

Publikationen & Vorträge

Dr. Johanna Grüblbauer

Buch, Monographie

- Friedrichsen, Mike; Grüblbauer, Johanna, und Haric, Peter. 2015. Strategisches Management von Medienunternehmen. Einführung in die Medienwirtschaft mit Case-Studies. Springer Gabler: Wiesbaden. 2. Auflage.
- Grüblbauer, Johanna, und Helmut Kammerzelt. 2013. Werbewirkung und Mediaplanung: Kompendium für die Praxis und Lehre. 1. Aufl. Bd. 18. Baden-Baden: Nomos.
http://www.fhstp.ac.at/forschung/institute_bereiche/institut fuer medienwirtschaft/unsereprojekte/werbewirkung-und-mediaplanung
- Haric, Peter / Pollak, Christoph / Grüblbauer, Johanna / Rintersbacher, Monica. 2013: Ziel: Hidden Champion: Handbuch für wachstumsorientierte Unternehmensführung. Leitbetriebe Austria Institut. Erschienen als Broschiert und als e-Book, sowie als Webaufttritt.
<http://www.hidden-champions.at/>
- Förster, Kati / Grüblbauer, Johanna. 2010. TV-Marken in Österreich. Eine Erhebung des ökonomischen und psychologischen Markenwertes. Schriftenreihe der Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH. Band 3/2010.
- Fallend, Ksenija / Del Mar Grandio, Maria / Förster, Kati / Grüblbauer Johanna (Hrsg.). 2010. Perspektiven Mobiler Kommunikation: Neue Interaktionen zwischen Individuen und Marktakteuren. VS Verlag.
- Fritz, Angela / Grüblbauer, Johanna / Förster, Kati. 2008. Marktmodell für Zeitungsverlage: Marktstrukturen, Strategien und Erfolgsfaktoren von Wochenzeitungen in lokalen Märkten in Österreich, Verlag Reinhard Fischer, München.
http://www.fhstp.ac.at/forschung/institute_bereiche/institut fuer medienwirtschaft/unsereprojekte/wochenzeitungen-in-lokalen-maerkten

Buch, Sammelbände

- Grüblbauer, Johanna, und Haric, Peter. 2016. Making money with & through information and knowledge: Reflections on the inner context of Competitive Intelligence, trend analysis and revenue models of media companies. In: Lugmayr, Artur / Dal Zotto, Cinzia (Hrsg.): Media Convergence Handbook. Firms and User Perspectives. Vol. 2. Springer, Berlin. S. 329-354
- Haric, Peter und Grüblbauer, Johanna. 2016. Geopolitische Herausforderungen digitaler Souveränität im neo-imperialen Zeitalter und die Bedeutung von Qualitätsmedien. In: Friedrichsen, Mike / Bisa, Peter-J.: Digitale Souveränität - Vertrauen in der Netzwerkgesellschaft. Springer, Berlin. S. 169-176.

- Gröblbauer, Johanna / Haric, Peter. 2013. Social Media Monitoring Tools as Instruments of Strategic Issues Management. in: Friedrichsen, Mike/Mühl-Benninghaus, Wolfgang (Hrsg.): Handbook of Social Media Management. Value Chain and Business Models in Changing Media Markets, Springer, Berlin. S. 671-688
- Förster, Kati / Gröblbauer, Johanna. 2011. TV-Marken in Österreich: Eine empirische Erhebung des ökonomischen und psychologischen Markenwertes. In: Gundlach, Hardy (Hrsg.): DGPUK Fachgruppe Medienökonomie Sammelband Public Value in der Digital- und Internetökonomie, Herbert von Halem Verlag.
- Förster, Kati / Gröblbauer, Johanna. 2010. Markeninternationalisierung von TV Sendern. Empirische Untersuchung des Markenwerts deutscher Sender in Österreich. in: Koschnick, Wolfgang (Hrsg.): Fokus Jahrbuch 2009, Focus Magazin Verlag GmbH, München.
- Förster, Kati / Gröblbauer Johanna. 2009. Erfolgsfaktoren für Zeitungsverlage am Beispiel österreichischer Wochenzeitungen, Tagungsband des 3. Forschungsforums der österreichischen Fachhochschulen –FFH 2009, Villach, 15. - 16. April 2009
- Fritz, Angela / Gröblbauer, Johanna. 2009. Geschäftsmodelle von Wochenzeitungen lokaler Märkte, S. 39 – 59; in: Stark, Birgit; Magin, Melanie (Hrsg.) 2009: Relation: Beiträge zur vergleichenden Kommunikationsforschung, Die österreichische Medienlandschaft im Umbruch, Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Wien
- Gröblbauer, Johanna. 2008. Wie man die Konzentration von Mediaagenturen berechnet. Das Beispiel Österreich; S. 507-538, in: Koschnick, Wolfgang (Hrsg.): Focus-Jahrbuch 2008. Focus Magazin Verlag GmbH, München.

