

# Inhalt

Vorwort.....	11
Einführung.....	15
<b>Kapitel 1: Film.....</b>	<b>37</b>
<i>Paul Klimsa/Heidi Krömker</i>	
Einführung: Filmproduktion.....	39
<i>Johannes Webers</i>	
Technik – Film.....	43
<i>Paul Klimsa</i>	
Die Technik und Ästhetik des Films.....	65
<i>Bastian Clevé</i>	
Produktion von Kinofilmen – Content und Management.....	73
<i>Thierry Baujard</i>	
Konvergenz des Films .....	87
<i>Thierry Baujard</i>	
Bewegtbilder international.....	95
<b>Kapitel 2: Fernsehen (TV).....</b>	<b>101</b>
<i>Heidi Krömker/Paul Klimsa</i>	
Einführung: Fernseh-Produktion.....	103
<i>Klaus Sandig</i>	
Fernsehtechnik Gestern und Heute.....	109

<i>Rainer Schäfer</i> Zukunftsperspektiven in der Fernsehtechnik.....	127
<i>Alexandra Pohl</i> Fernsehen im Internet – Internetfernsehen: Neue Formen der TV-Produktion im Internet.....	139
<i>Ralf Bundrock</i> Neue Wege der Organisation in der öffentlich-rechtlichen Medienlandschaft.....	155
<i>Benedikt Otto</i> Format im Fernsehen.....	165
<i>Sascha Mürl</i> Redaktionsarbeit im privaten Fernsehen.....	171
<i>Thomas Hartung/Rika Fleck</i> Lokalfernsehen.....	181
<i>Tobias Gerlach</i> ARTE – vom deutsch-französischen zum europäischen Fernsehen.....	227
<b>Kapitel 3: Hörfunk.....</b>	<b>235</b>
<i>Heidi Krömker/Paul Klimsa</i> Einführung: Hörfunkproduktion.....	237
<i>Helge Blohmer/Matthias Erdmann</i> Hörfunktechnik – Die digitale Radioproduktion.....	243
<i>Jens Schöne</i> Rundfunkzusatzdienste im Konvergenzspektrum – Erfahrungen mit innovativen Medienangeboten im Hörfunk.....	263

---

<i>Frank-Georg Kneib</i> Organisation von Hörfunk.....	289
<i>Wolfgang Reising</i> Programmcontrolling als Bestandteil eines integrativen Management- Informations-System öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten – dargestellt am Fallbeispiel der (Hörfunk) Marke „MDR Info“.....	303
<i>Frank-Georg Kneib</i> Content im Hörfunk.....	319
<i>Uta Thofern</i> Der Markt als Maßstab – die Regionalisierung im Auslandsrundfunk.....	335
<b>Kapitel 4: Musik.....</b>	<b>345</b>
<i>Paul Klimsa/Heidi Krömker</i> Einführung: Musikproduktion.....	347
<i>Steven A. Reich</i> Über die Produktion von Musik.....	349
<b>Kapitel 5: Print.....</b>	<b>369</b>
<i>Paul Klimsa/Heidi Krömker</i> Einführung: Printproduktion.....	371
<i>Paul Klimsa</i> Printmedien im Zeitalter der Digitalisierung.....	377
<i>Heinz-Reiner Treichel/Claus Bachem/Marion Rose</i> Die Zukunft von Print – neue Marktstrukturen und neue Angebotsprofile.....	397

<i>Rolf Griesinger</i>	
Online-Zeitung.....	421
<b>Kapitel 6: Internet.....</b>	<b>431</b>
<i>Paul Klimsa/Heidi Krömker</i>	
Einführung: Medienproduktion für Internet.....	433
<i>Sebastian Vogt</i>	
Das Internet – Technologien, Medienprodukte und Konvergenzen im Überblick.....	437
<i>Georg Maas</i>	
Die Spezifik der Onlineproduktion - am Beispiel einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt.....	467
<i>Anja Richter</i>	
Lernportale.....	473
<i>Friedrich Hagedorn</i>	
LernZeit.de – ein Online-Programm-Service für Bildung und Wissen.....	485
<i>Friedrich Hagedorn/Marc Bürger</i>	
Was ist „Qualität im Netz“?.....	489
<i>Rolf Griesinger</i>	
Online-Portale von Tageszeitungen: www.bild.t-online.de.....	497
<i>Harald Felling</i>	
E-Government – Chancen für die Verwaltung im Internet-Zeitalter.....	503
<i>Matthias Hammler/Manfred Schönebeck</i>	
Die Mercedes-AMG Private Lounge.....	511

---

<i>Nicola Döring/Katharina Hellwig</i> E-Commerce am Beispiel des Online-Auktionshauses eBay.....	517
<i>Jens Wolling</i> Suchmaschinen? – Selektiermaschinen!.....	529
<b>Kapitel 7: Mobilkommunikation.....</b>	<b>539</b>
<i>Paul Klimsa/Heidi Krömker</i> Einführung: Mobilkommunikation.....	541
<i>Nicola Döring/Christine Dietmar</i> Medienproduktion für die Mobilkommunikation.....	545
Autorinnen und Autoren.....	579
Stichwortverzeichnis.....	589