



Publikationen [publications] (24)

- Lauerer, C. (2022). Balancing Efficiency and Inclusivity. Open Science Principles and Practices in International Collaborative Research Projects. *Digital Journalism*, online first DOI: 10.1080/21670811.2022.2123020
- Altmeppen, K. D., & Lauerer, C. (2022). Die unsichtbaren Geldverteiler*innen. Zur Verantwortung[slosigkeit] von Mediaplaner*innen [The Invisible Money Distributors. On the [Ir]Responsibility of Media Planners]. In K. Thummes, A. Dudenhausen & U. Röttger (Hrsg.), *Kommunikationswissenschaftliche Analysen zu Organisationen im Spannungsfeld zwischen Gemeinwohl und Partikularinteressen* (S. 229-245). Wiesbaden: Springer.
- Steindl, N., Hanitzsch, T. & Lauerer, C. (2021). Kumpanei oder Disziplinierung? Zur Wahrnehmung politischer und wirtschaftlicher Einflüsse durch österreichische PolitikjournalistInnen im internationalen Vergleich [Cronyism or Discipline? On the Perception of Political and Economic Influences by Austrian Political Journalists in International Comparison]. In M. Magin & B. Stark (Hrsg.), *Demokratie braucht Medien* (S. 159-174). Wiesbaden: Springer.
- Lauerer, C. (2021). *Zaungespräche statt Brandschutzmauer. Die Beziehung von Werbung & Journalismus in Verlagen* [Firewall? Neighborly Coordination at the Fence. *The relationship between Advertising & Journalism in News Media*]. Wiesbaden: Springer.
- Ferrer Conill, R., Knudsen, E., Lauerer, C. & Barnoy, A. (2020). The visual boundaries of journalism. Native advertising and the convergence of editorial and commercial content. *Digital Journalism*, online first DOI: 10.1080/21670811.2020.1836980
- Lauerer, C. (2019). Advertising & Journalism. *Oxford Encyclopedia of Journalism Studies*. DOI: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.775
- Lauerer, C., Dingerkus, F. & Steindl, N. (2019). Journalisten in ihrem Arbeitsumfeld [Journalists in their Working Environment]. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (S. 71-101). Wiesbaden: VS Verlag.
- Lauerer, C. & Keel, G. (2019). Journalismus zwischen Unabhängigkeit und Einfluss [Journalism between Independence and Influence]. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (S. 103-134). Wiesbaden: VS Verlag.
- Hanitzsch, T. & Lauerer, C. (2019). Berufliches Rollenverständnis [Professional Role Perception]. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (S. 135-161). Wiesbaden: VS Verlag.
- Steindl, N., Lauerer, C. & Hanitzsch, T. (2019). Die methodische Anlage der Studie [The Methodological Design of the Study]. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (S. 25-50). Wiesbaden: VS Verlag.

