Jungjournalisten sind gut betreut

Der Journalistennachwuchs liegt allen am Herzen. Neun Programmchefs und Radiogeschäftsführer demonstrierten ihr Interesse.

Siehe Seite 4

Kabelverbände: Hilfe von der Eu

Die Kabelverbände von Deutschland und Österreich, die etwa 28 Mio. Haushalte erreichen, stellten in Brüssel ihre Forderungen.

Siehe Seite 6

Wienerin mit neuer Führung

Die „Wienerin", der zur Styria Medien AG gehörenden ET Multimedia AG hat eine neue Geschäftsführerin, die aus dem Verkauf kommt.

Siehe Seite 6

WJC fördert die Kontakte

Der Wiener Journalisten Club ist bestrebt, eine möglichst amikale Atmosphäre zum Networking zu bieten - Kontakte ohne Termindruck.

Siehe Seite 8

AUSGABE Dezember 2005 www.journalistenjournal.at

JournalistenJournal

Offizielles Medium des Wiener Journalisten Club

75 % kennen das Phänomen und immer mehr nutzen Kommentare, Links, Bilder und Töne

Sind „ Weblogs" eine lohnende Herausforderung für Journalisten?

Das Weblog, seit Monaten in Diskussion, scheint sich nun im Management der Wirtschaftsunternehmen, in PR-Agenturen, in der Politik und den Redaktionen großer Printmedien zu etablieren. Aber auch in der Wissenschaft wird diese neue Form der Kommunikationskultur thematisiert. Viele Journalisten nützen Weblogs zum Publizieren und Recherchieren.

Weblogs werden generell als ein thematischer Nachrichtendienst in Form von Online-Tagebüchern verstanden. Die Bezeichnung Weblog setzt sich aus „Web" und „Log" zusammen. Log kommt von Logbuch. Blog nennt man die Kurzform eines Weblog und Blogger sind Personen, welche in das Weblog schreiben.

Abgesehen davon, dass jeder mit ein paar Klicks ein Weblog ins Leben rufen kann, ist ein weiterer wichtiger Aspekt für Blogger eine kostengünstige Eigen-PR, die sich durch das Bloggen regelrecht anbietet. Auf einem Weblog können Dienstleistungen oder selbständige Publikationen präsentiert und ausführlich besprochen werden. Diese Form der Öffentlichkeitsarbeit kostet nicht viel Geld und ist rasch zu realisieren.

Diethold Schaar: Projektleiter Telekurier Online Medien und Vizepräsident der ÖAW
Foto: Telekurier

Das Weblog sollte möglichst täglich mit neuen Berichten aufwarten, denn genau hier liegt der Anreiz für die Leser, Weblogs regelmäßig zu besuchen. Aktuelle Einträge aus einem breiten Themenspektrum bieten Platz für persönliche, politische sowie Meldungen aus dem Wirtschaftsleben.

Wissensaustausch auf internationaler Ebene

Ein Weblog kann Wissen vermitteln, zum Aufbau von Knowledge-Datenbanken und der Pflege von Netzwerken beitragen, die seinem Betreiber einen Wissensaustausch – auch auf internationaler Ebene – ermöglichen. Wird in dem Weblog eine Kommentarfunktion zur Verfügung gestellt, können die Leser aktiv an einer Diskussion teilnehmen.

Mag. (FH) Norbert Adlassnig: Mit Bezirksnews und Weblogs auf Erfolgskurs
Foto: Vienna.at

Ein unerlässliches Element im Web sind die Links, von denen häufig recht viele auf den Weblogs zu finden sind. Diese Links dienen der Erschließung und Verknüpfung von Informationen. Die Autoren des Weblogs geben in ihrem Weblog bekannt, woher sie die Hinweise haben und verlinken zu der entsprechenden Wissens-Quelle.

