

Anhang

Teil I: Literatur

- Altrogge, Michael/Donsbach, Wolfgang/Schabedoth, Eva (2004). Lokal-TV zwischen Programmakzeptanz und Werbemarkt. Inhalte, Nutzung und wirtschaftliche Chancen des privaten Lokalfernsehens in Sachsen. Berlin: Vistas. (Schriftenreihe der SLM)
- Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung (1977): Synopse Journalismus als Beruf. München: Unveröffentl. Forschungsbericht.
- Baerns, Barbara (1985): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus. Zum Einfluss im Mediensystem. Köln: Wissenschaft und Politik
- Bentele, Günter, (1988): Wie objektiv können Journalisten sein? In Erbring, Lutz/Ruß-Mohl, Stephan/Seewald, Berthold/Söseemann, Bernd (Hrsg.): Medien ohne Moral. Variationen über Journalismus und Ethik (S. 196-225). Berlin: Aaron Verlag.
- Bentele, Günter (2008). Intereffikationsmodell. In: Bentele, Günter/Fröhlich, Romy/Szyszka, Peter (Hrsg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln (2., korrig. und erw. Auflage) (S. 209-222). Wiesbaden: VS Verlag
- Branahl, Udo (2006): Medienrecht. Eine Einführung (5. vollst. überarb. Auflage). Wiesbaden: VS.
- Brüggemann, Michael (2002): The Missing Link. Crossemediale Vernetzung von Print und Online. München: R. Fischer.
- Bucher, Hans Jürgen (2006): Darstellungsformen. In Medienwissenschaft Trier/mssw Print-Medien Service Südwest GmbH (Hrsg.): Journalismus! Ein multimediales Training. CD-Rom
- Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (2007): Daten und Fakten. Berlin: BVDA.
- Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.): Zeitungen 2006. Berlin : ZV Zeitungsverlag Service.
- Debatin, Bernhard (Hrsg.)(2003): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz: UVK.
- Deutscher Presserat (2007). Jahrbuch 2006. Konstanz: UVK.
- Donsbach, Wolfgang (1981): Journalisten zwischen Publikum und Kollegen. In: Rundfunk und Fernsehen, 29, 168-184.
- Dorsch, Petra (1978): Lokalkommunikation. Ergebnisse und Defizite der Forschung. In Publizistik, 23, 189-201.
- Dorsch, Petra E. (1982): Verlautbarungsjournalismus – eine notwendige Medienfunktion. In: Publizistik, Jg. 27, 530-540
- Fabris, Heinz/Renger, Rudi (2003): Vom Ethik- zum Qualitätsdiskurs. In Bucher, Hans-Jürgen/Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle (S. 79-91). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Forster, Klaus (2006): Journalismus im Spannungsfeld zwischen Freiheit und Verantwortung. Das Konzept des „Public Journalism“ und seine empirische Relevanz. Köln: Van Halem Verlag.
- Fritsch, Michael (1983): Informationsquellen im lokalen Bereich. Probleme der Materialbeschaffung, -bearbeitung und -verwendung in der Außenredaktion einer nordrhein-westfälischen Regionalzeitung. Bochum: Studienverlag Brockmeyer
- Galtung, Johan/Ruge, Marie Holmboe(1965) The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspaper. Journal of Peace Research, 2, 64-91.

