

28 541 PS/WP Medienökonomie B: DER PRESSEMARKT

## Literaturhinweise

Bei dieser Literaturliste handelt es sich lediglich um eine Auswahl an Texten. Für die Anfertigung der Referate und vor allem der Hausarbeiten ist eine eigenständige Literaturrecherche deshalb unerlässlich. Weiterhin muß auf die große Bedeutung der zahlreichen Periodika (inkl. Jahrbücher) und WWW-Auftritten hingewiesen werden. Insbesondere, um die unterschiedlichsten aktuellen Entwicklungen verfolgen zu können, ist die Lektüre von Fachzeitschriften sowie der Tagespresse unerlässlich.

Bis auf einige Ausnahmen wurden alle Titel nur einmal in dieser Liste aufgenommen, auch wenn sie für mehrere Bereiche relevant sind. Dies ist bei der Lektüre zu beachten.

### 1.) **Wissenschaftliches Arbeiten**

BÜNTING, Karl-Dieter / BITTERLICH, Axel / POSPIECH, Ulrike: Schreiben im Studium. Ein Trainingsprogramm. Berlin 1996.

ECO, Umberto: Wie man eine wissenschaftliche Abschlußarbeit schreibt. Heidelberg 1989.

MAIER-RABLER, Ursula / RENGER, Rudi / REST, Franz / STOCKINGER, Karin: Einführung in das kommunikationswissenschaftliche Arbeiten. München 1990.

PABST-WEINSCHENK, Marita: Reden im Studium. Ein Trainingsprogramm. Berlin 1995.

PITTER, Keiko u. a.: Studieren mit dem Internet. Der Schlüssel zu Bibliotheken, Datenbanken, Software und Newsgroups. München und Wien 1997.

### 2.) **Volkswirtschaftliche / Makroökonomische Theorie**

BAßELER, Ulrich / HEINRICH, Jürgen / KOCH, Walter: Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft. Köln 1978, 1988 (11. Auflage).

HEINEN, Edmund: Industriebetriebslehre - Entscheidungen im Industriebetrieb. Wiesbaden 1978 (oder jede spätere Auflage).

MANDEL, Ernest: Marxistische Wirtschaftstheorie, 2 Bände. Frankfurt 1968, 1985 (11. Auflage).

SAMUELSON, Paul A.: Volkswirtschaftslehre. Köln 1987 (2 Bde.).

### 3.) Medienökonomische Ansätze und "Gesamtdarstellungen"

- ALTENDORFER, Otto: „Das Mediensystem der Bundesrepublik Deutschland“. Band 1 + 2. Wiesbaden 2001/2003.
- ALTMIPPEN, Klaus-Dieter/ KARMASIN, Matthias (Hrsg.): Medien und Ökonomie. Band 1-3. Opladen 2002.
- BECK, Hanno: Medienökonomie. Print, Fernsehen und Multimedia. Berlin 2002.
- BENTELE, Günter / JARREN, Otfried (Hrsg.): Medienstadt Berlin. Berlin 1988.
- HALLER, Michael / PUDER, Klaus / SCHLEVOIGT, Jochen (Hrsg.): Presse Ost - Presse West. Journalismus im vereinten Deutschland. Berlin 1995.
- HEINRICH, Jürgen: Medienökonomie. Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Opladen 2001.
- HEINRICH, Jürgen: Medienökonomie. Band 2: Hörfunk und Fernsehen. Opladen 1999.
- HOLZER, Horst: Massenkommunikation als Kapitalverwertungsprozeß und die Rolle des Publikums. In: BURKHART, Roland / HÖMBERG, Walter (Hrsg.): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Wien 1992.
- KIEFER, Marie Luise: Medienökonomik. Einführung in eine ökonomische Theorie der Medien. München 2001.
- KNOCHE, Manfred/ SIEGERT, Gabriele (Hrsg.): Strukturwandel der Medienwirtschaft im Zeitalter digitaler Kommunikation. München 1999.
- LUDWIG, Johannes: Medienökonomie. Eine Einführung in die ökonomischen Strukturen und Probleme von Medienunternehmen. In: JARREN, Otfried (Hrsg.): Medien und Journalismus: Fachwissen für Journalisten. Bd. 1, Berlin 1993, S. 137 - 202.
- LUDWIG, Johannes: Zur Ökonomie der Medien: Zwischen Marktversagen und Querfinanzierung. Von J.W. Goethe bis zum Nachrichtenmagazin *Der Spiegel*. Opladen 1998.
- MAHLE, Walter A. (Hrsg.): Pressemarkt Ost. Nationale und internationale Perspektiven. Konstanz 1992.
- MALIK, Fredmund: Schein-Werte. Die Krise der Medien aus ökonomischer Sicht. In: epd-Medien 42/2003. S. 5-14.
- PICARD, Robert G.: Media Economics. Concepts and Issues. Newbury Park / London / New Delhi 1989.
- PÜRER, Heinz / RAABE, Johannes: Medien in Deutschland. Band 1: Presse. Konstanz 1996.
- SCHENK, Michael / DONNERSTAG, Joachim: Medienökonomie. Einführung in die Ökonomie der Informations- und Mediensysteme. München 1989.
- SCHROEDER, Michael: Internationale Markt- und Managementstrategien für Print-Medien. München 1994.
- SCHUMANN, Matthias, HESS, Thomas: Grundfragen der Medienwirtschaft. Berlin 2000.
- SIEGERT, Gabriele/ LOBGIS, Frank (Hrsg.): Zwischen Marktversagen und Medienvielfalt. Medienmärkte im Fokus neuer medienökonomischer Anwendungen. Baden-Baden 2004.

