

# **Die neue Macht der Öffentlichkeit**

Der Kampf um die Meinungsmacht  
in Österreich

Herausgegeben von

Rudi Klausnitzer

Marcin Kotlowski

Markus Pöllhuber

**VGN** VERLAGSGRUPPE  
NEWS

**av BUCH**

# Inhalt

Vorwort der Herausgeber	7
<b>PROLOG</b>	
<b>Politik, Wirtschaft und die neue, digitale Öffentlichkeit</b>	10
Die neue Macht der Öffentlichkeit (Josef Ostermayer)	11
Wir brauchen mehr Mut in unserer Medienwelt (Harald Mahrer)	14
Wirtschaft und die neuen Formen der Meinungsbildung – Ein Plädoyer für Qualität, der man vertrauen kann! (Dorothee Ritz, Walter Rothensteiner)	16
Digitale Vernetzung und öffentliche Meinung (Podiumsdiskussion mit Rainer Esser, Kristin Hanusch-Linser, Michaela Huber, Sebastian Loudon, Christian Rainer und Corinna Tinkler)	22
Konzernstrategien und die digitale Kommunikation (Sigrid Oblak)	34
<b>KAPITEL I</b>	
<b>Veröffentlichte Meinung versus öffentliche Meinung</b>	38
Zur Struktur des öffentlichen Raums (Horst Pirker)	39
„Likes“ statt Diskurs – Der Verlust des öffentlichen Raums als Marktplatz des gesellschaftlichen Konsenses (Rudi Klausnitzer)	44
Die Macht des Drucks – Print zwischen Reichweite und Relevanz (Helmut Brandstätter)	48
Der Journalismus, die neuen Öffentlichkeiten und die Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen (Daniela Kraus)	52
Das Phänomen „Wut-Oma“ oder Wie Medien und Politik gemeinsam die Qualität der öffentlichen Diskussion bestimmen (Alfred Grinschgl)	60
<b>KAPITEL II</b>	
<b>Die Macht der virtuellen Stammtische</b>	68
BürgerInnen auf vielen Kanälen (Andy Kaltenbrunner und Sonja Luef)	69
Filterbubbles und die zersplitterte Realität (Philipp Wilhelmer)	76
Etablierte Meinungsmacher auf neuen Kanälen (Eva Weissenberger und Armin Wolf)	80
„Social Media? Ich muss bereit sein, etwas von mir preiszugeben.“ (Richard Schmitt)	90
Im Gespräch: Die digitale Generation (Nikolaus Fellner, Alexander Mitteräcker)	96

### **KAPITEL III**

<b>Neuer Wettbewerb um das „Lagerfeuer TV“</b>	106
Gesellschaftliche Verantwortung in einer neuen TV-Landschaft (Peter Lammerhuber)	107
Öffentlicher Rundfunk und Öffentliche Meinung (Alexander Wrabetz)	112
Privates Fernsehen – Meinungsmacher oder Entertainment pur? (Markus Breitenecker, Martin Gastinger)	116
San Diego 2005 bis Wien 2015 – Die Demokratisierung des Videos und seine Folgen (Rudi Kobza und Nikolaus Pelinka)	124

### **KAPITEL IV**

<b>Die Neue Macht der Regionalität</b>	128
Regionalität und Öffentlichkeit (Eugen Russ und Gerold Riedmann)	129
Von kommunikativen und ökonomischen Tälern – Neue Valleys braucht das Land (Marcin Kotlowski)	136
Wer bespielt den öffentlichen Raum? (Gerhard Hasenöhr)	146
Vernetzte Regionen – neue Netzwerke der Macht? (Stefan Lassnig)	150
Mit partizipativen Prozessen und Digitaler Agenda zur „Smart City“ (Ulrike Huemer)	156

### **KAPITEL V**

<b>Digitales Österreich</b>	160
Marktforschungskompass	161

### **EPILOG**

Es wird kein Stein auf dem anderen bleiben (Josef Kalina, Wolfgang Rosam)	175
Europa braucht sein eigenes Silicon Valley (Armin Thurnher)	180

### **ANHANG**

Autorinnen und Autoren	185
------------------------	-----