

Inhaltsverzeichnis

Teil I Theorien der digitalen Transformation

Makromediale Transformationen	3
Niko Alm	
Strukturpolarität	23
Niko Alm	
Reflexionen der Netzgesellschaft	41
Niko Alm	
Plattformökonomie in der digitalen Transformation der Medien	67
Hamidreza Hosseini und Holger Schmidt	
Frauen als Nicht-(Mit-)Gestalterinnen der digitalen Transformation	95
Ursula Maier-Rabler	
Kommunikation statt Markt? Aspekte einer alternativen digitalen Transformation	117
Franz Nahrada und Jens Schröter	
Das Dispositif digitalisierter Expertise. Über den Einfluss der digitalen Transformation auf den Diskurs von Wirtschaftsexperten am Fallbeispiel „oekonomenstimme.org“	137
Jens Maeße und Jan Krasni	
Wie wird digitale Transformation erfolgreich gemessen? Ein Erfahrungsbericht aus der Praxis	161
Joël Krapf	
Identität – die Währung der Netzwerkgesellschaft. Eine medialitätsökonomische Perspektive	181
Yannick Palim Gotthardt	

Digitale Technologien im Museum, Paradigmenwechsel im Museum durch digitale Technologien	203
Dominik Rinnhofer	

Teil II Leitmedien im Wandel

Der Öffentlich-Rechtliche Rundfunk in der digitalen Transformation. Eine ordnungstheoretische Analyse	233
Hardy Gundlach	

Die Zukunft des ORF im digitalen Zeitalter. Drei Zukunftsszenarien und die Frage der Gebührenfinanzierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Österreich	255
Paul Clemens Murschetz	

Zur Indexierung des Rundfunkbeitrags in der digitalen Transformation	277
Christian Herzog	

Die Digitale Transformation der Werbung. Empirische Befunde zu deren Auswirkungen auf Medienunternehmen und den Journalismus in der Schweiz	297
Matthias Künzler	

Datenjournalismus: Die Transformation journalistischer Arbeitsabläufe und Produkte durch Visualisierung und Analyse von Daten	325
Robert Gutounig, Sonja Radkohl, Eva Goldgruber und Christina Stoiber	

Alles eine Frage der Verantwortung. Konvergenz der Kommunikations-Professionen in einer digitalisierten Welt	347
Franziska Weder	

Teil III Strategies of Transformation

The Music Industry in the Digital Transformation: Business Model Innovation of a Media Streaming Startup in Germany	367
Dennis M. Steininger, Steffen Wicker, and Daniel Veit	

Misinformation Campaigns. Applying Motivated Reasoning and Information Manipulation Theory to Understand the Role and Impact of Social Media in the Digital Transformation	387
Samer Al-khateeb, Rolf T. Wigand, and Nitin Agarwal	

eSports as a Digital Media Business	403
Dinara Tokbaeva, Sven-Ove Horst, and Teresa de la Hera	

Media Concentration in the Era of Digital Transformation. A Critical Economic Perspective and Implications for Media Policy	429
Paolo Sigismondi	

**Digital Transformation in Journalism: Implications of Media Convergence
for Journalists’ Work in Pakistan’s Mainstream News Media 443**
Sadia Jamil

**Liquid Communication and Mobile Devices. The “Tethered Self” in
Times of the Digital Transformation 459**
Ana Serrano Tellería

TikTok und Verlagsunternehmen – nichts ist unmöglich 479
Mike Friedrichsen

Stichwortverzeichnis 499