SJURTS, Insa: Die deutsche Medienbranche. Eine unternehmensstrategische Analyse. Wiesbaden 1996.

SJURTS, Insa: Strategien der Medienbranche. Grundlagen und Fallbeispiele. Opladen 2002.

WIRTZ, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement. 2., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden 2001.

ZERDICK, Axel: Ökonomische Interessen und Entwicklungslinien bei der Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechniken. In: Rundfunk und Fernsehen 4/1982, S. 482 - 490.

#### **4.) Daten und Basisinformationen aus der Medienwirtschaft:**

ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIA ANALYSE (AG MA): Media-Analyse für Publikumszeitschriften, Tageszeitungen, Werbefernsehen, Werbefunk, Lesezirkel, Kino- und Direktwerbung. Frankfurt a.M. 1972 (erscheint jährlich).

BERICHT DER BUNDESREGIERUNG ÜBER DIE LAGE DER MEDIEN IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND 1994. Medienbericht '94. Herausgegeben vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung. Bonn 1994 (und spätere Jahrgänge)

BREPOHL, Klaus: Medien - Fakten und Zahlen. Köln 1992.

BUNDESVERBAND DEUTSCHER ZEITUNGSVERLEGER e.V. (BDZV): Zeitungen '98 usw. Bonn 1998 (erscheint jährlich).

GEPPERT, Kurt / SEUFERT, Wolfgang / ZERDICK, Axel: Werbemarkt Berlin und Brandenburg. Eine Studie im Auftrag der Anstalt für Kabelkommunikation Berlin. Berlin 1992.

HANS-BREDOW-INSTITUT: Internationales Handbuch Medien 2004/2005. Baden-Baden 2004.

JARREN, Otfried/ BONFADELLI, Heinz (Hrsg.): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Stuttgart 2001.

KOSCHNICK, Wolfgang J.: Standardlexikon für Mediaplanung und Mediaforschung. München 1988.

MEDIA DATEN VERLAGSGESELLSCHAFT (Hrsg.): Media Daten. Handbuch der deutschen Werbeträger. Mainz 1998 (und alle weiteren Jahrgänge).

MEDIA PERSPEKTIVEN Basisdaten: Daten zur Mediensituation in der Bundesrepublik 2003. Frankfurt a.M. 2003.

MEYN, Hermann: Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin 2001.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth / SCHULZ, Winfried / WILKE, Jürgen (Hrsg.): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt 1994.

STATISTISCHES BUNDESAMT: Pressestatistik 1994. In: Wirtschaft und Statistik, Wiesbaden, 1994, S. 441 - 448.

ZENTRALAUSSCHUSS DER WERBEWIRTSCHAFT (ZAW): Werbung in Deutschland 1998. Bonn 1998 (erscheint jährlich).

ZIMPEL, Dieter: Loseblattwerke Zeitungen, Publikumszeitschriften, Funk & Fernsehen, Fachzeitschriften und Anzeigenblätter. Halbjährliche Aktualisierungen. Wiesbaden.

## 5.) Bibliographien zur Medienökonomie

KÜSTERS-SCHAH, Ursula: Schrift, Buch und neue Medien: annotierte Auswahl-Bibliographie. Jülich 1995.

SCHENK, Michael und HENSEL, Matthias: Medienwirtschaft - Eine kommentierte Auswahlbibliographie. Baden Baden 1986.

UBBENS, Wilbert: Jahresbibliographie Massenkommunikation 1996. Berlin 1998 (erscheint jährlich).

