

Karl Nikolaus Renner
Tanjev Schultz
Jürgen Wilke (Hrsg.)
Journalismus zwischen
Autonomie und Nutzwert

Karl Nikolaus Renner
Tanjev Schultz
Jürgen Wilke (Hg.)

**Journalismus zwischen
Autonomie und Nutzwert**

Herbert von Halem Verlag · Köln

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

ISBN 978-3-7445-1133-9 (Print)

ISBN 978-3-7445-1134-6 (EPUB)

ISBN 978-3-7445-1135-3 (EPDF)

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede
Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne
Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Ver-
vielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung
und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Köln 2017

Einband: Susanne Fuellhaas, Konstanz

Redaktion und Korrektorat: Stefan Reichert, Mainz

Satz und Gestaltung: Rodolfo Fischer Lückert, Mainz

Printed in Germany

Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln · Deutschland

Tel.: 0221-92 58 29 0 · Fax: 0221-92 58 29 29

www.halem-verlag.de

Inhalt

Vorwort 13

Historische und übergreifende Perspektiven

Jürgen Wilke

Zeugnisse aus dem »journalistischen Tiergarten des lieben Gottes«.

Der Nachlass Georg Bernhards (1875–1944) als Quelle der (historischen)

Journalismusforschung

21

Anja Pasquay

Was war – Was ist – Was bleibt.

Die deutsche Zeitungslandschaft – Entwicklungen und Perspektiven

61

Christina Holtz-Bacha

Was ist (uns) die Pressefreiheit noch wert?

79

Tanjev Schultz

Nichts ist sicher.

Herausforderungen in der Berichterstattung über Terrorismus

99

Kerstin Liesem

Der Verdacht.

Drahtseilakt zwischen Medienfreiheit und Persönlichkeitsschutz

119

Rainer Hank

»Steuern geht immer«

131

Hans Mathias Kepplinger, Sabine Klimpe

Medikamenten-Risiko und Informationsmöglichkeit von Zeitungslesern

am Beispiel Lipobay

155

Klaus Kocks

- Der private und der öffentliche Gebrauch der Vernunft.
Journalismus und PR im Verständnis der Aufklärung 175

Aktuelle Herausforderungen und neue Entwicklungen

Stephan Ruß-Mohl

- Auf dem Weg in die Desinformations-Ökonomie?
Ein (verhaltens-)ökonomischer Blick auf den Glaubwürdigkeitsverlust
des Journalismus 185

Bernd-Peter Arnold

- Nachrichtenselektion im Zeitalter des Internets.
Ein kritisches Plädoyer für sorgfältigen Journalismus 213

Nikolaus Jakob, Oliver Quiring, Christian Schemer

- Wölfe im Schafspelz?
Warum manche Menschen denken, dass man Journalisten nicht
vertrauen darf – und was das mit Verschwörungstheorien zu tun hat 225

Sabine Kieslich

- Native Advertising. Zerstörerische Symbiose 251

Katja Schupp

- Mehr Demokratie oder mehr Gewinn?
»Brand Journalism« als Herausforderung für den Journalismus 267

Ursula Ott

- Die Katastrophe wegatmen?
Der Hype um den »konstruktiven Journalismus« treibt manchmal
seltsame Blüten. Ein journalistischer Ansatz zwischen gut,
gut gemeint und gefährlich 285

Ulrike Trampus

- Haustürjournalismus.
Lokaljournalismus und Bürgerbeteiligung 299

<i>Frederik von Castell</i> Data to the People. Warum der Datenjournalismus für den Lokaljournalismus zum Glücksfall werden könnte	305
<i>Scot W. Stevenson</i> Die Sprache des Journalismus – Rückzugsgefechte im Umgang mit dem Englischen	317
<i>Ursula Weidenfeld</i> »Wenn die Welt brennt, redet man nicht über die Katze«. Das neue Ich im Journalismus	331
<i>Gregor Daschmann</i> Öffentlichkeit als Stilmittel? Vom journalistischen Umgang mit Beispielen und sozialen Netzwerken	343
Wirtschafts- und Finanzjournalismus	
<i>Barbara Brandstetter</i> Verbraucherjournalismus im Spannungsfeld zwischen Zeitungskrise und digitalem Wandel	357
<i>Hubertus Primus</i> Dauerkrise im Zeitschriftenmarkt und digitale Konkurrenz – journalistische Herausforderungen für die Stiftung Warentest	375
<i>Ulrich Ott</i> Nutzwert als Mehrwert. Wie Unternehmenskommunikation in der PR-Flut nicht untergeht	387
<i>Hanno Beck</i> Sollen Journalisten Aktientipps geben? Theoretische, empirische und praktische Überlegungen zur Börsenberichterstattung in den Massenmedien	397

<i>Heinz-Werner Nienstedt, Ann-Kathrin Müller</i> Frenemies – zum Verhältnis von Journalisten und Analysten	425
<i>Bernd Mikosch</i> Journalismus braucht Geschäftsmodelle – und die gibt es in der Nische	447
<i>Andrea Martens</i> Finanznutzwert für regionale Tageszeitungen – eine Bestandsaufnahme	459
<i>Gabriele Reckinger</i> Vom Handbuch Finanzjournalismus zur Finanzakademie. Bausteine des praktischen Qualitätsjournalismus	471
 Journalistische Bildung und Ausbildung 	
<i>Mechthild Dreyer, Silke Masson</i> Universitäre Ausbildung – eine Antwort auf die Herausforderungen des Journalismus im digitalen Zeitalter?	483
<i>David Arant</i> Die Potter-Box. Medienethik in der amerikanischen Journalistenausbildung	499
<i>Karl N. Renner</i> Journalistische Bildung für Rezipienten – damit der Journalismus eine Zukunft hat	515
<i>Axel Buchholz</i> Gestörte Kommunikation. Plädoyer für eine bessere Information »der Presse« über sich selbst	533
<i>Tabea Rößner</i> Seitenwechsel – von der Journalistin zur Medienpolitikerin	553

Johanna Weber

Grenzzonen.

Erfahrungen einer Absolventin im Spannungsfeld von PR und Journalismus 569

Autorinnen und Autoren 581