Originalbeitrag in Fachpublikation

- Gröblbauer, Johanna; Krone, Jan. 2015. Paid Content für Verlage: Indirekte Erlösmodelle via Infrastruktur-Netzbetreiber. 15.10.2015. <http://www.carta.info/79238/paid-content-fuer-verlage-indirekte-erloesmodelle-via-infrastruktur-netzbetreiber/>
- Gröblbauer, Johanna, und Krone, Jan. 2013: Ökonomische Herausforderungen österreichischer Tageszeitungsverlage durch Medienkonvergenz; in: forum journalismus und medien wien (fjum) / the engagement lab / zit – Wirtschaftsagentur Wien (Hrsg.): <http://www.medienfokus.at/expertenbeitraege/johanna-grueblbauerjan-krone-oekonomische-herausforderungen-oesterreichischer-tageszeitungsverlage-durch-medienkonvergenz/>
- Gröblbauer, Johanna / Kammerzelt, Helmut / Kettner, Brita / Krone, Jan/ Lange, Ulrich-Thomas / Ledl, Romana / Mann, Claudia / Meidl, Christian / Pichler, Michael. 2010. Qualitätsmanagement in Zeitungsverlagen: Messung und Steuerung von Qualitätsaspekten unter Berücksichtigung verschiedener Interessensgruppen. Forschungsprojekt im Auftrag der KommAustria, Wien 2010, 210 S. Kurzbericht abrufbar unter: <http://www.rtr.at/de/ppf/Kurzberichte2009>.
- Fritz, Angela / Gröblbauer, Johanna / Förster, Kati. 2008. Wochenzeitungen in lokalen Märkten, Kurzbericht, publiziert auf: <http://www.rtr.at/de/ppf/Kurzberichte2007>.

Forschungsbericht

- Gröblbauer, Johanna. 2012: Status Quo der Interessenforschung: vom Interesse als Persönlichkeitsmerkmal zu situativem Involvement. in: Hagenhoff, Svenja (Hrsg.): Arbeitsbericht Nr. 1/2012, Institut für Medienwirtschaft, FH St. Pölten, ISSN 2222-4247
http://www.fhstp.ac.at/forschung/institute_bereiche/institut fuer medienwirtschaft/publikationen/Interdisziplinaerer_Status_Quo_der_Interessenforschung.pdf
- Gröblbauer, Johanna / Kapf, Isabella. 2011. Eyetracking Wiki, in Kooperation mit Andreas Fahr (LMU) und Matthias Hofer (IPMZ) sowie unter Einbindung der Teilnehmer der Arbeitsgruppe Beobachtung. <http://jgrueblbauer.students.fhstp.ac.at/mediawiki-1.17.0/index.php>
- Gröblbauer, Johanna / Kapf, Isabella. 2011. Eyetracking Hardware- und Softwarelösungen, in: Hagenhoff, Svenja (Hrsg.): Arbeitsbericht Nr. 2/2011, Institut für Medienwirtschaft, FH St. Pölten, ISSN 2222-4246.
http://www.fhstp.ac.at/forschung/institute_bereiche/institut fuer medienwirtschaft/unsereprojekte/eyetracking-hardware-und-softwareloesungen/Eyetracking_Hardware_und_Softwareloesungen.pdf/at_download/file

Medienbeitrag

- Gröblbauer, Johanna 2016: ICM in einer Lehrveranstaltung zu Printmedien: Intensive Gruppenarbeiten. 5. September 2016. <http://Skill.fhstp.ac.at/tag/grueblbauer/>
- Gröblbauer, Johanna. 2015. Interview: Ein Facebook-Auftritt ist kein Selbstläufer. In: Niederösterreichische Wirtschaft. 13. November 2015. Folge 46. S. 5.
- Gröblbauer, Johanna. 2014. Rütteln am Baum der Erkenntnis. In: Future. Das Magazin der FH St. Pölten. S. 12. Nr. 1. Oktober 2014. http://issuu.com/fhstp/docs/future_012014/0
- Gröblbauer, Johanna. 2014. Interview: Virtuelles Schaufenster in Top-Lage. In: Niederösterreichische Wirtschaft. 18. Juli 2014. Folge 28/29. S. 14/15

