

# Inhalt

	<b>EINLEITUNG:</b>	
	<b>WAS DIESES BUCH SOLL – UND WAS NICHT</b>	<b>9</b>
<b>1.</b>	<b>DER JOURNALISMUS:</b>	
	<b>WARUM MISSACHTET ER SEIN HANDWERK ?</b>	<b>16</b>
	Was ist neu am neuen Journalismus?	18
	Zur Messbarkeit von Qualitätsdimensionen im Journalismus	37
<b>2.</b>	<b>DIE GATTUNG:</b>	
	<b>WER MACHT DIE REGIONALZEITUNG KAPUTT?</b>	<b>41</b>
	Wie man sich selbst entbehrlich macht	48
<b>3.</b>	<b>WER ODER WAS IST SCHULD AM REICHWEITENSCHWUND?</b>	<b>54</b>
	Gewinner und Verlierer	65
	Die besten und die schlechtesten Zeitungen nach Stadtausgaben	67

4.	JUNGE ERWACHSENE: WOFÜR BRAUCHEN SIE ZEITUNGEN?	70
	Abschied vom klassischen Bildungskanon	74
	Wie gut sind die Online-Auftritte?	78
5.	WER WILL DAS PUBLIKUM VERSTEHEN?	81
6.	WER SOLL DAS ALLES BEZAHLEN? DAS GESCHÄFTSMODELL ZEITUNG	100
	Paid-Content-Erfolg in Norwegen	103
	Refinanzierung: Das Projekt 33:33:33	112
	Gut genug für Paid-Content?	118
7.	WARUM SIND VIELE REGIONALZEITUNGSKONZEPTE FALSCH?	119
	Lädt das Layout zum Lesen ein?	123
	Warum Großstädter ihre Lokalzeitung nicht mehr lesen	130
8.	WANN VOLLZIEHT DER LOKALTEIL DEN PERSPEKTIVENWECHSEL?	137

9.	<b>ONLINE, OFFLINE UND CROSSMEDIA: WOHIN GEHT DIE REISE?</b>	155
	Storytelling transmedial:	
	Wenn der ICE stecken bleibt	169
	Wie wir nach vorne denken sollten	171
10.	<b>NEXT GENERATION MEDIA – OHNE LESEMEDIIEN?</b>	175
	Jugendliche vertrauen der Gattung Tageszeitung	181
	<b>ZUM AUSKLANG EIN BISSCHEN THEORIE: TAGESZEITUNGEN IM GESELLSCHAFTLICHEN WANDEL</b>	194
	<b>LITERATUR GESAMTVERZEICHNIS</b>	201
	<b>ANHANG</b>	218