WEISCHENBERG, Siegfried / BOBBENKAMP, Christian / KRÄMER, Frank / LÖFFELHOLZ, Martin: Trends der Informationsgesellschaft: Eine annotierte Bibliographie zur Zukunft der Medienkommunikation. Münster 1995.

## 6.) Ökonomische Strukturen bei Tageszeitungen

Alte Nachbarschaften werden neu belebt. Die Zeitungen im Wandel der Systeme in Mittel- und Osteuropa. Zeitungskongreß `90 in Nürnberg. Dokumentation. BDZV Schriftenreihe, Heft 26. Bonn-Bad Godesberg 1991.

ALTOBELLI, Claudia Fantapie: Print contra Online. Verlage im Internetzeitalter. München 2002.

BAUER, Inez: Jugend und Tageszeitung. Ergebnisse quantitativer und qualitativer Studien. In: Media Perspektiven 1/1996, S. 8-17.

Berichtsband DIHT (Hrsg.): Wettbewerb der Printmedien. Marktstruktur der Tagespresse nach der Wiedervereinigung. Bonn 1992.

BERLINER AUTORENKOLLEKTIV PRESSE (Hrsg.): Wie links können Journalisten sein - Pressefreiheit und Profit. Reinbek bei Hamburg 1972 (insbes. Kap. 2).

BIERMEIER, Sabine: Pressevertrieb in Europa. Analyse unter Berücksichtigung des Preisbildungs-Aspekts zur Aufrechterhaltung deutscher Pressevertriebsstruktureigenheiten. Wiesbaden 2002.

BLÖBAUM, Bernd: Nachrichtenagenturen in den Nord-Süd-Beziehungen. Berlin 1998.

BOBKE, Justus: Ost-Berliner Tageszeitungen im Zeichen des politischen Umbruchs am Ende der DDR. Phil.Diss. Kiel 1994.

BRUMMUND, Peter / SCHWINDT, Peter: Der Pressemarkt in der Bundesrepublik. Öffentliche Aufgabe und privatwirtschaftliche Organisation der Presse. Köln 1982.

BRUCK, Peter A. (Hrsg.): Print unter Druck. Zeitungsverlage auf Innovationskurs. München 1994.

BRUCK, Peter A. (Hrsg.): Medienmanager Staat. Von den Versuchen des Staates, Medienvielfalt zu ermöglichen. Medienpolitik im internationalen Vergleich. München 1994.

BUCHER, Hans-Jürgen/ PÜSCHEL, Ulrich (Hrsg.): Die Zeitung zwischen Print und Digitalisierung. Opladen 2001.

BUCHER, Hans-Jürgen/ BÜFFEL, Steffen/ WOLLSCHEID: Digitale Zeitungen als ePaper: Echt Online oder echt Print. Nutzungsmuster von ePaper, Zeitungsonline-

- angebote und Tageszeitungen im Vergleich. In: Media Perspektiven 9/2003. S. 434-444.
- CLAUS, Werner (Hrsg.): Medien-Wende Wende-Medien? Dokumentation des Wandels im DDR-Journalismus Oktober `89 bis Oktober `90. Berlin 1991.
- COMPAINE, Benjamin N.: The Newspaper Industry in the 1980s: An Assessment of Economics and Technology. White Plains, New York 1980.
- FINK, Conrad C.: Strategic Newspaper Management. New York 1988.
- FLECK, Florian: Veränderungen von Organisation und Führungsstrukturen in Tageszeitungen. In: Publizistik, Bd. 25 (1980), S. 282 - 289.
- FRIEDRICHSEN, Mike (Hrsg.): Printmanagement. Herausforderung für Druck und Verlagsunternehmen im digitalen Zeitalter. Baden-Baden 2004.
- GREIFFENBERG, Horst / ZOHLNHÖFER, Werner: Pressewesen. In: OBERENDER, Peter (Hrsg.): Marktstruktur und Wettbewerb in der Bundesrepublik Deutschland: Branchenstudien zur deutschen Volkswirtschaft. München 1984, S. 577 - 627.
- HACKENSCHUH, Katrin/ DÖBLER, Thomas/ SCHENK, Michael: Der Tageszeitungsverlag im digitalen Wettbewerb. Geschäftsmodelle für das Online-Angebot. Baden-Baden 2004.
- HELD, Barbara / SIMEON, Thomas: Die zweite Stunde Null. Berliner Tageszeitungen nach der Wende (1989-1994). Berlin 1994
- HUBER, R.: Redaktionelles Marketing für den Lokalteil. Die Zeitungsredaktion als Bezugspunkt journalistischer Themenplanung und Themenrecherche. München 1986.
- KAPITZA, Arne: Transformation der ostdeutschen Presse. „Berliner Zeitung, „Junge Welt“ und „Sonntag/Freitag“ im Prozess der deutschen Wiedervereinigung. Opladen 1997.
- KOPETZ, Dieter (Hrsg.): Perspektiven für die Medien in den neuen Bundesländern. Münster und Hamburg 1991. In: Europa 2000. Band 2.
- KOPPER, Gerd G. (Hrsg.): Marktzutritt bei Tageszeitungen - Zur Sicherung von Meinungsvielfalt und Wettbewerb. München u. a. 1984.
- KUTSCH, Arnulf (Hrsg.): Publizistischer und journalistischer Wandel in der DDR. Vom Ende der Ära Honecker bis zu den Volkskammerwahlen im März 1990. In: Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Band 64. Bochum 1990
- LAVINE, John M. / WACKMAN, Daniel B.: Managing Media Organizations: Effective Leadership of the Media. White Plains, New York 1988.
- LOHSE, Michael: "Innere Pressefreiheit" in den 90er Jahren. Vier Fallstudien zur Mitbestimmung in der deutschen Tagespresse. In: [http://www.dpg-brandenburg.de/nr\\_19/presse.htm#lohse](http://www.dpg-brandenburg.de/nr_19/presse.htm#lohse)
- LUDWIG, Johannes: Lizenzverleger zwischen Monopol und Wettbewerb. Interessen und Motive, Unternehmensziele und langfristige Sicherung des publizistisch-ökonomischen Konzepts 1949 bis 1999. In: PUBLIZISTIK 2/02, S. 135-169.