Dissertation

- Gröblbauer, Johanna. 2014. Digital Business und engagierte Rezipienten als Herausforderungen des Verlagsmanagements. Eine user-orientierte Perspektive auf Kernkompetenzen von Zeitungsverlagen und Innovationen der Geschäftsmodelle. Dissertation. Universität Wien.

Diplomarbeit

- Gröblbauer, Johanna. 2005. Markt- und Branchenanalyse der Media-Agenturen in Österreich. Diplomarbeit. Magistra (FH) für wirtschaftswissenschaftliche Berufe. Fachhochschule Sankt Pölten GmbH, Österreich.

Vortrag

- Semantics Conference, Chair der Session „Document Management & Publishing“ mit Jo Kent (Linked Data Specialist, BBC) und Joe Pairman (Consulting Lead, Mekon). 13. September 2016, Universität Leipzig.
- FMP-Workshop zum Thema Eyetracking für Medienhäuser, Werbe- und Mediaagenturen. 11. Mai 2016, OMD Wien.
- IAB-Impulse zum Thema Guideline Auslieferungsqualität. Moderation der Podiumsdiskussion von Izabella Auner (Digital Performance Manager Austria, Beiersdorf), Barbara Klinser-Kammerzelt, Eugen Schmidt (CEO About Media), Felix Bandura (CEO Metrics), 31. Mai 2016, Microsoft Austria Auditorium, Am Euro Platz 3, 1120 Wien
- Kamingespräch „Apparative Marktforschung – Messen oder Befragen“. 31. März 2016, Parkhotel Schönbrunn / Wien.
- Workshop „Krisenmanagement im Social Media-Bereich an Fachhochschulen“: Online | Social | Media | Monitoring mit Live-Demo der Tool Talkwalker und uberMetrics. 2. November 2015. FH St. Pölten
- Academic Mind Trek Conference 2015. Media Management and Business Track Chair: Openmind. 22.-24. September 2015, Tampere (FIN).
- Werbeplanung.at SUMMIT 2015 - Österreichs bedeutendste Digital- Communication Conference & Expo. Saal-Moderation. Wiener Hofburg. Zeremoniensaal. 1. und 2. Juli 2015
- Wirtschaftswissenschaften II: Chair. 9. Forschungsforum der österreichischen Fachhochschulen: Wegbereiter – Karrierepfade durch ein Fachhochschulstudium. 8. und 9. April 2015. FH OÖ Campus Hagenberg.
- Doktorandensymposium: Der Weg zum Doktorat für FH-Absolventen – Digital Business und engagierte Rezipienten als Herausforderungen des Verlagsmanagement. 9. Forschungsforum der österreichischen Fachhochschulen: Wegbereiter – Karrierepfade durch ein Fachhochschulstudium. 8. und 9. April 2015. FH OÖ Campus Hagenberg.
- Ringvorlesung Medienökonomie: Die Rolle von Medienunternehmen im digitalen Business.
- 5. Dezember 2014. Hochschule der Medien Stuttgart. Studiengang Wirtschaftsinformatik und digitale Medien. Programmverantwortlicher: Prof. Dr. Mike Friedrichsen. Vortragende: Dr. Peter Haric (Leitbetriebe Austria Institut, Wien) und Dr. Johanna Grüblbauer (Fachhochschule St. Pölten)
- Academic Mind Trek Conference 2014. Chair Mediamanagement-Tracks: Success in Digital Business; Professional Use of Media. 4.-6. November 2014, Tampere (FIN).
- Erasmus International Week / Teaching Staff Exchange 2014: Strategisches Management von Medienunternehmen. 21. bis 24. Oktober 2014. CEU Cardenal Herrera-UHC-Universidad in Elche / Spanien. .
<http://www.fhstp.ac.at/studienangebot/bachelor/mk/aktuelles/news/14/international-week-in-spanien>
- Antrittsvorlesung zur Senior Researcherin: Digital | Media | Management. 26. Juni 2014. Festsaal der FH St. Pölten.