- Goldbeck, Kerstin. (2006): Leistungsdaten für die Zeitung. In Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.). Zeitungen 2006 (S. 121-132). Berlin: ZV Zeitungs-Verlag Service.
- Gordiano, Guiseppina (2002): Medienpräsenz durch Prominenz? Selektionskriterien von Lokaljournalisten bei kommunalen Pressemitteilungen. Münster: LIT
- Gose, Melanie (2006): Zeitungsmarktforschung als Grundlage effektiven Zeitungsmanagements. In Möhring, Wiebke/Schneider, Beate (Hrsg.): Praxis des Zeitungsmanagements. Ein Kompendium (S. 203-220). München: R. Fischer.
- Grimme, Eduard P. (1991): Zwischen Routine und Recherche. Eine Studie über Lokaljournalisten und ihre Informanten. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Haller, Michael/Mirbach, Thomas (1995): Medienvielfalt und kommunale Öffentlichkeit. München: Minerva
- Haller, Michael (2003): Qualität und Benchmarking im Printjournalismus. In Bucher, Hans-Jürgen/Altmeyen, Klaus-Dieter (Hrsg.): Qualität im Journalismus. Grundlagen – Dimensionen – Praxismodelle (S. 181-201). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Haller, Michael (2005): Was soll aus der Zeitung werden? Über Funktionszuweisungen, Nutzungswünsche, Gattungsmerkmale, Probleme und Perspektiven der Tageszeitung. In: Arnold, Klaus/Neuberger, Christoph (Hrsg.): Alte Medien – neue Medien. Theorieperspektiven, Medienprofile, Einsatzfelder. Festschrift für Jan Tonnemacher (S. 119-131). Wiesbaden: VS.
- Haller, Michael (2006): Die Reportage. (5. Auflage). Konstanz: UVK.
- Hess, Eva-Maria (1996): Die Leser. Konzepte und Methoden der Printforschung. München: Burda-Medien-Forschung.
- Hintze, Manfred (2002): Lokalpresse. Quo Vadis? Defizite und Erfolgspotenziale. Frankfurt am Main: Deutscher Fachverlag.
- Hohlfeld, Ralf (2005): Der missachtete Leser revisited. In Behmer, Markus/Blöbaum, Bernd/Scholl, Armin/Stöber, Rudolf (Hrsg.): Journalismus und Wandel. Analysedimensionen, Konzepte, Fallstudien (S. 195-224). Wiesbaden: VS Verlag.
- Hohnecker, Martin (1995): Praxis der lokalen Berichterstattung. In Füh, Beate (1995): Lokale Berichterstattung. Herzstück der Tageszeitung (15-143). Bonn: ZV.
- International Federation of Journalists (2006): The Changing Nature of Work. A global survey and case study of atypical work in the media industry. Research Report. <http://www.ifj.org/pdfs/ILOReport070606.pdf> (Abruf: 10.4.2008)
- Jarren, Ottfried (2006): Die Tageszeitung muss anders werden – Der Markt wird sich in der Zukunft ausdifferenzieren. In Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Qualität ist das beste Rezept. Journalisten-Reader des 14. Forum Lokaljournalismus 2006 (S. 13-16). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Jonscher, Norbert (1995). Lokale Publizistik. Theorie und Praxis der örtlichen Berichterstattung. Ein Lehrbuch. Opladen: Westdeutscher Verlag
- Katzenberger, Stefan (1999): Komplementäre Kommunikation lokaler Medien. Hörfunk und Presse: Intermediale Profile, programmliche Pools, publizistische Performance. Münster: Lit
- Keppinger, Hans Mathias (1998): Der Nachrichtenwert der Nachrichtenfaktoren. In Holtz-Bacha, Christina/Scherer, Helmut/Waldmann, Norbert (Hrsg.): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben (S. 19-38). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Knobloch, Silvia/Stürzebecher, Dieter/Schönbach, Klaus/Eggert, Angelika (1997): Inhalt und Gestaltung von Tageszeitungen 1989 und 1994. In Klaus Schönbach (Hrsg.), Zeitungen in den Neunzigern: Faktoren ihres Erfolgs. 350 Zeitungen auf dem Prüfstand (S. 31-52). Bonn: ZV.
- Knoche, Manfred (1974): Kein Freispruch für lokale Monopolzeitungen. In: Die Feder, 23, Heft 7-8, S. 3-9

