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. **Branchenkennzahlen 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