

## 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 Lermer	

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