

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	7
<b>1 Einführung</b> .....	11
<b>2 Boulevardpresse in Deutschland</b> .....	17
2.1 Charakteristika der Boulevardpresse .....	17
2.2 Der Markt der Boulevardzeitungen .....	20
2.3 Das Publikum der Boulevardzeitungen .....	23
2.4 Publizistische Portraits der deutschen Boulevardzeitungen .....	30
2.5 Publizistische Portraits der Online-Angebote von Boulevardzeitungen .....	37
2.6 Die redaktionellen Strukturen .....	41
2.7 Zwischenfazit .....	52
<b>3 Kommunikatoren und Strategien des Wirtschaftsjournalismus</b> .....	55
3.1 Zum Stand der Forschung .....	55
3.1.1 Rollenselbstverständnis von Wirtschaftsjournalisten .....	55
3.1.2 Redaktionelle Strategien und Arbeitsweisen .....	59
3.1.3 Wirtschaftsjournalisten in der Boulevardpresse .....	63
3.2 Befragung der Kommunikatoren .....	65
3.2.1 Methode .....	65
3.2.2 Ergebnisse: Zeitungsjournalisten .....	71
3.2.3 Ergebnisse: Onlinejournalisten .....	87

<b>4 Formen und Inhalte der Wirtschaftsberichterstattung in der Boulevardpresse</b> .....	<b>99</b>
4.1 Zum Stand der Forschung .....	99
4.1.1 Wirtschaftsberichterstattung in den Printmedien .....	99
4.1.2 Boulevard, Boulevardisierung und Qualität .....	103
4.1.3 Wirtschaftsberichterstattung in Boulevardzeitungen .....	108
4.2 Formale und inhaltliche Analyse .....	112
4.2.1 Methode .....	112
4.2.2 Ergebnisse: Presseberichterstattung .....	123
4.2.3 Ergebnisse: Onlineberichterstattung .....	142
4.2.4 Vergleichende Analyse .....	163
 <b>5 Wirtschaftsberichterstattung der Boulevardpresse</b> .....	 <b>169</b>
5.1 Zentrale Befunde .....	169
5.2 Schlussfolgerungen .....	179
5.3 Ausblick .....	181
 Literatur .....	 185
Verzeichnis der Tabellen .....	191
Verzeichnis der Abbildungen .....	193
 Anhang .....	 I