

# Inhalt

	<b>Vorwort.....</b>	<b>11</b>
<b>1</b>	<b>Management in Medienbetrieben .....</b>	<b>15</b>
	1.1 Von Redaktionen und Fußballvereinen.....	15
	1.2 Grundlagen und Ziele redaktionellen Managements .....	19
<b>2</b>	<b>Qualitätsmanagement.....</b>	<b>29</b>
	2.1 Auf der Suche nach Qualität.....	29
	2.1.1 Qualitätsbegriffe.....	31
	2.1.2 Normative versus funktionale Dimension von Qualität .....	35
	2.2 Qualitätssicherung.....	40
	2.2.1 Das Konzept des Total Quality Management .....	41
	2.2.2 Strategien und Maßnahmen.....	46
	2.2.2.1 Die zehn K's des redaktionellen Qualitätsmanagements .....	46
	2.2.2.2 Redaktionelle Qualitätssicherung als mehrstufiger Prozeß .....	50
	2.2.2.3 Qualitätszirkel.....	53
	2.2.3 Qualitätsmanagement als Redaktionsprogramm .....	57
<b>3</b>	<b>Redaktionsorganisation .....</b>	<b>59</b>
	3.1 Redaktion „Utopia“ .....	59
	3.2 Theorie und Empirie .....	60
	3.3 Organisationskonzepte in der Redaktion.....	65
	3.3.1 Personalorganisation: Funktion und Stelle .....	65
	3.3.2 Arbeitsorganisation: horizontale Differenzierung.....	68

	3.3.3 Hierarchien: vertikale Differenzierung.....	75
	3.3.4 Von Stellen und Schnittstellen.....	80
	3.3.5. Arbeitsbedingungen und Arbeitsumfeld.....	86
	3.3.6 Informations- und Wissensmanagement.....	89
<b>4</b>	<b>Personalmanagement.....</b>	<b>93</b>
	4.1 Personal- und Personality-Management.....	93
	4.2. Die Redaktion als Lernende Organisation.....	96
	4.3 Personalrekrutierung.....	99
	4.4 Personalführung.....	102
	4.4.1 Führungsstile.....	103
	4.4.2 Führungstechniken.....	106
	4.4.3 Motivation, Leistung und Kontrolle.....	109
	4.4.4 Kommunikative Führung.....	114
	4.4.4.1 Glasnost am Arbeitsplatz: Integration über Information.....	114
	4.4.4.2 Die Redaktionskonferenz als Kommunikations-Schaltzentrale.....	120
	4.5 Personalentwicklung.....	125
<b>5</b>	<b>Kostenmanagement.....</b>	<b>129</b>
	5.1 Kommerzialisierung der Medienmärkte.....	129
	5.2 Kosten als Qualitäts- und Wettbewerbsfaktor im Journalismus.....	133
	5.3 Was kostet die Medienwelt? Grundlagen einer Redaktionsökonomie.....	136
	5.3.1 Parameter der Kalkulation.....	136
	5.3.2 Etatplanung und Etatkontrolle.....	143
	5.3.3 Vorteile der Budgetierung.....	148
	5.4. Wettbewerbsfähigkeit und Kostenreduktion: Maßnahmen der Effizienz- und Effektivitätssteigerung.....	150
	5.4.1 Produktion und Produktionssteuerung.....	152
	5.4.2 Outsourcing.....	155
	5.4.3 Synergien: Verwertungsketten und Kooperationen.....	158
	5.4.4 Externe Evaluation.....	160

<b>6</b>	<b>Redaktionelles Marketing.....</b>	<b>165</b>
6.1	Vom mißachteten zum beachteten Leser oder vom beachteten zum mißachteten Journalisten .....	165
6.2	Marketing als modernes Managementinstrument .....	168
6.3	Ziele des redaktionellen Marketings .....	170
6.3.1	<i>Der Kunde: Akzeptanz und Bindung</i> .....	172
6.3.2	<i>Das Produktimage: Medien als Marken</i> .....	174
6.4	Strategien des redaktionellen Marketings .....	176
6.4.1	<i>Stufen und Komponenten des Marketing-Mix</i> .....	176
6.4.2	<i>Sein und Schein: inhaltliche und formale Kurskorrekturen</i> .....	180
<b>7</b>	<b>Redaktionsmanagement zwischen Rationalisierung und Reaktivierung von Qualität: ein Ausblick.....</b>	<b>187</b>
<b>8</b>	<b>Praxis des Redaktionsmanagements .....</b>	<b>191</b>
8.1	Redaktionen sind keine wirtschaftsfreien Räume Interview mit Jürgen Althans, Verlagsgeschäftsführer GEO, Gruner + Jahr, Hamburg .....	191
8.2	Diskussionskultur mit konstruktiven Feedbacks Interview mit Gerald Baars, Wellenchef EINS LIVE, WDR, Köln .....	201
8.3	Qualitätsinsel auf dem Fernsehboulevard Interview mit Heiner Bremer, Redaktionsleiter RTL <i>Nachtjournal</i> , Köln .....	209
8.4	Vom Erfinder über den Macher zum Strategen Interview mit Holger Cappell, Redaktionsleiter <i>NRW am Mittag</i> , WDR, Düsseldorf .....	221
8.5	Das Wichtigste ist die Leidenschaft Interview mit Roger de Weck, Chefredakteur <i>DIE ZEIT</i> , Hamburg .....	233
8.6	Ein neues Berufsbild in der Medienwelt Interview mit Maria Oppitz, Redaktionsmanagerin <i>TV SPIELFILM</i> , Hamburg .....	244
	<b>Literatur .....</b>	<b>249</b>