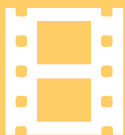


# UVK:medienstark

Fachliteratur für Medienschaffende 1\_2012

Film



Journalismus



Public Relations



[www.uvk.de](http://www.uvk.de)



Liebe Leserinnen und Leser,

dieser Prospekt bietet Ihnen einen Überblick über die aktuellen UVK-Fach- und Lehrbücher für Medienschaffende in

Film und  
Fernsehen

Journa-  
lismus

Public  
Relations

- Praktische Tipps & Hintergrundinformationen
- Neuerscheinungen & Standardwerke

Viel Spaß beim Blättern & Entdecken!

Mit besten Grüßen aus Konstanz

*Saskia Schellmann*

Saskia Schellmann  
Marketing & Kundenservice

PS: Ausführliche Informationen zu den Büchern sowie zum UVK-Gesamtprogramm erhalten Sie auf unserer neuen Website (siehe auch S. 47)

[www.uvk.de](http://www.uvk.de)

UVK Verlagsgesellschaft mbH • Schützenstraße 24 • 78462 Konstanz  
Telefon: +49 (0) 7531 / 90 53-0 • Fax: +49 (0) 7531 / 90 53-98  
E-Mail: [willkommen@uvk.de](mailto:willkommen@uvk.de)



**Neu**

Eckhard Wendling

## Recoup! Filmfinanzierung – Filmverwertung

Grundlagen und Beispiele  
2012, 236 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-314-6  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis SFr 35,90  
Praxis Film Band 66

### Filmfinanzierung ohne Subventionen?

Die deutsche Film- und TV-Branche hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Neben neuen Technologien und Workflows haben auch alternative Abspielplattformen, Pay-TV- wie Pay-per-View-Optionen und Streaming-Media-Angebote den Markt unabänderlich verwandelt und erweitert.

Eckard Wendling zeigt aktuelle Möglichkeiten und Entwicklungen auf, unter denen Film- und TV-Produktionen heute und in Zukunft finanzierbar werden. Dazu sollte sich die Vielzahl neuer Verwertungsmöglichkeiten mit einem Mehr an geschäftlichem Risiko und einem Mehr an Erfolgsbeteiligung verbinden. Die klassische Wertschöpfungskette aus Kinopremiere, DVD-Veröffentlichung und Fernsehausstrahlung wird in komplexere Netzwerke überführt, die den Produzenten stärken und ihn finanziell unabhängiger werden lassen von der staatlichen Filmförderung sowie den großen Sendern.

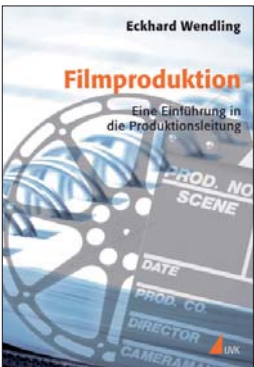
**Eckhard Wendling** ist Professor an der Hochschule der Medien, Stuttgart, in den Bereichen Produktionsmanagement und Produktionsplanung für elektronische Medien. Außerdem leitet er das Steinbeis-Transferzentrum für Audiovisuelle Medien an der Hochschule der Medien.



Bastian Clevé (Hg.)  
**Von der Idee zum Film**

Produktionsmanagement für Film und Fernsehen  
5., überarbeitete Auflage  
2009, 220 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-177-7  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
Praxis Film Band 53

Das Standardwerk über die Planung und Realisierung von Fernseh- und Kinofilmen. Experten aus der Praxis stellen Berufsbilder in Regie und Produktion vor und geben einen Überblick über die Organisation des gesamten Drehverlaufes vom fertigen Drehbuch bis zur Sende- und Vorführkopie.



Eckhard Wendling  
**Filmproduktion**

Eine Einführung in die Produktionsleitung  
2008, 218 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-107-4  
€ (D) 17,99 / € (A) 18,50  
freier Preis SFr 25,90  
Praxis Film Band 46

Die kompakte, anschauliche und seminarerprobte Einführung in die wichtigsten Aspekte der Filmproduktion für alle Film- und Fernsehschaffende.



Cornelia Schmidt-Matthiesen, Bastian Clevé  
**Produktionsmanagement für Film und Fernsehen**

2010, 292 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-093-0  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis SFr 35,90  
Praxis Film Band 44

Das Buch begleitet durch alle Phasen einer Produktion und zeigt die vielfältigen Berufsbilder. Selbst komplexe Zusammenhänge werden durch zahlreiche Beispiele transparent.



Konstanze Werner, Horst Werner

## Jeder kann Video!

Filmen für Websites, YouTube und Blogs  
2010, 200 Seiten  
140 farb. Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-271-2  
€ (D) 17,99 / € (A) 18,50  
freier Preis SFr 25,90

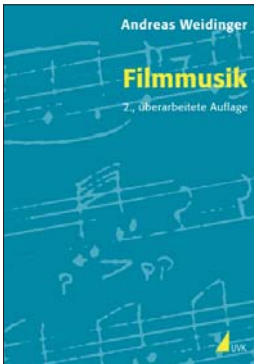
Wie man einfach, schnell und preiswert gute (Web-) Videos dreht, die interessant, spannend, witzig, kreativ und überraschend sind.

**Buchtrailer:**

<http://youtu.be/qASl6dQ7PZA>

**Website zum Buch:**

[www.jederkannvideo.de](http://www.jederkannvideo.de)



Andreas Weidinger

## Filmmusik

2., überarbeitete Auflage  
2011, 200 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-329-0  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
Praxis Film Band 68

Das Standardwerk zu den grundsätzlichen Arbeitsschritten einer Filmmusikproduktion sowie zu musikdramaturgischen Konzepten. Mit Informationen zu den wirtschaftlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen von Filmmusik im deutschsprachigen Raum.



Wolfgang Lanzenberger, Michael Müller

## Unternehmensfilme drehen

Business Movies im digitalen Zeitalter  
Mit einem Vorwort von Hans Beller  
2010, 302 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-191-3  
€ (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis SFr 41,90  
Praxis Film Band 54

Schritt für Schritt werden Konzeption, Produktion und Präsentation von Unternehmensfilmen erklärt und es wird gezeigt, wie die ganze Vielfalt filmischer Gestaltungs- und Produktionsmöglichkeiten ausgeschöpft werden kann.

**Buchtrailer:**

<http://youtu.be/A883dQobokE>

**Website zum Buch:**

[www.unternehmensfilme-drehen.de](http://www.unternehmensfilme-drehen.de)



Dennis Eick, Vera Hartung

## Was kostet mein Drehbuch?

Das Script als Basis für die Filmkalkulation  
2009, 180 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-134-0  
€ (D) 17,99 / € (A) 18,50  
freier Preis SFr 25,90  
Praxis Film Band 48

Ein unentbehrliches Buch für alle (angehenden) Drehbuchautoren. Die Autoren behandeln die wesentlichen Aspekte des Drehbuchs sowie deren Kosten bei der Umsetzung und geben – aus Sicht der Produktionsseite und des Drehbuchautors – konkrete Ratschläge, was am Drehbuch zu verändern ist, wenn die Kosten gesenkt werden müssen.



Oliver Schütte

## »Schau mir in die Augen, Kleines«

Die Kunst der Dialoggestaltung  
2., überarbeitete Auflage  
2010, 206 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-200-2  
€ (D) 17,99 / € (A) 18,50  
freier Preis SFr 25,90  
Praxis Film Band 57

Anhand zahlreicher Filmbeispiele zeigt der erfahrene Drehbuchautor Oliver Schütte in seinem Standardwerk, was gute von schlechten Dialogen unterscheidet und wie gute Dialoge geschrieben werden.

**Buchtrailer:**

<http://youtu.be/9lL8km-tlJM>



Oliver Schütte

## Die Kunst des Drehbuchlesens

4., überarbeitete Auflage  
2009, 198 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-197-5  
€ (D) 17,99 / € (A) 18,50  
freier Preis SFr 25,90  
Praxis Film Band 56

Die Anleitung zur professionellen Analyse und Bewertung eines Drehbuchs für Redakteure, Dramaturgen, Lektoren, Produzenten und Drehbuchautoren: In anschaulichen und aktuellen Beispielen illustriert Oliver Schütte die dramaturgischen Elemente eines Films.



Gunther Eschke, Rudolf Bohne  
**Bleiben Sie dran!**

Dramaturgie von TV-Serien  
 2010, 256 Seiten, broschiert  
 ISBN 978-3-86764-176-0  
 € (D) 19,99 / € (A) 20,60  
 freier Preis SFr 28,90  
 Praxis Film Band 52

Die Autoren zeigen, wie man durch dramaturgische Raffinesse, eine dynamische emotionale Erzählweise und fantasievolle Figuren eine Serie zum Erfolg führen kann.

Mit vielen Beispielanalysen.

**Podcast:**

[www.stichwortdrehbuch.de/podcast/2011-07-05\\_bleiben-sie-dran](http://www.stichwortdrehbuch.de/podcast/2011-07-05_bleiben-sie-dran)



Roland Zag  
**Der Publikumsvertrag**

Drehbuch, Emotion und der »human factor«  
 2., überarbeitete Auflage  
 2010, 200 Seiten, broschiert  
 ISBN 978-3-86764-250-7  
 € (D) 19,99 / € (A) 20,60  
 freier Preis SFr 28,90  
 Praxis Film Band 64

»The human factor« – die emotionale Ansprache der Zuschauer – hat sich als dramaturgisches Modell in der Filmbranche etabliert.

Der Autor untersucht zahlreiche Filmbeispiele, zeigt Negativ- und Positivbeispiele und gibt konkrete Werkzeuge an die Hand, um aus jedem Stoff emotionale Energie herauszufiltern.



Heidrun Huber  
**Filmrecht für Drehbuchautoren**

2., überarbeitete Auflage  
 2010, 128 Seiten, broschiert  
 ISBN 978-3-86764-241-5  
 € (D) 14,99 / € (A) 15,50  
 freier Preis SFr 21,90  
 Praxis Film Band 63

Die Rechtsanwältin Heidrun Huber beantwortet knapp und verständlich die wichtigsten urheber- und vertragsrechtlichen Fragen im Zusammenhang mit der Entwicklung eines Drehbuchs. Sie gibt Tipps zu Vertragsverhandlungen und Informationen zu den derzeit üblichen Vertragsbedingungen.



Achim Dunker

## »Die chinesische Sonne scheint immer von unten«

Licht- und Schattengestaltung im Film  
5., überarbeitete Auflage  
2008, 194 Seiten, broschiert  
27 s/w Abb. und 38 farb. Abb.  
ISBN 978-3-86764-111-1  
€ (D) 14,99 / € (A) 15,50  
freier Preis SFr 21,90  
Praxis Film Band 47

Das Standardwerk für die Filmlichtgestaltung: Achim Dunker führt mit seinem Band in die Gestaltung von Licht und Schatten im Film ein. Er behandelt praxisnah alle Aspekte für Film, Video und Fotografie.

