



HERBERT VON HALEM VERLAG

Verlagsprogramm 2026 / 2027



MEDIEN UND KOMMUNIKATION

Bestellungen

Die Titel aus unserem Verlagsprogramm können über den Buchhandel oder direkt beim Verlag bestellt und vorgemerkt werden. Bestellungen ab EUR 20,00 werden kostenfrei innerhalb Deutschlands versendet.

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

Es gelten die AGB und die Widerrufsbelehrung der Brockhaus Kommissionsgesellschaft 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.

Eilige Bestellungen

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

Auslieferung

Auslieferung und Rechnungsstellung erfolgt seit dem 01.06.2017 über unsere Verlagsauslieferung:



Brockhaus/Commission

Brockhaus Kommissionsgeschäft GmbH
Kreidlerstraße 9
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 wissenschaftlichen 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.

**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
URL: <https://www.halem-verlag.de>

Verkehrsnummer: 12542
HRA 13409
USt.IdNr: DE 172 714 183
Redaktion und Gestaltung: Herbert von Halem Verlag
Stand: Oktober 2026

IMPRESSUM	02
EDITORIAL	04
GRUSSWORTE	07
FESTANSPRACHE	10
KÖLNER MEDIENGESPRÄCHE	16

22	NEUERSCHEINUNGEN
43	BILDWISSENSCHAFT
44	MEDIENPRAXIS
45	VORSCHAU
46	WISSENSSOZIOLOGIE
47	ALFRED SCHÜTZ WERKAUSGABE

Bildnachweise: [1] © Photonica Germany; [22] *Schuld und Geheimnis*: picture alliance/dpa; [24] *Der Kampf um die Presse- und Medienfreiheit*: Unbekannter Fotograf: Gerda Taro, Juni 1937. – Wikimedia Commons / icp.org / CCo 1.0; [26] »Komm, wir gehen ins Kino«: picture alliance / Caro I Muhs; [28] *Klassismus im Journalismus*: Josef Micic, Shutterstock; [36] *Lernbuch Digitale Resilienz*: Die Abbildung wurde mit künstlicher Intelligenz erstellt. [38] *Die Treuhand und die ostdeutsche Presse*. Berliner Verlag: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Berliner_Verlag.jpg?uselang=de. Für alle anderen Fotos liegen die Rechte beim Herbert von Halem Verlag.

Liebe Leserin, lieber Leser,

willkommen zu unserem aktuellen Verlagsverzeichnis für 2027. Wieder liegt ein spannendes Jahr vor uns, in dem technologische Entwicklungen, gesellschaftliche Veränderungen und neue Formen der Kommunikation unser Denken und Handeln prägen werden. In einer Zeit, in der sich die Grenzen zwischen Information und Unterhaltung, zwischen öffentlicher Debatte und privater Kommunikation immer weiter verschieben, wird die Frage nach der Bedeutung von Medien immer wichtiger: Wie entstehen Bilder von unserer Welt? Wer gestaltet Öffentlichkeit? Und welche Fähigkeiten brauchen wir, um uns in einer zunehmend komplexen Medienlandschaft zurechtzufinden?

Medien verändern sich dabei nicht nur technisch, sondern auch in ihrer gesellschaftlichen Bedeutung. Neue Plattformen und digitale Angebote haben die Art und Weise verändert, wie wir Informationen suchen, auswählen und miteinander teilen. Künstliche Intelligenz eröffnet neue Möglichkeiten für die Produktion und Verbreitung von Inhalten, wirft zugleich aber Fragen nach Transparenz, Verantwortung und Vertrauen auf. Während Nachrichten innerhalb weniger Sekunden ein Millionenpublikum erreichen können, wird es immer schwieriger, zwischen verlässlichen Informationen, persönlichen Einschätzungen und gezielt verbreiteten Falschinformationen

zu unterscheiden. Umso wichtiger ist es, Medien nicht nur als technische Werkzeuge zu verstehen, sondern als Räume, in denen gesellschaftliche Wirklichkeit ausgehandelt wird.



Herbert von Halem bedankt sich für das Geschenk der Grafikerin Claudia Ott, die den Verlag seit seiner Gründung begleitet. Sie schuf das Verlagslogo und ist für die Gestaltung der allermeisten Verlagspublikationen verantwortlich.

Medien sind längst ein selbstverständlicher Bestandteil unseres Alltags. Sie erzählen Geschichten, schaffen Erinnerungen, vermitteln Wissen und prägen gesellschaftliche Auseinandersetzungen. Genau diesen vielfältigen Funktionen widmet sich unser neues Verlagsprogramm. Die aktuellen Neuerscheinungen

führen dabei durch unterschiedliche Bereiche unserer Medienkultur und zeigen, wie eng Unterhaltung, Journalismus, digitale Kommunikation und gesellschaftliche Verantwortung miteinander verbunden sind.

Das Kino ist seit mehr als hundert Jahren ein Ort, an dem sich Menschen von Filmen unterhalten lassen. Gabriele Mehling zeigt in »*Komm, wir gehen ins Kino!*« (27), dass das Kino darüber hinaus ein gemeinsamer Erfahrungsraum, ein Ort der Begegnung und ein Spiegel gesellschaftlicher Entwicklungen ist. Der Band lädt dazu ein, die kulturelle Bedeutung des Kinos neu zu betrachten und danach zu fragen, welche Rolle gemeinsames Sehen und Erzählen auch in einer zunehmend digitalen Welt spielen.

Geschichten, Bilder und Informationen werden von Journalistinnen und Journalisten

eingeordnet, recherchiert und verantwortungsvoll vermittelt. In *Klassismus im Journalismus* (29) richten Tanja Köhler und Julia Lönnendonker den Blick auf die sozialen Voraussetzungen journalistischer Arbeit und fragen danach, welche Perspektiven in Medien sichtbar werden und welche möglicherweise fehlen. Der Band macht deutlich, dass Vielfalt in Redaktionen nicht nur eine Frage der Repräsentation ist, sondern eine Voraussetzung für eine offene und demokratische Öffentlichkeit.

Diese Öffentlichkeit steht weltweit zunehmend unter Druck. Die Freiheit, unabhängig berichten und kritisch hinterfragen zu können, gehört zu den Grundpfeilern demokratischer Gesellschaften. In *Kampf um die Presse- und Medienfreiheit* (25) blicken Michael Haller und Walter Hömberg aus historischer Perspektive auf die Herausforderungen freier Berichterstattung und verdeutlichen, warum der Schutz journalistischer Unabhängigkeit auch im Jahr 2027 eine zentrale gesellschaftliche Aufgabe bleibt.

Die Art und Weise, wie wir Informationen aufnehmen und einschätzen, wird durch digitale Plattformen, KI und die zunehmende Geschwindigkeit medialer Verbreitung verändert und stellt uns vor neue Anforderungen. Mit dem *Lernbuch Digitale Resilienz* (37) widmen sich Leif Kramp und Stephan Weichert der Frage, wie Eltern und ihre Kinder digitale Räume sicher, kritisch und selbstbestimmt nutzen können. Denn Medienkompetenz bedeutet heute nicht nur, Informationen zu finden, sondern auch, ihre Herkunft, Wirkung und Bedeutung richtig einschätzen zu können.

Ein verantwortungsvoller Umgang mit Medien sollte jedoch nicht nur den gegenwärtigen Blick, sondern auch unseren Blick auf die Vergangenheit prägen. Siegfried Weischenberg führt mit seiner Untersuchung autobiografischer Quellen ausgewählter Journalistinnen und Journalisten in *Schuld und Geheimnis* (23) vor Augen, dass Medien immer auch Orte sind, an denen Erfahrungen verarbeitet, Konflikte sichtbar gemacht und Verantwortlichkeiten verhandelt werden.

So unterschiedlich die Themen und Perspektiven dieser Bücher auch sind, gemeinsam ist ihnen die Auseinandersetzung mit der Frage, wie Medien unsere Wahrnehmung von Gesellschaft und Wirklichkeit prägen. Das Kino schafft gemeinsame kulturelle Erfahrungen, Journalismus ordnet Ereignisse ein und trägt zur öffentlichen Meinungsbildung bei, während digitale Medien neue Formen der Kommunikation und des gesellschaftlichen Austauschs ermöglichen. Damit verbunden sind immer auch Fragen nach Verantwortung: Wer Medien produziert, gestaltet Öffentlichkeit; wer sie nutzt, trägt Verantwortung dafür, wie Informationen aufgenommen, bewertet und weitergegeben werden. Unser Programm möchte deshalb nicht nur Entwicklungen beschreiben, sondern dazu beitragen, sie kritisch zu verstehen und Menschen unterschiedlicher Positionen miteinander ins Gespräch zu bringen.

Diese und viele weitere Titel unseres Programms stehen für das, was den Herbert von Halem Verlag seit seiner Gründung auszeichnet: die Auseinandersetzung mit Medien, Kommunikation und Gesellschaft in all ihren Facetten. Auch wenn dieses Verlagsprogramm bereits Ende 2026 erscheint, blicken

wir darin voraus auf das Jahr 2027, in dem wir das 30-jährige Bestehen des Verlags feiern.

Dreißig Jahre sind im Medienbereich eine lange Zeit. Als der Verlag 1997 gegründet wurde, sah die Medienlandschaft noch grundlegend anders aus: Das Internet begann gerade, den Alltag zu verändern, soziale Netzwerke existierten noch nicht und digitale Kommunikation war längst nicht so selbstverständlich wie heute. Fernsehen, Radio und Printmedien prägten die öffentliche Kommunikation, während Smartphones, Streamingdienste und soziale Plattformen noch keine Rolle spielten. Seither haben sich nicht nur die technischen Grundlagen, sondern auch die Bedingungen verändert, unter denen Informationen produziert, verbreitet und wahrgenommen werden.

Ein Jubiläum wie dieses bietet Gelegenheit, auf die Menschen und Begegnungen zurückzublicken, die die Arbeit des Verlags über drei Jahrzehnte geprägt haben. Autorinnen und Autoren, Herausgeberinnen und Herausgeber, Leserinnen und Leser sowie zahlreiche Wegbegleiterinnen und Wegbegleiter haben an dieser Geschichte mitgewirkt. Wissenschaftliche Publikationen sind Teil von Diskussionen, greifen gesellschaftliche Entwicklungen auf und geben Impulse für neue Auseinandersetzungen. In diesem Austausch liegt für uns ein wesentlicher Teil dessen, was verlegerische Arbeit ausmacht.

Wie eng die Geschichte unseres Programms mit den Veränderungen der Medienwelt verbunden ist, zeigt auch ein Blick auf die frühen Veröffentlichungen. Dazu gehören *Vom Werbespot zum interaktiven Werbedialog* von Thomas Schierl, *Veränderungen der Gewaltberichterstattung* von Thomas Bruns sowie *Kommunikation im Wandel*, herausgegeben von Udo Göttlich, Jörg-Uwe Nieland und Heribert Schatz. Ihre Themen stehen beispielhaft für

eine Auseinandersetzung mit Medien, Kommunikation und gesellschaftlichem Wandel, die unser Programm bis heute begleitet – auch wenn sich Gegenstände und Fragestellungen im Laufe der Jahre verändert haben.

2027 ist damit nicht nur ein Jubiläumsjahr, sondern auch ein besonderer Moment zwischen Rückblick und Aufbruch. Wir blicken zurück auf 30 Jahre Verlagsgeschichte – und zugleich gespannt auf das, was vor uns liegt.

Mit den in diesem Verzeichnis vorgestellten Titeln laden wir Sie ein, die vielfältigen Facetten unserer Mediengesellschaft zu entdecken – vom Kino über den Journalismus bis zu den digitalen Herausforderungen unserer Zeit. Unsere Bücher richten sich an Forschende und Praktikerinnen und Praktiker gleichermaßen – und an alle, die verstehen möchten, wie Medien unsere Gesellschaft formen und welche Möglichkeiten sie für die Zukunft bereithalten.

Weitere Informationen finden Sie wie gewohnt auf unserer Website unter <https://www.halem-verlag.de> und in unseren Social-Media-Kanälen. Wir freuen uns auf Ihren virtuellen Besuch und ebenso auf die persönliche Begegnung bei den Kölner Mediengesprächen, in unseren Verlagsräumen oder im Kölner Atelier Theater.

Bis bald und herzliche Grüße

Ihr



(Herbert von Halem)

Tanjev Schultz: Wo hat man das schon gesehen?

Wo gibt es das noch, dass ein Verlag die Bücher tatsächlich noch sorgfältig lektoriert? Wo hat man das schon gesehen, dass ein Verleger höchstpersönlich zu Fachtagungen kommt? Dass er viele Autorinnen und Autoren noch persönlich kennt? Wo gibt es das, dass ein Verlag auch dann eine Zeitschrift fördert und herausbringt, wenn sie in erster Linie viel Arbeit macht und – zumindest direkt – nichts in die Kasse spielt? Beim Herbert von Halem

Verlag ist all das zu sehen und zu erleben, zum Glück für die Kommunikationswissenschaft und für die Journalistik (die Disziplin und auch die Zeitschrift gleichen Namens). Seit 30 Jahren gibt es diesen Verlag, seit 20 Jahren bin ich hier Autor und Herausgeber. Herzlichen Dank an Herbert von Halem und sein tatkräftiges Team!



