

Freie Universität



Berlin

Forschungsbericht:

Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus

Befragung von Medizinjournalisten zum Einfluss von Public Relations

von

Jana Wessel

2004

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft
Arbeitsbereich Wissenschaftsjournalismus

Prof. Winfried Göpfert

Tel.: (030) 838-70300 & (030) 30099167

www.kommwiss.fu-berlin.de/wissjour.html

www.wissenschaftsjournalismus.de

goepfert@zedat.fu-berlin.de

FREIE UNIVERSITÄT BERLIN
Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften
Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

FORSCHUNGSBERICHT

2004

Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus
Befragung von Medizinjournalisten zum Einfluss von Public Relations

Verfasserin: Jana Wessel M.A.

Erstgutachter: Prof. Winfried Göpfert

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	Seite 1
Forschungsstand Öffentlichkeit versus Medizinjournalismus	Seite 5
Thema der Studie	Seite 9
Methodik	Seite 15
Zusammenfassung, Fazit und Ausblick	Seite 20
Quellenverzeichnis	

Einleitung

Als „Selbsttäuschung der Journalisten“ bezeichnet Professor Günter Bentele die Tatsache, dass der Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit auf den Journalismus von den Journalisten nur „sehr zögerlich akzeptiert“¹ wird. Auf einer Fachtagung im Februar 2002 stellte er fest, dass die professionellen Strategien der Öffentlichkeitsarbeiter von den Journalisten nicht durchschaut werden. Bentele schließt dies aus seiner vergleichenden Untersuchung der PR der Städte Halle und Leipzig. In Leipzig war die PR-Arbeit dezentral organisiert und die Mitarbeiter hatten im Umgang mit der Presse freie Hand. In Halle wurde die gesamte Öffentlichkeitsarbeit vom Pressereferenten kontrolliert. Die Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Leipzig war erfolgreicher mit der dezentralen Strategie. Die Journalisten nahmen die Informationen der Stadt Halle als offiziell wahr und behandelten sie als solche. Hinter der dezentralisierten Pressearbeit der Stadt Leipzig vermuteten die Journalisten weniger Eigeninteresse der Stadt und waren für die Informationen zugänglicher.

Die Untersuchungen von Astrid Pinegger hingegen ergaben, dass die Journalisten sich der Interessen der PR'ler bewusst sind, die Beeinflussung durch die Öffentlichkeitsarbeiter allerdings unterschätzen. „PR-Leute geben Informationen einseitig – zum Schutz des Auftraggebers wieder“², dieser Aussage stimmten bei der Untersuchung von Astrid Pinegger in Österreich 80,9 % der befragten Journalisten zu.

Die Ergebnisse der Studie „Journalismus in Deutschland“ zeigen, dass nur 16 % der befragten Journalisten den Einfluss von PR auf die journalistische Arbeit als „eher groß“ oder „sehr groß“ bezeichnen. Diese Studienergebnisse stehen scheinbar in Widerspruch zu Befunden, welche nachweisen, dass Public Relations einen großen Einfluss auf Journalisten hat. Barbara Baerns gilt als Initiatorin der wissenschaftlichen Studien zur Beziehung von Journalismus und Public Relations. Sie zieht aus ihren Untersuchungen das Fazit, dass die Öffentlichkeitsarbeit Themen und Zeitpunkt der Berichterstattung in den Medien unter Kontrolle hat und stellt die These auf, dass

1 Hoofacker (2002)

2 Hoofacker (2004)

Öffentlichkeitsarbeit fähig sei „journalistische Recherchekraft zu lähmen und publizistischen Leistungswillen zuzuschütten“³.

PR-Leute agieren als „geheime Verführer“⁴. „Sie setzen eine Fülle von Instrumenten ein, um positive Botschaften über die Organisation, für die sie arbeiten, bei den Medien zu platzieren“⁵. Sie versorgen Journalisten mit Presseinformationen, Bild-, Ton- und Zahlenmaterial. Sie organisieren Hintergrundgespräche, sie laden zu Pressekonferenzen ein und „nehmen den Journalisten ... einen guten Teil ihrer Recherchearbeit ab“⁶. Das journalistische Berufsethos⁷ und praktisch alle Mediengesetze⁸ verlangen die Kennzeichnung und Trennung von Werbung und Programm. Zwei Drittel aller von den Medien verbreiteten Meldungen stammen allerdings direkt aus den Pressestellen der Unternehmen.⁹ Wie kommt diese Konstellation zustande?

Verschärft wird die umrissene Situation durch die stetige Aufrüstung der Öffentlichkeitsarbeit und die finanziellen Kürzungen und den Stellenabbau in den Redaktionen. In Deutschland gibt es aktuell 70.000 Journalisten¹⁰ und 30.000 PR'ler¹¹. Während der Journalismus sich „in einer Periode der Schwäche“¹² befindet, wird für den Bereich Öffentlichkeitsarbeit bis 2010 mit einer Verdopplung der Beschäftigten gerechnet.

Bereits heute sind die Öffentlichkeitsarbeiter den Journalisten in einigen Tätigkeitsbereichen im Bezug auf personelle und finanzielle Ressourcen überlegen. Im Gesundheitsbereich sehen, nach einer Studie von Kohtes und Klewes, 13% der PR-Fachleute ihren Schwerpunkt, während nur 9% der Journalisten hier ihren thematischen Fokus haben.

3 Baerns (1985) S. 90

4 Ruß-Mohl I (2000)

5 Ruß-Mohl I(2000)

6 Ruß-Mohl I(2000)

7 Pressekodex des deutschen Presserats, Artikel 7 „Verleger und Redakteure (...) achten auf klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zielen.“

8 z.B. Landespressegesetz (Hessen und Bayern), Rundfunkstaatsvertrag, Mediendienstaatsvertrag

9 vgl. Baerns (1995) S. 13

10 Auskunft des DJV (2004)

11 Auskunft der DPRG (2004)

12 Göpfert (2003)

Recherchearbeiten im Bereich Medizinjournalismus sind tendenziell umfangreicher und kostenintensiver als in anderen journalistischen Ressorts. So wird die Finanzierung von Reisen zu Kongressen zu 30% bis 50% von Dritten übernommen und auch aufwendige Recherchen werden von außen finanziell unterstützt¹³. Der Medizinjournalist ist durch die Etatverknappung in den Redaktionen auf außerredaktionelle Unterstützung angewiesen. Die Gefahr der Beeinflussung der Medizinjournalisten durch die Industrie ist somit hoch.

„Gesundheit ist zum medialen Kampfgebiet geworden“¹⁴ wird auf der Tagung „Medien und Gesundheitskommunikation“ 2003 verkündet. Die damit verbundenen Anforderungen an die Akteure werden thematisiert: „Auf Seiten der Kostenträger steigt das Ausbildungsniveau und der Kenntnisstand der Journalisten stagniert; die schwache Medienkonjunktur unterstreicht dies, indem in vielen Redaktionen Personal reduziert und Weiterbildungen zurückgefahren werden.“¹⁵

Ein weiterer Grund für eine überdurchschnittlich starke Beeinflussung der Medizinjournalisten durch die Industrie ist das Werbeverbot für Medikamente. Pharmafirmen versuchen, das Verbot zu umgehen und sich auf anderen Wegen in den Medien zu etablieren. Wegen der unzureichenden Honorare sind Medizinjournalisten auch oft im PR-Bereich tätig. Joachim Ortleb, Vorsitzender des Arbeitskreises Medizinjournalisten, sagt dazu: „Ich kenne niemanden, der als freier Medizinjournalist überleben könnte, ohne ab und zu PR-Aufträge anzunehmen.“¹⁶

Die Aktualität der Diskussion um die Verknüpfung von Journalismus und PR im Medizinjournalismus macht der Disput um das mangelnde Problembewusstsein diesbezüglich von Maria-Elisabeth Lange-Ernst, ehemalige Vorsitzende des Verbandes deutscher Medizinjournalisten, deutlich. Lange-Ernst erklärte in einem Interview mit der Fachzeitschrift „Message“, dass PR und Medizinjournalismus kaum noch zu trennen seien. Diese, ihrer Meinung nach „realistische Bestandsaufnahme“¹⁷, hatte ihren Rücktritt als „Medizinjournalistenvorsitzende“¹⁸ zur Folge.

¹³ Vgl. Göpfert (1997) S.14

¹⁴ Prinzing (2003)

¹⁵ Prinzing (2003)

¹⁶ Göpfert (2003)

¹⁷ MedienCity (2003)

¹⁸ MedienCity (2003)

Auf der Jahrestagung 2004 des Verbandes Deutscher Medizinjournalisten, fordert Joachim Ortleb, unter dem Titel: „Mehr Mut zu Qualität“¹⁹ „Mut zum Neinsagen“²⁰. Er schildert unverhüllt „den Druck, bezahlte Redaktion dulden zu müssen“²¹, den Missbrauch der Journalisten als „Krankbeter“²² und fordert die Neuformulierung der handwerklichen und moralischen Standards.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, das Bewusstsein der Journalisten für die Beeinflussung durch die Public Relations zu erfassen. Die prekäre Konstellation im Bereich des Medizinjournalismus ist der Grund, weshalb selbiger als exemplarischer Ausschnitt für diese Untersuchung gewählt. Durch das schwierige und vielseitige Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus im Medizinsektor werden die Ergebnisse differenzierte Rückschlüsse und Zukunftsausblicke zum Bewusstsein des Einflusses von PR auf die Journalisten zulassen.

