

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
Leonard Novy, Jan Krone und Christoph Kappes	
Teil I Technologie, Gesellschaft, Markt & Politik im Medienwandel	
Das Internet nach dem Internet – Eine persönliche Anamnese	9
Michael Seemann	
Rise Of The Bots	15
Sonja Kollerus	
Alarmismus oder nur eine Frage der Zeit: Platzt die zweite Dot.com-Blase?	21
Till Wäscher	
Wer Wachstumsunternehmen nicht versteht, kann Wachstumsmärkte nicht von Blasen unterscheiden	25
Marcel Weiß	
An Politiker, die einen europäischen Internetgroßkonzern fordern.	29
Martin Oetting	
Überwachung und Exzess.	33
Thymian Bussemer	
Konturen einer Konter-Revolution: Krieg der Daten gegen die Kommunikation	45
Felix Stalder	

v

Geheimniskrämer: Warum wir uns sorgen	51
David Schraven	
Freiheit in den Zeiten der Statistik	59
Kai Biermann	
Eine „Charta der Grundrechte für die digitale Zeit“, und warum wir sie brauchen.	67
Sebastian Leuschner	
Das Facebookariat übernimmt: Demokratie jenseits der Parteien?	75
Stefan Heidenreich	
Wozu braucht es noch Bibliotheken?	79
Leonard Novy	
Was bleibt, ist ein Mixtape.	87
Eva Flecken	
Teil II Ausfaltung von Kommunikationsoptionen	
Warum die SMS trotz Nutzungsrückgang nicht stirbt	93
Daniel Kuhn	
Druckstückfremdeln.	97
Christoph Kappes	
Mythos Filterblase	101
Ben Thies	
Echokammern sind nicht harmlos	105
Ulf J. Froitzheim	
Sieben Jahre Hassliebe zu Google, Facebook und Co.	109
Adriana Radu	
Empört Euch.	113
tante (Jürgen Geuter)	
Die Mediatisierungsneurose.	117
Richard Meng	
Warum Click-Aktivismus etwas ändern kann	121
Till Westermayer	

Verantwortung durch Reichweite	125
Lisa Haala	
Was hilft mir das Recht auf Vergessen, wenn ich nicht für mich sein kann?	129
Maximilian Steinbeis	
Snowden-Leaks & Privacy: Mehr Bewusstsein und mehr Kommunikation	133
Jennifer Schindl und Jan Krone	
 Teil III Journalismus im Medienwandel	
Journalismus: Die neuen Nachrichtenkonkurrenten im Netz	141
Martin Hoffmann	
Gesellschaftliche Selbstverständigung jenseits der Filterblasen	147
Maja Malik	
Nach dem Text: Facebook und die De-Institutionalisierung des Journalismus	151
Stefan Schulz	
Breaking News: 23 Thesen	163
Jessica Binsch, Ole Reißmann und Hakan Tanriverdi	
Auf dem Prüfstand. Was will eigentlich Journalismus?	181
Otfried Jarren	
Medienkritik-BINGO #1: Katastrophe, Lust, Gier, Aufklärung, Pferde, Restzweifel, Erregungszyklen, Empörung, Druck, Karthasis	189
Annette Baumkreuz	
Warum ich an einem Snapchat-Format arbeite	193
Jannis Kucharz	
Wir brauchen keinen Darsteller-Journalismus	197
Hardy Prothmann	
#Heftigstyle: Bitte hört auf mit der Prostitution	203
Tobias Gillen	

Zwischen Information und Unterhaltung: Publizistische Divergenz in der Medienkonvergenz.	209
Jan Krone	
Content essen Seele auf.	215
Alf Frommer	
Der Journalismus im Internet ist eine Enttäuschung. Denn damit Du diesen Text liest, brauchst Du so eine Schlagzeile.	219
Ronnie Grob	
Die Klickzahlen-Falle	223
Silke Fürst	
Abgrund des Journalismus: Wie funktioniert die wichtigste Informationsquelle der Digital Natives?	227
Hannah Schraven	
Warum ich als Journalist nur noch die Monster füttere.	233
Martin Giesler	
Drei Gründe, warum das Internet für Journalisten möglicherweise keine Verbesserung ist, für viele andere aber schon	239
Antje Schrupp	
Plädoyer für einen Kampagnenjournalismus.	243
Lorenz Lorenz-Meyer	
Die Journalismus-Krise ist eine Krise seiner Umwelt	247
Christoph Kappes	
Zur Umweltkrise des Journalismus.	257
Fritz Iversen	
Datenjournalismus 2015: Ein Rückblick	261
Lorenz Matzat	
Wissenschaftsjournalismus: Von der Aufmerksamkeits- zur Desinformationsökonomie	265
Stephan Ruß-Mohl	
„Serial“ – Ein Podcast erobert die Welt	275
Leonard Novy	

Fernsehen aus der Zeitkapsel: RTL ist kreativ bankrott	279
Leonard Novy	

Teil IV Medienwirtschaft im Wandel

Titanenkämpfe	285
Christoph Kappes	

Medienmarken im Facebook-Kiosk	291
Juliane Lischka und Isabelle Krebs	

Die Facebook-Lüge	297
Stefan Schulz	

Auf der Suche nach neuen Waffen: Überwachung, Commons und die Kultur der Digitalität	303
Felix Stalder	

Besser reden mit unseren Lesern	309
Stefan Plöchingner	

No Comment – Wer leistet die Verdichtung	321
Christoph Kappes	

Suche: Qualitätsjournalismus im Netz, biete: Geld	335
Sebastian Baumer	

Warum die Diskussion pro und contra Adblocker unsinnig ist	339
Thomas Stadler	

Zeitungsverlage und Wirtschaftsjournalismus: Die Grenzen der Diversifikation	341
Jan Krone	

Jenseits von Hype und Ernüchterung: Zwei Gesichter der „Sharing Economy“	347
Leonhard Dobusch	

Crowdwashing	353
tante (Jürgen Geuter)	

Warum ich die Krautreporter unterstütze	357
Thierry Chervel	

Sechs übellaunige Bemerkungen zu den Krautreportern	363
Christoph Kappes	
Die Krautreporter: Kritik der Kritiker	369
Kai Schächtele	
Drei Gründe, warum ich nicht an den Erfolg von Paywalls glaube	373
Stephan Goldmann	
Paid Content für Verlage: Indirekte Erlösmodelle via Infrastruktur-Netzbetreiber	377
Johanna Grüblbauer und Jan Krone	
Wollen Sie diese News-App wirklich löschen?	383
Jörgen Camrath	
Unternehmenskommunikation auf Facebook – ein Geschäft mit Unsicherheiten	391
Christoph Kappes	
Teil V Regulierung im Medienwandel	
Informationelle Selbstzertrümmerung	403
Michael Seemann	
Sechs Thesen zur Vorratsdatenspeicherung aus politikwissenschaftlicher Sicht	409
Lars Bretthauer	
Das Recht auf Vergessen: Löschverfahren mit Bedacht regulieren	413
Tabea Rößner	
Muss Facebook stärker gegen rassistische Postings vorgehen?	417
Thomas Stadler	
Medienkompetenz neu lernen	421
Thomas Levermann	
Blogger im Bundestag: Ein Hauch von Transparenz	425
Tobias Schwarz	
Transparenz und Partizipation	429
Christian Herzog und Hanno Beck	

Digitales Gemeinwohl durch faire Datenpolitik.	435
Małgorzata Steiner	
Diese Verjüngungskur muss scheitern	439
Hermann Rotermund	
Netzneutralität in der EU: Wiedervorlage 2015	443
Jan Krone und Tassilo Pellegrini	