

Bauhaus-Universität Weimar
Fakultät Medien

Glokalisierung auf dem Zeitschriftenmarkt

Die Zeitschrift als Kulturprodukt – am Beispiel der Zeitschrift *Living at Home*

Freie wissenschaftliche Arbeit
zur Erlangung des Grades einer Diplom-Kulturwissenschaftlerin (Medien)
an der Fakultät Medien der Bauhaus-Universität Weimar

Eingereicht von:

Cand. Dipl.
Katrin Böhme
Karl-Haußknecht-Straße 15
99423 Weimar

Matr.-Nr.: 21325

Weimar, 28. Februar 2006

Betreuer:

Prof. Dr. Matthias Maier
Professur für
Medienmanagement

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	1
1. Sichtweisen zur Globalisierung	4
1.1 Globalisierung: Auf dem Weg zur <i>Weltgesellschaft</i>	4
1.1.1 Die Wurzeln der Globalisierung	5
1.1.2 Die Idee von einer <i>Weltgesellschaft</i>	6
1.1.3 Die Austarierung der Machtverhältnisse im <i>Kosmopolitismus</i>	8
1.2 Kulturelle Globalisierung	11
1.2.1 Kultur als Identitätsanker	11
1.2.2 Die Konvergenztheorie und das Kulturkampfmodell	14
1.2.3 Der Hybridisierungsansatz	16
1.2.4 Die Theorie transnationaler Netzwerke	18
1.3 Glokalisierung: Das Lokale im Globalen	19
2. Korrelationen zwischen Zeitschrift und Kultur	23
2.1 Die Publikumszeitschrift	23
2.1.1 Geschichtlicher Abriss	24
2.1.2 Abgrenzung der Zeitschrift zu anderen Medien	25
2.1.3 Standardisierung und Serialisierung	26
2.2 Besonderheiten im Verlagsmarketing	29
2.3 Kulturelle Bereiche der Lifestyle-Zeitschrift <i>Living at Home</i>	32
2.3.1 Die Rubrik <i>Haus</i>	34
2.3.2 Die Rubrik <i>Küche</i>	36
2.3.3 Die Rubrik <i>Gastlichkeit</i>	37
2.3.4 Die Rubrik <i>Garten</i>	38
2.4 Die Zeitschrift als Identität stiftendes Medium	39

3. Der Verlag als global agierendes Unternehmen	44
3.1 Internationalisierungsstrategien im Zeitschriftengeschäft	44
3.2 Die Internationalisierung von <i>Living at Home</i>	49
3.2.1 Die Markt- und Zielgruppenanalyse	49
3.2.2 Der Markteintritt	51
3.2.3 Die Marktbearbeitung	53
3.3 Die Notwendigkeit globalen Agierens	57
Conclusio	61
Abbildungsverzeichnis	
Abkürzungsverzeichnis	
Bibliografie	
Danksagung	
Ehrenwörtliche Erklärung	

Bibliografie

- Adorno, Theodor W. (1977): *Résumé über die Kulturindustrie*. In: *Ohne Leitbild. Parva Aesthetica, Gesammelte Schriften, Band 10.1*, Frankfurt a. M., S. 337-345.
- Beck, Ulrich (1997): *Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung*. Frankfurt a. M.
- Beck, Ulrich (1998): *Vorwort* In: Ders. [Hg.]: *Perspektiven der Weltgesellschaft*. Frankfurt a. M., S. 7-10.
- Beck, Ulrich (2002): *Macht und Gegenmacht im globalen Zeitalter. Neue weltpolitische Ökonomie*. Frankfurt a. M.
- Deutsche Gesellschaft für Soziologie (2002): *Themen für den Kongress der Soziologische Gesellschaft 2002 in Leipzig*. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.dgs2002.uni-leipzig.de/themenpapier.htm> [Stand 5.1.2006].
- Eder, Klaus (1999): *Integration durch Kultur?* In Segers, Rien T. / Viehoff, Reinhold [Hg.]: *Kultur, Identität. Europa*. Frankfurt, S. 147-179.
- Engell, Lorenz / Vogl, Joseph (2002): *Vorwort* In: Engell, Lorenz / Vogl, Joseph [Hg.] *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*. Stuttgart, S. 8-11.
- Giddens, Anthony (2001): *Entfesselte Welt. Wie die Globalisierung unser Leben verändert*. Frankfurt a. M.
- Haban, Frank / Herrmann, Andreas (2003): *Auswirkungen der Internationalisierung auf die Produktion von Medieninhalten*. In: Wirtz, Bernd W. [Hg.]: *Handbuch Medien- und Multimediamanagement*, Wiesbaden. S. 901-918.
- Hensmann, Jan (1980): *Verlagsmarketing*. In: *Marketing-ZFP, Zeitschrift für Forschung und Praxis*. München, S. 239-249.
- Hepp, Andreas (2004): *Netzwerke der Medien. Medienkulturen und Globalisierung*. Wiesbaden.
- Huntington, Samuel P. (1996): *Kampf der Kulturen*. München, Wien.
- Kant, Immanuel (1983): *Zum Ewigen Frieden*. *Gesammelte Werke Band 9*, Darmstadt, S. 195-251.
- Kleiner, Marcus S. / Strasser Hermann (2003): *Einleitung*. In: Dies. [Hg.]: *Globalisierungswelten: Kultur und Gesellschaft in einer entfesselten Welt*. Köln, S. 9-32.
- Kundrun, Bernd / Möllersmann, André (2003): *Internationalisierungsstrategien im Zeitschriftenmarkt am Beispiel des Druck- und Verlagshauses Gruner + Jahr*. In: Wirtz, Bernd W. [Hg.]: *Handbuch Medien- und Multimediamanagement*, Wiesbaden. S. 879-900.
- Meffert, Heribert / Bolz, Joachim (1998): *Internationales Marketing-Management*. Stuttgart.
- Münch, Richard (1999): *Europäische Identitätsbildung*. In: Segers, Rien T. / Viehoff, Reinhold [Hg.]: *Kultur, Identität. Europa*. Frankfurt, S. 223-252.

