., völlig überarbeitete Auflage, 288 S.,
22 Abb., Broschur m. Klappe,
240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-0975-6 | 29,50 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-0977-0 | 25,99 EUR

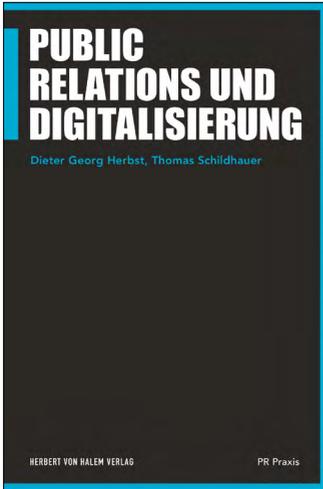
Storytelling, das Erzählen von interessanten und spannenden Geschichten, gehört zum Basis-Handwerk eines jeden Kommunikationsexperten in den Public Relations. Wie entstehen Geschichten über Unternehmen, Organisationen und Personen? Wie wirken sie? Wie beeinflussen sie das Entscheiden und Handeln von Kunden, Journalisten, Investoren und Mitarbeitern? Dieses Buch gibt Ihnen einen wissenschaftlich fundierten und praxisnahen Einblick in das Storytelling. Sie erfahren, warum Geschichten so stark wirken und wie Sie selbst die Kraft von Geschichten in Ihrer Kommunikation nutzen können. Viele Praxisbeispiele verdeutlichen dies. Mit zahlreichen Checklisten, Links und Buchtipps.

Die 4. Auflage wurde völlig überarbeitet und aktualisiert. Neu sind u.a. die Beiträge über langfristige Storywelten und das Storytelling im Digital Content Marketing.



Dieter Georg Herbst, Prof. Dr.,
ist anerkannter Berater, Trainer
und Redner für Unternehmen,
Organisationen und Personen im In-
und Ausland.

[https://www.halem-verlag.de/produkt/
storytelling-in-den-public-relations/](https://www.halem-verlag.de/produkt/storytelling-in-den-public-relations/)



Dieter Georg Herbst / Thomas Schildhauer

Public Relations und Digitalisierung

PR Praxis, 31

2020, 272 S., 37 Abb., Broschur,

185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-1968-7 | 26,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-1969-4 | 22,99 EUR

Die umfassende Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft hat auch gravierende Auswirkungen auf die Public Relations. Das Buch zeigt einerseits, wie die Public Relations die Digitalisierung in den Unternehmen und Organisationen begleiten können, und andererseits, wie die PR selbst die Digitalisierung für sich nutzen können:

1. Begleitung der Digitalisierung durch PR: Ziel ist dabei, die Digitalisierung bekannt zu machen und eine klare Vorstellung von ihr bei Mitarbeitenden, Kunden, Journalisten und weiteren wichtigen Bezugsgruppen zu entwickeln.

2. Nutzung digitaler Medien und Technologien für die PR: Unternehmen können neue Bezugsgruppen erreichen, die traditionelle Kanäle nicht (mehr) nutzen. Sie können in Echtzeit mit ihnen kommunizieren, erklären, überzeugen und sie motivieren, das Unternehmen zu unterstützen.



Dieter Georg Herbst, Prof. Dr., ist anerkannter Berater, Trainer und Redner für Unternehmen, Organisationen und Personen im In- und Ausland.



Thomas Schildhauer, Prof. Dr., ist Professor für Electronic Business und leitet das Institute of Electronic Business e.V. (IEB), das An-Institut der UdK Berlin.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/public-relations-und-digitalisierung/>

»Da jedermann zwar Digitalisierung im Munde führt und darunter sehr Unterschiedliches zu meinen scheint, ist es wohlthuend, dass Herbst und Schildhauer definitorisch grundlegen, was sie unter dem Schlüsselbegriff verstehen.« (Markus Kiefer, *Kommunikationsmanagement* 05/2021)



Marion Steinbach

Crashkurs Public Relations. In 9 Schritten zum Kommunikationsprofi

PR Praxis, 30

2019, 2., leicht überarbeitete Auflage, 288 S.,
Broschur, 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-1955-7 | 24,99 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-1956-4 | 19,99 EUR