¹⁹ Einladung zur Jahrestagung des VDMJ(2004)

²⁰ Einladung zur Jahrestagung des VDMJ(2004)

²¹ Einladung zur Jahrestagung des VDMJ(2004)

²² Einladung zur Jahrestagung des VDMJ(2004)

Forschungsstand Öffentlichkeitsarbeit versus Medizinjournalismus

Im medizinjournalistischen Bereich haben 13% der Journalisten, aber nur 9% der Öffentlichkeitsarbeiter ihren Arbeitsschwerpunkt.²³ Diese ungleiche Verteilung zeigt, dass insbesondere im Medizinjournalismus vorhandene Ungleichgewicht zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus auf. Durch den anhaltenden Redaktionsabbau mit einhergehendem Outsourcing wird sich diese ungleiche Verteilung in Zukunft noch verstärken.

Nicht nur im medizinjournalistischen Bereich ersetzen PR-Produkte bereits häufig journalistische Darstellungen. Die Angebote werden in journalistischer Form aufbereitet geliefert, so dass sie den journalistischen Bedürfnissen angepasst sind. Für Recherche fehlen den Journalisten oft die Mittel und die Zeit. Da Recherche in medizinischen Bereichen ungleich kostenintensiver, umfangreicher und aufwendiger ist, als beispielsweise im Wirtschaftsressort, ist sie auch um so schwieriger zu realisieren. Hier „greifen“ die PR-Abteilungen der Medizinindustrie den Fachjournalisten gern „unter die Arme“ und finanzieren aufwendige Recherchen oder Kongressbesuche. Zu dieser „fehlenden journalistischen Unabhängigkeit“²⁴ kommt die wissenschaftliche Abhängigkeit, so dass eine objektive Berichterstattung zweifelhaft ist. Die Fachblätter dienen der Publikumspresse oft als Recherchegrundlage und so potenziert sich die Verzerrung. Hinzu kommt, dass sich die Arbeitssituation vieler Medizinjournalisten zugespitzt hat, da es vielen Medien schlecht geht und sie ihren Umfang reduzieren. So sind „für viele Journalisten... gelegentliche Aufträge aus der Pharma-Industrie, von medizinischen Verbänden und Institutionen ein willkommenes und oft notwendiges Geschäftsfeld“²⁵. In den Standards für Medizin- und Wissenschaftsjournalisten wird diesbezüglich auf eine „unumstößliche Richtlinie“²⁶ hingewiesen: „Keine Vermischung von PR und Journalismus“²⁷. Außerdem wird zur Wahrung der Transparenz aufgerufen.

Eine andere Perspektive im Rahmen der wissenschaftlichen Betrachtung des Verhältnisses von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit ist die Frage nach dem

²³ Kohtes Klewes (2000)

²⁴ Göpfert (2003)

²⁵ Postina (2002)

²⁶ Arbeitskreis der Medizinpublizisten (I)

²⁷ Arbeitskreis der Medizinpublizisten (I)

Selbstbild der Journalisten. Wie beurteilen Journalisten den Einfluss von PR auf ihre Arbeit? Schon Barbara Baerns schenkte dieser Frage im Rahmen ihrer ersten Untersuchung Aufmerksamkeit. Im überwiegenden Teil der bisherigen Untersuchungen wurde davon ausgegangen, dass Journalisten dazu neigen, den Einfluss von PR auf ihre Arbeit zu negieren.²⁸ Dies könnte allerdings als scheinbarer Widerspruch zu der tatsächlichen Berufspraxis gesehen werden.

Weischenberg fand in den 90er Jahren vielfältigere Antworten auf die Frage, welche Bedeutung PR im Bewusstsein der Journalisten hat. In dieser Untersuchung kristallisieren sich 4 Cluster heraus, die Aufschluss darüber geben, wie die einzelnen Journalisten den PR-Praktikern gegenüber eingestellt sind. Die größte Gruppe mit knapp einem Drittel der deutschen Journalisten ergaben die „PR-Pragmatiker“. Diese stehen den Public Relations „positiv-aufgeschlossen gegenüber“²⁹, Pressemitteilungen finden sie nicht überflüssig, gut aufbereitet, zuverlässig und notwendig. Durch die Öffentlichkeitsarbeiter bekommen sie Anregungen für neue Themen und sparen Recherchezeit. Die „PR-Antikritiker“ umfassen ein Viertel aller Journalisten. Diese Journalisten stehen der Öffentlichkeitsarbeit ebenfalls positiv gegenüber und nehmen sie gegen ihre Kritiker in Schutz.³⁰

Die Antikritiker fühlen sich durch Pressemitteilungen keineswegs zu unkritischer Berichterstattung verführt. Sie sind der Meinung, dass die Public Relations nicht die journalistische Recherche ersetzen und halten sie auch nicht für überflüssig.³¹ Die „PR-Skeptiker“ hingegen bewerten die Öffentlichkeitsarbeit „skeptisch-distanziert“³². Pressemitteilungen sind in ihren Augen oft überflüssig, unnötig und zu zahlreich.³³ Für dieses eine Fünftel der Journalisten sind die Produkte der Öffentlichkeitsarbeiter weder gut aufbereitet, noch zuverlässig, anregend oder zeitsparend.³⁴ Die „PR-Kritiker“ stehen der Öffentlichkeitsarbeit noch ablehnender gegenüber, als die „PR-Skeptiker“. Sie sind der Meinung, dass „die Öffentlichkeitsarbeit die journalistische Recherche ersetzt und

²⁸ vgl. Grossenbacher 1991

²⁹ Löffelholz (1997) S. 199

³⁰ vgl. Löffelholz (1997) S. 200

³¹ vgl. Löffelholz (1997) S. 200

³² Löffelholz (1997) S. 200

³³ vgl. Löffelholz (1997) S. 199

³⁴ vgl. Löffelholz (1997) S. 200

zu unkritischer Berichterstattung verführt³⁵. Zu dieser Gruppe gehören etwa ein Viertel aller Journalisten.³⁶

Betrachtet man diese 4 Gruppen ressortspezifisch³⁷, ergibt sich folgendes Bild: „PR-Pragmatiker“ findet man überwiegend in den Ressorts Sport, Wirtschaft und Lokales, „PR-Skeptiker“ und „PR-Kritiker“ arbeiten vorwiegend im Politikressort. Bemerkenswert für die vorliegende Arbeit ist, dass das Ressort Wissenschaft bzw. Medizin nicht explizit untersucht wurde.

Weischenberg, Löffelholz und Scholl kommen zu der Erkenntnis, dass Journalisten, die viel recherchieren, Öffentlichkeitsarbeit hilfreich finden.³⁸ Im Gegensatz dazu beurteilen Journalisten, die mehr Zeit zum Redigieren fremder Beiträge aufwenden, Öffentlichkeitsarbeit eher kritisch und skeptisch.³⁹ „PR-Pragmatikern“ gelingt es am häufigsten, den Rezipienten neutral zu informieren, da sie die Subjektivität der Öffentlichkeitsarbeiter nicht unterschätzen.

Die Ergebnisse zur Frage nach der Determinierung von Öffentlichkeitsarbeit gegenüber dem Journalismus zeigen, dass die Journalisten diese beiden Systeme als keineswegs miteinander gekoppelt betrachten. Der Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit scheint abhängig von der aufgezeigten Rollenwahrnehmung: Je enger die Beziehung zwischen Journalismus und PR, um so größer ist der Einfluss.⁴⁰ Die Determinierung wird insgesamt nur von 16% der Journalisten als „groß“ oder „sehr groß“ eingestuft, aber ca. die Hälfte stuften sie als „gering“ ein.⁴¹ Löffelholz zieht aus der Studie den zukunftsweisenden Schluss: „Verfügen die Informationsbereitsteller über eine größere Professionalität als die Informationssammler, dann darf es nicht verwundern, wenn die PR-Pragmatiker den Journalismus dominieren.“⁴²

Die Studie „Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit – Freund oder Feind?“ von Kohtes und Klewes zeigt, dass sich das Verhältnis beider Berufsgruppen zu einem freundlichen

³⁵ Löffelholz (1997) S. 201

³⁶ vgl. Löffelholz (1997) S. 201

³⁷ vgl. Löffelholz (1997) S. 202

³⁸ vgl. Löffelholz (1997) S. 201

³⁹ vgl. Löffelholz (1997) S. 201

⁴⁰ vgl. Löffelholz (1997) S. 206

⁴¹ vgl. Löffelholz (1997) S. 205

⁴² Löffelholz (1997) S. 206

Verhältnis entwickelt.⁴³ „Beide Seiten sehen das Zusammenspiel überwiegend als positiv denn als negativ (92% der PR-Fachleute, 78% der Journalisten) und die Mehrzahl der Journalisten (68%) definieren PR´ler als einen Partner, der einen unterstützt, und nicht als einen Gegenspieler, den es zu überlisten gilt.“⁴⁴ Auch das Zusammenspiel zwischen Journalisten und PR-Fachleuten wird von 92% der PR´ler und 78% der Journalisten als gut bewertet.

Durch die schwierige Marktsituation für Medizinjournalisten sind diese oft nicht zuletzt wirtschaftlich gezwungen, im PR-Bereich zu arbeiten. So sollte man vermuten, dass insbesondere die Medizinjournalisten den Öffentlichkeitsarbeitern gegenüber positiv eingestellt sind.

⁴³ Da die Studie von einer PR-Agentur durchgeführt wurde, sind die Ergebnisse zu relativieren.