- Nederveen, Pieterse (1998): Der Melange-Effekt. In: Beck, Ulrich [Hg.]: Perspektiven der Weltgesellschaft, Frankfurt a. M., S. 87-124.
- O. V. (2006) Neuheiten und Trends zur imm cologne. Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.bauzentrale.com/news/2006/1frame.htm?0064.php4> [Stand: 26.01.2006].
- Osterhammel, Jürgen / Petersson, Niels P. (2003): Geschichte der Globalisierung. München.
- Perlitz, Manfred / Seger, Frank (2000): Konzepte internationaler Markteintrittsstrategien. In: Oelsnitz, Dietrich von der [Hg.]: Markteintritts-Management: Probleme, Strategien, Erfahrungen. Stuttgart, S. 90-119.
- Rieger, Elmar / Leibfried, Stephan (2001): Grundlagen der Globalisierung. Perspektiven des Wohlfahrtsstaates. Frankfurt a. M.
- Robertson, Roland (1996): Globalization. Social Theory and Global Culture. London.
- Robertson, Roland (1998) : Glokalisierung: Homogenität und Heterogenität in Raum und Zeit. In: Beck, Ulrich [Hg.] Perspektiven der Weltgesellschaft, Frankfurt a. M., S. 192-221.
- Rowe, William / Schelling, Vivian (1991): Memory and Modernity: Popular Culture in Latin America. London.
- Saxer, Ulrich (1999): Kulturelle Identifikationsmuster und Medienkommunikation. In: Segers, Rien T. / Viehoff, Reinhold [Hg.]: Kultur, Identität. Europa. Frankfurt, S. 98-119.
- Schulte-Hillen, Gerd / Ganz, Axel / Althans, Jürgen (2001): Strategien im internationalen Verlagsmarketing. In: Die Betriebswirtschaft Nr. 4/2001, Stuttgart, S. 478-492.
- Sjurts, Insa (2004): Think global, act local – Internationalisierungsstrategien deutscher Medienkonzerne. In: Bundeszentrale für politische Bildung [Hg.]: Aus Politik und Zeitgeschichte. (B 12-13/2004), Elektronisch veröffentlicht unter: <http://www.bpb.de> [Stand 12.11.2005].
- Soeffner, Hans-Georg (1988): Kulturmythos und kulturelle Realität(en). In: Ders. [Hg.]: Kultur und Alltag; Göttingen, S. 3-20.
- Tomlinson, John (2002): Globalization and Culture. Cambridge.
- Wagner, Bernd (2001): Kulturelle Globalisierung: Weltkultur, Glokalität und Hybridisierung. In: Wagner, Bernd [Hg.]: Kulturelle Globalisierung. Zwischen Weltkultur und kultureller Fragmentierung. Essen, S. 9-38.
- Wagner, Bernd (2003): Multikultur – Aufgabe globaler Toleranz. In: Kleiner, Marcus S. / Strasser, Hermann [Hg.]: Globalisierungswelten. Köln. S. 215-230.
- Weber, Max (1988): Die 'Objektivität' sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis. In: Ders.: Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen, S. 146-214.
- Wilkens, Katrin (2006): Der Kopf der Stadtguerilla. In: Die Zeit, Nr. 4, S. 32.
- Winter, Carsten (1998): Zeitschrift In: Faulstich, Werner [Hg.]: Grundwissen Medien. München, S. 413-432.

- Winter, Carsten (2001): Kulturwandel und Globalisierung. Eine Einführung in die Diskussion. In: Robertson, Caroline Y. / Winter, Carsten [Hg.]: Kulturwandel und Globalisierung, Baden-Baden, S. 13-73.
- Zimmermann, Bernhard (2002): Literatur und Medien. In: Schanze, Helmut [Hg.]: Metzler-Lexikon Medientheorie – Medienwissenschaft. Stuttgart, S. 180 -183.
- Zukrigl, Ina (2001): Kulturelle Vielfalt und Identität in einer globalisierten Welt In: Wagner, Bernd [Hg.]: Kulturelle Globalisierung. Zwischen Weltkultur und kultureller Fragmentierung. Essen, S. 50-61.

Sonstige, unternehmensbezogene Quellen

- Anzeigenpreisliste Nr. 5, G+J Media, S. 1, Stand 1.1.2005.
- Breustedt, Christiane (2005): Ich kann pflücken, wo ich will. Interview mit der Chefredakteurin *GEO International*, geführt von Kornfeld, H., <http://www.guj.de> [Stand 20.01.2006].
- Gruner + Jahr: Geschäftsbericht 2004, <http://www.guj.de> [Stand 7.2.2006].
- Gruner + Jahr Spanien: Organigramm, http://www.gyj.es/gyj/home.jsp?idapr=1_13_esp_1 [Stand 20.2.2006].
- Hagel, Andrea (2005): Die Leser: urban und aktiv In: *G+J Anzeigenticker*, Heft 4/2005, S. 13.
- Nielsen, Lars (2006): Expertengespräch, telefonisch geführt von der Autorin am 16.02.2006.
- Stahmer, Frank (2006): Expertengespräch, geführt von der Autorin am 7.11.2005 in Hamburg.