

# ***Inhalt***

Einleitende Bemerkungen	15
1. Der deutsche Medienmarkt im 18. und 19. Jahrhundert	19
1.1 Einleitung: Zur Korrelation von Warenverkehr und bürgerlicher Öffentlichkeit am Beispiel des Buchdrucks im 18. Jahrhundert	19
1.2 Sozialhistorische Rahmenbedingungen	20
1.3 Buchhandel, Markt, Produktion	28
1.4 Vernetzung als Voraussetzung für erfolgreiches Agieren auf dem Markt	35
1.5 Zwischenfazit	38
2. Der deutsche Medienmarkt um 1900	41
2.1. Einleitung	41
2.2 Sozialhistorische Rahmenbedingungen	42
2.3 Öffentlichkeit und Medien	43
2.4 Zeitungen	47
2.5 Medienprodukte und Innovationen	50
2.6 Der Buch- und Pressemarkt	53
2.6.1 Der Buchmarkt	53
2.6.2 Der Markt der Tageszeitungen und Zeitschriften	58
2.7 Zielgruppe: Massenpublikum	87
2.7.1 Bemerkungen zur Theaterentwicklung	87
2.7.2 Die neuen Medien Film und Tonträger	92
2.7.3 Die neuen Unterhaltungsmöglichkeiten - Gründe ihres Wachstums	100
2.8 Zwischenfazit	105

3.	Der Medienmarkt nach 1945	109
3.1	Einleitung: Zwischen Kontinuität und Neuanfang: Medienökonomische Probleme nach 1945	109
3.2	Lesen als wichtigste Freizeitbeschäftigung	124
3.2.1	Der Buchmarkt	124
3.2.2	Der Zeitschriftenmarkt	129
3.2.3	Der Zeitungsmarkt	134
3.3	Der Rundfunk – der „Hegemon der häuslichen Freizeit“ (Schildt)	147
3.4	Die Wiederbelebung der Schallplatte	152
3.5	Fernsehen, das neue Medium	157
3.6	Vom Kinoboom zur Kinokrise	166
3.7	Bemerkungen zur Medienrezeption	184
3.8	Zwischenfazit	187
4.	Der Medienmarkt von 1970 bis 2000	191
4.1	Einleitung: Die Diversifizierung der Medienangebote seit den 1970er Jahren	191
4.2	Veränderungen in der Medienrezeption	194
4.3	Die Wandlungen der Medienlandschaft im Zuge der beginnenden Digitalisierung	199
4.4	Der Buchmarkt	223
4.5	Die Tageszeitungen	239
4.6	Der Zeitschriftenmarkt	254
4.7	Der Tonträgermarkt	266
4.8	Vom neuen deutschen Film zum Unterhaltungsfilm	285
4.9	Der neue Teilmarkt: Spielwirtschaft	309
4.10	Das duale Rundfunksystem	316
4.10.1	Der Fernsehmarkt	317
4.10.2	Der Hörfunkmarkt	328
4.10.3	Zu grundlegenden Problemen der Digitalisierung	332
4.11	Zwischenfazit	341
5.	Die Dotcom-Blase und ein Nachwort	345
6.	Literaturverzeichnis	357