Für die Empfehlung von anderen Bloggern dient der so genannte Blogroll. Durch eine Liste von Links auf seinem Weblog verweist der Betreiber auf Quellen anderer Weblogs, die er selbst liest;

Fortsetzung Seite 3

Österreichische Post AG/Sponsoring.Post - Verlagspostamt 1010 Wien - 05Z036351 M

Veranstaltungstipp

Konferenz zum Thema Weblogs

Erstmals werden Weblogs, Podcasts & Co. jetzt auch von einer veritablen Fachkonferenz für Entscheider im Management diskutiert. Dies zeigt, dass das Thema jetzt auch auf dieser Ebene ernsthaft diskutiert wird. Zur Tagung "Web-logs: Monitoring, Interaktion, Implementierung" lädt IIR Deutschland vom 30. Januar bis 01. Februar 2006 nach Frankfurt am Main ein. Einsichten aus erster Hand versprechen Praxisberichte von Siemens, Sun, Frosta, ÖBB und Open BC. Das Programm ist unter http://www.iir.de/weblogs online verfügbar.

Zum 10. Geburtstag

Unique: Werbung für den Augustin

Anläßlich des 10-Jahr-Jubiläums der Zeitschrift Augustin hat die Wiener Kreativagentur UNIQUE unentgeltlich eine Kampagne entwickelt, die das Anliegen des Augustin unterstützt, durch möglichst viele verkaufte Exemplare Obdachlosen und Menschen, die an den Rand der Gesellschaft geraten sind, zu helfen. UNIQUE-Geschäftsführer Jürgen Colombini hat das Augustin-Team immer schon für dessen Engagement bewundert. Mag. Colombini: „Für uns ist der Augustin nicht die meistgelesene, aber sicher die meistgebrauchte Zeitung Österreichs."

Schwerpunkt Forschung

C. Czaak startet Wochenzeitung

Mit einer neuen Wochenzeitung für Forschung, Technologie und Wirtschaft will ab Jänner 2006 Ex-„Standard"-Verlagsmanager Christian Czaak starten. „Economy" soll in einer Auflage von 35.000 Stück erscheinen und 2,30 Euro kosten, der Vertrieb erfolgt über Post und Morawa. Die am 13. Jänner erstmals mit 32 Seiten erscheinende Wochenzeitung will Publikumsberichterstattung liefern und kein reines Fachmedium sein. Größere, magazinartige Geschichten sollen sich mit kleinteiligen service- und nutzerorientierten Elementen abwechseln, so Czaak gegenüber der APA.

Thema Ernährung

Jetzt einreichen für Medienpreis

Der nun zum dritten Mal ausgeschriebene Medienpreis Gesundheitsförderung & Prävention des Fonds Gesundes Österreich soll besonders qualifizierte Berichterstattung zu diesem Themenkreis würdigen, die zu einem besseren Verständnis von Gesundheitsförderung und Prävention im ganzheitlichen Sinn beitragen. Schwerpunktthema: „Ausgewogene Ernährung". Bewertet werden Arbeiten, die zwischen 1. April 05 und 31. März 06 in Nachrichtenagenturen oder Medien erschienen sind. Formular für die Einreichung: office@bkkommunikation.at.

editorial

Laut einer Online-Umfrage des Institutes Marketagent.com im Auftrag der PR-Agentur Eckert & Partner landeten immerhin 30 Prozent der befragten Journalisten durch „Zufall“ bei der schreibenden Zunft. Wen die „Lust am Schreiben“

einmal gepackt hat, der kommt auch kaum mehr davon los. Weder der stressige Tageszeitungsalltag noch Honorarschwankungen als „Freier“ können den Zustrom zu diesem Berufszweig bremsen. Waren in der Vergangenheit neben dem Studium eher die verlagsinternen Ausbildungsmöglichkeiten vorrangig, so bieten sich jetzt doch schon eine Reihe von Möglichkeiten, einen Einblick in das Berufsbild zu bekommen. Und da ist es schon wohltuend zu sehen, wie sehr sich die Top-Journalisten des Landes, die ja wahrlich genug zu tun haben, um den Nachwuchs kümmern. Die Referentenlisten der Ausbildungsstätten lassen keinen Zweifel aufkommen, dass alle Herausgeber des Landes weiterhin an qualitativ hochwertigem Journalismus interessiert sind. Parallel dazu laufen in den Redaktionen neu überarbeitete Ausbildungsprogramme bzw. gänzliche Neuansätze, junge Menschen an ihre verantwortungsvolle Tätigkeit heranzuführen. Schließlich ist es ein Beruf, der über jede Arbeitszeit hinausgeht, der zwar viele Aspekte bietet, jedoch auch ebensoviele Fähigkeiten erfordert. Journalisten haben nicht immer das beste Image – aber auch das könnte sich mit der jetzt angebotenen Ausbildungsvielfalt ändern. Vor allem aber können wir selbst sehr viel dazu beitragen, wie über Journalisten in der Öffentlichkeit gedacht und gesprochen wird: Indem wir als Kollegen niemals öffentlich gegeneinander, sondern besser miteinander agieren. Der Wiener Journalisten Club ist bestrebt, den Kontakt untereinander in entspannter Weise zu fördern und freut sich schon auf viele kommunikative Begegnungen im Jahr 2006.