Prof. Dr. Tanjev Schultz

Horst Pöttker: Ein ständiger Begleiter

Man stieg damals Treppen, um zum Herbert von Halem Verlag zu gelangen. Nach meiner Erinnerung habe ich das zum ersten Mal getan, um eine Schriftenreihe vorzuschlagen, die woanders kein Interesse mehr fand und sich dann bei HvH gut entwickelt hat. Seitdem haben meine Ideen für Bücher und Periodika dort in der Regel Anklang gefunden. Es gibt eine Offenheit für Ungewohntes, die die Grundlage für eine produktive, bis heute dauernde Zusammenarbeit ist.

Trotz typografischer Hürden und erwartungsgemäß schwacher Resonanz war es bei HvH möglich, gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen aus russischen Universitäten

zweisprachige Bücher über Probleme des Journalismus in beiden Ländern herauszugeben. Unabhängig von Putins Ukraine-Krieg ist Russland ja ein europäisches Land, zu dem Deutschland immer Verbindungen brauchen wird.

Nicht selbstverständlich ist auch die Offenheit des Verlags für kommunikationshistorische Fragen. In der Schriftenreihe *Öffentlichkeit und Geschichte* sind mittlerweile in zweistelliger Zahl Forschungsberichte erschienen. Dankbar bin ich dem Verleger für das Projekt, im kommenden Jahr Theodor Herzls Sammlung journalistischer Arbeiten aus seiner Zeit als Pariser Korrespondent der Wiener Presse neu herauszugeben.



Nicht zuletzt hat sich der Verlag früh für digitales Publizieren geöffnet. Von drei Online-Publikationen ließ sich der Verleger überzeugen: Zuerst das Portal für Buchbesprechungen *rezensionen:kommunikation* (r:k:m, <https://rkm-journal.de>), dann das Online-Wörterbuch *Journalistikon* (<https://journalistikon.de>) und zuletzt die zweisprachige Fachzeitschrift *Journalistik/Journalism Research* (<https://journalistik.online>).

Abgesehen davon, dass HvH schöne Bücher gestaltet: Dort kann man mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Lektorat und Technik auf kurzen Wegen direkt kommunizieren – und auch mit dem Verleger selbst. Dessen Engagement wäre kaum denkbar, wenn er sich nicht für die Inhalte der von ihm verlegten Publikationen interessieren würde. Dass er sich dazu äußert, gelegentlich auch kritisch, mag irritieren. Es ist aber allemal produktiver als bloße technische Bearbeitungen.

Der Verlag stellt sein Programm regelmäßig in Präsenzveranstaltungen zur Diskussion. Besonders geeignet dafür war das weiträumige Domizil, das er nach der Etagen-Wohnung in einem früheren Fabrikkomplex am Rande von Köln bezogen hatte. Heute findet man ihn wieder in der Kölner Innenstadt – öffentlichkeitsfreundlich zu ebener Erde. Von dort bietet er seine Veranstaltungen in einem nahegelegenen kleinen Theater an, inklusive Bewirtung durch Frau von Halem.

Für mich ist der Herbert von Halem Verlag seit Jahrzehnten ein ständiger Begleiter, ohne den ich mir das Berufsleben kaum vorstellen kann. Mit meiner Gratulation zum 30-jährigen Bestehen verbinde ich als 81-Jähriger die Hoffnung, dass das noch eine Weile so bleiben kann.

Prof. em. Dr. Horst Pöttker

Stephan Weichert: Ein besonderer Publikationsort

30 Jahre Herbert von Halem Verlag sind in einer Medienwelt, die immer dynamischer, lauter und kurzatmiger wird, alles andere als selbstverständlich. Der Verlag steht für etwas, das heute beinahe altmodisch wirkt – und gerade deshalb so wertvoll ist: sorgfältiges Lektorat, intellektuelle Neugier, persönliche Beziehungen zu Autorinnen und Autoren und die Bereitschaft, auch Themen Raum zu geben, deren Bedeutung sich nicht (immer) in Auflagenzahlen bemessen lässt. Für mich war und ist die Marke Halem deshalb seit 20 Jahren als Autor immer ein besonderer



Publikationsort gewesen. Der Verlag gehört zu den ganz wenigen Häusern, die den Dialog zwischen Medien- und Kommunikationswissenschaft sowie journalistischer Praxis seit Jahren beleben – unabhängig, streitbar und ohne publizistischen Trends hinterherzulaufen. Dafür gebühren Herbert und Sandra von Halem und ihrem Team nicht nur Glückwünsche, sondern vor allem: Dank und auch Respekt.

Dr. Stephan Weichert

Mandy Tröger: Vertrauensvorschuss

Als ich 2018 als frisch promovierte Wissenschaftlerin aus den USA zurückkam, trat Herbert von Halem auf mich zu und bot mir an, meine Dissertation zur Transformation der ostdeutschen Presse in seinem Verlag zu veröffentlichen. Dieses Angebot setzte eine Entwicklung in Gang, von der ich damals nicht hätte träumen können: Interviews, Dokumentationen, Einladungen zu Vorträgen – und die Möglichkeit, ein Stück Mediengeschichte neu zu erzählen.

Aus dieser Arbeit entstanden neue Fragen und neue Perspektiven. Nun erscheint der zweite Teil dieser Geschichte: ein Buch über die Rolle der Treuhandanstalt bei der Privatisierung

der ostdeutschen Presse. Es nimmt vertraute Erzählungen neu in den Blick und zeigt, wie sehr Mediengeschichte auch Wirtschafts-, Eigentums- und Machtgeschichte ist.



Für diesen frühen Vertrauensvorschuss, die Offenheit und die verlegerische Begleitung bin ich bis heute dankbar. Dem Herbert von Halem Verlag wünsche ich zum 30-jährigen Bestehen weiterhin

Mut zu Büchern, die Diskussionen in Bewegung setzen.

Prof. Dr. Mandy Tröger

VERLAGSRÄUME

1997 residierte der Verlag am Wallraff-Platz als Untermieter der Galerie Greve. 1999 ging es in die Lindenstraße, dann 2022 nach Köln-Mülheim ins Schanzen-Viertel. Nach der Coronapandemie war es erneut Zeit für einen Tapetenwechsel: Seit 2022 befindet sich der Verlag im Rathenau-Viertel. (Foto: Maria Schulz)



Die hier abgedruckte Rede hielt Thomas Schierl anlässlich der 25-Jahr-Feier, zu der der Verlag in seine (damals) neuen Räume in der Boisseréestraße eingeladen hatte.

Liebe Sandra, lieber Herbert, sehr geehrte Kollegen und Gäste, liebe Freunde,

ich freue mich mit Euch und Ihnen allen hier heute in den neuen, sehr schönen Räumen des Herbert von Halem Verlages das 25-jährige Bestehen des Herbert von Halem Verlages zu feiern. Ein toller Anlass hier zusammenzukommen.

Ob es der richtige Anlass war, mich zu bitten ein paar Worte zu sagen, bin ich mir allerdings nicht so sicher.

Denn ich bin nicht nur Autor des Verlages, sogar Autor der ersten Stunde i.w.S., sondern Sandra und Herbert sind auch meine Freunde. Freund sagt man heute schnell, ich meine aber wirklich Freunde und vor allem wirklich alte Freunde. Freunde aus frühen Jugendtagen, deren Eltern ich genauso lange kenne, wie auch Ihre Geschwister.

Ich kannte sowohl Sandra als auch Herbert schon gut, lange bevor klar wurde, dass die beiden füreinander bestimmt waren, und zu einer Zeit in der bei Herbert das Thema Mädchen noch eher Desinteresse maximal dann

vielleicht eine gewisse Gesichtsröte und verlegenes Grinsen hervorrief.



Thomas Schierl bei seiner Festrede zum 25-jährigen Jubiläums des Herbert von Halem Verlag.

Und hier merken wahrscheinlich nun alle, wo mein Problem liegt: Ich bin befangen und verfüge über jede Menge hochbrisantes Insiderwissen. Und ist es klug, so jemanden zu bitten ein paar Worte in einem auch beruflichen Umfeld, zu sagen? Sozusagen eine

tickende Zeitbombe aufs Podium zu bitten? Gut, es ist wahrscheinlich dieses Urvertrauen, was wirklich alte Freundschaften prägt. Das Vertrauen, dass der Freund auf dem Podium nicht überdreht. Ich werde es versuchen.

Gut, wenn wir etwas über diesen Verlag, der nun 25 Jahre alt geworden ist, erfahren wollen, müssen wir sicherlich erst einmal über den Mann sprechen, der diesem Verlag im zweifachen Sinn seinen Namen gegeben hat.

Herbert wurde (uuuups, nun wird der eine oder andere Kölner schockiert sein) in Düsseldorf geboren und dort eingeschult. Auch seine ersten gymnasialen Jahre verbrachte er in Düsseldorf, um dann nach einer Zwischenstation

in Salem nach England zu gehen und dort seine Hochschulreife zu bekommen. Hochschulreif leistete er aber erst einmal seinen Wehrdienst bei der Luftwaffe ab und absolvierte eine Banklehre bei einer renommierten Privatbank.

Erst danach begann er sein Studium an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg. Er studierte im 1. Hauptfach Wirtschafts- und Sozialgeschichte bei Hugo Ott. Ott war ein kritischer Konservativer, der sich damals als erster Fachwissenschaftler mit Filbingers Rolle als Marinerichter beschäftigte, eine vielbeachtete Biografie über Heidegger und seine politischen Verfehlungen vorlegte und überhaupt viel zu NS-Geschichte und Judenverfolgung schrieb. Im 2. Hauptfach studierte Herbert Neuere Deutsche Literaturgeschichte.

Während des Studiums schnupperte der damalige, sehr engagierte Student der Geisteswissenschaften mittels längerer Praktika immer wieder in die Praxis. Besonders imponierte mir schon damals sein Praktikum bei Hermès in Paris. Köstlich die Vorstellung, wie er sehr galant Damen der Gesellschaft feinste Tücher und Handtaschen verkaufte.

Gut, wir wollen diesen Punkt nicht zu sehr vertiefen, sondern nun auf den Verlag und seine Anfänge kommen.

Nach dem erfolgreichen Abschluss seines Studiums begann Herbert dann als Assistent der Geschäftsführung bei der Arend Oetker Holding. Allerdings war Herbert schon immer von

der Idee der Selbstständigkeit beseelt, was natürlich einem Vollblutunternehmer wie Arend Oetker sehr gefiel. Deshalb unterstützte und bestärkte Oetker seinen Assistenten auch sehr, verlegerisch tätig zu werden, allerdings erst einmal mit einer anderen programmatischen Ausrichtung als der heutige Verlag.

Zu jener Zeit hatte ich mich gerade aus der Kommunikationspraxis verabschiedet, wieder der Kommunikationswissenschaft zugewendet und war damals Habilitand bei Heribert Schatz. Und ich gebe zu, dass ich nun angesichts dessen,

was wir heute feiern, ein wenig stolz bin, dass ich ein kleines bisschen Mitschuld an der strategischen und programmatischen Ausrichtung des heutigen Verlags habe.

Etwas entsetzt von dem damals

schlechten Angebot an guten kw-Verlagen kamen wir auf die Idee, dass sich hier doch vielleicht ein interessantes Geschäftsfeld für Herbert und einen Verlag ergeben könnte. Ein Verlag, der nicht nur inhaltlich ein gutes Programm anbieten würde, sondern dieses auch formal hochwertig umsetzen würde. Das war die Idee, vielleicht zugegebenermaßen nicht allzu originell von meiner Seite, als jemandem, der einmal Design studiert und viele Jahre in der Werbung gearbeitet hat. Aber egal: Jedenfalls war meines Erachtens Herbert genau der richtige Mann, dies zu schaffen, da er erstens ein Mensch mit konservativer Arbeitsethik und zweitens ein Schöngeist und Ästhet ist. Es dürfte wohl kaum einen Verleger geben, der bis heute dermaßen akribisch fast jedes Manuskript selbst durchgeht (das habe ich schmerzlich bei meinen eigenen



Die ersten drei Titel: *Vom Werbespot zum interaktiven Werbedialog* von Thomas Schierl (1997), *Veränderungen der Gewaltberichterstattung* von Thomas Bruns (1998) und *Kommunikation im Wandel* herausgegeben von Udo Göttlich, Jörg-Uwe Nieland und Heribert Schatz (1998).

Manuskripten bemerkt). Bei ihm wird nichts einfach durchgesehen, sondern alles genau gelesen, diskutiert, kritisiert und weitest möglich optimiert. Aber genauso wenige Verleger dürfte es geben, die dann diese Inhalte wenig ressourcenschonend mit einem dermaßen hohen ästhetischen Anspruch und Aufwand in Buchform materialisieren.

Diese erste grobe, gemeinsame Idee wäre vielleicht schnell wieder in Vergessenheit geraten, wenn nicht zufällig auch gleich Content zur Verfügung gestanden hätte. Ich hatte damals am RISP in dem von Heribert Schatz initiierten, geleiteten und von der Volkswagen Stiftung umfänglich finanzierten Projekt »Fernsehen in der Moderne« mitgearbeitet, das wir gerade abgeschlossen und zu den jeweiligen Teilprojekten unsere Abschlussberichte fertiggestellt hatten. So kamen wir auf die Idee, dass ich meinen sehr umfänglichen Teilbericht für eine Buchpublikation entsprechend redigieren und kürzen könnte. Sozusagen als Versuchsballon. Und so entstand das erste Buch des HvH Verlages. Zum Glück des Verlages kamen dann bald auch gute Bücher ins Programm.

