

	<i>Widmung</i>	Seite	9
	<i>Vorwort</i>	Seite	11
1	Einleitung	Seite	15
2	Der Markt	Seite	21
3	Strategische Planung für Verlage allgemein	Seite	37
4	Marketing-Planung für Einzel-Objekte / Leser-Marketing	Seite	51
	• Marktforschung	Seite	55
	• Produktpolitik	Seite	62
	• Preispolitik	Seite	89
	• Vertriebspolitik	Seite	92
	• Kommunikationspolitik	Seite	97
	• Marketing-Infrastruktur	Seite	126
5	Marketing-Planung für Einzel-Objekte / Anzeigen-Marketing	Seite	131
	• Markt- und Mediaforschung	Seite	141
	• Produktpolitik	Seite	145
	• Preispolitik	Seite	151
	• Kommunikationspolitik	Seite	154
	• Persönlicher Verkauf	Seite	169