⁴⁴ Kohtes Klewes (2000)

Thema der Studie

Rund die Hälfte aller Journalisten sprechen der Öffentlichkeitsarbeit einen geringen Einfluss auf ihre Arbeit zu.⁴⁵ Von einer „Selbsttäuschung der Journalisten“ hat Professor Günter Bentele auf einer Fachtagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften 2002 gesprochen. „Die Tatsache des PR-Einflusses wird von Journalisten nicht oder nur sehr zögerlich akzeptiert“⁴⁶. Diese Akzeptanz des Einflusses durch Öffentlichkeitsarbeit gilt es, 12 Jahre nach der JOURID-Studie, erneut zu überprüfen.

Die wissenschaftlichen Untersuchungen zu der Beziehung von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit haben, wie in Kapitel 3 deutlich wird, viele Ergebnisse zu diesem Spannungsfeld geliefert. Inwieweit setzen sich die Medizinjournalisten mit diesen Ergebnissen auseinander und welchen Forschungsstandpunkt beziehen sie?

Die Ergebnisse der Studie „Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit – Freund oder Feind?“ von Kohtes und Klewes beschreiben das Verhältnis zwischen PR-Leuten und Journalisten als „freundschaftlich“⁴⁷. Grossenbacher fand bei der von ihm durchgeführten Befragung heraus, dass Journalisten nicht die beste Meinung von PR-Schaffenden haben.⁴⁸ Im Rahmen der vorliegenden Arbeit soll geklärt werden, wie Medizinjournalisten das Verhältnis zu ihren Kollegen aus dem Öffentlichkeitsarbeitsbereich wirklich einschätzen.

Ist die Überlegenheit von Öffentlichkeitsarbeit gegenüber dem Journalismus, im Bezug auf personelle und finanzielle Ressourcen im Gesundheitsbereich, den Medizinjournalisten bewusst? Nach einer Studie von Kohtes und Klewes arbeiten 13% der PR-Fachleute hauptsächlich im medizinischen Bereich, während nur 9% der Journalisten hier ihren thematischen Fokus haben. Fraglich ist, ob die Journalisten im Gesundheitsbereich dieses Beeinflussungspotential wahrnehmen oder nicht.

⁴⁵ Löffelholz (1997) S. 194

⁴⁶ Bentele (2002)

⁴⁷ Kohtes Klewes (2000)

⁴⁸ vgl. Grossenbacher (1991) S. 48

Die Finanzierung von Reisen zu Kongressen werden zu 30 bis 50 % von Dritten übernommen und auch aufwendige Recherchen werden 'von außen' finanziell unterstützt. Der Medizinjournalist ist durch die Etatverknappung in den Redaktionen auf außerredaktionelle Unterstützung angewiesen. Die Gefahr der Beeinflussung der Medizinjournalisten durch die Industrie ist somit hoch. Kennen die Journalisten aus dem medizinischen Bereich diese Gefahr und wie gehen sie mit ihr um? Auf Grund der unzureichenden Honorare sind Medizinjournalisten oft im PR-Bereich tätig. Der Schluss liegt nahe, dass sich insbesondere Medizinjournalisten durch ihre PR-Praxis, der Beeinflussung durch die Öffentlichkeitsarbeit bewusst sind.

Die bislang geschilderten Erkenntnisse sollen im Rahmen einer Befragung der Medizinjournalisten überprüft, verglichen und verifiziert werden.

Zusammenfassung und Hypothesenkatalog

Public Relations ist Selbstdarstellung partikulärer Interessen und Journalismus ist Fremddarstellung des Gesamtinteresses. Wenn die Selbstdarstellung die Fremddarstellung beeinflusst, verzerrt sich die Fremddarstellung. Um diese Verzerrung zu verhindern, müssen Journalisten bewusst und kritisch mit PR umgehen.

Barbara Baerns belegt mit ihren Untersuchungen, dass Öffentlichkeitsarbeit die Themen und den Berichterstattungszeitpunkt kontrolliert sowie journalistische Recherchekraft lähmen kann. Grossenbacher bestätigt, dass Redakteure bei der Thematisierung, Bewertung und Gewichtung den Vorgaben der PR-Stellen folgen. Außerdem ergeben seine Untersuchungen, dass die Verarbeitungsleistung der Redaktionen durchweg gering ist, die Journalisten sich im Wesentlichen auf das Redigieren und die technische Produktionsvorbereitung, aber kaum auf Eigenrecherche konzentrieren. Fröhlich beweist, dass die Implementierung elektronischer Redaktionssysteme die Abhängigkeit des Journalismus von der PR vergrößert hat.

Bentele, Liebert und Seeling erweitern diese Induktionsleistungen um Adaptionenleistungen zwischen Journalismus und PR. Durch diese Anpassungshandlungen wird eine wechselseitige Beeinflussung zwischen Journalismus

und Public Relations konstatiert. Die Studienergebnisse zum Verhältnis zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus stehen im Kontrast zu der Selbsteinschätzung vieler Journalisten. Von „Selbsttäuschung der Journalisten“ spricht Günter Bentele und meint die Tatsache, dass der Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit von den Journalisten nur „sehr zögerlich akzeptiert“⁴⁹ wird. Die Untersuchungen von Astrid Pinegger hingegen ergaben, dass die Journalisten sich der Interessen der PR'ler bewusst sind, die Beeinflussung durch die Öffentlichkeitsarbeiter allerdings unterschätzen. Die Ergebnisse der Studie „Journalismus in Deutschland“ zeigen, dass die Hälfte der befragten Journalisten den Einfluss von PR auf die journalistische Arbeit als „gering“ bezeichnen.⁵⁰

Für die Recherche im medizinjournalistischen Bereich muss mehr investiert werden als in anderen journalistischen Ressorts. Der Medizinjournalist ist durch die Etatverknappung in den Redaktionen auf außerredaktionelle Unterstützung angewiesen. Die Gefahr der Beeinflussung der Medizinjournalisten durch die Industrie ist somit hoch. Auf Grund der unzureichenden Honorare, sind Medizinjournalisten auch oft im PR-Bereich tätig.

Hauptthese: *Medizinjournalisten unterschätzen den Umfang der Beeinflussung durch die Öffentlichkeitsarbeit und sind sich somit der spezifischen Voraussetzungen ihres Tätigkeitsbereichs dafür, nicht hinreichend bewusst.*

Hypothese 1: *Medizinjournalisten, die parallel im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus arbeiten, unterscheiden sich von den Medizinjournalisten, die nur im medizinischen Bereich arbeiten.*

H1a: *Parallel in Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus tätige Medizinjournalisten sind gegenüber der Beeinflussung der journalistischen Arbeit durch die Public Relations sensibler als ausschließlich journalistisch tätige Medizinjournalisten.*

⁴⁹ Hooffacker (2002)

⁵⁰ Hoofacker (2004)

H1b: *Parallel in Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus tätige Medizinjournalisten sind gegenüber der Beeinflussung durch die PR weniger sensibel als rein journalistisch tätige Medizinjournalisten.*

Da die „zweigleisigen“ Medizinjournalisten die Ziele, Methoden und Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit aus eigener Erfahrung kennen und sich der Gefahr der Objektivitätslosigkeit der Auftragskommunikation bewusst sind, können sie diese in ihrem journalistischen Alltag besser erkennen und bewerten. Im Vergleich zu anderen Medizinjournalisten nehmen sie die Öffentlichkeitsarbeit als dominanten Einflussfaktor des Journalismus wahr. Parallel in der Öffentlichkeitsarbeit tätige Medizinjournalisten gehen kritischer mit der Quelle PR um. Sie legen vergleichsweise mehr Wert auf die Überprüfung der öffentlichkeitsarbeitsinitiierten Mitteilungen und holen sich tendenziell mehr Zweitauskünfte ein. Es ist legitim, auch die Gegenhypothese aufzustellen. Die parallel tätigen Medizinjournalisten können durch ihre Involviertheit und die „Betriebsblindheit“ die Beeinflussung durch die PR auf ihre journalistische Arbeit nicht erkennen. Wenn die PR-Einflussnahme erkannt wird, besteht die Möglichkeit, dass sie falsch bewertet wird. Die „zweigleisigen“ Medizinjournalisten verharmlosen die Beeinflussung durch die Öffentlichkeitsarbeit.

Hypothese 2: *Medizinjournalisten, die einen Arbeitsschwerpunkt auf einem oder mehreren Spezialthemen haben, unterscheiden sich von Medizinjournalisten ohne Themenspezifizierung.*

H2a: *Medizinjournalisten, die vorwiegend über spezielle medizinische Themen berichten, sind durch die Öffentlichkeitsarbeit weniger beeinflussbar als Medizinjournalisten, die über wechselnde medizinische Themen und/oder auch über andere Themen berichten.*

Medizinjournalisten, die ausschließlich über spezielle medizinische Themenbereiche Berichten, sind in ihrem Spezialisierungsbereich durch die kontinuierliche Beschäftigung mit diesen Themen zu Experten geworden. Sie verfügen über Hintergrundwissen und sind so in der Lage, Informationen von Dritten kompetent zu bewerten.

Hypothese 3: *Medizinjournalisten unterscheiden sich bei der Themenfindung und der ergänzenden Recherche durch den Einfluss von Öffentlichkeitsarbeit.*

H3a: *Wenn sich die Medizinjournalisten bei der Themenfindung an Produkten der Öffentlichkeitsarbeit orientieren, dann wird weniger ergänzend recherchiert, als wenn die Idee auf die Redaktion zurückzuführen ist.*

H3b: *Medizinjournalisten, die für überregionale Zeitungen und öffentlich-rechtliche Rundfunksender arbeiten, finden ihre Themen vor allem durch Anstöße aus dem Medizinbetrieb. Medizinjournalisten bei lokalen Zeitungen und privaten Rundfunksendern kommen auf Themenideen eher durch medienspezifische Infrastrukturen, wie Pressemitteilungen, Agenturmaterial und Pressekonferenzen sowie andere Medien.*

Der Einflussmöglichkeit von Öffentlichkeitsarbeit auf Medizinjournalisten bei lokalen Zeitungen und privaten Rundfunksendern ist größer als bei überregionalen Zeitungen und öffentlich-rechtlichen Rundfunksendern. Dies wird durch Unterschiede bei der Ideenfindung deutlich.

