

# Cross-Media Management

Content-Strategien erfolgreich umsetzen

Bearbeitet von  
Björn Müller-Kalthoff

1. Auflage 2002. Buch. xiv, 232 S. Hardcover  
ISBN 978 3 540 43692 8  
Format (B x L): 15,5 x 23,5 cm  
Gewicht: 1180 g

[Wirtschaft > Management > Unternehmensführung](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**  
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

# Inhalt

<b>Geleitwort .....</b>	<b>V</b>
<b>Vorwort.....</b>	<b>VII</b>

## Teil 1 Cross-Media Management: Konzeptionelle Grundlagen

<b>Cross-Media Strategien in der deutschen Medienbranche .....</b>	<b>3</b>
Eine ökonomische Analyse zu Varianten und Erfolgsaussichten	

*Prof. Dr. Insa Sjurts, Universität Flensburg*

<b>Cross-Media als integrierte Management-Aufgabe.....</b>	<b>19</b>
--	-----------

*Björn Müller-Kalthoff, ModularMedia GmbH*

<b>Vielfalt oder Vervielfältigung? .....</b>	<b>41</b>
Medienangebote und ihre Nutzung im digitalen Zeitalter	

*Hardy Dreier, Hans-Bredow-Institut für Medienforschung*

<b>Mediennutzung im neuen Jahrtausend.....</b>	<b>61</b>
Langzeitrends und Entwicklungen in Deutschland	

*Birgit van Eimeren und Christa-Maria Ridder, Media Perspektiven*

**Technologie als Enabler für effizientes Cross-Media Publishing .....89**

*Sören Stamer, CoreMedia AG*

## Teil 2

### Cross-Media Management in der Praxis

**Cross-Media Management in der Nachrichtenagentur.....125**

Das Beispiel dpa

*Christoph Dernbach, dpa-infocom GmbH*

**Cross-Media Management im Medienverbund von Print und Online .....139**

Das Beispiel TV Movie

*Hergen H. Riedel und Andreas Schoo, Verlagsgruppe Bauer*

**Zweit- und Mehrfachverwertung von Content .....167**

Erfahrungen und neue Lösungen

*Reinhold Gokl, Wolfgang Scheuren, Yüksel Sirmasac, Timo Wasmer*

*GENIOS Wirtschaftsdatenbanken*

**Aufgaben des Cross-Media Managements in digitalen Fernsehmärkten .....187**

*Hubert Eisner, Unternehmensberater*

**Cross-Media Branding – die mediale Markenfamilie führen .....203**

*Dr. Marcus Englert, Kirch Intermedia GmbH, München*

**Autoren .....225**

**Sachverzeichnis .....231**