

Inhaltsverzeichnis

Vorwort I.....	5
Vorwort II.....	7
Inhaltsverzeichnis.....	9
Tabellenverzeichnis.....	12
Schaubilderverzeichnis.....	15
 1. Einleitung.....	 17
1.1. Sportpublizistik und Kommunikationswissenschaft.....	19
1.2. Forschungsstand.....	22
1.3. Ziele, Methoden und Vorgehen.....	31
 2. Kontext der Untersuchungsobjekte.....	 37
2.1. Zeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland.....	37
2.1.1. Stand der Zeitschriftenforschung.....	37
2.1.2. Definition von Zeitschrift.....	41
2.1.3. Typologie von Zeitschriften.....	47
2.1.4. Funktion von Zeitschriften.....	50
2.1.4.1. Publikumszeitschriften.....	53
2.1.4.2. Fachzeitschriften.....	56
2.1.4.3. Standes-, Berufs- und Verbandszeitschriften.....	58
2.1.4.4. Kunden-, Haus-, Werks- und Anzeigenzeitschriften.....	59
2.1.5. Zusammenfassung.....	59
2.2. Sport und Freizeit in der Bundesrepublik Deutschland.....	61
2.2.1. Freizeit.....	61
2.2.1.1. Stand der Freizeitforschung.....	62
2.2.1.2. Diskussion des Begriffs 'Freizeit'.....	63
2.2.1.3. Historische Entwicklung und aktueller Stand.....	65
2.2.2. Sport.....	71
2.2.2.1. Diskussion des Begriffs 'Sport'.....	71
2.2.2.2. Aktuelle Situation.....	73
2.2.3. Zusammenfassung.....	78
2.3. Erste typologische Einordnung und definitorische Bestimmung....	80
 3. Theorie.....	 85
3.1. Stand der Publikums- und Wirkungsforschung.....	85
3.2. Konstruktion medialer Realität.....	88
3.2.1. "Agenda-setting-function" der Medien.....	91
3.3. Mediale Realität in Sportzeitschriften.....	96
3.4. Nutzung und Nutzen von Medien.....	99
3.4.1. "Uses-and-Gratifications-Approach".....	101
3.5. Nutzung und Nutzen von Sportzeitschriften.....	111
3.6. Zusammenfassung.....	116
 4. Forschungsleitende Fragen.....	 119

5. Untersuchungsanlage und Methodisches Vorgehen.....123

5.1.	Methode Erhebung und Bestandsaufnahme.....	123
5.1.1.	Vorbemerkung: Erhebung durch Pressestatistiken.....	123
5.1.1.1.	Pressestatistik 1: STAMM.....	126
5.1.1.2.	Pressestatistik 2: IVW.....	127
5.1.1.3.	Pressestatistik 3: MEDIA-DATEN.....	128
5.1.1.4.	Pressestatistik 4: BUNDESPRESSESTATISTIK.....	129
5.1.1.5.	Fazit.....	131
5.1.2.	Auswahl der Untersuchungsobjekte.....	132
5.1.3.	Wahl des Untersuchungszeitraumes.....	133
5.1.4.	Auswahl der Erhebungsmethode.....	134
5.1.5.	Aufbau und Anlage der Frage- und Erhebungsbögen.....	136
5.1.6.	Verlauf und Rücklauf der Erhebung.....	137
5.2.	Methode Typologie.....	139
5.2.1.	Vorbemerkung: Typologien und Klassifikationen.....	139
5.2.2.	Vorgehen und Bildung einer theoretisch abgeleiteten Typologie..	142
5.3.	Methode Themenanalyse.....	145
5.3.1.	Hypothesenkatalog.....	145
5.3.2.	Auswahl der Untersuchungsobjekte.....	147
5.3.3.	Wahl des Untersuchungszeitraumes.....	149
5.3.4.	Merkmale und Gegenstand der Inhaltsanalyse.....	150
5.3.5.	Operationalisierung der Inhaltsanalyse (Kategorienkatalog).....	154
5.3.6.	Verlauf der Themenanalyse.....	159
5.4.	Methode Publikumsanalyse.....	160
5.4.1.	Vorbemerkung: Befragung.....	160
5.4.2.	Auswahl des Untersuchungsobjektes.....	162
5.4.3.	Aufbau und Anlage des Fragebogens.....	162
5.4.4.	Verlauf der Befragung.....	164

6. Empirische Daten zur Struktur der Sportzeitschriften..167

6.1.	Ergebnisse Bestandsaufnahme.....	167
6.1.1.	Herausgeber.....	167
6.1.2.	Inhaltlich-thematische Ausrichtung.....	170
6.1.3.	Erscheinungsweise.....	171
6.1.4.	Auflagenhöhe.....	173
6.1.5.	Verbreitungsgebiet.....	174
6.1.6.	Gründungsjahr.....	176
6.1.7.	Redaktionsgröße.....	177
6.1.8.	Format.....	179
6.1.9.	Aufmachung.....	180
6.1.10.	Ausstattungsqualität.....	181
6.1.11.	Vertriebsart.....	183
6.1.12.	Verkaufspreise.....	185
6.1.13.	Leserkreis.....	185

6.2.	Ergebnisse Typologie.....	187
6.2.1.	Typ 1: Allgemeine kommerziell-freie Sportzeitschrift.....	190
6.2.2.	Typ 2: Allgemeine organisationsgebundene Sportzeitschrift.....	191
6.2.3.	Typ 3: Allgemeine kommerziell-organisationsverbundene Sportzeitschrift.....	193
6.2.4.	Typ 4: Spezielle kommerziell-freie Sportzeitschrift.....	194
6.2.5.	Typ 5: Spezielle organisationsgebundene Sportzeitschrift.....	195
6.2.6.	Typ 6: Spezielle kommerziell-organisationsverbundene Sportzeitschrift.....	196
6.3.	Ergebnisse Themenanalyse.....	198
6.3.1.	Befunde zur Gesamtheit aller Ausgaben, Titel und Typen.....	198
6.3.2.	Befunde zu Typ 1 bis 6.....	202
6.3.3.	Konstruktion medialer Sport-Realität durch Themensetzung.....	215
6.4.	Ergebnisse Publikumsanalyse.....	218
6.4.1.	Soziodemographische Merkmale.....	218
6.4.2.	Allgemeine Mediennutzung.....	223
6.4.3.	Allgemeine Beurteilung der Sportzeitschrift.....	225
6.4.4.	Spezielle Sportzeitschriftennutzung.....	226
6.4.5.	Beurteilung des kommunikativen Nutzens der Sportzeitschrift....	229
6.4.6.	Nutzung und Nutzen der Sportzeitschrift.....	230
7.	Zusammenfassung der Untersuchungsergebnisse.....	235
7.1.	Anzahl, Auflagen und andere Merkmale.....	236
7.2.	Typologie und Typen.....	241
7.3.	Themen.....	245
7.4.	Nutzen und Nutzung.....	249
7.5.	Bedeutung und Funktionen.....	252
7.6.	Definition.....	258
8.	Ausblick.....	261
8.1.	Prognosen zu Freizeit und Sport.....	261
8.2.	Zukunft der Sportmedien.....	264
8.3.	Chancen und Risiken der Sportzeitschriften.....	269
9.	Anhang.....	276
9.1.	Anmerkungen.....	276
9.2.	Tabellen.....	305
9.3.	Schaubilder.....	344
9.4.	Frage- und Erhebungsbögen/Anschriften/Codebuch.....	350
9.5.	Literaturnachweis.....	366