

INHALTSVERZEICHNIS

ABKÜRZUNGEN FÜR HANDBÜCHER, ZEITSCHRIFTEN UND ZEITUNGEN	VIII
WEITERE ABKÜRZUNGEN	IX
VERZEICHNIS DER TABELLEN UND ABBILDUNGEN	X

A. PROBLEMSTELLUNG 1

I. Einführung	1
II. Der Begriff der Zeitung und seine Abgrenzung zu anderen Informations- und Kommunikationsmedien	3
1. Der Begriff der Zeitung	3
2. Abgrenzung zu anderen Begriffen	8
III. Anmerkungen zur Innovationsforschung im Zeitungs- sektor	12

B. RAHMENBEDINGUNGEN INNOVATORISCHER AKTIONSMÖGLICHKEITEN IM ZEITUNGSSEKTOR 16

I. Die Zeitung und ihr Umfeld: Informations- und Kommunikationsprodukte	16
1. Der Bedarf an Informations- und Kommunika- tionsprodukten	16
a) Bedarfsbeeinflussende Faktoren	16
aa) Ausdrucksweise und Verständigung	17
ab) Gesellschaftliche Grundströmungen	17
ac) Technisch-wissenschaftliche Faktoren	18
ad) Ökonomische Faktoren	20
ae) Das Zusammenwirken der verschiedenen Faktoren zum Informations- und Kommu- nikationsbedarf	21
b) Art und Ausmaß des Bedarfs	24

2. Das Angebot an Informations- und Kommunikationsprodukten	30
a) Individual-, Massen- und Abrufkommunikation	30
b) Wesentliche Angebotsformen	33
ba) Druckmedien	34
bb) Medien auf elektrischer oder elektronischer Grundlage	36
II. Produkt- und Markteigenarten von Zeitungen	43
1. Eigenschaftsprofil	43
a) Gebrauchstechnische Merkmale	43
b) Inhaltliche Merkmale	47
ba) Die Tätigkeit der Zeitung auf zwei Märkten	47
bb) Journalistisch-redaktionelle Funktionen	50
bc) Die Zeitung als Werbeträger	55
2. Betriebswirtschaftliche Struktur und betrieblicher Ablauf	63
a) Zur betriebswirtschaftlichen Struktur von Zeitungsverlagen	63
b) Der zeitungsbetriebliche Ablauf und seine Veränderungen	68
ba) Informationsbeschaffung und -übertragung	68
bb) Herstellungsprozeß	71
bc) Vertrieb	82
3. Marktgegebenheiten	86
III. Weitere aktionsbestimmende Faktoren	90
1. Technische Entwicklung	90
2. Rechtliche Aspekte	98
3. Gesellschaftliche, politische und andere Einflüsse	107
4. Die Verfügbarkeit von Papier	108

C. ANSATZPUNKTE INNOVATORISCHER AKTIONSMÖGLICHKEITEN

<u>IM ZEITUNGSSEKTOR</u>	112
I. Zur Konzeption des Innovationsprozesses	112
II. Verfahrensinnovationen	119
1. Informationsübertragung und Vertrieb	119
2. Zeitungsherstellung	123
3. Journalistisch-redaktionelle Aspekte	129
III. Prüfung neuer Informations- und Kommunikationstechniken als Ausgangspunkt für Diversifikationen	132
1. Allgemeine Überlegungen	132
2. Beispiele	136
a) Elektronische Schriftmedien	136
b) Bewegtbildübertragungen	143
IV. Die marktliche Ausrichtung als Ansatzpunkt	149
1. Die Stellung der Zeitung unter den Massenmedien	149
2. Inhaltliche Aktionsmöglichkeiten	152
a) Passivität oder Aktivität des Konsumenten?	152
b) Verbreitungsgebiet, Zielgruppen, Themenwahl	155
c) Beispiele	160
ca) Regionale und lokale Berichterstattung	160
cb) Wirtschaftsberichterstattung	165

D. ERGEBNISSE 169

LITERATURVERZEICHNIS 172

PERSONENVERZEICHNIS 189

STICHWORTVERZEICHNIS 192