Hypothese 4: *Die Bedeutung von PR-Material für die journalistische Arbeit ist höher, je weniger Zeit der Medizinjournalist zur Verfügung hat.*

Die Verwendung des nach journalistischen Kriterien zusammengestellten PR-Materials, spart eigenen Rechercheaufwand und somit Zeit. Durch die zahlenmäßige Überlegenheit der Öffentlichkeitsarbeiter im medizinischen Bereich werden die Medizinjournalisten mit einer Fülle von nach journalistischen Kriterien aufbereiteten PR-Material überschwemmt. Durch finanzielle, personelle und zeitliche Verknappung ist das selbständige Recherchieren und Verfassen von Beiträgen bei den Medizinjournalisten schwierig. Im Rahmen der Möglichkeiten nimmt somit die Weiterverarbeitung von Fremdmaterial und die Neuerschaffung eigenen Materials einen ähnlichen Umfang an.

Hypothese 5: *Medizinjournalisten, die gegenüber der Öffentlichkeitsarbeit positiv eingestellt sind, unterscheiden sich von solchen, die eine negative Einstellung zur PR haben.*

H5a: *Medizinjournalisten, welche die Zuverlässigkeit und Qualität von PR-Produkten als positiv bewerten, verwenden PR-Material häufiger.*

H5b: *Je positiver die Einstellung der Medizinjournalisten gegenüber der Öffentlichkeitsarbeit ist, desto höher sind die Erwartungen an die Professionalität der PR-Praktiker.*

Hypothese 6: *Medizinjournalisten, die viel eigene Recherche betreiben, beurteilen den Einfluss von PR als größer und die Rolle von PR als positiver, als Journalisten, die hauptsächlich Redigieren.*

Wer aktiv mit der Materialbeschaffung zu tun hat, findet PR-Material eher hilfreich, als Medizinjournalisten, die primär mit dem Redigieren von Fremdtexen befasst sind.

Hypothese 7: *Je mehr Bedeutung der kritischen Bewertung zugemessen wird, desto größer wird der Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit eingeschätzt.*

Die Medizinjournalisten, welche Kritik als wichtigen Bestandteil ihrer Arbeit sehen, legen mehr Wert auf Nachforschungen und verwenden weniger PR-Material.

Hypothese 8: *Medizinjournalisten halten den Einfluss von Öffentlichkeitsarbeit auf ihr Ressort für geringer, als auf andere Ressorts.*

Nach der Theorie der Selbsttäuschung von Bentele, sind sich die Medizinjournalisten der Beeinflussungsmöglichkeiten des medizinjournalistischen Sektors nicht bewusst.

Hypothese 9: *Wenn Medizinjournalisten die Öffentlichkeitsarbeiter als personell und finanziell überlegen einschätzen, befinden sie die Beeinflussung durch die PR als größer.*

Medizinjournalisten nehmen die Verteilung von PR-Praktikern und Journalisten im medizinischen Bereich nicht realitätsgetreu wahr.

Hypothese 10: *Medizinjournalisten, die PR-Praktiker eher als Partner sehen, haben mehr Kontakt zu Öffentlichkeitsarbeitern, als solche, die PR 'ler als Gegenspieler betrachten.*

Hypothese 11: *Medizinjournalisten kennen die ethischen und gesetzlichen Regelungen zum Verhältnis von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus und den Stand der wissenschaftlichen Diskussion zu diesem Bereich.*

Methodik

Bei der vorliegenden Arbeit geht es um den Erkenntnisgewinn im Bezug auf das Bewusstsein und die Selbsteinschätzung der Medizinjournalisten, was den Einfluss von PR auf ihre Arbeit anbelangt. Deshalb ist die Befragung hier die angemessene Untersuchungsmethode. Eine Beobachtung, eine Inhaltsanalyse oder ein Experiment wären unzulänglich um die kognitiven Inhalte zu erfassen. „Die Befragung ist das einzig sinnvolle Verfahren zur Ermittlung von Meinungen, Wissen und Wertvorstellungen.“⁵¹ Die Aussagen der vorliegenden Untersuchung beziehen sich auf alle Medizinjournalisten in Deutschland. Nach Auskunft der Vereinigung der Deutschen Medizinischen Fach- und Landespresse e.V.⁵² gibt es in Deutschland insgesamt etwa 2.000 Medizinjournalisten. Sie stellen für diese Untersuchung die „angestrebte Grundgesamtheit“⁵³ dar. Unter der Erhebungs-Grundgesamtheit⁵⁴ versteht man die Grundgesamtheit, aus der faktisch die Stichprobe gezogen wird.

Die Erhebungs-Grundgesamtheit beträgt 1.331 Medizinjournalisten⁵⁵. Sie setzt sich aus Mitgliedern

- des Arbeitskreises Medizinpublizisten Klub der Wissenschaftsjournalisten e.V.
- der WPK Wissenschafts-Pressekonferenz e.V.
- der TELI e.V. - Journalistenvereinigung für technisch-wissenschaftliche Publizistik und nichtorganisierte Medizin- und Wissenschaftsjournalisten

und aus im Presse Taschenbuch Gesundheit 2002/03⁵⁶ verzeichneten Medizinjournalisten und sowie Absolventen des Zusatzstudienganges „Wissenschaftsjournalismus“ der FU Berlin, zusammen. Die Voraussetzung für die Berücksichtigung ist die Erreichbarkeit per Fax und/oder Email. Die Erhebungs-Grundgesamtheit ist die „im Zeitraum des Auswahlverfahrens prinzipiell erreichbare Gesamtheit der Untersuchungs- bzw. Erhebungseinheiten“⁵⁷.

⁵¹ Möhring (2003) S. 15

⁵² Emailauskunft vom 27. 05. 2004

⁵³ Kromrey (1994) S. 192

⁵⁴ Kromrey (1994) S. 192

⁵⁵ Der Begriff „Medizinjournalisten“ wurde in Kapitel 2 definiert.

⁵⁶ Kroll (2002)

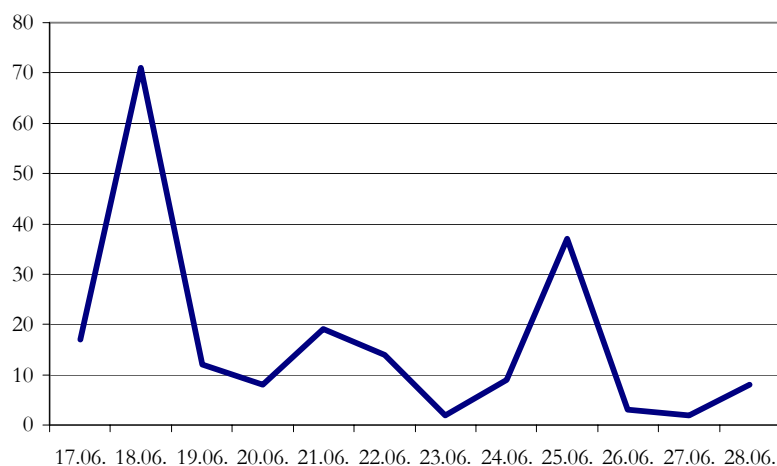
⁵⁷ Kromrey (1994) S. 192

Die Untersuchung im Rahmen dieser Arbeit wird als Vollerhebung durchgeführt. Diese 66,55 % der (angestrebten) Grundgesamtheit bestehen aus 1.019 Medizinjournalisten, deren Emailadresse bekannt ist und 312 Medizinjournalisten, die keine erfasste Emailadresse haben, deren Faxnummer aber verzeichnet ist.

Ablauf der Befragung

Am 17.06.2004 wurden die 1.019 Emails und 312 Faxe mit dem Anschreiben, welches den Link beinhaltete, versendet.

Der Rücklauf bis zum 28.07.2004 betrug 206 Fragebögen. Am 18.06.2004, also am Tag nach der Versendung des Anschreibens trafen 35% der ausgefüllten Fragebögen ein, weitere 18% wurden am Tag nach der Nachfassaktion ausgefüllt. Es lässt sich also feststellen, dass 53% des Rücklaufs unmittelbar nach dem Erhalt des Schreibens eintraf⁵⁸. Nach Richter deutet der steile Verlauf der Antwortkurve auf eine homogene Befragtengruppe hin. Er erklärt: „...je mehr der Umfrageträger in seinem Stereotyp dem Zielstererotyp der Befragten gleicht, um so steiler ist die Rücklaufquote.“⁵⁹



Grafik 1: Rücklauf (Anzahl der Fragebögen)

⁵⁸ siehe Grafik 13

⁵⁹ Richter (1976) S. 238

Hypothesenprüfung

Im Rahmen der Hypothesenüberprüfung konnten 6 der 11 Haupthypothesen und 4 der 8 Unterhypothesen bestätigt werden. Mit Hypothese 1 bestätigte sich, dass Medizinjournalisten, die parallel in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus tätig sind, sich von ausschließlich journalistisch Arbeitenden unterscheiden. Die beiden Gruppen sind im Bezug auf die Einschätzung des personellen Verhältnisses zwischen PR'ern und Medizinjournalisten und die Unterschiede im Bezug auf Kopplungsgeschäfte und Ziele der PR verschieden. Der Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit wird von den auch PR-Praktizierenden geringer eingeschätzt als von den nicht PR-Treibenden. Die Unterhypothesen 1a und 1b können nicht bestätigt werden, da kein signifikanter Zusammenhang zwischen der Sensibilität gegenüber der PR der parallelen Tätigkeit in Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit nachweisbar ist.