- Knoche, Manfred/Schulz, Winfried (1969): Folgen des Lokalmonopols von Tageszeitungen. Eine vergleichende Inhaltsanalyse des Lokalteils von Monopol- und Wettbewerbstiteln. In *Publizistik*, 14, 298-310
- Köcher, Renate (1985): Spürhund und Missionar: Eine vergleichende Untersuchung über Berufsethik und Aufgabenverständnis britischer und deutscher Journalisten. Phil. Diss., Universität München.
- Kunzick, Michael/Zipfel, Astrid (2001): *Publizistik: Ein Studienhandbuch*. Köln: Böhlau.
- Loosen, Wiebke (2005): Zur „medialen Entgrenzungsfähigkeit“ journalistischer Arbeitsprozesse: Synergien zwischen Print-, TV- und Online-Redaktionen. *Publizistik*, 50, 304-319.
- Mast, Claudia (2004): *ABC des Journalismus. Ein Handbuch*. Kapitel II: Journalisten und ihr Publikum (S. 49-102). Konstanz: UVK.
- Meier, Klaus (2002): Ressort, Sparte, Team. Wahrnehmungsstrukturen und Redaktionsorganisation im Zeitungsjournalismus. Konstanz: UVK.
- Meier, Klaus (2007): *Crossmediale Redaktionen in Deutschland*. Webdossier. Erhältlich unter: www.ifra.com/newsplex_hda
- Meyer, Kathrin (2005): *Crossmediale Kooperation von Print- und Online-Redaktionen bei Tageszeitungen in Deutschland*. München: Herbert Utz Verlag.
- Meyn, Hermann (2004): *Massenmedien in Deutschland*. Konstanz: UVK.
- Möhring, Wiebke (2001): Die Lokalberichterstattung in den neuen Bundesländern. Orientierung im gesellschaftlichen Wandel. München: Reinhard Fischer
- Mühlberger, Holger (1979). Stille Teilhaber. Zur gesellschaftlichen Integration von Lokaljournalisten. In Kepplinger, Hans Mathias (Hrsg.): *Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten*. Freiburg i. B.: Verlag Karl Alber, S. 97-114.
- Neuberger, Christoph (1996): Journalismus als Problembearbeitung. Objektivität und Relevanz in der öffentlichen Kommunikation. Konstanz: UVK.
- Neuberger, Christoph (1997): Was ist wirklich, was ist wichtig? Zur Begründung von Qualitätskriterien im Journalismus. In: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hrsg.): *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen* (S. 311-322). Konstanz: UVK Medien.
- Neuberger, Christoph (2000): Renaissance oder Niedergang? In Klaus Dieter Altmepfen/Hans-Jürgen Bucher/Martin Löffelholz (Hrsg.). *Online-Journalismus* (S. 15-48). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Neuberger, Christoph (2003): Strategien deutscher Tageszeitungen im Internet. In Neuberger, Christoph/Tonnemacher, Jan (Hrsg.): *Online – Die Zukunft der Zeitung? Das Engagement deutscher Tageszeitungen im Internet*. (2. vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage) (S. 152-213). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Neuberger, Christoph (2003): Zeitung und Internet. Über das Verhältnis zwischen einem alten und einem neuen Medium. In: Neuberger, Christoph/Tonnemacher, Jan (Hrsg.): *Online – Die Zukunft der Zeitung? Das Engagement deutscher Tageszeitungen im Internet*. (2., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage). (S. 16-109). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Neuberger, Christoph (2005): Objektivität. In: Weischenberg, Siegfried/Kleinsteuber, Hans J./Pörksen, Bernhard (Hrsg.): *Handbuch Journalismus und Medien* (S. 325-328). Konstanz: UVK.
- Niggemeier, Stefan (2006, 02. April): Zeitungen erforschen ihre Leser und erfahren, dass sie sich ändern müssen. *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, www.faz.net.
- Noelle-Neumann, Elisabeth/Ronneberger, Franz/Stuiber, Heinz-Werner (Hrsg.) (1976): *Streitpunkt lokales Pressemonopol. Untersuchungen zur Alleinstellung von Tageszeitungen*. Düsseldorf: Droste
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1976): Folgen lokaler Pressemonopole. In: Noelle-Neumann, Elisabeth/Ronneberger, Franz/Stuiber, Heinz-Werner (Hrsg.): *Streitpunkt lokales*

