

# Inhaltsverzeichnis

Auslaufmodell Fernsehen? .....	5
<i>Vorwort der Herausgeber</i>	

Fernsehen im Wandel: Woher und wohin? .....	15
<i>Prof. Dr. Helmut Thoma</i>	

## Teil I

### Der Weg in den konvergenten Medienmarkt

Faktoren des Wandels Massen- und Individualmedien auf dem Weg in eine digitale Gesellschaft .....	21
<i>Prof. Dr. Norbert Schneider [Landesanstalt für Medien NRW]</i>	

Medienbranche im fundamentalen Umbruch Innovative Medienformen verlangen Unternehmergeist .....	35
<i>Prof. Dr. Norbert Walter &amp; Dr. Stefan Heng [Deutsche Bank]</i>	

Der konvergente Medien- und Telekommunikationsmarkt Standortbestimmung der Akteure in den TIME-Märkten .....	55
<i>Prof. Harald Eichsteller [Hochschule der Medien]</i>	

Internet-TV – das Fernsehen der Zukunft .....	67
<i>Marc A. Adam [MSN]</i>	

## Teil II

### Vom passiven Zuschauer zum aktiven Fernsehkonsumenten

Digitales Fernsehen – am Start für neue Dienste .....	83
<i>Dr. Bernhard Engel [Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)]</i>	

Nebenbeimedium: Die künftige Rolle des Fernsehens? .....	97
<i>Dr. Christoph Kuhlmann [TU Ilmenau]</i>	
Der Couch-Potato, ein zähes Wesen! .....	113
<i>Stefan Barchfeld [NBC UNIVERSAL Global Networks Deutschland]</i>	
Programmdirektor dringend gesucht .....	125
<i>Borris Brandt [Endemol]</i>	

### Teil III

#### Fernsehveranstalter – heute und morgen

##### Regional – National – Digital

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk als Standortfaktor für die Wissensgesellschaft des 21. Jahrhunderts .....	135
<i>Peter Boudgoust [Südwestrundfunk (SWR)]</i>	
Die Digitalisierung als Chance Das ZDF auf dem Weg in die neue Fernsehwelt .....	147
<i>Prof. Markus Schächter [Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)]</i>	
Zukunft Fernsehen – Content ist King Kong .....	163
<i>Guillaume de Posch &amp; Dr. Marcus Englert [ProSiebenSat.1]</i>	
Premium Pay-TV in Deutschland Erfolgsfaktoren und Wachstumspotenziale .....	173
<i>Michael Börnicke [Premiere]</i>	
Pay-TV-Programme Wachstum und Marktmacht in einer sich fragmentierenden TV-Welt? .....	187
<i>Dr. Klaus Holtmann [RTL Television]</i>	
Die Kraft der Heimat, Emotion und Digitalisierung Wie eine für tot erklärte TV-Sparte wiederbelebt wurde .....	197
<i>Andre Zalbertus [center.tv]</i>	
Mit Innovation die Chancen der digitalen Medienwelt nutzen Erfahrungen und praktische Umsetzung am Beispiel der UFA .....	209
<i>Wolf Bauer &amp; Dr. Susanne Stürmer [UFA Film &amp; TV Produktion]</i>	
Rechte als Treibstoff der digitalen Medienwelt .....	219
<i>Hagen Bossert [Content Services &amp; Consulting]</i>	

Teleshopping: Geschäftsmodell und zukünftige Herausforderungen .....231  
*Dr. Konrad Hilbers, Dr. Thomas Wilde [beide Primondo] & Prof. Dr. Thomas Hess [LMU]*

Die Zukunft des (Tele-)Shoppings .....245  
*Dr. Ulrich Flatten [QVC]*

## Teil IV

### Von der Fernsehwerbung zur digitalen Markenführung

Markenführung im digitalen Zeitalter .....261  
*Dr. Andrea Malgara [SevenOne Media]*

Fernsehmarken Status quo der Markenführung deutscher TV-Sendermarken .....271  
*PD Dr. Carsten Baumgarth [Baumgarth & Baumgarth Brandconsulting]*

Mission 360° – Innovation als Auftrag .....287  
*Philipp Welte [Axel Springer Media Impact]*

Markenführung der Zukunft .....293  
*Uli Veigel [Grey Global Group]*

## Teil V

### Von der analogen Verbreitung zu digitalen Distributionsplattformen

Der Weg zum Triple Play im Breitbandkabel – Erfolgsfaktor für die Zukunft.....313  
*Parm Sandhu [Unitymedia]*

Klassische Geschäftsmodelle auf der Probe.....333  
*Dr. Adrian von Hammerstein [Kabel Deutschland]*

Die Rolle des Satelliten im Wettbewerb der Infrastrukturen .....343  
*Ferdinand Kayser [SES Astra]*

#### Vision und Realität

Vermarktungsplattformen für bezahlte Inhalte  
 im deutschen Fernsehen und in den neuen Medien .....353  
*Wolfram Winter [Premiere Star]*

Unterhaltungs-Portal auf dem Fernseher ..... 369  
*Robert Hoffmann [1&1 Internet]*

Den Konsumenten in den Mittelpunkt stellen ..... 383  
*Hans-Joachim Kamp [Philips]*

## Teil VI

### Die digitale Medienwelt als Herausforderung für die Regulierung

Der Rundfunkbegriff im Kontext der neuen Medienordnung ..... 389  
*Dr. Wolfgang Schulz [Hans-Bredow-Institut für Medienforschung]*

Der Regelungsrahmen für konvergente audiovisuelle Angebote  
 Eine Analyse aus Sicht der Praxis ..... 395  
*Dr. Tobias Schmid [RTL Television]*

Medienpolitik und Regulierung vor den Herausforderungen der Digitalisierung..... 401  
*Dr. Hans Hege [mabb]*

Der Weg zu einer neuen Medienordnung..... 413  
*Jürgen Doetz [Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V.]*

Auslaufmodell Fernsehen? Ein Ausblick auf das Jahr 2028 ... 429  
*Schlusswort der Herausgeber*

Die digitale Medienwelt in Zahlen ..... 437

Die Herausgeber ..... 441

Die Autoren..... 443

Glossar ..... 453