Mit Experten-Interviews.

**Blog des Autors:**

<http://chinesische-sonne.blogspot.com/>



Achim Dunker

## eins zu hundert

Die Möglichkeiten der Kameragestaltung  
2009, 200 Seiten, broschiert  
2 s/w Abb. und 96 farb. Abb.  
ISBN 978-3-86764-159-3  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
Praxis Film Band 51

Der leichtgemachte Einstieg in die Welt der Kameraarbeit: Achim Dunker erklärt unterhaltsam mit klassischen und avantgardistischen Filmbeispielen die Möglichkeiten der Kameraarbeit und deren Verbindung zu anderen Aspekten des Filmmachens.

**Twitter-Account des Autors:**

<https://twitter.com/AchimDunker>



Juliane Dummler

## Das montierte Bild

Digitales Compositing für Film und Fernsehen  
2010, 632 Seiten  
798 farb. Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-206-4  
€ (D) 69,00 / € (A) 71,00  
freier Preis SFr 92,50  
Praxis Film Band 58

Das derzeit erste deutschsprachige umfassende Lehr- und Handbuch zu den Vorgehensweisen und Tricks des digitalen Compositings. Für Einsteiger und Fortgeschrittene – mit zahlreichen Abbildungen und auf jede Software anwendbar.



Neu

## Thomas Schadt Das Gefühl des Augenblicks

Zur Dramaturgie des Dokumentarfilms  
3., überarbeitete Auflage  
2012, 276 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-216-3  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis SFr 35,90  
Praxis Film Band 60

### Inspiration für Dokumentarfilmer

Der erfahrene Dokumentarfilmer Thomas Schadt teilt auf lebendige und unterhaltsame Weise seine Leidenschaft für den Beruf des Dokumentarfilmers mit dem Leser. Nach einer Reise durch die Theorie des Dokumentarfilms, bei der er auch Kollegen zu Wort kommen lässt, weht er uns in die Praxis und Realität des Berufs ein: von der Idee, Recherche, dem Exposé, der Finanzierung, des Teams, der Dreharbeiten, dem Schnitt ... bis hin zur Filmpremieren. Dabei lässt er mit großer Offenheit und Ehrlichkeit den Leser unmittelbar an seinem reichen Erfahrungsschatz teilhaben – auch mal emotional oder mit einer erfrischenden (Selbst-)Ironie, aber stets informativ, engagiert und von seinem nicht immer einfachen Beruf begeistert.

Das erfolgreiche Konzept ist nun aktualisiert und erweitert – u.a. um Fallstudien aus Schadts jüngstem Schaffen bereichert, wie: »Amok in der Schule«, ein Dokumentarfilm über den Amokläufer Robert Steinhäuser, und »Der Mann aus Oggersheim«, ein fiktionales Dokudrama über Helmut Kohl.

**Thomas Schadt** ist Professor an der Filmakademie Baden-Württemberg (Regiefach Dokumentarfilm) und seit 2005 auch deren künstlerischer Direktor. Er arbeitet seit 1983 als Fotograf, Kameramann, Buchautor und freier Dokumentarfilmer. Mit 50 Filmen gehört er zu den bedeutendsten Regisseuren und Dokumentarfilmern Deutschlands.



Heidrun Huber  
**Filmrecht für Dokumentarfilm,  
Doku-Drama, Reportage und andere  
Non-Fiction-Formate**

2011, 198 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-228-6  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis SFr 35,90  
Praxis Film Band 62

Knapp und verständlich beantwortet die Rechtsanwältin Heidrun Huber anhand zahlreicher Beispiele aus der Praxis die wichtigsten rechtlichen Fragen, die sich bei einer non-fiktionalen Film- oder Fernsehproduktion stellen. Damit haben Doku-Filmer Durchblick im Paragraphen-Dschungel.

---

**Neu**



Kay Hoffmann, Richard Kilborn, Werner C. Barg (Hg.)  
**Spiel mit der Wirklichkeit**

Zur Entwicklung doku-fiktionaler Formate in Film und Fernsehen  
ca. 03-2012, 350 Seiten  
ca. 70 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-257-6  
ca. € (D) 29,00 / € (A) 29,90  
freier Preis SFr 40,90  
Close up Band 22

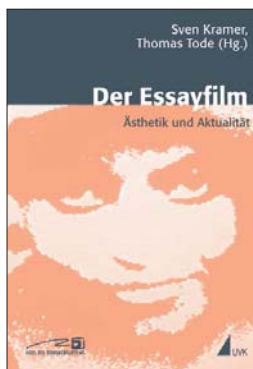
Das umfassende Handbuch zu doku-fiktionalen Themen im TV: Mit Beiträgen von deutschen und britischen Medienwissenschaftlern zur Geschichte und Ästhetik der Wechselspiele zwischen Dokument und Fiktion in Fernsehen und Film. Ergänzt werden die Analysen durch Interviews mit bedeutenden Produzenten und Redakteuren aus Deutschland und England.



Christian Hißnauer  
**Fernseh-dokumentarismus**

Theoretische Näherungen,  
pragmatische Abgrenzungen,  
begriffliche Klärungen  
2011, 416 Seiten  
26 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-265-1  
€ (D) 32,00 / € (A) 32,90  
freier Preis SFr 43,90  
Close up Band 23

Dieser Band bietet ein theoretisches, methodisches und begriffliches Fundament für eine fundierte Auseinandersetzung mit Fernsehdokumentarismus, seinen unterschiedlichen Formen und den Abgrenzungen zum Fernsehjournalismus.



Sven Kramer, Thomas Tode (Hg.)  
**Der Essayfilm**

Ästhetik und Aktualität  
 2011, 358 Seiten  
 157 s/w Abb., broschiert  
 ISBN 978-3-86764-110-4  
 € (D) 28,00 / € (A) 28,80  
 freier Preis SFr 39,90  
 Close up Band 20

Diese deutsch-englische Aufsatzsammlung erschließt den Essayfilm in Bezug auf ästhetische Form und Aktualität. Dies geschieht im Rahmen eines systematisch motivierten Vorgehens und unter Berücksichtigung von Internationalität und Pluralität der bestehenden Forschung.



Jürgen K. Müller  
**Große Bilder mit kleinen Kameras**

DV-Camcorder im  
 Dokumentarfilm  
 2011, 312 Seiten, broschiert  
 ISBN 978-3-86764-298-9  
 € (D) 26,00 / € (A) 26,80  
 freier Preis SFr 36,90  
 Close up Band 24

Jürgen Müller zeigt, wie die handliche Mini-DV-Technik die Dokumentarfilmzene sowohl inhaltlich als auch ästhetisch bereichert.



Ralf Forster, Volker Petzold  
**Im Schatten der DEFA**

Private Filmproduzenten  
 in der DDR  
 2010, 424 Seiten  
 119 s/w Abb., broschiert  
 ISBN 978-3-86764-198-2  
 € (D) 30,00 / € (A) 30,90  
 freier Preis SFr 41,90  
 Close up Band 21

DDR-Film gleich DEFA-Film: Mit dieser vorherrschenden Gleichsetzung räumen Ralf Forster und Volker Petzold gründlich auf. Sie eröffnen erstmalig den Blick auf eine Gesamtdarstellung der mehr als 25 privaten Filmstudios und professionellen Einzelfilmer aus dem Osten Deutschlands.

# UVK:Filmbekenntnisse

Bekannte deutsche Drehbuchautoren, Filmmusik-Cutter, Kameraleute, Regisseure und Schauspieler



2007  
ISBN 978-3-89669-649-6  
€ (D) 17,99 /  
€ (A) 18,50 / \*SFr 25,90



2009  
ISBN 978-3-86764-193-7  
€ (D) 19,99 /  
€ (A) 20,60 / \*SFr 28,90



2010  
ISBN 978-3-86764-214-9  
€ (D) 24,99 /  
€ (A) 25,70 / \*SFr 35,90



2009  
ISBN 978-3-86764-138-8  
€ (D) 24,99 /  
€ (A) 25,70 / \*SFr 35,90

»Von 2006 an [geben] ihre höchst aufschlussreichen  
Filmbekenntnisse in unterschiedlicher Form vielfältige  
persönliche Einblicke in die Werkstätten meist recht  
bekannter deutschsprachiger Filmschaffender.«

[www.kino-zeit.de](http://www.kino-zeit.de)

Komponisten, Filmproduzenten,  
gewähren spannende Einblicke in ihre Arbeit:



2008  
ISBN 978-3-86764-055-8  
€ (D) 24,99 /  
€ (A) 25,70 / \*SFr 35,90



2006  
ISBN 978-3-89669-673-1  
€ (D) 24,99 /  
€ (A) 25,70 / \*SFr 35,90



2007  
ISBN 978-3-89669-685-4  
€ (D) 24,99 /  
€ (A) 25,70 / \*SFr 35,90

- › O-Töne aus der Filmbranche
- › individuelle, authentische & persönliche Erfahrungsberichte
- › mit Kurzporträts der Filmpraktiker
- › herausgegeben von Béatrice Ottersbach und Thomas Schadt (Filmakademie Baden-Württemberg)

Die Fachzeitschrift **tv diskurs. Verantwortung in audiovisuellen Medien** informiert wissenschaftlich, pointiert und verständlich über aktuelle Entwicklungen im Bereich des Jugendschutzes, der Medienforschung und der Medienpädagogik. Sie bietet ein Forum für unterschiedliche Meinungen und möchte den Diskurs darüber anregen. Die Zeitschrift erscheint viermal im Jahr. [www.uvk.de/tvdiskurs](http://www.uvk.de/tvdiskurs)



**Neu**

## Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V. (Hg.) **Kinder vor der Kiste**

Was sie sehen und wie sie damit umgehen  
2012, 120 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-368-9  
€ (D) 24,00 / € (A) 24,70  
freier Preis SFr 34,90  
tv diskurs. Verantwortung in audiovisuellen Medien  
Heft 59

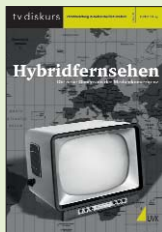
### Beiträge des Titelthemas:

Tillman P. Gangloff: Willkommen im Paradies. **Die Geschichte des Kinderfernsehen** • Sabine Feierabend und Sascha Blödmann: **Fernsehen im Kinderalltag** • Ole Hoffman: **Viel Angebot, wenn keiner guckt** • Interview mit Claude Schmit und Birgit Guth: **Kinder bevorzugen ihr eigenes Programm** • Sven Hecker: Zwischen Pittiplatsch und Propaganda. **Kinderfernsehen in der DDR** • Interview mit Cathy Spierenburg: **Empfehlenswert! Das niederländische Onlinesystem mediasparties informiert über Medien, die Kinder guttun** • Lothar Mikos, Claudia Töpfer und Anna Jakisch: **Internationales Kinderfernsehen. • Das Beispiel USA** • Klaus Dieter Felsmann: **Es ist alles eine Sache des Formates** • Was gucktest du? Lieblingskindersendungen von FSF-Mitarbeitern • Interview mit Maya Götz: **Wenn Kinder fernsehen. Vorlieben, Entwicklungsaufgaben und Abgleich mit dem eigenen Leben**

### Bereits erschienene Ausgaben:



**Streitpunkt Jugendschutz**  
Nr. 1/2011



**Hybridfernsehen**  
Nr. 2/2011



**Der Lustfaktor**  
Nr. 3/2011



**Regeln für die große Freiheit**, Nr. 4/2011

Neu



Martina Schuegraf, Angela Tillmann (Hg.)