Im zweiten Jahr 1998 erschienen dann schon zwei Bücher, immerhin eine Steigerung um 100 Prozent. Zugegeben, der Start war nicht unbedingt rasant, aber Weinfreunde wissen es: Gute Dinge reifen langsam.

Ruft man heute die Titeldatenbank des Herbert von Halem Verlags auf, findet man dort insgesamt beeindruckende 1.468 Publikationen. Rund 31 Titel sind allein in diesem Jahr entweder schon erschienen oder sollen noch

erscheinen. Außerdem umfasst das Programm des Verlages heute über 30 Buchreihen zu diversen Themen, wie Journalismus, Kommunikations- und Medienwissenschaft, Sportkommunikation, Medienpraxis, Soziologie, Film und PR.

Seit diesen frühen Jahren der Verlagsgeschichte hat sich einiges verändert: Während Medienwissenschaft, Journalismus und Kommunikationswissenschaft nach wie vor Kernthemen sind, wurde das Programm nach und nach um weitere Felder ergänzt. So erschien beispielsweise 2003 die Erstauflage des Bandes *Das Bild als kommunikatives Medium* von Klaus Sachs-Hombach, mit dem der Verlag auch das damals noch junge Forschungsgebiet der Bildwissenschaft erschloss, das er seitdem mit häufigen aktuellen Publikationen begleitet und das zu einem weiteren Schwerpunkt des Verlagsprogramms wurde. Das Buch von Klaus Sachs-Hombach erschien im vergangenen Jahr in der 4. Auflage. 2005 erschien mit *War Visions* unter Herausgeberschaft von Thomas Knieper und Marion G. Müller ein Sammelband aus dem Bereich der visuellen Kommunikation. Auch in diesem Bereich publiziert der Herbert von Halem Verlag bis heute. In diesem Jahr erschien beispielsweise *It's All About Video*, ein von Cornelia Brantner und Ulla Autenrieth herausgegebener Sammelband.

Während der »Nuller-Jahre« erschienen auch die ersten Bände weiterer Reihen: 2004, ich war gerade erst ein Jahr vorher nach Köln berufen worden, startete der Verlag mit uns die Reihe »Sportkommunikation«. Die Reihe umfasst heute 16 Bände.



2006 lieferten Werner Wirth, Holger Schramm und Volker Gehrau mit dem von ihnen herausgegebenen Buch *Unterhaltung durch Medien* den ersten Band der Reihe »Unterhaltungsforschung«. In dieser Zeit unternahm der Herbert von Halem Verlag – bis dahin ein reiner Wissenschaftsverlag – auch zögerliche Schritte in Richtung Sachbuch. Es entstand das Imprint »edition Medienpraxis«. Hier erschien 2005 das von Bernhard Pörksen herausgegebene *Trendbuch Journalismus*. Es folgten weitere Titel, wie *Die Idee des Mediums*, das Reden prominenter Medienschaffender versammelte, die während der Vorlesungsreihe »Tübinger Mediendozentur« entstanden waren. 2016 erlebte das Imprint einen Durchbruch, als der Spiegel-Bestseller *Politisches Framing* von Elisabeth Wehling erschien.

Vor dem Spiegel-Bestseller kam jedoch 2013 der Umzug vom ursprünglichen Standort in der Lindenstraße (hier ganz in der Nähe) in die Schanzenstraße in Köln Mülheim. Dort hatte der Verlag nun zwar sehr großzügige Räumlichkeiten zur Verfügung, aber war nun viel weiter von meinem Arbeitsplatz entfernt, was ich nicht so toll fand. Mittägliche Treffen waren nun deutlich schwerer zu bewerkstelligen. Es entstand angesichts dieser großzügigen neuen Räumlichkeiten die Idee, im Verlag Veranstaltungen mit Publikum, wie etwa Autorengespräche und -vorträge, durchzuführen. Diese Idee wurde vom Publikum gut aufgenommen und vom Verleger fortgeführt und weitergedacht. Die »Kölner Mediengespräche« sind heute eine regelmäßige Institution des Verlags und haben in Zeiten von Covid-19 sogar den Sprung in die Digitalität geschafft: Sie wurden von 2020 bis 2022 in

Form von Zoom-Calls abgehalten, sollen aber künftig, wie ich weiß, auch wieder in Präsenz stattfinden.

2017 erhielt der Verlag die Möglichkeit, ausgewählte Programmsegmente des Universitätsverlags Konstanz (UVK) zu erwerben und in sein Programm zu integrieren. Dadurch wuchs das Verlagsprogramm deutlich an und wurde um die Themenfelder Soziologie, Film und PR erweitert. Auch zahlreiche Buchreihen

von UVK, etwa »Praktischer Journalismus«, »Praxis Film«, »Klassiker der Wissenssoziologie« und »Forschungsfeld Kommunikation« fanden beim Herbert von Halem Verlag einen neuen Platz und werden von diesem fortgeführt. Große Teile des Sachbuchbereiches von UVK gingen ebenfalls an den Herbert von Halem Verlag über. Das einstige Imprint für Sachbücher, die »edition Medienpraxis« wandelte sich in eine reguläre Sachbuch-Reihe.



Das Programm des Herbert von Halem Verlags geht jedoch inzwischen über Bücher, ob nun gedruckt oder elektronisch, hinaus und umfasst auch verschiedene Open-Access-Publikationen: Unter Herausgeberschaft von Michael Meyen und Thomas Wiedemann erscheint online das *Biografische Lexikon der Kommunikationswissenschaft* (BLexKom), das verdiente Persönlichkeiten aus dem Fach vorstellt und Informationen zur Fachgeschichte bietet. Das *Journalistikon* ist ein Online-Wörterbuch der Journalistik. Des Weiteren erscheinen die Zeitschriften *Journalistik* und *rezensionen: kommunikation:medien* (r:k:m). Zusammen mit den Herausgebern Klaus Sachs-Hombach, Jörg R. J. Schirra, Stephan Schwan und Hans Jürgen Wulff veröffentlicht der

Verlag außerdem die Zeitschrift *IMAGE. Journal of Interdisciplinary Image Science*.

Hier und heute auch sehr erwähnenswert, weil wichtiger Teil seiner Persönlichkeit, empfinde ich die gesellschaftliche Anteilnahme beziehungsweise Sorge um und für die Gesellschaft von Herbert und Sandra, die weit über deren Tätigkeiten in Zusammenhang mit diesem Verlag hinausgeht.

Ein in Bezug auf den Verlag gutes Beispiel ist hier das von uns allen in den vergangenen Jahren zu beobachtende Phänomen der Verrohung des Diskurses in Deutschland, etwas das einen konservativen Schöngeist mehr als beunruhigen muss. Ich habe oft mit Herbert über diese Entwicklung gesprochen, die ihn sehr beunruhigte. Als Reaktion darauf konzipierte Herbert von Halem zusammen mit Stephan Ruß-Mohl eine neue Buchreihe für den Verlag: Die »Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses«, deren erste Bände 2020 erschienen sind. In den Publikationen dieser Reihe sollen Problemkomplexe analysiert und Wege aufgezeigt werden, wie sich unsere Debattenkultur verbessern lässt. Beispielsweise befasst sich Reihenherausgeber Stephan Ruß-Mohl mit *Streitlust und Streitkunst*, Marco Bertolaso geht der Frage nach, »was wir tun müssen, um besser informiert zu sein«, und Tobias Endler zeigt in seinem jüngst erschienenen Band, inwieweit der Diskurs in den USA ein Vorbild für Deutschland sein kann.

Ein weiteres Beispiel für ein Engagement über das wirtschaftliche hinaus ist der Herbert von Halem Promotions-Förderpreis, der jährlich vom Verlag zusammen mit der DGPK

vergeben wird. Seit 2014 fördert der Verlag ein Dissertationsprojekt innerhalb der Kommunikationswissenschaften, das zusammen mit dem kommunikations- und medienwissenschaftlichen Mittelbau der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ausgewählt wird. Dieser Preis ist inzwischen immer bekannter und begehrter geworden, was

auch die zunehmende Zahl an Bewerbungen deutlich macht. Nota bene ist dieser Preis der einzige der DGPK, der nicht nach einem bedeutenden Wissenschaftler unserer Zunft, sondern nach seinem Stifter benannt ist. Eine sicherlich große und nicht zufällige Ehre.

Von seinen Anfängen 1997 bis heute hat der Herbert von Halem Verlag, einen interessanten und immer erfolgreicher, weil letztendlich konsequent begangenen Weg hinter sich gelegt, den inzwischen eine

ganze Reihe Autoren gerne und zufrieden mit gegangen sind.

Einen sehr wichtigen Baustein dieser Geschichte möchte ich nun noch einmal zum Schluss ansprechen und nun wirklich *last but not least*, sondern auch ganz bewusst zum Schluss – wir sprechen in unserem Fach gerne vom Recency-Effekt, soll heißen, dass die zuletzt aufgenommene Botschaft vom Rezipienten am besten behalten wird. Ich möchte noch kurz eine für diesen Verlag und seinen Erfolg unglaublich wichtige Person würdigen, die aber in einer ganz eigenen Klasse spielt und deshalb auch einen eigenen Platz der Würdigung verdient.

Hinter diesem Erfolg steht nämlich, und zwar ausschlaggebend, Sandra in ihrer



Doppelfunktion als Mitgründerin/Geschäftsführerin des Verlages und Ehefrau von Herbert.

Erfahrung sagen kann. Liebe Sandra, bitte sei versichert, dass auch ich dies sehr, sehr zu schätzen weiß. Ganz herzlichen Dank für unsere so lange Freundschaft.

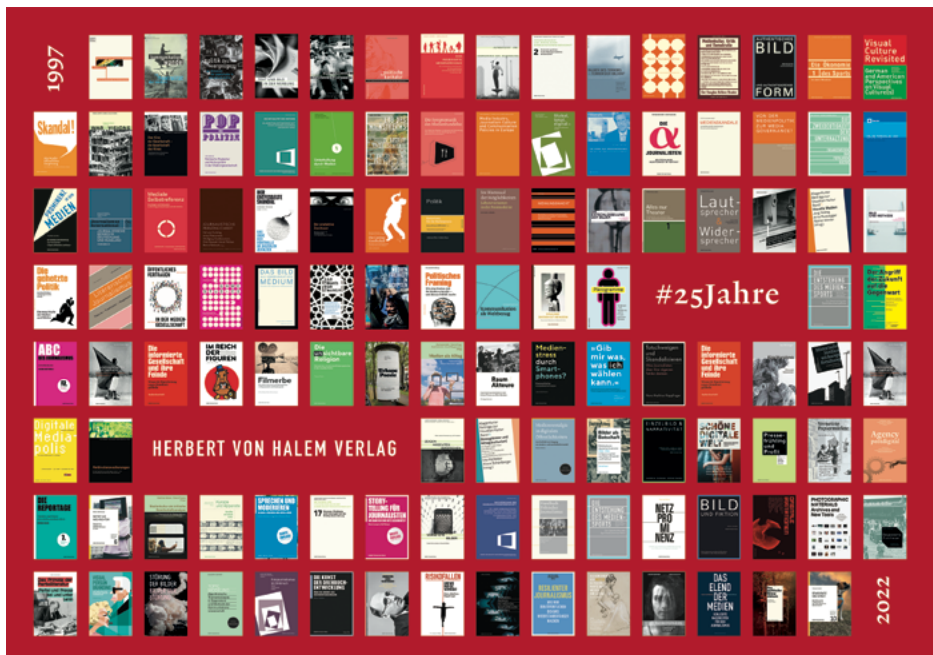
Stiller, eher im Hintergrund agierend, aber immer souverän, klar strukturiert und sehr klug, hat sie im Grunde genommen alles erst möglich gemacht, nämlich trotz der vielen Arbeit, die beide in diesen Verlag gesteckt haben, hat sie daneben auch noch eine tolle Familie mit vier sehr gut geratenen Kindern gemanagt. Sandra ist äußerst groß- und langmütig, das kommt nicht nur ihrem Mann entgegen, sondern auch ihren kauzigen Freunden, was ich aus eigener



Joseph Garncarz im Gespräch mit Sandra von Halem.

barer Teil der Kommunikationswissenschaft in Deutschland bleibt.

Prof. Dr. Thomas Schierl





KÖLNER MEDIEN GESPRÄCHE

Die Kölner Mediengespräche verstehen sich als eine offene Plattform des Diskurses. In Gesprächsrunden, Vorträgen oder auch Präsentationen setzen sich Gäste und Autor:innen aus der Welt der Medien mit den spannenden Fragen unserer Zeit auseinander.





Stephan Ruß-Mohl
bei den Kölner Mediengesprächen
Foto: Maria Schulz

Rückblick auf die Veranstaltungen seit 2015

28. Mai 2026

Visuelle Desinformation.
Wie digitale Bilder für Populismus
und Manipulation genutzt werden

Vortrag von Dr. Marcel Lemmes



20. April 2026

Deutsch-jüdische Publizistik.
Wie Legenden die Gegenwart
beeinflussen

Diskussion mit Siegfried
Weischenberg und Martina Thiele

24. März 2026

Medien in einer superdiversen
Gesellschaft

Gespräch mit Iva Krtalić, Erk Simon
und Christine Watty

26. Januar 2026

Artistic versus Artificial Intelligence.
Zur Kritik künstlicher Kreativität.