- IAB-Impulse „Real Time Advertising: What’s in it for me?“. Podiumsinterview – Johanna Gröblbauer (Moderation), Thomas Peischl, ING Diba & Barbara Horak, Head of B2C Marketing, Funstage Spielewebseiten Betriebsges.m.b.H. 2. April 2014. Microsoft Austria Auditorium, Am Euro Platz 3, 1120 Wien.
- Podiumsdiskussion 2013/11: Im MedienFokus – Geschäftsmodelle und Erlösströme. Mit: Caplan, Jeremy (City University New York), Weinmaier, Klaus (The Engagement Lab), Stöcher, Matthias (Der Standard), Müller, Gunther (fjum_forum journalismus und medien Wien), Gröblbauer, Johanna (Österreichisches Institut für Medienwirtschaft der FH St. Pölten). Presseclub Concordia. http://www.fhstp.ac.at/forschung/institute_bereiche/institutfuermedienwirtschaft/aktuelles/news/13/im-medienfokus-wie-werden-sich-medienunternehmen-kunftig-finanzieren
- Podiumsdiskussion 2013/11: Mediaserver. Mit: Hofsäss, Michael (Research Partner von Universal McCann, Mitglied der technischen Kommission des Vereins ARGE Media-Analyse) / Gartlgruber, Georg (Carat, FMP Vorstandsmitglied) / Helmut, Hanusch (Verein Media-Server) / Ostertag, Susanne (Microsoft Österreich) / Gröblbauer, Johanna (Österreichisches Institut für Medienwirtschaft). FMP. <http://www.fhstp.ac.at/studienangebot/bachelor/mm/aktuelles/news/13/fmp-talk-zum-media-server>
- Academic Mind Trek Conference 2013: Making Sense of Converging Media. Chair Mediamanagement, 1.-3. Oktober 2013, Tampere (FIN). http://www.fhstp.ac.at/forschung/institute_bereiche/institutfuermedienwirtschaft/aktuelles/news/13/making-sense-of-converging-media
- Academic Mind Trek Conference 2012: Media Business, Media Production and Media Management. Chair Mediamanagement, 3.-5. Oktober 2012, Tampere (FIN). http://www.fhstp.ac.at/forschung/institute_bereiche/institutfuermedienwirtschaft/aktuelles/news/12/mindtrek-2012-best-paper-award-geht-an-institut-fur-medienwirtschaft
- University of Helsinki: Business models. In: Newspapers in the converged media landscape: Media multitasking, business models and eReading. Open Seminar. 15. Juni 2012. <http://mediafactory.aalto.fi/?p=1390>
- World Media Economics & Management Conference: Convergence & Business Models, 26. Mai 2012, Thessaloniki; www.worldmediaxconf.com
- SMI Eyetracking Tour, Status Quo der mobilen Eyetracking-Forschung. Multimedia-Präsentation; 23. November 2011, St. Pölten
- Arbeitsgruppe Beobachtung, IPMZ Zürich: Eyetracking Software- und Hardwarelösungen (mit Klaus Temper), 1. Juli 2011, Zürich. http://www.fhstp.ac.at/forschung/institute_bereiche/institutfuermedienwirtschaft/unsereprojekte/eyetracking-hardware-und-softwareloesungen
- Forschungs-Chill-Out: Märkte der Vermarkter, 12. April 2011, FH St. Pölten
- DGPUK Tagung: TV-Marken in Österreich: Eine empirische Erhebung des ökonomischen und psychologischen Markenwertes (mit Kati Förster), 14. November 2009, Hamburg
- The Media Workshop 2009 von Gerhard Turcsanyi und TMC: Die implizite Wahrnehmung, das unbekannte Wesen. Inwieweit sind die sequentiellen Werbewirkungsmodelle im Zeitalter impliziter Werbe- und Medianutzung noch relevant? Ist Involvement eine erforderliche

Voraussetzung für die Wirkung von Kommunikation? (mit H. Kammerzelt), 18. Juni 2009, Hotel Böck, Brunn am Gebirge

- FFH-Tagung 2009: Marktmodell für Zeitungsverlage (mit Kati Förster), 16. April 2009, Villach
- Mediengespräche in den ORF Landesstudios St. Pölten: Präsentation des Buches Marktmodell für Zeitungsverlage: Marktstrukturen, Strategien und Erfolgsfaktoren von Wochenzeitungen in lokalen Märkten in Österreich, (mit Angela Fritz), 5. Dezember 2008