

Inhalt

1.	Einleitung	13
2.	Gemeinsamkeiten, Kontaktpunkte und Unterschiede	15
3.	Internationaler Blickwinkel: Journalismus und PR-Einflüsse in Südostasien/Südpazifik	35
3.1	Schwerpunkt Radio	36
3.2	Schwerpunkt tv	45
4.	Bezahlte Pressereisen im Sportjournalismus	51
5.	Grenzgänger: Lebenswege zwischen Journalismus und PR	72
5.1	Claudia Oeking	74
5.2	Béla Anda	79
5.3	Tim Oliver Kalle	83
6.	Krisenkommunikation in Pandemie-Zeiten	89
6.1	Einsatz von Social Media durch politische Akteure in Deutschland	91
6.2	Kommunikation von Unternehmen der Reisebranche	106
6.3	Das Arbeitsverhältnis von Pressesprechern und Journalisten im Sport	123

7.	Newsrooms im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation	145
7.1	Der Newsroom als Arbeitsraum	147
7.2	Rollen und Arbeitsabläufe im Newsroom	151
7.3	Die Einführung eines Newsrooms als Change-Management-Aufgabe	165
7.4	Software im Newsroom	167
7.5	Die Berufsbilder in einem Newsroom	170
7.6	Der Newsroom während und nach der Covid-19-Pandemie	171
7.7	Fazit	173
7.8	Interview mit dem Newsroom-Experten Christoph Moss	174
8.	Social Media	183
8.1	Funktionen sozialer Netzwerke im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation	185
8.2	Vergleich Journalismus und Unternehmenskommunikation	191
8.3	Beispiel <i>Tagesschau</i> : Interview mit Patrick Weinhold	197
8.4	Beispiel Berliner Verkehrsbetriebe: Interview mit Frank Büch	202
9.	Change Management und Innovationsmanagement	211
9.1	Innovationen im Journalismus und in der Unternehmenskommunikation	213
9.2	Change Management	217
9.3	Innovationsmanagement	236
9.4	Interview mit Mirjam Piniek vom Bayerischen Rundfunk	241
	Autorinnen und Autoren	246