Vortrag von Prof. Dieter Mersch

4. Dezember 2025

Sehnsucht nach Vergnügen.
Kino in der DDR

Vortrag von Prof. Joseph Garncarz



4. November 2025

Antisemitismus in den Medien

Vortrag von Prof. Dr. Marion
Schwarz-Friesel und Diskussion mit
Volker Beck und Abraham Lehrer

7. Oktober 2025

Was ist los mit dem deutschen
Kinospielfilm?

Vortrag und Gespräch mit Dr.
Thomas Wiedemann und Christian
Meyer-Pröpstl

24. Juni 2025

Comics und Animationsfilme
der Zukunft

Gespräch mit Prof. Hannes
Rall und Christian Meyer-Pröpstl in
Kooperation mit dem Literaturhaus
Köln

27. Mai 2025

Artists meet Archives.
Künstlerische Interventionen
im Archiv

Diskussionsrunde mit Heide
Häusler, Heidi Pfohl, Daria Bona
und Helena Weber

20. Mai 2025

Frankreich verstehen

Vortrag von Isabelle Bourgeois
im Rahmenprogramm zum
Karlspreis 2025 in Aachen

27. März 2025

Zwischen Anspruch und
Wirklichkeit.
Über die professionelle Ausbildung
von Journalisten

Vortrag von Dr. Vera Katzenberger

21. März 2025

Inklusive Medienarbeit.
Chancen, Herausforderungen
und Perspektiven

Diskussion mit Ernst Tradinik,
moderiert von Gemma Pörzgen in
Zusammenarbeit mit der DG PuK
auf der Jahrestagung in Berlin

17. Januar 2025

Resilienz in den Medien

Gespräch mit Dr. Leif Kramp und
Dr. Stefan Weichert, moderiert von
Aysha Riffi

25. November 2024

Das Gesicht des Totalitären

Vortrag von PD Dr. Thomas Petersen

17. September 2024

Können Maschinen kreativ sein?
Über Kunst und künstliche
Intelligenz?

Vortrag von Prof. Dieter Mersch

6. Mai 2024

Ohne Geschrei und Diffamierung.
Wie wir über die Ukraine-Frage
debattieren sollten

Diskussion mit Prof. Michael
Haller und Dr. Hans-Peter Waldrich

10. April 2024

Frauenhass im Internet:
Machtfantasien der
»Mannosphäre«

Vortrag von Dr. Jacob Johanssen

27. Februar 2024

Was läuft da schief im
Journalismus

Vortrag und Gespräch mit Hermann
von Engelbrechten-Illow

30. Januar 2024

Informiert oder doch nur
abgelenkt?

Vortrag von Dr. Mareike Wieland

5. Dezember 2023

Ein Jahr Chat GPT.
Fluch oder Segen?

Diskussion mit Prof. Christiane
Wooßen und Dr. Christian Temath

2. November 2023

Journalismus in Diktaturen

Vortrag von
Prof. Dr. Katja Artsiomenka

27. September 2023

Welche Bedeutung hat die Fotografie im Journalismus?

Vortrag von Dr. Felix Koltermann



Tobias Endler

12. September 2023

Demokratie und Streit

Dr. Tobias Endler im Gespräch mit Dr. Leonard Novy in Zusammenarbeit mit dem Amerika Haus NRW

29. August 2023

Wie lässt sich Frankreich entschlüsseln?

Vortrag von Isabelle Bourgeois

28. April 2023

Die Pressemitteilung

Vortrag von Wolfgang Zehrt auf der Leipziger Buchmesse

20. März 2023

Wie reden die mit uns? Zur Rhetorik der Medien

Diskussion mit Dr. Stefan Wachtel, Michael Steinbrecher, Jan Josef Liefers und Prof. Marlis Prinzing



Jana Zündel und Herbert von Halem

8. März 2023

Fernsehserie im medienkulturellen Wandel

Vortrag von Dr. Jana Zündel

19. Januar 2023

Eine Wahl des Vergnügens. Das Kino der DDR und seine Zuschauer

Vortrag von Prof. Joseph Garncarz

29. November 2021

Rettet die Medien. Wie informieren wir uns am besten?

Gespräch mit Dr. Marco Bertolaso (online)

23. Februar 2021

Zwischen Medicus und GZSZ. Wie geht kreative Führung

Wolf Bauer im Gespräch mit Thorsten Zarges (online)

21. Oktober 2020

Krisenkommunikation – wie Kommunikation entschärfen kann

Vortrag von Prof. Dr. Jana Wiske und anschließende Diskussion mit Dr. Oliver Hepp (Universität Bayreuth) und Christian Kamp (FAZ; online)

9. März 2020

Journalismus der Dinge

Vortrag von Dr. Jakob Vicari

27. Januar 2020

Streitkultur im Zeitalter des Populismus.

Wie Journalisten und Öffentlichkeit mit den Anfeindungen von rechts und links umgehen kann

Vortrag von Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl und anschließende Diskussion mit Petra Reski und Prof. Dr. Tanjev Schultz (online)

30. Oktober 2019

Journalistische Entwicklungshilfe

Vortrag von Sheila Mysorekar

18. Juni 2019

Fluchtberichterstattung heute: Zwischen journalistischem Anspruch und Medienrealität

Vortrag und Podiumsdiskussion mit Jutta Brennauer und Sheila Mysorekar

15. Mai 2019

Kommunikation im Wandel – revisited. Eine Bestandsaufnahme und kritische (Selbst-)Reflexion der Kommunikationswissenschaft

Podiumsdiskussion mit Prof. Dr. Dagmar Hoffmann, Prof. Dr. Marlis Prinzing und Dr. Jörg-Uwe Nienland. Mit einem Vortrag von Prof. Udo Göttlich



Konrad Steiner und Nicole Wiedenmann

14. März 2019

Revolutionsfotografie zwischen Dokumentation, Agitation und Memoriation

Vortrag von Dr. Nicole Wiedenmann

12. Februar 2019

Das Christentum im Blätterwald. Religiöse Motive in deutschen Zeitschriften

Vortrag von Prof. Dr. Tanja Maier

24. Januar 2019

Online-Lust statt Online-Frust: Wie Journalismus im Netz funktioniert

Podiumsdiskussion mit Hektor Haarkötter, Nea Matzen und Marco Bertolaso

5. Dezember 2018

Mediennostalgie in digitalen Öffentlichkeiten

Vortrag von Dr. Manuel Menke

4. September 2018

Orbitale Irritationen. Kunst im öffentlichen Raum und der digitale Globus

Vortrag von REMOTEWORDS

9. Juli 2018

**Medien im digitalen Wandel.
Neue Chancen mit neuen
Technologien**

Vortrag von Egbert van Wyngaarden



13. Juni 2018

**Bewegtbilder im Wandel:
Der Angriff der Zukunft auf die
Gegenwart**

Vortrag von Dr. Rolf Giesen

17. Mai 2018

**Sommermärchen oder Kommerz?
Die Fußball-WM und andere
Sportgroßereignisse
zwischen Inszenierung und
Instrumentalisierung**

Vortrag und Diskussion mit
Dr. Jörg-Uwe Nieland, Martin
Ammermann, Olaf Kupfer und
Dr. Christiana Schallhorn

24. April 2018

**Im Reich der Figuren – Japanische
Character-Theorie und die
>Mangaisierung< des Alltags**

Vortrag von Lukas R.A. Wilde

25. Januar 2018

**Auf der Suche nach europäischer
Identität**

Vortrag von Dr. Julia Lönnendonker

6. Dezember 2017

**Cross-Border-Journalismus:
Arbeiten im internationalen Team**

Vortrag von Brigitte Alfter

9. November 2017

**»Live is Life« – Sportjournalisten
im crossmedialen Zeitalter**

Vortrag und Diskussion mit Dr. Jana
Wiske, Dr. Felix Görner (RTL)
und Hanns-Christian Kamp (FAZ)

29. Juni 2017

**Informationslücken und
Medienhypes.
Was Journalisten über ihre
eigenen Fehler denken**

Vortrag von Prof. em. Dr. Hans
Mathias Kepplinger



17. Mai 2017

**Ritualkunst zwischen Kult und
Museum**

Vortrag von Prof. Dr. Hans Ulrich
Reck und Christine Bruggmann

3. Mai 2017

**Piktogramme. Kommunikation
ohne Worte**

Vortrag von Dr. Alexander Christian

16. Februar 2017

Journalismus in Afghanistan

Vortrag von Dr. Kefa Hamidi

19. Januar 2017

**Das Ende der Aufklärung.
Auf dem Weg zur >desinformierten
Gesellschaft?**

Vortrag von
Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl

30. November 2016

Europa als Kommunikationsraum

Vortrag von Christian
Schwarzenegger

29. September 2016

**Weltbezüge als Inhalt und Wirkung
von Kommunikation.
Ein neues Paradigma?**

Vortrag von PD Dr. Christoph
Kuhlmann

17. Februar 2016

Sprache ist Politik

Vortrag von Elisabeth Wehling

11. Februar 2016

Die Macht der Bilder

Vortrag von Klaus Sachs-
Hombach und Anne Ulrich

18. November 2015

**Nach der Arabellion.
Zur Lage der Pressefreiheit
in Ägypten und zur
Islamberichterstattung in
Deutschland**

Gespräch mit Janis
Brinkmann, Judith
Jäger und Christopher Resch

13. August 2015

**»Pressing« außerhalb des
Platzes – wie die Fußball-
Bundesligisten den Journalismus
lenken**

Vortrag von Dr. Christoph G.
Grimmer

18. Juni 2015

**Belastete Vergangenheit, verklärte
Geschichte – der Medienmythos
Stern**

Vortrags- und
Diskussionsveranstaltung
mit Prof. Dr. Lutz Hachmeister,
Prof. Dr. Patrick Rössler, und Tim
Tolsdorff. Einführungsvortrag von
Prof. em. Dr. Horst Pöttker

25. März 2015

**Mediensysteme:
Der Schlüssel zur Welterklärung**

mit Roger Blum, Barbara
Thomaß und Gemma Pörzgen

26. Februar 2015

**Medienopfer.
Skandalisieren und Viktimisierung
durch mediale Berichterstattung**

Vortrags- und
Diskussionsveranstaltung mit
Prof. Dr. Hans Mathias Kepplinger,
Barbara Hans, Christoph
Schwenicke und Lutz Tillmanns

»Das vorgestellte Buch will keine alternative Geschichte des Journalismus sein, aber doch eine Ergänzung ihrer kühl wissenschaftlichen Version. Dafür zieht Weischenberg eine Quellengattung heran, die in der Wissenschaft aufgrund »massiver Validitätsprobleme« wenig beachtet worden sei: die erstaunlich vielen Autobiographien prominenter Journalisten der Zwischen- und Nachkriegszeit, die sich nicht zuletzt als herausragende Zeugnisse der Selbstinszenierung lesen lassen.« (Oliver Jungen, FAZ, 22.04.2026)



SIEGFRIED WEISCHENBERG

Schuld und Geheimnis. Bekenntnisse von Legenden in der deutsch-jüdischen Publizistik

2026, 716 S., Hardcover (Faden),
240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-747-2	76,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-748-9	64,99 EUR
ISBN (ePub)	978-3-86962-749-6	64,99 EUR

Die Geschichte der deutschsprachigen Publizistik war in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine Abenteuergeschichte mit vielen Geheimnissen. Sie wird in diesem Buch aus der Perspektive von ›Medienlegenden‹ erzählt, die in Memoiren ihr Leben in jener Zeit beschrieben haben. Viele von ihnen hatten jüdische Wurzeln; schon bald nach Hitlers Machtergreifung mussten sie emigrieren. Publizist:innen mit ›Arier-Nachweis‹ konnten hingegen während des ›Dritten Reichs‹ weiter publizistisch aktiv bleiben. Ihre Bekenntnisse und Geständnisse führen zu Erkenntnissen über die Themen ›Schuld‹ und ›Vergessen‹, die uns im Moment wieder besonders stark beschäftigen müssen.

Intensiv ›beim Wort genommen‹ werden in dieser Studie insgesamt 36 deutsche Medienlegenden, darunter Alfred Kerr, Theodor Wolff, Curt Riess, Hans Habe und Georg Stefan Troller sowie Gabriele Tergit, Stéphane Roussel und Hilde Spiel – alle mit jüdischen Wurzeln. Zu den Deutschen, die Diener des Systems gewesen waren und nach dem Krieg, als sie (weiter) zur Medienprominenz gehörten, wenig selbstkritisch oder sogar lügnerisch mit ihrer Vergangenheit umgingen, zählen Friedrich Sieburg, Karl Korn, Walter Henkels, Henri Nannen, Fritz Sängler, Margret Boveri und Elisabeth Noelle. Auch die Nebenrollen sind in diesem Buch über ›Medienlegenden‹ prominent besetzt – mit Personen der Zeitgeschichte aus Politik, Kunst und Wissenschaft wie Rathenau und Stresemann, Brecht, Kafka, Schönberg und Furtwängler sowie Röntgen, Cassirer und Adorno.



DR. SIEGFRIED WEISCHENBERG, Jahrgang 1948, studierte Soziologie, Geschichte und Publizistik an der Ruhr-Universität Bochum, wo er auch promovierte. Nach einem Volontariat arbeitete er als Redakteur und war ehrenamtlich Bundesvorsitzender des Deutschen Journalisten-Verbands (DJV). Er lehrte viele Jahre als Professor für Kommunikationswissenschaft und Journalistik im In- und Ausland. Seine Forschungsschwerpunkte und zahlreichen Buchpublikationen befassen sich mit der Theorie und Praxis des Journalismus, Systemtheorie und Konstruktivismus, politischer Kommunikation, Max Webers Mediensoziologie sowie der Geschichte der Publizistik.