Spezialisierte Medizinjournalisten sind sich des Einflusses durch die Öffentlichkeitsarbeit bewusster als nicht Spezialisierte und sie schätzen die Ziele der PR unterschiedlich ein. Somit bestätigte sich Hypothese 2. Im Umgang und in der Beurteilung dieser Beeinflussung unterscheiden sich die spezialisierten Medizinjournalisten allerdings nicht von den Medizinjournalisten ohne Schwerpunktthemen. Das ergab die Überprüfung von Hypothese 2a.

Medizinjournalisten, die sich bei der Themenfindung an Produkten der Öffentlichkeitsarbeit orientieren, recherchieren weniger ergänzend, als wenn die Idee auf die Redaktion zurückzuführen ist. Bei Ideen, die auf Redaktionen zurückzuführen sind, wird geringfügig mehr recherchiert. Ist das Thema nicht redaktionsinitiiert, wird mehr Zeit für die Auswahl von Beiträgen, das Redigieren von Nachrichtenagenturtexten und Pressemitteilungen und den Besuch von Pressekonferenzen und anderen Presseveranstaltungen aufgewendet. Bei den Öffentlichkeitsarbeitsorientierten nahmen diese Tätigkeiten insgesamt 96 Minuten pro Tag mehr in Anspruch als bei den Redaktionsgeleiteten.

Die Überprüfung von Hypothese 3b macht deutlich, dass Medizinjournalisten bei lokalen Zeitungen und privaten Rundfunksendern bei der Themenfindung durch die

Öffentlichkeitsarbeit weniger beeinflusst sind, als Medizinjournalisten bei überregionalen Zeitungen und öffentlich-rechtlichen Rundfunksendern. Aus Fachveröffentlichungen, Gesprächen mit anderen Journalisten, Agenturmaterial sowie Kongressen und Fachtagungen beziehen beide Gruppen signifikant häufig ihre Ideen. Themenquellen für Medizinjournalisten bei überregionalen Zeitungen und öffentlich-rechtlichen Rundfunksendern sind, im Gegensatz zu der Vergleichsgruppe, auch Anregungen durch Unternehmen ($p \leq 0,01$), Pressekonferenzen ($p \leq 0,10$) und Außentermine ($p \leq 0,10$).

Hypothese 4a kann bestätigt werden und mit ihr der Sachverhalt, dass knappe zeitliche Ressourcen eher zur Übernahme von Fremdtexen führen. Aber auch die verstärkte Nutzung des Internets und von Datenbanken ist im Bezug auf das Rechercheverhalten unter Zeitdruck auffällig. Die Haupthypothese 4 kann hingegen nicht bestätigt werden, da eine größere Bedeutung von PR-Material für Journalisten mit Zeitknappheit nicht signifikant nachgewiesen werden kann.

Medizinjournalisten, welche die Zuverlässigkeit und Qualität von PR-Produkten als positiv bewerten, verwenden PR-Material häufiger und positiv gegenüber der PR eingestellte Medizinjournalisten haben höhere Erwartungen an die Professionalität der PR-Praktiker, als negativ eingestellte. Dies ergab die empirische Überprüfung der Unterhypothesen der Hypothese 5, welche auf dieser Basis bestätigt werden konnte. Positiv gegenüber PR eingestellte Medizinjournalisten arbeiten vorwiegend beim freien und privaten Hörfunk. Auch Onlinejournalisten und die Mitarbeiter lokaler Zeitungen sind der Öffentlichkeitsarbeit gegenüber positiver eingestellt, als andere Medizinjournalisten.

Der Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit auf den Medizinjournalismus wird von den Journalisten, die hauptsächlich redigieren höher eingeschätzt, als von den Recherchierenden. Die Rolle der PR wird jedoch von den Recherchierenden positiver bewertet. Eine signifikante Verknüpfung kann im Bezug auf Hypothese 6 allerdings nicht festgestellt werden.

Die Beurteilung des Umfangs des PR-Einflusses hängt nicht mit der Funktion zusammen, die dem Medizinjournalismus zugeschrieben wird. Dies ergab die

Überprüfung von Hypothese 7. Die Befragten schätzen den Einfluss auf das eigene Ressort im völligen Kontrast zum in Hypothese 8 formulierten Sachverhalt, als am meisten von der Öffentlichkeitsarbeit beeinflusst ein. Die Hälfte aller Befragten hält das medizinische Ressort für das am stärksten beeinflusste.

Mehr als die Hälfte aller Befragten schätzen die Öffentlichkeitsarbeiter als personell überlegen ein. Von diesen 77,5% der Medizinjournalisten nahmen 64,1% den Einfluss der PR als „stark bis ausgeprägt“ wahr und nur 15,1% sahen ihn als gering an. Als finanziell überlegen sehen 95,4% der Medizinjournalisten die Öffentlichkeitsarbeiter. Der überwiegende Teil (68,6%) misst der PR einen starken Einfluss bei und nur 10,3% eine eher geringe Beeinflussung bestätigte sich Hypothese 9. Die empirische Überprüfung ergab außerdem, dass Medizinjournalisten, die PR'ler als Partner sehen, mehr Kontakt zu Öffentlichkeitsarbeitern haben, als solche, die in PR-Praktikern eher Gegenspieler sehen.

Nur 37,4% der Medizinjournalisten kennen ihre bundeslandspezifischen Landespressegesetze, 21,8% sind mit dem Medienstaatsvertrag vertraut und 21,6% der Befragten haben Kenntnis vom Rundfunkstaatsvertrag. Die wissenschaftliche Diskussion um das Verhältnis von PR und Journalismus ist dem größten Teil der befragten Medizinjournalisten völlig unbekannt. Nur 5,3% von Ihnen kennen die Determinationshypothese. Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung widerlegen die Aussage von Hypothese 11 eindeutig.

Die Überprüfung der Hypothesen und die allgemeine Datenauswertung widerlegen die aufgestellte Haupthypothese: „Medizinjournalisten unterschätzen den Umfang der Beeinflussung durch die Öffentlichkeitsarbeit und sind sich damit der spezifischen Voraussetzungen ihres Tätigkeitsbereichs dafür, nicht hinreichend bewusst...“ Die Untersuchungen zeigen, dass der überwiegende Teil der Medizinjournalisten sich der Beeinflussung durch die Öffentlichkeitsarbeit bewusst ist und ihr kritisch gegenüber steht. Die spezifischen Voraussetzungen des medizinischen Bereichs für eine besonders starke Beeinflussung durch die Öffentlichkeitsarbeit sind den Medizinjournalisten hinreichend bewusst.

Zusammenfassung, Fazit und Ausblick

Die vorliegenden Ergebnisse lassen generell auf einen Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit auf den Medizinjournalismus schließen. Dieser wird von den Medizinjournalisten wahrgenommen (allerdings nicht realistisch) und negativ bewertet. Die Grundhaltung der Medizinjournalisten gegenüber der Öffentlichkeitsarbeit ist jedoch positiv.

Der Grund für diese positive Grundhaltung kann sein, dass 68,5% der Medizinjournalisten parallel zu ihrer journalistischen Arbeit auch PR betreiben bzw. schon einmal betrieben haben. Diese Journalisten messen im Gegensatz zu nicht Öffentlichkeitsarbeitern der PR keine Transparenzschaffungsfunktion zu, beurteilen das Verhältnis zwischen Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit als unausgewogener zu Gunsten der PR, schätzen aber den Einfluss der PR als geringer ein als die Kollegen. Eine parallele Tätigkeit wird von 60% aller befragten Medizinjournalisten positiv beurteilt. Dies weist auf eine Dynamisierung des Berufsfeldes des Medizinjournalisten hin.

Die PR-Arbeit neben dem Job als Fachjournalist gehört offensichtlich bereits zum Beruf des Medizinjournalisten. Parallele Arbeit bietet den Medizinjournalisten Einblick in die Welt des eigentlichen Gegenübers, öffnet aber auch Tür und Tor für PR-Einflüsse. Die vorliegende Studie ergab, dass parallel in Öffentlichkeit und PR-Tätige vermehrt an Kopplungsgeschäften beteiligt sind.⁶⁰ Kopplungsgeschäfte sowie der Verkauf von redaktionellem Raum werden von 90% aller Medizinjournalisten negativ beurteilt. Ein Viertel hat dennoch bereits freundlich über etwas berichtet, um sich erkenntlich zu zeigen.