## Pornografisierung von Gesellschaft

Perspektiven aus Theorie, Empirie und Praxis  
ca. 06-2012, 400 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-334-4  
ca. € (D) 39,00 / € (A) 40,10  
freier Preis SFr 52,90  
Alltag, Medien und Kultur  
Band 9

Mit dem Begriff »Pornografisierung« spüren die Herausgeberinnen und AutorInnen des Bandes der Veralltäglichsung pornografischer Darstellungsmittel nach, die in den digitalen Medien und der Populärkultur immer stärker Eingang finden.

Neu



Daniel Hajok, Olaf Selg, Achim Hackenberg (Hg.)

## Auf Augenhöhe?

Rezeption von Castingshows und Coachingsendungen  
01-2012, 272 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-344-3  
€ (D) 29,00 / € (A) 29,90  
freier Preis SFr 40,90  
Alltag, Medien und Kultur  
Band 10

Castingshows und Coachingsendungen stehen seit Jahren bei den Zuschauern hoch im Kurs, werden aber auch heftig kritisiert. Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis geben Einblick in den aktuellen Diskurs und stellen die Ergebnisse der neueren Forschung zum Thema vor.



Gerd Hallenberger (Hg.)

## Gute Unterhaltung?!

Qualität und Qualitäten der Fernsehunterhaltung  
2011, 192 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-273-6  
€ (D) 24,00 / € (A) 24,70  
freier Preis SFr 34,90  
Alltag, Medien und Kultur  
Band 8

Prominente Vertreterinnen und Vertreter von Wissenschaft, Journalismus, Medienaufsicht und Produktion bieten hier eine Fülle möglicher Antworten auf die Frage, was »gute Unterhaltung« ist, sein könnte oder sein sollte. Sie veranschaulichen, dass »Unterhaltung« ganz eigene Qualitäten und Qualitätskonzepte hat.



Joachim Knaf  
**Online Filme produzieren**

Geschäftsmodelle im Zeitalter der Digitalisierung  
2010, 218 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-242-2  
€ (D) 24,00 / € (A) 24,70  
freier Preis SFr 34,90

Der Autor analysiert die bestehenden Geschäftsmodelle der Produzenten von audiovisuellen Medien und stellt mit einem Fallbeispiel ein mögliches Geschäftsmodell in den Neuen Medien vor. Er untersucht, wie Ertragsmodell, Wertschöpfungskette und Value Proposition, also Nutzenversprechen in den Zukunftsmedien aussehen.



Lorenz Engell  
**Playtime**

Münchener Film-Vorlesungen  
2010, 296 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-89669-677-9  
€ (D) 29,00 / € (A) 29,90  
freier Preis SFr 40,90  
Kommunikation audiovisuell  
Band 39

Die thematischen Vorlesungen skizzieren, was der Film weiß: über Welt und Mensch, über Geschichte, Glück und Gedanken.



Anja Peltzer  
**Identität und Spektakel**

Der Hollywood-Blockbuster als global erfolgreicher Identitätsanbieter  
2011, 240 Seiten, broschiert  
14 s/w Abb. u. 134 farb. Abb.  
ISBN 978-3-86764-300-9  
€ (D) 29,00 / € (A) 29,90  
freier Preis SFr 40,90

Inwieweit audiovisuelle Unterhaltungsmedien die Gesellschaft in ihrer Identitätsbildung beeinflussen, zeigt Anja Peltzer mit ihrer Filmanalyse von verschiedenen Hollywood-Blockbustern.



Claudia Mast (Hg.)  
**ABC des Journalismus**

Ein Handbuch  
11., überarbeitete Auflage  
2008, 700 Seiten  
45 s/w Abb., gebunden  
ISBN 978-3-86764-048-0  
€ (D) 34,99 / € (A) 36,00  
freier Preis SFr 47,90  
Praktischer Journalismus  
Band 1

Das bewährte Handbuch für die Redaktionsarbeit enthält alles, was ein Journalist für seinen Beruf wissen muss. Erfahrene Praktiker aus Redaktionen, Verbänden und Medienunternehmen geben zahlreiche Hinweise, Tipps und Best-Practice-Beispiele.



Jürg Häusermann  
**Journalistisches Texten**

3., überarbeitete Auflage  
2011, 262 Seiten  
15 Abb. s/w, broschiert  
ISBN 978-3-86764-000-8  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis SFr 35,90  
Praktischer Journalismus  
Band 43

Das bewährte Fachbuch für den eigenen journalistischen Stil. Der Autor erläutert anhand zahlreicher aktueller Beispiele die sprachlichen Mittel, mit denen man eigene und fremde Positionen abgrenzen kann und wie man eine verständliche und ansprechende Sprache findet.



Michael Haller  
**Recherchieren**

7. Auflage  
2008, 338 Seiten  
10 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-89669-434-8  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
Praktischer Journalismus  
Band 7

In diesem Klassiker des Journalismus führt Michael Haller verständlich, systematisch und anhand von zahlreichen Beispielen in die Grundlagen des Recherchierens ein. Er beschreibt Recherchierhilfen und gibt Tipps für das Beschaffen und Auswerten von Informationen.

# UVK: Wegweiser Journalismus



Horst Werner  
**Fernsehen machen**  
2009  
ISBN 978-3-86764-150-0



Christian Thiele  
**Interviews führen**  
2009  
ISBN 978-3-86764-175-3



Nea Matzen  
**Onlinejournalismus**  
2011  
ISBN 978-3-86764-331-3



Sandra Müller  
**Radio machen**  
2011  
ISBN 978-3-86764-307-8



Christoph Fasel  
**Textsorten**  
2008  
ISBN 978-3-86764-112-8



Jürg Häusermann  
**Schreiben**  
2008  
ISBN 978-3-86764-127-2

je Band  
€ (D) 14,99



Gabriele  
Goderbauer-Marchner  
**Journalist werden!**  
2009  
ISBN 978-3-86764-132-6



Gabriele  
Goderbauer-Marchner  
**Medien verstehen**  
2011  
ISBN 978-3-86764-229-3



Elke Ahlswede  
**Praktikum!**  
2010  
ISBN 978-3-86764-227-9



Barbara Scheiter  
**Themen finden**  
2009  
ISBN 978-3-86764-133-3

- › kompaktes und verständliches Wissen für den Berufseinstieg
- › mit vielen Beispielen, Tipps und Checklisten
- › ideal zur Vorbereitung für Aufnahmeprüfungen und Bewerbungsgespräche
- › macht Mut und weckt Begeisterung

Die Buchreihe wird herausgegeben von Christoph Fasel.



Stefan Brunner  
**Redigieren**

2011, 138 Seiten  
20 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-259-0  
€ (D) 17,99 / € (A) 18,50  
freier Preis SFr 25,90  
Praktischer Journalismus  
Band 71

Stefan Brunner vermittelt das nötige Handwerkszeug des bedeutenden Teils der journalistischen Arbeit. Wie man beim Redigieren vorgeht, verdeutlichen auch die zahlreichen Praxisbeispiele sowie die Erfahrungen von Korrektoren namhafter Publikationen, die im Buch zu Wort kommen.



Markus Reiter  
**Überschrift, Vorspann, Bildunterschrift**

2., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage  
2009, 170 Seiten  
30 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-148-7  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
Praktischer Journalismus  
Band 64

Die Tipps des bewährten Praxisratgebers mit vielen Positiv- und Negativbeispielen sind im Redaktionsalltag leicht umsetzbar.

**Twitter-Account des Autors:**  
<http://twitter.com/KLARDEUTSCH>



Edmund Schalkowski

## Kommentar, Glosse, Kritik

2011, 230 Seiten  
5 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-140-1  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis SFr 35,90  
Praktischer Journalismus  
Band 85

Schrittweise wird in die Handhabung der drei meinungsorientierten Darstellungsformen eingeführt: Anhand von zahlreichen Beispielen werden verschiedene Varianten sowie typische Fehler vorgestellt.



Michael Haller

## Die Reportage

6. Auflage  
2008, 332 Seiten  
5 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-89669-305-1  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
Praktischer Journalismus  
Band 8

Der Klassiker zu einer der wichtigsten journalistischen Darstellungsform: Michael Haller beschreibt die Merkmale und führt systematisch und anhand zahlreicher Beispiele in Themenfindung, Materialbeschaffung und das Schreiben der Reportage ein.



Sylvia Egli von Matt, Hanspeter Gschwend,  
Hans-Peter von Peschke, Paul Riniker

## Das Porträt

2., überarbeitete und  
erweiterte Auflage  
2008, 232 Seiten  
40 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-061-9  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis SFr 35,90  
Praktischer Journalismus  
Band 54

Anhand Best-Practice-Beispielen behandeln die erfahrenen Autoren die Spezifika zum Porträt, einer der spannendsten aber auch schwierigsten Darstellungsformen – für alle Mediengattungen (Presse, Hörfunk, Fernsehen, Internet).

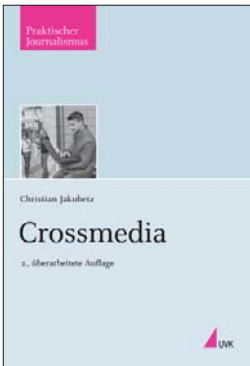


Marie Lampert, Rolf Wespe

## Storytelling für Journalisten

2011, 262 Seiten  
45 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-252-1  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis SFr 35,90  
Praktischer Journalismus  
Band 89

Wie aus Themen auffallende Geschichten werden, welche Strategien und praktischen Werkzeuge dazu genutzt werden, zeigen die Autoren an guten wie an schlechten Beispielen. Mit Tipps für Print-, Online-, Radio- und TV-Journalisten.

