

Inhaltsverzeichnis

Medienunternehmen im digitalen Zeitalter - eine erste Bestandsaufnahme	1
<i>von Thomas Hess und Matthias Schumann</i>	

Erster Teil

Neue Technologien als Auslöser

Zugriff auf multimediale Inhalte.....	21
<i>von Jürgen Schönhut</i>	

Innovative Ansätze zur digitalen Bereitstellung multimedialer Inhalte	33
<i>von Walter Brenner und Rüdiger Zarnekow</i>	

Speicherung und Verwaltung multimedialer Inhalte	51
<i>von Udo Merten und Manfred Grauer</i>	

Content-Management für Online-Informationsangebote	69
<i>von Matthias Schumann und Thomas Hess</i>	

Zweiter Teil

Veränderungen der Märkte

Die Rezeption der Online-Medien-Angebote - erste Trends	91
<i>von Birgit Stark und Michael Schenk</i>	

Auswirkungen der Digitalisierung auf die Entwicklung der Medienmärkte.....	109
<i>von Wolfgang Seufert</i>	

Folgen der Digitalisierung aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht	123
<i>von Wolfram Peiser</i>	

Dritter Teil

Neue Geschäftsansätze im Überblick

- Innovative Geschäftsmodelle in digitalen Medien.....139
von *Nelson Killius und Jens Mueller-Oerlinghausen*
- Vernetzung und Modularisierung - (Re-)Organisation von Medienunternehmen155
von *Tobias Hacker*
- Möglichkeiten und Trends in der Online-Werbung.....177
von *Günter Silberer*

Vierter Teil

Analysen, Strategien und Aktivitäten etablierter

Anbieter

- Strategien und Aktivitäten von Bertelsmann im Multimediabereich.....203
von *Reinhard Liedl*
- Multimedia und die Zukunft der Printmedien aus der Sicht des Axel Springer
Verlages219
von *Ralf Kogeler und Jens Müffelmann*
- New Media im Süddeutschen Verlag.....233
von *Gerhard Andreas Schreiber*
- Auf dem Wege zu einem integrierten wissenschaftlichen Informationssystem -
die Entwicklung des wissenschaftlichen Springer Verlages Berlin/Heidelberg249
von *Arnoud de Kemp*
- Nachrichtenagenturen schon lange „digital“ und „online“ -
von der Brieftaube zum Web267
von *Matthias Hardt*

Fünfter Teil

Analysen, Strategien und Aktivitäten neuer Anbieter

Telekommunikation im Zeichen der TIME-Märkte - Perspektiven der Deutschen Telekom	279
<i>von Knut Föckler</i>	
Strategien und Aktivitäten von DINO-Online	293
<i>von Holger Kayser und Burkhard Henn</i>	
Der Push-Dienst PointCast	309
<i>von Björn Schneider</i>	