Der Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit auf die eigenen Ressorts Medizin und Wissenschaft wird von allen Medizinjournalisten gleichermaßen als sehr hoch eingeschätzt. Dies zeigt, dass die Medizinjournalisten den Einfluss der PR zwar wahrnehmen, ihn jedoch nicht realistisch einschätzen. Die Überschätzung der Beeinflussung des eigenen Ressorts durch die PR steht in Kontrast zu der Behauptung

⁶⁰ Für diese Beurteilung wurde der Third-Person-Effect durch die Zusammenfassung der Selbst- und Fremdbeurteilung ausgeschlossen.

von Bentele „Die Tatsache des PR-Einflusses wird durch die Journalisten nicht oder nur sehr zögerlich akzeptiert.“⁶¹

Nur 69% der Medizinjournalisten haben Kontakt zu Öffentlichkeitsarbeitern. Damit liegen die Medizinjournalisten unter der Kontaktanzahl durchschnittlicher Journalisten.⁶² Dies widerspricht der Annahme, der Medizinjournalismus sei ein besonders stark durch die PR beeinflusstes Ressort. Trotz verhältnismäßig wenigem Kontakt zu PR-Praktikern haben die Medizinjournalisten ein positives Bild von Ihnen und sehen sie zu 78% als Partner an. Es sind vorwiegend die Medizinjournalisten, die mehr Kontakt zu Öffentlichkeitsarbeitern haben, welche sie auch als Partner sehen. Die Erwartungen an diesen Partner können Medizinjournalisten allerdings nur sehr widersprüchlich und unklar formulieren, was darauf schließen lässt, dass keine konkreten Erwartungen vorhanden sind. Die Medizinjournalisten schätzen die PR überwiegend als personell und finanziell überlegen ein. Insbesondere die 55% der Medizinjournalisten, die das Verhältnis als ungleich einschätzen, befinden den Einfluss durch die PR für größer.

Die Aussagen der Medizinjournalisten zu den Zielen der PR-Praktiker verdeutlichen, dass sie sich dem Agieren der PR'ler im Sinne ihres Unternehmens bzw. ihrer Organisation, bewusst sind. Den Einfluss durch die PR schätzen allerdings nur 60% der Befragten als „ausgeprägt bis mäßig ausgeprägt“ ein und beurteilen ihn auf andere als wesentlich größer, als auf sich selbst. Hier wird verdeutlicht, dass „Bewusstsein“ noch nicht „richtige Wahrnehmung“ und vor allem „richtiger Umgang“ heisst.

Eine Gefahr im Bezug auf den Umgang mit Öffentlichkeitsarbeit stellt die Unwissenheit, was Mediengesetze und theoretische Kenntnisse anbelangt, dar. Die meisten (85%) Medizinjournalisten kennen zwar die „Standards von Medizin- und Wissenschaftsjournalisten“, Medien- und Rundfunkstaatsverträge und Landespressegesetze sind jedoch nur einem kappen Drittel von ihnen bekannt. Trotz dieser Unwissenheit der Vorgaben sehen die Medizinjournalisten Analyse, Kritik und neutrale Vermittlung als ihre Hauptaufgaben an und handeln somit theoretisch nach den gesetzlichen Vorgaben. Da 70% der befragten Medizinjournalisten Mitglied in einem Verband sind, haben sie vermutlich Kenntnisse der jeweiligen Satzungen und Regeln,

⁶¹ Bentele (2002)

⁶² Kohtes Klewes (2000)

die den spezifischen Gesetzen entsprechen⁶³ und kompensieren so die Unwissenheit. Dieser Umstand bleibt zu überprüfen.

Die Themeninitiierung erfolgt bei den Medizinjournalisten primär durch Fachveröffentlichungen, Kongresse und Fachtagungen oder Auftrag der Redaktion. Von den Top-Five der Themenfindung unterliegen 3⁶⁴ bereits dem Einfluss der PR, der somit schon bei der Themenfindung impliziert ist und von dem Journalisten kaum wahrgenommen oder eingeschätzt werden kann. Kongresse, Tagungen oder Vortragsreihen sind ein oft genutztes Instrument der PR und werden organisiert und betreut, um so die Kompetenz des Unternehmens im jeweiligen Bereich zu unterstreichen und eine positive Wahrnehmung seitens der Zielgruppen zu erreichen. Auch Fachveröffentlichungen und andere Medien unterliegen dem Einfluss der PR. Bei der Recherche zeigt sich ein ähnliches Bild. Auch hier werden primär Fachveröffentlichungen genutzt. Diese sind zu unbekanntem Anteil von der PR beeinflusst.

Das Maß an Beeinflussung kann durch den Medizinjournalisten nicht abgeschätzt werden und in 80% der Fälle wird der Beitrag ohne genügende Recherche übernommen.⁶⁵ „Das Internet, das jeden zur Verbreitung ungeprüfter Informationen einlädt“⁶⁶, wird fast ebenso häufig zur Recherche benutzt, die Fachveröffentlichungen. Orientieren sich Medizinjournalisten bei der Themenfindung an Produkten der Öffentlichkeitsarbeit, dann wird weniger ergänzend recherchiert, als wenn die Idee auf die Redaktion zurückzuführen ist.

Der große Anteil von 70% Freiberuflern in der vorliegenden Studie verdeutlicht den Trend der „outsourcenden Hochleistungsgesellschaft“⁶⁷. Der Teil an Fachjournalisten, die freiberuflich tätig sind, steigt, weil in den Redaktionen eher der „Allrounder“ gebraucht wird, damit unterschiedliche Themen betreut werden können. Fachjournalisten, wie der Medizinjournalist werden themenspezifisch hinzugezogen. Der Anteil der Allrounder bei den Medizinjournalisten beträgt nach den vorliegenden

⁶³ Darauf wird durch die hohe Bekanntheit der „Standards von Medizin- und Wissenschaftsjournalisten“ geschlossen.

⁶⁴ Fachliteratur, Kongresse und Fachtagungen, andere Medien

⁶⁵ Vgl. Göpfert (2004) S. 223

⁶⁶ Rolke (1999) S. 244

⁶⁷ Rolke (1999) S. 244

Untersuchungsergebnissen 64%. Verglichen mit dem durchschnittlichen Wissenschaftsjournalisten, spezialisiert sich der Medizinjournalist erst später auf sein Fachgebiet und ist so mehr Zeit als „Allrounder“ tätig.

Der Medizinjournalist hauptsächlich für 3 bis 5 Medien arbeitet, verdeutlicht die Bedeutung der themenspezifischen Arbeit ohne Festanstellung. Die Unzufriedenheit im Bezug auf Indikatoren für den beruflichen Erfolg (Einkommen, Aufstiegsmöglichkeiten) und die beruflichen Bedingungen (finanzielle Mittel, Weiterbildungsmöglichkeiten) ist bei den Medizinjournalisten groß. Die berufliche Sicherheit ist für die Medizinjournalisten am wenigsten zufriedenstellend. „Arbeitgeber binden sich heute immer weniger gern an feste Mitarbeiter, weil die Wirtschaftslage sich schnell ändern kann.“⁶⁸ Die freiberuflich tätigen Journalisten müssen mit „finanzieller und beruflicher Unsicherheit“⁶⁹ leben.

Vorwiegend ist der Medizinjournalist für Fachzeitschriften und überregionale Zeitungen tätig. Auffällig in der vorliegenden Studie ist die hohe Bedeutung von Online-Medien als Arbeitgeber für Medizinjournalisten. Diese hohe Bedeutung kann durch die Art der Online-Befragung zustande kommen. Sie entspricht allerdings dem Trend zum medizinischen Online-Journalismus. Im Rahmen der Studie „Onlinejournalisten in Deutschland“⁷⁰ wurde die zunehmende Relevanz des Onlinejournalismus festgestellt und auch das Deutsche Ärzteblatt spricht von einer wachsenden Nachfrage nach medizinischen Informationen im World Wide Web⁷¹.

Die ermittelten Rollen von Medizinjournalisten im Bezug auf PR - PR-Pragmatiker, PR-Antikritiker, PR-Skeptiker und PR-Kritiker – können als eine Form der strukturellen Kopplung von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus betrachtet werden.⁷² Die PR-Antikritiker, 29% der Medizinjournalisten, verteidigen die Öffentlichkeitsarbeit gegen alle Vorwürfe seitens der PR-Kollegen, aber nutzen kaum PR-Material. Der größte Teil der Medizinjournalisten, die PR-Kritiker (34%), betrachtet die PR nicht nur als überflüssig, sondern sieht in ihr geradezu eine Gefahr. Unter den Medizinjournalisten befinden sich weniger PR-Skeptiker (18%) als unter den Durchschnittsjournalisten. Sie

⁶⁸ Hertwig (2002) S. 1

⁶⁹ Hertwig (2002) S. 1

⁷⁰ Löffelholz (2003) S. 1

⁷¹ Scherbaum (2001) S. 13

⁷² Löffelholz (1997) S. 206

halten die PR-Produkte zwar nicht für gefährlich, aber für unbrauchbar und überflüssig. Auch die PR-Pragmatiker (19%), die der Öffentlichkeitsarbeit positiv gegenüber eingestellt sind, sind in der vorliegenden Studie weniger stark vertreten, als im Durchschnittsjournalismus. Nur 19% der Medizinjournalisten sehen in Pressemitteilungen hilfreiche Informationen, die gut aufbereitet, gern von ihnen verwendet werden, weil sie Zeit sparen.

Die Medizinjournalisten distanzieren sich also zu 81% von PR-Angeboten und gehen somit kritischer mit der Öffentlichkeitsarbeit um als der Durchschnittsjournalist. „Diese Rollendifferenzierung belegt, dass Öffentlichkeitsarbeit keineswegs pauschal mit dem Journalismus gekoppelt ist.“⁷³

„Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit betreiben ihr eigenes Spiel mit eigenen Spielregeln. Sie beeinflussen die Spielregeln des jeweils anderen – allerdings um den Preis, dass sich dadurch ihre eigenen Regeln ändern.“⁷⁴ Die vorliegende Untersuchung unterstreicht, dass Public Relations bei der Initiierung eines Themas, der Recherche und bereits auch als Tätigkeitsfeld eine hohe Bedeutung bei den Journalisten hat. Die PR'ler versuchen, den Erwartungen der Journalisten zu entsprechen und die Journalisten nehmen den Einfluss, den sie der Öffentlichkeitsarbeit damit zubilligen, in Kauf.

