

Andrej Vizjak/Max Ringlstetter (Hrsg.)

Medienmanagement: Content gewinnbringend nutzen

Trends, Business-Modelle, Erfolgsfaktoren

Technische Universität Darmstadt
Fachbereich 1
Betriebswirtschaftliche Bibliothek
Inventar-Nr.: 52.883
Abstell-Nr.: A12/3486
.....
.....
00337977



Inhaltsverzeichnis

Einleitung

Content entscheidet über Wachstum und Profitabilität in der Medienbranche	9
<i>Andrej Vizjak / Max Ringlstetter</i>	

Teil I

Neue Perspektiven – Die Konvergenz erfindet „Inhalte“ neu	17
------------------------------------------------------------------	----

1. Die Medien: Eine traditionsreiche Branche am Scheideweg	19
<i>Mark Wössner</i>	

2. Die Technologie: Breitband beschleunigt die Inhalte	26
<i>Arne Dettki / Tilo Ferrari / Bernhard Resch</i>	

3. Die Konvergenz: Telekommunikationsanbieter und Medienunternehmen – Wettbewerber oder Partner?	37
<i>Stefanie Gregg</i>	

4. Der Rahmen: Content Management in der dritten Generation der Telekommunikation	45
<i>Manfred Niewiarra</i>	

Teil II

Neue Business-Modelle – Zahlreiche alte Modelle wandeln sich zu wenigen neuen	61
--------------------------------------------------------------------------------------	----

1. Vom Newspaper zum Newsfilter	63
<i>Jörg Bartussek</i>	

2. Traditionelle Buch-Verlage auf dem Weg zum E-Verlag	74
<i>Stefanie Gregg</i>	

3. Celluloid im Kino noch vorne, aber die Zukunft ist digital	81
<i>Bodo von Bassewitz / Andreas Spiegel</i>	

4. Newcomer in der Medienbranche 89
Michael Weiß / Daniel Ebert

5. Online Service Providing – Herausforderungen im Massenmedium Internet 99
Christoph Klein

Teil III

Neue Erfolgsfaktoren – sie kennen heißt erfolgreich sein 107

1. Ecosystems – Ein neues Paradigma in der Medienindustrie 109
Michael Schuster/Michael Weiß

2. Organisation für globale Player der Medienindustrie 122
Andrej Vizjak/Andreas Spiegel

3. Profitabilität im E-Commerce durch Fokussierung auf operationale Effizienz 131
Jan van der Oord

Teil IV

Neue Praxis – Medienunternehmen stellen sich den Herausforderungen 143

1. Bertelsmann Content Network – Synergien und Neugeschäfte für ein „Content Powerhouse“ 145
Bodo Thielmann / Stephan Sieprath / Stephan Kaiser

2. Cocomore – Inhalte, die Kunden gewinnen, halten und binden 151
Holger Behrens / Marc Kutschera / Heiko Maaß

3. Contara – Content ist Wissen 158
Edgar Benkler / Tim Hoffmeister / Werner Brettreich-Teichmann / Gudrun Wiedmann

4. BOL – Kundenversprechen tragfähig erfüllen 166
Holm Münstermann

5. domeus – Customer meets Content on E-Mail 185
Markus Deliano / Jochen Oelert

6. **Tele München Gruppe – Digitale Zukunft durch Integration** 193
Christian Weller von Ahlefeld / Anke Brack

7. **Handelsblatt.com – Online-Präsenz, Wettbewerbsstrategien und neue Erlösmodelle traditioneller Printmedien** 200
Arnd Pölert / Gunnar Skrabs / Robert P. Paust

Dank der Herausgeber 211

Die Autorinnen und Autoren 213