»Das Studienbuch bietet einen breitgefächerten Überblick über vier Jahrhunderte journalistischer Rollenfindung. [...] Weil [es] auf anschauliche Weise verdeutlicht, wie trotz des massiven Wandels der Anspruch auf Presse- und Meinungsfreiheit unverändert geblieben ist. Es zeigt auch, warum unabhängiger Journalismus für jede freie Gesellschaft unverzichtbar ist.« (Nordspitze, 03/2026)



MICHAEL HALLER / WALTER HÖMBERG (HRSG.)

Der Kampf um die Presse- und Medienfreiheit. Journalistinnen und Journalisten als Wegbereiter der Meinungsfreiheit und Demokratie

2026, 2., überarbeitete und ergänzte Auflage, 344 S.,
42 Abb., Broschur m. Klappe, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-719-9 | 34,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-720-5 | 28,99 EUR

Medien- und Meinungsfreiheit sind zentrale Grundlagen demokratischer Gesellschaften. Während Jahrhunderten wurden sie gegen Zensur, Verfolgung und politische Restriktionen erkämpft. In den Beiträgen für dieses Studienbuch beleuchten führende Stimmen der Journalismusforschung zentrale Entwicklungen, Konflikte und Skandale aus über drei Jahrhunderten. Porträts prägender Journalistinnen und Journalisten wie Daniel Defoe, Heinrich Heine, Karl Marx oder Hedwig Dohm verdeutlichen, dass publizistischer Mut den modernen Journalismus formte.

Ein kompakter und fundierter Überblick für Studierende und Lehrende der Journalistik, der Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie weiterer geistes- und sozialwissenschaftlicher Disziplinen, der zeigt, warum unabhängiger Journalismus bis heute unverzichtbar für jede offene Gesellschaft ist.

Für Studierende und Lehrende der Journalistik, Kommunikations- und Medienwissenschaft, Publizistik und Gesellschaftsgeschichte sowie angrenzender Disziplinen bietet der Band eine verlässliche, gut strukturierte Einführung in zentrale Traditionslinien, Akteurskonstellationen und normative Grundlagen der Pressefreiheit bis ins Zeitalter der Online-Medien. Und er zeigt, warum unabhängiger Journalismus bis heute unverzichtbar für jede offene Gesellschaft ist.



MICHAEL HALLER, Prof. Dr., hatte bis zu seiner Emeritierung 2010 den Lehrstuhl Journalistik an der Universität Leipzig inne. Seine Lehrbücher über journalistische Verfahren und Methoden ha-



WALTER HÖMBERG, Prof. Dr., war nach Tätigkeiten für Presse und Rundfunk Professor für Kommunikationswissenschaft und Journalistik, zunächst an der Universität Bamberg, dann an der Universität Eichstätt.

ben für die Medienpraxis und Journalisten-
ausbildung Standards gesetzt.

DAS KINO ALS SOZIALE UND ÖFFENTLICHE REZEPTIONSSITUATION

»Gabriele Mehlings Buch ist eine wissenschaftliche Arbeit, aber die Lektüre ist nicht zuletzt dank ihres interdisziplinären Ansatzes ein Gewinn für alle, die das Kino nicht bloß als Zeitvertreib erachten.«
(Stuttgarter Zeitung, 12.08.2026)



GABRIELE MEHLING

»Komm, wir gehen ins Kino!« Das Kino als soziale und öffentliche Rezeptionssituation

2026, 424 S., 5 Abb., 11 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-756-4 | 42,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-757-1 | 35,99 EUR

Gehen Sie gerne allein ins Kino? Wenn ja, gehören Sie zu der sehr kleinen Minderheit von etwa zehn Prozent aller Kinobesucher*innen – und von ihnen wären die meisten lieber nicht allein gekommen. Warum, das wird deutlich, wenn man das Kino an sich als soziale und öffentliche Rezeptionssituation versteht.

Die vorliegende Studie beschreibt den Kinobesuch als komplexe, vielgliedrige soziale Handlungsabfolge, die die Menschen in eine öffentliche Situation führt. Sie fragt nach der Bedeutung und den Konsequenzen dieser Eigenschaften des Kinos für das Besuchserlebnis. Qualitativ-empirisch gegründet versteht sich die Untersuchung als Beitrag zur Theoriebildung und verknüpft die Aspekte des Gemeinschaftserlebnisses mit der Erfahrung von Gesellschaft und Öffentlichkeit im Kino.

Frau Mehling wurde für diese Arbeit mit dem Habilitationspreis der Otto-Friedrich-Universität Bamberg ausgezeichnet (2025).



GABRIELE MEHLING ist Lehrkraft für besondere Aufgaben am Institut für Kommunikationswissenschaft der Otto-Friedrich-Universität Bamberg. In ihrer Forschung befasst sie sich u. a. mit der Rezeptionsforschung im Bereich der audiovisuellen Kommunikation.



»Tanja Köhler und Julia Lönnendonker haben ein bemerkenswertes Buch vorgelegt. Mit *Klassismus im Journalismus* zeigen die beiden Kommunikationswissenschaftlerinnen auf, wie soziale Herkunft Karrierewege prägt.« (vds – Verband Deutscher Sportjournalisten, 16.07.2026)



TANJA KÖHLER / JULIA LÖNNENDONKER

Klassismus im Journalismus. Wie soziale Herkunft journalistische Karrierewege prägt

2026, 144 S., 14 Abb., 20 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-758-8 | 28,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-760-1 | OPEN ACCESS

Wer wird Journalist:in und wer bleibt außen vor?

Das Buch präsentiert Ergebnisse einer Studie, die erstmals die soziale Herkunft des journalistischen Nachwuchses in Deutschland umfassend untersucht. Auf Basis einer bundesweiten Befragung von 250 Volontär:innen und Journalistenschüler:innen zeigt sich: Der Zugang zum Journalismus ist sozial selektiv. Personen aus akademischen Elternhäusern sind überrepräsentiert und Startressourcen wie Praktika, freie Mitarbeit, Netzwerke und finanzielle Unterstützung ungleich verteilt.

Zugleich beeinflusst soziale Herkunft das berufliche Rollenverständnis: Während Personen aus akademischen Elternhäusern stärker die kritisch-überwachende Funktion als ›Vierte Gewalt‹ betonen, legen Befragte aus nicht-akademischen Herkunftsgruppen größeren Wert auf die gesellschaftlich integrative und repräsentative Funktion des Journalismus. Durch die Einbeziehung der MacArthur-Skala für subjektiven sozialen Status eröffnet die Studie zudem neue Perspektiven auf soziale Ungleichheit im Journalismus.

Die Autorinnen plädieren dafür, soziale Herkunft als bislang vernachlässigte Diversitätsdimension stärker in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung und in journalistischen Rekrutierungsprozessen zu berücksichtigen. Damit leistet der Band einen wichtigen Beitrag zur Debatte über Diversität, Chancengerechtigkeit und gesellschaftliche Repräsentativität im Journalismus.



TANJA KÖHLER, Prof. Dr., geb. 1971, ist Professorin für Digitalen Journalismus an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg und Co-Direktorin des Instituts für Medienentwicklung und -analyse (IMEA). Sie leitet

aktuell Forschungsprojekte zu sozialen Ungleichheitsstrukturen im Journalismus.



JULIA LÖNNENDONKER, Dr., geb. 1977, ist Förderberaterin im Referat Forschungsförderung der TU Dortmund. Zuvor hat sie an der Deutschen Welle Akademie, der Vrije Universiteit Brussel (VUB) und am Institut für Journalistik der TU Dortmund

Kommunikationswissenschaften mit Fokus auf Journalistik gelehrt und geforscht.



CHRISTOPH BERTLING

Die Abwärtsspirale. Formen, Paradoxien, Störungen des Sportjournalismus und Wege aus seinem Krisenmodus

2026, 324 S., 28 Abb., 15 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-737-3	42,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-738-0	35,99 EUR

Warum fällt es dem Sportjournalismus so schwer, Ereignisse, Entwicklungen und Hintergründe aus der Welt des Sports nach klassischen journalistischen Gütekriterien zu recherchieren, zu analysieren und zu vermitteln? Warum verliert er zunehmend seine neutrale Position und verfängt sich in einem Netz von Abhängigkeiten?

Christoph Bertling erforscht Formen, Paradoxien und Störungen des Sportjournalismus. Die Untersuchung zeigt, dass die heutigen Auflösungserscheinungen (auch) auf die historischen Wurzeln des Sportjournalismus zurückzuführen sind. Erstmals wird ein theoretischer Rahmen gewählt, der die wirtschaftlichen und publizistischen Besonderheiten herausarbeitet. Basierend auf Tiefeninterviews mit über 50 Top-Expert*innen aus dem Sport-Medien-Komplex werden zahlreiche Wege aus der Abwärtsspirale des Sportjournalismus eröffnet.



CHRISTOPH BERTLING, geb. 1974, arbeitet seit mehreren Jahrzehnten in leitender Funktion am Institut für Kommunikations- und Medienforschung (IKM), u.a. als Studiengangsleiter und Privatdozent des B.A. Sportjournalismus und des M.A. Sport, Medien- und Kommunikationsforschung, an der Deutschen Sporthochschule Köln (DSHS). Als Strategie- und Kommunikationsberater ist er seit zwei Jahrzehnten für zahlreiche Top-Sportorganisationen und Medienunternehmen weltweit aktiv. Als Sportjournalist arbeitete er über ein Jahrzehnt als Reporter für

zahlreiche Medien; u.a. *Süddeutsche Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *DEUTSCHE WELLE*, *Spiegel-Verlag*. In seiner Promotion sowie in zahlreichen nationalen und internationalen Veröffentlichungen beschäftigte er sich in den vergangenen Jahrzehnten mit dem komplexen Verhältnis von Sport, Medien und Journalismus.



MARIA LÖBLICH / ELISA POLLACK

Ein Ost-West-Labor? Die Redaktion der Berliner Zeitung zwischen 1989 und 2020

2025, 460 S., 37 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-722-9	42,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-723-6	35,99 EUR

Wie hat sich die Redaktion der *Berliner Zeitung* zwischen 1989 und 2020 entwickelt? Maria Löblich und Elisa Pollack untersuchen die Redaktionsgeschichte mit einem auf Michel Foucault, Pierre Bourdieu und den Neo-Institutionalismus gestützten Ansatz.

In 19 biografischen Interviews berichten ganz unterschiedliche Redaktionsmitglieder über den Alltag in einer Redaktion, über ›Stasi-Fälle‹ im Haus sowie ihre persönlichen Sichtweisen auf den Umgang mit der DDR. Das Buch analysiert das Bedingungsgefüge für die Thematisierung der DDR und beleuchtet, wie sich der dominante Mediendiskurs über die DDR in Organisationsstrukturen, Regeln sowie subjektive Positionen eingeschrieben hat und dabei von einer Redaktion übersetzt wurde, die selbst DDR-Erbe ist.



MARIA LÖBLICH, geb. 1977, ist Professorin für Kommunikationsgeschichte und Medienkulturen am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der FU Berlin.



ELISA POLLACK hat am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Freien Universität Berlin zum Thema »Getrennte Medienwelten. Mediennutzung in Ost- und Westberlin nach der Wende« promoviert.



MICHAEL MEYEN / LUKAS FRIEDRICH

Medienskepsis in Ostdeutschland. Warum das Misstrauen in den Journalismus kein Erbe der DDR ist. Mit einer Fallstudie aus Bautzen

2025, 208 S., 1 Abb., 5 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-732-8	28,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-733-5	23,99 EUR

Dieses Buch taucht in ostdeutsche Lebenswelten ein und verbindet Gruppendiskussionen mit einer Inhaltsanalyse zur öffentlichen Konstruktion Bautzens – einer Stadt, die seit 2016 als »Brown Under« gilt. Dieser Zugang erlaubt es, den Widerspruch zwischen Leitmedien und der Wahrnehmung vor Ort herauszuarbeiten und so eine Ursache für Medienskepsis freizulegen. Die Studie zeigt zugleich, dass DDR-Erfahrungen auch dann nicht automatisch Zweifel am Journalismus der Gegenwart nach sich ziehen, wenn sie in der Familie weitergegeben wurden. Medienkritik und Wahlergebnisse in Ostdeutschland sind kein Erbe der Vergangenheit, sondern wurzeln in Brüchen zwischen Ideologie und Wirklichkeit.



MICHAEL MEYEN, Prof. Dr., Jahrgang 1967, studierte an der Sektion Journalistik und hat dann in Leipzig alle akademischen Stationen durchlaufen: Diplom (1992), Promotion (1995), Habilitation (2001). Parallel arbeitete er als Journalist (*MDR info*, *Leipziger Volkszeitung*, *Freie Presse*). Seit 2002 ist Meyen Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München.



LUKAS FRIEDRICH, geboren 1990, hat in Bamberg (BWL; Bachelor) und Lissabon (Culture Studies, Master) studiert. Seit 2022 ist er wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München (Dissertationsprojekt: Leitmediale Narrative zur Digitalisierung des Bezahlwesens). Von 2023 bis 2025 war er Mitarbeiter im Teilprojekt »Ostdeutsche Medienskepsis – ein mediales Erbe der DDR?« des BMBF-Forschungsverbunds »Das mediale Erbe der DDR«.



