

Paul von Schubert u. a. (Hrsg.)

Print – Medium mit Zukunft?

SUB Göttingen 7

208 475 737



98 A 9990

Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort der Herausgeber: Ein spannendes Projekt mit viel Praxiswert	7
Auszubildende Verlagskaufleute der Bertelsmann AG, Gütersloh	
2. Die Autoren: Summaries	13
3. Branchenkenzzahlen der Printmedien: Der deutsche Buchmarkt 1996	17
4. Einführung in das Thema	27
Mark Wössner: Vom Printverleger zum Inhalte-Manager Bertelsmann AG, Gütersloh	
5. Beiträge	
5. 1 Thomas Laukamm: Die rechtzeitige Überwindung von Multimedia durch „Multiple Media“	35
Consulting Trust, Ratingen	
5. 2 Jürgen Richter: Papier ist geduldiger	53
Axel Springer Verlag, Hamburg	
5. 3 Volkmar Mair: Print- und Elektronik Medien aus der Sicht von Mairs Geographischen Verlag	59
Mairs Geographischer Verlag, Stuttgart	
5. 4 Michael Fleissner: Multimedia benötigt eine selbständig am Markt operierende Unternehmenseinheit	63
SoftMedia, München	
5. 5 Hans-Jörg Kaiser: Bitte kein olympischer Gedanke bei Multimedia	65
Bielefelder Verlagsanstalt, Bielefeld	
5. 6 Konrad Delius: Eine Momentaufnahme aus dem Jahr 1996	71
Delius & Klasing Verlag, Bielefeld	
5. 7 Mike Röttgen: Die Finanzierung und andere „Eigenarten“ elektronischer Fachinformationstitel	77
Bertelsmann Fachinformation - Electronic Publishing, Gütersloh	
5. 8 Heiko Schick: Einflüsse der elektronischen Medien in der Verlagslandschaft	83
Telemedia, Gütersloh	
5. 9 Ulrich Wechsler: Grundlage für Medienkompetenz: Lesen	89
Medien- und Kulturberater, Steinhagen	
5. 10 Frank Rödel: Der Konsument selektiert!	95
ZEIT Verlag, Hamburg	
5. 11 Thomas Middelhoff: Beobachtungen und Entwicklungen im Bereich Multimedia aus der Sicht des Hauses Bertelsmann	103
Bertelsmann AG, Gütersloh	
6. Kommentar der Herausgeber: Wir haben es geschafft! Was nun?	117
Auszubildende Verlagskaufleute der Bertelsmann AG, Gütersloh	