

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort	V
Vorwort.....	VII
Inhaltsverzeichnis	IX
Abbildungsverzeichnis	XI
Abkürzungsverzeichnis	XIII
1 Einführung	1
1.1 Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung.....	4
2 Planung einer Crossmedia-Strategie.....	12
2.1 Analyse des Strukturwandels in der Medienbranche.....	12
2.1.1 Machtverhältnisse im Zuschauer- und Werbemarkt	12
2.1.2 Konvergenz der neuen Medien	18
2.2 Formulierung der Ziele für die Geschäftseinheit.....	25
2.2.1 Crossmedia im Kontext des strategischen Managements	25
2.2.2 Crossmediale Strategietypen	31
2.3 Diversifikation auf Basis von Reputation und ungenutzter Kapazität.....	35
2.3.1 Das Reputationsmodell	35
2.3.2 Markenstrategische Optionen im Wettbewerb.....	41
2.4 Planung einer Crossmedia-Strategie am Beispiel von Super RTL	46
2.4.1 Analyse der Triebkräfte des Wettbewerbs	46
2.4.2 Die Positionierung der Marken TOGGO und TOGGOLINO.....	52
3 Umsetzung einer Crossmedia-Strategie.....	58
3.1 Analyse der Wertschöpfung	58
3.1.1 Analyse der crossmedialen Abläufe.....	58
3.1.2 Crossmediale Synergien.....	63
3.2 Entwicklung aufbauorganisatorischer Strukturen.....	67
3.2.1 Bildung von Abteilungen	67
3.2.2 Konfiguration des crossmedialen Leitungssystems	73
3.3 Budgetierung.....	80
3.3.1 Systemkoppelnde Koordination	80
3.3.2 Systembildende Koordination.....	85
3.4 Umsetzung einer Crossmedia-Strategie am Beispiel von Super RTL.....	94
3.4.1 Kernprozesse	94
3.4.2 Supportprozesse	97
4 Kontrolle einer Crossmedia-Strategie.....	100
4.1 Entwicklung einer Balanced Scorecard für Medienunternehmen	100
4.1.1 Festlegung des Zielsystems.....	100
4.1.2 Beziehungen innerhalb des Zielsystems	106
4.2 Aufbau eines Informationssystems.....	111
4.2.1 Konzeption und Architektur.....	111
4.2.2 Auswertungen und Berichte	119
4.3 Bewertung der Crossmedia-Strategie	124

4.3.1 Portfolio crossmedialer Strategietypen	124
4.3.2 Auswirkungen der Strategie auf den Unternehmenswert.....	129
4.4 Die Kontrolle einer Crossmedia-Strategie am Beispiel von Super RTL	135
4.4.1 Interessen der Stakeholder	135
4.4.2 Beurteilung crossmedialer Aspekte.....	138
5 Zusammenfassung und Ausblick	146
Literaturverzeichnis	151