

Verlagsmanagement II

1

Prof. Dr. Alexander Grossmann

Büro: GuL226

E-Mail: alexander.grossmann@htwk-leipzig.de

SoSe 2025

Fachbereich Informatik und Medien
Studienbereich Verlagsmanagement und
Projektmanagement

Verlagsmanagement II (8401)

- Sommersemester 2025
- Vorlesung/Seminar
- In Präsenz – lt. Stundenplan
- Prüfungsvorleistung: Referat
- Prüfungsleistung: mündliche Prüfung
- Bitte beachten Sie die unterschiedlichen Wochentage!

Organisatorisches

3

□ Termine:

Mi	9.4.	13:45	4h	
Do	24.4.	7:30	4h	
Do	8.5.	8:00	4h	
Do	22.5.	8:00	4h	
Mi	4.6.	13:45	4h	
Fr	13.6.	9:30	4h	Referate
Mi	18.6.	13:45	4h	Referate
Fr	27.6.	9:30	4h	Referate
Mi	2.7.	13:45	4h	Referate
Fr	11.7.	9:30	4h	Referate
Mi	16.7.	13:45	4h	Referate und Konsultation

Verlagsmanagement II (8401)

- Vorlesung/Seminar
- Wir benutzen OPAL – dort alle Infos
- **Bitte dort ggfs. noch in den Kurs eintragen!**
- Vorlesungsunterlagen werden nach der Veranstaltung unter Lehrmaterialien abgelegt
- Prüfungsvorleistung: Referat

Organisatorisches

5

Referat:

- **Zu Zweit** in 45min als PPT plus Frage und Diskussion
- Referate als PDF bitte vorher ablegen auf OPAL
(Order: Studierendenaustausch)
- Struktur des Vortrags wird in Vorlesung vorgestellt
- Mindestens zwei Fragen zur Diskussion
- Literaturangaben
- Termine und Themen:
https://docs.google.com/document/d/1VKnCOoFEyHJdNjd39MJjurJ3Ij2WBeDxY7TqbFX_CSU/edit?usp=sharing
- Themen: siehe später (heute)

Themenübersicht

- Struktur des Medienmarktes sowie seiner Unternehmen und Institutionen
- Medienmärkte im Überblick und deren wirtschaftliche und soziale Bedeutung
- Einflussfaktoren des Marktes auf den Verlag
- Wertschöpfungskette in Medienunternehmen
- Fallbeispiel: Wertschöpfung im digitalisierten Buchmarkt

- **Verlag**
 - V. Lucius: Verlagswirtschaft (UTB)
 - Wolf: Publishing for Profit (Chicago Review Press)
 - Breyer-Mayländer: Wirtschaftsunternehmen Verlag (Ed. Buchhandel, Bd. 5).

- **Buch(markt)**
 - Schönstedt: Der Buchverlag. Geschichte, Aufbau, Wirtschaftsprinzipien, Kalkulation und Marketing (J.B. Metzler)
 - Behm: Büchermacher der Zukunft (Primus)
 - Huemer: Die Zukunft des Buchmarktes. Verlage und Buchhandlungen im digitalen Zeitalter (Hülsbusch)

- **Medien & Geschäftsmodelle**
 - Beyer/Carl: Einführung in die Medienökonomie (UTB 2574)
 - Gläser: Medienmanagement (Vahlen)
 - Schrag: Medienlandschaft Deutschland (UVK)
 - Sjurts: Strategien in der Medienbranche. Grundlagen und Fallbeispiele (Gabler)
 - Wirtz: Medien- und Internetmanagement, 8. Aufl. (Springer/Gabler)
 - Schallmo: Geschäftsmodell-Innovation (Springer)

Einführung: Medienmärkte

8

- Medien
- Märkte

Der Medienmarkt: Produkte

9

Der Medienmarkt: Produkte

10



Wählen Sie (grob) ein Thema und Termin aus: Liste

Medien: Produkte

11

- ❑ E-Book
- ❑ Selfpublishing
- ❑ Tageszeitung
- ❑ Wochen-/Sonntagszeitung
- ❑ Zeitschrift (Publikum)
- ❑ Magazin (B2B): Dentalverlage
- ❑ Fachzeitschriften (Forschung)
- ❑ Kinofilm
- ❑ Film: Remake, Sequels
- ❑ Fernsehen (TV)
- ❑ Streaming
- ❑ Rundfunk
- ❑ Podcast
- ❑ Musik
- ❑ Computerspiele (Gaming)
- ❑ Soziale Netze
- ❑ Apps



Wählen Sie (grob) ein Thema und Termin aus: Liste

Medien: Gattungen

12

- ▣ Presse
- ▣ Printmedien
- ▣ Klassische Medien
- ▣ Ambient Media
- ▣ Neue Medien
- ▣ Elektronische Medien
- ▣ Digitale Medien
- ▣ Interaktive Medien
- ▣ Soziale Medien

Medien: Gattungen

13

▣ Presse

- Zeitungen
- Zeitschriften
- Massenmedien,
die *Meinungen* und *Nachrichten* veröffentlichen

Medien: Gattungen

14

- Presse
- Printmedien
 - Alle gedruckten Medienträger:
 - Bücher
 - Zeitungen
 - Zeitschriften
 - Broschüren
 - Anzeigenblätter
 - Comics
 - Plakate
 - Flyer
 - tlw. auch private Kommunikation (Postkarten)

Medien: Gattungen

15

- ▣ Presse
- ▣ Printmedien
- ▣ Klassische Medien
 - aus dem Werbebereich kommend:
 - anonyme, massenhafte Kommunikationsformen
 - Print
 - Rundfunk
 - Fernsehen
 - Kino
 - Außenwerbung
 - = *above-the-line Kommunikation*

Medien: Gattungen

16

- ▣ Presse
- ▣ Printmedien
- ▣ Klassische Medien
- ▣ Ambient Media
 - aus dem Werbebereich:
 - Außerhauswerbung
 - im Umfeld der Zielgruppe
 - unter Bezug auf deren Ambiente
 - Beispiel: Gratispostkarten in Kneipen, Info-Screen U-Bahn

Medien: Gattungen

17

- ▣ Presse
- ▣ Printmedien
- ▣ Klassische Medien
- ▣ Ambient Media
- ▣ Neue Medien
 - Abhängig von der jeweiligen Zeitepoche
 - Heute auch: Augmented Reality und Virtual Reality

Medien: Gattungen

18

- ▣ Presse
- ▣ Printmedien
- ▣ Klassische Medien
- ▣ Ambient Media
- ▣ Neue Medien
- ▣ Elektronische Medien
 - Bezieht sich auf die Übertragungsform (wie bei Printmedien)

Medien: Gattungen

19

- ▣ Presse
- ▣ Printmedien
- ▣ Klassische Medien
- ▣ Ambient Media
- ▣ Neue Medien
- ▣ Elektronische Medien
- ▣ Digitale Medien
 - im Gegensatz zu analogen Übertragungsformen
 - Internet
 - Digitales TV
 - Computerspiele, etc.

Medien: Gattungen

20

- ▣ Presse
- ▣ Printmedien
- ▣ Klassische Medien
- ▣ Ambient Media
- ▣ Neue Medien
- ▣ Elektronische Medien
- ▣ Digitale Medien
- ▣ Interaktive Medien
 - ermöglichen eine Interaktion der User

Medien: Gattungen

21

- ▣ Presse
- ▣ Printmedien
- ▣ Klassische Medien
- ▣ Ambient Media
- ▣ Neue Medien
- ▣ Elektronische Medien
- ▣ Digitale Medien
- ▣ Interaktive Medien
- ▣ Soziale Medien

Mediengattung	Basistechnologie	Darstellbare Zeichensysteme	Mögliche Aktualität	Typische Periodizität	Ausrichtung der Kommunikation	Erreichbarkeit von Haushalten
Buch	Druck	Schrift, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitung						
Zeitschrift						
Film						
Radio						
TV						
Elektronische Trägermedien						
Online-Medien						
Video- und Computerspiele						

Quelle: nach Dahinden & Trappel, 2010, S. 439 f.; Gläser, 2014, S. 100 ff

Mediengattung	Basistechnologie	Darstellbare Zeichensysteme	Mögliche Aktualität	Typische Periodizität	Ausrichtung der Kommunikation	Erreichbarkeit von Haushalten
Buch	Druck	Schrift, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitung	Druck	Schrift, stehende Bilder	Hoch (Stunden, Tage)	Täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitschrift						
Film						
Radio						
TV						
Elektronische Trägermedien						
Online-Medien						
Video- und Computerspiele						

Quelle: nach Dahinden & Trappel, 2010, S. 439 f.; Gläser, 2014, S. 100 ff

Mediengattung	Basistechnologie	Darstellbare Zeichensysteme	Mögliche Aktualität	Typische Periodizität	Ausrichtung der Kommunikation	Erreichbarkeit von Haushalten
Buch	Druck	Schrift, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitung	Druck	Schrift, stehende Bilder	Hoch (Stunden, Tage)	Täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitschrift	Druck	Schrift, stehende Bilder	Mittel (Tage, Wochen)	Wöchentlich oder seltener	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Film						
Radio						
TV						
Elektronische Trägermedien						
Online-Medien						
Video- und Computerspiele						

Quelle: nach Dahinden & Trappel, 2010, S. 439 f.; Gläser, 2014, S. 100 ff

Mediengattung	Basistechnologie	Darstellbare Zeichensysteme	Mögliche Aktualität	Typische Periodizität	Ausrichtung der Kommunikation	Erreichbarkeit von Haushalten
Buch	Druck	Schrift, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitung	Druck	Schrift, stehende Bilder	Hoch (Stunden, Tage)	Täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitschrift	Druck	Schrift, stehende Bilder	Mittel (Tage, Wochen)	Wöchentlich oder seltener	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Film	Audiovision (analog oder digital)	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Radio						
TV						
Elektronische Trägermedien						
Online-Medien						
Video- und Computerspiele						

Quelle: nach Dahinden & Trappel, 2010, S. 439 f.; Gläser, 2014, S. 100 ff

Mediengattung	Basistechnologie	Darstellbare Zeichensysteme	Mögliche Aktualität	Typische Periodizität	Ausrichtung der Kommunikation	Erreichbarkeit von Haushalten
Buch	Druck	Schrift, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitung	Druck	Schrift, stehende Bilder	Hoch (Stunden, Tage)	Täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitschrift	Druck	Schrift, stehende Bilder	Mittel (Tage, Wochen)	Wöchentlich oder seltener	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Film	Audiovision (analog oder digital)	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Radio	Audiotechnik	Ton	Sehr hoch (simultan)	Mehrmals täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung (94 %), faktisch gering
TV						
Elektronische Trägermedien						
Online-Medien						
Video- und Computerspiele						

Quelle: nach Dahinden & Trappel, 2010, S. 439 f.; Gläser, 2014, S. 100 ff

Mediengattung	Basistechnologie	Darstellbare Zeichensysteme	Mögliche Aktualität	Typische Periodizität	Ausrichtung der Kommunikation	Erreichbarkeit von Haushalten
Buch	Druck	Schrift, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitung	Druck	Schrift, stehende Bilder	Hoch (Stunden, Tage)	Täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitschrift	Druck	Schrift, stehende Bilder	Mittel (Tage, Wochen)	Wöchentlich oder seltener	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Film	Audiovision (analog oder digital)	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Radio	Audiotechnik	Ton	Sehr hoch (simultan)	Mehrmals täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung (94 %), faktisch gering
TV	Audiovision (analog oder digital)	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Sehr hoch (simultan)	Mehrmals täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, da Vollversorgung (96 %)
Elektronische Trägermedien						
Online-Medien						
Video- und Computerspiele						

Quelle: nach Dahinden & Trappel, 2010, S. 439 f.; Gläser, 2014, S. 100 ff

Mediengattung	Basistechnologie	Darstellbare Zeichensysteme	Mögliche Aktualität	Typische Periodizität	Ausrichtung der Kommunikation	Erreichbarkeit von Haushalten
Buch	Druck	Schrift, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitung	Druck	Schrift, stehende Bilder	Hoch (Stunden, Tage)	Täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitschrift	Druck	Schrift, stehende Bilder	Mittel (Tage, Wochen)	Wöchentlich oder seltener	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Film	Audiovision (analog oder digital)	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Radio	Audiotechnik	Ton	Sehr hoch (simultan)	Mehrmals täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung (94 %), faktisch gering
TV	Audiovision (analog oder digital)	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Sehr hoch (simultan)	Mehrmals täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, da Vollversorgung (96 %)
Elektronische Trägermedien	Audiovision	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Online-Medien						
Video- und Computerspiele						

Quelle: nach Dahinden & Trappel, 2010, S. 439 f.; Gläser, 2014, S. 100 ff

Mediengattung	Basistechnologie	Darstellbare Zeichensysteme	Mögliche Aktualität	Typische Periodizität	Ausrichtung der Kommunikation	Erreichbarkeit von Haushalten
Buch	Druck	Schrift, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitung	Druck	Schrift, stehende Bilder	Hoch (Stunden, Tage)	Täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitschrift	Druck	Schrift, stehende Bilder	Mittel (Tage, Wochen)	Wöchentlich oder seltener	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Film	Audiovision (analog oder digital)	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Radio	Audiotechnik	Ton	Sehr hoch (simultan)	Mehrmals täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung (94 %), faktisch gering
TV	Audiovision (analog oder digital)	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Sehr hoch (simultan)	Mehrmals täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, da Vollversorgung (96 %)
Elektronische Trägermedien	Audiovision	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Online-Medien	Computernetzwerke mit Unterscheidung von Server und Client	Ton und Schrift, stehende Bilder, bewegte Bilder, Interaktivität	Sehr hoch (bei Bild und Ton Simultaneität möglich)	Sofort bis mehrmals täglich	Zweiseitig oder mehrseitig	Vollversorgung
Video- und Computerspiele						

Quelle: nach Dahinden & Trappel, 2010, S. 439 f.; Gläser, 2014, S. 100 ff

Mediengattung	Basistechnologie	Darstellbare Zeichensysteme	Mögliche Aktualität	Typische Periodizität	Ausrichtung der Kommunikation	Erreichbarkeit von Haushalten
Buch	Druck	Schrift, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitung	Druck	Schrift, stehende Bilder	Hoch (Stunden, Tage)	Täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Zeitschrift	Druck	Schrift, stehende Bilder	Mittel (Tage, Wochen)	Wöchentlich oder seltener	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Film	Audiovision (analog oder digital)	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Radio	Audiotechnik	Ton	Sehr hoch (simultan)	Mehrmals täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung (94 %), faktisch gering
TV	Audiovision (analog oder digital)	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Sehr hoch (simultan)	Mehrmals täglich	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, da Vollversorgung (96 %)
Elektronische Trägermedien	Audiovision	Ton und Schrift, bewegte Bilder, stehende Bilder	Gering (Wochen, Monate)	Keine	Einseitig	Technisch keine Reichweitenbeschränkung, faktisch gering
Online-Medien	Computernetzwerke mit Unterscheidung von Server und Client	Ton und Schrift, stehende Bilder, bewegte Bilder, Interaktivität	Sehr hoch (bei Bild und Ton Simultaneität möglich)	Sofort bis mehrmals täglich	Zweiseitig oder mehrseitig	Vollversorgung
Video- und Computerspiele	Audiovision, auch über Computernetzwerke	Ton und Schrift, stehende Bilder, bewegte Bilder, Interaktivität	Gering bis Mittel	Keine bis im Jahresbereich liegend	Einseitig, zwei- oder mehrseitig	Unterschiedlich Offline, Online, Mobil

Quelle: nach Dahinden & Trappel, 2010, S. 439 f.; Gläser, 2014, S. 100 ff

□ Märkte

Unterscheidung durch

- Medium (Medien)
- Rezipienteninteresse
- Erlösfelder
- Sachbereiche
- Absatzmarkt vs. Beschaffungsmarkt

Einführung: Medienmärkte

32

□ **Medien**

„sichern den freien Wettbewerb auf dem Markt der Ideen“ (W. D. v. Lucius)

sind

- Kulturvermittler und Kulturträger
- verbreiten immaterielle geistige Werke und Leistungen
- haben eine besondere kulturpolitische Bedeutung und Verantwortung
- sind Träger der gesellschaftlichen Kommunikation, Interaktion und Vernetzung

Der Medienmarkt: Produkte

33



Einführung: Medienmärkte

34

□ Märkte

Detailbetrachtung

- Gilt für alle o.g. Kenngrößen
- National/international
(regionale Besonderheiten?)
- Teilmärkte
- Einfluss von außen
(Politik, Gesellschaft, Kultur)
- Förderung
- Wettbewerb
- Markteintrittsbarrieren
- Preisstruktur
- Vertriebsstruktur/Anbieter/Distributeure

Einführung: Medienmärkte

35

- Der Markt
- Besonderheiten des Medienmarktes
- Beispiele für Medienmärkte

Kennzeichen des Marktes

- Organisierter, ökonomischer Ort des Tausches
- Angebot und Nachfrage treffen zusammen
- Produkte werden potentiellen Käufer angeboten
- Preisbildung



Allgemeine Definition des Marktes

Kennzeichen des Marktes

- Organisierter, ökonomischer Ort des Tausches
- Angebot und Nachfrage treffen zusammen
- Produkte werden potentiellen Käufer angeboten
- Preisbildung



Struktur des Marktes

Angebot

- Produzenten
- Anbieter von Dienstleistungen



Nachfrage

- Endverbraucher
- Nutzer

Struktur des Marktes

Absatzmarkt

Beschaffungsmarkt

Angebot

- Produzenten
- Anbieter von Dienstleistungen



Nachfrage

- Endverbraucher
- Nutzer

Struktur des Marktes

Absatzmarkt

Beschaffungsmarkt

Angebot

Vermittlung

Nachfrage

- Produzenten
- Anbieter von Dienstleistungen

- Endverbraucher
- Nutzer

Struktur des Marktes

Absatzmarkt

Beschaffungsmarkt

Angebot

- Produzenten
- Anbieter von Dienstleistungen

Vermittlung

- Händler
- Kommunikationssysteme
- Logistikanbieter
- Medienunternehmen

Nachfrage

- Endverbraucher
- Nutzer

Struktur des Marktes

Absatzmarkt

Beschaffungsmarkt

Angebot

- Produzenten
- Anbieter von Dienstleistungen



Vermittlung

- Händler
- Kommunikationssysteme
- Logistikanbieter
- Medienunternehmen

Nachfrage

- Endverbraucher
- Nutzer



Politisches, juristisches und natürliches Umfeld

Der Medienmarkt

43

Angebot

- natürliche Personen
- Unternehmen
- Verbände
- Verwaltungen
- Institute



Vermittlung

- Händler
- Medien-
unternehmen
- Massenmedien
- Netzsysteme



Nachfrage

- Endverbraucher
- Unternehmen
- Verbände
- Verwaltungen
- Institute



**Öffentliche Hand: Medien-/Pressegesetz,
Landesmedienanstalten**

Eigenschaften + Besonderheiten

- Angebot und Nachfrage treffen zusammen
- Print und elektronisch/online
- Informationen und Meinungen
- Meinungsbildend und -beeinflussend
- Steuerung und Kontrolle über öffentliche Hand



Steuerung/Kontrolle des Medienmarktes aufgrund starker meinungsbeeinflussender Funktion erforderlich

Gesellschaftliche Funktion von Medien

- Steuerung und Kontrolle
- Ziele der Medien
- Normative Erwartungen an die Medien
- Institutionelle Rechtfertigung der Medien

nach: Künzler, M.; Jarren, O. in:
Einführung in die Publizistikwissenschaft (3. Aufl. 2010) S. 224

Gesellschaftliche Funktion von Medien

- Steuerung und Kontrolle
 - Teilweise: Staat versucht Medienorganisationen und Journalisten auf Qualität und Pluralismus zu verpflichten

Gesellschaftliche Funktion von Medien

- Steuerung und Kontrolle
- Ziele der Medien
 - Förderung der allgemeinen Wohlfahrt
 - Aufklärung und Partizipation

