

Inhalt

Einführung	7
------------	---

Teil I: Presse

Linards Udris und Jens Lucht

Öffentliche Kommunikation im Umbruch? Wandel der Medienstrukturen und Medieninhalte in ländervergleichender und diachroner Perspektive	17
--	----

Birgit Stark und Melanie Magin

Willkommen im „neuen Österreich“! Wolfgang Fellners Vision einer Zeitung für die „moderne gebildete Mitte“	41
--	----

Piet Bakker and Josef Seethaler

Supporting Concentration or Promoting Diversity? The Impact of Free Dailies on the Austrian Newspaper Market	67
--	----

Angela Fritz und Johanna Grüblbauer

Geschäftsmodelle von Wochenzeitungen in lokalen Märkten	81
---	----

Teil II: Rundfunk

Patrick Segalla

Das österreichische Rundfunkrecht und die duale Rundfunkordnung	105
---	-----

Christina Ortner, Ingrid Paus-Hasebrink und Alois Pluschkowitz

Die Digitalisierung der Fernsehübertragung als Herausforderung für den Österreichischen Rundfunk	127
--	-----

Thomas Steinmaurer

Übergebührlischer Rundfunk? Zum Einfluss der EU-Wettbewerbspolitik auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk	147
--	-----

<i>Julia Wippersberg</i> Mobiles Fernsehen in Österreich	169
---	-----

Teil III: Internet

<i>Birgit Stark und Uta Rußmann</i> Soziale Ungleichheit im Internetzeitalter – Entwicklungstendenzen der Internetnutzung von 1999 bis 2007	191
--	-----

Teil IV: Journalismus

<i>Roman Hummel und Susanne Kassel</i> Strukturdatenanalyse der Entwicklung des österreichischen Journalismus (1946–2008)	219
--	-----

<i>Daniela Kraus</i> Journalisten und Journalistinnen in Österreich: Merkmale und Einstellungen	239
--	-----

<i>Andy Kaltenbrunner, Klaus Meier, José A. Garcia Avilés, Daniela Kraus und Miguel Carvajal</i> Newsroom-Konvergenz in Tageszeitungen im internationalen Vergleich	261
--	-----

Teil V: Medienpolitik

<i>Paul Murschetz</i> Examining Effects of Public Financial Subsidies to Daily Newspapers in Europe – Do They Avoid Market Failure?	295
--	-----

<i>Franziska Weder und Matthias Karmasin</i> Österreichische Medienunternehmen in der Verantwortung. Selbstregulierung als Antwort auf die Frage nach der gesellschaftlichen Verantwortung (CSR) von Medienunternehmen	321
---	-----

Abstracts	347
-----------	-----

Autorinnen und Autoren	355
------------------------	-----