

# Inhalt

	<b>Vorwort</b>	5
<b>1</b>	<b>Die Neue Ruhr-/Rhein-Zeitung</b>	11
1.1	Geschichte der Zeitung	13
1.1.1	Fazit nach zwanzig Jahren	13
1.1.2	Resumée nach vier Jahrzehnten	19
1.2	Position des Blattes	23
1.2.1	Freiheitliche Grundhaltung	23
1.2.2	Demokratisches Diskussionsforum	24
1.3	Situation des Verlages	27
1.3.1	Anfang der sechziger Jahre	27
1.3.2	Beginn der siebziger Jahre	29
1.4	Innovationen des Unternehmens	33
1.4.1	Einführung der Fernsatttechnik	33
1.4.2	Marktanalyse und Leserforschung	37
<b>2</b>	<b>Das Presseland Nordrhein-Westfalen</b>	43
2.1	Entwicklungslinien des Zeitungswesens	45
2.1.1	Anfänge der Nachkriegspresse	45
2.1.2	Zwischenbilanz der Pressesituation	60
2.2	Entstehung des Landespressegesetzes	65
2.2.1	Diskussionen zum Pressegesetzentwurf	65
2.2.2	Verabschiedung des Pressegesetzes	69

2.3	Landesverband der Zeitungsverleger	75
2.3.1	Gründungsgeschichte der Vereinigung	75
2.3.2	Ergebnisse des ersten Vereinsjahres	82
2.4	Pressekonzentration im Bundesland	85
2.4.1	Zustand in endsechziger Jahren	85
2.4.2	Befunde aus frühsiebziger Jahren	87
<b>3</b>	<b>Überregionale Presse-Institutionen</b>	<b>89</b>
3.1	Das Versorgungswerk der Presse	91
3.1.1	Phasen der Entwicklungsgeschichte	91
3.1.2	Kompetenzen und Problemfelder	99
3.2	Der Deutsche Presserat	105
3.2.1	Anfangsphase des Selbstkontrollgremiums	105
3.2.2	Expansion der Aufgabenbereiche	111
3.3	Die Arbeitsgemeinschaft Regionalpresse	119
3.3.1	Gründungsumstände und Tätigkeitsfelder	119
3.3.2	Status nach einem Jahrzehnt	124
3.4	Der Theodor-Wolff-Preis	129
3.4.1	Philosophie der Journalistenehrung	129
3.4.2	Würdigung eines Preisträgers	134
<b>4</b>	<b>Komplexität des Zeitungsverlages</b>	<b>137</b>
4.1	Schlüsselposition des Verlegers	139
4.1.1	Öffentliche Aufgabenbestimmung	139
4.1.2	Verhältnis zur Redaktion	145
4.2	Konstitution des Presseverlages	151
4.2.1	Wirtschaftliche Grundlagen	151
4.2.2	Organisatorischer Aufbau	162
4.3	Funktionen der Zeitungsinserion	173
4.3.1	Stellenwert der Anzeigenwerbung	173
4.3.2	Instrumente des Anzeigenmarketing	177

4.4	Zeitungspapier und Marktsituation	181
4.4.1	Produktionsstatistik für Druckpapier	181
4.4.2	Papierversorgung und Preispolitik	185
<b>5</b>	<b>Presse und Kommunikationssystem</b>	<b>189</b>
5.1	Medienpolitik und Pressestruktur	191
5.1.1	Empfehlungen der Pressekommission	191
5.1.2	Fusionskontrolle und Gesetzespläne	200
5.2	Wandlungen des Zeitungsausseren	203
5.2.1	Erörterungen zur Erscheinungsweise	203
5.2.2	Plädoyer für Farbverwendung	209
5.3	Perspektiven der Insertion	213
5.3.1	Neuerungen im Anzeigenwesen	213
5.3.2	Zeitungsanzeige im Medienwettbewerb	227
5.4	Zukunft der Kommunikation	235
5.4.1	Entwicklungschancen der Medien	235
5.4.2	Leserschaft von Printmedien	242
<b>6</b>	<b>Bibliographie D. O.</b>	<b>247</b>
6.1	Veröffentlichungen 1947 — 1987	249
6.2	Editionen 1982 — 1987	258
<b>7</b>	<b>Vita D. O.</b>	<b>261</b>
	Chronologische Übersicht 1917 — 1987	263