

Inhalt / Contents

1	Begrüßung und Einführung	1
	Prof. Dr. Dr. h.c. Arnold Picot, Universität München	
2	Eine Branche im Wandel	7
	Dr. Arnold R. Bahlmann, Bertelsmann AG, Gütersloh	
3	Vom Zeitungsverlag zum Medienkonzern	23
	Dr. Hans-Dieter Baumgart, Rheinische Post, Düsseldorf	
4	Die Zukunft der Zeitungen	51
	Prof. Dr. Anna Maria Theis-Berglmair, Universität Bamberg	
5	Redaktionsarbeit zwischen Online und Printmedium	63
	Stephan Thurm, Vorarlberger Medienhaus, Schwarzach, Österreich	
	Thomas Knipp, The Wall Street Journal Europe, Brüssel	
	Dr. Klaus Schweinsberg, Redaktion Impulse, Köln	
6	Anzeigengeschäft Online versus Print	83
	Dr. Hans Gasser, Süddeutsche Zeitung GmbH, München	
	Dr. Falk von Westarp, Monster.de GmbH, Wiesbaden	
	Dr. Kay Kohlhepp, Versum.de AG, Düsseldorf	
7	Online-Lexika	103
	Matthias Winter, wissen.de GmbH, München	
8	Print on Demand	111
	Dr. Markus Conrad, Libri.de GmbH, Hamburg	

9 Digitalisierung von Bibliotheken – eine technische und eine Kulturfrage	127
Dr. Hermann Leskien, Bayerische Staatsbibliothek München	
10 Veränderte das Internet das Verlagsgeschäft?	141
Michael Grabner, Verlagsgruppe Georg v. Holtzbrinck, Stuttgart	
11 Printmedien Zeitschriften Fachzeitschriften	165
Arnoud de Kemp, Springer-Verlag, Heidelberg	
12 Printmedien Zeitschriften Cross Media in Kids Entertainment	177
Eckardt Bültermann, Egmont Int. Holding, Kopenhagen	
13 Printmedium Zeitschriften Programmzeitschriften	185
Andreas Schoo, Heinrich-Bauer-Verlag, Hamburg	
14 Content Security: Digitale Wasserzeichen	195
Dr. Eckhard Koch, MediaSec Technologies GmbH, Essen	
15 Die Transformation des Buchs	207
Florian Rötzer, Telepolis, München	
16 Abschlussdiskussion: To Print or Not to Print?	217
Prof. Dr.-Ing. Jörg Eberspächer, Technische Universität München	
Anhang	243
Liste der Autoren und Diskussionsteilnehmer Programmausschuss	



<http://www.springer.com/978-3-540-43356-9>

Die Zukunft der Printmedien

Eberspächer, J. (Hrsg.)

2002, VIII, 246 S. 294 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-540-43356-9