

Roger Blum · Heinz Bonfadelli
Kurt Imhof · Otfried Jarren (Hrsg.)

Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation

Vergangenheit und Zukunft
der Qualitätsmedien

Inhalt

Roger Blum

Einleitung

Leidende Leuchttürme. Über die Unentbehrlichkeit von Qualitätsmedien 7

1. Was sind Qualitätsmedien?

Otfried Jarren und Martina Vogel

„Leitmedien“ als Qualitätsmedien: Theoretisches Konzept und Indikatoren..... 17

Vinzenz Wyss

Narration freilegen: Zur Konsequenz der Mehrsystemrelevanz als Leitdifferenz
des Qualitätsjournalismus 31

Bernd Blöbaum

Wandel von Qualitätsmedien 49

Patrick Rössler, Juliane Kirchner und Sonja Kretzschmar

Qualitätsmedien auf dem Weg in die digitale Zukunft. Programmangebote von
deutschsprachigen Informationssendern im Vergleich..... 65

2. Die Ökonomie der Qualitätsmedien

Stephan Russ-Mohl

Newspaper Death Watch. Der amerikanische Journalismus als existenzgefährdetes
Ökosystem..... 81

Melanie Magin und Birgit Stark

Österreich – Land ohne Leuchttürme? Qualitätszeitungen im Spannungsfeld
zwischen publizistischer Leistung und strukturellen Zwängen 97

Andreas Vlašić

Zwischen Public Service und der Suche nach neuen Geschäftsmodellen:
Die Zukunft der Qualitätszeitungen im Netz..... 115

3. Qualitätsmedien als Akteure

Esther Kamber und Kurt Imhof

Qualitätsmedien sind Wissensvernittler 131

Linards Udris und Jens Lucht

Qualitätsmedien in Pressesystemen. Wandel der Medienstrukturen gleich Wandel der Medieninhalte? 151

Christine Landmeier und Gregor Daschmann

Im Seichten kann man nicht ertrinken? Boulevardisierung in der überregionalen deutschen Qualitätspresse 177

4. Das Publikum der Qualitätsmedien

Olaf Jandura und Hans-Bernd Brosius

Wer liest sie (noch)? Das Publikum der Qualitätszeitungen 195

Michael Meyen und Olaf Jandura

Das Publikum der Qualitätsmedien. Eine repräsentative Studie zur Reichweite, sozialer Verortung und Nutzungsmotiven 207

Lars Rinsdorf

Vom Zugewinn der Marken: Potenziale überregionaler Qualitätszeitungen auf dem Nutzermarkt und ihre Voraussetzungen 221

Michael Schenk und Frank Mangold

Entscheider, Meinungsführer und Qualitätsmedien –
Die Bedeutung der Qualitätspresse für Entscheidungsträger
in Wirtschaft und Gesellschaft 239

Herausgeber und AutorInnen 255