Professionell mit Journalisten, Bloggern und Stakeholdern kommunizieren, Content generieren und nutzen, Kampagnen und Events konzipieren und umsetzen, überzeugende Online- und Offline-Texte für die unterschiedlichen Kommunikationskanäle schreiben – die Aufgaben der Kommunikatoren sind vielfältig und entwickeln sich kontinuierlich weiter. Das stellt selbst erfahrene PR-Mitarbeiter vor immer neue Herausforderungen, wenn sie Schritt halten wollen mit den neuesten Möglichkeiten und Formen der Kommunikation.

Praxisnah und anschaulich liefert der Band direkte Hilfen für die tägliche Arbeit und vermittelt Einsteigern und Fortgeschrittenen die Grundlagen der PR. Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Checklisten, Beispiele und Leitfäden bieten direkte Orientierung und ermöglichen die einfache Umsetzung in die Praxis.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/crashkurs-public-relations/>



Marion Steinbach, Dr., Inhaberin der PR-Agentur SteinbachPR, hat als PR-Verantwortliche die Pressstellen von Unternehmen, Organisationen und Verbänden geleitet und betreut als freie PR-Beraterin kleine und mittelständische Unternehmen.

Weitere Titel aus der Reihe *PR Praxis*

Ansgar Zerfaß / Thomas Pleil (Hrsg.)

**Handbuch Online-PR.
Strategische Kommunikation in
Internet und Social Web**

PR Praxis, 7

2015, 2., überarbeitete und erweiterte
Auflage, 496 S.

ISBN (Print) 978-3-7445-0709-7 | 49,99 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-0711-0 | 39,99 EUR

Thomas Altenburg

**Kommunikation für Behörden
und Verwaltung**

PR Praxis, 27

2012, 266 S., 215 x 150 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-0465-2 | 29,99 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-0467-6 | 23,99 EUR

Helmut Ebert

PR-Texte

Unter Mitarbeit von Antonia Ebert

PR Praxis, 26

2014, 242 S., 215 x 150 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-0413-3 | 29,99 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-0415-7 | 23,99 EUR

Melanie Huber

Kommunikation und Social Media

PR Praxis, 13

2013, 3., überarbeitete Auflage, 228 S.,
215 x 150 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-0533-8 | 29,99 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-0535-2 | 23,99 EUR

Christian Schmid-Egger

Medientraining

PR Praxis, 29

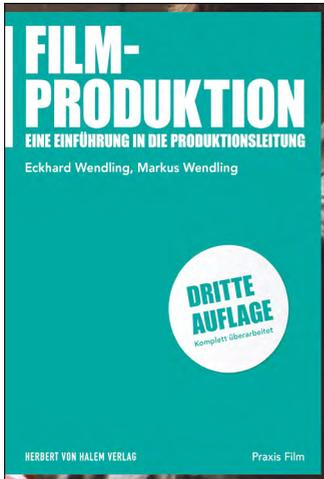
2013, 222 S., 215 x 148 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-0523-9 | 24,99 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-0525-3 | 19,99 EUR

Praxis Film

Anwendungsorientierte Bücher von Filmprofis für Filmprofis, für Filmpraxis und Lehre, über alle Bereiche der Filmproduktion. Die Reihe *Praxis Film* zeigt, wie man in der Branche Fuß fasst und Erfolg hat.



Eckhard Wendling / Markus Wendling

**Filmproduktion.
Eine Einführung in die
Produktionsleitung**

Praxis Film, 46

2024, 3., überarbeitete Auflage, ca. 300 S.,
Broschur m. Klappe, 240 x 170 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-7445-2076-8 | 37,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-7445-2077-5 | 34,99 EUR

Spielfilme und Serien, Dokumentationen und Werbespots stehen beim Publikum für Unterhaltung, Spannung und Information. Welche Arbeiten und Planungsschritte sind aber notwendig, damit Filme nicht nur den Zuschauern gefallen, sondern auch zum ökonomischen Erfolg für die Produzenten werden?



