

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort	12
Prämissen	14
Quellenbasis	14
Konzeption	16
I. Geographische Struktur	17
1. Situation 1961	17
2. Situation 1970	22
Fazit.	24
II. Außen-Struktur	27
1. Tradition	27
2. Periodizität	29
3. Tageszeit	29
4. Zeitungstitel	30
5. Zeitungsscharakter	31
6. Zeitungsumfang	32
7. Zeitungsformat	32
8. Satzspiegel	33
9. Papierqualität.	33
10. Spaltenzahl	34
Fazit.	35
III. Binnen-Struktur	36
1. Aufmachung	36
2. Stoffquellen	38
3. Lokalteil	39
4. Informationsteil	40
5. Meinungsteil	42
6. Unterhaltungsteil	44
7. Sportteil	46
8. Anzeigenteil	47
Fazit.	50
IV. Ökonomische Struktur	51
1. Unternehmungsform	51
2. Auflageziffern	53
3. Zeitungspreise.	55
4. Anzeigenpreise	56
5. Vertriebsformen	57
6. Druckereien.	58

	Seite
7. Hilfsapparatur	59
8. Wettbewerbslage	60
Fazit.	61
V. Personelle Struktur	63
1. Redaktion	63
2. Verwaltung	64
3. Werbung	64
4. Vergütungen	65
5. Sozialleistungen	66
Fazit.	67
VI. Leserschafts-Struktur	68
1. Leseranzahl.	68
2. Sozialstruktur.	69
3. Rezipienten.	70
4. Leserinteresse	71
5. Kauforientierung	72
6. Medienpräferenz	73
Fazit.	74
VII. Gesamt-Struktur	76
1. Urzustand	76
2. Gegenwartsstatus	77
3. Vorortjournalismus	78
4. Definitionsversuch.	79
VIII. Zukunfts-Struktur	80
1. Amerika-Situation	80
2. Exkurs: Deutschland-Situation	82

Dokumenten-Anhang

I. Die SUBURBAN PRESS FOUNDATION, Inc. (Chicago/Illinois)	90
1. Aufgaben und Zielsetzungen der Organisation	90
a) Entwicklungsgeschichte	90
b) Tätigkeitsfelder	90
c) Leistungsbilanz	92
d) Zukunftsambitionen	92
e) Mitgliedschaftsbedingungen	92
f) Erkennungssymbol	93

2. Verzeichnis der Mitgliedsverlage und -Zeitungen, 1970	94
a) California	94
b) Connecticut	95
c) Florida	95
d) Illinois	95
e) Indiana	97
f) Kansas	98
g) Kentucky	98
h) Massachusetts	98
i) Michigan	98
k) Minnesota	98
l) Missouri	99
m) Nebraska	99
n) New Jersey	99
o) New York	100
p) Ohio	100
q) Pennsylvania	101
r) Texas	102
s) Virginia	102
t) Wisconsin	102
(u) Canada	103
3. Leserschafts-Enquête vom Herbst 1964	104
a) Fragebogen als Preisausschreiben	104
b) Resultate von 2156 Beantwortungen	106
c) Rezipienten-Urteile über die Zeitungen	107
4. Binnenstruktur-Erhebung vom Januar 1969	112
5. Veranstaltungs-Aktivitäten	118
a) Themenliste von Seminaren, 1969—1970	118
b) Programm eines Seminars vom Frühjahr 1970	118
c) Permanente Arbeitsgruppen 1970	120
6. Werbung um Nachwuchs-Journalisten, 1970	121
a) Nationale Kampagne der Dachorganisation	121
b) Prospekt eines Mitgliedsverlages	123

II. Die SUBURBAN PRESS RESEARCH-Sektion beim Department of Journalism der Northern Illinois University (DeKalb/Ill.) 125

1. Charakter der wissenschaftlichen Forschungsstätte	125
2. Abgeschlossene Untersuchungen, 1966—1970	128
a) Research Series	128
b) Critique Series	128

3. Auszüge aus Forschungs-Berichten	129
a) Allgemein-Probleme der „Suburbans“	129
Suburbiale Grundstrukturen	129
Suburbiale Gesellschaft	130
b) Gestaltungs-Probleme der „Suburbans“	132
Aufmachung	132
Stilistik	133
Bildselektion	135
c) Berichterstattungs-Probleme der „Suburbans“	136
Politik	136
Wirtschaft	138
Kriminalwesen	140
Sport	142
Erziehung	143
d) Meinungsbildungs-Probleme der „Suburbans“	145
Kommentierungs-Möglichkeiten	145
e) Unterhaltungs-Probleme der „Suburbans“	147
Künstlerisches	147
Familienbezogenes	149

III. Die Situation lokalorientierter Presse in der BRD 150

1. Die ‚Standortpresse GmbH‘ (Bonn).	150
a) Von der Organisationsgeschichte	151
b) Von der Angebotsorientierung	151
c) Von der Fehleinschätzung des Marktes	152
d) Über Lokalzeitungen als Anschlagssäulen.	152
e) Über die Zerlegung des Marktes	153
f) Vom Erfolg an der Kasse	153
g) Über die deutsche Zeitungslandschaft	153
h) Über die Aussagefülle eines Terminus	154
i) Über die optimale Markterweiterung	154
k) Über die Leserschaft	155
l) Über die Zielpersonen.	155
m) Von der Art des Haushaltes	156
n) Über den hohen Mitleserfaktor	156
o) Von Zahlen für morgen	156
p) Von Tatsachen in Prozenten	157
q) Über die örtlichen Kaufkataloge	157
2. Die Zukunft der Lokalzeitung.	158
a) Wettbewerb der publizistischen Medien	158
b) Wir müssen den politischen Teil neu gestalten	158
c) Die Zeitung als Mittler zwischen den Bürgern	159

d) Spiegelbild der Gemeinschaft.	159
e) Im überschaubaren lokalen Bereich	160
f) Dem Volk aufs Maul schauen.	160
g) Bedeutung der Gesellschaftsnachrichten	160
h) ‚Entsiegelung‘ des Wirtschaftsteils	161
i) Mehr an die Frauen denken	161
k) Die Jugend stärker ansprechen.	161
l) Literatur und Fernsehkritik	162
m) Unsere ureigenste Domäne.	162
3. Enquête über Lokalorientierung von Regionalzeitungen.	162
a) Umfrage-Rundbrief.	162
b) Antwort-Beispiele.	163
‚Düsseldorfer Nachrichten‘ (Düsseldorf)	163
‚Frankfurter Neue Presse‘ (Frankfurt a. M.)	163
‚Hamburger Abendblatt‘ (Hamburg)	163
‚Hamburger Morgenpost‘ (Hamburg)	164
‚Hannoversche Allgemeine Zeitung‘ (Hannover)	164
‚Hannoversche Presse‘ (Hannover)	165
‚Kölner Stadt-Anzeiger‘ (Köln).	165
‚Kölnische Rundschau‘ (Köln)	165
‚Münchner Merkur‘ (München)	166
‚NRZ — Neue Ruhr Zeitung‘ (Essen)	166
‚Nürnberger Nachrichten‘ (Nürnberg)	168
‚Stuttgarter Nachrichten‘ (Stuttgart)	168
‚Stuttgarter Zeitung‘ (Stuttgart)	168
‚Süddeutsche Zeitung‘ (München).	169
4. Konzeption von Stadtteilbeilagen	169

QUELLEN- und LITERATURVERZEICHNIS 175

1. Quellen	175
a) Unveröffentlichtes Material	175
b) Publiizierte Materialien	176
2. Bibliographien	178
3. Darstellungen.	179