- Seethaler, J., Hanitzsch, T., Keel, G., Lauerer, C., Steindl, N. & Wyss, V. (2019). Zwischen Kontinuität und Wandel: Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz [Between Continuity and Change: Journalism in Germany, Austria and Switzerland]. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (S. 237-256). Wiesbaden: VS Verlag.
- Lauerer, C. & Hanitzsch, T. (2019). Surveying Journalists Around the World: A Methodological Framework. In T. Hanitzsch, F. Hanusch, J. Ramaprasad & A. S. de Beer (Hrsg.), *Worlds of Journalism. Journalistic Cultures Around the Globe* (S. 47-66). New York: Columbia University Press. [IJPP Best Book Award 2020]
- Hanitzsch, T., Ramaprasad, J., Arroyave, J., Berganza, R., Hermans, L., Hovden, J. F., Láb, F., Lauerer, C., Tejkalová, A. & Vos, T. (2019). Perceived Influences: Journalists' Awareness of Pressure on their work. In T. Hanitzsch, F. Hanusch, J. Ramaprasad & A. S. de Beer (Hrsg.), *Worlds of Journalism. Journalistic Cultures Around the Globe* (S. 103-132). New York: Columbia University Press.
- Hamada, B., Hughes, S., Hanitzsch, T., Hollings, J., Lauerer, C., Arroyave, J., Rupar, V. & Splendore, S. (2019). Editorial Autonomy: Journalists' Perceptions of Their Freedom. In T. Hanitzsch, F. Hanusch, J. Ramaprasad & A. S. de Beer (Hrsg.), *Worlds of Journalism. Journalistic Cultures Around the Globe* (S. 133-160). New York: Columbia University Press.
- Hanitzsch, T., Lauerer, C. & Steindl, N. (2019). Komplexität managen. Organisatorische, konzeptionelle und methodische Herausforderungen in der internationalen Verbundforschung am Beispiel der „Worlds of Journalism Study“ [Managing Complexity. Organizational, Conceptual and Methodological Challenges in International Collaborative Research using the 'Worlds of Journalism Study' as an Example]. In B. Dernbach, A. Godulla & A. Sehl (Hrsg.), *Komplexität im Journalismus* (S. 41-50). Wiesbaden: VS Verlag.
- Lauerer, C. (2018). Bröckelt die Brandschutzmauer? Werbeinteressen und ihr Einfluss auf journalistische Arbeit in Medienunternehmen [Is the Firewall Crumbling? Advertising Interests and their Influence on Journalistic Work in Media Companies]. In A. Czepek, M. Hellwig, B. Illg & E. Nowak (Hrsg.), *Freiheit und Journalismus* (S. 123-140). Baden-Baden: Nomos.
- Steindl, N., Lauerer, C. & Hanitzsch, T. (2018). „Die Zukunft ist frei!“. Eine Bestandsaufnahme des freien Journalismus in Deutschland [‘The Future is Free!’ Tacking Stock of Freelancing Journalism in Germany]. *Journalistik*, 01, 47-59.
- Steindl, N., Lauerer, C. & Hanitzsch, T. (2017). Journalismus in Deutschland. Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus [Journalism in Germany. Current Findings on Continuity and Change in German Journalism]. *Publizistik*, 62 (4), 401-423.
- Lauerer, C., Steindl, N., Hanitzsch, T., Dingerkus, F., Wyss, V., Lohmann, M.I. & Seethaler, J. (2017). Alarmierende Verhältnisse oder viel Lärm um Nichts? Ökonomischer Druck auf Journalisten in Medienunternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz [Alarming Conditions or a lot of Noise about Nothing? Economic Pressure on Journalists in Media Companies in Germany, Austria and Switzerland]. In I. Stapf, M. Prinzing & A. Filipović (Hrsg.), *Gesellschaft ohne Diskurs? Digitaler Wandel und Journalismus aus medienethischer Perspektive* (S. 201-218). Baden-Baden: Nomos.

- Hanitzsch, T., Lauerer, C. & Steindl, N. (2016). Journalismus studieren in der Krise [Becoming a Journalist in Times of Crisis]. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 64 (4), 465-481.
- Hanusch, F., Hanitzsch, T. & Lauerer, C. (2015). 'How much love are you going to give this brand?' Lifestyle journalists on commercial influences in their work. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, online first DOI: 10.1177/1464884915608818
- Hanitzsch, T., Hanusch, F. & Lauerer, C. (2014). Setting the Agenda, Influencing Public Opinion, and Advocating for Social Change. Determinants of journalistic interventionism in 21 countries. *Journalism Studies*, online first DOI: 0.1080/1461670X.2014.959815
- Buhl, F., Lauerer, C. & Schütt, D. (2011). Wirtschaftsberichterstattung jenseits politischer Ideologie? Das Framing von Corporate Social Responsibility in deutschen Qualitätszeitungen [Economic Reporting beyond Political Ideology? The Framing of Corporate Social Responsibility in German Quality Newspapers]. In J.F. Haschke & A.M. Moser (Hrsg.), *Politik – Deutsch, Deutsch – Politik: Aktuelle Trends und Forschungsergebnisse: Beiträge zur 6. Fachtagung des DFPK* (S. 287-308). Berlin: Frank & Timme.
- Hintze, J. & Lauerer, C. (2009). Medienereignisse am Bauhaus [Media Events at the Bauhaus]. In P. Rössler (Hrsg.), *bauhauskommunikation. Innovative Strategien im Umgang mit Medien, interner und externer Öffentlichkeit (Neue Bauhausbücher, n. Z. Band 1)* (S. 185-204). Berlin: Gebrüder Mann Verlag.