Eckhard Wendling,

Prof., beschäftigt sich seit vielen Jahren mit den ökonomischen Rahmenbedingungen von Film- und Fernsehproduktionen. Er leitet seit 2003 das Steinbeistransferzentrum für Audiovisuelle Medien an der Hochschule der Medien und ist nach wie vor ein leidenschaftlicher Kinogänger.



Markus Wendling lehrt

seit 2010 an verschiedenen Universitäten und Hochschulen Filmproduktion, Journalismus und Mediengestaltung, u.a. an der Hochschule der Medien in Stuttgart.

Dieses Standardwerk informiert ausführlich und anhand zahlreicher Beispiele über die verschiedenen Phasen der Filmproduktion, die Projektorganisation, Kalkulationen sowie über Fortschrittskontrolle und Steuerung. Denn bei aller Kreativität stellt das vorhandene Budget die Rahmenbedingungen für die Filmschaffenden, die Autoren, Regisseure, Schauspieler, Kameraleute und alle weiteren Beteiligten.

Die Autoren zeigen, wie ein reibungslosen Ablauf mit möglichst optimalen Arbeitsbedingungen, bei gleichzeitiger Kontrolle des vereinbarten Budgets und des Terminplans gelingt. Hier ist nicht nur fachliches Know-how des Produktionsleiters gefordert, sondern auch sein Fingerspitzengefühl im Umgang mit Künstlern und Kreativen.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/filmproduktion/>

**»Eine gelungene und praxisorientierte Einführung
in die Produktionsleitung von Fernseh- und
Kinofilmproduktionen. Spannend für angehende
Filmschaffende oder für diejenigen, die einen
ersten Blick hinter die organisatorischen und
ökonomischen Kulissen einer Filmproduktion
werfen möchten.«**

Film News Bayern 5/2008 zur 1. Auflage

Stichwörter

- Drehbuch
- Drehplanung
- Projektorganisation
- Kalkulation
- Fortschrittskontrolle

Mit

- einem durchgehenden Filmbeispiel
- hilfreichen Kalkulationsschemata
- einem neuen Kapitel zum Werbefilm
- einem umfangreichen Glossar

Zielgruppe

- Film- und Fernsehschaffende
- Drehbuchautor*innen
- Regisseur*innen
- Produzent*innen
- Redakteur*innen
- Dramaturg*innen
- Script Consultants



Dennis Eick

Das Serienkonzept

Praxis Film, 99

2023, 168 S., Broschur, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-1943-4 | 22,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-1939-7 | 18,99 EUR

Wie schreibt man ein Serienkonzept, das nicht nur die Grundidee auf den Punkt bringt und sich mitreißend liest, sondern auch Sender/Streamer und andere Geldgeber überzeugen kann? Dieses Buch vermittelt das Handwerkszeug und lotet die einzelnen Aspekte eines Konzepts aus, u.a. Logline, Kurzpitch, die Idee, Figur, Struktur, Tonalität, Thema, Setting und Dialogbeispiele.

Das Buch bleibt nicht in der Theorie, sondern präsentiert darüber hinaus Beispiele aus der Praxis: Serienkonzepte von so erfolgreichen Serien wie *Hindafing*, *Frau Jordan stellt gleich*, *Unter Freunden stirbt man nicht*, *Soko Potsdam*, *Wild Republic*, *Magda macht das schon!* und *Mein Freund, das Ekel*, begleitet von Statements über die Entwicklung ihrer Formate.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/das-serienkonzept/>



Dennis Eick, Dr., ist Drehbuchautor und Dozent. Er promovierte 2005 über Drehbuchtheorien an der Universität Mainz. Er schreibt Fernsehserien und (unter Pseudonym) Romane.

