
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
<i>von Nelson Killius und Jens Mueller-Oerlinghausen</i>	
Vernetzung und Modularisierung - (Re-)Organisation von Medienunternehmen	155
<i>von Tobias Hacker</i>	
Möglichkeiten und Trends in der Online-Werbung.....	177
<i>von Günter Silberer</i>	

Vierter Teil

Analysen, Strategien und Aktivitäten etablierter

Anbieter

Strategien und Aktivitäten von Bertelsmann im Multimediabereich.....	203
<i>von Reinhard Liedl</i>	
Multimedia und die Zukunft der Printmedien aus der Sicht des Axel Springer Verlages	219
<i>von Ralf Kogeler und Jens Müffelmann</i>	
New Media im Süddeutschen Verlag.....	233
<i>von Gerhard Andreas Schreiber</i>	
Auf dem Wege zu einem integrierten wissenschaftlichen Informationssystem - die Entwicklung des wissenschaftlichen Springer Verlages Berlin/Heidelberg	249
<i>von Arnoud de Kemp</i>	
Nachrichtenagenturen schon lange „digital“ und „online“ - von der Brieftaube zum Web	267
<i>von Matthias Hardt</i>	

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>	