

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	<b>V</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>XI</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>XV</b>
<b>Symbolverzeichnis</b> .....	<b>XVII</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>XIX</b>
<b>1. Einleitung</b> .....	<b>1</b>
A. Hintergrund der Arbeit.....	1
B. Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit .....	11
C. Forschungsdesign und Aufbau der Arbeit .....	14
<b>2. Allgemeine Grundlagen</b> .....	<b>17</b>
A. Grundlagen der strategischen Unternehmensführung.....	17
I. Grundlagen der Strategieforschung.....	17
a) Aufgaben des strategischen Managements.....	19
b) Markt- und ressourcenorientierter Ansatz .....	21
II. Grundlagen des Diversifikationsmanagements.....	31
a) Theoretische Verortung der Diversifikation .....	33
b) Medienökonomische Diversifikation.....	37
B. Auswahl der empirischen Methoden.....	44
I. Grundlagen der Entscheidungstheorie .....	46
II. Analytical Hierarchy Process (AHP) .....	47
a) Methodischer Ansatz und Durchführung.....	47
b) Überprüfung des Konsistenzmaßes .....	55
III. Nutzwertanalyse (NWA).....	57
IV. Synthese beider methodischer Verfahren.....	61
C. Konsequenzen für die vorliegende Untersuchung .....	65

<b>3. Empirische Untersuchung</b> .....	<b>67</b>
D. Präsentation der Forschungsfragen .....	67
E. Eingrenzung des Untersuchungsgebietes.....	68
F. Methodischer Ansatz der Untersuchung.....	70
I. Konzeption und Herleitung eines Diversifizierungsmodells für Zeitschriftenverlage.....	70
II. Verfahrenstechnik und Anwendungsbereich der Methodiken.....	73
III. Auswahl der Untersuchungsobjekte und Experten .....	81
G. Präsentation der Untersuchungsergebnisse.....	86
I. Identifizierung der Diversifizierungsmärkte und -muster.....	86
1. Professional Publishing .....	92
2. Content Syndication .....	93
3. Line Extension.....	93
4. ePublishing .....	94
5. Online-Portale.....	95
6. Internet Service Agency .....	96
7. Corporate Publishing.....	96
8. Merchandising .....	97
9. Event Management.....	98
II. Herleitung der Kriterien .....	98
a) Marktorientierte Bewertung.....	98
b) Ressourcenorientierte Bewertung.....	101
i) Kreativität und Flexibilität der Mitarbeiter.....	104
ii) Markenreputation und -management.....	106
iii) Content-Sourcing und -Creation .....	108
iv) Produktentwicklung .....	110
v) Crossmediale Verwertung.....	112
III. Analyse der empirischen Ergebnisse .....	114
a) Auswertung der marktorientierten Attraktivität der Diversifizierungsmärkte.....	114
b) Auswertung der ressourcenorientierten Attraktivität der Diversifizierungsmärkte.....	131
1. Diversifizierungsmarkt 1: Professional Publishing.....	133
2. Diversifizierungsmarkt 2: Content Syndication.....	138
3. Diversifizierungsmarkt 3: Line Extension .....	143
4. Diversifizierungsmarkt 4: ePublishing.....	148

5. Diversifizierungsmarkt 5: Online-Portal .....	159
6. Diversifizierungsmarkt 6: Internet Service Agency .....	164
7. Diversifizierungsmarkt 7: Corporate Publishing .....	169
8. Diversifizierungsmarkt 8: Merchandising .....	173
9. Diversifizierungsmarkt 9: Event Management .....	178
c) Integration der Ergebnisse .....	182
1. Marktorientiertes Attraktivitätsprofil .....	183
2. Ressourcenorientiertes Attraktivitätsprofil .....	188
3. Durchführung der Ergebnis- und Portfolio-Attraktivitätsanalyse..	191
IV. Der strategische Optionsraum deutscher Zeitschriftenverlage im Diversifizierungsgeschäft .....	194
a) Kategorisierung anhand markt- und ressourcenorientierter Attraktivitätsbewertungen .....	195
b) Strategische Relevanz der Diversifizierungsmärkte .....	199
c) Strategische Implikationen für das Diversifizierungsgeschäft .....	204
1. Ableitung erster Normstrategien zur Planung der Diversifizierungsaktivitäten .....	204
2. Herleitung spezifischer Handlungsoptionen im Diversifizierungsprozess .....	207
i) Dimensionierung des Diversifizierungsrisikos .....	207
ii) Konzeptioneller Entwurf zur Skizzierung spezifischer Handlungsoptionen in Abhängigkeit des Diversifizierungsrisikos .....	211
(1) Make or Buy .....	211
(2) Kooperationsmöglichkeiten mit Partnerunternehmen ...	213
iii) Internationalisierung .....	215
3. Herleitung eines Rahmenmodells zur strategischen Diversifizierung .....	218
<b>4. Zusammenfassung und Ausblick .....</b>	<b>221</b>
A. Ausgangspunkt und Fragestellung der Untersuchung .....	221
B. Ergebnisse und Implikationen der Untersuchung .....	222
C. Ausblick und Ansatzpunkte für die weitere Forschung .....	224
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>227</b>