»Die Zeit ist also reif für ein Buch wie dieses.«

Dr. Werner T. Fuchs (Rezension auf amazon.de)

Stichwörter

- Fernsehserien
- Setting
- Figuren
- erzählerische Strategie

Zielgruppe

- Drehbuchautor*innen,
- Film- und Serienschaffende
- Serien-Fans

Mit

- Originalkonzepten bekannter TV-Serien
- Statements von Serienschaffenden zur Entwicklung ihrer Serien



Hannes Rall

Animationsfilm. Konzept und Produktion

Praxis Film, 77

2024, 2., komplett überarbeitete Auflage, ca. 448 S., Broschur m. Klappe, 240 x 170 mm, dt. ISBN (Print) 978-3-7445-0312-9 | 37,00 EUR ISBN (PDF) 978-3-7445-2062-1 | 31,99 EUR

Faszinierend für Anfänger*innen und Fortgeschrittene, kreative Profis und Medienwissenschaftler*innen: Lassen Sie sich von Hannes Rall durch die Welt des Animationsfilms führen. Anhand zahlreicher exklusiver Illustrationen erklärt der erfolgreiche Trickfilmer die einzelnen Schritte der Konzeption – von den gestalterischen Grundlagen bis zu den modernen Animations- und Produktionstechniken.

Für die 2. Auflage wurde das Buch umfassend überarbeitet und auf den aktuellen technischen Stand gebracht. Brandneue Interviews mit den deutschen Animationslegenden Andreas Deja und Volker Engel sowie mit Oscar-Preisträger und Disney-Experte John Canemaker und dem CG-Spezialisten Isaac Kerlow runden die Reise durch die Welt der Animation ab.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/animationsfilm/>



Hannes Rall, geboren 1965, Diplom-Designer Staatliche Akademie der Bildenden Künste Stuttgart (1991), ist Professor für Animation Studies und Associate Chair Research an der School of Art, Design and Media an der Nanyang Technological University Singapore. Er ist auch ein erfolgreicher Regisseur von Animationskurzfilmen. Sie waren auf über 750 Filmfestivals weltweit zu sehen und erhielten 81 internationale Preise, darunter sechs Auszeichnungen mit dem FBW-Prädikat „besonders wertvoll“. Als Illustrator und Comiczeichner arbeitete er für zahlreiche namhafte deutsche Verlage wie Pabel/Moewig („Bussi Bär“), Egmont Ehapa, Klett und Thienemann-Esslinger.

»Diese 2. Auflage ist deutlich umfangreicher ausgefallen, was ihren Informationsgehalt weiter erhöht. Wir hoffen, damit ein aktuelles Kompendium anbieten zu können, das den Stand von Forschung und Praxis im Jahr 2023 adäquat widerspiegelt und gleichzeitig Perspektiven für die Zukunft aufzeigt.«

Hannes Rall

Stichwörter

- Character Design
- 3D-Animation
- Storyboard
- Stop Motion

Zielgruppe

- Animationskünstler*innen
- Trickfilmer*innen
- Studierende

Mit

- praktischen Übungen
- Interviews mit Oscar-Preisträgern



Achim Dunker

»Die chinesische Sonne scheint immer von unten«.

Licht- und Schattengestaltung im Film

Praxis Film, 47

2023, 7., völlig überarbeitete Auflage, 256 S.,
106 Abb., Broschur m. Klappe,
240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-1154-4 | 32,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-1944-1 | 27,99 EUR

Achim Dunker führt mit seinem Standardwerk in die Gestaltung von Licht und Schatten bei Film, Video und Fotografie ein. Er stellt die wichtigsten Scheinwerfer und technischen Hilfsmittel vor, erklärt das Lichtsetzen bei Innen- und Außenaufnahmen und gibt wertvolle Tipps zu Organisation und Zeitmanagement.

Die 7. Auflage wurde grundlegend überarbeitet und geht auf die aktuellen Entwicklungen der Filmausleuchtung ein: Die Leuchten sind leistungsstärker und flexibler geworden. Die Kameras haben eine höhere Lichtempfindlichkeit bei verbesserter Auflösung. Aber auch die Filmsprache und unsere Sehgewohnheiten haben sich weiterentwickelt. Mit dem „Guerilla Lighting“ demonstriert der Autor Wege für einen schnellen, effektiven und kostengünstigen Lichtaufbau mit modernen Filmleuchten.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/die-chinesische-sonne-scheint-immer-von-unten/>



Achim Dunker ist

Diplom-Fotoingenieur, Regisseur,
Buchautor und Mitinhaber der
Zwo-Filmproduktion in Köln. Er
produziert Filme für Unternehmen und
arbeitet als Hochschuldozent.