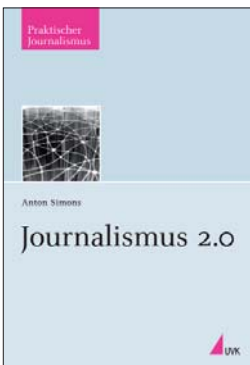


Christian Jakubetz

## Crossmedia

2., überarbeitete Auflage  
2011, 186 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-239-2  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
Praktischer Journalismus  
Band 80

Crossmedia heißt, Inhalte so zu präsentieren, wie es das jeweilige Medium und die Nutzer fordern bzw. erwarten. Wie dies geht, zeigt der Autor in diesem Buch systematisch und anhand von zahlreichen Praxis-Beispielen.



Anton Simons

## Journalismus 2.0

2011, 236 Seiten  
15 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-116-6  
€ (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis SFr 41,90  
Praktischer Journalismus  
Band 84

Anton Simons beschreibt die Grundprinzipien der Medienrevolution und ihre Auswirkungen auf den Journalismus. Er stellt neue journalistische Formate, neue Organisationsformen und Instrumente der Redaktion 2.0 vor und zeigt, wie sich klassische Medienunternehmen für die Zukunft aufstellen können.

**Twitter-Account des Autors:**

<http://twitter.com/AntonSimons>



Jens-Uwe Meyer

## Journalistische Kreativität

2., völlig überarbeitete Auflage

2008, 204 Seiten

55 s/w Abb., broschiert

ISBN 978-3-86764-096-1

€ (D) 19,99 / € (A) 20,60

freier Preis SFr 28,90

Praktischer Journalismus

Band 55

Jens-Uwe Meyer stellt in seinem bewährten Ratgeber Kreativtechniken und Denkstrategien für die journalistische Arbeit vor und zeigt, wie sich das Kapital in den Köpfen der Mitarbeiter durch neue Arbeitsweisen und eine veränderte Kommunikation aktivieren lässt.



Heiko Lenz

## Suchmaschinenoptimiert schreiben

2011, 198 Seiten

60 s/w Abb., broschiert

ISBN 978-3-86764-284-2

€ (D) 24,99 / € (A) 25,70

freier Preis SFr 35,90

Praktischer Journalismus

Band 90

Gute Texte müssen im Internet gefunden werden. Das hierfür notwendige technische Hintergrundwissen vermittelt der Autor anhand vieler journalistischer Beispiele: wie Texte von Suchmaschinen verarbeitet werden, wie Webseiten gewichtet werden und wie man trotzdem nutzerfreundlich schreiben kann.



Gabriele Reckinger, Volker Wolff (Hg.)

## Finanzjournalismus

2011, 456 Seiten, gebunden

ISBN 978-3-86764-253-8

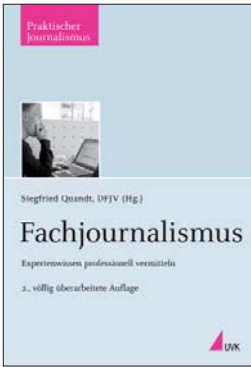
€ (D) 49,99 / € (A) 51,40

freier Preis SFr 66,90

Handbuch Journalismus

Band 3

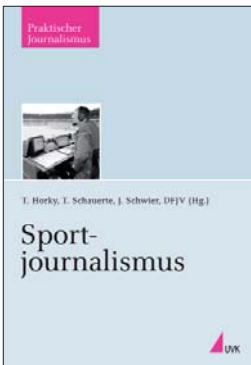
Für einen sachkundigen und kritischen Journalismus: Mehr als 50 der bedeutendsten deutschen Wirtschafts- und Finanzjournalisten stellen in diesem Kompendium ihr Fachwissen in über 70 Themenfeldern und Fachbegriffen anschaulich dar.



Siegfried Quandt, Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hg.)  
**Fachjournalismus**

Expertenwissen professionell vermitteln  
2., völlig überarb. Auflage  
2010, 304 Seiten  
20 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-139-5  
€ (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis SFr 41,90  
Praktischer Journalismus  
Band 58

Die Gesellschaft verlangt nach gesichertem Wissen komplexer Themen. Wie Journalisten dem qualitativ gerecht werden, erläutert das Buch: Neben den Grundlagen des Fachjournalismus werden die Spezifika in den verschiedenen Medien vorgestellt. Praktiker geben hilfreiche Tipps für den journalistischen Alltag.



Thomas Horky, Thorsten Schauerte, Jürgen Schwier,  
Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hg.)  
**Sportjournalismus**

2009, 326 Seiten  
40 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-145-6  
€ (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis SFr 41,90  
Praktischer Journalismus  
Band 86

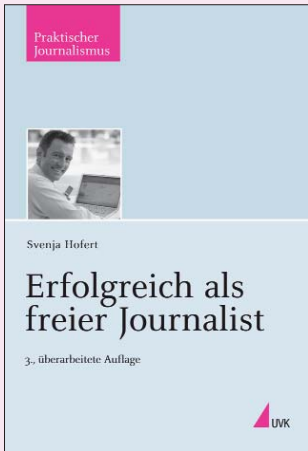
Ausführlich werden die Grundlagen des Sportjournalismus in den einzelnen Medien sowie das hierfür notwendige journalistische Handwerk vermittelt. Mit zahlreichen Beispielen von erfahrenen Sportjournalisten sowie Tipps und Checklisten.



Jutta von Campenhausen  
**Wissenschaftsjournalismus**

2011, 198 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-240-8  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis SFr 35,90  
Praktischer Journalismus  
Band 88

Wie Wissenschaft lesbar und verständlich gemacht wird, erklärt die Autorin anhand vieler Positiv- und Negativbeispiele. Das praktische Lehrbuch zeigt sowohl die Besonderheiten des Wissenschaftsbetriebs, als auch die Anforderungen an Wissenschaftsjournalisten.



## Neuaufgabe

Svenja Hofert

# Erfolgreich als freier Journalist

3., überarbeitete Auflage  
ca. 03-2012, 200 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-337-5  
ca. € (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
Praktischer Journalismus Band 53

### Das eigene Potenzial erkennen

Freie Journalisten sind nicht Angestellte ohne Arbeitsvertrag, sondern selbstständige Unternehmer. Doch Klappern gehört nicht zu ihrem Handwerk oder ihrer Ausbildung. So müssen viele Journalisten erst lernen, ihren eigenen Schwerpunkt zu finden, neue Auftraggeber zu gewinnen, ihr Produkt zu verkaufen und Werbung für sich selbst zu machen.

Das Buch hilft, das eigene Potenzial zu erkennen, Marketingziele zu entwickeln und Wege zu finden, diese zu erreichen. Genauso unterstützt es alle, die bereits als freie Journalisten arbeiten und erfolgreich werden und bleiben wollen. Voraussetzung für diesen Erfolg sind klare Ziele. Nur wer weiß, wohin das eigene Unternehmen steuern soll, kann seinen Weg dorthin auch finden. Sind die eigenen Ziele realistisch und motivierend? Wie lassen sie sich erreichen?

**Blog der Autorin:** <http://karriereblog.svenja-hofert.de/>

### Pressestimmen zur vorigen Auflage:

*»Fazit: ein überzeugender und wertvoller Ratgeber für freie Journalisten und die, die es werden wollen. Er besticht durch unzählige nützliche Praxistipps, einen [...] persönlichen Stil und die vielen Checklisten, anhand derer man die eigene Situation immer wieder neu ausleuchten kann.«*

Fachjournalist

*»Prädikat: Absolut empfehlenswert!«*

[www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de)

**Svenja Hofert** betreibt ein Büro für Karriere-Coaching in Hamburg. Die gelernte Journalistin hat sich auf die Beratung von Freiberuflern und Angestellten in der Medienbranche spezialisiert.



Ernst Fricke  
**Recht für Journalisten**

Presse – Rundfunk –  
Neue Medien  
2., völlig überarbeitete  
Auflage  
2010, 572 Seiten, gebunden  
ISBN 978-3-86764-095-4  
€ (D) 49,99 / € (A) 51,40  
freier Preis SFr 66,90  
Handbuch Journalismus  
Band 1

Das Handbuch zu den rechtlichen Besonderheiten in allen Mediengattungen hilft Journalisten, sich zu orientieren. Übersichten und Checklisten sowie Musterschreiben erleichtern die tägliche Arbeit und bieten Schutz vor juristischen Auseinandersetzungen.



Michael Bechtel, Volker Thomas  
**Schreiben über Technik**

2011, 234 Seiten  
10 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-287-3  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis SFr 35,90  
Praktischer Journalismus  
Band 91

Wie komplizierte Technik verständlich vermittelt werden kann: Die Autoren erläutern Strategien zur Popularisierung technischer Themen, erörtern die zur Verfügung stehenden Textformen und geben Tipps zu ansprechendem Textaufbau und verständlicher Sprache.  
**Twitter-Account von Michael Bechtel:**  
<http://twitter.com/qnbechtel>



Markus Reiter, Eva-Maria Waas  
**Der Relaunch**

Zeitung – Zeitschrift – Internet  
2009, 222 Seiten  
116 s/w Abb. und 28 farb.  
Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-040-4  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
Praktischer Journalismus  
Band 79

An zahlreichen Beispielen erläutern die Autoren, wie eine zeitgemäße Optik für Zeitungen, Zeitschriften und Online-Auftritte aussieht. Sie geben handfeste Tipps, worauf bei der Neugestaltung zu achten ist, um größtmögliche Leserfreundlichkeit zu erreichen.  
**Twitter-Account von Markus Reiter:**  
<http://twitter.com/KLARDEUTSCH>



Neu

## Michael Schomers Der kurze TV-Beitrag

2012, 250 Seiten  
 20 s/w Abb., broschiert  
 ISBN 978-3-86764-235-4  
 € (D) 24,99 / € (A) 25,70  
 freier Preis SFr 35,90  
 Praktischer Journalismus Band 87

### Planung und Produktion von kurzen TV-Beiträgen

Michael Schomers beschreibt die unterschiedlichen Varianten der kurzen Fernsehbeiträge und ihre Produktionsbedingungen – von der kurzen NiF (Nachricht im Film) bis zur 10-Minuten-Reportage. Unterhaltsam und mit vielen Beispielen aus der Praxis erklärt er die Produktionsabläufe von der Idee bis zur Ausstrahlung.

Er zeigt, wie man ein Exposee schreibt, wie man mit seinen Protagonisten umgeht und wie ein Interview geführt wird. Neben den journalistischen Fragen geht es aber auch um Formatierung, Inszenierung von Wirklichkeit und Dramaturgie. Und um die Frage, wie viel ein Film kostet. Empfehlungen zur Ethik des Fernsehjournalismus und kritische Gedanken über die Entwicklung des Fernsehens zu „Häppchenkultur“ und »Clip-Ästhetik« runden das Buch ab. Studenten, Journalisten, Praktikanten und Volontäre finden in dem Fachbuch einen kompetenten Ratgeber zur Planung und Produktion von kurzen TV-Beiträgen.

