

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einleitung / Fragestellung . . . . .</b>	<b>7</b>
<b>2</b>	<b>Das Unternehmensbündnis »dwerft« . . . . .</b>	<b>9</b>
<b>3</b>	<b>Entwicklung der Medienmärkte . . . . .</b>	<b>13</b>
3.1	Film . . . . .	13
3.2	Fernsehen . . . . .	14
3.3	Video und VoD . . . . .	16
3.4	Web und Mobile . . . . .	19
3.5	Werbung und PR . . . . .	21
3.6	Ausblick . . . . .	22
<b>4</b>	<b>Teilmärkte der »dwerft« . . . . .</b>	<b>35</b>
4.1	Production Services . . . . .	36
4.1.1	Der Fernsehmarkt . . . . .	36
4.1.2	Filmwirtschaft . . . . .	41
4.1.3	Virtual Backlot . . . . .	44
4.1.4	Standortvergleich Brandenburg, Berlin, München, Köln, Hamburg . . . . .	45
4.1.5	Ausblick . . . . .	45
4.2	Archive Services . . . . .	47
4.2.1	Digitalisierungsfinanzierung . . . . .	52
4.2.2	Kosten der Digitalisierung . . . . .	53
4.2.3	Ausblick . . . . .	55
4.3	Distribution Services . . . . .	56
4.3.1	Explorative und semantische Suche und Empfehlungssysteme . . . . .	57
4.3.2	Inhalts- und kontextbezogene Werbung . . . . .	57
4.3.3	Rechtemanagement . . . . .	62
4.3.4	Ausblick . . . . .	65
<b>5</b>	<b>Ausblick aus der Perspektive des Gesamtbündnisses . . . . .</b>	<b>67</b>
<b>6</b>	<b>Anhang . . . . .</b>	<b>71</b>
6.1	Übersicht der befragten Experten . . . . .	71
6.2	Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen . . . . .	83
6.2.1	Tabellen . . . . .	83
6.2.2	Abbildungen . . . . .	84
6.3	Glossar . . . . .	85