

Inhalt

Klaus-Dieter Altmeyden/Matthias Karmasin

Einleitung.....7

Matthias Maier

Medienunternehmen im Umbruch.
Transformation ökonomischer Dispositive,
neue Organisationsstrukturen und entgrenzte Arbeitsformen15

Thomas Hess/Bernd Schulze

Mehrfachnutzung von Inhalten in der Medienindustrie.
Grundlagen, Varianten und Herausforderungen.....41

Wolfgang Seufert

Medienvertrieb über das Internet - Ende der Intermediäre?.....63

Andrea Grisold

Medienwirtschaftspolitik: Regulierung und Deregulierung.....95

Hans J. Kleinsteuber/Barbara Thomaß

Medienökonomie, Medienkonzerne und Konzentrationskontrolle.....123

Insa Sjurts

Der Markt wird's schon richten!?
Medienprodukte, Medienunternehmen und
die Effizienz des Marktprozesses.....159

Gabriele Siegert

Marketing und Marken: Differenzierungs- und Konkurrenzstrategien.....183

Anette Köcher

Was kosten die Medien?

Preise in der Mediengesellschaft209

Literaturverzeichnis.....233

Schlagwortverzeichnis.....249

Autorinnen und Autoren.....255