

# Inhalt

Vorwort . . . . .	9
-------------------	---

## Erster Teil:

Veränderte Rahmenbedingungen, Forschungsstand und Methodik . . .	13
--	----

<b>1 Journalismus in der Abwärtsspirale . . . . .</b>	<b>15</b>
1.1 Hiobsbotschaften am laufenden Band . . . . .	17
1.2 Die langfristigen Trends . . . . .	22
1.3 Die Ursachen des Niedergangs . . . . .	30
<b>2 Forschungsstand und Methodik . . . . .</b>	<b>33</b>
2.1 Forschung zum US-Zeitungsjournalismus . . . . .	33
2.2 Die Methodik: Interdisziplinär, sozialwissenschaftlich und journalistisch . . . . .	36
2.3 Crowdsourcing unter Experten . . . . .	42

## Zweiter Teil:

Endzeitstimmung im Zeitungsjournalismus . . . . .	49
---	----

<b>3 Leitmedien: Wie sich die Schere zwischen den »Big Five« öffnet . . . . .</b>	<b>57</b>
3.1 Durch Wettbewerb aus der Identitätskrise: Die New York Times . . . . .	58
3.2 Auf dem Rückweg in die B-Liga: Die Los Angeles Times . . .	74
<b>4 Großstadtresse unter Druck: Das Beispiel San Francisco Bay Area . . . . .</b>	<b>83</b>
4.1 Der Abstieg des San Francisco Chronicle . . . . .	84
4.2 Der Absturz der San Jose Mercury News . . . . .	88

<b>5</b>	<b>Die kleinen Lokalblätter: »Small is beautiful«</b> . . . . .	97
5.1	Ein Lokalblatt im Höhenrausch: Point Reyes Light . . . . .	100
5.2	Geglückte Innovation: Palo Alto Weekly . . . . .	105

Dritter Teil:

Herausforderungen an das Redaktionsmanagement . . . . .	109
---	-----

<b>6</b>	<b>Auf dem Weg zum integrierten Newsroom</b> . . . . .	123
6.1	Das Web-2.0 als Herausforderung: Neue Wettbewerber . . . . .	123
6.2	Wie das Internet den Journalismus verändert . . . . .	131
6.3	Integration von Online und Print: Widerstände bei der Umsetzung . . . . .	140

<b>7</b>	<b>Journalistische Inhalte, Herdentrieb und Agenda-Setting</b> . . . . .	147
7.1	Goodbye, world: »Underreporting« in der Auslandsberichterstattung . . . . .	150
7.2	Krieg und Terror im zyklischen Auf und Ab . . . . .	157
7.3	Overreporting: Wahlkampf als endloses »Horserace« . . . . .	170
7.4	Verschiebungen im Pressekorps . . . . .	175

<b>8</b>	<b>Glaubwürdigkeit und »Corrections Management«</b> . . . . .	177
8.1	Das »Journalism Credibility Project«: Publika versus Journalisten . . . . .	179
8.2	Korrekturspalten als fester Bestandteil der Tageszeitung . . . . .	181
8.3	Von der Korrekturspalte zum Corrections Management . . . . .	183

Vierter Teil:

Ökonomisierung oder Entökonomisierung? . . . . .	189
--	-----

<b>9</b>	<b>Publika, Werbung und PR als Einflussfaktoren: Journalistische Qualität im Bermudadreieck</b> . . . . .	197
9.1	Auflagenverluste und Lesergewinne . . . . .	198
9.2	Der Fall der chinesischen Mauer: Werbung und Journalismus . . . . .	201
9.3	Das trojanische Pferd: PR und Journalismus . . . . .	209
9.4	Trade offs zwischen Werbung und PR . . . . .	214
<b>10</b>	<b>Wie Zeitungen überleben können</b> . . . . .	217
10.1	Abschied vom alten Geschäftsmodell . . . . .	217
10.2	Die Eigentumsfrage . . . . .	222

10.3 Non-Profit-Initiativen . . . . . 227

10.4 Staatliche Subventionen: »National Endowment« . . . . . 231

10.5 Kommerzielle Geschäftsmodelle . . . . . 233

**11 Zukunftschancen, Neuerfindung, Wiedergeburt –  
und was in Europa anders läuft . . . . . 255**

Abkürzungen . . . . . 265

Literatur . . . . . 267