**Michael Schomers** arbeitet seit fast 30 Jahren als Fernsehjournalist, Autor, Regisseur und Produzent. Mit seiner Firma Lighthouse Film hat er zahlreiche Fernsehbeiträge, Dokumentationen und Reportagen produziert.

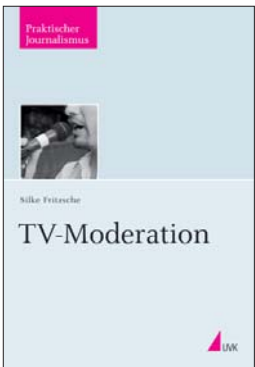


Martin Ordloff, Stefan Wachtel

## Texten für TV

3., überarbeitete Auflage  
2009, 176 Seiten  
80 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-144-9  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
Praktischer Journalismus  
Band 74

Wie man verständliche Fernsehbeiträge macht: Kompakt und didaktisch aufbereitet erklären die Autoren, wie man spannend textet, wie Bilder und Texte sinnvoll koordiniert werden und welche Sprachen-Spezifika es für die verschiedenen Fernsehgenres gibt.



Silke Fritzsche

## TV-Moderation

2009, 262 Seiten  
90 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-031-2  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis SFr 35,90  
Praktischer Journalismus  
Band 77

Die Autorin thematisiert alle Kernkompetenzen, die eine authentische und erfolgreiche TV-Moderation ausmachen und geht dabei auf die besondere Bedeutung der Körpersprache bei der Wirkung von Moderatoren ein. Mit Erfahrungsberichten von renommierten TV-Moderatoren und Medienmachern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

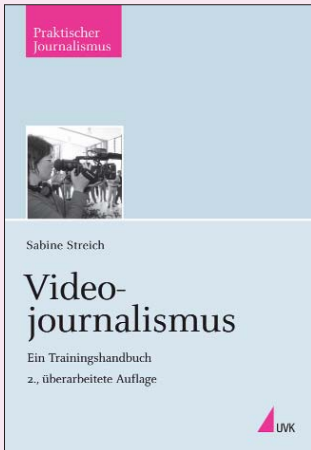


Bodo Witzke, Ulli Rothaus

## Die Fernsehreportage

2., überarbeitete Auflage  
2010, 358 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-038-1  
€ (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis SFr 41,90  
Praktischer Journalismus  
Band 46

Das grundlegende und umfassende Buch zur Fernsehreportage: von der Themenfindung über Planung und Durchführung der Recherche, die Rolle des Reporters und das Interview sowie der dramaturgisch wirkungsvolle Einsatz von Kamera, Ton, Musik, Schnitt und Text.



## Neuaufgabe

Sabine Streich

# Videojournalismus

Ein Trainingshandbuch  
2., überarbeitete Auflage  
ca. 03-2012, 260 Seiten  
ISBN 978-3-86764-294-1  
ca. € (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis SFr 41,90  
Praktischer Journalismus Band 72

### Kompetent in Redaktion, Kamera & Ton

Videojournalismus ist nicht (nur) kostengünstig produziertes Fernsehen, sondern hat sich mittlerweile zu einem eigenen Genre entwickelt.

Persönliche Zugänge, Auswahl der Kameraeinstellungen, Spüren des Schnitt-rythmus', eine besondere Nähe zu den Protagonisten, die innere Erzählhaltung, Auswahl von Musik – das macht die eigenständige Arbeitsform von VJ und die spezifische Autorenleistung aus.

Wie man die vielfältigen Herausforderungen im Dreieck zwischen Journalismus, Dramaturgie und Technik lustvoll und professionell meistert, zeigt Sabine Streich in diesem praktischen Ratgeber.

### Pressestimmen zur vorigen Auflage:

»Von ›blutiger Anfänger‹ bis ›Königsklasse‹ schleust Sabine Streich den Leser durch zwölf geschickt aufgebaute Trainingseinheiten mit eingängigen Übungen, Praxisbeispielen und Checklisten. Der Text ist gespickt mit Erklärfotos und Grafiken. DV-Produktion nicht als Billigvariante, sondern eigenes Genre!«  
BJVreport

»Schritt für Schritt und anhand zahlreicher Beispiele wird in 12 ›Levels‹ erlebbar und erlernbar gemacht, was man für einen guten und erfolgreichen Videojournalismus braucht. Zahlreiche Bildelemente, Infokästen, Tipps und Übungsanweisungen machen das Training dabei zu einem ›interaktiven Seminar‹. Dabei wird lobenswert konsequent auf die Verständlichkeit aller Ausführungen geachtet.«

[www.medienhandbuch.de](http://www.medienhandbuch.de)



Stefan Wachtel

## Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen

Inklusive CD mit Hörbeispielen  
6., überarbeitete Auflage  
2009, 190 Seiten  
30 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-179-1  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
Praktischer Journalismus  
Band 23

Der Klassiker der Sprecherziehung: Stefan Wachtel gibt Anleitungen und Tipps, wie jeder Journalist seinen eigenen Stil vor Mikrofon und Kamera entwickeln und pflegen kann. Mit Tipps zu Casting-Vorbereitung und Demo-Kassetten sowie Hörbeispielen auf beiliegender CD.

**Buchtrailer:**

<http://youtu.be/DAVu85exluE>

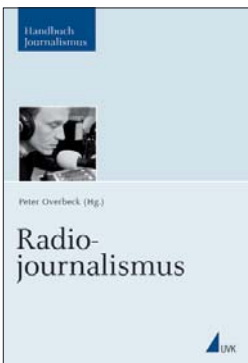


Stefan Wachtel

## Schreiben fürs Hören

Trainingstexte, Regeln und Methoden  
4., überarbeitete Auflage  
2009, 190 Seiten  
18 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-194-4  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
Praktischer Journalismus  
Band 29

Stefan Wachtel erläutert Methoden kreativen und hörverständlichen Formulierens. Exemplarische Sendetexte aus dem gesamten deutschsprachigen Raum ermöglichen ein gezieltes Schreib- und Sprechtraining.



Peter Overbeck (Hg.)

## Radiojournalismus

2009, 382 Seiten  
30 s/w Abb., gebunden  
ISBN 978-3-89669-573-4  
€ (D) 34,99 / € (A) 36,00  
freier Preis SFr 47,90  
Handbuch Journalismus

Das umfassende Handbuch zum Radiojournalismus: Die erfahrenen Autoren vermitteln die inhaltlichen und journalistischen Basics für Journalisten in Kultur- oder Pop-Radio, in öffentlich-rechtlichen oder privaten Radiosendern und geben Tipps zu Promotion, Marketing und Medienforschung.



## Neuauflage

Hermann Meyn, Jan Tonnemacher

# Massenmedien in Deutschland

4., völlig überarbeitete Neuauflage  
ca. 06-2012, 300 Seiten  
30 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-213-2  
ca. € (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90

### Deutschlands Medien – das Standardwerk jetzt aktualisiert

Die völlig überarbeitete Neuauflage erklärt kompakt und verständlich das deutsche Mediensystem: wie Medien ihren zentralen politischen Funktionen zu Information, Meinungsbildung, Kontrolle und Kritik heute gerecht werden und welche rechtlichen, politischen und wirtschaftlichen Hürden sich dabei ergeben. Kritische Fragen und Kontroversen werden anhand von Pro- und Kontra-Positionen beleuchtet, strukturelle Entwicklungen mit Tabellen anschaulich gemacht und komplexe Sachverhalte durch aktuelle Beispiele erläutert. Der Buchklassiker wendet sich an alle, die über die Funktionen, Strukturen und Entwicklungen der Massenmedien in Deutschland Bescheid wissen wollen oder müssen.

#### Pressestimmen zu vorigen Auflagen:

»[...] nach wie vor ein Muss für alle diejenigen LeserInnen, die sich in kurzer Zeit einen umfassenden Überblick über das deutsche Mediensystem machen wollen.«

Medienwissenschaft

»[...] zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass es problemorientiert angelegt ist, in strittigen Fragen die Pro- und Contra-Positionen darstellt und komplexe Sachverhalte durch Beispiele transparent macht.«

Wochenschau Methodik

»[...] verschafft dem Leser einen Überblick über die Massenmedien in Deutschland und hilft jungen Journalisten bei der Orientierung.«

NJB Info-Dienst

**Hermann Meyn** ist freier Journalist. Er war Redakteur beim »Spiegel«, Senatssprecher in Berlin und Vorsitzender des Deutschen Journalisten-Verbandes.

**Jan Tonnemacher** ist emeritierter Professor für Journalistik an der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt und lehrt Publizistik an der FU Berlin.



Michael Harnischmacher

## Journalistenausbildung im Umbruch

Zwischen Medienwandel und Hochschulreform: Deutschland und USA im Vergleich 2010, 314 Seiten, broschiert ISBN 978-3-86764-266-8 € (D) 29,00 / € (A) 29,90 freier Preis SFr 40,90 Forschungsfeld Kommunikation Band 30

Die Studie liefert eine kritische Bestandsaufnahme der Entwicklungslinien der Journalistenausbildung an Hochschulen in Deutschland und den USA vor dem Hintergrund des Medienwandels und reflektiert die gegenwärtige Ausbildungssituation auf der Grundlage einer umfassenden Befragung.



Klaus Arnold

## Qualitätsjournalismus

Die Zeitung und ihr Publikum 2009, 600 Seiten, broschiert ISBN 978-3-86764-141-8 € (D) 59,00 / € (A) 60,70 freier Preis SFr 78,90 Forschungsfeld Kommunikation Band 28

Der Autor beschäftigt sich mit der Frage, was Zeitungen leisten müssen, um in unserer Gesellschaft weiterhin eine wichtige Funktion wahrzunehmen und zugleich bei den Lesern erfolgreich zu sein. Auf der Grundlage von Publikumsbefragungen wird aufgezeigt, wie das traditionsreiche Medium auch in Zukunft bestehen kann.



Klaus Beck, Dennis Reineck, Christiane Schubert

## Journalistische Qualität in der Wirtschaftskrise

2010, 298 Seiten 40 s/w Abb., broschiert ISBN 978-3-86764-268-2 € (D) 34,00 / € (A) 35,00 freier Preis SFr 46,50

Die Studie untersucht, welche Strategien die Zeitungs- und Zeitschriftenverlage in der Krise ergriffen haben und ob sich diese auf die redaktionelle Qualität auswirken.