Vorträge auf Fachkonferenzen [conference presentations] (26)

- Lauerer, C. & Beckert, J. (2023). Pushing Boundaries: Hybrid Advertising in Online News Media – A Content Analysis of Media Kits. Reclaiming Authenticity in Communication, International Communication Association 73rd Annual Conference, Toronto, 25-29 May.
- Riedl, A.A., Lauerer, C. & Leuteritz, N. (2023). Between the lines? Gender fair-language in journalism and the mental representation of non-binary people. Reclaiming Authenticity in Communication, International Communication Association 73rd Annual Conference, Toronto, 25-29 May.
- Von Garmissen, A., Lauerer, C. & Loosen, W. (2023). Journalism under Duress: How risk and uncertainty affect journalists' role conceptions. Between Ideals and Practices: Journalistic Role Performance in Transformative Times, Pre-conference of the International Communication Association 73rd Annual Conference, Toronto, 24. May.
- Rick, J. & Lauerer, C. (2022). Precarity, Covid-19 and Gender: Women as precarious workers in journalism? ECREA Journalism Studies Conference, Journalism meets practice, Utrecht, 16.-17. June.
- Lauerer, C. (2022). "Native Advertising – Old Wine in New Bottles? Comparing Native Ads to Advertorials". One Network, One World? International Communication Association 72nd Annual Conference, Paris, 26.-30. May.
- Steindl, N., Obermaier, M., Fawzi, N. & Lauerer, C. (2022). "Explaining Media Trust Among Journalists and Recipients – Different Experiences, Different Predictors?" One Network, One World? International Communication Association 72nd Annual Conference, Paris, 26.-30. May.
- Lauerer, C. (2021). Zaungespräche. Die Grenzarbeit von Redaktion & Werbevermarktung in Verlagen. 27. Jahrestagung der DGpuK-Fachgruppen Public Relations und Organisationskommunikation, Mainz, 03.-05. November. [bestes Reviewergebnis der Konferenz erzielt]
- Lauerer, C. (2021). Zwischen Personalisierung und Hybridisierung – zur Zukunft der Werbefinanzierung von Verlagen. Targeted: Digitale Kommunikation und Werbung. DGpuK-Fachgruppentagung „Digitale Kommunikation“ und „Werbekommunikation“, Leipzig/ online, 03.-05. November.
- Lauerer, C. (2021). Die Evolution hybrider Werbung in der digitalen Ära – Koordination von Redaktion, Werbevermarktung und Werbetreibenden. Dreiländertagung für Kommunikationswissenschaft „#Kommunikation #(R)Evolution. Zum Wandel der Kommunikation in der digitalen Gesellschaft“, online (Zürich), 7.- 9. April 2021.
- Ferrer-Conill, R., Knudsen, E., Lauerer, C. & Barnoy, A. (2020). The visual boundaries of journalism. Native advertising and the convergence of editorial and commercial content. Open Communication, International Communication Association 70th Annual Conference, Virtual Conference, 21.-25. May.
- Lauerer, C. & Altmeppen, K. D. (2020). Die unsichtbaren Geldverteiler – Zur Verantwortung von Mediaplanern. #Medien #Menschen #Gesellschaft, 65. Jahrestagung der DGpuK, München, 10-12. März.
- Lauerer, C. (2020, March). Von Brandschutzmauer bis Teamwork – Handelndes Zusammenwirken von Journalisten, Werbevermarktern & Werbekunden. Poster to be