- MAST, Claudia: Tageszeitung und Neue Medien. Zum Engagement der Presse im elektronischen Umfeld. Konstanz 1986.
- MEYEN, Michael: "Nanu, schon wieder kein Papier da?. SED-Presse in der frühen DDR" In: Deutschland Archiv, Zeitschrift für das vereinigte Deutschland. 34 Jg., Heft 1. Opladen 2001.
- MEYER, Uwe. Der Marktzutritt der "Tageszeitung" (TAZ). In: Media Perspektiven 3/1983, S. 155 - 158.
- MOSS, Christoph: Die Organisation der Zeitungsredaktion. Wie sich journalistische Arbeit effizient organisieren läßt. Opladen 1998.
- MUNDHENKE, Reinhard: Der Verlagskaufmann. Berufsfachkunde für den Kaufmann im Zeitungs- Zeitschriften- und Buchverlag. Frankfurt 1988.
- NEUBERGER, Christoph / TONNEMACHER, Jan: Online. Die Zukunft der Zeitung? Das Engagement deutscher Tageszeitungen im Internet. Wiesbaden 2003.
- NEUBERGER, Christoph / TONNEMACHER, Jan / BIEBL, Matthias / DUCK, André: Die deutschen Tageszeitungen im World Wide Web. Redaktionen, Nutzer, Angebote. In: Media Perspektiven 12/1997, S. 652-662.
- NOLL, Jochen: Die deutsche Tagespresse. Ihre wirtschaftliche und redaktionelle Struktur. Frankfurt a. M., New York 1977.
- PROSS, Harry: Zeitungsreport. Deutsche Presse im 20. Jahrhundert. Weimar 2000.
- PÜRER, Heinz, RAABE, Johannes: Medien in Deutschland. Band 1. Presse. Konstanz 1996.
- RIEFLER, Katja: Zeitung Online. Neue Wege zu Lesern und Anzeigenkunden. Bonn 1995.
- RUß-MOHL, Stephan: US-Zeitungsmarkt: Innovationsdynamik in einer stagnierenden Branche. Zur ökonomischen und publizistischen Entwicklung von Tageszeitungen in den Vereinigten Staaten. In: Media Perspektiven, 1/1996, S. 30-40.
- RUTSATZ, Karl-Heinz: Die wirtschaftliche Situation deutscher Tageszeitungen. Beste Ertragslage seit den dreißiger Jahren. In: Media Perspektiven 3/1980, S. 160 - 163.
- SINDHWANI, Trilok N.: Newspaper Economics and Management. New Delhi 1979.
- SCHNEIDER, Beate: Die ostdeutsche Tagespresse - eine (traurige) Bilanz. In: Media Perspektiven 7/1992, S. 428 - 441.
- SCHNURR, D. (Red.): Vom Zeitungsverkauf zum Zeitungsmarketing. (=Schriftenreihe der Pressestiftung RWV) Düsseldorf, Wien 1986
- SCHÖNBACH, Klaus (Hrsg.): Zeitungen in den Neunzigern: Faktoren ihres Erfolgs. 350 Tageszeitungen auf dem Prüfstand. Bonn 1997.
- SCHÜTZ, Walter J.: Deutsche Tagespresse 1995. In: Media Perspektiven 6/1996, S. 324-336.
- SCHÜTZ, Walter J.: Deutsche Tagespresse 1997. In: Media Perspektiven 12/1997, S. 663-684.
- SPIELHAGEN, Edith (Hrsg.): So durften wir glauben zu kämpfen...Erfahrungen mit DDR-Medien. Berlin 1993.