Dominik Bartoschek, Volker Wolff

## Vorsicht Schleichwerbung!

2010, 164 Seiten  
15 s/w Abb. und 30 farb. Abb.,  
broschiert  
ISBN 978-3-86764-210-1  
€ (D) 17,99 / € (A) 18,50  
freier Preis SFr 25,90

Dieses Buch bewahrt Journalisten vor PR-Fällen. Präsentiert werden eine Vielzahl von Fällen und Entscheidungskriterien des Deutschen Presserats zum sog. Trennungsgrundsatz. Sie sollen dem Journalisten an seinem Arbeitsplatz schnell und sicher helfen, Schleichwerbung zu erkennen und zu vermeiden.



Stephan Ruß-Mohl

## Kreative Zerstörung

Niedergang und Neuerfindung  
des Zeitungsjournalismus  
in den USA  
2009, 284 Seiten  
40 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-077-0  
€ (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis SFr 41,90

Eine Analyse des Zeitungssterbens und Umbruchs der Medienlandschaft in den USA: Der US-Medienkenner beschreibt und analysiert neben dem Niedergang des amerikanischen Journalismus auch Innovationen, die der Strukturwandel hervorbringt, sowie Strategien, mit denen die Zeitungshäuser auf die veränderte Marktlage und auf das Internet-Zeitalter reagieren.



Torsten Schäfer

## Brüssel – vermeintlich fern

Zum europäischen Denken  
und Handeln deutscher  
Regionalzeitungen  
2011, 480 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-299-6  
€ (D) 59,00 / € (A) 60,70  
freier Preis SFr 78,90

Die explorative Studie gibt erste Antworten auf die Fragen, wie deutsche Regionalzeitungen über die europäische Union berichten, was ihre Redakteure über die EU denken und wie sie mit ihren EU-Korrespondenten zusammen arbeiten.



Marcel Machill, Markus Beiler, Johannes R. Gerstner (Hg.)  
**Medienfreiheit nach der Wende**

Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland  
2010, 430 Seiten  
10 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-267-5  
€ (D) 39,00 / € (A) 40,10  
freier Preis SFr 52,90

Die Studie dokumentiert die 20-jährige Entwicklung des freien Mediensystems in Ostdeutschland und gibt einen Ausblick auf die Zukunft.



Deutscher Presserat (Hg.)  
**Jahrbuch 2011**

Mit der Spruchpraxis des Jahres 2010. Schwerpunkt: Recherche – ohne Grenzen?  
2011, 216 Seiten  
65 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-310-8  
€ (D) 29,00 / € (A) 29,90  
freier Preis SFr 40,90  
Jahrbuch Deutscher Presserat  
Ausgabe 2011

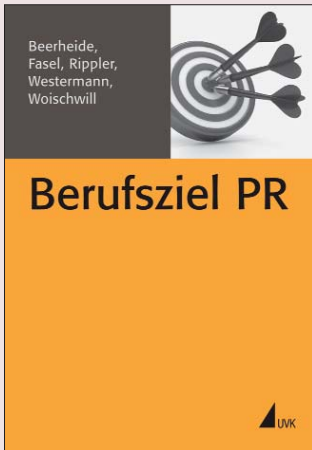
»Recherche – ohne Grenzen!« lautet das Schwerpunktthema des Jahrbuchs im Jahr nach den WikiLeaks-Enthüllungen. Der Presserat beschäftigt sich immer wieder mit Beschwerden zu Recherchemethoden, wenn Journalisten beispielsweise in sozialen Netzwerken recherchieren.



Guido Keel  
**Journalisten in der Schweiz**

Eine Berufsfeldstudie im Zeitverlauf  
2011, 324 Seiten  
105 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-332-0  
€ (D) 39,00 / € (A) 40,10  
freier Preis SFr 52,90  
Forschungsfeld  
Kommunikation Band 31

Eine umfassende synchrone und diachrone Analyse des Berufsfelds der Journalisten in der Schweiz: der soziodemokratische Hintergrund, die Tätigkeiten, Vorstellungen und Rollenbilder sowie die redaktionellen Organisationsformen.



Neu

Rebecca Beerheide, Jonathan Fasel,  
Stefan Rippler, Steffen Westermann,  
Branko Woischwill

## Berufsziel PR

ca. 05-2012, 180 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-302-3  
ca. € (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis Sfr 28,90  
PR Praxis Band 25

### Wege in die PR-Arbeit

»Berufsziel PR« zeichnet ein breit angelegtes Bild der verschiedenen Berufsmöglichkeiten und Karrierewege in den Public Relations. Die Autoren informieren über die wichtigsten Aspekte der Branche – von der Aus- und Weiterbildung über die Verdienstmöglichkeiten bis zu der Frage nach der richtigen Work-Life-Balance. Interviews mit Köpfen der Branche aus Deutschland, Österreich und der Schweiz lockern das Buch auf. Die Profis geben Tipps, berichten Spannendes, erzählen Unerhörtes und geben so ihre Erfahrung an PR-Nachwuchskräfte weiter. Anhand dieser Gespräche mit Menschen aus unterschiedlichen Berufsabschnitten und Tätigkeitsfeldern entsteht ein vielfältiges und faszinierendes Panorama der Branche.

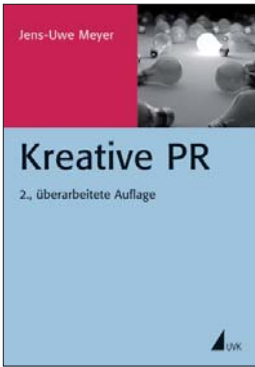
**Rebecca Beerheide** ist Redakteurin für Gesundheitspolitik bei der »Ärzte Zeitung« in Frankfurt am Main.

**Jonathan Fasel** arbeitet in der Kommunikationsabteilung der Europäischen Strombörse »Epex Spot« in Paris.

**Stefan Rippler** arbeitet als Redaktionskoordinator der »Computerbild«-Gruppe im Axel-Springer Verlag in Hamburg.

**Steffen Westermann** ist PR-Mitarbeiter bei den bekannten Buchautoren Jürgen Hesse und Hans Christian Schrader in Berlin, die Bewerbungsratgeber publizieren.

**Branko Woischwill** promoviert an der Freien Universität Berlin im Fach Soziologie.



Jens-Uwe Meyer  
**Kreative PR**

2., überarbeitete Auflage  
2011, 272 Seiten  
90 farb. Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-308-5  
€ (D) 27,99 / € (A) 28,80  
freier Preis SFr 39,50  
PR Praxis Band 11

Der Autor zeigt, wie man die zahlreichen Möglichkeiten kreativer Öffentlichkeitsarbeit nutzt. Er stellt Techniken vor, wie man aus drögen Themen spannende Geschichten kreiert und wie man PR-Aktionen entwickelt, die einzigartig, aufmerksamkeitsstark und imagebildend sind.



Dieter Herbst  
**Storytelling**

2., überarbeitete Auflage  
2011, 206 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-291-0  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis SFr 35,90  
PR Praxis Band 15

Dieter Herbst zeigt in seinem Standardwerk anhand von zahlreichen Beispielen aus den Public Relations, wie Unternehmen wirkungsvolle Geschichten erzählen. Mit vielen Checklisten und Übersichten.

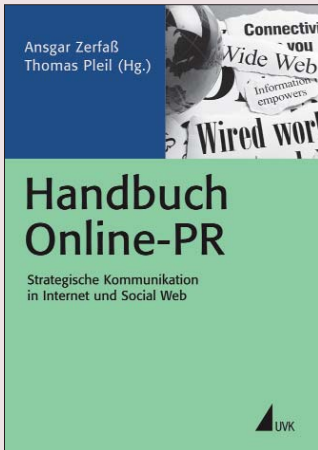


Martina Schäfer  
**Das schlagfertige Unternehmen**

Schnell und offen  
kommunizieren  
2010, 266 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-233-0  
€ (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis SFr 41,90  
PR Praxis Band 21

Der Business-Ratgeber zur transparenten und schnellen Kommunikation: Die Autorin zeigt, wie Unternehmen ihre Pressearbeit gekonnt gestalten, im direkten Kontakt gewinnen und mit ausgezeichnetem Informationsmaterial punkten können. Mit zahlreichen Tipps, Beispielen und Checklisten.

**Blog der Autorin:**  
<http://blog.martina-schaefer.de>



Neu

## Ansgar Zerfaß, Thomas Pleil (Hg.) Handbuch Online-PR

Strategische Kommunikation  
in Internet und Social Web  
2012, 422 Seiten  
5 s/w Abb., gebunden  
ISBN 978-3-89669-582-6  
€ (D) 49,99 / € (A) 51,40  
freier Preis SFr 66,90  
PR Praxis Band 7

### Der aktuelle Überblick zur Online-PR-Arbeit

Das erste umfassende Handbuch zu Herausforderungen, Konzepten und Instrumenten der Online-Kommunikation aus Sicht des Kommunikationsmanagements. Namhafte Autoren aus Wissenschaft und Praxis geben in 25 Beiträgen einen systematischen Überblick zu Strukturen, Prozessen, Tools und Best Practices. Der Wandel einzelner Handlungsfelder wie Medienarbeit, interne Kommunikation und Public Affairs wird ebenso behandelt wie die Besonderheiten von Online-Monitoring, Twitter, Social Networks und Weblogs, Positionierung und Kampagnenführung im Netz, Personalisierung sowie Storytelling.

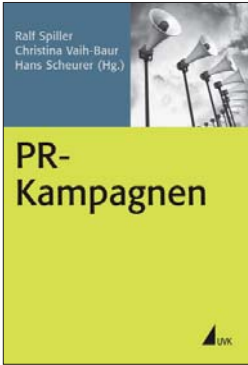
Die Beiträge zeigen, dass es nicht mehr ausreicht, die Online-PR als neuen Baustein in herkömmliche Kommunikationsstrategien einzubauen. Stattdessen ist ein grundlegendes Umdenken notwendig. Das Zeitalter der Massenmedien geht zu Ende. Wer für professionelle Kommunikation verantwortlich ist, muss den Wandel verstehen, soziale und technologische Rahmenbedingungen adaptieren sowie neue Strategien entwickeln. Jenseits schnelllebiger Moden geht es vor allem darum, geeignete Rahmenbedingungen zu schaffen und die Stärken beziehungsweise Schwächen verschiedener Ansätze zu verstehen. Dies leistet das wissenschaftlich fundierte und zugleich praxisnahe »Handbuch Online-PR« mit zahlreichen Fallbeispielen.