- Pressemonopol. Untersuchungen zur Alleinstellung von Tageszeitungen (S. 11-57). Düsseldorf: Droste
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1997): Wegweiser. Wie Jugendliche zur Zeitung finden. Bonn: ZV Zeitungs-Verlag Service.
- Pasquay, Anja (2007): Zur Entwicklung der Reichweiten. In Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (Hrsg.). Zeitungen 2007 (S. 124-132). Berlin: ZV Zeitungs-Verlag Service.
- Pörksen, Bernhard (2005): Konstruktivismus. In: Weischenberg, Siegfried/Kleinsteuber, Hans J./Pörksen, Bernhard (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien (S. 177-181). Konstanz: UVK.
- Pürer, Heinz (1992): Ethik in Journalismus und Massenkommunikation. Versuch einer Theoriensynopse. In Publizistik 37, 305-321.
- Rager, Günther (1982): Publizistische Vielfalt im Lokalen. Eine empirische Analyse. Tübingen: Tübinger Vereinigung für Volkskunde
- Rager, Günther/Schibrani, Harald (1981): Das Lokale als Gegenstand der Kommunikationsforschung. In: Rundfunk und Fernsehen, Jg. 29, S. 498-508
- Rager, Günther/Weber, Bernd (Hrsg.) (1992): Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. Mehr Medien . mehr Inhalte? Düsseldorf: Econ
- Raupp, Juliana (2008). Determinationsthese. In: Bentele, Günter/Fröhlich, Romy/Szyszka, Peter (Hrsg.): Handbuch der Public Relations. Wissenschaftliche Grundlagen und berufliches Handeln (2., korr. und erw. Auflage) (S. 192-208). Wiesbaden: VS Verlag
- Reitze, Helmut/Ridder, Christa-Maria (Hrsg.), Massenkommunikation VII. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-2005. Baden-Baden: Nomos.
- Reumann, Kurt (2002): Journalistische Darstellungsformen. In Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Publizistik Massenkommunikation (S. 126-152). Frankfurt am Main: Fischer.
- Robinson, Gertrude (1973): 25 Jahre Gatekeeperforschung. Eine kritische Rückschau und Bewertung. In Aufermann, Jörg/Bohmann, Hans/Sülzer, Rolf (Hrsg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen (S. 344-355). Frankfurt am Main: Athenäum-Verlag.
- Ronneberger, Franz (1964): Die politischen Funktionen der Massenkommunikationsmittel. In Publizistik, 9, 291-304.
- Ronneberger, Franz (1971): Sozialisation durch Massenkommunikation. In Ronneberger, Franz (Hrsg.): Sozialisation durch Massenkommunikation (S. 32-125). Stuttgart: Enke.
- Ronneberger, Franz. (1980). Kommunikationspolitik. Band II: Kommunikationspolitik als Gesellschaftspolitik. Mainz: v. Hase & Koehler Verlag.
- Röper, Horst (2006): Probleme und Perspektiven des Zeitungsmarktes. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 2006. Media Perspektiven, o. Jg., S. 283-297.
- Roth, Judith (2005). Internetstrategien von Lokal- und Regionalzeitungen. Wiesbaden: VS.
- Rühl, Manfred (1979). Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System (2. Aufl.). Freiburg: Universitätsverlag.
- Ruß-Mohl, Stephan (1992): Am eigenen Schopfe. Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Nahrungsversuche. Publizistik, 37, 83-96.
- Ruß-Mohl, Stephan (2003): Journalismus. Das Hand- und Lehrbuch. Frankfurt: F.A.Z.-Institut.
- Saxer, Ulrich (1992): Strukturelle Möglichkeiten und Grenzen von Medien- und Journalismusethik. In Haller, Michael/Holzhey, Helmut (Hrsg.): Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte (S. 103-128). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schenk, Michael/Döbler, Thomas (2006): Marktforschung – Reichweite, Zielgruppe und Image. In Scholz, Christian (Hrsg.): Handbuch Medienmanagement (S. 761-787). Berlin: Springer.