- STÜRZEBECKER, Dieter: Vertriebspreise als Wettbewerbsfaktor. Bedingungen und Strukturen des Wettbewerbs auf dem deutschen Zeitungsmarkt. In: Media Perspektiven 12/1995, S. 594-609.
- STÜRZEBECKER, Dieter: Publizistische Einheit? Marktstrukturen und Wettbewerbsverhältnisse der Tagespresse in den neuen Ländern nach der Wende. Phil.Diss. Hannover 1997.
- THEIS-BERGLMAIER, Anna M. (Hrsg.): Internet und die Zukunft der Printmedien. Kommunikationswissenschaftliche und medienökonomische Aspekte. Opladen 2002.
- VAN EIMEREN, Birgit / GERHARD, Heinz / OEHMICHEN, Ekkehardt / SCHRÖTER, Christian: ARD/ZDF-Online-Studie 1998: Onlinemedien gewinnen an Bedeutung. Nutzung von Internet- und Onlineangeboten elektronischer Medien in Deutschland. In. Media Perspektiven 8/1998, S. 423-435.
- WEIDENBACH, Georg: Anzeigenblätter im Wettbewerbs- und Kartellrecht. Konstanz 2002.
- WITTE, Eberhard / SENN, Joachim: Zeitungen im Medienmarkt der Zukunft. Eine betriebswirtschaftliche Untersuchung. Stuttgart 1984.
- WOLPERT, Samuel A. / FRIEDMAN WOLPERT, Joyce: Economics of Information. New York 1986.
- ZOHLNHÖFER, Werner: Zur Ökonomie des Pressewesens in der Bundesrepublik Deutschland. In: SCHENK, Michael / DONNERSTAG, Joachim (Hrsg.): Medienökonomie - Einführung in die Ökonomie der Informations- und Mediensysteme. München 1989, S. 35 - 75.

## **7.) Ökonomische Strukturen bei Zeitschriftenverlagen**

- BARREL, Joan / BRAITHWAITE, Brian: The Business of Women's Magazines. London 1988.
- BLEIS, Thomas: Erfolgsfaktoren neuer Zeitschriften. Empirische betriebswirtschaftliche Untersuchung zur Entwicklung und Markteinführung von Publikumstiteln. München 1996.
- DEUTSCHLAND, W. v.: Verlagsmarketing. Marketingkonzeption im Zeitschriftenverlag. (Dissertation). Zürich 1983.
- FISCHER, Heinz-Dietrich (Hrsg.): Publikumszeitschriften in der BRD. Palette - Probleme - Perspektiven. Konstanz 1985.
- HALLER, Klaus: Werkzeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland. Berlin 1998.
- HEINRICH, Jürgen: Medienökonomie. Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt. Opladen 1994.
- JACOB, Wilhelm: Neuentwicklungen von Zeitschriften. Eine kritische Analyse unterschiedlicher Vorgehensweisen von der Idee bis zum Leser. München 1986.
- MERBOLD, Claus: Fachzeitschriften-Mediaplanung. Die Praxis der Mediaplanung im Industrieunternehmen. Würzburg 1983.
- MUNDHENKE, Reinhard: Der Verlagskaufmann. Berufsfachkunde für den Kaufmann im Zeitungs-, Zeitschriften- und Buchverlag. Frankfurt a. M. 1988.