**Twitter-Account von Ansgar Zerfaß:** [www.twitter.com/zerfass](http://www.twitter.com/zerfass)

**Blog von Thomas Pleil:** [www.das-textdepot.de](http://www.das-textdepot.de)

**Ansgar Zerfaß** ist Professor für Kommunikationsmanagement an der Universität Leipzig. Er forscht seit den 1990er-Jahren zur Online-PR. Für den erfolgreichen Aufbau von Internet-Portalen wurde er mehrfach ausgezeichnet, u. a. mit dem Deutschen Multimedia Award.

**Thomas Pleil** ist Professor für Public Relations an der Hochschule Darmstadt. Er verfügt über langjährige PR-Berufserfahrung, betreibt seit 2004 eigene Plattformen im Social Web und begleitet namhafte Organisationen bei ihren Online-Strategien.



Ralf Spiller, Christina Vaih-Baur, Hans Scheurer (Hg.)

## PR-Kampagnen

2011, 278 Seiten  
70 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-293-4  
€ (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis SFr 41,90  
PR Praxis Band 24

Die Autoren vermitteln Grundlagenwissen über PR-Kampagnen und erklären am Beispiel von Case Studies, wie man erfolgreiche Kampagnen plant, durchführt und bewertet. Dabei werden auch entstandene Schwierigkeiten und Probleme beschrieben.

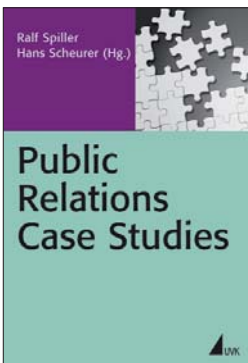


Melanie Huber

## Kommunikation im Web 2.0

Twitter, Facebook & Co  
2., überarbeitete Auflage  
2010, 240 Seiten  
50 farb. Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-262-0  
€ (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis SFr 41,90  
PR Praxis Band 13

Neue Chancen für PR und Marketing: Ob Dienste wie Twitter, Facebook, Google Wave oder Apps für iPhone & Co – die Autorin zeigt Möglichkeiten, wie Botschaften online platziert werden.



Ralf Spiller, Hans Scheurer (Hg.)

## Public Relations Case Studies

Fallbeispiele aus der Praxis  
2010, 280 Seiten  
75 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-234-7  
€ (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis SFr 41,90  
PR Praxis Band 22

Die wichtigsten Aufgaben der Public Relations werden an 23 realen Fallbeispielen veranschaulicht. Alle Fälle sind nach einem einheitlichen Schema erstellt und zeigen auch Schwächen und Probleme, die bei der Umsetzung auftraten.



Neu

## Martina K. Schneiders Die Pressekonferenz

ca. 04-2012, 200 Seiten, broschiert  
 ISBN 978-3-86764-218-7  
 ca. € (D) 24,99 / € (A) 25,70  
 freier Preis SFr 35,90  
 PR Praxis Band 20

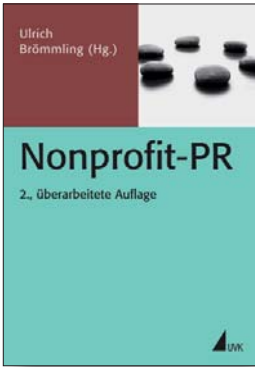
### Das Rezeptbuch zu einem wichtigen PR-Instrument

Pressekonferenzen sind eines der wichtigsten Mittel für Unternehmen, Behörden oder Verbände, um in die Öffentlichkeit zu kommen. Dennoch werden sie in der Fachliteratur und in der Ausbildung von PR-Fachleuten stiefmütterlich behandelt. Dieses Buch zeigt, wie Pressekonferenzen erfolgreich organisiert und durchgeführt werden: wann sich eine Pressekonferenz anbietet, welches Thema sich für eine Pressekonferenz eignet, welches der richtige Zeitpunkt und der richtige Ort ist, wie die ideale Besetzung für ein Podium aussieht, wie eine Pressekonferenz ablaufen sollte oder was von einer virtuellen Pressekonferenz zu halten ist.

Die Autorin gibt u. a. Tipps, wie eine gute Pressemappe aussieht, wie die Konferenz professionell moderiert wird und wie man mit Journalisten umgeht. Und schließlich vermittelt sie Kriterien, mit denen man den Erfolg einer Pressekonferenz messen kann.

Fallbeispiele aus der Praxis und Checklisten helfen bei der Planung und Durchführung der wichtigsten Arbeitsschritte. Erfahrene Praktiker aus Journalismus und Public Relations erklären, worauf es bei einer Pressekonferenz ankommt und welche Fehler vermieden werden sollten.

**Martina K. Schneiders** ist seit vielen Jahren Dozentin in der Aus- und Weiterbildung von PR-Fachleuten.



Ulrich Brömming  
**Nonprofit-PR**

2., überarbeitete Auflage  
2009, 304 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-187-6  
€ (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis Sfr 41,90  
PR Praxis Band 12

Die umfassende und praxisorientierte Einführung in die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Vereine, Stiftungen, Kirchengemeinden und Bürgerinitiativen mit Hinweisen zu Fundraising, Marketing und rechtlichen Aspekten.



Kurt Weichler, Stefan Endrös  
**Die Kundenzeitschrift**

2., überarbeitete Auflage  
2010, 216 Seiten  
55 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-263-7  
€ (D) 29,99 / € (A) 30,90  
freier Preis Sfr 41,90  
PR Praxis Band 3

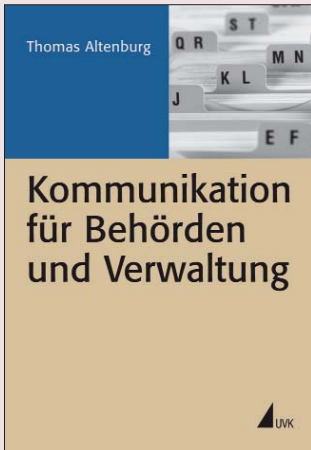
Schritt für Schritt zur Kundenzeitschrift: Die präzise Anleitung – von der Konzeption über Redaktion, Herstellung und Vertrieb. Die Autoren beschreiben zudem aktuelle Trends, analysieren Merkmale und Erfolgsfaktoren von Kundenzeitschriften und zeigen gute wie weniger gelungene Beispiele.



Daniel Marinkovic  
**Die Mitarbeiterzeitschrift**

2009, 200 Seiten  
30 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-126-5  
€ (D) 24,99 / € (A) 25,70  
freier Preis Sfr 35,90  
PR Praxis Band 19

Daniel Marinkovic zeigt auf, wie Mitarbeiterzeitschriften als wesentlicher Bestandteil einer integrierten Kommunikationsstrategie eingesetzt werden können. Best-Practice-Beispiele aus dem deutschsprachigen Raum gewähren Einblicke in die redaktionelle Arbeit und geben Anregungen für eine moderne Unternehmenspublizistik.



Neu

## Thomas Altenburg Kommunikation für Behörden und Verwaltung

ca. 04-2012, 220 Seiten, broschiert  
 ISBN 978-3-86764-345-0  
 ca. € (D) 24,99 / € (A) 25,70  
 freier Preis SFr 35,90  
 PR Praxis Band 27

### Hintergrundwissen und praktische Tipps für Agenturen und die öffentliche Hand

Thomas Altenburg beschreibt die Rahmenbedingungen, Strategien, Fallstricke und die praktische Umsetzung von regierungsamtlicher Öffentlichkeitsarbeit. Er richtet sich dabei nicht nur direkt an die öffentliche Hand, sondern auch an die Agenturen selbst, die für diese oft die professionelle Kommunikation nach innen und außen übernehmen. Sie müssen die Spielregeln, wie z. B. Ausschreibungsmodalitäten und Entscheidungsprozesse, kennen, um ihre Kunden professionell betreuen zu können.

Für die öffentlichen Auftraggeber stellen Agenturen dagegen selbst oft ein Buch mit sieben Siegeln dar; denn es prallen zwei Welten aufeinander, wenn Behörden und Verwaltungen auf die kreative Energie von Agenturen treffen.

Mit zahlreichen Fallbeispielen, Tipps, Checklisten und Mustervorlagen.

**Thomas Altenburg** hat Verwaltungswissenschaften in Berlin und Wirtschaftsrecht in Hagen studiert. Seit 2003 ist er in einem Bundesministerium in der Öffentlichkeitsarbeit tätig. Er führt regelmäßig Seminare durch und berät öffentliche Auftraggeber und Agenturen in Kommunikationsfragen.



Imai-Alexandra Roehreke  
**Reden schreiben**

Mit einem Beitrag von  
Stefan Wachtel  
2., überarbeitete Auflage  
2010, 146 Seiten  
15 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-238-5  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
PR Praxis Band 2

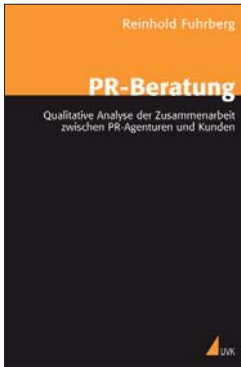
Systematisch und vor allem praxisorientiert erläutert die Autorin, welcher Anlass welche Rede rechtfertigt, was der Redenschreiber über den Redner wissen muss, wie man die Erwartungen der Zuhörer trifft, wie eine gute Rede aufgebaut ist und wie man sein Auditorium fesselt.



Henning Straeter  
**Kommunikationscontrolling**

2009, 342 Seiten  
40 s/w Abb. und 120 farb.  
Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-092-3  
€ (D) 34,99 / € (A) 36,00  
freier Preis SFr 47,90  
PR Praxis Band 18

Das Buch liefert die notwendigen Grundlagen für das Kommunikationscontrolling und macht mit einfachen sowie weiterführenden Methoden anhand von Beispielen, Kennzahlen und Verfahren vertraut. Der Autor führt die dafür relevanten Methoden aus BWL, Statistik sowie Steuer- und Handelsrecht zusammen.



## Reinhold Fuhrberg PR-Beratung

Qualitative Analyse der Zusammenarbeit zwischen PR-Agenturen und Kunden 2010, 494 Seiten  
50 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-247-7  
€ (D) 49,00 / € (A) 50,40  
freier Preis SFr 65,50

Das Buch erklärt Bewertungs- und Entscheidungsprozesse in den Arbeitsbeziehungen zwischen PR-Agenturen und Kundenorganisationen. 80 Agentur-Berater und Kunden sowie weitere Experten geben in Interviews tiefe Einblicke in den Prozess der Zusammenarbeit.



## Dagmar Schütte Mittelstands-PR in Deutschland

Eine Studie zur Kommunikationsarbeit mittelständischer Unternehmen 2011, 236 Seiten  
80 s/w Abb. und 8 farb. Abb., broschiert  
ISBN 978-3-86764-180-7  
€ (D) 29,00 / € (A) 29,90  
freier Preis SFr 40,90

Dagmar Schütte stellt die Ergebnisse zweier repräsentativer Befragungen sowie einer Analyse der Internet-Auftritte mittelständischer Unternehmen vor. Erstmals werden dabei die Perspektive des Mittelstands und die des professionellen Kommunikationsmanagements zusammengeführt.



