

## **Prolog**

<b>Transformationsstrategien in der Medienbranche</b> .....	3
Thomas Breyer-Mayländer	

<b>Investments in Start-ups mit Corporate Venture Capital als Beitrag zum strategischen Wandel von Unternehmen im Mediensektor</b> .....	33
Christian Horneber	

## **Strategische Ebene - Synergien, Erweiterung von Geschäftsfeldern und Diversifikation**

<b>Strategische Ansätze und beteiligungsorientierte Strategiemuster für ein innovationsförderndes Umfeld bei Verlagen</b> .....	95
Daniel Kempf und Ramona Lerner	

<b>Media for Equity: Eine Venture Capital-Innovation Made in Europe</b> .....	101
Dennis Ahrling	

<b>Diversifikation in Großunternehmen – Werthebel und strategische Archetypen einer Holding sowie Ansätze zur Strukturierung des Portfolios und für Parenting</b> .....	117
Carsten Schicker	

<b>Skaleneffekte durch Zusammenarbeit in der Innovation</b> .....	131
Manfred Neufang	

## **Operative Ebene - Veränderungen der Arbeitsstruktur und Unternehmenskultur in Medienunternehmen**

<b>Start-ups in Medienunternehmen</b> .....	141
Thomas Breyer-Mayländer	

<b>Change-Kommunikation im Beteiligungskontext: Ein Überblick über Stakeholder und Kommunikationsanlässe</b> .....	163
Julia Horneber und Christian Horneber	
<b>Ausgewählte Gestaltungsmöglichkeiten für Corporate Venture Capital-Investoren bei ihren Start-up-Beteiligungen</b> .....	199
Matthias Sure	
<b>Sonderfall Fondsinvestment: Möglichkeiten und Grenzen für Medienunternehmen</b> .....	211
Isabel Nina Russ und Daniel Keiper-Knorr	
<b>Sonderfall Accelerator-Beteiligungen: Überblick über mediennahe Accelerators und ähnliche Programme in Deutschland und im Rest von Europa</b> .....	227
Nico Lumma und Christoph Hüning	
<b>Case Study 1: Curious Capital</b> .....	237
Johannes Heinen	
<b>Case Study 2: Portfoliostrategien im Rahmen der digitalen Transformation des Axel Springer Konzerns</b> .....	249
Friederike Bing	
<b>Case Study 3: Die digitale Süddeutsche Zeitung</b> .....	283
Johannes Hauner und Stefan Hilscher	
<b>Epilog - Medienunternehmen als Investoren - Gesehen von außerhalb der Medienbranche</b>	
<b>Wettbewerbsvor- und nachteile für Medienunternehmen – Warum und aufgrund welcher Kriterien entscheiden sich Start-ups für Medienunternehmen als Investoren?</b> .....	293
Romy Schnelle und Kilian von Berlichingen	
<b>Irgendwas mit Medien – In einem Start-up oder in einem etablierten Medienunternehmen? Wie Medienunternehmen im Personalrecruiting konkurrenzfähig werden</b> .....	299
Juliane Koch-Herlyn und Georgia Hädicke	
<b>Corporate Venturing aus der Perspektive der Start-up Industrie</b> .....	313
Christian Knott	