LARA LUTTENSCHLAGER

Sichtbarkeitskämpfe. Die Rolle von Augenzeugenvideos während der Gelbwesten-Proteste

2026, 576 S., 40 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-667-3	46,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-703-8	38,99 EUR

Mit der digitalen Medienrevolution ist mediale Sichtbarkeit zu einem zentralen Mittel der Konfliktaustragung geworden – und dadurch selbst so umkämpft wie nie. Ganz entscheidend hierbei: Augenzeugenvideos, mit denen Amateure auf Social Media Gegensichtbarkeit zu den Bildern der professionellen Berichterstattung erzeugen.

Am Beispiel der französischen Gelbwesten-Proteste fragt dieses Buch deshalb nach den heutigen Bedingungen und Praktiken medialer Augenzeugenschaft. Zu diesem Zweck rekonstruiert es das vehemente Ringen um die Darstellung einzelner Protestereignisse: Welche Strategien und Ressourcen setzten staatliche Akteure, Aktivisten und professionelle Journalisten ein? Hatten sie damit Erfolg? Auf der Basis der gewonnenen Erkenntnisse entsteht ein neues Modell für die Analyse jener »Sichtbarkeitskämpfe«, aus denen die mediale Sichtbarkeit heutiger politischer Konflikte hervorgeht.

Frau Luttenschlager wurde für diese Arbeit mit dem Promotionspreis der Eberhard Karls Universität Tübingen ausgezeichnet (2026).



LARA LUTTENSCHLAGER, Dr., Jahrgang 1992, ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medienwissenschaft der Eberhard Karls Universität Tübingen. In Tübingen absolvierte sie zunächst ein Bachelorstudium der Medienwissenschaft, Politikwissenschaft und Sinologie und war mehrere Jahre als Redaktionsassistentin und Dolmetscherin bei den Französischen Filmtagen Tübingen/Stuttgart tätig. Es folgte ein Masterstudium der Internationalen Studien/Friedens- und Konfliktforschung an der Goethe Universität Frankfurt am Main. Parallel dazu arbeitete sie als wissenschaftliche Hilfskraft am PRIF Leibniz-Institut für Friedens- und Konfliktforschung im Projekt Norm-Linkage als Legitimitätspolitik: Die Interaktion von Schutz- und Strafverfolgungsnormen in Debatten über humanitäre Kriseninterventionen. Im Anschluss promovierte sie bei Prof. Dr. Bernhard Pörksen zum Einfluss von Augenzeugenvideos im Internet auf die mediale Sichtbarkeit von sozialen Konflikten und auf journalistische Praktiken.



IVA KRTALIĆ / ERK SIMON

Medien für die superdiverse Gesellschaft. Konzepte und Ergebnisse für die Medienpraxis

2025, 188 S., 9 Abb., 4 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-739-7	26,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-740-3	22,99 EUR

Das Publikum der Medien in Deutschland verändert sich. Der steigende Anteil von Menschen mit einer eigenen oder familiären Einwanderungsgeschichte trägt neben der digitalen Transformation der Medienmärkte und der Mediennutzung zu dieser Entwicklung bei.

Welche Implikationen hat dieser Wandel des Medienpublikums? Iva Krtalić und Erk Simon setzen den Fokus auf das Publikum und seine Bedürfnisse aus der Perspektive der Medienpraxis und -forschung. Auf der Grundlage von Forschungsprojekten mit einem jungen migrantischen Publikum leiten sie zentrale Qualitätskriterien für die Medienproduktion in der superdiversen Gesellschaft ab.



IVA KRTALIĆ, Dr., geboren in Zagreb, ist Journalistin und Beauftragte für Integration und Diversity of Content beim WESTDEUTSCHEN RUNDFUNK. Sie studierte in Zagreb, Zadar und Berlin und promo-

vierte zum Thema der Mediendiskurse der Nation. Iva Krtalić hat für verschiedene Print-Medien in Kroatien und im WDR-Hörfunk als Redakteurin und Autorin gearbeitet. Sie gestaltet Projekte zur Gewinnung von journalistischem Nachwuchs, Aus- und Fortbildungsprojekte sowie Diskussionen zu aktuellen Fragen der pluralen Gesellschaft und des Journalismus. Sie ist in deutschen und europäischen Netzwerken zu den Themen Medien, Migration und Diversität aktiv.



ERK SIMON, geboren in Rostock, ist Leiter der Medienforschung beim WESTDEUTSCHEN RUNDFUNK. Er studierte Soziologie, Psychologie und Deutsche Philologie in Köln sowie Supervision, Coaching und Organisationsberatung in

Frankfurt am Main. Erk Simon absolvierte zudem Ausbildungen in morphologischer Markt- und Medienpsychologie sowie in systemischer Beratung. Seine fachlichen Schwerpunkte sind Publikumsforschung TV/Video, Programmqualität und Medien in der Einwanderungsgesellschaft. Er hat zahlreiche Forschungsprojekte zum Thema Medien und das Publikum mit Einwanderungsgeschichte geleitet.

Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses

Warum ist der lagerübergreifende öffentlich-demokratische Diskurs gefährdet, ja geradezu »kaputt«? Weshalb ist der öffentliche Wettbewerb auf dem Marktplatz der Ideen ins Stocken geraten? Und welche Rolle spielen dabei Digitalisierung und Algorithmen, aber auch Bildung und Erziehung sowie eskalierende Shitstorms und – auf der Gegenseite – Schweigespiralen bis hin zu Sprech- und Denkverboten?

Die Reihe *Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses* stellt diese Fragen, denn wir brauchen Beiträge und Theorien des gelingenden oder misslingenden Diskurses, die auch in Form von »Pro & Contra« als konkurrierende Theoriealternativen präsentiert werden können. Zugleich gilt es, an der Kommunikationspraxis zu feilen – und an konkreten empirischen Beispielen zu belegen, dass und

weshalb durch gezielte Desinformation ein »Realitätsvakuum« und statt eines zielführenden Diskurses eine von Fake News und Emotionen getragene »Diskurssimulation« entstehen kann. Ferner gilt es, Erklärungen dafür zu finden, warum es heute auch unter Bedingungen von Presse- und Meinungsfreiheit möglich ist, dass täglich regierungsoffiziell desinformiert wird und sich letztlich in der politischen Arena kaum noch ein faktenbasierter und »rationaler« Interessensausgleich herbeiführen lässt. Auf solche Fragen Antworten zu suchen, ist Ziel unserer Buchreihe.

Diese Reihe wird herausgegeben von Stephan Ruß-Mohl, emeritierter Professor für Journalistik und Medienmanagement an der Università della Svizzera italiana in Lugano/Schweiz und Gründer des European Journalism Observatory.

Band 3



Stephan Ruß-Mohl (Hrsg.)
Streitlust und Streitkunst.
Diskurs als Essenz der Demokratie
2020, 472 S., Broschur, 190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-552-2 | 28,00 EUR

Band 4



Stephan Ruß-Mohl /
Christian Pieter Hoffmann (Hrsg.)
Zerreißproben.
Leitmedien, Liberalismus und Liberalität
2021, 256 S., Broschur, 190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-535-5 | 23,00 EUR

Band 5



Sebastian Turner / Stephan Ruß-Mohl
(Hrsg.)
Deep Journalism.
**Domänenkompetenz als redaktioneller
Erfolgsfaktor**
2023, 316 S., Broschur, 190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-660-4 | 25,00 EUR

Band 6



Marco Bertolaso
Rettet die Nachrichten!
**Was wir tun müssen, um besser
informiert zu sein**
2021, 358 S., Broschur, 190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-493-8 | 25,00 EUR

Band 7



Hermann von Engelbrechten-Illow
Was läuft da schief im Journalismus?
**Warum es mit den Medien bergab geht
und wie man ihnen aufhelfen kann**
2023, 290 S., 30 Abb., Broschur,
190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-672-7 | 24,00 EUR

Band 9



Isabelle Bourgeois
Frankreich entschlüsseln.
**Missverständnisse und Widersprüche im
medialen Diskurs**
2023, 288 S., 11 Abb.,
Broschur, 190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-643-7 | 23,00 EUR

Band 10



Tobias Endler
Demokratie und Streit.
**Der Diskurs der Progressiven in den USA:
Vorbild für Deutschland?**
2022, 208 S., Broschur,
190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-645-1 | 20,00 EUR

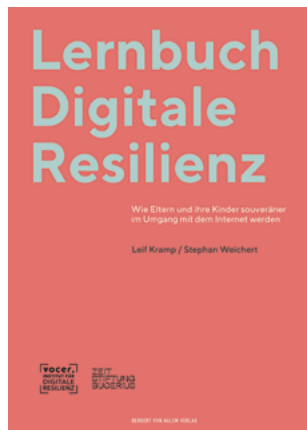
Band 11



Thomas Petersen
Das Gesicht des Totalitären.
Woran man radikales Denken erkennt
2024, 172 S., 13 Abb., Broschur,
190 x 120 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-695-6 | 19,00 EUR



»Das Lernbuch ›Digitale Resilienz‹ ist ein Werkzeugkasten, Rat- und Tatgeber.« (socialnet, 08.07.2026)



LEIF KRAMP / STEPHAN WEICHERT

Lernbuch Digitale Resilienz. Wie Eltern und ihre Kinder souveräner im Umgang mit dem Internet werden

2026, 232 S., Broschur, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-753-3	29,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-754-0	24,99 EUR

Digitale Medien sind aus dem Alltag von Familien nicht mehr wegzudenken. Social Media, Desinformation, KI-Anwendungen und permanenter Bildschirmstress prägen den Alltag. Das Lernbuch Digitale Resilienz unterstützt Eltern und Kinder dabei, einen sicheren, reflektierten und kompetenten Umgang mit dem Internet und den digitalen Technologien zu entwickeln.

Mit praxisnahen Tipps, verständlichen Erklärungen und konkreten Strategien lernen Familien, Desinformation zu erkennen, Risiken zu vermeiden und ihre Medienkompetenz zu stärken. Übungen, die auch von Lehrkräften für Schulklassen genutzt werden können, tragen dazu bei, das erworbene Wissen zu vertiefen und anzuwenden. Das Buch nimmt die Herausforderungen ernst, denen Familien heute begegnen, und bietet eine verständliche, wissenschaftlich fundierte und praxisnahe Orientierung für einen bewussten und selbstbestimmten Umgang mit digitalen Medien.

Dieses Lernbuch richtet sich an alle, die gemeinsam als Familie oder im Klassenverband digitale Chancen nutzen und sich gegen Gefahren wappnen möchten – für mehr Sicherheit, Selbstvertrauen und Freude im digitalen Alltag.



LEIF KRAMP, Dr., ist Medien- und Kommunikationswissenschaftler sowie Forschungs-koordinator des Zentrums für Medien-, Kommunikations- und Informationsforschung (ZeMKI), Universität Bremen.

Kramp ist Gründungsvorstand des Vereins für Medien- und Journalismuskritik, der die VOCER-Bildungsprogramme trägt.



STEPHAN WEICHERT, Dr., ist Medien- und Kommunikationswissenschaftler, Publizist, Filmemacher und Social Entrepreneur. Gemeinsam mit Alexander von Streit leitet er das unabhängige VOCER Institut für Digitale Resilienz. Weichert arbeitet seit 20 Jahren als Lehrbeauftragter und hat verschiedene Studiengänge und Ausbildungsprogramme im Bereich Digitaler Journalismus geleitet.

BZ

am Abend



FÜR DICH

FREIE WE

Wochenpost

Presse-
frühling
und
Profit

Wie
westdeutsche
Verlage
1989/1990
den Osten
eroberten

HERBERT VON HALEM VERLAG

ISBN 978-3-86962-474-7

HERBERT VON HALEM VERLAG



MANDY TRÖGER

Die Treuhand und die ostdeutsche Presse. Privatisierung, Konflikte und medienstrukturelle Langzeitfolgen 1990–1994

2026, ca. 450 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-763-2	ca. 35,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-764-9	ca. 29,99 EUR
ISBN (ePub)	978-3-86962-765-6	ca. 29,99 EUR

Zwischen 1990 und 1994 privatisierte die Treuhandanstalt nicht nur Tausende Industriebetriebe, sondern auch große Teile der DDR-Presselandschaft. Dieses Buch untersucht erstmals systematisch und auf breiter Archivgrundlage, wie dieser Vorgang verlief, welche Akteure ihn prägten und welche Entscheidungslogiken dabei wirksam waren. Im Mittelpunkt stehen die ehemaligen SED-Bezirkszeitungen sowie weitere DDR-Presserverlage, deren Privatisierung die heutige ostdeutsche Medienstruktur maßgeblich geformt hat.

Die Studie stützt sich auf die bislang weitgehend unausgewerteten Treuhandakten im Bundesarchiv Berlin sowie auf Bestände weiterer zentraler staatlicher Institutionen, darunter die Unabhängige Kommission zur Überprüfung des Vermögens der Parteien und Massenorganisationen der DDR (UKPV) und das Bundeskartellamt. Sie zeigt, dass die Presseprivatisierung ein hoch konflikthafter Vorgang war, in dem konkurrierende Markt- und Machtinteressen aufeinandertrafen und westdeutsche Großverlage systematisch bevorzugt wurden. Personelle und institutionelle Kontinuitäten waren dabei nicht Nebenprodukt, sondern ausdrückliches Ziel der Treuhandpolitik.

