

# Inhalt

Vorwort .....	V
---------------	---

## 1 Wandel von Rahmenbedingungen für Produktion und Ausbildung

1.1 Technische Innovationen und trimedialer Journalismus Untersucht am Transformationsprozess des Bayerischen Rundfunks .....	1
<i>Melanie Verhovnik, Isabel Bracker und Klaus Meier</i>	
1.2 Bessere oder schlechtere Recherche dank Technik? Aktuelle Befragungsstudie zum Einfluss technischer Innovationen auf Arbeitspraktiken von Journalisten im deutschsprachigen Raum ...	20
<i>Holger Sievert und Kathi Preppner</i>	
1.3 Online-Journalisten – wer, wie, was, und wenn ja, wie viele? Versuch einer Beschreibung als Basis für Curricula im Online- Journalismus .....	34
<i>Gabriele Hooffacker und Peter Lokk</i>	

## 2 Neue Darstellungsformen im stationären und mobilen Internet

2.1 Journalismus zum Spielen: Newsgames als neues digitales Genre. Theoretische Verortung und explorative Nutzungsstudie .....	47
<i>Klaus Meier</i>	

2.2	Die Usability neuer Darstellungsformen im digitalen Journalismus .....	62
	<i>Alexander Godulla und Cornelia Wolf</i>	
2.3	Qualität journalistischer Tablet-Angebote .....	76
	<i>Manon Gadesmann</i>	
2.4	Breaking News: Interaktion durch Crowdsourcing im episodischen Kurzfilm .....	97
	<i>Martin Blum, Benjamin Schmidt</i>	

### 3 Trends im Social und Mobile TV

3.1	Der Fall #Tatort: Studie zum Einfluss der Social-TV-Nutzung auf die Sendungsbewertung .....	115
	<i>Lisa Merten</i>	
3.2	Partizipativer Lokaljournalismus im TV-Bereich. Entwicklung eines Schichtenmodells und Untersuchung der Motive für die Beteiligung an lokaljournalistischen Plattformen .....	129
	<i>René Welz, Gabriele Hooffacker, Uwe Kulisch, Juliane Datko und Tobias Thiergen</i>	
3.3	Technische Innovationen im lokalen Fernsehjournalismus .....	151
	<i>Sebastian Gomon, Gabriele Hooffacker, Verena Einwich, Marco Niebling-Gau</i>	
3.4	Streaming-Journalismus: Nutzung, Inhalte und Potenziale .....	163
	<i>Matthias Degen, Andreas Köhler und Ralf Spiller</i>	
3.5	11 Freunde auf First- und Second-Screens – Mobile Angebote und deren Rezeption zur Fußball-WM 2014 .....	177
	<i>Verena Waßink und Sonja Kretzschmar</i>	

**4 Herausforderungen und neue Lösungsansätze für die strategische Kommunikation**

- 4.1 Der Boom des Content Marketing: Gefährliche Konkurrenz für den Technikjournalismus? ..... 191  
*Lutz Frühbrodt*
- 4.2 Bewegtbild vs. Text: Die Rolle der Darbietungsform für die Verständlichkeit und Akzeptanz von technischen Innovationen ..... 205  
*Ulrich Föhl und Simone Huck-Sandhu*
- 4.3 Klasse statt Masse: Über die Entwicklung des Mitarbeiter-Segmentierungs-Modells der internen Unternehmenskommunikation ..... 219  
*Juliane Kiesenbauer und Sebastian Käßler*

**5 Ansätze und Methoden zur Messung veränderter Mediennutzung**

- 5.1 Surveys go mobile: Experience Sampling Method als methodischer Ansatz für mobile Rezeptionssituationen ..... 247  
*Stephan Oliver Görland*
- 5.2 Stabilität und Wandel von täglichen Medienrepertoires ..... 259  
*Gisela Reiter, Nicole Gonser, Markus Grammel und Johann Gründl*
- 5.3 Werbespots vs. Product Placement. Eyetracking-Analysen zur Rezeption von Fernsehwerbung ..... 274  
*Ulrich Nikolaus, Nadja Werner und Franziska Zimmer*
- 5.4 Postdigitale Werberezeption jenseits der Grenzen alter und neuer Werbeformate und Handlungsfelder ..... 294  
*Ute Rademacher*
- Autorinnen und Autoren ..... 307