

Hinweis zum Buch und den digitalen Inhalten	11
1. Vorwort	13
I. EINLEITUNG	15
2. Journalismus in der Digitalisierung	17
Anfänge	18
Onlinejournalismus: Die erste Dekade	19
Zweite Dekade: Die Professionalisierung der Autodidaktinnen	22
Die drei Treiber der Digitalisierung	24
Dritte Dekade: Vom Onlinejournalismus zum digitalen Journalismus	34
Zur Vertiefung	35
II. JOURNALISTISCHE TÄTIGKEITEN	37
3. Themenfindung und Recherche	39
Einleitung	40
Traditionelle Themenfindung	41
Themenfindung digital	42
Von der Themenfindung zur Recherche	49
Wikipedia	50
Suchmaschinen	53
Vertiefende Recherche	55
Qualitätskontrolle	61
Open Source Intelligence (OSINT)	62
Zur Vertiefung	64
4. Wissens- und Projektmanagement	69
Einleitung	70
Wissensmanagement	70
Projektmanagement	83
Zur Vertiefung	89

5. Zusammenarbeit	93
Einleitung	94
Crowdsourcing	94
Interredaktionelle Zusammenarbeit	102
Kooperation unter Freien	106
Fach- und sektorübergreifende Kooperationen	107
Zur Vertiefung	108
6. Multimedia	113
Einleitung	114
Grundsätzliche Überlegungen: Mediale Ökotope	115
Kontextualisierung	117
Die große Form	119
Die kleine Form: Social-Media-Stories	123
Gamification und Newsgames	125
Immersion	126
Produktion	128
Zur Vertiefung	131
7. Soziale Medien	135
Einleitung	136
Journalistische Verwendung	140
Netzwerke und Plattformen	142
Die andere Seite	143
Vor- und Nachteile	146
Erfolgsfaktoren	147
Umgang mit Beschränkungen	150
Rollenkonflikte	151
Zur Vertiefung	152
8. Mobiler Journalismus	155
Einleitung	156
Anwendungen	157
Workflow	160
Ausstattung	168
Zur Vertiefung	175
9. Podcasts	179
Einleitung	180
Formate	183

Aufbau einer Episode	184
Workflow	187
Studio und Ausstattung	192
Journalistische Herausforderungen	197
Zur Vertiefung	199
10. Datenjournalismus	203
Einleitung	204
Journalismus und Daten	206
Beispiele und Themen	208
Workflow	210
Kompetenzen	219
Zur Vertiefung	219
11. Automatisierung und Künstliche Intelligenz	223
Einleitung	224
Künstliche Intelligenz	224
Automatisierung und KI im Journalismus	228
Zur Vertiefung	239
12. Datensicherheit	243
Einleitung	244
Angriffsziele	244
Angriffsszenarien	246
Gefahrenabwehr	249
Verschlüsselung	255
Umgang mit Informantinnen	262
Fazit	265
Zur Vertiefung	266
 III. REDAKTIONELLES MARKETING	 269
13. Crossmedia und Content Management	271
Einleitung: Redaktionelles Marketing	272
Crossmedia	273
Content-Strategie	282
Content Management	284
Content-Management-Systeme	287
Zur Vertiefung	291

14. Interaktion und Community	295
Einleitung	296
Community Management	297
Formen der Interaktion	299
Andere interaktive Formate	306
Von der Community zum Club	309
Zur Vertiefung	310
15. Erfolgskontrolle	313
Einleitung	314
Ziele und Erfolgskriterien	316
Redaktionelle Analytics	320
Redaktionsschnittstellen	325
Organisation/Mindset	329
Fazit	330
Zur Vertiefung	330
16. Erlösmodelle	333
Einleitung	334
Digitalisierte Werbung	335
Digitale Bezahlinhalte	339
Andere Geschäftsmodelle	342
Öffentlich-rechtliche Medien	345
Das eigene Projekt	346
Zur Vertiefung	351
17. Danksagung	353