Das Buch ist die Fortsetzung von Trögers 2019 erschienenem Band *Pressefrühling und Profit* und schließt eine zentrale Forschungslücke in der Medien- und Zeitgeschichte. Es liefert zugleich einen wichtigen Beitrag zum Verständnis gegenwärtiger Debatten über Medienkonzentration, Deutungskämpfe um das Erbe der Treuhand und die medienstrukturellen Langzeitfolgen der deutschen Einheit.



MANDY TRÖGER, Jg. 1980, promovierte 2018 am Institute of Communications Research der University of Illinois at Urbana-Champaign und habilitierte sich 2026 im Rahmen der Walter Benjamin-Stelle der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) am Institut der Medienwissenschaft an der Universität Tübingen. Seit Juli 2026 ist sie assoziierte Professorin an der Södertörn Universität in Stockholm, wo sie als Wallenberg Academy Fellow 2025 ein Forschungsprojekt zur Kommunikationsgeschichte der NATO leitet. Zudem ist sie assoziierte

Forscherin am Media, Inequality & Change (MIC) Center der Annenberg School for Communication, University of Pennsylvania. Ihre Forschungs- und Publikationsschwerpunkte liegen in der Medien- und Kommunikationsgeschichte, politischen Ökonomie der Medien und Kommunikation und ostdeutschen Pressegeschichte.



MATTHIAS STOLZ

Die schieren Zahlen. Zur Qualität von Dashboards und anderen datenjournalistischen Artikeln mit mehreren Visualisierungen

2026, ca. 428 S., 127 Abb., 18 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-775-5	46,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-776-2	38,99 EUR

Dashboards und andere Artikel mit visuell aufbereiteten Daten gehören für viele Nutzer:innen zur täglichen Lektüre. Spätestens mit den Covid-19-Dashboards hat sich der Datenjournalismus in den Redaktionen fest etabliert. Doch selten wird die Frage gestellt: Was macht Datenjournalismus eigentlich zu gutem Journalismus? Matthias Stolz, der mit seinen vielfach ausgezeichneten »Deutschlandkarten« im *ZEITmagazin* seit 2007 selbst mit Daten Journalismus betrieben hat, möchte Antworten auf diese Frage finden. Er begab sich auf die Suche nach Kriterien, die die Qualität des Datenjournalismus ausmachen. Entstanden ist ein Buch, das sich insbesondere an die journalistische Praxis wendet und Hinweise für sie enthält. Es ist ein Plädoyer dafür, viel mehr darüber zu diskutieren, was in diesem Genre gut läuft und was nicht – und damit für einen Critical Turn im Datenjournalismus.



MATTHIAS STOLZ, Dr., geboren 1973, ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Journalistischen Seminar der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Er studierte Umweltschutztechnik in Stuttgart und Lyon und besuchte die Deutsche Journalistenschule in München. Fast zwei Jahrzehnte lang war er Redakteur beim *ZEITmagazin*. In seiner Forschung und Lehre widmet er sich dem Daten- und Magazinjournalismus.



SUSANNE REITMAIR-JUÁREZ

News Find Me.
Analyse der Nachrichtennutzung
von Jugendlichen und
Fragmentierungseffekte
in politischen Öffentlichkeiten

2026, ca. 208 S., 16 Abb., 14 Tab., Broschur,
213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-773-1	29,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-774-8	24,99 EUR

Wie informieren sich Jugendliche wirklich? Und welche Themen erreichen sie dabei? Die Studie rekonstruiert Nachrichtenverständnisse, -praktiken und die tatsächliche Themenwahrnehmung Jugendlicher in Österreich. Das *Mixed-Methods*-Design kombiniert Interviews und ein *Mobile Experience Sampling* via WhatsApp. Die Medienanalyse zeigt, dass trotz algorithmischer Vielfalt die Agenda-Setting-Macht traditioneller Nachrichten stark bleibt – auch für Jugendliche. Beiläufige Online-Information führt zu starker inhaltlicher Konvergenz bei geringer Themenbreite und teils langen Verzögerungen. Dies hat einen geringen Wissensaufbau und einen überschätzten Informationsstand zur Folge – und zeigt den weiterhin hohen Bedarf an wirksamer Medienbildung. Die Studie liefert konstruktive Impulse für die politische Medienbildung von Jugendlichen.



SUSANNE REITMAIR-JUÁREZ ist Post-Doc am Institut für Politikwissenschaft der Universität Innsbruck in Österreich. Sie ist Mitglied in der Forschungsgruppe Politische Bildung sowie Sprecherin der Sektion Politikdidaktik der öGPW (Österr. Gesellschaft für Politikwissenschaft). Reitmair-Juárez studierte Politikwissenschaften an der Universität Salzburg. 2021 bis 2024 promovierte sie an der Universität Innsbruck mit einem Stipendium des Tiroler Landtags im Forschungsbereich Politische Bildung. In ihrer Forschung untersucht sie das Verhältnis von Jugendlichen zur Politik, insbesondere wie sich Jugendliche über Politik informieren und wie sie

mit Desinformation und KI-generierten Inhalten umgehen, sowie den Transfer von Forschungsergebnissen in die Unterrichtspraxis. Dabei wendet sie vorwiegend qualitative und *Mixed-Methods-Forschungsdesigns* an.



DIETER MERSCH

Kann KI Kunst? Eine ästhetische Kritik

2025, 412 S., 25 Abb., Broschur, 190 x 120 mm, dt.

ISBN (Print)	978-3-86962-709-0	32,00 EUR
ISBN (PDF)	978-3-86962-710-6	27,99 EUR

Kunst und Design als autonome Schöpfungen aus dem Computer erleben einen regelrechten Boom sowohl in Galerien als auch in Ausstellungen und internationalen Museen wie dem MOMA oder der Guggenheim-Foundation. Eine kritische Diskussion, insbesondere der Frage, ob es sich um veritable Kunst handelt und was der ästhetische Wert dieser Produktionen bildet, hat gerade erst begonnen. Das schließt auch die Auseinandersetzung darüber ein, ob Computersysteme in einem überzeugenden Sinne kreativ sein können, ja, ob sie zu einem eigenständigen ästhetischen Denken fähig sind. Mit seinen Überlegungen blickt der Autor dazu buchstäblich ins Innere der Funktionsweise der Maschinen und ihrer Mathematik, um diese Fragen zu beantworten.



DIETER MERSCH, Prof. em. Dr., Zürcher Hochschule der Künste, studierte Mathematik und Philosophie an den Universitäten Köln, Bochum und Darmstadt. Zwischen 2004-2013 hatte er den Lehrstuhl für Medientheorie und Medienwissenschaften an der Universität Potsdam inne, 2013-2021 leitete er das Institut für Theorie an der Zürcher Hochschule der Künste und war Prof. für Ästhetische Theorie, ferner zwischen 2018-2021 Präsident der Deutschen Gesellschaft für Ästhetik. Jüngste Publikationen: *Epistemologien des Ästhetischen*, Zürich/Berlin 2015,

Manifest der Künstlerischen Forschung. Eine Verteidigung gegen ihre Verfechter, Zürich/Berlin 2020, *Humanismen und Antihumanismen. Kritische Studien zur Gegenwartsphilosophie*, Berlin/Zürich 2024, zudem zahlreiche Studien zur Medien-Philosophie, Kunst-Philosophie, Bild-Philosophie und zum Digital Criticism.

Bildwissenschaft



MARCEL LEMMES

Visuelle Desinformation.

Digitale Bilder zwischen Populismus und Manipulation

2025, 368 S., 17 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-741-0 | 34,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-742-7 | 28,99 EUR

MARCEL LEMMES / STEPHAN PACKARD /

KLAUS SACHS-HOMBACH (Hrsg.)

Bilder im Aufbruch.

Herausforderungen der Bildwissenschaft

2025, 516 S., 72 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-687-1 | 56,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-688-8 | OPEN ACCESS

VOLKER WORTMANN

Authentisches Bild und authentisierende Form

2023, 2., überarbeitete und ergänzte Auflage,

304 S., Broschur

ISBN (Print) 978-3-86962-651-2 | 28,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-652-9 | 23,99 EUR

ISBN (ePub) 978-3-86962-653-6 | 23,99 EUR

KLAUS SACHS-HOMBACH

Das Bild als kommunikatives Medium.

Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft

2021, 4., leicht überarbeitete und ergänzte Auflage,

380 S., 8 Abb., 2 Tab., Broschur

ISBN (Print) 978-3-86962-584-3 | 28,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-581-2 | 23,99 EUR

ANDREAS VEITS / LUKAS R.A. WILDE /

KLAUS SACHS-HOMBACH (Hrsg.)

Einzelbild & Narrativität.

Theorien, Zugänge, offene Fragen

2020, 208 S., Broschur

ISBN (Print) 978-3-86962-401-3 | 30,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-402-0 | 25,99 EUR

BENITA HERDER

Bild und Fiktion.

Eine Untersuchung über die Funktion von Bildern in der Erkenntnistheorie

2017, 216 S., 8 Abb., Broschur,

ISBN (Print) 978-3-86962-259-0 | 25,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-260-6 | 20,99 EUR

MANFRED HARTH / JAKOB STEINBRENNER (Hrsg.)

Bilder als Gründe

2013, 152 S., 10 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-076-3 | 19,80 EUR

KLAUS SACHS-HOMBACH / JÖRG R. J. SCHIRRA (Hrsg.)

Origins of Pictures.

Anthropological Discourses in Image Science

2013, 560 S., 229 Abb., 6 Tab., Broschur

ISBN (Print) 978-3-86962-057-2 | 36,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-161-6 | 30,99 EUR

KLAUS SACHS-HOMBACH / RAINER TOTZKE (Hrsg.)

Bilder – Sehen – Denken.

Zum Verhältnis von begrifflich-philosophischen und empirisch-psychologischen Ansätzen in der bildwissenschaftlichen Forschung

2011, 456 S., 138 Abb., 2 Tab., Broschur

ISBN (Print) 978-3-86962-006-0 | 30,00 EUR

SILVIA SEJA

Handlungstheorien des Bildes

2009, 208 S., Broschur

ISBN (Print) 978-3-938258-59-0 | 21,00 EUR

STEFAN MEIER

(Bild-)Diskurs im Netz.

Konzept und Methode für eine semiotische Diskursanalyse im World Wide Web

2008, 2. Auflage, 480 S., 65 Abb., Broschur

ISBN (Print) 978-3-938258-83-5 | 32,00 EUR

KLAUS SACHS-HOMBACH (Hrsg.)

Bild und Medium.

Kunstgeschichtliche und philosophische Grundlagen der interdisziplinären Bildwissenschaft

2006, 280 S., 34 Abb., Broschur

ISBN (Print) 978-3-938258-22-4 | 30,00 EUR

KLAUS SACHS-HOMBACH (Hrsg.)

Bildwissenschaft zwischen Reflexion und Anwendung

2005, 568 S., über 100 Abb., engl. Broschur

ISBN (Print) 978-3-931606-73-2 | 36,00 EUR

Medienpraxis



MORTEN PÜSCHEL / BIANCA KELLNER-ZOTZ

**Livekommentierung von Sportereignissen.
Theorie, Praxis und Einblicke in die Branche**

Praktischer Journalismus, 116

2027, Broschur, 185 x 120 mm

ISBN (Print) 978-3-7445-2122-2 | ca. 28,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2123-9 | ca. 23,99 EUR

YVONNE MALAK

Erfolgreich Radio machen

Praktischer Journalismus, 100

2025, 2., komplett überarbeitete Auflage, 296 S., 25 Abb.,
Broschur m. Klappe, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2104-8 | 39,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2105-5 | 33,99 EUR

HANNES RALL

Comics.

Konzept und Gestaltung

2025, 728 S., 376 Abb., Broschur m. Klappe,
240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-533-1 | 64,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-86962-534-8 | 44,99 EUR

DANIEL MOJ

Bewegtbild-Journalismus.

Handbuch für TV, Online und Social Media

Praktischer Journalismus, 115

2025, 3., völlig überarbeitete Auflage, 304 S., 45 Abb.,
Broschur m. Klappe, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2013-3 | 37,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2014-0 | 31,99 EUR

STEPHAN FERDINAND

Podiumsdiskussionen planen und moderieren

Praktischer Journalismus, 113

2024, 296 S., 23 Abb., Broschur, 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2106-2 | 26,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2107-9 | 22,99 EUR

CHRISTINA ELMER / LORENZ MATZAT (HRSG.)

Handbuch Daten und KI im Journalismus

Praktischer Journalismus, 112

2024, 386 S., 62 Abb., Broschur, 240 x 170 mm, dt.

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

ISBN (PDF) 978-3-7445-2103-1 | 27,99 EUR

SANDRA MÜLLER

Radio machen

Praktischer Journalismus, 111

2024, 3., komplett überarbeitete Auflage, 216 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

CHRISTIAN THIELE

Interviews führen

Praktischer Journalismus, 109

2024, 3., komplett überarbeitete Auflage, 192 S.,
Broschur, 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2088-1 | 22,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2089-8 | 18,99 EUR

HANNES RALL

Animationsfilm.

Konzept und Produktion

Praxis Film, 77

2024, 2., komplett überarbeitete Auflage, 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

NEA MATZEN

Online-Journalismus für die Praxis.