- Schmidt, Jan (2005). Der virtuelle lokale Raum. Zur Institutionalisierung lokalbezogener Online-Nutzungsepisoden. München: Reinhard Fischer.
- Schneider, Beate/Schönbach, Klaus/Stürzebecher, Dieter (1994): Oberlehrer und Missionare? Das Selbstverständnis deutscher Journalisten. In: Neidhardt, Friedhelm (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Opladen: Westdeutscher Verlag (= Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft 34), S. 139-161
- Schneider, Beate/Stürzebecher, Dieter (1998). Wenn das Blatt sich wendet. Die Tagespresse in den neuen Bundesländern. Baden-Baden: Nomos.
- Schneider, Beate/Möhring, Wiebke/Stürzebecher, Dieter (2000): Ortsbestimmung. Lokaljournalismus in den neuen Ländern. Konstanz: UVK.
- Schönbach, Klaus (1977): Die Trennung von Nachricht und Meinung. Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums. Freiburg: Alber.
- Schönbach, Klaus, (1978): Die isolierte Welt des Lokalen. In Rundfunk und Fernsehens. 260-277
- Schulz, Rüdiger (2002): Mediaforschung. In Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): Publizistik Massenkommunikation (S. 183-213). Frankfurt am Main: Fischer.
- Schulz, Winfried (1990): Die Konstruktion der Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung (2. Auflage). Freiburg: Alber.
- Schütz, Walter J. (2007): Deutsche Tagespresse 2006. Media Perspektiven, o. Jg., S. 560-588.
- Sjurts, 2002, Cross-Media-Strategien in der deutschen Medienbranche. Eine ökonomische Analyse zu Varianten und Erfolgsaussichten. In Müller-Kalthoff, Björn (Hrsg.): Cross-Media Management. Content-Strategien erfolgreich umsetzen (S. 3-18). Berlin: Springer.
- Staab, Joachim Friedrich (1989): Markstellung und lokales Informationsangebot regionaler Abonnementzeitungen. Eine Inhaltsanalyse der Lokalberichterstattung der Mainzer „Allgemeinen Zeitung“ und der „Mainzer Rhein-Zeitung“. In Publizistik, 34, 467-477
- Stapf, Ingrid (2006): Medien-Selbstkontrolle. Ethik und Institutionalisierung. Konstanz: UVK.
- Stuiber, Heinz-Werner (1978): Kommunikationsräume der lokal informierenden Tagespresse. Pressestatistische Typenbildung und raumstrukturelle Analyse. Nürnberg: Verlag der Nürnberger Forschungsvereinigung e.V.
- Teichert, Will (1982): Die Region als publizistische Aufgabe. Ursachen, Fallstudien, Befunde. Hamburg: Verlag
- Theis-Berglmair, Anna Maria/Mayer, Florian/Schmidt, Jan (2003). Tageszeitungsverlage und das Thema Internet. In Anna M. Theis-Berglmair (Hrsg.). Internet und die Zukunft der Printmedien. Kommunikationswissenschaftliche und medienökonomische Aspekte (S. 49-76). Münster: Lit.
- Thomaß, Barbara (1998): Journalistische Ethik. Ein Vergleich der Diskurse in Frankreich, Großbritannien und Deutschland. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Trebbe, Joachim (1996): Der Beitrag privater Lokalradio- und Lokalfernsehprogramme zur publizistischen Vielfalt. Eine Pilotstudie am bayerischen Sendestandort Augsburg. München: Fischer.
- Trebbe, Joachim (1998). Lokale Medienleistungen im Vergleich. Untersuchungen zur publizistischen Vielfalt an den bayerischen Senderstandorten Schweinfurt, Augsburg und Landshut. München: Fischer (Schriftenreihe der BLM).
- Volpers, Helmut/Schnier, Detlef/Salwiczek, Christian (2000): Programme der nicht-kommerziellen Lokalradios in Niedersachsen. Eine Programm- und Akzeptanzanalyse. Berlin: Vistas
- Weichler, Kurt (2003): Redaktionsmanagement. Konstanz: UVK.

