

Handbuch Medienmanagement

Bearbeitet von
Christian Scholz

1. Auflage 2006. Buch. xiii, 982 S. Hardcover
ISBN 978 3 540 23540 8
Format (B x L): 15,5 x 23,5 cm

[Wirtschaft > Management > Unternehmensführung](#)

schnell und portofrei erhältlich bei



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.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort des Herausgebers.....	V
-------------------------------	---

Einstieg

Interview mit Gunter Thielen.....	3
-----------------------------------	---

Erstes Kapitel: Die Basis

Interview mit Eli Noam	9
------------------------------	---

Christian Scholz

Medienmanagement – Herausforderungen, Notwendigkeit und ein Bezugsrahmen.....	11
--	----

Jürgen Heinrich

Medienprodukte – Medienangebote und Mediennutzung	73
---	----

Thomas Hess/Markus Anding/Alexander Benlian

Medientechnologien – Digitale Konzepte und ihre integrierte Nutzung.....	97
---	----

Bernd Weber/Günther Rager

Medienunternehmen – Die Player auf den Medienmärkten	117
--	-----

Zweites Kapitel: Die Facetten

Interview mit Li-Chuan Evelyn Mai.....	147
--	-----

Andreas Ziemann

Mediensoziologie – Wirklichkeitskonstruktionen, gesellschaftliche Ordnung und Rezipientenhandeln.....	151
--	-----

<i>Dagmar C. Unz/Frank Schwab</i>	
Medienpsychologie – Kommunikation, Information, Unterhaltung.....	173
<i>Ulrich Sarcinelli</i>	
Medienpolitik – Meinungsvielfalt, Demokratie und Markt	195
<i>Hanno Beck</i>	
Medienökonomie – Märkte, Besonderheiten und Wettbewerb.....	221
<i>Frank Fechner</i>	
Medienrecht – Rechtsgrundlagen für Medienmanager	239
<i>Bernd W. Wirtz/Richard Pelz</i>	
Medienwirtschaft – Zielsysteme, Wertschöpfungsketten und -strukturen.....	261
<i>Matthias Karmasin</i>	
Medienethik – Normen, Werte und Verantwortung	279

Drittes Kapitel: Die Strategie

Interview mit John Lavine	301
<i>Torsten J. Gerpott</i>	
Wettbewerbsstrategien – Überblick, Systematik und Perspektiven.....	305
<i>Claudia Loebbecke</i>	
Digitalisierung – Technologien und Unternehmensstrategien.....	357
<i>Berthold H. Hass</i>	
Content Management – Inhalte für Neue Medien strategisch nutzen.....	375
<i>Frank Keuper/René Hans</i>	
Geschäftsmodelle – Erlösformen in der Medienbranche	393
<i>Arnold Picot/Rahild Neuburger</i>	
Strategische Allianzen – Eine Chance für Medienunternehmen.....	417

Harald Hungenberg

Beteiligungen – Realisierung von Synergieeffekten 433

*Ulrike Spree*Mediendokumentation – Strategische Herausforderung für
Medienunternehmen 445**Viertes Kapitel: Die Gestaltung**

Interview mit Yu-Li Liu 487

*Cinzia Dal Zotto*Personalmanagement – Besonderheiten und Aufgaben in
Medienunternehmen 491*Joachim Eigler*

Aufbauorganisation – Modelle für Medienunternehmen 519

*Friedrich A. Stein*Führungsmanagement – Aufgaben von Führungskräften in
Medienunternehmen 539*Klaus-Dieter Altmeppen*Ablauforganisation – Formen der journalistischen
Aussageproduktion 553*Martin Gläser*

Projektleitung – Leitung und Koordination von Medienprojekten 579

Paul Klimsa

Produktionssteuerung – Grundlagen der Medienproduktion 601

*Gerrit Brösel*Programmplanung – Steuerung und Gestaltung des Programms von
Fernsehanbietern 619*Mike Friedrichsen*

Koordination – Digitaler Workflow in Print-Unternehmen 639

Siegfried Weischenberg

Qualitätssicherung – Qualitätsstandards für Medienprodukte 663

Fünftes Kapitel: Der Vertrieb

Interview mit Steven S. Wildman 689

Gabriele Siegert

Absatzmanagement – Preis-, Produkt- und Programmpolitik 693

Robert F. Pelzel

Vertriebsmanagement – Konzepte für Medienprodukte und
die Distributionswege der Medien 715

Fritz Unger

Mediaplanung – Voraussetzungen, Auswahlkriterien und
Entscheidungslogik 735

Michael Schenk/Thomas Döbler

Marktforschung – Reichweite, Zielgruppe und Image 761

Bernhard Swoboda/Judith Giersch/Thomas Foscht

Markenmanagement – Markenbildung in der Medienbranche 789

Helmut Scherer

Individualisierung und Eventisierung – Probleme und Strategien
bei der Vermarktung von Medienangeboten 815

Sechstes Kapitel: Das Rechnungswesen

Interview mit Robert G. Picard 835

Guido Leidig

Kalkulation – Kalkulationsmethodik und Modelle für
Medienprojekte 841

<i>Norbert Seidel/Uwe Schwertzel</i>	
Finanzierung – Formen, Modelle und Perspektiven	859
<i>Stefan A. Wilms/Horst Zündorf</i>	
Kosten- und Leistungsrechnung – Modelle und Vorgehensweisen in Medienunternehmen	879
<i>Wolfgang Becker/Rainer Geisler</i>	
Controlling – Funktionen, Besonderheiten und Entwicklungen in Medienunternehmen	899
<i>Karlheinz Küting/Christian Zwirner</i>	
Bewertung – Spezifische Probleme der Werttreiber von Film- und Medienunternehmen	919

Ausblick

Interview mit Fritz Pleitgen	943
Autorenverzeichnis	951
Stichwortverzeichnis.....	965