

# Inhalt

<b>I. Wirtschaftsjournalismus im Wandel</b>	<b>9</b>
<b>1. Geschichte des Wirtschaftsjournalismus</b>	<b>11</b>
<b>2. Wirtschaftsberichterstattung heute:         unverständlich und wenig unterhaltsam?</b>	<b>16</b>
<b>3. Anforderungen an den Beruf des Wirtschaftsjournalisten</b>	<b>20</b>
<b>4. Inhalte des Wirtschaftsjournalismus -         was wissen wir aus Studien?</b>	<b>24</b>
<b>5. Angebote auf dem Medienmarkt</b>	<b>32</b>
<b>6. Der Lesermarkt der Wirtschaftszeitschriften und         Nachrichtenmagazine</b>	<b>47</b>
<b>II. Inhaltsanalyse der Wirtschaftsberichterstattung</b>	<b>65</b>
<b>7. Einführung und Methode</b>	<b>67</b>
<b>8. Gestaltung der Artikel</b>	<b>68</b>
<b>9. Fotos, Illustrationen und Schaubilder</b>	<b>74</b>
<b>10. Die Gestaltungselemente im Zusammenhang</b>	<b>80</b>
<b>11. Thematische Inhalte und Akteure der Beiträge</b>	<b>87</b>
<b>12. Wirtschaftszeitschriften und Nachrichtenmagazine -         eine klare Zielgruppendifferenzierung</b>	<b>113</b>
<b>III. Wirtschaftsberichterstattung in Zeitschriften -     einige zentrale Befunde</b>	<b>117</b>
<b>Anmerkungen</b>	<b>122</b>
<b>Literatur</b>	<b>124</b>
<b>Verzeichnis der Tabellen und Schaubilder</b>	<b>129</b>