

# 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



<http://www.springer.com/978-3-540-23540-8>

Handbuch Medienmanagement

Scholz, C. (Hrsg.)

2006, XIII, 982 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-23540-8