- Weischenberg, Siegfried (1992): Die Verantwortung des Beobachters. Moderne Medienethik aus der Perspektive einer konstruktivistischen Systemtheorie. In Rundfunk und Fernsehen, 40, 507-527.
- Weischenberg, Siegfried (2001): Nachrichten-Journalismus. Anleitungen und Qualitätsstandards für die Medienpraxis. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, Siegfried/Bassewitz, Susanne von/Scholl, Armin (1989): Konstellationen der Aussagenentstehung. In Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde (S. 280-300). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Weischenberg, Siegfried/Scholl, Armin/Malik, Maja (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK.
- Weiss, Klaus (1993). Publizistischer Zugewinn durch Lokalfunk? Vergleichende Analyse von Lokalmedien einer Großstadt. Bochum: Brockmeyer.
- Weiß, Ralph/Rudolph, Werner (1993). Die lokale Welt im Radio. Information und Unterhaltung im Lokalradio als Beiträge zur kommunalen Kommunikation. Opladen: Leske + Budrich. (Schriftenreihe der LfR).
- Wilke, Jürgen (1984): Nachrichtenauswahl und Medienrealität in vier Jahrhunderten. Berlin: de Gruyter.
- Wilke, Jürgen (1996): Massenmedien im Spannungsfeld von Grundwerten und Wertkollisionen. In Mast, Claudia (Hrsg.): Markt – Medien – Moral. Publizistik im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen. Konstanz: UVK.
- Wilking, Thomas (1990): Strukturen lokaler Nachrichten. Eine empirische Untersuchung von Text- und Bildberichterstattung. München: K.G.Saur
- Wolf, Eberhard (2001): Von Analog zu Digital. Die Veränderungen in der Redaktion. In: Bucher, Hans-Jürgen/Püschel, Ulrich (Hrsg.): Die Zeitung zwischen Print und Digitalisierung (S. 129-138). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Wolz, Dieter (1979): Die Presse und die lokalen Mächte. Düsseldorf: Droste

Teil II: Recherche-Tipps

Kapitel 3

- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM):
<http://www.alm.de/>
- Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e.V. (BVDA):
<http://www.bvda.de/>
- Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV):
<http://www.bdzv.de/>
- Verband privater Rundfunk und Telemedien (VPRT):
<http://www.vprt.de/>

Kapitel 5

- www.drehscheibe.org

Kapitel 6

- Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse e.V. (MA): www.agma-mmc.de
- Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) e.V.: www.ivw.de
- Zeitungs Marketing Gesellschaft (ZMG): www.zmg.de

Kapitel 7

- Deutscher Presseverband unter: www.dpv.org/
- Deutscher Journalistenverband: www.djv.de/
- Vereinte Dienstleistungsgesellschaft ver.di: <http://www.verdi.de/>

Kapitel 8

- Deutscher Presserat: <http://www.presserat.de/>
- Deutscher Rat für Public Relations (DRPR): <http://www.drpr-online.de/statische/itemshowone.php4?id=1>
- Deutscher Werberat: <http://www.werberat.de/>
- Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF): <http://www.fsf.de/>
- Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia (FSM): <http://www.fsm.de/>
- Freiwillige Selbstkontrolle Kino (FSK): <http://www.spio.de/index.asp?SeiteID=2>
- Verein zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle (FPS): <http://www.publizistische-selbstkontrolle.de/>
- www.netzwerk-medienethik.de

Teil III: Charta: Qualität im Journalismus

Deutscher Journalisten-Verband:

Charta Qualität im Journalismus

Beschlossen auf dem DJV-Verbandstag 2002 in Chemnitz

Medien erfüllen eine verantwortungsvolle öffentliche Aufgabe. Sie leisten einen wesentlichen Beitrag zur unabhängigen Information, zur Kritik und Kontrolle, zur freien Meinungs- und Willensbildung in der demokratischen Auseinandersetzung und zur kulturellen Entfaltung. Um diese öffentliche Aufgabe angemessen und glaubwürdig wahrzunehmen, sind Journalistinnen und Journalisten sowie die Medienunternehmen verpflichtet, die Qualität im Journalismus zu fördern und zu sichern. Die „Initiative Qualität im Journalismus“ (IQ) versteht sich im Rahmen dieses ständigen Prozesses als Forum, Koordinatorin und Initiatorin von Aktivitäten mit dem Ziel des Qualitätsausbaus. In der Initiative arbeiten Personen, Verbände und Institutionen auf der Grundlage folgender Positionen zusammen:

1. Qualität im Journalismus verpflichtet zur besonderen Sorgfalt, zur Achtung der Menschenwürde und zur Einhaltung von Grundsätzen, wie sie im Pressekodex des Deutschen Presserats festgelegt sind.
2. Qualität im Journalismus bedarf transparenter Standards und Zieldefinitionen, die in den Medienunternehmen erarbeitet und regelmäßig überprüft werden. Im Rahmen der publizistischen Grundhaltung sind bei der Umsetzung der Standards und Ziele journalistische Unabhängigkeit, Selbstkontrolle und kritische Reflexion zu fördern. Entsprechende Mitwirkungsrechte werden in den Medienunternehmen auf der Basis redaktioneller Statuten festgeschrieben.
3. Qualität im Journalismus setzt auf individuelle Fähigkeiten (Sach- und Fachwissen, kommunikative und soziale Kompetenz). Sie erfordert eine solide Aus- und ständige Weiterbildung. Medienunterneh-

men orientieren sich bei Personalentscheidungen und in der Personalführung an definierten Qualitätsstandards.

4. Qualität im Journalismus setzt die Beherrschung des journalistischen Handwerks, Präzision in Wahrnehmung und Wiedergabe, Faktentreue, verständlichen Sprachstil, überlegten Einsatz unterschiedlicher Darstellungsformen sowie eine fundierte Recherche voraus. Medienunternehmen sorgen für die notwendigen Ressourcen, eine moderne Infrastruktur und den Zugang zu wichtigen Informationsquellen.
5. Qualität im Journalismus wird gefördert durch interne Kritikkultur. Verantwortliche lesen Texte gegen, nehmen Beiträge ab und diskutieren Ergebnisse in der Blatt- bzw. Programmkritik. Ombudsleute können diese interne Kritikkultur stärken. Erkannte Fehler werden von der Redaktion selbsttätig berichtigt.
6. Qualität im Journalismus braucht externe Medienkritik. Die journalistische Auseinandersetzung mit Medienunternehmen und Medienprodukten ist in einer Mediengesellschaft Bestandteil der öffentlichen Aufgabe und daher in den Redaktionen zu fördern. Stellungnahmen des Deutschen Presserates werden von den betroffenen Unternehmen publiziert.
7. Qualität im Journalismus ist Anliegen praxisorientierter Kommunikationswissenschaft. Journalistinnen und Journalisten sind offen für den Austausch zwischen Theorie und Praxis sowie für neue (wissenschaftliche) Erkenntnisse über Medien und Beruf und beziehen diese in die Qualitätsdebatte ein.
8. Qualität im Journalismus erfordert professionelle Arbeitsbedingungen und soziale Sicherheiten, die den journalistischen Anforderungen und der Verantwortung von Festangestellten wie Freien gerecht werden.
9. Qualität im Journalismus bedingt Unabhängigkeit von sachfremden Interessen. Journalistinnen und Journalisten sind vorrangig der Öffentlichkeit verpflichtet. Sie trennen redaktionelle Inhalte von Werbung, unterscheiden Journalismus von Public Relations und ordnen in der Informationsvermittlung Auflagen- und Quotendenken dem öffentlichen Auftrag unter.

Register

- ALM Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten 74-75
- Andruckzeit 103
- Anzeigenblätter 73, 75, 151
- Archiv 103
- Aufmacher 117
- Ausbilder 146
- Ausbildung 145, 146, 148
- Ausbildungsplan 145
- Ausbildungsredakteure 145
- Ausbildungsredaktionen 145
- Ausbildungsstationen 145
- Auskunftspflicht 169
- Bericht 98
- Berichten 95
- Berufsethik 172, 176
- Berufskodizes 173
- Beschlagnahmungs- und Durchsuchungsverbot 169-170
- Blattkritik 23, 24
- Blog 60, 62
- bloggen 62
- Blogger 62
- Bürgerreporter 118
- Copytests 136
- Crossmedia 66, 68, 70, 77, 79, 80, 126, 146, 147
- Desk 66
- Deutscher Presserat 160, 158, 173
- Durchsuchungs- und Beschlagnahmeverbot 169-170
- e-Mail 65
- Ethik 167-168, 171-175
- Feature 97
- Feuilletonredaktion 141
- Fotoredaktion 103
- Freie, freie Mitarbeiter 18-19, 21, 23, 34, 40, 43-44, 46-47, 125
- Gatekeeperforschung 51
- Gesinnungsethik 172
- Glosse 82, 87, 93, 97-100
- Hauptstadtkorrespondent 109
- Hinweis 161
- Individuethik 172-173
- Informantenschutz 164
- Inhaltsanalysen 59, 72
- Interview 82, 84, 87, 93-95, 99, 106
- Interviewpartner 84
- Kodex 166
- Kolumne 97, 99
- Kommentar 82, 84, 85, 87, 93, 95, 97-100
- Konferenzen 23
- Korrespondent 102
- Landespress- bzw. Landesmediengesetze 176
- Leitartikel 97, 99
- Leser-Blatt-Bindung 89, 123
- Leserforschung, Leserschaftsforschung 123, 127, 134
- Leserforschungs-Methoden 117
- Leserservice 46