Die Interdependenzen zwischen Journalismus und PR mögen zunehmend sein, beide Systeme sind jedoch nicht existenziell aufeinander angewiesen. Das Erreichen der Zielgruppen kann die PR auch ohne den Journalismus bewerkstelligen⁷⁵. Der Journalismus, so verdeutlicht die vorliegende Studie, ist strukturell von der PR nicht notwendigerweise abhängig, denn es gibt beispielsweise Alternativen bei der Themeninitiierung und der Recherche. Der Journalismus könnte seine Funktion also auch ohne Öffentlichkeitsarbeit erfüllen.

Eine neue Dimension eröffnet sich exemplarisch bei den Medizinjournalisten. Wenn sie als freie Journalisten arbeiten, sind sie quasi auf die PR als zusätzliches Tätigkeitsfeld angewiesen. Ein derartiger Zusammenhang blieb in der bisherigen theoretischen

⁷³ Löffelholz (1997) S. 206

⁷⁴ Hoffjann (2001) S. 238

⁷⁵ Dies zu behandeln, war allerdings nicht Gegenstand dieser Arbeit.

Forschung unbeachtet, verspricht aber interessante Erkenntnisse über diese Art der Interdependenz bzw. Intereffikation von Journalismus und PR.

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung sprechen also für eine bestehende Autonomie des Journalismus. Es werden allerdings Ressourcen benötigt, die diese Autonomie auch zukünftig sicherstellen. Das faktische Ungleichgewicht der finanziellen Ressourcen und das zunehmende personelle Ungleichgewicht stellen eine Bedrohung, nicht nur für den Medizinjournalismus, dar.

Quellenverzeichnis

Quellenverzeichnis

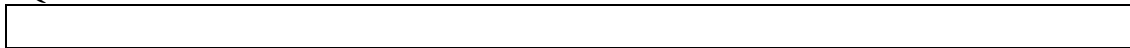
Bücher

- Baerns, Barbara Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem: Köln, 1985
- Baerns, Barbara Wissenschaftsjournalismus und Öffentlichkeitsarbeit In: Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.): Wissenschaftsjournalismus und Öffentlichkeitsarbeit. Tagungsbericht zum 3. Colloquium Wissenschaftsjournalismus vom 4./5. November 1988 in Berlin: Gerlingen, 1990
- Bentele, Günter / Liebert, Tobias/ Seeling, Stefan: Von der Determination zu Intereffikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus In: Bentele, Günter, Michael Haller (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure, Strukturen, Veränderungen: Konstanz, 1997
- Binder, Elisabeth Die Entstehung unternehmerischer Public Relations in der Bundesrepublik Deutschland: Münster, 1983
- Blöbaum, Bernd Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung: Opladen, 1994
- Böckelmann, Frank Journalismus als Beruf. Bilanz der Kommunikatorforschung im deutschsprachigen Raum 1945 – 1990: Konstanz, 1993
- Brendel, Detlef; Grobe, Bernd E.: Journalistisches Grundwissen. Darstellung der Formen und Mittel journalistischer

Quellenverzeichnis

	Arbeit und Einführung in die Anwendung empirischer Daten in den Massenmedien: München, 1976
Dorer, Johanna	/ Klaus, Lojka (Hrsg.) Öffentlichkeitsarbeit: Wien, 1991
Dovivat, Emil	Journalismus In: Handbuch der Zeitungswissenschaft, Bd. 2 1940 Leipzig
Fischer, Heinz-Dietrich	(Hrsg.) Handbuch der Medizinkommunikation: Köln, 1988
Friedrichs, Jürgen	Methoden empirischer Sozialforschung: Opladen, 1990
Göpfert, Winfried	/Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.) Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis: München, 1996
Göpfert, Winfried	Wissenschaftsjournalismus innerhalb des Fachjournalismus In: Deutscher Fachjournalisten-Verband (Hrsg.) Fachjournalismus Expertenwissen professionell vermitteln: Konstanz, 2004
Grossenbacher, René	Hat die „vierte Gewalt“ ausgedient? Zur Beziehung zwischen Public Relations und Medien. In: Dorer, Johanna / Klaus, Lojka Öffentlichkeitsarbeit: Wien, 1991
Haedrich, Günther	Public Relations im System des strategischen Managements. In: Avenarius, Horst/ Ambrecht, Wolfgang (Hrsg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung: Opladen, 1992
Hazleton, Vincent	Toward a Systems Theory of Public Relations. In: Avenarius, Horst/ Ambrecht, Wolfgang (Hrsg.): Ist Public Relations eine Wissenschaft? Eine Einführung: Opladen, 1992

Quellenverzeichnis



- Hoffjann, Olaf Journalismus und Public Relations: Wiesbaden, 2001
- Hömberg, Walter Journalisten als Mittler der Wissenschaft. Anmerkungen zum sozialen Profil, zur beruflichen Tätigkeit und zum Rollenbild von Journalisten und Wissenschaftsjournalisten. In: Flöhl, Rainer/Fricke, Jürgen (Hrsg.) Moral und Verantwortung in der Wissenschaftsvermittlung. Die Aufgabe von Wissenschaftler und Journalist: Mainz, 1987
- Hömberg, Walter Expansion und Differenzierung. Journalismus und Journalistenausbildung in den vergangenen drei Jahrzehnten. In: Altmeyden, Klaus-Dieter (Hrsg.) Journalistenausbildung für eine veränderte Medienwelt. Diagnosen, Institutionen, Projekte: Wiesbaden, 2002
- Kohring, Matthias Die Funktion des Wissenschaftsjournalismus. Ein system theoretischer Entwurf: Opladen, 1997
- Kohtes Klewes GmbH (Hrsg) PR und Journalismus Eine Befragung von Journalisten und PR-Fachleuten: Bonn, 2000
- Koolwijk, Jürgen van (Hrsg.) Techniken der empirischen Sozialforschung. Band 4 Erhebungsmethoden Die Befragung: München, 1974
- Koszyk, Kurt /Pruys, Karl-Hugo (Hrsg.): Handbuch der Massenkommunikation: München, 1981
- Kroll, Jens Presse Taschenbuch Gesundheit 2002/03: Leverkusen, 2002
- Kromrey, Helmut Empirische Sozialforschung. 6. Auflage: Opladen, 1994

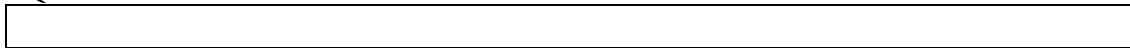
Quellenverzeichnis

Löffelholz, Martin	Dimensionen struktureller Kopplung von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus In: Bentele, Günter, Michael Haller (Hrsg.) Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure, Strukturen, Veränderungen: Konstanz, 1997
Löffelholz, Martin	Die Öffnung der „black box“ – was Theorien zum Verständnis von Politik- und Wirtschaftsjournalismus und deren Beziehungen zur Öffentlichkeitsarbeit beitragen In: Rolke, Lothar (Hrsg.) Die Meinungsmacher in der Mediengesellschaft : Deutschlands Kommunikationseliten aus der Innensicht: Wiesbaden, 2003
Luhmann, Niklas	Die Realität der Massenmedien: Opladen, 1996
Manfredi, Mary Pat	/Convington, Tim R. The role of self-care and nonprescription drug therapy in managing illness: the Rx-to-OTC switch movement. In: Nash, David/Manfredi, Mary Pat/Bozarth Barbara/ Howell, Susan (Hrsg.) Connecting with the new Healthcare Consumer: New York, 1995
Marcinkowski, Frank	Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massemedien: Opladen, 1993
Merten, Klaus	Inszenierung von Alltag. Kommunikation, Massenkommunikation, Medien In: Merten, Klaus, Schmidt, S. J. und Weischenberg, Siegfried Fundkolleg: Medien und Kommunikation. Konstruktionen von Wirklichkeit, Studienbrief 1: Weinheim und Basel, 1990
Merten, Klaus	(Hrsg.) Das Handwörterbuch der PR (Band 1 & 2), 2000

Quellenverzeichnis

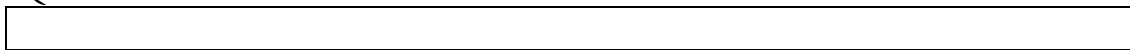
Möhring, Wiebke	Die Befragung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft: Wiesbaden, 2003
Postina, Thomas	Ist PR-Journalismus schlechterer Journalismus?: Berlin, 2002
Prinzing, Marlies	Zum Wohle des Patienten? Perspektiven einer zukunftsorientierten Kommunikationskultur zum Themenfeld Gesundheit. In: Netzwerk Gesundheitskommunikation Tagung „Medien und Gesundheitskommunikation“ Book of Abstracts, 2003
Prutz, Robert E.	Geschichte des deutschen Journalismus, Erster Teil, Faksimiledruck nach der 1. Auflage. In: Weischenberg, Siegfried: Journalistik Bd. 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen: Opladen, 1992
Richter, Hans-Jürgen	Die Strategie schriftlicher Massenbefragungen: Bad Harzburg, 1970
Roegele, Otto B.	Warum so viele Journalisten glückliche Menschen sind In: H. Baier et al. (Hrsg.) Öffentliche Meinung und sozialer Wandel: Opladen, 1981
Rolke, Lothar	Journalisten und PR-Manager – eine antagonistische Partnerschaft mit offener Zukunft In: Rolke, Lothar (Hrsg.) Die Meinungsmacher in der Mediengesellschaft : Deutschlands Kommunikationseliten aus der Innensicht: Wiesbaden, 2003
Ronneberger, F.	/Rühl, M. Theorie der Public Relations: Ein Entwurf: Opladen, 1992
Rühl, Manfred	Journalismus und Gesellschaft: Mainz, 1980

