

Vorwort	9
I. Rundfunk	11
<i>Wolf-Dieter Ring</i> Neue Medien in Bayern: Der Standort Nürnberg	13
<i>Eva Kühnhold</i> Aufgaben regionaler Fernsehprogramme in Bayern	27
<i>Jens Wolling</i> Regionales im Radio	45
<i>Josef Hintermeier</i> Lokaler Rundfunk in Sachsen – auf der Suche nach seinen Märkten	65
<i>Otto Altendorfer</i> Rundfunk in der DDR-Provinz	81
<i>Ute Nawratil</i> Zwei Jahrzehnte privates Fernsehen	97
II. Presse	111
<i>Robert L. Stevenson</i> Nachrichten im postmedialen Zeitalter	113
<i>Romy Fröhlich, Nicola Pointner, Jeffrey Wimmer</i> Eine Medienbranche unter der Medienlupe	125
<i>Manuela Köstner</i> Journalistische Strategien der Wertevermittlung im medialen Sport	147
III. Mediennutzung	159
<i>Michael Meyen</i> Mediennutzung und Medienbewertung in der Nachkriegszeit	161
<i>Christian Schneiderbauer, Gertraud Wutz</i> Fernsehprogrammwahl – Eine Typsache	179
<i>Petra Taubert</i> Auf der Datenautobahn in die Erlebnisgesellschaft?	203

IV. Kommunikationspolitik	233
<i>Ingo Friedrich</i> Europa im 21. Jahrhundert	235
<i>Senta Pfaff</i> Autonomie, Vielfalt, Ausgewogenheit	245
<i>Hans Wagner</i> Der marginalisierte Rundfunkrat	273
V. Medienökonomie	307
<i>Michael Keller</i> Die unterschätzte Werbezeit	309
<i>Jörg-Oliver Ecke</i> Personal Video Rekorder: Herausforderung für die klassische TV-Werbung?	331
<i>Wolfram Peiser</i> Zum Wettbewerb zwischen dem Internet und den älteren Massenmedien	339
<i>Hans-Bernd Brosius</i> Art und Funktion von WWW-Adressen in der Anzeigenwerbung	353
<i>Ulla Meister, Holger Meister</i> Wettbewerbsvorteil durch Kundenzufriedenheit im Medienbereich	365
VI. Public Relations/Unternehmenskommunikation	381
<i>Norbert Baumgärtner</i> Vertrauen als Zielwert in der PR technologieorientierter Industrieunternehmen	383
<i>Siegfried Balleis, Peter Gertenbach, Ute Klier</i> Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Erlangen	413
<i>Ingolf T. Hegner</i> Vom Wandel der Kommunikation in Unternehmen	425

<i>Inhaltsverzeichnis</i>	7
VII. Kommunikationstheorie	443
<i>Heinz Pürer</i> Zum Gegenstand der Kommunikationswissenschaft	445
<i>Erich Lamp</i> Öffentlichkeit als Bewusstsein	455
<i>Tristan Thielmann</i> Auf dem Weg zu einer Kommunikationsgeographie	473
Autoren und Herausgeber	493