- RÖPER, Horst: Konzentration im Zeitschriftenmarkt gestiegen. Daten zur Konzentration der Publikumszeitschriften in Deutschland im I. Quartal 1996 In: Media Perspektiven 6/1996, S. 309-323.
- RÖPER, Horst: Konzentration im Zeitschriftenmarkt leicht rückläufig. Daten zur Konzentration der Publikumszeitschriften in Deutschland im I. Quartal 1998 In: Media Perspektiven 7/1998, S. 337-351.
- RÖPER, Horst: Marktverschiebung durch neue Titel. Daten zur Konzentration der Publikumszeitschriften in Deutschland im I. Quartal 1994. In: Media Perspektiven 10/1994, S. 478 - 488.
- ROLF, Nina: Special Interest-Zeitschriften. Münster, Hamburg 1995.
- SCHULTE-HILLEN, Gerd: Internationales Zeitschriftengeschäft - Chancen und Risiken. In: Bertelsmann Briefe, Heft 114, Dezember 1986, S. 5 - 7.
- VERBAND DEUTSCHER ZEITSCHRIFTENVERLEGER (Hrsg.): Anzeigen in Publikumszeitschriften. Ein Leitfaden für die Praxis. Bonn 1990.
- VOGEL, Andreas: Die Leserschaft der populären Jugendpresse. Markt- und Leseranalyse. In: Media Perspektiven, 1/1996, S. 18-29.
- VOGEL, Andreas/ HOLTZ-BACHA, Christina (Hrsg.): Zeitschriften und Zeitschriftenforschung. Sonderheft PUBLIZISTIK. Opladen 2002.
- WOLDT, Runar: Verdrängungskämpfe im Markt der Publikumszeitschriften. in: Media Perspektiven 10/1986, S. 648 - 658.
- ZETSCHKE, Wolfgang: Die Lösung spezieller Produktions- und Absatzprobleme in der Zeitschriftendruckindustrie. Ein integrierter Planungsansatz. Frankfurt a. M. u. a. 1986.

## **8.) Ökonomische Struktur des Pressevertriebs**

- BRUMMUND, Peter: Struktur und Organisation des Pressevertriebs. Band 1: Der deutsche Zeitungs- und Zeitschriftengroßhandel. München 1985. Band 2: Zeitungen und Zeitschriften im Einzelhandel. München 1985.
- GRUNER + JAHR (Hrsg.): Wörterbuch des Vertriebs. Hamburg 1985.
- DORN, Margit/ VOGEL, Andreas: Geschichte des Pressevertriebs in Deutschland. Baden-Baden 2001.
- KNOCHE, Manfred / ZERDICK, Axel: Bedeutung des Postzeitungsdienstes und Preiserhöhungsakzeptanz in der Bevölkerung. Bad Honnef 1991 (Wiss. Inst. für Kommunikationsdienste, Disk. Beitrag Nr. 67).
- KNOCHE, Manfred / ZERDICK, Axel: Die Wirtschaftlichkeit der Verlage und der Postzeitungsdienst. Bad Honnef 1991 (Wiss. Inst. für Kommunikationsdienste, Disk. Beitrag Nr. 68).
- KNOCHE, Manfred / ZERDICK, Axel: Postzeitungsdienst und alternative Zustellformen im Vertriebssystem der Presse. Bad Honnef 1992 (Wiss. Inst. für Kommunikationsdienste, Disk. Beitrag Nr. 80).
- SCHULZ, Herbert: Der Vertrieb regionaler Tageszeitungen. Verkaufen, Verteilen, Verwalten – ein Funktionsprofil -. Bonn 1994.



THORN, William J. / PFEIL, Mary Pat: Newspaper Circulation: Marketing the News. White Plains, New York 1987.

## 9.) Ökonomische Strukturen der Buchverlage

BLANA, Hubert: Die Herstellung. Ein Handbuch für die Gestaltung, Technik und Kalkulation von Buch, Zeitschrift und Zeitung. München u. a. 1986.

BÖRSENVEREIN DES DEUTSCHEN BUCHHANDELS: Buch und Buchhandel in Zahlen. Erscheint alle zwei Jahre in Frankfurt a. M.

BRÜGGEN, H.: Die Verlagswerbung. Aufbau und innerbetriebliche Organisation. (Reihe: Der Verlagskaufmann, Bd. 2). o.O., o.J.

CORSTEN, Severin / PFLUG, Günter / SCHMID-KÜNSEMÜLLER, Friedrich Adolf (Hrsg.): Lexikon des gesamten deutschen Buchwesens. Stuttgart 1987.

DÖRRICH, Sabine: Die Zukunft des Mediums Buch. Eine Strukturanalyse des verbreitenden Buchhandels. Bochum 1991.

HEINOLD, Wolfgang Ehrhardt: Bücher und Büchermacher. Was man von Verlagen und Verlegern wissen sollte. Heidelberg 1988.

HEINOLD, Wolfgang Ehrhardt: Bücher und Büchermacher. Verlage in der Informationsgesellschaft. Heidelberg 2001.

HEINOLD, Wolfgang Ehrhardt: Bücher und Buchhändler. Was man vom Einzelhandel mit Büchern wissen sollte. 2 Bände, Heidelberg 1990.

HEINOLD, Wolfgang Ehrhardt: Bücher und Buchhändler. Buchhandlungen in der Informationsgesellschaft. Heidelberg 2001.

