

Heinz Pürer, Johannes Raabe

Presse in Deutschland

3., völlig überarbeitete u. erweiterte Auflage

UVK Verlagsgesellschaft mbH

Inhalt

	Vorwort	7
I	Einführung (von Johannes Raabe)	9
1.1	Zum Gegenstand »Presse«	9
1.2	Begriffsbestimmungen und notwendige Unterscheidungen	12
1.3	Beobachtung und Erforschung der Presse	29
1.4	Zur Anlage der Abhandlung	32
2	Pressegeschichte des 15. bis 20. Jahrhunderts	37
2.1	Zur Erfindung der Drucktechnik	37
2.2	Vorläufer und Frühformen der Presse	40
2.3	Entstehung und Entwicklung der periodischen Presse	45
2.4	Zensur und der Kampf um Pressefreiheit	57
2.5	Modernisierung und Ausdifferenzierung der Presse im 19. Jahrhundert ..	63
2.6	Entwicklung des Nachrichtenwesens	75
3	Presse im Nationalsozialismus (1933 bis 1945)	81
3.1	Medienpolitische Ziele der Nationalsozialisten	82
3.2	Ebenen nationalsozialistischer Presselenkung	82
3.3	Phasen der Aus- und Gleichschaltung	91
3.4	Die NS-Parteipresse	93
4	Der Wiederaufbau des Pressewesens nach 1945	103
4.1	Pressepolitische Vorstellungen der Alliierten	103
4.2	Militärzeitungen und Nachrichtendienste der Alliierten	105
4.3	Lizenzpolitik der einzelnen Besatzungsmächte	108
5	Presse in der Bundesrepublik Deutschland (bis 1989)	117
5.1	Lizenzzeitungen und Presse der Altverleger (1949 bis 1954)	117
5.2	Die Phase der Pressekonzentration (1954 bis 1976)	119
5.3	Die Phase der Konsolidierung (1976 bis 1985)	141
5.4	Die Presse vor der Wiedervereinigung	147
6	Presse in der DDR	173
6.1	Die Stellung der Presse im System der DDR	173
6.2	Politische Funktionen der Presse	175
6.3	Journalisten und journalistische Ausbildung im Sozialismus	177
6.4	Medienlenkung in der DDR	182
6.5	Struktur der Presse in der DDR	188

6.6	Werbung in der DDR	201
6.7	Mediennutzung in der DDR	203
6.8	Exkurs: Möglichkeiten und Grenzen deutsch-deutscher Berichterstattung	205
7	Das Ende der deutschen Teilung und die Presse	211
7.1	Umbrüche zwischen Wende und Wiedervereinigung	211
7.2	Entwicklung der Presse in den neuen Bundesländern	228
7.3	Der Pressemarkt im vereinten Deutschland	258
8	Grundlagen und Rahmenbedingungen der Presse	271
8.1	Organisation und Struktur des Zeitungsunternehmens	271
8.2	Wirtschaftliche Grundlagen der Presse	284
8.3	Reichweite und Nutzung der Printmedien	306
8.4	Nachrichtenagenturen in der Bundesrepublik Deutschland	327
8.5	Grundlagen des Presserechts	331
8.6	Funktionen der Presse in Deutschland	376
9	Zur gegenwärtigen Lage der deutschen Presse (von Heinz Pürer).....	387
9.1	Phase relativer Stabilisierung	387
9.2	Phase des Aufschwungs	388
9.3	Exkurs: Gratistageszeitungen und Sonntagszeitungen	392
9.4	Phase der Krise	394
9.5	Wege aus der Krise: Neue Zeitungen, Produkte und Dienstleistungen ..	397
9.6	Zur Struktur der Presse 2005	406
10	Von Online-Zeitungen bis zu mobilen Diensten (von Heinz Pürer)	431
10.1	Vorläufer von Online-Zeitungen	431
10.2	Online-Zeitungen in Deutschland	432
10.3	Das E-Paper – die digitale Ausgabe der gedruckten Zeitung	448
10.4	Weblogs	452
10.5	Mobile Dienste	458
11	Ausblick (von Heinz Pürer).....	463
11.1	Probleme und Optionen der Tageszeitungen	463
11.2	Strategien und Trends bei den Zeitschriften	469
11.3	Perspektiven	472
	Anhang	473
	Anmerkungen	473
	Abkürzungen	581
	Abbildungen	584
	Literatur	587
	Register	636