

1	Zeitschriftenmanagement im Markt der populären Presse	7
2	"Ein schlüssiges Konzept ist wichtiger als alle Marktforschungen" <i>Dr. Jürgen Althans</i> »Geo«-Gruppe, Gruner+Jahr	19
3	"Der Verlagsleiter muß sich als der erste Verkäufer seiner Zeitschrift verstehen" <i>Christian G. Hirsch</i> »Bunte«, Burda Verlag	31
4	"Die Qualität des Produktes ist der Schlüssel zum Erfolg" <i>Claus-Dieter Grabner</i> »Bravo«-Gruppe / »Playboy«, Heinrich Bauer Verlag	47
5	"Viele Verlage neigen dazu, den Verlagsleiter sehr in Richtung Controlling zu drängen" <i>Karsten Streubel</i> »Funk-Uhr«, Axel Springer Verlag	65
6	"Heute ist es kein Gesichtsverlust mehr, eine Zeitschrift einzustellen" <i>Peter-Paul Pietsch</i> u.a. »Motorrad«, Motor-Presse Stuttgart	77
7	"Wir leben ja alle von Skontibeträgen" <i>Dr. Ulrich Quiel</i> u.a. »Damals« / »Kosmos«, Deutsche Verlags-Anstalt	91
8	"Ich bin einer der Verlagsleiter, die nichts von der klassischen Trennung Verlag - Redaktion halten" <i>Jochen Beckmann</i> »Hörzu« / »TV neu«, Axel Springer Verlag	103

- 9 "Lieber eine gute Sache gut kopieren, als sich etwas Schlechtes neu einfallen lassen"
Alexander Jahr
 Jahr-Verlag 115
- 10 "Verlagswesen hat für mich auch etwas zu tun mit Persönlichkeit"
Michael Ardel
 »Chip«, Vogel Verlag 129
- 11 "Wir können uns nicht an großen Schlachten beteiligen"
Dr. Wilhelm Jacob
 u.a. »Zuhause Wohnen«, Jahreszeiten Verlag 145
- 12 "In der heutigen Situation werden verfeinerte Planungskriterien wichtiger"
Rudolf A. Reiff
 u.a. »Freizeit Revue«, Senator-Verlag/Burda 159
- Auswahlbibliografie zur Verlagsökonomie 170