KIND, Hero: Management in Buchverlagen. In: FISCHER, Heinz-Dietrich (Hrsg.): Positionen und Strukturen bei Druckmedien. Festschrift für Dietrich Oppenberg. Düsseldorf u. a. 1987, S. 305-323.

LENGEN van, Haiko: Bücher im virtuellen Warenkorb. Wie deutsche und britische Internet-Buchhandlungen das Internet als interaktives Medium nutzen. Berlin 2001.

MAY, Frank Christian: Der gebundene Buchpreis. Eine ökonomische Betrachtung. Arbeitspapiere des Instituts für Rundfunkökonomie. Universität Köln 2000.

<http://www.uni-koeln.de/wiso-fak/rundfunk/index.htm?/wiso-fak/rundfunk/publi/06andere-medien.htm>

MEYER-DOHM, Peter / STRAUß, Wolfgang: Handbuch des Buchhandels in vier Bänden. Frankfurt a. M. 1975.

MUNDHENKE, Reinhard: Der Verlagskaufmann. Berufsfachkunde für den Kaufmann im Zeitungs- Zeitschriften- und Buchverlag. Frankfurt a. M. 1988.

o. V.: Buchmarktstatistik 1990 bis 1992. In: Media Perspektiven 10/1993, S. 496.

PROSI, Gerhard: Ökonomische Theorie des Buches. Volkswirtschaftliche Aspekte des Urheber- und Verlegerschutzes. Düsseldorf 1971.

RIBAUX, Louis: Betriebslehre des Sortimentsbuchhandels. Frauenfeld und Stuttgart 1980.

STOCKEM, Anno: Vermarktung von Büchern. Eine Analyse aus der Sicht von Verlagen. Wiesbaden 1988.

VOLPERS, Helmut: Der gesamtdeutsche Buchmarkt 1990/91. Eine Bestandsaufnahme - ein Jahr nach der Vereinigung. In: Media Perspektiven 11/1991, S. 735 - 743.

VOLPERS, Helmut: Der deutsche Buchmarkt 1991/92. Zwischen Aufschwung und Krise. In: Media Perspektiven 10/1992, S. 656 - 664.

ZOPP, Hans: Die Buchgemeinschaften als Kooperationskonzept. In: Bertelsmann Briefe, Heft 114, Januar 1984, S. 22 - 26.

## **10.) Pressekonzentration**

AUFERMANN, Jörg/ LANGE, Bernd-Peter/ ZERDICK, Axel: Pressekonzentration in der BRD: Untersuchungsprobleme, Ursachen und Erscheinungsformen. In: AUFERMANN, Jörg/ BOHRMANN, Hans/ SÜTZER, Rolf: Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen. Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation. Frankfurt a.M. 1973, S. 242 - 302.

BAGDIKIAN, Ben H.: The Media Monopoly. 2nd Edition, Boston 1987.

COMPAINE, Benjamin M.: Who Owns the Media? Concentration of Ownership in the Mass Communications Industry. White Plains, New York 1979.

DUNNETT, Peter J. S.: The World Newspaper Industry. New York 1987.

HARTUNG, Helmut: Medienmarkt Berlin und Brandenburg 2000/ 2001. Analysen-Fakten-Namen. Berlin 2000.

JAKOBS, Hans-Jürgen / MÜLLER, Uwe: Augstein, Springer & Co. Deutsche Mediendynastien. Zürich, Wiesbaden 1990.

KISKER, Klaus Peter/ KNOCHE, Manfred / ZERDICK, Axel: Wirtschaftskonjunktur und Pressekonzentration in der Bundesrepublik Deutschland. München 1979.

KLAUE, Siegfried/ KNOCHE, Manfred/ ZERDICK, Axel (Hrsg.): Probleme der Pressekonzentrationsforschung. Baden-Baden 1980.

KNOCHE, Manfred/ SCHULZ, Winfried: Folgen des Lokalmonopols von Zeitungen. Eine vergleichende Inhaltsanalyse des Lokalteils von Monopol- und Wettbewerbszeitungen. In: Publizistik, 3/1969, S. 298 - 310.

KNOCHE, Manfred/ ZERDICK, Axel: Konjunkturelle Entwicklung und Pressekonzentration. In: Media Perspektiven 7/1977, S. 365 - 379.

KNOCHE, Manfred: Der Konzentrationsprozeß der Tagespresse 1954 - 1978. Typenorientierte Einzelfallanalysen zum Wegfall Publizistischer Einheiten. In: Media Perspektiven 10/1978, S. 731 - 747.

KNOCHE, Manfred: Einführung in die Pressekonzentrationsforschung. Theoretische und empirische Grundlagen. Berlin 1978.