**»Für Kameraleute, Fotografen, Regisseure
und Drehbuchautoren, die sich mit den
dramaturgischen Möglichkeiten der
Lichtgestaltung auseinandersetzen wollen, ist
dieses Buch ein Muss.«**

mediennerd.de

Stichwörter

- Lichtgestaltung
- Guerilla-Lighting
- Filmdramaturgie
- Filmgestaltung

Zielgruppe

- Kameraleute
- Fotografen
- Regisseure
- Drehbuchautoren

Mit

- zahlreiche Übungen
- Filmbeispielen
- 100 überwiegend farbige
Abbildungen
- Links zu Web-Tutorials des Autors
über die verschiedenen Licht-Sets
- Interviews des Autors mit
Kameramännern



Markus Yagapen

Filmgeschäftsführung. Kostenmanagement bei Film und Fernsehen

Praxis Film, 10

2023, 4., komplett überarbeitete Auflage,
216 S., 25 Abb., Broschur, 240 x 170 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-7445-2082-9 | 32,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-7445-2083-6 | 27,99 EUR

Filmgeschäftsführer*innen unterstützen Produktionsfirmen im kaufmännischen Bereich mit branchenspezifischer Kompetenz und sorgen für eine steuerrechtlich einwandfreie Finanzbuchhaltung, eine sozialversicherungsrechtlich korrekte Lohnbuchhaltung sowie für eine zeitnahe Kostenkontrolle.

Markus Yagapen vermittelt einen vollständigen Überblick über die vielfältigen Aufgaben und Zuständigkeiten der Filmgeschäftsführung während der Vorbereitung, Herstellung und Abwicklung einer Filmproduktion. Nach einer systematischen Darstellung der Grundlagen werden praxisnah spezielle Sachverhalte in den Bereichen Filmbuchhaltung, Gagenabrechnung und Filmkostenrechnung erläutert und anhand von Beispielen und Übungsfragen vertieft.

Diese 4. Auflage wurde grundlegend aktualisiert. Sie richtet sich nicht nur an Leser*innen, deren berufliche Perspektive im Bereich der Filmgeschäftsführung liegt, sondern auch an Produzent*innen, Herstellungs- und Produktionsleiter*innen sowie an alle Filminteressierte, die sich fundierte Kenntnisse über dieses facettenreiche Berufsbild aneignen wollen.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/filmgeschaeftsuehrung/>



Markus Yagapen ist Bankkaufmann (IHK) und Absolvent des Studiengangs „Produktion und Medienwirtschaft“ an der Hochschule für Fernsehen und Film in München. Er betreut als Filmgeschäftsführer ausgewählte, auch internationale Kinofilmproduktionen und verwirklicht als Medienunternehmer diverse eigene Projekte. Darüber hinaus hält er regelmäßig Vorlesungen und Seminare und unterstützt Produktionsfirmen als Consultant und Coach beispielsweise im Bereich Filmfinanzierung oder auch bei Abrechnungen gegenüber Filmförderungen.

»Das vorliegende Buch ist als Einführung wie auch als Nachschlagewerk bei einzelnen Sachfragen bestens geeignet und sei auch all denen empfohlen, die im Produktionsmanagement tätig sind: in der Produktionsassistentenz, im Produktionssekretariat oder in der Produktionsleitung.«

AIM – Ausbildung in Medienberufen

Stichwörter

- Dialoggestaltung
- Erzählperspektive
- Sprechbarkeit
- erzählerische Strategie

Zielgruppe

- Filmgeschäftsführer*innen
- Produzent*innen
- Herstellungsleiter*innen
- Produktionsleiter*innen

Mit

- praktischen Übungen
- zahlreichen Beispielen



Oliver Schütte

»Schau mir in die Augen, Kleines«. Die Kunst der Dialoggestaltung

Praxis Film, 57

2022, 4., überarbeitete Auflage, 304 S., Broschur, 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-1998-4 | 28,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-1993-9 | 23,99 EUR

Gute Dialoge zu schreiben, ist für jeden Autor eine Herausforderung und muss ständig aufs Neue trainiert werden. Denn der Dialog ist das ultimative Mittel, um Figuren Leben einzuhauchen und Szenen packend, rührend oder witzig zu gestalten.