Fachwissen für Netzpublikationen

Praktischer Journalismus, 114

2024, 4., überarbeitete Auflage, 424 S., 92 Abb.,
Broschur, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2035-5 | 39,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2036-2 | 30,99 EUR

ECKHARD WENDLING / MARKUS WENDLING

Filmproduktion.

Eine Einführung in die Produktionsleitung

Praxis Film, 46

2024, 3., völlig überarbeitete Auflage, 304 S., 25 Abb.,
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

Aus unserer Vorschau

MAURIZIO BACH

Vilfredo Pareto

Klassiker der Wissenssoziologie, 20

2026, 1 Abb., 1 Tab., Broschur, 190 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2128-4 | 16,00 EUR

ISBN (PDF) 978-3-7445-2129-1 | 13,99 EUR

ISBN (ePub) 978-3-7445-2130-7 | 13,99 EUR

JOCHEN TRUM

Der Hundertjährige, der von der Insel kam.

Wie Großbritannien den öffentlichen Rundfunk erfand

2027, Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-770-0

ISBN (PDF) 978-3-86962-771-7

ISBN (ePub) 978-3-86962-772-4

RICHARD LANGSTON

Dunkle Materie.

Ein Handbuch zu Alexander Kluge und Oskar Negt

2027, Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-761-8

ISBN (PDF) 978-3-86962-762-5

SUSANNE MARSHALL (Hrsg.)

Universale Archive.

Erinnerungskulturen und ihre medialen Praktiken

2026, ca. 250 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN 978-3-86962-524-9

CHRISTOPH BERTLING / DANIEL NÖLLEKE (HRSG.)

Der Sport im Medienzeitalter.

Ökonomische Grundlagen, Strukturen

und Anwendungsfelder

2027, ca. 380 S., Broschur, 240 x 170 mm, dt.

ISBN 978-3-86962-784-7

RUDOLF STÖBER

Deutschland-Bilder.

Spiegelungen nationaler Identität

2027, 2., überarbeitete Auflage, Hardcover (Faden), 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-786-1

ISBN (PDF) 978-3-86962-787-8

ISBN (ePub) 978-3-86962-788-5

EVA-MARIA ROEHSE

Forschungsethik im Datenmeer.

Herausforderungen der Inhaltsanalyse von

textbasierten Nutzungsdaten aus sozialen Medien

2027, Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-782-3

ISBN (PDF) 978-3-86962-783-0

MORTEN PÜSCHEL / BIANCA KELLNER-ZOTZ

Livekommentierung von Sportereignissen

Praktischer Journalismus, 116

2027, Broschur, 185 x 120 mm

ISBN (Print) 978-3-7445-2122-2

ISBN (PDF) 978-3-7445-2123-9

ACHIM DUNKER

eins zu hundert.

Die Möglichkeiten der Kameragestaltung

Praxis Film, 72

2027, 3., überarbeitete Auflage, Broschur m. Klappe, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2133-8

ISBN (PDF) 978-3-7445-2134-5

JACOB VICARI

Creative Technology

Praktischer Journalismus, 117

2027, Broschur, 240 x 170 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2131-4

ISBN (PDF) 978-3-7445-2131-1

DIRK VOM LEHN

Harold Garfinkel

Klassiker der Wissenssoziologie, 10

2027, 2. Auflage, 185 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-7445-2137-6

ISBN (PDF) 978-3-7445-2138-3

ISBN (ePub) 978-3-7445-2139-0

THEODOR HERZL

Palais Bourbon.

Bilder aus dem französischen Parlamentsleben

Hrsg. von Horst Pöttker

2027, Broschur, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-789-2

ISBN (PDF) 978-3-86962-790-8

ISBN (ePub) 978-3-86962-791-5

STEPHAN CARTIER

Das Lachen der Gesellschaft.

Niklas Luhmann und die soziologische Aufklärung durch Humor

2027, Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-780-9

ISBN (PDF) 978-3-86962-781-6

STEPHAN RUSS-MOHL

Die informierte Gesellschaft und ihre Feinde.

Warum die Digitalisierung unsere Demokratie gefährdet

Schriften zur Rettung des öffentlichen Diskurses, 12

2027, 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Broschur, 190 x 120 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-792-2

ISBN (PDF) 978-3-86962-793-9

ISBN (ePub) 978-3-86962-794-6

TIM TOLSDORFF

Michael Mansfeld

2027, Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN (Print) 978-3-86962-767-0

ISBN (PDF) 978-3-86962-768-7

ISBN (ePub) 978-3-86962-769-4



Klassiker der Wissenssoziologie (Hrsg. von Bernt Schnettler)

BERNT SCHNETTLER

Thomas Luckmann

Klassiker der Wissenssoziologie, 1
2027, 2., überarbeitete Auflage,
ca. 160 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1991-5

REINER KELLER

Michel Foucault

Klassiker der Wissenssoziologie, 7
2023, 2. Auflage, 194 S., Broschur,
185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-2073-7

DIETMAR J. WETZEL

Maurice Halbwachs

Klassiker der Wissenssoziologie, 15
2023, 2., überarbeitete Auflage,
156 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-2067-6

STEPHAN MOEBIUS

Marcel Mauss

Klassiker der Wissenssoziologie, 2
2022, 2. Auflage, 176 S.,
185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-2070-6

AMALIA BARBOZA

Karl Mannheim

Klassiker der Wissenssoziologie, 9
2020, 160 S., 185 x 120 mm, dt.
2., komplett überarb. Auflage

ISBN 978-3-7445-2031-7

UWE KRÄHNKE

Georg Simmel

Klassiker der Wissenssoziologie, 16
2023, 136 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-0309-9

MARTIN ENDRESS

Alfred Schütz

Klassiker der Wissenssoziologie, 3
2006, 160 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1607-5

DIRK VOM LEHN

Harold Garfinkel

Klassiker der Wissenssoziologie, 10
2012, 156 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1688-4

MICHAELA PFADENHAUER

Peter L. Berger

Klassiker der Wissenssoziologie, 17
2010, 136 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-0325-9

JÖRG STRÜBING

Anselm Strauss

Klassiker der Wissenssoziologie, 4
2007, 152 S., 184 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1611-2

DANIEL ŠUBER

Émile Durkheim

Klassiker der Wissenssoziologie, 12
2011, 152 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1671-6

DARIUŠ ZIFONUN

Hans-Georg Soeffner

Klassiker der Wissenssoziologie, 18
2020, 184 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1963-2

GABRIELA CHRISTMANN

Robert E. Park

Klassiker der Wissenssoziologie, 5
2007, 140 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1628-0

MICHAEL KAUPPERT

Claude Lévi-Strauss

Klassiker der Wissenssoziologie, 13
2008, 124 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-0032-6

RENÉ SALOMON / ANDREAS GÖBEL

Niklas Luhmann

Klassiker der Wissenssoziologie, 19
2025, ca. 150 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1981-6

JÜRGEN RAAB

Erving Goffman

Klassiker der Wissenssoziologie, 6
2014, 2. Auflage, 160 S.,
185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-0684-7

HEIKE DELITZ

Arnold Gehlen

Klassiker der Wissenssoziologie, 14
2011, 152 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-0054-8

MARTIN ENDRESS

Max Weber

Klassiker der Wissenssoziologie, 20
2025, ca. 150 S., 185 x 120 mm, dt.

ISBN 978-3-7445-1995-3

Weitere Bände in Vorbereitung!

Alfred Schütz Werkausgabe

Herausgegeben von Hans-Georg Soeffner, Ilja Srubar und Richard Grathoff (†)

Band I

Matthias Michailow (Hrsg.)
Sinn und Zeit.
Frühe Wiener Arbeiten und Entwürfe
2007. ISBN 978-3-7445-1760-7
EUR(D) 49,00 [Serienpreis 39,00]

Band II

Martin Endreß / Joachim Renn (Hrsg.)
Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt.
Eine Einleitung in die verstehende Soziologie
2004. ISBN 978-3-7445-1758-4
EUR(D) 79,00 [Serienpreis 69,00]

Band III.1

Gerd Sebald / Michael Thomas (Hrsg.)
Philosophisch-phänomenologische Schriften 1.
Zur Kritik der Phänomenologie Edmund Husserls
2009. ISBN 978-3-7445-1756-0
EUR(D) 64,00 [Serienpreis 54,00]

Band III.2

Hansfried Kellner / Joachim Renn (Hrsg.)
Philosophisch-phänomenologische Schriften 2.
Studien zu Scheler, James und Sartre
2005. ISBN 978-3-7445-1754-6
EUR(D) 44,00 [Serienpreis 34,00]

Band IV

Thomas Samuel Eberle / Jochen Dreher /
Gerd Sebald (Hrsg.)
Zur Methodologie der Sozialwissenschaften
2010. ISBN 978-3-7445-1752-2
EUR(D) 79,00 [Serienpreis 69,00]

Band V.1

Martin Endreß / Ilja Srubar (Hrsg.)
Theorie der Lebenswelt 1.
Die pragmatische Schichtung der Lebenswelt
2003. ISBN 978-3-7445-1777-5
EUR(D) 69,00 [Serienpreis 59,00]

Band V.2

Hubert Knoblauch / Ronald Kurt /
Hans-Georg Soeffner (Hrsg.)
Theorie der Lebenswelt 2.
Die kommunikative Ordnung der Lebenswelt
2003. ISBN 978-3-7445-1750-8
EUR(D) 59,00 [Serienpreis 49,00]

Band VI.1

Elisabeth List (Hrsg.)
Relevanz und Handeln 1.
Zur Phänomenologie des Alltagswissens
2004. ISBN 978-3-7445-1748-5
EUR(D) 64,00 [Serienpreis 54,00]

Band VI.2

Andreas Göttlich / Gerd Sebald /
Jan Weyand (Hrsg.)
Relevanz und Handeln 2.
Gesellschaftliches Wissen und politisches
Handeln
2011. ISBN 978-3-7445-1746-1
EUR(D) 59,00 [Serienpreis 49,00]

Band VII

Gerd Sebald / Andreas Georg Stascheit (Hrsg.)
Schriften zur Musik
2016. ISBN 978-3-7445-1745-4
EUR(D) 49,00 [Serienpreis 39,00]

Band VIII

Jochen Dreher / Michael D. Barber (Hrsg.)
Schriften zur Literatur
2013. ISBN 978-3-7445-1743-0
EUR(D) 54,00 [Serienpreis 44,00]

Band IX

Martin Endreß / Sebastian Klimasch (Hrsg.)
Strukturen der Lebenswelt
2020. ISBN 978-3-7445-1741-6
EUR(D) 79,00 [Serienpreis 69,00]

9 Bände (12 Teilbände) zum Paketpreis von 628,00 EUR (statt 740,00 EUR).

Dieser Preis gilt bei Abnahme aller 12 (Teil-)Bände.

ISBN 978-3-4775-1740-9 (Gesamtwerk ASW)

BLexKom möchte der Kommunikationswissenschaft im deutschsprachigen Raum ein Gesicht geben. Vorgestellt werden die zentralen Akteure: Professoren, Habilitierte und andere Personen, die einen gewichtigen Beitrag für das Fach geleistet haben – von Karl Bücher bis zu den frisch Berufenen.

rezensionen:kommunikation:medien (*r:k:m*) versteht sich als zentrales Rezensionsforum für die Kommunikations- und Medienwissenschaften. *r:k:m* will seiner Leserschaft einen möglichst vollständigen thematischen Überblick über die einschlägige Fachliteratur ermöglichen und Orientierung in der Fülle des ständig wachsenden Buchmarkts bieten. Aktuelle Rezensionen erscheinen in regelmäßigen Abständen. <http://www.rkm-journal.de>

Journalistik

Das Wörterbuch der Journalistik

<https://www.journalistikon.de>

Das *Journalistik* ist das erste deutschsprachige Lexikon der Journalistik. Dabei handelt es sich um die Wissenschaft, die den Journalistenberuf durch Ausbildung und Innovationen unterstützt und kritisch begleitet. Das Wörterbuch der Journalistik wendet sich nicht nur an Forschende oder Studierende entsprechender Fachrichtungen, sondern an alle, die sich für Journalistik und praktischen Journalismus interessiert und sich als Mediennutzer oder Medienhandwerker an einem reflektierenden Zugang versuchen möchte. Das *Journalistik* lohnt sich für alle, die Informationen zur Thematik suchen, ohne dabei ein zweites Lexikon zum Verständnis der Ausführungen daneben legen zu müssen.

KÖLNER MEDIENGESPRÄCHE

<https://www.koelner-mediengespraech.de>

Bei den *Kölner Mediengesprächen* setzen sich unsere Autorinnen und Autoren sowie kompetente Gäste in unterschiedlichen Formaten wie Gesprächsrunden, Vorträgen oder auch Präsentationen mit Fragen aus der Welt der Medien und der Kommunikation auseinander.

Die *Kölner Mediengespräche* finden in den Räumen des Herbert von Halem Verlags oder im Atelier Theater in Köln statt. Unser Verlag versteht sich ausdrücklich nicht als ein ›Unternehmen hinter verschlossenen Türen‹, sondern als eine offene Plattform des Diskurses für Fragen rund um die Themen Medien und Kommunikation.

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
URL: <https://www.halem-verlag.de>

Verkehrsnummer: 12542

Das Verlagsprogramm des Herbert von Halem Verlags wurde Ihnen überreicht durch: