

MEDIAPUBLISHING



BUCH



PRESSE



CROSSMEDIA

Richtlinien für die Abfassung schriftlicher Arbeiten im Studiengang Mediapublishing

Studiengang Mediapublishing

Hochschule der Medien
Nobelstraße 10
70569 Stuttgart

Stand: April 2016

1	EINLEITUNG	3
2	BESTANDTEILE EINER WISSENSCHAFTLICHEN ARBEIT	3
2.1	Titel (Deckblatt)	4
2.2	Inhaltsverzeichnis	4
2.3	Abkürzungsverzeichnis	5
2.4	Einleitung	5
2.5	Hauptteil	5
2.6	Fazit (Zusammenfassung)	6
2.7	Literaturverzeichnis	6
2.8	Abbildungsverzeichnis	6
2.9	Anhang	6
3	HINWEISE ZUR FORMALEN GESTALTUNG	7
3.1	Schriftbild	7
3.2	Orthografische und typografische Hinweise	7
3.3	Zitierweise	8
3.4	Hervorhebungen	8
3.5	Abbildungen	8
4	HINWEISE ZUR BACHELOR-THESIS	9
4.1	Vorwort und/oder Danksagung	9
4.2	Abstract	9
4.3	Eidesstattliche Erklärung	9
	LITERATURVERZEICHNIS	10
	BEISPIELE	11

1 EINLEITUNG

Da es viele unterschiedliche Konventionen und Vorstellungen für wissenschaftliche Arbeiten gibt, hat sich der Studiengang Mediapublishing auf einige wenige Regeln für ein einheitliches ›Grundgerüst‹ geeinigt. Trotzdem bleibt aber genügend Freiraum für individuelle Gestaltung und Typografie. Mit gewissen Grundregeln, die für alle gelten, erhalten die Studierenden einen Orientierungsrahmen, der zudem den Dozenten eine bessere Vergleichbarkeit bei der Bewertung ermöglicht.

Die obersten Leitprinzipien innerhalb einer wissenschaftlichen Haus- oder Seminar-Arbeit sind Konsistenz und Konsequenz. Die Arbeit soll nicht nur inhaltlich, sondern auch in formaler Hinsicht logisch und widerspruchsfrei sein. Natürlich gibt es viele verschiedene Konventionen und Gestaltungsregeln, die sich von Hochschule zu Hochschule, von Institut zu Institut, von Fachgebiet zu Fachgebiet unterscheiden, wenngleich oft auch nur in Nuancen. Wenn man sich jedoch einmal für eine bestimmte Regel (Fußnotengestaltung, Zitierweise u. Ä.) entschieden hat, so muss diese auch in der ganzen Arbeit beibehalten werden. Der Wechsel von Gestaltungsregeln innerhalb einer Arbeit verwirrt den Leser, stört den Lesefluss und kann zu Missverständnissen führen.

Die Arbeit sollte unbedingt vor der Abgabe gegengelesen werden, da eine ›schludrige‹ Arbeitsweise und viele Flüchtigkeits- sowie Rechtschreibfehler nicht gerade von wissenschaftlich fundierter und präziser Arbeit zeugen. Für Arbeitsgänge wie das Nachprüfen aller Zitate, das Erstellen eines vollständigen Literaturverzeichnisses und z. B. das Formatieren des Textes sollte deshalb genügend Zeit eingeplant werden.

Die Richtlinien für die Abfassung schriftlicher Arbeiten im Studiengang Mediapublishing wurden im Wintersemester 2010/2011 in Abstimmung mit den Mediapublishing-Professoren erarbeitet und wurden im Frühjahr 2016 aktualisiert.

2 BESTANDTEILE EINER WISSENSCHAFTLICHEN ARBEIT

Eine wissenschaftliche Haus- oder Seminararbeit enthält ein Deckblatt mit dem Titel der Arbeit und den erforderlichen Informationen über Verfasser und Institut, ein vollständiges und gut gegliedertes Inhaltsverzeichnis und, falls notwendig, ein Abkürzungsverzeichnis.

Darauf folgt der eigentliche wissenschaftliche Textteil der Arbeit: Die Einleitung führt an das Thema sowie die Fragestellung heran, erläutert die Vorgehensweise und lädt den Leser zur weiteren Lektüre ein.

Im Hauptteil, der thematisch in Kapitel und entsprechende Unterkapitel gegliedert ist, wird die Frage mit wissenschaftlichen Methoden untersucht. Fachbegriffe müssen geklärt und die Ergebnisse eigener Untersuchungen analysiert werden.

Im Fazit werden alle Ergebnisse zusammengefasst und mit einem Ausblick auf weitere Untersuchungsfragen oder mögliche zukünftige Entwicklungen verknüpft.

Reihenfolge der Bestandteile einer wissenschaftlichen Arbeit

- Titel (Deckblatt)
- Inhaltsverzeichnis
- *Abkürzungsverzeichnis (bei Bedarf)*
- Einleitung
- Hauptteil (in Kapitel und Unterkapitel unterteilt)
- Fazit (oder Zusammenfassung)
- Literaturverzeichnis
- *Abbildungsverzeichnis (bei Bedarf)*
- *Anhang (bei Bedarf)*

2.1 Titel (Deckblatt)

Nachfolgend sind elementare Informationen aufgelistet, die gut lesbar und geordnet auf dem Titel auftauchen müssen. Die Gestaltung des Layouts ist aber frei.

Reihenfolge/Anordnung der Elemente auf dem Deckblatt

- Titel der Arbeit (mit Untertitel)
- Name der Lehrveranstaltung (evtl. mit Angabe der EDV-Nr.)
- Name des Dozenten
- Studiengang
- Hochschule
- Vorname und Name des Verfassers (Beispiel: Vorgelegt von Max Mustermann)
- Matrikelnummer
- E-Mail-Adresse
- Ort und Datum (Monat und Jahr)

Bitte unbedingt beachten:

- kein HdM-Logo oder sonstige Logos
- keine Bilder
- Die Angabe Ihrer Anschrift ist nicht notwendig.

Ein Beispiel für ein Deckblatt finden Sie auf Seite 11.

2.2 Inhaltsverzeichnis

Das Inhaltsverzeichnis sollte eine fortlaufende, durchgehend linksbündige Kapiteleinteilung mit arabischen Ziffern aufweisen (Dezimalnummerierung). Alternativ ist auch eine gestufte Gliederung möglich.

Die Auflistung beginnt mit der Einleitung bzw., falls vorhanden, mit dem Abkürzungsverzeichnis. Das Inhaltsverzeichnis selbst wird aber nicht aufgelistet.

Durchnummeriert wird von der Einleitung bis zum Fazit. Abkürzungs-, Literatur-, Abbildungsverzeichnis sowie der Anhang werden nicht nummeriert, sondern nur mit Seitenzahlen angegeben.

Das Inhaltsverzeichnis sollte möglichst übersichtlich gegliedert sein. Eine allzu detaillierte Gliederung mit zu vielen Unterkapiteln ist zu vermeiden, da diese eher verwirrend auf den Leser wirkt. Eine neue Gliederungsstufe darf nur dann eingesetzt werden, wenn sich darauf mindestens zwei Unterkapitel besetzen lassen. Nach den letzten Ziffern der Kapitelnummerierung werden keine Punkte gesetzt (z. B. 1, 1.1, 1.2, 1.2.1 usw.).

Die Paginierung beginnt nach dem Inhaltsverzeichnis, also mit Seite 3. Die Seitenzahlen und Kapitelüberschriften müssen mit dem Inhalt genau übereinstimmen.

Ein Beispiel für ein Inhaltsverzeichnis finden Sie auf Seite 12.

2.3 Abkürzungsverzeichnis (bei Bedarf)

Abkürzungen, besonders unbekannte, stören den Lesefluss, weshalb sie möglichst sparsam verwendet werden sollten. Wer viele und vor allem unbekannte Abkürzungen benutzt, muss diese in einem Abkürzungsverzeichnis (das auf das Inhaltsverzeichnis folgt) aufführen. Gängige Abkürzungen wie »z. B.«, »d. h.« etc. müssen jedoch nicht aufgeschlüsselt werden.

Am Satzanfang stehen grundsätzlich keine Abkürzungen. Lässt es sich nicht vermeiden, einen Satz mit einer Abkürzung zu beginnen, muss diese aufgelöst werden:

... schreibt Füßel. Zum Beispiel haben schon Inkunabeln ...

Deutsche und lateinische Abkürzungen dürfen nicht vermischt werden. Man sollte sich für eine Sprache entscheiden und entweder nur deutsche oder nur lateinische Abkürzungen innerhalb eines Textes verwenden.

2.4 Einleitung

Die Einleitung sollte in etwa eine halbe bis maximal zwei Seiten lang sein und in das Thema der Arbeit einführen. Sie bietet einen groben Überblick über den Aufbau der gesamten Arbeit sowie eine knappe Erklärung der wissenschaftlichen Fragestellung, die der Arbeit zugrunde liegt. Die gewählte Fragestellung sollte in ein weiteres Umfeld und den Rahmen der jeweiligen Fachdiskussion eingebettet werden. Die Einleitung beinhaltet auch Hinweise auf die angewendeten Untersuchungsmethoden, die Vorgehensweise und das untersuchte Material.

Bei der kurzen Darstellung der Kapitel sollten Sie jedoch nicht zu sehr ins Detail gehen. Die Einleitung soll dem Leser lediglich eine Orientierung bieten und die Lektüre der Arbeit nicht ersetzen. Etwas plakativ gesagt: Sie sollten versuchen, einem fiktiven Leser folgende Fragen kurz und kompakt zu beantworten: Worum geht es? Was erwartet mich? Warum lohnt es sich, die Arbeit zu lesen?

Darüber hinaus können bei Bedarf darstellungstechnische Hinweise, z. B. auf ein Abkürzungsverzeichnis, eine abweichende Wiedergabe von Zitaten oder andere Besonderheiten, eingefügt werden. Auch Erklärungen, warum z. B. bestimmte Ansätze oder Fragen nicht beleuchtet oder untersucht werden (können), gehören in die Einleitung.

2.5 Hauptteil

Im Hauptteil wird der aktuelle Forschungsstand des gewählten Themas wiedergegeben und durch Begriffserklärungen und die Einordnung und Erläuterung der behandelten Fragestellung unterstützt.

Nach der Vorstellung und Erläuterung des Untersuchungsgegenstands sollte das der Arbeit zugrunde gelegte Material bewertet und die getroffene Auswahl begründet werden. Auch das methodische Vorgehen muss beschrieben und die Wahl der verwendeten Untersuchungsmethode(n) begründet werden. Abschließend werden die Ergebnisse vorgestellt und diskutiert.

Der Hauptteil beinhaltet die eigentliche wissenschaftliche Auseinandersetzung und sollte je nach Umfang und Art der Arbeit in mehrere Kapitel und Unterkapitel gegliedert werden. Die Kapitel müssen logisch und übersichtlich strukturiert sein und zu einem Ergebnis führen. Dabei ist zu beachten, dass jeder Kapitelüberschrift textlicher Inhalt folgen muss, sei es eine kurze Einleitung oder Übersicht zu den folgenden Unterkapiteln oder ein eigenständiges Kapitel.

2.6 Fazit (oder Zusammenfassung)

Eine Schlussbetrachtung soll eine wissenschaftliche Arbeit abrunden. Das Fazit ist allerdings keine bloße Inhaltsangabe, sondern eine kurze, abschließende Zusammenfassung der Ergebnisse mit Ausblick auf mögliche ergiebige Ansatzpunkte für weiterführende Untersuchungen und Überlegungen oder auf zukünftige Entwicklungen.

2.7 Literaturverzeichnis

Das Literaturverzeichnis umfasst die vollständige Wiedergabe aller in der Arbeit zitierten Quellen (also Bücher, Zeitschriften, Artikel, Internetquellen usw.). Alle Quellen werden ihren Verfassern nach alphabetisch geordnet und aufgelistet. Eine Trennung der Quellen in Literatur, Zeitschriften, Internet o. Ä. ist hierbei nicht nötig. Nur bei sehr umfangreichen Literaturverzeichnissen ist eine Trennung in entsprechende Register sinnvoll (also z. B. Zeitschriften, Internetquellen, Primär- und Sekundärliteratur usw.).

Bitte unbedingt beachten:

Die Quellenangaben im Literaturverzeichnis müssen der gewählten Zitierweise entsprechen! Bei der Angabe von Internetquellen muss nach der Angabe der vollständigen URL immer das Zugriffs- bzw. Abfragedatum in eckigen Klammern mit angegeben werden.

Eine URL darf nur nach Bindestrich, Schrägstrich oder Punkt getrennt werden, und zwar ohne das Hinzufügen eines Trennungsstrichs durch ein Textverarbeitungsprogramm.

Zwei mögliche Beispiele für Literaturverzeichnisse finden Sie auf Seite 13 (bei Verwendung der deutschen Zitierweise) und auf Seite 14 (bei Verwendung der Kurzbelegform/amerikanischen Zitierweise).

2.8 Abbildungsverzeichnis

Sämtliche Abbildungen, Grafiken und Tabellen aus Fließtext **und** Anhang sind je Kategorie fortlaufend zu nummerieren. Wenn die Arbeit nur wenige Abbildungen enthält, können die Quellen direkt nach den Bildunterschriften in Klammern oder in einer Fußnote gesetzt werden.

Sind es jedoch mehr als fünf Abbildungen, sollten sie im Abbildungsverzeichnis mit einer vollständigen, ausführlichen Quellenangabe aufgelistet werden.

Bei Bildern aus dem Internet ist der Fotograf oder der für die Bildrechte Verantwortliche (meist im Impressum angegeben) zu nennen. Seitenangaben sind nicht unbedingt notwendig, führen bei einer sehr hohen Anzahl von Abbildungen aber zu mehr Übersichtlichkeit.

2.9 Anhang

In den Anhang gehören umfangreiche Quellen, die größer/länger als eine DIN A4-Seite sind und somit den Lesefluss im Fließtext stören würden: z. B. Abschriften von Interviews, Aufzählungen, Tabellen, Listen, Statistiken etc.

Durch eine fortlaufende Nummerierung und eventuelle Seitenangabe sollte im Fließtext explizit auf die Elemente im Anhang verwiesen werden, z. B. »siehe Tab. 5 im Anhang«.

3 HINWEISE ZUR FORMALEN GESTALTUNG

In einer wissenschaftlichen Arbeit wird vorausgesetzt, dass Sie Formalia wie Zitierweise, Layout usw. beherrschen. Das erleichtert auch dem Leser Ihrer Arbeit die Lektüre und Orientierung. Korrekte Rechtschreibung und Grammatik sowie ein angemessener Stil sind ebenfalls selbstverständlich, weshalb mindestens ein Korrekturdurchgang vor Abgabe der Arbeit unumgänglich ist.

3.1 Schriftbild

- Papier: DIN A4-Format, weiß, **einseitig bedruckt**
- 2 cm Korrekturrand links
- 2,5 bis 4 cm Korrekturrand rechts
- Abstand oben: 2 cm
- Abstand unten: 2,5 cm
- Schriftart: für Fließtext sind Serifenschriften empfehlenswert
- Schriftgröße für Fließtext: 11 oder 12 Punkt
- Zeilenabstand: 1,5-fach (im Verhältnis zur Schriftgröße)
- Paginierung beginnt immer erst nach dem Inhaltsverzeichnis (also mit Seite 3)

3.2 Orthografische und typografische Hinweise

- Zwischen Abkürzungen wie ›z. B.‹ oder ›d. h.‹ gehört ein geschütztes Leerzeichen (in *InDesign* ein Achtelgeviert), so dass die Abkürzung vom Textverarbeitungsprogramm nicht getrennt werden kann.
- Für ›gegen‹ oder ›bis‹ sollte der Gedankenstrich (Halbgeviertstrich) › – ‹ verwendet werden; nicht der einfache Bindestrich (*Divis*) › - ‹.
- Ganze Zahlen mit mehr als vier Ziffern sollten durch Punkte (z. B. 1.000.000 Einwohner) oder Abstände (z. B. 1 000 000 Einwohner) von hinten her in dreistellige Gruppen unterteilt werden, jedoch nicht durch Kommata!
- Zahlen bis ›zwölf‹ werden ausgeschrieben, ab 13 werden Ziffern verwendet.
- Vor und nach einem Schrägstrich kommen keine Leerzeichen.
- Aufzählungen können mit Bulletpoints bzw. zentriertem Punkt (Mittepunkt) oder mit Spiegelstrichen (Gedankenstrich/Halbgeviertstrich) beginnen. Sobald jedoch eine zweite Listen-Hierarchie hinzukommt, also eine Liste in der Liste, müssen Bulletpoints für die erste Aufzählungs-Hierarchie benutzt werden und Spiegelstriche für die zweite.
- Beim Inhaltsverzeichnis gehört zwischen Kapitelname und Auspunktierung ein Leerzeichen. Zwischen Auspunktierung und Seitenzahl wird ein gleichmäßiger, etwas größerer Abstand gesetzt (siehe Beispiel, S. 12).
- Seitenzahlen sollten im Inhaltsverzeichnis durchgehend mit der Grundschrift ausgezeichnet werden.

3.3 Zitierweise

Innerhalb einer Arbeit kann entweder die angloamerikanische oder die deutsche Zitierweise angewendet werden. Allerdings ist es wichtig, konsequent bei der einmal gewählten Methode zu bleiben. Die Kurzbelege (Nachname des Autors und Jahr) müssen mit den ausführlichen Quellenangaben im Literaturverzeichnis übereinstimmen. Auch bei Satzzeichen in den Fußnoten, Abständen, Kommata, Klammern etc. ist auf Konsistenz zu achten.

Bitte unbedingt beachten:

Fußnoten werden immer fortlaufend, nicht kapitel- oder seitenweise nummeriert.

Direkte (wörtliche Zitate) müssen in Anführungszeichen gesetzt werden.

Bei sinngemäßen Zitaten muss ein ›vgl.‹ vor die Quellenangabe gestellt werden. In Fußnoten bleiben Abkürzungen in ihrer ursprünglichen Form erhalten, werden also weder ausgeschrieben noch wird ein kleiner Anfangsbuchstabe in einen Großbuchstaben umgewandelt.

Beispiele für die angloamerikanische und deutsche Zitierweise finden Sie auf Seite 15. Die Kurzbelege beziehen sich dabei auf die Literaturverzeichnis-Beispiele auf Seite 13/14.

Hinweis:

Die Verwendung von Literaturverwaltungsprogrammen (z. B. Citavi oder Zotero) ist grundsätzlich möglich. Bitte beachten Sie aber, dass die Richtlinien der Hochschule Priorität haben und in den Einstellungen der Programme berücksichtigt werden müssen.

3.4 Hervorhebungen

Einzelne fremdsprachige Ausdrücke oder Begriffe, die innerhalb eines deutschen Textes als Beleg oder Beispiel dienen, werden kursiv gesetzt. Die dazugehörige Übersetzung, also die deutschsprachige Bedeutung, steht dann in halben Anführungszeichen. Bedeutungserklärungen werden generell in halbe Anführungszeichen gesetzt.

3.5 Abbildungen

Grafiken und Schaubilder werden mit einer Bildunterschrift, Tabellen mit einer Tabellenüberschrift versehen, fortlaufend nummeriert und in den Fließtext eingebunden. Tabellen, Statistiken oder sonstige Daten, die über eine DIN A4-Seite hinausgehen, gehören jedoch in den Anhang (siehe 2.9).

Im Fließtext sollten Sie immer auf die Abbildungen hinweisen und inhaltlich darauf Bezug nehmen (z. B. vgl. Abb. 2; wie in Tabelle 5 ersichtlich). Grundsätzlich dürfen Abbildungen nur eingesetzt werden, wenn sie zum Inhalt beitragen, komplexe Sachverhalte erklären oder ergänzen usw. Bilder zur reinen Dekoration des Textes sind überflüssig.

Die Quellen aller verwendeten Abbildungen müssen in ausführlicher Form angegeben werden, entweder direkt nach der Bildunterschrift, in einer Fußnote oder im Abbildungsverzeichnis (siehe Kapitel 2.8).

4 HINWEISE ZUR BACHELOR-THESIS

Die Bachelor-Thesis ist im Prinzip genauso aufgebaut wie eine wissenschaftliche Haus- oder Seminararbeit und unterliegt denselben Regeln zur formalen Gestaltung. Zusätzliche Bestandteile bilden ein Vorwort und/oder eine Danksagung, ein Abstract (in deutscher und englischer Sprache) sowie eine eidesstattliche Erklärung.

Reihenfolge der Bestandteile einer Bachelor-Thesis

- Titel (Deckblatt)
- Vorwort und/oder Danksagung
- Abstract
- Inhaltsverzeichnis
- Abkürzungsverzeichnis (bei Bedarf)
- Einleitung
- Hauptteil (in Kapitel und Unterkapitel unterteilt)
- Fazit (Zusammenfassung)
- Literaturverzeichnis
- Abbildungsverzeichnis (bei Bedarf)
- Anhang
- Eidesstattliche Erklärung

4.1 Vorwort und/oder Danksagung

Das Vorwort enthält Angaben zur persönlichen Motivation, zu wissenschaftlichen Anregungen oder zur Betreuung und eventuellen Dank an beteiligte Personen. Ein Vorwort oder eine Danksagung sind nur bei größeren Veröffentlichungen üblich – bei einer Bachelor-Thesis möglich, aber nicht zwingend erforderlich. Hier können Elemente des Vorworts teilweise auch in die Einleitung integriert werden.

4.2 Abstract

Der Abstract wird vor dem Inhaltsverzeichnis eingebunden und ist für die Bachelor-Thesis obligatorisch. Die Funktion des Abstracts ist eine gänzlich andere als die der Einleitung: Der Abstract stellt kurz, klar und präzise Thema, Theorie, Fragestellung, Methode/Vorgehensweise, Hauptergebnisse und Fazit der Arbeit dar (jeweils in zwei bis drei Sätzen).

Der Inhalt der Arbeit muss objektiv und unverfälscht, ohne Interpretation und Wertung wiedergegeben werden. Dabei sollte auf eine verständliche, präzise, nachvollziehbare Sprache und Struktur geachtet werden. Ein Abstract umfasst in der Regel nicht mehr als 1500 bis 1800 Zeichen. Da er einen Überblick über die komplette Thesis bieten soll, ist es empfehlenswert, den Abstract erst nach Abschluss der gesamten Arbeit zu schreiben.

Bitte unbedingt beachten:

Bei Haus- oder Seminararbeiten ist die Anfertigung eines Abstracts vom Dozenten abhängig, so dass im Zweifelsfall beim jeweiligen Dozenten nachgefragt werden sollte.

4.3 Ehrenwörtliche Erklärung

In der ehrenwörtlichen Erklärung versichert der Verfasser der Bachelor-Thesis, alle verwendeten Quellen korrekt und vollständig angegeben und den Text eigenständig verfasst zu haben. Ort und Datum sowie die eigenhändige Unterschrift des Verfassers sind unerlässlich.

LITERATURVERZEICHNIS

- Forssman, Friedrich/Jong, Ralf de: **Detailtypografie. Nachschlagewerk für alle Fragen zu Schrift und Satz.** 3., nochmals verbesserte Auflage. Mainz: Schmidt 2004
- Frank, Andrea/Haacke, Stefanie/Lahm, Swantje: **Schlüsselkompetenzen: Schreiben in Studium und Beruf.** 2., aktualisierte und erweiterte Auflage. Stuttgart, Weimar: J.B. Metzler 2013
- Franck, Norbert/Stary, Joachim (Hrsg.): **Die Technik wissenschaftlichen Arbeitens.** 17., überarbeitete Auflage. Paderborn: Schöningh 2013
- Kornmeier, Martin: **Wissenschaftlich schreiben leicht gemacht für Bachelor, Master und Dissertation.** 6., aktualisierte und erweiterte Auflage. Bern/Stuttgart/Wien: Haupt 2013
- Niederhauser, Jürg: **Die schriftliche Arbeit.** In: Der Brockhaus Multimedial premium. Mannheim: BI/Brockhaus 2011

Hausarbeit im Studiengang Mediapublishing

Titel der Hausarbeit
Untertitel

Name der Lehrveranstaltung
EDV-Nummer: xxx
Name des Dozenten
Hochschule der Medien Stuttgart

Vorgelegt von Max Mustermann
Matrikel: xxxxx
E-Mail: xyz@hdm-stuttgart.de

Ort, Monat Jahr

Inhalt

1	Einleitung	3
2	Marketing im Verlag.....	4
2.1	Aufgabenbereich und Ziele des Marketings.....	4
2.2	Marketinginstrumente	7
2.2.1	Marktforschung	10
2.2.2	Kommunikationspolitik	13
2.2.3	Produkt-/Leistungs politik	16
2.2.4	Preispolitik	19
2.2.5	Distributionspolitik	22
3	Herausforderungen am Verlagsmarkt	25
3.1	Eintrittsbarrieren am Verlagsmarkt	25
3.2	Veränderungen am Verlagsmarkt	27
3.2.1	Technische Veränderungen	29
3.2.2	Ökonomische Veränderungen	32
3.2.3	Gesellschaftliche Veränderungen	34
3.2.4	Rechtliche Veränderungen	35
3.3	Preisbindungsgesetz	38
3.4	Marktlücke – Chance oder Risiko?	40
4	Marketing-Strategien	43
4.1	Direktmarketing	43
4.2	Push- and Pull-Marketing	48
5	Soziale Netzwerke	52
5.1	Die Bedeutung von sozialen Netzwerken	52
5.2	Facebook – ein Must-have?	55
6	Fazit	59
	Literaturverzeichnis	62
	Abbildungsverzeichnis	64

Literaturverzeichnis

- Breyer-Mayländer, Thomas/Seeger, Christof: Verlage vor neuen Herausforderungen – Krisenmanagement in der Pressebranche. Berlin: ZV Zeitungs-Verlag 2004
- Gerhard, Heinz/Zybar, Camille: »Tendenzen in Zuschauerwelten«. In: Media Perspektiven, Heft 3/2016, 142-155
- Heinzmann, Bettina/Rödel, Christiane/Seeger, Christof: Wirtschaftliche Entwicklung, gestalterische Konzepte und Produktinnovationen von Tageszeitungen. Hg. von Christof Seeger. Konstanz: Christiani 2010 (= Fachwissen kompakt – Presseverlage Band 1)
- Huse, Ulrich: Verlagsmarketing. Frankfurt am Main: Bramann Verlag 2013
(= CampusBasics – buch & medien Band 1)
- Rehberg, Dörte: »Das besondere Buch. Der Buchkörper als Marketinginstrument in Zeiten verschärfter Medienkonkurrenz«. Stuttgart: Hochschule der Medien 2010
(= Stuttgarter Beiträge zur Verlagswirtschaft 4). URL: http://www.mediapublishing.org/images/stories/rehberg_volltext.pdf [Zugriff: 29.9.2010]
- Schlüter, Okke: »Brennpunkt Gesundheit«. URL: <http://www.boersenblatt.net/322313/>
[Stand: 28.5.2009; Zugriff: 23.9.2010]
- Schwab, Carsten: XML zum Dessert? Analyse der XML-Satzdienstleistung der pagina GmbH im Auftrag der S. Fischer Verlage unter Berücksichtigung angrenzender Fragestellungen. Diplomarbeit Stuttgart: Hochschule der Medien 2006
- Veddern, Michael: Multimediarecht für die Hochschulpraxis. Ratgeber zum Urheberrecht, Patentrecht und Onlinerecht mit Verträgen, Verwertungsmodellen und Rechtsmanagement. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Münster: Centrum für eCompetence in Hochschulen NRW [u.a.] 2004
- Wadlinger, Christof: »Weniger Zeit mit Medien«. URL: <http://www.sueddeutsche.de/medien/wv-studie-ueber-mediennutzung-weniger-zeit-mit-medien-1.1001158> [Stand: 21.9.2010; Zugriff: 23.9.2010]

Literaturverzeichnis

- | | |
|------------------------------------|---|
| Breyer-Mayländer/
Seeger (2004) | Breyer-Mayländer, Thomas/Seeger, Christof (2004): Verlage vor neuen Herausforderungen – Krisenmanagement in der Pressebranche. Berlin: ZV Zeitungs-Verlag |
| Gerhard/Zybar (2016) | Gerhard, Heinz/Zybar, Camille (2016): »Tendenzen in Zuschauerwelten«. In: Media Perspektiven, Heft 3/2016, 142-155 |
| Heinzmann/Rödel/
Seeger (2010) | Heinzmann, Bettina/Rödel, Christiane/Seeger, Christof (2010): Wirtschaftliche Entwicklung, gestalterische Konzepte und Produktinnovationen von Tageszeitungen. Hg. von Christof Seeger. Konstanz: Christiani (= Fachwissen kompakt – Presseverlage Band 1) |
| Huse (2013) | Huse, Ulrich (2013): Verlagsmarketing. Frankfurt am Main: Bramann Verlag (= CampusBasics – buch & medien Band 1) |
| Rehberg (2010) | Rehberg, Dörte (2010): »Das besondere Buch. Der Buchkörper als Marketinginstrument in Zeiten verschärfter Medienkonkurrenz«. Stuttgart: Hochschule der Medien (= Stuttgarter Beiträge zur Verlagswirtschaft 4). URL: http://www.mediapublishing.org/images/stories/rehberg_volltext.pdf [Zugriff: 16.2.2011] |
| Schlüter (2009) | Schlüter, Okke (28.5.2009): »Brennpunkt Gesundheit«. URL: http://www.boersenblatt.net/322313/ [Zugriff: 23.2.2011] |
| Schwab (2006) | Schwab, Carsten (2006): XML zum Dessert? Analyse der XML-Satzdienstleistung der pagina GmbH im Auftrag der S. Fischer Verlage unter Berücksichtigung angrenzender Fragestellungen. Diplomarbeit Stuttgart: Hochschule der Medien |
| Veddern (2004) | Veddern, Michael (2004): Multimediarecht für die Hochschulpraxis. Ratgeber zum Urheberrecht, Patentrecht und Online-recht mit Verträgen, Verwertungsmodellen und Rechtmanagement. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Münster: Centrum für eCompetence in Hochschulen NRW [u.a.] |
| Wadlinger (2010) | Wadlinger, Christof (2010): »Weniger Zeit mit Medien«. URL: http://www.sueddeutsche.de/medien/wv-studie-ueber-mediennutzung-weniger-zeit-mit-medien-1.1001158 [Stand: 21.9.2010; Zugriff: 23.9.2010] |

2 Marketing im Verlag

Iqui si ipsaped quia ex et autem ipsamus apero dolest, quas modit eostia dem ipsae nos aut ommodip sapit, que volor molupta que qui odis modi aliquasimod maiore corem serio tessequ aeres ut que re consed expediae verovite prent porepudit, odi tet magnis am vid esequiati dolupta tempor aut earcitis sed mi, ut pa eium as sumet perionsequis corro tempedio tectota quibus maio consequi in nobitem repella borerum de et laceriore, ipsus idestisi sunt.¹

»Aquia il ipsumquam et quasper oreptas et odigenimaxim et quibus dem voloreh endempos iduntentio bersperume videbis simil estem hario.«² In parum dolorum con nus et, ulpa doluptas et entur?

Ique estia quature ero tem. Ut fugiatur at utaectaspit a inim consent. Undament magnam ipicium quaspie nestibeatur? Quibusam, sitiumet quid escimus doluptati omnim aut officatis con reptur rereratur re dollam, none dolupti usciisse moluptiuscia il iunt aut faceatque commias sitiumque veremquos min nimagnatur sum ressendicta nobit quidend andest aut eost voluptias volenda eratibus es prates³ pro mo est quatquis minim velestrum faceremque dolume nis et maximpo restium es ad eum aut ommo bero cor aut prae pliti-oratas aut voluptatibus mi, te dolorum quatate poresecte volupturias eum quo ius experis quas et, qui destiorrori volecep udignihit aut min nonem essunti asperatatur?

»Ut fugiatur at con reptur rereratur eossimusae volestia perferibus, a eos estis andebis nim quam« (Vedderm 2004: 128) simint accaecab iusae conectam, que laciuntiume niassequia si blaut occus, tem in persperum, sundicimint, conet ea quaepedis moloriae ne vit a volupta volut eveliquatur, soluptati niet audae sunditatur sum aut volorro qui sandempores quas nusanda quisim lautectur aut fugia arias molecus sim et qui quatistisint ium abo. Poreri ut quunten duciusanda quis sit autatentium vollati anditatem fugitibusam harum sed qui nihicia tiatem aut anditatur sam repero estibus, consedit, am nosam as am et fugiaepel molupta que quostotat quae sunt, qui dolorae pos por sequi alitioestia aut fugiae eium fuga, et eatem doluptat (vgl. Huse 2007: 12-17).

Angloamerikanische Zitierweise: Kurzbeleg im Text

Deutsche Zitierweise: Kurzbeleg in Fußnote

¹ vgl. Breyer-Mayländer/Seeger 2004, S. 36

² ebd., S. 54

³ vgl. Schlüter 2009