

Inhalt des 2. Bandes

4. Die Redaktion	7
4.1 Ihr Aufbau	7
4.2 Die redaktionelle Arbeit im einzelnen	11
4.3 Die Stoffbeschaffung	18
4.3.1 Der eigenbeschaffte Stoff	19
4.3.2 Der fremdbeschaffte Stoff – Die Korrespondenzen	28
4.4 Die Stoffbearbeitung, die redaktionellen Sparten (Resorts)	36
4.4.1 Die Politik	40
4.4.2 Der „Handelsteil“, der „volkswirtschaftliche Teil“, die Sozialpolitik	53
4.4.3 Der Orts- und Heimatteil	59
4.4.4 Der kulturelle Teil und seine publizistische Wertung. – Das Feuilleton – Der Feuilletonismus	70
4.4.4.1 Kultur und Zeitung – Der Begriff „Feuilleton“	70
4.4.4.2 Das Feuilleton als Sparte	74
4.4.4.2.1 Nachricht und Bericht	75
4.4.4.2.2 Publizistische Wertung und Kritik	76
4.4.4.2.3 Unterhaltung und kulturelles Beispiel	90
4.4.4.3 Der Feuilletonismus – Stilform und journalistische Haltung	107
4.4.5 Der Sportteil	117
4.4.6 Die technische Redaktion – Natur und Wissenschaft	120
4.4.7 Der Reisetil	121
4.4.8 Das Lichtbild – Die Bildberichterstattung	125
4.4.9 Umbruch und Aufmachung	132
4.5 Die Redaktion als organisiertes soziales System	142
5. Die Technik und Wirtschaft im Zeitungsbetrieb	150
5.1 Das Hauptbuch des Verlages	151
5.2 Die Ausgaben	154
5.2.1 Satz und Druck	154
5.2.2 Papier	160
5.2.3 Vertrieb	162
5.2.4 Die Kosten der Redaktion	169

5.3 Die Einnahmen	172
5.3.1 Verkauf	172
5.3.2 Anzeigen	178
5.3.2.1 Die Anzeigenarten	182
5.3.2.2 Zeitungsanzeigen als Werbemittel	184
5.3.2.3 Auflage und Anzeige. Die werbewirtschaftlichen Grundlagen	192
5.3.2.4 Textliche Fassung und graphische Form der Anzeige	197
5.3.3 Einnahmen aus Nebenbetrieben – Zeitungsfremde Zuschüsse	200
5.4 Das Kostengesetz der Zeitung	203
5.4.1 Das Verhältnis von Einnahmen und Ausgaben	203
5.4.2 Folgen: Kooperation und Konzentration in der deutschen Tagespresse	212
5.5 Der Leser	231
6. Die Sicherung der öffentlichen Aufgabe	247
Literatur	260
Register	269