

Inhalt

Vorwort und Einführung

Zur Ökonomie gemeinwohlorientierter Medien.
Massenkommunikation in Deutschland, Österreich und der Schweiz
– Aufbau der Tagungspublikation 11

Jan Krone & Andreas Gebesmair

Mehr wert als Geld: Der Public Value des ORF 17

Konrad Mitschka

Public Open Spaces Von Sendern zu öffentlich-rechtlichen
Plattformen 25

Leonhard Dobusch

I. Theoretische Modellierungen zu einer Ökonomie der gemeinwohlorientierten Medien

Selbständerungsfähigkeit im deutschen Rundfunk Systemtheoretisch
motivierte Überlegungen zur einer zukunftsorientierten
regulatorischen Eingriffslegitimierung 39

Harald Rau

Nicht-kommerziell, aber ökonomisch: ein Capability Approach
gemeinwohlorientierter Medien 57

Michael Litschka

CouchFM – Das Berliner Campusradio – Wettbewerber auf dem
Radiomarkt? 67

Wolfgang Mühl-Benninghaus

5

II. Medienpolitische Implikationen

- Verfassungsrechtliche Aspekte der österreichischen
Medienförderung 79
Corinna Gerard-Wenzel
- Zur gesellschaftlichen Bedeutung von österreichischen YouTube-
Channels 95
Andreas Gebesmair
- Public Value im Print? Eine Analyse der Entwicklung struktureller
und inhaltlicher Vielfalt in lokalen und regionalen Tageszeitungen
1995-2015 aus Gemeinwohlperspektive 111
*Simon Berghofer, Ramona Vonbun-Feldbauer, Leyla Dogruel, Klaus
Beck*
- Im Dienste der Allgemeinheit oder im Interesse der Verleger?
Lobbyistische Argumentationsstrategien von Zeitungsverlagen in
medienpolitischen Konflikten aus politökonomischer Perspektive 135
Janis Brinkmann

III. Medienökonomische Implikationen

- Zum Wert der Wertschätzung von Public-Service-Medien 161
Nicole Gonser, Hardy Gundlach
- Kennzahlen des öffentlichen Rundfunks – ein internationaler
Vergleich 187
Tobias Eberwein, Matthias Karmasin, Florian Saurwein, Nadja Vogl

Öffentlich-rechtlicher Rundfunk: Jenseits von Staat und Marktversagen – Entwicklung und Etablierung eines wirkungsorientierten Controllings als Antwort auf den Legitimations- und Erfolgsdruck öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten 209

Wolfgang Reising

Die Bedeutung von Stiftungen für die Finanzierung von Journalismus in Deutschland – ein Überblick 227

Lutz Frühbrodt

IV. Medienproduktion und Gemeinwohlorientierung

Der gemeinwohlorientierte Intermediär 247

Gerret von Nordheim, Stefanie Fuchsloch

Einfluss von Amazon, Netflix & Co. – Medienwandel bei der Produktion fiktionaler TV-Serien im öffentlich-rechtlichen Rundfunk 261

Teresa Habermusch

Sprachliches Legitimationsmanagement als Ausweg aus der Krise? Die Wirkung von Legitimationskommunikation auf individuelle Legitimitätsurteile 275

Stefanie Hangartner, Fiona Fehlmann

Autorinnen und Autoren 291