## Tobias D. Höhn Wissenschafts-PR

Eine Studie zur Öffentlichkeitsarbeit von Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen 2011, 368 Seiten, broschiert  
ISBN 978-3-86764-340-5  
€ (D) 39,00 / € (A) 40,10  
freier Preis SFr 52,90

Diese Berufsfeldstudie skizziert den Status quo der PR von Wissenschaftseinrichtungen in Deutschland – durch quantitative Befragung von Kommunikationsverantwortlichen von Hochschulen und außeruniversitären Forschungseinrichtungen sowie durch eine anschließende qualitative Delphi-Studie, die Entwicklungsprognosen aufzeigt.



Klaus Meier  
**Journalistik**

2., überarbeitete Auflage  
2011, 282 Seiten  
50 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-8252-3589-5  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
UTB Basics

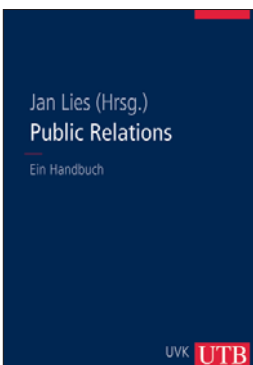
Das Lehrbuch führt kompakt und verständlich in die Journalistik ein. Anwendungsorientiert, praxisnah und mit vielen Beispielen wird ein systematischer Überblick über Theorien, Methoden und die vielfältigen Erkenntnisse des Faches vermittelt.



Klaus Beck  
**Kommunikationswissenschaft**

2., überarbeitete Auflage  
2010, 254 Seiten  
20 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-8252-2964-1  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90  
UTB Basics

Die kompakte und verständliche Einführung in die Grundbegriffe und theoretischen Ansätze der Kommunikationswissenschaft: Ausgehend von der interpersonalen Kommunikation stellt der Autor technisch vermittelte und öffentliche Kommunikation dar. Er führt in die Formen der Publizistik (Journalismus, PR und Werbung) und die Theorien der Öffentlichkeit ein.



Jan Lies (Hg.)  
**Public Relations**

Ein Handbuch  
2008, 634 Seiten  
200 s/w Abb., gebunden  
ISBN 978-3-8252-8408-4  
€ (D) 39,99 / € (A) 41,20  
freier Preis SFr 53,90

Dieses Buch stellt in 110 Begriffen die zentralen Themen und Probleme der Public Relations für Lehre und Praxis vor. Leitfragen, ein einheitlicher Aufbau und zahlreiche Abbildungen erleichtern das Verständnis. Literaturangaben ermöglichen eine vertiefte Auseinandersetzung.

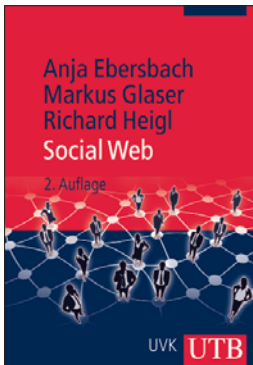


Nils Borstnar, Eckhard Pabst, Hans Jürgen Wulff

## Einführung in die Film- und Fernsehwissenschaft

2., überarbeitete Auflage  
2008, 250 Seiten  
54 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-8252-2362-5  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90

Im Mittelpunkt dieses Lehrbuchs stehen Modelle und Instrumentarien zur Analyse von Filmgattungen und Fernsehformaten.



Anja Ebersbach, Markus Glaser, Richard Heigl

## Social Web

2., überarbeitete Auflage  
2011, 316 Seiten  
70 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-8252-3065-4  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90

Die Erscheinungsformen des »Social Webs«, wie Wikis, Blogs und Social Networks, werden vorgestellt, verglichen und eingeordnet sowie die technischen Grundlagen und die gesellschaftliche Bedeutung beschrieben. Mit Informationen zu Microblogging, Geotagging oder Web Monitoring.



Lothar Mikos

## Film- und Fernsehanalyse

2., überarbeitete Auflage  
2008, 396 Seiten  
55 s/w Abb., broschiert  
ISBN 978-3-8252-2415-8  
€ (D) 19,99 / € (A) 20,60  
freier Preis SFr 28,90

Das Buch ist in erster Linie eine Anleitung zur Durchführung von Film- und Fernsehanalysen. Gleichzeitig regt es dazu an, die eigene Rezeption von Filmen und Fernsehsendungen zu reflektieren und kritisch zu hinterfragen.

# Autorenregister

Ahlsweide, Elke	19	Heigl, Richard	45	Rothaus, Ulli	28
Altenburg, Thomas	41	Herbst, Dieter	36	Ruß-Mohl, Stephan	33
Arnold, Klaus	32	Hißnauer, Christian	10	Schadt, Thomas	9,12,13
Barg, Werner C.	10	Höhn, Tobias D.	43	Schäfer, Martina	36
Bartoschek, Dominik	33	Hofert, Svenja	25	Schäfer, Torsten	33
Bechtel, Michael	26	Hoffmann, Kay	10	Schalkowski, Edmund	21
Beck, Klaus	32,44	Horky, Thomas	24	Schauerte, Thorsten	24
Beerheide, Rebecca	35	Huber, Heidrun	7,10	Scheiter, Barbara	19
Beiler, Markus	34	Huber, Melanie	38	Scheurer, Hans	38
Bohne, Rudolf	7	Jakubetz, Christian	22	Schmidt-Matthiesen, Cornelia	4
Borstnar, Nils	45	Keel, Guido	34	Schneiders, Martina K.	39
Brömming, Ulrich	40	Kilborn, Richard	10	Schomers, Michael	27
Brunner, Stefan	20	Knaf, Joachim	16	Schubert, Christiane	32
Campenhausen, Jutta von	24	Kramer, Sven	11	Schuegraf, Martina	15
Clevé, Bastian	4	Lampert, Marie	22	Schütte, Dagmar	43
Deutscher Presserat	34	Lanzenberger, Wolfgang	5	Schütte, Oliver	6
DFJV	24	Lenz, Heiko	23	Schwier, Jürgen	24
Dummler, Juliane	8	Lies, Jan	44	Selg, Olaf	15
Dunker, Achim	8	Machill, Marcel	34	Simons, Anton	22
Ebersbach, Anja	45	Marinkovic, Daniel	40	Spiller, Ralf	38
Egli von Matt, Sylvia	21	Mast, Claudia	17	Straeter, Henning	42
Eick, Dennis	6	Matzen, Nea	18	Streich, Sabine	29
Endrös, Stefan	40	Meier, Klaus	44	Thiele, Christian	18
Engell, Lorenz	16	Meyn, Hermann	31	Thomas, Volker	26
Eschke, Gunther	7	Meyer, Jens-Uwe	23,36	Tillmann, Angela	15
Fasel, Christoph	18,19	Mikos, Lothar	45	Tode, Thomas	11
Fasel, Jonathan	35	Müller, Jürgen	11	Tonnemacher, Jan	31
Forster, Ralf	11	Müller, Michael	5	Vaih-Baur, Christina	38
Fricke, Ernst	26	Müller, Sandra	18	Waas, Eva-Maria	26
Fritzsche, Silke	28	Ordolff, Martin	28	Wachtel, Stefan	28,30
FSF	14	Ottersbach, Béatrice	12,13	Weichler, Kurt	40
Fuhrberg, Reinhold	43	Overbeck, Peter	30	Weidinger, Andreas	5
Gerstner, Johannes R.	34	Pabst, Eckhard	45	Wendling, Eckhard	3,4
Glaser, Markus	45	Peltzer, Anja	16	Werner, Horst	5,18
Goderbauer-Marchner, G.	19	Peschke, Hans-Peter von	21	Werner, Konstanze	5
Gschwend, Hanspeter	21	Petzold, Volker	11	Wespe, Rolf	22
Hackenberg, Achim	15	Pleil, Thomas	37	Westermann, Steffen	35
Hajok, Daniel	15	Quandt, Siegfried	24	Witzke, Bodo	28
Hallenberger, Gerd	15	Reckinger, Gabriele	23	Woischwill, Branko	35
Haller, Michael	17,21	Reineck, Dennis	32	Wolff, Volker	23,33
Harnischmacher, Michael	32	Reiter, Markus	20,26	Wulff, Jürgen	45
Hartung, Vera	6	Riniker, Paul	21	Zag, Roland	7
Häusermann, Jürg	17,18	Rippler, Stefan	35	Zerfaß, Ansgar	37
Haun, Nina	13	Roehreke, Imai-Alexandra	42		

## UVK:Info

Die neue UVK-Website: [www.uvk.de](http://www.uvk.de)

UVK

Login Merkleiste Sitemap AGB Impressum Inhalte suchen...

Bücher Autoren Verlag Partner Presse

Film Einblicke in den Alltag eines Dokumentarfilmers

Thomas Schadt  
**Das Gefühl des Augenblicks**  
Zur Dramaturgie des Dokumentarfilms  
3., überarbeitete Auflage

Geschichte  
Journalismus & PR  
Kommwiss. & Medienwiss.  
Politik  
Soziologie  
Wirtschaft

Bücher und Autoren suchen... Detailsuche

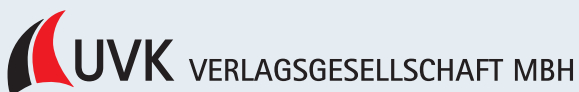
**Neuerscheinungen**

**Aktuell**  
Kressbuch bewertet DGPuk-Band "Mediennnovationen" positiv >>  
Warum schenkt der Mensch? Welche Geschenke man macht und welche lieber nicht... >>

**Wir**  
UVK bietet **Praxisliteratur** für Filmschaffende, Journalisten und PR-Fachleute. UVK veröffentlicht auch **wissenschaftlich fundierte Literatur** in Film-, Geschichte, Kommunikations-

- Themenbereiche auf einen Blick
- Neuerscheinungen & Gesamtprogramm
- Inhaltsverzeichnisse, Leseproben & Pressestimmen
- Autoreninformationen
- Aktuelles & Veranstaltungshinweise
- Newsletter
- Themenseiten
- u.v.m.

## Die neuen UVK-Logos:



# UVK:medienstark

[www.uvk.de](http://www.uvk.de)

[www.uvk.de/news](http://www.uvk.de/news)



UVK Verlagsgesellschaft mbH  
Postfach 10 20 51  
D-78420 Konstanz  
Fon +49 (0) 7531 / 90 53 - 0  
Fax +49 (0) 7531 / 90 53 98  
[willkommen@uvk.de](mailto:willkommen@uvk.de)