

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	02
Inhaltsverzeichnis	04
Zusammenfassung	05
Kapitel 1	
Marktumfeld	06
→ Positivere Marktentwicklung, aber nur moderates Wachstum	06
→ Unklarer zeitlicher Horizont für eine Erholung des Stammgeschäfts	07
→ Weiterer relativer Rückgang im Kerngeschäft	08
→ Große Hoffnung auf Internet und neue Wachstumsfelder	08
Kapitel 2	
Wachstumsfelder für Verlage	09
→ Zunehmende Bedeutung neuer Wachstumsfelder	09
→ Großverlage schätzen neue Geschäftsfelder wichtiger ein	09
→ Konzentration auf verlagsnahe Aktivitäten – abnehmendes Potenzial	10
→ Digitalisierung des Verlagsgeschäfts	11
→ IP TV und digitale Spartenkanäle bieten attraktive Möglichkeiten	12
→ Internationalisierung als Wachstumstreiber	13
→ Verbindung zum Kerngeschäft entscheidend	14
→ Verlagsferne Aktivitäten mit geringer Akzeptanz	14
→ „Die Zeit“-Case	15
→ „Brigitte“-Case	15
→ „BILD“-Case	16
→ „Süddeutscher Verlag“-Case	16
Kapitel 3	
Internationale Entwicklungen	17
→ Bereits heute hoher Umsatzanteil neuer Wachstumsfelder	17
→ Abnehmendes Wachstum verlagsnaher Aktivitäten	17
→ Akquisitionen in angrenzenden Märkten	18
→ USA	18
→ Spanien	19
→ Italien	20
→ Großbritannien	21
Kapitel 4	
Umfragemethode	22
Autoren	24
Impressum	25
Veröffentlichung des VDZ	26