

Inhalt

Vorwort	11
Einführung	15
Kapite 1: Film.....	37
<i>Paul Klimsa/Heidi Krömker</i> Einführung: Filmproduktion	39
<i>Johannes Webers</i> Technik - Film	43
<i>Paul Klimsa</i> Die Technik und Ästhetik des Films	65
<i>Bastian Clevé</i> Produktion von Kinofilmen - Content und Management	73
<i>Thierry Baujard</i> Konvergenz des Films	87
<i>Thierry Baujard</i> Bewegtbilder international	95
Kapitel 2: Fernsehen (TV).....	101
<i>Heidi Krömker/Paul Klimsa</i> Einführung: Fernseh-Produktion	103
<i>Klaus Sandig</i> Fernsehtechnik Gestern und Heute	109

<i>Rainer Schäfer</i> Zukunftsperspektiven in der Fernsehtechnik.....	127
<i>Alexandra Pohl</i> Fernsehen im Internet - Internetfernsehen: Neue Formen der TV-Produktion im Internet.....	139
<i>Ralf Bundrock</i> Neue Wege der Organisation in der öffentlich-rechtlichen Medienlandschaft.....	155
<i>Benedikt Otto</i> Format im Fernsehen.....	165
<i>Sascha Mürl</i> Redaktionsarbeit im privaten Fernsehen.....	171
<i>Thomas Hartung/Rika Fleck</i> Lokalfernsehen.....	181
<i>Tobias Gerlach</i> ARTE — vom deutsch-französischen zum europäischen Fernsehen.....	227
Kapitel 3: Hörfunk.....	235
<i>Heidi Krömker/Paul Klimsa</i> Einführung: Hörfunkproduktion.....	237
<i>Helge Blohmer/Matthias Erdmann</i> Hörfunktechnik - Die digitale Radioproduktion.....	243
<i>Jens Schöne</i> Rundfunkzusatzdienste im Konvergenzspektrum - Erfahrungen mit innovativen Medienangeboten im Hörfunk.....	263

<i>Frank-Georg Kneib</i> Organisation von Hörfunk.....	289
<i>Wolfgang Reising</i> Programmcontrolling als Bestandteil eines integrativen Management- Informations-System öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten - dargestellt am Fallbeispiel der (Hörfunk) Marke „MDR Info“.....	303
<i>Frank-Georg Kneib</i> Content im Hörfunk.....	319
<i>Uta Thofern</i> Der Markt als Maßstab - die Regionalisierung im Auslandsrundfunk.....	335
Kapitel 4: Musik.....	345
<i>Paul Klimsa/Heidi Krömker</i> Einführung: Musikproduktion.....	347
<i>Steven A. Reich</i> Über die Produktion von Musik.....	349
Kapitel 5: Print.....	369
<i>Paul Klimsa/Heidi Krömker</i> Einführung: Printproduktion.....	371
<i>Paul Klimsa</i> Printmedien im Zeitalter der Digitalisierung.....	377
<i>Heinz-Reiner Treichel/Claus Bachem/Marion Rose</i> Die Zukunft von Print - neue Marktstrukturen und neue Angebotsprofile.....	397

<i>Rolf Griesinger</i> Online-Zeitung	421
 Kapitel 6: Internet	431
<i>Paul Klimsa/Heidi Krömker</i> Einführung: Medienproduktion für Internet	433
 <i>Sebastian Vogt</i> Das Internet - Technologien, Medienprodukte und Konvergenzen im Überblick	437
 <i>Georg Maas</i> Die Spezifik der Onlineproduktion - am Beispiel einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt	467
 <i>Anja Richter</i> Lernportale	473
 <i>Friedrich Hagedorn</i> LemZeit.de - ein Online-Programm-Service für Bildung und Wissen	485
 <i>Friedrich Hagedorn/Marc Bürger</i> Was ist „Qualität im Netz“?	489
 <i>Rolf Griesinger</i> Online-Portale von Tageszeitungen: www.bild.t-online.de	497
 <i>Harald Felling</i> E-Government - Chancen für die Verwaltung im Internet-Zeitalter	503
 <i>Matthias Hammler/Manfred Schönebeck</i> Die Mercedes-AMG Private Lounge	511

<i>Nicola Döring/Katharina Hellwig</i> E-Commerce am Beispiel des Online-Auktionshauses eBay.....	517
<i>Jens Wolling</i> Suchmaschinen? - Selektiermaschinen!.....	529
Kapitel 7: Mobilkommunikation.....	539
<i>Paul Klimsa/Heidi Krömker</i> Einführung: Mobilkommunikation.....	541
<i>Nicola Döring/Christine Dietmar</i> Medienproduktion für die Mobilkommunikation.....	545
 Autorinnen und Autoren.....	579
 Stichwortverzeichnis.....	589