Quellenverzeichnis



- Ruß-Mohl, Stephan Spoonfeeding, Spinning, Whistleblowing. Beispiel USA: Wie sich die Machtbalance zwischen PR und Journalismus verschiebt In: Rolke, Lothar, Volker Wolff (Hrsg.) Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden: Opladen/Wiesbaden, 1999
- Ruß-Mohl, Stephan Medien auf der Bühne von Medien. Zur Zukunft von Medienjournalismus und Medien-PR«, Berlin, 2000 (Mitherausgeberin: Susanne Fengler)
- Schanne, Michael „Theorie“ für die „Praxis“. Eine kommentierte Bibliographie In: Göpfert, Winfried / Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.) Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis: München, 1996
- Schimank, Uwe Theorien gesellschaftlicher Differenzierung: Opladen, 2000
- Scholl, Armin /Weischenbeg, Siegfried Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie, Empirie: Opladen, 1998
- Scholl, Armin Die Befragung: Konstanz, 2003
- Schweda, Claudia / Opherden, Rainer Journalismus und Public Relations. Grenzbeziehungen im System lokaler politischer Kommunikation: Wiesbaden, 1995
- Signitzer, Benno Theorie der Public Relations In: Burkart, Roland/Hömberg, Walter (Hrsg.): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung: Wien, 1992
- Stamm, Ursula Recherchemethoden von Wissenschaftsjournalisten und –journalistinnen: Berlin, 1995

Quellenverzeichnis

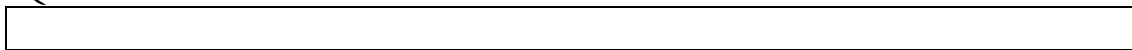


- Stamm, Ursula II Recherchemethoden von Wissenschaftsjournalisten und –
journalistinnen. Forschungsbericht Berlin 1995
- Tiberius, Victor A. Teichmann/René Fachjournalismus: Definition und
Abgrenzung zum Allround-Journalismus In: Deutscher
Fachjournalisten-Verband (Hrsg.) Fachjournalismus
Expertenwissen professionell vermitteln: Konstanz, 2004
- Weischenberg, Siegfried Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis.
Band 2.: Opladen, 1995
- Weischenberg, Siegfried; Altmeppen, Klaus-Dieter; Löffelholz, Martin Die
Zukunft des Journalismus. Technologische, ökonomische
und redaktionelle Trends: Opladen, 1994
- Weischenberg, Siegfried Journalismus als soziales System. In: Merten, Klaus/
Schmidt, Siegfried J./ Weischenberg, Siegfried (Hrsg.):
Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die
Kommunikationswissenschaft: Opladen, 1994
- Woff, Xenia Wissenschaftsjournalisten und ihre Verbände. Berlin
2003

Zeitschriften

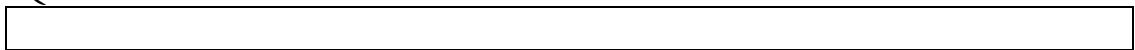
- Baerns, Barbara Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer
Informationsleistungen. Thesen zur realistischen
Beschreibung von Medieninhalten.
In: Publizistik, 24. Jg., S. 301 – 316

Quellenverzeichnis



- Barth, Henrike /Donsbach, Wolfgang: Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber Public Relations. Fallstudie am Beispiel von Pressekonferenzen zu Umweltthemen.
In: Publizistik, 37. Jg. 1992, S. 151 –165
- BAW-Studie „Medienstandorte“ Institut für Wirtschaftsforschung GmbH
In: Raumforschung und Raumordnung Heft 5-6/2001, S. 412 – 426
- Davidson, Phillips W. The Third Person-Effect in Communication
In: Public Opinion Quaterly, 47/1983, S. 1 – 15
- Dernbach, Beatrice Von der „Determination“ zur „Intereffikation“.
In: PR Forum, Heft 2, S. 62 - 65
- Fröhlich, Romy Quantitativer Einfluss von Pressearbeit auf die Berichterstattung. Die „geheime Verführung“ der Presse?
In Publizistik, 37. Jg. 1992, S. 37 – 49
- Göpfert, Winfried Klinische Fälle. Arbeit von Medizinjournalisten
In: Journalist 2/97, S. 12 - 21
- Göpfert, Winfried Am Tropf der Industrie
In: Message 4/2003, S. 54 - 59
- Hoofacker, Gabriele Objektiv oder käuflich? Was Journalisten und PR-Leute voneinander halten.
In: Presseclub-Magazin 2002
- Journalisten-Trends 2003 Das Verhältnis von fachjournalisten zur Gesundheits-PR
In: PR Magazin 9/2003
- Kramarz, Susanna Unterm Mikroskop

Quellenverzeichnis



- In: Journalist 2/97
- Löffelholz, Martin; Quandt, Thorsten; Hanitzsch, Thomas; Altmeppen, Klaus-Dieter Onlinejournalisten in Deutschland
In: Media Perspektiven 10/ 2003
- Rossmann, Torsten Öffentlichkeitsarbeit und ihr Einfluss auf die Medien.
Beispiel Greenpeace.
In Media Perspektiven 2/1993, S. 85 – 94
- Ruß-Mohl (I), Stephan Geheime Verführer
In: taz 23.05. 2000
- Ruß-Mohl, Stephan Was Journalisten lesen
In: Neue Züricher Zeitung 28.05.2004
- Saffarina, Pierre A. Determiniert Öffentlichkeitsarbeit tatsächlich den Journalismus?
In: Publizistik, 38 Jg. 1993, S. 412 - 425
- Sarcinelli, Ulrich Massenmedien und Politikvermittlung. Eine Problem und Forschungsskizze.
In: Rundfunk und Fernsehen, 39, 4, S. 469 – 486
- Scharf, Wilfried Public Relations in der Bundesrepublik Deutschland – ein kritischer Überblick über die gegenwärtig maßgebenden Ansichten
In: Publizistik, 16, 1971
- Scherbaum, Werner A.; Bachring, Thomas; Danwitz, Frank von Medizinische Informationen im Internet: Initiativen zur Qualitätssicherung
In: Deutsches Ärzteblatt 98, 41/2001

Quellenverzeichnis

- | | |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Schneider, Beate | Schönbach, Klaus, Stürzebecher, Dieter: Westdeutsche Journalisten im Vergleich: jung, professionell und mit Spaß an der Arbeit
In: Publizistik (1993) 38. Jahrgang S. 5 – 30 |
| Steigert, Annette | Laptop statt Stethoskop – Medizinjournalismus
In: Via medici 3/97 |
| Weischenberg, Siegfried | Löffelholz, Martin; Scholl, Armin Journalisten in Deutschland: Was sie denken und wie sie arbeiten.
In: Sage & Schreibe 1994 April Spezial |
| Westerbarbey, Joachim | Journalismus und Öffentlichkeit. Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpenetration
In: Publizistik, 40, 2 S. 152 – 162 |
| Zimmermann, Olaf | Schlaglichter auf die soziale Lage von Künstlerinnen und Künstlern Enquete-Kommission „Kultur in Deutschland“ K-DRS.15/009 |

Internet

- | | |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Arbeitskreis der
Medizinpublizisten(I) | Klub der Wissenschaftsjournalisten Standards für
Medizin- und Wissenschaftsjournalisten
http://www.medizinpublizisten.de/publikationen1.html
08. 04. 2004 |
| Arbeitskreis der
Medizinpublizisten(II) | Klub der Wissenschaftsjournalisten Wissenschafts- und
Medizinjournalismus als Beruf
http://www.medizinpublizisten.de/publikationen2.html |

Quellenverzeichnis

--

08. 04. 2004

Bentele, Günter In: Gabriele Hoofacker Lassen sich Journalisten durch
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beeinflussen?
<http://www.journalistenakademie.de/lesepr/mm120.htm>
10. 02. 2004

Branahl, Udo Presserecht
[http://www.ihk-
koeln.de/Service/Presse/Anlagen/MerkblattPresserecht.
pdf](http://www.ihk-koeln.de/Service/Presse/Anlagen/MerkblattPresserecht.pdf) 02. 07. 2004

DJV Journalist/in werden: Berufsbild
<http://www.djv.de/journalist/berufsbild/index.shtml>
17. 08. 2004

Einladung zur Jahrestagung des VDMJ(2004)
<http://www.vdmj.de> 17. 08. 2004

Göpfert, Winfried Unter der Lupe: „Berufsverbände ohne persönlichen
Nutzen?“
[www.wissenschafts-pressekonferenz.de/cgi-
bin/WebObjects/WPKCMS.woa](http://www.wissenschafts-pressekonferenz.de/cgi-bin/WebObjects/WPKCMS.woa) 15. 07. 2004

Hertwig, Sabine Flexibel arbeiten – Freie Mitarbeit hat nicht nur Vorteile
vom 21. 05. 2002
www.jobpilot.de/content/journal/flexibel/freiema.html
15.07. 2004

Hoofacker, Gabriele Lassen sich Journalisten durch Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit beeinflussen?
<http://www.journalistenakademie.de/lesepr/mm120.htm>
10. 02. 2004

Quellenverzeichnis

--

- Media Studie 2002 media studie 2002 – Journalisten online die Folgestudie
<http://www.newsaktuell.de/> 28. 07. 2004
- MedienCity Ethik-Streit zwingt Medizinjournalisten-Vorsitzende zum
Rücktritt vom 07.12.2003
<http://www.mediencity.de/index.php?art> 12. 07. 2004