- presented at the 65th Annual Meeting of the German Communication Association, München.
- Lauerer, C. & Birkner, T. (2019). Female journalists – the gender dichotomy as an unbroken binary. ECREA Journalism Studies Conference, Vienna, 14-15 February 2019.
- Ferrer Conill, R., Lauerer, C., Knudsen, E. & Barnoy, A. (2017). “News vs. native advertising. A comparative study of the boundaries between editorial and commercial content”. The Future of Journalism: Journalism in a Post-Truth Age? The Future of Journalism 6th Conference, Cardiff, 14.-15. September.
- Knudsen, E., Ferrer Conill, R., Lauerer, C. & Barnoy, A. (2017). “The boundaries of native advertising. An international comparison of 20 newspapers in five countries”. Interventions: Communication Research and Practice, International Communication Association 67th Annual Conference, San Diego, 25.-29. May.
- Lauerer, C. (2017). “House-made Influences? How Advertising Interests Shape Journalistic Work in Media Organizations”. Interventions: Communication Research and Practice, International Communication Association 67th Annual Conference, San Diego, 25.-29. May.
- Lauerer, C., Steindl, N., Hanitzsch, T., Dingerkus, F., Wyss, V., Lohmann, M.I. & Seethaler, J. (2016). “Precarious working conditions in Journalism? A comparative analysis of the situation in Austria, Germany and Switzerland”. Mediated (Dis)Continuities: Contesting Pasts, Presents and Futures, 6th European Communication Conference, Prague, 9.-12. November.
- Lauerer, C. (2016). “Separating the Quarrelers? Conflicting Interests of the Advertising Sales Department and the Newsroom within Media Organizations”. Communicating with Power, International Communication Association 66th Annual Conference, Fukuoka, 09.-13. Juni.
- Lauerer, C. (2016). „Journalisten und Werber unter einem Dach. Werbeeinflüsse auf journalistische Tätigkeit in deutschen Medienorganisationen“. 100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland: Von einem Spezialfach zur Integrationsdisziplin, 61. Jahrestagung der DGPK, Leipzig, 30. März - 1. April.
- Lauerer, C., Hanitzsch, T., Steindl, N., Dingerkus, F., Wyss, V., Lohmann, M.I. & Seethaler, J. (2016). „Ökonomischer Druck auf Journalisten in Medienunternehmen: alarmierende Verhältnisse oder viel Lärm um Nichts?“ 100 Jahre Kommunikationswissenschaft in Deutschland: Von einem Spezialfach zur Integrationsdisziplin, 61. Jahrestagung der DGPK, Leipzig, 30. März - 1. April.
- Lauerer, C. (2016). „Bröckelt die Brandschutzmauer? Werblich bedingte Beschränkung journalistischer Freiheit in deutschen Medienunternehmen“. Freiheit und Journalismus, Tagung der DGPK-Fachgruppe Journalistik/ Journalismusforschung, Wilhelmshaven, 25.-27. Februar.
- Steindl, N., Lauerer, C. & Hanitzsch, T. (2015). “Journalism Students in Times of Crisis: Uncertainty about Professionalism”. Hegemony or Resistance? On the Ambiguous Power of Communication, IAMCR, Montreal, 12.-16. Juli.
- Hanusch, F., Hanitzsch, T. & Lauerer, C. (2015). “How much love are you going to give this brand?” Lifestyle journalists on commercial influences in their work. Communication Across the Life Span, International Communication Association 65th Annual Conference, San Juan, 21.-25. May.

- Lauerer, C. & Hanitzsch, T. (2014). "Towards a Transnational Journalism Ideology? Mapping Universals in Journalists' Professional Roles Across Countries". Communication for Empowerment: Citizens, Markets, Innovations, 5th European Communication Conference, Lisbon, 12.-15. November.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F. & Lauerer, C. (2014). "Explaining Journalists' Role Orientations: Journalistic Interventionism in 21 Countries". Communication and 'the Good Life', International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle, 22.-26. May.
- Hintze, J. & Lauerer, C. (2009). „Medienereignisse am Bauhaus“. „Symposium bauhauskommunikation“, Weimar, 18.-19. Juli.