Ihr Herbert Weinlich
Obmann des WJC
www.wjc.at

Sind „ Weblogs“ eine lohnende Herausforderung für Journalisten?

Fortsetzung von Seite 1

was gleichzeitig zur Verknüpfung von Informationen beiträgt. Hier beginnt die Erschließung eines Wissensnetzwerkes im großen Stil.

Qualität wird sich in Zukunft durchsetzen

Nachdem die Zahl der Weblogs in Amerika die 12 Millionen-Grenze überschritten haben soll und auch im deutschsprachigen Raum ein täglicher Zuwachs von Weblogs zu verzeichnen ist, stellt sich kaum mehr die Frage nach dem Sinn oder Unsinn dieser Form einer neuen Kommunikationskultur. Es ist wohl nur noch eine Frage der Zeit, bis sich die Weblogs als Online-Kommunikationsmedium mit qualitativ hochwertigen Inhalten durchgesetzt haben.

Telekurier geht zum Beispiel mit dem Trend der Zeit und stellt seinen Besuchern erfolgreich Themen-Weblogs zur Verfügung. Der unverkennbare Focus von Telekurier (kurier.at=Nachrichten nonstop) liegt in einer minutenaktuellen Berichterstattung mit redaktionell hochwertigen Inhalten und einer strikten Trennung von Information und Entertainment. Beispiel: Für das „Kult.at Weblog“ ist die Kult-Redaktion mit aktuellen Beiträgen aus der österreichischen und internationalen Musikszene sowie für allgemeine Kult-Themen zuständig. Die Besucher finden auf diesem Weblog neueste Meldungen zu Kunstausstellungen, Konzerten, Musikern – eben alles, was gerade zum Thema „Kult“ passt. Die Leser können die Einträge kommentieren und sich aktiv an einer Diskussion beteiligen.

Projektleiter Diethold Schaar: „Diese Form des Online-Journalismus stellt aus meiner Sicht eine Wissensvermittlung dar, die durchaus Zukunft hat und an Bedeutung gewinnen wird. Die Glaubwürdigkeit und Akzeptanz lässt sich an der Qualität der Berichte messen. Die User entscheiden hier selbst, was gut ist. Wer brauchbare Inhalte in seinem Weblog zur Verfügung stellt, spricht die Leser an und wird damit langfristigen Erfolg haben.

Buchautor Dr. Ansgar Zerfaß baut eine wachsende Wissenssammlung auf
Foto: Nausner & Nausner

Mag. (FH) Norbert Adlassnig, Marketingleiter des aufstrebenden Internetportals Vienna.at setzt mit seinem Team erfolgreich frische Akzente in der digitalen Medienlandschaft. Auf dem Portal können die Wienerinnen und Wiener kostenlos ein Weblog gründen und sich als „Bürgerjournalisten“ betätigen. Mit den Bezirksnews wird dem Wunsch der Wiener Bevölkerung nach mehr Informationen aus den Bezirken Rechnung getragen. Durch die aktuellen Bereiche wurde eine völlig neue Zielgruppe angesprochen, was sich durch eine steigende Besucheranzahl auf Vienna.at bemerkbar macht.

