

Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers.....	V
-------------------------------	---

Einstieg

Interview mit Gunter Thielen.....	3
-----------------------------------	---

Erstes Kapitel: Die Basis

Interview mit Eli Noam	9
------------------------------	---

Christian Scholz

Medienmanagement – Herausforderungen, Notwendigkeit und ein Bezugsrahmen.....	11
---	----

Jürgen Heinrich

Medienprodukte – Medienangebote und Mediennutzung	73
---	----

Thomas Hess/Markus Anding/Alexander Benlian

Medientechnologien – Digitale Konzepte und ihre integrierte Nutzung.....	97
--	----

Bernd Weber/Günther Rager

Medienunternehmen – Die Player auf den Medienmärkten	117
--	-----

Zweites Kapitel: Die Facetten

Interview mit Li-Chuan Evelyn Mai.....	147
--	-----

Andreas Ziemann

Mediensoziologie – Wirklichkeitskonstruktionen, gesellschaftliche Ordnung und Rezipientenhandeln.....	151
---	-----

Dagmar C. Unz/Frank Schwab

Medienpsychologie – Kommunikation, Information, Unterhaltung..... 173

Ulrich Sarcinelli

Medienpolitik – Meinungsvielfalt, Demokratie und Markt 195

Hanno Beck

Medienökonomie – Märkte, Besonderheiten und Wettbewerb..... 221

Frank Fechner

Medienrecht – Rechtsgrundlagen für Medienmanager 239

Bernd W. Wirtz/Richard Pelz

Medienwirtschaft – Zielsysteme, Wertschöpfungsketten und
-strukturen..... 261

Matthias Karmasin

Medienethik – Normen, Werte und Verantwortung 279

Drittes Kapitel: Die Strategie

Interview mit John Lavine 301

Torsten J. Gerpott

Wettbewerbsstrategien – Überblick, Systematik und Perspektiven..... 305

Claudia Loebbecke

Digitalisierung – Technologien und Unternehmensstrategien..... 357

Berthold H. Hass

Content Management – Inhalte für Neue Medien strategisch nutzen..... 375

Frank Keuper/René Hans

Geschäftsmodelle – Erlösformen in der Medienbranche 393

Arnold Picot/Rahild Neuburger

Strategische Allianzen – Eine Chance für Medienunternehmen..... 417

Harald Hungenberg

Beteiligungen – Realisierung von Synergieeffekten..... 433

Ulrike Spree

Mediendokumentation – Strategische Herausforderung für
Medienunternehmen 445

Viertes Kapitel: Die Gestaltung

Interview mit Yu-Li Liu 487

Cinzia Dal Zotto

Personalmanagement – Besonderheiten und Aufgaben in
Medienunternehmen 491

Joachim Eigler

Aufbauorganisation – Modelle für Medienunternehmen..... 519

Friedrich A. Stein

Führungsmanagement – Aufgaben von Führungskräften in
Medienunternehmen 539

Klaus-Dieter Altmeyen

Ablauforganisation – Formen der journalistischen
Aussageproduktion 553

Martin Gläser

Projektleitung – Leitung und Koordination von Medienprojekten..... 579

Paul Klimsa

Produktionssteuerung – Grundlagen der Medienproduktion 601

Gerrit Brösel

Programmplanung – Steuerung und Gestaltung des Programms von
Fernsehanbietern..... 619

Mike Friedrichsen

Koordination – Digitaler Workflow in Print-Unternehmen..... 639

Siegfried Weischenberg

Qualitätssicherung – Qualitätsstandards für Medienprodukte 663

Fünftes Kapitel: Der Vertrieb

Interview mit Steven S. Wildman 689

Gabriele Siegert

Absatzmanagement – Preis-, Produkt- und Programmpolitik 693

Robert F. Pelzel

Vertriebsmanagement – Konzepte für Medienprodukte und
die Distributionswege der Medien 715

Fritz Unger

Mediaplanung – Voraussetzungen, Auswahlkriterien und
Entscheidungslogik 735

Michael Schenk/Thomas Döbler

Marktforschung – Reichweite, Zielgruppe und Image 761

Bernhard Swoboda/Judith Giersch/Thomas Foscht

Markenmanagement – Markenbildung in der Medienbranche 789

Helmut Scherer

Individualisierung und Eventisierung – Probleme und Strategien
bei der Vermarktung von Medienangeboten 815

Sechstes Kapitel: Das Rechnungswesen

Interview mit Robert G. Picard 835

Guido Leidig

Kalkulation – Kalkulationsmethodik und Modelle für
Medienprojekte 841

Norbert Seidel/Uwe Schwertzel

Finanzierung – Formen, Modelle und Perspektiven 859

Stefan A. Wilms/Horst Zündorf

Kosten- und Leistungsrechnung – Modelle und Vorgehensweisen in
Medienunternehmen 879

Wolfgang Becker/Rainer Geisler

Controlling – Funktionen, Besonderheiten und Entwicklungen in
Medienunternehmen 899

Karlheinz Küting/Christian Zwirner

Bewertung – Spezifische Probleme der Werttreiber von Film- und
Medienunternehmen 919

Ausblick

Interview mit Fritz Pleitgen 943

Autorenverzeichnis 951

Stichwortverzeichnis..... 965