- Leserstammtisch 40
Lesertelefon 40
Leserumfrage 135
Lokalredakteur 19
Lokalredaktion 101
Lokalspitze 97
Mantelredaktion 141
Markt- und Medienforschung 137
Media-Analyse (MA) 137
Medienethik 171-172, 174, 176
Medienkonzentration 59
Medienrecht 168
Meinung 96-97, 100
Meldung 93-95, 97-98
Missbilligung 160, 161
Mittagskonferenz 23, 141
MMS 65
mobile Redaktionen 40
Nachfrage-Interviews 118
Nachricht 83, 95-97, 100, 115, 145, 166
Nachrichtenagenturen 145
Nachrichtenauswahl 51
Nachrichtenfaktoren 49, 52, 53, 59
Nachrichtentherieforschung 51
Nachrichtenwerttheorie 49, 51-54
Newsdesk 33, 66, 67, 79
Newsroom 33, 68
Objektivität 96
Objektivitätskriterien 96
Objektivitätsnorm 96
Organisationsethik 173
Orientierung 31-32, 35
Podcast 60, 63, 68
Politikredaktion 102, 110, 140-141
Polizei- und Gerichtsreporter 102
Porträt 82
Praktikant 18, 19, 40, 44
Pressekodex 158, 160-162, 166, 173-174
Pressekonferenz 17-18, 106
Pressekonzentration 50, 56
Pressemitteilungen 106
Presserat 159-161
Presserecht 168
Pressesprecher 104
Pressestelle 104
Ratgeber 45
Recherche 101-102, 104-106, 108-111-113, 115, 153, 159, 162, 167-168, 174, 176
Rechercheaufwand 153
Rechercheergebnisse 103, 105, 109
Recherchejournalismus 112
Recherchemethoden 174, 176
Recherchestand 103
Redaktionsdurchsuchungen 170
Redaktionsgeheimnis 164
Redaktionsstammtisch 123
redigieren 152-153, 156
Reichweite 135
Reichweitenermittlung 135
Relevanz 96
Reportage 20, 82, 84, 93, 95, 97-98
Ressort 32-35
Ressortgrenzen 35
Rezension 87
Rüge 161, 173
Schaltkonferenz 25
Service 45, 88, 91, 115
Servicebeiträge 100
Servicebestandteil 100
Servicefreundlichkeit 47
Serviceinfos 118
Serviceseiten 46

- SMS 63, 65
- Sommerloch 44
- Sommerpause 44
- Sportredaktion 141
- Standesethiken 173
- Teilethiken 173
- Telefonkonferenz 24
- Thema 37-39, 41, 49-50, 53, 117, 132, 154
- Themenfindung 40
- Themenkonferenz 141
- Themensetzung 113
- Themenvielfalt 37
- Überschriftenkonferenz 26
- Verantwortungsethik 172
- Verbreitungsgebiet 30-31, 35
- Vereinsberichterstattung 42
- Verhaltenskodex 165-166
- Verlagskodex 166
- Volontariat 18-19, 23, 44, 139, 143-146, 151
- Volontärsausbilder 144, 146
- Volontärsjahrgängen 144
- Volontärstage 144
- Weblog 62, 68
- Web TV 64
- Wiki 64
- Wikis 60, 62, 63, 68
- Wirtschaftsredaktion 102, 110, 141
- Zeugnisverweigerungsrecht 163, 169-170
- Zielgruppe 119-120, 122, 126, 129-130
- Zielgruppenforschung 128, 134
- zielgruppenspezifisch 122