

Inhaltsverzeichnis

Anstatt einer Einleitung

Bernd Buchholz

**Neue Wege des Innovationsmanagements bei
Gruner + Jahr – Kreativität und Qualität gewinnen 3**

Erster Teil

Das Publikumszeitschriftengeschäft gestern und heute

Enno Dreppenstedt

**Das Publikumszeitschriftengeschäft von 1945 bis 2005 –
Marktentwicklungen und Perspektiven..... 11**

Andreas Vogel

**Der Trend zur Segmentierung geht dem Ende zu – die
Publikumspresse gestern, heute, morgen..... 49**

Margit Dorn

**Neuerscheinungen im Markt der Publikumspresse –
Wissensmagazine 65**

Kurt Otto

View-Tagebuch – die Entstehungsgeschichte eines Magazins	77
---	-----------

Robin Meyer-Lucht

Das Wunder von Hamburg – wieso es ausgerechnet Spiegel Online gelang, sich als Deutschlands führende Nachrichtensite durchzusetzen	83
---	-----------

Barbara Hamm und Eric Hegmann

Zeitreise – zwölf Jahre Publikumszeitschriften im Internet	99
---	-----------

Karsten Kilian und Frauke Eckert

Nichtmediale Markendiversifikation am Beispiel Fit for Fun	115
---	------------

Zweiter Teil

Grundlagen des Publikumszeitschriftengeschäftes

Johannes Ludwig

Ökonomische Vielfalt – Geschäftsmodelle von Zeitschriften	129
--	------------

Franz-Rudolf Esch und Jan Eric Rempel

Der Wert einer Publikumszeitschriftenmarke	151
---	------------

Jürgen Althans

Den Publikumszeitschriftenverlag managen	173
---	------------

Tung Q. Nguyen-Khac

Herausforderungen für Medienhäuser in crossmedialen Welten	189
---	------------

Matthias Kempf, Thilo von Pape und Thorsten Quandt

Medieninnovationen – Herausforderungen und Chancen für die Publikumszeitschrift	209
--	------------

Dritter Teil

Perspektiven für die klassische Publikumszeitschrift

Christoph Fasel

Totgesagte leben länger – ein Plädoyer für die gedruckte Publikumszeitschrift	239
--	------------

Michael Haller und Andreas Eickelkamp

Perspektiven journalistischer Präsentationsformen in General Interest-Zeitschriften	247
--	------------

Hans H. Hamer, David Löffler und Peter Gravier

Line Extension als strategische Handlungsoption bei zunehmender Fragmentierung am Beispiel <i>Auto Bild</i>	267
--	------------

Uwe Henning und Martin Simon

Vom Festbezug über das Abomarketing zum Kundenbeziehungsmanagement	289
---	------------

Erwin Blank, Marco Graffitti und Ludwig von Jagow

Perspektiven für den Einzelverkauf als Vertriebsform für die klassische Publikumszeitschrift	317
---	------------

Andreas Schilling und Marcel Reichart

**Vom Print-Titel zur Media Community – die Zukunft
von Zeitschriften im digitalen Zeitalter 331**

Mike Friedrichsen und Astrid Kurad

**Universelle Medienformate – Paradigmenwechsel im
Zeitschriftenmarkt..... 343**

Vierter Teil

Perspektiven über die klassische Publikumszeitschrift hinaus

Simon Berkler und Melanie Krause

**Zeitschriftenmarken im Fernsehen – mediale
Kooperationen als Herausforderung an die
Markenführung..... 371**

Katrin Dirscherl und Wolfgang Eichhorn

**Online-Auftritte von Publikumszeitschriften im
World Wide Web 391**

Sascha Ebel

E-Paper – eine Perspektive für die Publikumszeitschrift?..... 417

Jörg Aßmann und Klaus Täubrich

Publikumszeitschriften im mobilen Internet..... 443

Franz-Rudolf Esch und Andrea Honal

**Publikumszeitschriftenmarken für nichtmediale
Produkte 457**

Patrick Rademacher und Gabriele Siegert

Neue Erlösformen für Publikumszeitschriften – Kaufpreis und Medienmarke als Erfolgsfaktoren für Paid Content.....	483
--	------------

Frank Bachér und Carsten Schwecke

Crossmedia-Werbung – neue Erlöspotenziale für Publikumszeitschriften.....	503
--	------------

Anstatt einer Zusammenfassung

Gregor Vogelsang und Michael Fischer

Quo vadis Publikumszeitschrift? Ein Blick von außen	517
--	------------

Herausgeber und Autoren.....	529
-------------------------------------	------------

Perspektiven für die Publikumszeitschrift

Friedrichsen, M.; Brunner, M.F. (Hrsg.)

2007, XVI, 544 S., Hardcover

ISBN: 978-3-540-49434-8