

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>7</b>
Gernot Facius	
<b>Artikel 5 – Eine 60-jährige Erfolgsgeschichte muss verteidigt werden</b>	<b>19</b>
Dieter Keller	
<b>Schwierige Zeiten – Zur wirtschaftlichen Lage der deutschen Zeitungen</b>	<b>29</b>
Renate Köcher	
<b>Beschränkte Suche statt breiter Lektüre – Wie das Internet die Gesellschaft verändert</b>	<b>109</b>
Hans-Jürgen Hippler	
<b>Sieben von zehn – Leistungswerte der Zeitungen und jugendliche Mediennutzung</b>	<b>125</b>
Hajo Friedrich	
<b>Europa und die Zeitungen – Ein schwieriges Verhältnis</b>	<b>141</b>
Hans-Peter Siebenhaar	
<b>Ice Age in Print – Warum die Lage auf dem amerikanischen Zeitungsmarkt nicht auf Deutschland übertragbar ist</b>	<b>151</b>
Sarah Schantin-Williams/Joachim Blum	
<b>Wandel in den Köpfen – Change-Management in der Redaktion</b>	<b>163</b>
Christian Meier	
<b>Wer zahlt wofür – Geschäftsmodelle im Internet</b>	<b>175</b>
Katja Riefler	
<b>Google – Freund und Feind der Zeitungen</b>	<b>187</b>

Holger Kansky	
<b>Kreativ durch die Krise – Zur Entwicklung der digitalen Geschäftsfelder</b>	<b>197</b>
Annette Milz	
<b>Surfen auf der Schaumkrone – Wie Redaktionen soziale Netzwerke nutzen können</b>	<b>215</b>
Earl J. Wilkinson	
<b>Einfach perfekt – Sieben Beispiele für professionelles Zeitungsmarketing weltweit</b>	<b>227</b>
Thomas Breyer-Mayländer	
<b>Herausragend – Sieben Beispiele für erfolgreiches Zeitungsmarketing in Deutschland</b>	<b>235</b>
Urszula Wrzecziono	
<b>Der L-Wert: Zeitungsleser gibt es in jedem Dorf – Jetzt weiß man auch, wie viele ...</b>	<b>245</b>
Lutz Tillmanns	
<b>Print und Online – Zur Arbeit des Deutschen Presserats</b>	<b>251</b>
Anett Keller/Michael Rediske	
<b>20 Jahre nach dem Fall des Eisernen Vorhangs – Zur Situation der Pressefreiheit weltweit</b>	<b>257</b>
Burkhard Schaffeld	
<b>Schluss mit der Kostenloskultur im Internet – Leistungsschutzrecht für Verlage</b>	<b>269</b>
Anja Pasquay	
<b>Zeit(ungs)geschehen 2008/2009</b>	<b>277</b>
<b>Chronik</b>	<b>278</b>
<b>Zeitungsjubiläen</b>	<b>309</b>
Christian Resing	
<b>Die Zeitungen in Deutschland – Tages-, Wochen- und Sonntagspresse im Überblick</b>	<b>311</b>

<b>Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. und seine Gremien</b>	<b>331</b>
<b>Anschriften des BDZV und der Landesverbände</b>	<b>336</b>
<b>Die ZMG Zeitungs Marketing Gesellschaft und ihre Projektgruppen</b>	<b>360</b>
<b>Zahlen – Daten – Fakten</b>	<b>363</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>385</b>
<b>Adressen von Verbänden und Organisationen</b>	<b>389</b>
<b>Autoren</b>	<b>397</b>