

INHALTSVERZEICHNIS

Werner A. Meier, Josef Trappel, Heinz Bonfadelli

Einleitung und Einführung

Die Medienkrise als Forschungsprogramm7

Werner A. Meier

Die Medienkrise als publizistikwissenschaftliche Herausforderung11

ERSTER TEIL: MEDIEN UND JOURNALISMUS IN DER KRISE

Philomen Schönhagen, Dominique Bourgeois

Journalistisches Handeln im Kontext des Strukturwandels

der Medienlandschaft und der Finanzkrise45

Kurt Imhof

Krise des Informationsjournalismus69

Martina Leonarz

Regionen ohne Zeitung?

Zur aktuellen Situation der Regionalberichterstattung in der Schweiz ...81

Patrik Ettinger

Öffentlichkeitsverlust des Parlaments durch die Medienkrise?109

Helen Brügger

Held oder Hofnarr?

Medienjournalismus und Marktdenken – ein Widerspruch129

ZWEITER TEIL: DAS DOMINANTE GESCHÄFTSMODELL IN DER KRISE ,

Matthias Künzler

Tageszeitungen in der Krise!? Eine historische Sicht143

Gabriele Siegert, Ulrike Mellmann, Stephanie Kienzler, Juliane Lischka

Wirtschaftskrise – Werbewirtschaftskrise – Medienkrise?

Konjunkturell und strukturell bedingte Veränderungen der

Werbewirtschaft und ihre Folgen für die Medien161

Cinzia Dal Zotto, Edwina Dichamp, Christoph Sommer*Alte Rezepte und neue Geschäftsmodelle**Die Medienkrise aus Sicht der Verlage189***DRITTER TEIL: DAS PUBLIKUM IN DER KRISE****Jesse Bächler, Heinz Bonfadelli***Medienrepertoires als Fiebertmesser der Fragmentierung**Wann kann von einer „Publikumskrise“ gesprochen werden?211***Sven Engesser***Mit „Nachrichtenfallen“ gegen die Krise der Leitmedien**Ein essayistisches Plädoyer239***VIERTER TEIL: MEDIENPOLITIK UND MEDIENKRISE****Vinzenz Wyss***Die Krise des professionellen Journalismus**aus der Sicht des Qualitätsmanagements255***Josef Trappel***Baustellen der Medienpolitik**Die Krisenfolgen im Medienpolitikdiskurs277***Manuel Puppis***Öffentliche Finanzierung als Antwort auf die Medienkrise?297***Pascal Zwicky***Von den „Alternativen“ lernen**Medienkrise, Alternative Medien und Gesellschaftswandel313***Über die Autorinnen und Autoren333**