

## JUNGGJOURNALISTEN SIND GUT BETREUT

Der Journalistennachwuchs liegt allen am Herzen. Neun Programmchefs und Radio-geschäftsführer 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 nutzen 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

### 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](mailto:office@bkkommunikation.at).