Angefragte Vorträge [invited presentations] (5)

- Lauerer, C. (2021). Gender & Journalismus. Über das Arbeitsumfeld und gendersensible Sprache. Ringvorlesung LMU München, Dezember 2021.
- Lauerer, C. (2020). Wandel der Beziehung von Werbung & Journalismus im Internet. Online-Werbevermarktung & die Infrastrukturen von/ für Meinungsmacht. Symposium ‚Meinungsmacht im Internet‘, Schloss Mickeln der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, 05.10.2020.
- Lauerer, C. (2019). Gender in Global Journalism – Evidence from 67 countries. The Future of Media Monitoring. Comparing Gender and Media Equality Across the Globe. Pre-conference event IAMCR, Madrid, 6. Juli.
- Lauerer C., Radnoti, C., Pache, S., Seufert, J., Glatt, L. & Stadlmayer, F. K. (2017). Aktuelle Daten zum Gender Pay Gap im deutschen Journalismus. "MONEY MAKES THE WORLD GO ROUND", Hochschule für Fernsehen und Film München, 02.03.2017.
- Lauerer C. & Slavtcheva-Petkova, V. (2018). Journalists' Safety as a Concept in the Worlds of Journalism Study. Consultation on UNESCO's Monitoring of Safety of Journalists, meeting at the UNESCO headquarter, Paris, 24. Mai.

Medienresonanz [media coverage] (8)

- Barnoy, A. (2020). Separate publications from advertising. How is it appropriate to mark paid articles? New international research suggests that the most effective way to expose manipulative advertising is distinct graphic differentiation. *The Seventh Eye* (abrufbar auf Hebräisch unter <https://www.the7eye.org.il/399815>).
- Behre, J. (2019). Journalismus ist sein Geld wert. Nestbeschmutzer, *nr-Jahreskonferenzzeitung*, S. 12 15.06.2019.
- MEEDIA (2018). Studie zur Freiberuflichkeit von Journalisten: Schlechte Bezahlung zwingt ein Drittel der Freelancer zu Nebentätigkeit. *MEEDIA.de* (abrufbar unter <https://meedia.de/2018/02/07/studie-zur-freiberuflichkeit-von-journalisten-schlechte-bezahlung-zwingt-ein-drittel-der-freelancer-zu-nebentaetigkeiten/>).
- Röben, B. (2019). Je prekärer der Job desto mehr Frauen. *MENSCHEN MACHEN MEDIEN* (abrufbar unter <https://mmm.verdi.de/beruf/je-prekaerer-der-job-desto-mehr-frauen-57453>).
- Röben, B. (2019). Buchtipp: Abwägungsprozesse. Bedrohung durch staatliche Einflüsse und „Brandschutzmauern“ in Redaktionen. *MENSCHEN MACHEN MEDIEN* (abrufbar unter <https://mmm.verdi.de/beruf/buchtipp-abwaegungsprozesse-49199>).

- Röben, B. (2018). „Typischer Journalist“ ist Zeitungsredakteur. *MENSCHEN MACHEN MEDIEN* (abrufbar unter <https://mmm.verdi.de/beruf/typischer-journalist-ist-zeitungsredakteur-47275>).
- Stracke-Neumann, S. (2018). Schon entdeckt? „Journalistik“ pur. *MENSCHEN MACHEN MEDIEN* (abrufbar unter <https://mmm.verdi.de/schon-entdeckt/schon-entdeckt-journalistik-pur-48251>).
- Vales, K. (2018). Gender Pay Gap im Journalismus. Weniger Geld in der Tasche. *Funkturm Magazin für Medien und Politik*, Nr. 7, S. 30-31.