

1.	Einleitung und Problemstellung	7
1.1	Wirtschaftliche Relevanz: Bedeutung der erfolgreichen Etablierung neuer Zeitschriften für Medienunternehmen	10
1.2	Wissenschaftliche Relevanz: Forschungsstand zur Etablierung neuer Zeitschriftentitel	15
1.2.1	Monografien im Bereich Medienmanagement	17
1.2.2	Artikel in wissenschaftliche Zeitschriften	20
1.2.3	Kontinuierliche empirische Analysen	25
1.2.4	Zusammenfassung des Forschungsstandes Populärpresse	26
1.3	Problemstellung und Gang der Arbeit	27
2.	Die Bestimmung des Untersuchungsgegenstandes: Die Populärpresse und die Etablierung neuer Zeitschriften	32
2.1	Funktionale Definition der Pressegeattungen	34
2.2	Teilmärkte der Populärpresse	43
2.2.1	Die Bedeutung des relevanten Marktes für die Gruppierung redaktioneller Konzepte	44
2.2.2	Segmente der Populärpresse in der Analyse	47
2.2.3	Zwischenfazit: Der Untersuchungsgegenstand Populärpresse	53
2.3	Etablierung neuer Titel der Populärpresse	55
2.3.1	Überblick: Teilprozesse der Etablierung neuer Titel	55
2.3.2	Entwicklungsphase: Die Neukonzeption eines Titels.....	59
2.3.3	Einführungsphase: Entscheidungsvariablen und Managementaufgaben während des Marktzutritts	71
2.3.4	Eintritt in die Wachstumsphase: Etablierung nach erfolgreichem Marktzutritt.....	83
2.4	Zusammenfassung des Untersuchungsgegenstandes	94
3.	Expertise als Erklärungsgröße für Performanz	98
3.1	Verortung der Expertise in unternehmenstheoretischen Ansätzen	98
3.1.1	Das marktbasierete Unternehmensverständnis	100
3.1.2	Das ressourcenbasierete Unternehmensverständnis	106
3.1.3	Das verhaltenswissenschaftliche Unternehmensverständnis.....	122
3.2	Verortung der Expertise in der empirischen Erfolgsfaktorenforschung	130
3.2.1	Die allgemeine Erfolgsfaktorenforschung	132
3.2.2	Erfolgsfaktorenforschung zur Einführung neuer Produkte.....	136
3.2.3	Erfolgsfaktorenforschung im Printbereich	138
3.2.4	Verwertbarkeit der Erfolgsfaktorenforschung.....	146
3.3	Zusammenfassung: Expertise als Erklärungsgröße für Performanz ..	149

4.	Expertise als theoretisches Konzept	155
4.1	Deskriptive Ansätze zur Expertise und zum implizitem Wissen	158
4.1.1	Schön (1983): The reflective Practitioner	159
4.1.2	Dreyfus / Dreyfus (1986): Mind over Machine	162
4.2	Polanyi: Implizites Wissen in der Theorie der mentalen Akte	164
4.2.1	Tacit knowing	165
4.2.2	Proximaler und distaler Term im mentalen Akt	166
4.2.3	Die mentale Triade	168
4.2.4	Die Struktur der Expertise	172
4.2.5	Der Erwerb von Wissen und Expertise im Modell der mentalen Akte	174
4.3	Zusammenfassung: Expertise nach Polanyi	178
5.	Die Rolle und Expertise des Verlagsleiters bei der Etablierung neuer Zeitschriften	181
5.1	Empirische Verortung der Expertise bei der Einführung neuer Zeitschriften: Die Funktion des Verlagsleiters	182
5.1.1	Die Grundfunktion des Verlagsleiters bei Titeln der Populärpresse	184
5.1.2	Die Aufgaben des Verlagsleiters im Allgemeinen und im Besonderen bei der Neueinführung von Zeitschriften	187
5.2	Expertise des Verlagsleiters als Persönlichkeitsmerkmal zur Erklärung des Etablierungserfolgs bei Zeitschriften	205
6.	Operationalisierung, Forschungsdesign und methodische Umsetzung	213
6.1	Operationalisierung der Erklärungs- und Kontrollgrößen	214
6.1.1	Demographische und berufliche Merkmale von Verlagsleitern als Expertisefaktor	214
6.1.2	Affiliationsnetzwerke als Expertisefaktor.....	220
6.1.3	Markt- und organisationsseitige Kontrollgrößen	227
6.1.4	Zusammenfassung.....	229
6.2	Datenerhebung	233
6.2.1	Selektion der Titel der Populärpresse	233
6.2.2	Datensatz Titel	235
6.2.3	Datensatz Verlagsleiter	241
6.3	Methoden der Datenauswertung	251
6.3.1	Gruppenvergleich bei attributiven Merkmalen	251
6.3.2	Gruppenvergleich bei relationalen Merkmalen	253
6.3.3	Diskriminanzanalyse	259

7.	Der empirische Zusammenhang von Etablierungserfolg, ökonomischen Rahmenbedingungen und der Expertise des Verlagsleiters	261
7.1	Erfolgreiche und nicht erfolgreiche Titel im Untersuchungszeitraum	262
7.2	Kontrollgrößen Markt	270
7.2.1	Lesermarkt: Segmentspezifische Einflüsse	271
7.2.2	Anzeigenmarktseitige Einflussfaktoren	296
7.3	Kontrollgrößen Verlag	299
7.4	Erklärungsgröße Expertise	304
7.4.1	Demographische und berufliche Merkmale des Verlagsleiters.....	305
7.4.2	Berufliche Einbettung des Verlagsleiters	310
7.5	Bedeutung und Einflussstärke der Erklärungs- und Kontrollgrößen	331
8.	Fazit: Die Bedeutung der Expertise von Verlagsleitern für die erfolgreiche Etablierung neuer Zeitschriften unter der Berücksichtigung ökonomischer Rahmenbedingungen	338
9.	Literaturverzeichnis	353