

# Medienfachverlag Oberauer GmbH

Jahrbuch für Journalisten 2009 erschienen

22.01.2009 - 12:02 Uhr, Medienfachverlag Oberauer GmbH

Frankfurt/Zürich/Salzburg (ots) - Welche Themen werden Journalisten und Medienmacher in diesem Jahr begleiten? Wo werden die künftigen Medientrends gemacht? Wie ticken die modernen Medienmacher? Diese Fragen versucht das neue "Jahrbuch für Journalisten 2009" zu beantworten, das heute erschienen ist.

Als ein "Best of" sammelt es die wichtigsten Beiträge, die in den zurückliegenden Monaten über die Entwicklungen im Journalismus und im Mediengeschäft erschienen sind. Zahlreiche Autoren zeigen, wie sich Journalisten und Medienmacher den künftigen Anforderungen stellen, was Zukunft hat und was gute Chancen hat, auf dem Müllhaufen der Mediengeschichte zu landen.

Eine Auswahl der Beiträge im neuen Journalisten-Jahrbuch:

- "Der Leser ist extrem brutal", sagt Leserforscher Carlo Imboden. Wie die neue Online-Generation Zeitung liest. Weshalb Agenturmeldungen Gift sind. Und warum Leser keine Fehler verzeihen.

- "Auch eine Lüge kann erhellend sein!" Die Preisträger der wichtigsten Journalistenpreise über ihre Arbeit, ihre Erfahrungen und ihre Ansprüche.

- Warum sind manche Zeitungen erfolgreich, andere nicht? Medienwissenschaftler Klaus Schönbach hat 500 Tageszeitungen untersucht und dabei erstaunliche Parallelen gefunden.

- Werden die Zeitungen zum "Fernsehprogramm" für das Internet? Und wird das Internet in der Krise langsamer wachsen? "Guardian"-Chefredakteur Alan Rusbridger über die Zukunft der Medien.

- "Journalismus bedeutet, die Wahrheit aufschreiben", sagt Stefan Niggemeier. Deutschlands "Journalist des Jahres 2007" über Qualitätsjournalismus im Internet.

- "Die Zeitung wird ein Hybrid mit einer limitierten gedruckten Version an bestimmten Tagen sein, aber nicht jeden Tag", sagt Tom Rosenstiel, Gründer und Direktor des Project for Excellence in Journalism. Vielen Verlegern wirft er Tatenlosigkeit, Unaufmerksamkeit und Schlampigkeit in Anzeigengeschäft vor.

- "Das Internet schafft gigantische Möglichkeiten für Qualität", verspricht Jay Rosen, Professor für Journalismus an der New York University und: "Ich gehe davon aus, dass der Journalismus aus der aktuellen Situation gestärkt hervorgeht." (Endlich eine gute Nachricht!)

- Das Gedruckte beruhigt! Warum erklärender Journalismus für die Zeitung immer wichtiger wird und wie sich die Regionalzeitungen mit dem Internet verbünden können, sagt Ernst Elitz, Intendant des Deutschlandfunks.

- Nordischer Erfindergeist: Warum die Skandinavier weltweit die Trends in der Medienbranche setzen.

- "Was man dem Volk drei Mal sagt, hält das Volk für wahr", sagt Klaus Maria Brandauer in seinen "Gedanken über die Verantwortung von Journalisten".

- "Es wird eine großartige Zukunft von Zeitungen und Zeitschriften geben", glaubt Mathias Döpfner. Wünsche von einem anderen Stern oder aus einer anderen Zeit? Warum der Springer-Vorstandschef an seine Vision überzeugt ist.

- Tage, die die Welt verändern. Was DDR-Dissident Rolf Schneider

von 2009, dem Jahr der Geschichte, erwartet.

- Torten, Fieberkurven, Balken. Warum wir mehr Geschichten in Infografiken darstellen müssen. Und wie das relativ einfach funktioniert.

- "Die Wahrheit ist kurz und Sätze werden klarer, wenn sie knapp sind", sagt Franz Müntefering. Was der Bundesvorsitzende der SPD Journalisten ins Stammbuch schreibt.

- Das Beste aus seinem Leben. Vier außergewöhnliche Kolumnen von "SZ"-Autor Axel Hacke.

- Warum Deutsch manchmal besser ist. Wolf Schneider appelliert an Journalisten: "Speak German!"

- Was Pressesprecher sagen - und was sie tatsächlich meinen. Eine Übersetzungshilfe.

Das "Jahrbuch für Journalisten 2009" wendet sich an Journalisten, Chefredakteure, Verleger und Führungskräfte in Medienhäusern. Autoren der aktuellen Ausgabe sind unter anderem Mathias Döpfner, Heribert Prantl, Klaus Maria Brandauer, Ernst Elitz, Wolf Schneider, Franz Müntefering, Günter Schabowski, Harald Martenstein und Axel Hacke.

"Jahrbuch für Journalisten 2009", Verlag Oberauer, Salzburg, 2009, 176 Seiten, EUR 18,50, ISBN 3-901227-28-8, zu beziehen direkt über den Verlag (eMail: [vertrieb@oberauer.com](mailto:vertrieb@oberauer.com)), im Internet unter <http://www.newsroom.de/shop> oder über den Buchhandel.

ots Originaltext: Medienfachverlag Oberauer GmbH  
Im Internet recherchierbar: <http://www.presseportal.ch>

Pressekontakt:

Pressekontakt:  
Weitere Infos: Johann Oberauer, Tel. 0043/664/2216643, eMail:  
[johann.oberauer@oberauer.com](mailto:johann.oberauer@oberauer.com)

Originaltext:	Medienfachverlag Oberauer GmbH
Dossier de presse:	<a href="http://www.presseportal.ch/fr/pm/100005497/medienfachverlag-oberauer-gmbh">http://www.presseportal.ch/fr/pm/100005497/medienfachverlag-oberauer-gmbh</a>
Dossier de presse par RSS:	<a href="http://presseportal.de/rss/pm_100005497.rss2">http://presseportal.de/rss/pm_100005497.rss2</a>