Der erfahrene Dramaturg und Autor Oliver Schütte zeigt, wie Sie wirkungsvolle und spannende Dialoge schreiben – und wie Produzenten, Redakteure und Script Consultants effektiv mit Autoren an Dialogen arbeiten können. In der 4. Auflage seines Standardwerks erläutert Oliver Schütte anhand von aktuellen Filmen und TV-Serien, was gute von schlechten Dialogen unterscheidet und wie erfolgreiche Dialoge geschrieben werden. Dabei hat er auch die Erfahrungen seiner zahlreichen Seminare im In- und Ausland integriert und die wichtigsten Fragen im neuen Streamingzeitalter aufgegriffen.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/schau-mir-in-die-augen-kleines/>



Oliver Schütte arbeitet seit 1986 als Autor und seit 1990 auch als Dramaturg. Für sein erstes Drehbuch *Koan* erhielt er 1988 den Deutschen Drehbuchpreis. 1995 gründete er die Weiterbildungsinstitution *Master School Drehbuch*, die er bis Ende 2008 leitete. Im Jahr 1995 begann auch seine umfangreiche Lehrtätigkeit im In- und Ausland. 2013 gründete er die Filmproduktion *tellfilm Deutschland* mit Sitz in Berlin. Heute arbeitet Oliver Schütte als Spezialist für das Geschichtenerzählen, als Dramaturg und Dozent an internationalen Filmhochschulen sowie als Publizist und Produzent. Er ist Gründungsmitglied der Deutschen Filmakademie.



Axel Melzener

Genre. Ein Leitfaden für Autoren

Praxis Film, 98

2022, 268 S., 15 Abb., Broschur,
240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2037-9 | 26,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2030-0 | 21,99 EUR

Das Genre ist die narrative DNS jeder Story und seine Wahl somit die wichtigste dramaturgische Grundsatzentscheidung, die Drehbuchautoren und Schriftsteller treffen müssen. Die über Jahrhunderte hinweg ausgeprägten Wirkmechanismen von Genres bestimmen die rituelle Kraft, mit der Filme, Serien, Literatur und Videogames Milliarden Menschen in ihren Bann ziehen. Aber welche Erzählformen gibt es überhaupt und an welchen oft fließenden Grenzen machen sich ihre Eigenheiten fest? Wie mischt man Genres miteinander und spielt mit ihren Konventionen? Und warum tut sich die deutsche Kultur mit diesem Thema so schwer? Dieses Buch ist als Denkanstoß und praktisches Nachschlagewerk für alle gedacht, die Spaß daran haben, moderne Geschichten für ein breites Publikum zu entwickeln und dabei nach einer gemeinsamen Sprache suchen.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/genre/>



Axel Melzener stieg mit 16 Jahren als Komponist und Game Designer für Computerspiele in die Medien ein. 1996 bis 2001 studierte er Drehbuchschreiben an der Filmakademie Baden-Württemberg. Seitdem ist er freiberuflicher Autor und verfasste Drehbücher für Filme und Serien aller möglichen Genres.



Christian Mertens / Bartosz Werner

**So bekommen Sie Ihr Drehbuch in den Griff.
Wie Sie die 7 häufigsten Fehler in der Dramaturgie erkennen und vermeiden**

Praxis Film, 94

2022, 2., komplett überarbeitete Auflage,
248 S., 37 Abb., Broschur, 185 x 120 mm, dt.
ISBN (Print) 978-3-7445-2057-7 | 26,00 EUR
ISBN (PDF) 978-3-7445-2058-4 | 22,99 EUR

Drehbuchschreiben aus der Praxis: In dieser 2. Auflage zeigen die Regisseure und Autoren Christian Mertens und Bartosz Werner konkrete dramaturgische Tools, mit deren Hilfe die Entwicklung eines Drehbuchs dem gewünschten Erzählziel näherkommt. In dieser vollständig überarbeiteten Neuauflage werden anhand populärer Filme und Serien neue Erzählelemente wie z.B. »die Kraft der Außenseiter«, »die Sogwirkung von Kausalität« und »die Entwicklung von Figuren in einem System« vorgestellt und für die Praxis anwendbar vermittelt. Die Regiesichtweise der beiden Autoren und der Abgleich mit modernen Dramaturgiethorien helfen, dass aus einem dann stimmigen Drehbuch auch ein stimmiger Film werden kann.

<https://www.halem-verlag.de/produkt/so-bekommen-sie-ihr-drehbuch-in-den-griff/>



Christian Mertens ist Regisseur von Dokumentarfilmen, TV- und Kinowerbung sowie Musikvideos. Er ist Dozent für Regie und Dramaturgie an der Fachhochschule Kiel und seit 2018 Leiter des »Drehbuchpreis Schleswig-Holstein«.



Bartosz Werner ist Filmregisseur, Drehbuchautor und Script Consultant. Seit 2021 ist er Creative Director bei concludis GmbH.

Weitere Titel aus der Reihe *Praxis Film*

Oliver Schütte

**Die Kunst der Drehbuchentwicklung.
Über die Zukunft des
Geschichtenerzählens**

Praxis Film, 100

2022, 248 S., 11 Abb., Broschur

ISBN (Print) 978-3-7445-1990-8 | 26,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-1984-7 | 22,99 EUR

Susanne Bohlmann

**Filmsequenzen für Schauspieler.
Zum Spielen und Inszenieren**

Praxis Film, 67

2021, 2., komplett überarbeitete Auflage,
280 S., Broschur m. Klappe

ISBN (Print) 978-3-7445-2042-3 | 29,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2043-0 | 24,99 EUR

Magdalena Kauz / Barbara Weibel

**Assoziative Filmsprache.
Unsagbares in Bild und Ton erzählen**

Praxis Film, 97

2021, 296 S., Broschur m. Klappe

ISBN (Print) 978-3-7445-1988-5 | 29,50 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-1989-2 | 25,99 EUR

Jesper Petzke

Drehplanung

Praxis Film, 88

2019, 2., überarbeitete Auflage, 386 S.,
25 Abb., Broschur

ISBN (Print) 978-3-7445-1946-5 | 29,99 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-1947-2 | 23,99 EUR

Peter Benkowitz

**Corporate Film.
Workbook für Filmemacher**

Praxis Film, 80

2021, 2., völlig überarbeitete Auflage,

232 S., 10 Abb., Broschur

ISBN (Print) 978-3-7445-1159-9 | 26,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2011-9 | 22,99 EUR

Nick Dong-Sik

**Camera Acting.
Das Schauspiel-Training**

Praxis Film, 92

2019, 2. Auflage, 380 S., 43 Abb., 3 Tab.,
Broschur

ISBN (Print) 978-3-7445-1164-3 | 34,99 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-1985-4 | 27,99 EUR

Heidrun Huber

**Filmrecht für Dokumentarfilm, Doku-
Drama, Reportage und andere Non-
Fiction-Formate**

Praxis Film, 62

2021, 2., komplett überarbeitete Auflage,

336 S., Broschur

ISBN (Print) 978-3-7445-2055-3 | 32,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2056-0 | 27,99 EUR



NIKLAS VENEMA
Das Volontariat.
 Eine Geschichte des Journalismus
 als Auseinandersetzung um seine
 Ausbildung (1870-1990)
Öffentlichkeit und Geschichte, 13
 2023, 508 S., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-623-9
 ISBN (PDF) 978-3-86962-624-6



FELIX KOLTERMANN
Fotografie im Journalismus.
 Bildredaktionelle Praktiken in
 Print- und Online-Medien
 2023, 288 S., 43 Abb., 5 Tab.,
 Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-468-6
 ISBN (PDF) 978-3-86962-442-6



**STEPHAN RUSS-MOHL /
 TANJEV SCHULTZ**
Journalismus.
Das Lehr- und Handbuch
Praktischer Journalismus, 110
 2023, 4. Auflage, 352 S.,
 Broschur m. Klappe
 ISBN (Print) 978-3-86962-544-7
 ISBN (PDF) 978-3-86962-548-5



**MICHAEL HALLER /
 HANS-PETER WALDRICH**
**Schuld, Verantwortung und
 Solidarität. Eine Kontroverse
 über Russland, Deutschland und
 die Nato im Ukrainekrieg**
 2024, 282 S., 3 Abb.
 ISBN (Print) 978-3-86962-692-5
 ISBN (PDF) 978-3-86962-693-2
 ISBN (ePub) 978-3-86962-694-9



MAREIKE WIELAND
**Informiert oder (doch nur)
 abgelenkt?**
**Potenziale und Herausforderungen
 automatisierter Nachrichtenkontakte
 in mobilen sozialen
 Medien**
 2024, 412 S., 41 Abb., 31 Tab.
 ISBN (Print) 978-3-86962-386-3
 ISBN (PDF) 978-3-86962-397-9



JANA WISKE / MARKUS KAISER
Journalismus und PR.
**Arbeitsweisen, Spannungsfelder,
 Chancen**
 2023, 248 S., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-501-0
 ISBN (PDF) 978-3-86962-495-2



VOLKER WORTMANN
**Authentisches Bild und
 authentisierende Form**
 2023, 2., überarbeitete und
 ergänzte Auflage, 304 S.
 ISBN (Print) 978-3-86962-651-2
 ISBN (PDF) 978-3-86962-652-9
 ISBN (ePub) 978-3-86962-653-6



DIRK SCHULTZE
Noise.
**Wirtschaftsberichterstattung in
 der ARD-Sendung Börse vor acht**
 2023, 380 S., 44 Abb., 47 Tab.,
 Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-654-3
 ISBN (PDF) 978-3-86962-655-0



**WILFRIED KÖPKE /
 ULRIKE BRENNING (Hrsg.)**
Und täglich grüßt die Tagesschau.
**Vom linearen zum digitalen
 Nachrichtenformat**
 2023, 180 S., 30 Abb., 1 Tab.,
 Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-663-5
 ISBN (PDF) 978-3-86962-664-2

Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses



ISABELLE BOURGEOIS
Frankreich entschlüsseln.
**Misverständnisse und Widersprüche
 im medialen Diskurs**
 2023, 288 S., 11 Abb., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-643-7
 ISBN (PDF) 978-3-86962-644-4
 ISBN (ePub) 978-3-86962-648-2



**SEBASTIAN TURNER /
 STEPHAN RUSS-MOHL (Hrsg.)**
Deep Journalism.
**Domänenkompetenz als
 redaktioneller Erfolgsfaktor**
 2023, 316 S., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-660-4
 ISBN (PDF) 978-3-86962-658-1
 ISBN (ePub) 978-3-86962-659-8



**HERMANN VON ENGELBRECHTEN-
 ILOW**
**Was läuft da schieb im
 Journalismus?**
**Warum es mit den Medien
 bergab geht und wie man
 ihnen aufhelfen kann**
 2023, 290 S., 30 Abb., Broschur
 ISBN (Print) 978-3-86962-672-7
 ISBN (PDF) 978-3-86962-673-4
 ISBN (ePub) 978-3-86962-674-1



koelner-mediengespräche.de

Journalistikon
 Das Wörterbuch der Journalistik
<https://journalistikon.de>

BLexKom

biografisches lexikon der kommunikationswissenschaft
blexkom.halem-verlag.de

HH HERBERT VON HALEM VERLAG

Boisseréestr. 9-11
 50674 Köln
 +49-221-92 58 29 0
info@halem-verlag.de
<http://www.halem-verlag.de>

Online-Journale und -Lexika
<https://journalistik.online>
<https://www.journalistikon.de>
<https://blexkom.halem-verlag.de>
<https://www.rkm-journal.de>

Unsere Neuerscheinungen finden Sie auch als
 E-Books auf <https://www.halem-verlag.de>. Bestel-
 lungen ab EUR 20,00 versandkostenfrei innerhalb
 Deutschlands.

Der Herbert von Halem Verlag steht für Qualität
 im wissenschaftlichen Publizieren. Wir haben Ihr
 Interesse geweckt? Dann schreiben Sie uns unter:
info@halem-verlag.de