KOMMISSION ZUR UNTERSUCHUNG DER GEFÄHRDUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN EXISTENZ VON PRESSEUNTERNEHMEN FÜR DIE MEINUNGSFREIHEIT IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND: Schlußbericht. Vorsitzender: GÜNTHER, Eberhard. Bad Godesberg 1968 (Deutscher Bundestag. 5.Wahlperiode. Drucksache V/3122) (= "Günther-Bericht").

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth u. a.: Streitpunkt lokales Pressemonopol. Untersuchungen zur Alleinstellung von Tageszeitungen. Düsseldorf 1976.

- PICARD, Robert G. / WINTER, James P. / Mc Combs, Maxwell E. / LACY, Stephen (Ed.): Press Concentration and Monopoly: New Perspectives on Newspaper Ownership and Operation. Norwood, N. J. 1988.
- RAGER, Günther / WEBER, Bernd: Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. In: Media Perspektiven 6/1992, S. 357 - 366.
- RÖPER, Horst: Zeitungsmarkt: Konzentrationswerte auf hohem Niveau stabil. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 1995. In: Media Perspektiven 9/1995, S. 428 - 435.
- RÖPER, Horst: Zeitungsmarkt 97: Leichte Steigerung der Konzentration. Daten zur Konzentration der Tagespresse in der Bundesrepublik Deutschland im I. Quartal 1997. In: Media Perspektiven 7/1997, S. 367 – 377.
- RÖPER, Horst: Marktverschiebung durch neue Titel. Daten zur Konzentration der Publikumszeitschriften in Deutschland im I. Quartal 1994. In: Media Perspektiven 10/1994, S. 478 - 488.
- RÖPER; Horst: Die Entwicklung des Tageszeitungsmarktes in Deutschland nach der Wende in der ehemaligen DDR. In: Media Perspektiven 7/1991, S. 421 - 430.
- RÖVER, Jörg: Strukturen des Pressemarktes in den neuen Bundesländern. In: KOPETZ, Dieter (Hrsg.): Aspekte der deutschen und europäischen Medienneuordnung. Bochum 1992, S. 41-58.
- SCHNEIDER, Beate: Die ostdeutsche Tagespresse - eine (traurige) Bilanz. In: Media Perspektiven 7/1992, S. 428 - 441.
- SCHNEIDER, Beate et al.: Ortsbestimmung. Lokaljournalismus in den neuen Ländern. Karlsruhe 2000.
- SCHNEIDER, Beate/ STÜRZEBECKER, Dieter: Wenn das Blatt sich wendet. Die Tagespresse in den neuen Bundesländern. Baden-Baden 1998.
- SCHNEIDER, Beate: [Liberalisierung oder Monopolisierung? Entwicklung der Eigentumsverhältnisse in den Printmedien seit 1989 in Deutschland.](http://www.dpg-brandenburg.de/nr_19/presse.htm#schneider) In: [http://www.dpg-brandenburg.de/nr\\_19/presse.htm#schneider](http://www.dpg-brandenburg.de/nr_19/presse.htm#schneider)
- SCHNEIDER, Beate / MÖHRING, Wiebke / STÜRZEBECKER, Dieter: Lokalzeitungen in Ostdeutschland – Strukturen, publizistische Leistung und Leserschaft. Ergebnisse eines Forschungsberichts für das Bundesministerium des Innern. In: Media Perspektiven 7/1997, S. 378-390.
- SCHÜTZ, Walter J.: Deutsche Tagespresse 1991. In: Media Perspektiven 2/1992, S. 74 - 81.
- SCHÜTZ, Walter J.: Deutsche Tagespresse 1995. In: Media Perspektiven 6/1996, S. 324-336.
- THIEL, Michael H.: Presseunternehmen in der Fusionskontrolle. München 1992.
- TRAPPEL, Josef/ MEIER, Josef A./ Schrape, Klaus/ WÖLK, Michaela: Die gesellschaftlichen Folgen der Medienkonzentration. Opladen 2002.
- ZERDICK, Axel: Neue Entwicklungen der Medienkonzentration in Europa. Vortrag auf den 3. Saarbrücker Medientagen am 11. Mai 1993.

## 11.) Fachzeitschriften (Auswahl)

MEDIA PERSPEKTIVEN

w&v - werben und verkaufen

journalist

M - Menschen machen Medien

Epd-Medien

Buchmarkt

dnv - Der Neue Vertrieb

Horizont

Media Spektrum

Bertelsmann Briefe

Publizistik

sage & schreibe

Promedia (insbesondere für den  
Berliner Medienmarkt)