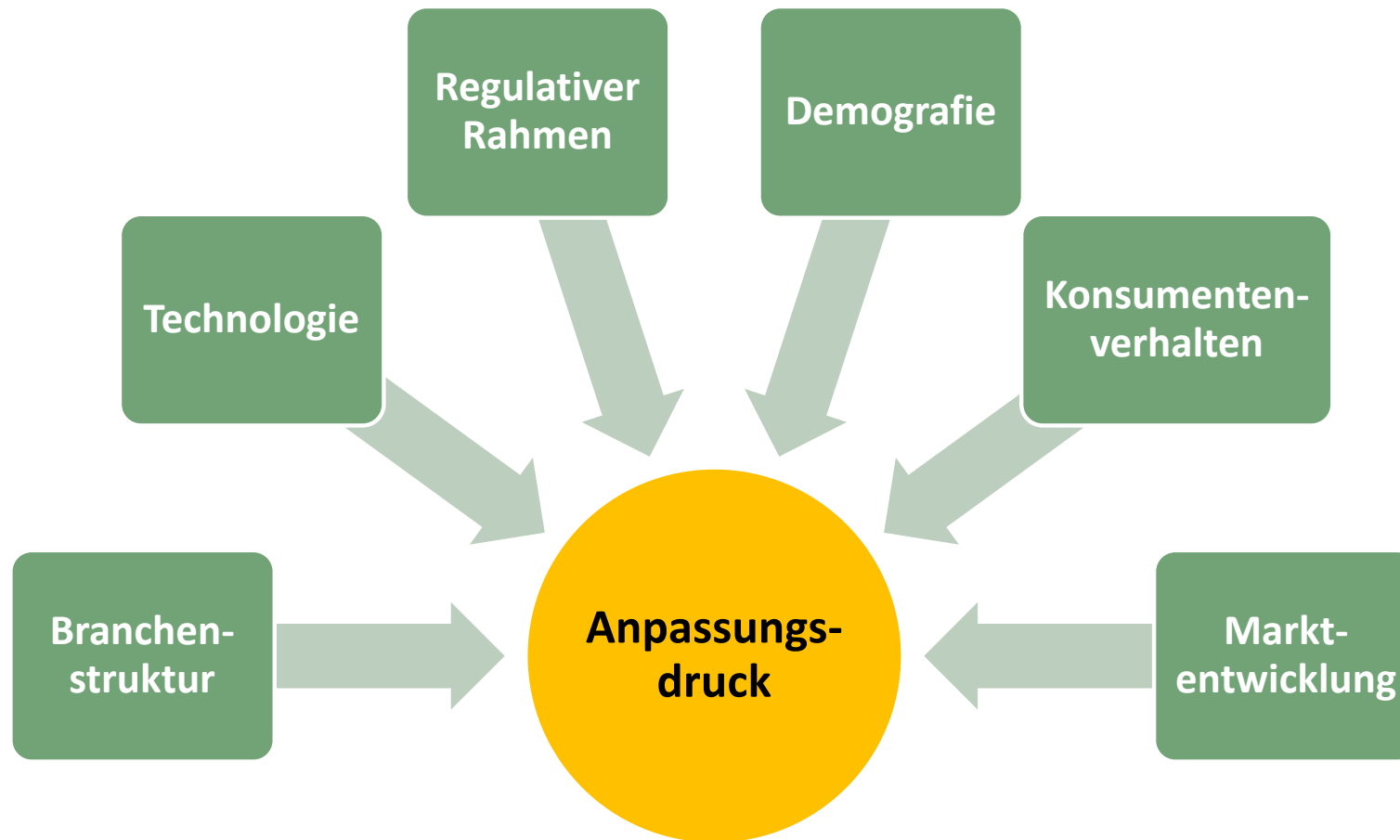
Gesellschaftliche Funktion von Medien

- Steuerung und Kontrolle
- Ziele der Medien
- Normative Erwartungen an die Medien
 - Medien haben bestimmten Verpflichtungen gegenüber der Gesellschaft nachzukommen
 - Vielfalt ermöglichen
 - Qualität sicherstellen

Gesellschaftliche Funktion von Medien

- Steuerung und Kontrolle
- Ziele der Medien
- Normative Erwartungen an die Medien
- Institutionelle Rechtfertigung der Medien
 - Medien sind inhaltlich und strukturell vielfältig
 - Medien erfüllen gesellschaftliche Leistungsanforderungen

Mechanismen des Marktes



Der Markt

51



„Five Forces“-Modell nach Porter

Five-Forces-Modell (Porter)

- Aufgabe zum 8. Mai:
- Wir untersuchen den Buchmarkt in Deutschland
- Anwendung des Modells nach Porter auf den Buchmarkt in D
- Jeder bearbeitet die Fragestellung für sich zunächst zu Hause
- Wir stellen uns gegenseitig die Ergebnisse vor und erarbeiten in Gruppen die vier äußeren Kräfte