Weblogs: Herausforderung für Marketing, PR und Medien

Im Zuge der Veröffentlichung des Buches „Die neuen Meinungsmacher“ entstand im Sommer 2005 das Weblog „meinungsmacherblog.de“. Neben Informationen über das Buch (wie z. B. alle zitierten Links) werden Reaktionen dargestellt und eine wachsende Wissenssammlung aufgebaut zum Umgang der Menschen mit Social Software, zum Paradigmenwechsel in der Medientheorie, zur Motivation und Gratifikation von Bloggern und Bloglesern, zum Verhältnis von Journalismus und Weblogs, zu Blogtechnik, -geschichte, Krisen-PR, usw. Die Autoren des Buchs, Dr. Ansgar Zerfaß und Dietrich Boelter, sowie Thomas Praus als wissenschaftlicher Mitarbeiter, schreiben in diesem Weblog.

Sabina Abdel-Kader

Journalist und Buchautor Ernst Probst: Weblogs bieten ungeahnte Chancen

Ernst Probst ist nicht nur Journalist, Wissenschaftsautor, Buchautor, Buchverleger, Antiquitäten- und Fossilienhändler, er ist auch Gründer und Betreiber mehrerer FachBlogs im Internet. Sabina Abdel-Kader sprach für JournalistenJournal mit dem Mainzer.

JJ: Sie blicken auf über 30 Jahre Erfahrung als Journalist und Buchautor zurück. Dies hat Sie aber nicht daran gehindert, sich noch mit dem Thema Blog zu beschäftigen.

Probst: „Mich störte zunehmend das Desinteresse der Printmedien an meinen Pressemitteilungen. Aus diesem Grund wollte ich unabhängig von den Printmedien sein und gründete mehrere Weblogs. Daran fasziniert mich, wie schnell die Informationen weltweit verbreitet und von anderen übernommen werden und dass sie relativ rasch in Suchmaschinen zu finden sind.“

JJ: Wann gründeten Sie Ihren ersten Blog und welcher war das?

Probst: „Im Sommer 2005 gründete ich mehrere Weblogs, mit denen ich auf meine Aktivitäten aufmerksam machen wollte. Davon ist bisher biografien-news (http://biografien-news.blog.de) am erfolgreichsten: Die dort veröffentlichten Kurzbiografien wurden innerhalb von fünf Monaten mehr als 30.000 Mal gelesen, dinosaurier-news brachte es auf mehr als 25.000 Klicks.

JJ: Journalisten beginnen verstärkt, Ihre eigenen Blogs zu betreiben. Wie sehen Sie die Zukunft für diese Form der Berichterstattung?

Probst: „Wer Interessantes zu berichten hat, für den bieten Weblogs ungeahnte Chancen. Es reicht jedoch nicht, ein Weblog nur zu betreiben, sondern man muss einiges tun, um dieses bekannt zu machen. Weblogs sollten in möglichst viele RSS-Suchmaschinen sowie in Suchmaschinen, Linklisten und Webkataloge eingetragen werden und man sollte über sie – wie ich es beispielsweise bei www.prinside.com/de und www.helloarticle. com/de tue, Pressemitteilungen im Internet veröffentlichen.

JJ: Welche Vorteile sehen Sie für Journalisten, die sich mit einem Blog im Internet präsentieren?

Probst: „ Auf jeden Fall können freie Journalisten/innen sich und ihre Arbeit in Weblogs vorstellen sowie Leseproben publizieren. Für Journalisten/innen, die bereits ein Buch oder mehrere Bücher geschrieben haben, bieten sich in Weblogs viele Chancen, auf ihre Werke aufmerksam zu machen.“

Ernst Probst ist von den Weblog-Erfolgen angenehm überrascht

Foto: Verlag Ernst Probst

JJ: Was stört Sie an Weblogs?

Probst: „Nicht wenige Blogger überschätzen sich maßlos und halten ihre Artikel in Weblogs für viel besser als die von ausgebildeten Redakteuren/innen in anderen Medien. Die gründliche Ausbildung eines Redakteurs oder einer Redakteurin – nach Abitur oder Studium – in einem Volontariat dauert allerdings etwa 1 bis 2 Jahre. Mit diesem Wissen können Blogger, die so einfach drauflos schreiben, meistens nicht mithalten. Manche vermeintlich mutigen Beiträge von Bloggern sind schlichtweg unverschämt und – juristisch gesehen unvertretbar.“