

zur Entscheidungsfindung angesichts des rasanten Wandels im digitalen Medienzeitalter.

Die Schwerpunkte dieser Special-Interest-Angebote sind unterschiedlich: Einige richten sich an die Werbebranche und alle, die in ihrem Umfeld beschäftigt sind, andere konzentrieren sich auf TV-Produktionen, wie zum Beispiel »blickpunkt:film«, oder auf Digitalisierung und Internet.

Zu den Printpublikationen, die schon lange auf dem Markt sind, gehören »kress report«, »werben & verkaufen« und »Horizont«, die sich mit werberelevanten Themen für alle Mediengattungen beschäftigen. »epd medien« legt den Focus auf Medienpolitik und die Öffentlich-Rechtlichen. »Media Perspektiven« ist ein monatlicher Ableger von ARD und ZDF, der sich auf Zuschauerforschung konzentriert und dabei alle Massenmedien im Blick hat. »merz – medien und erziehung« ist eine Monatszeitschrift für Medienpädagogik.

Ohne ambitionierte Online-Auftritte und Newsletter können diese gedruckten Fachmagazine nicht überleben, denn auf Papier werden sie seit Jahren kontinuierlich weniger nachgefragt. Kress landet als täglicher Newsletter »kressexpress« bei Entscheidern auf dem Desktop und bietet neben News zu Print, TV und Personalien auch die neuesten Werbevideos; zusätzlich werden einzelne Topthemen als »kressblitz« versandt. epd medien, die Fachinformationen des Evangelischen Presседienstes, erscheinen nur noch ein Mal wöchentlich gedruckt, werden aber fünf Mal in der Woche online durch »epd medien aktuell« sowie ständig durch epd-Agenturmeldungen ergänzt. Auch in den anderen Nachrichtenagenturen, dpa und dapd, laufen Meldungen unter dem Schlagwort »Medien«. Sie stammen aus den Bereichen Politik, Wirtschaft, Kultur und häufig Vermischtes.

Mehrere reine Online-Portale zum Thema Medien, die auf eine gedruckte Fassung ganz verzichten, sind in den vergangenen Jahren entstanden: Der Branchendienst »turi2« kommt online, via Twitter und mobil zum Kunden; besonders beliebt ist

der Newsletter »heute 2«, der zwei Mal am Tag alle Mediennews aus Zeitungen, Zeitschriften, Sendern, Pressemitteilungen zusammenträgt, kommentiert, verlinkt und kostenlos per Mail verschickt.

Das Medien-Portal »meedia« informiert noch umfassender; wer den Dienst – kostenlos – abonniert hat, erhält täglich mehrere Newsletter, die sich mit Unternehmensnachrichten, Medien- und Netzpolitik, besonders gerne aber auch mit einzelnen Sendungen, Stars und Sternchen, Events und Hypes beschäftigen. Geliefert und analysiert werden Einschaltquoten, Auflagen, Top-100-Listen, zum Beispiel von Zeitschriftentiteln oder Websites, eine morgendliche Übersicht über die Titelseiten der Tagespresse, abendliche TV-Tipps und vieles mehr.

Ein weiteres Angebot, stark auf TV ausgerichtet: »DWDL«, das sich selbst das »www.medienmagazin« nennt. Beim Portal »Evangelisch.de« ist die wunderbar kommentierte Presseschau namens »Altpapier« untergekommen, nachdem die »netzeitung« als eigenständige Redaktion nicht mehr existiert.

Online-Seiten von Print-Medienfachmagazinen, Online-Portalen und Newslettern

- www.dwdl.de
- www.epd.de
- www.evangelisch.de/themen/blogs/altpapier
- www.heise.de
- www.horizont.net
- www.kress.de
- www.mediabiz.de/film/news (Blickpunkt Film)
- www.media-perspektiven.de
- meedia.de
- www.merz-zeitschrift.de
- www.promedia-berlin.de
- www.radioszene.de
- www.turi2.de
- www.wuv.de (werben & verkaufen)