

Inhaltsübersicht

Vorwort	5
Abkürzungsverzeichnis	9
Abbildungsverzeichnis	17
Tabellenverzeichnis	21
1 Einführung	23
Teil A Regulierungsziele und -konzepte	29
A1 Grundlagen	31
2 Medienregulierung als staatlich gesetzter Handlungsrahmen für Medienunternehmen	31
A2 Ziele der Medienregulierung	47
3 Kommunikationspolitische Ziele der Medienregulierung	47
4 Wettbewerbspolitische Ziele der Medienregulierung	74
5 Industriepolitische Ziele der Medienregulierung	100
A3 Theorien zur Regulierungseffizienz	108
6 Marktversagen und Regulierungsversagen	108
7 Öffentliche Produktion und Bürokratietheorie	133
8 Konzepte der Ko- und Selbstregulierung	148
A4 Zwischenfazit	159
9 Medienregulierung im Spannungsfeld zwischen kommunikationspolitischen und wirtschaftspolitischen Zielsystemen	159
Teil B Regulierung der Medien in Deutschland	169
10 Überblick über die wichtigsten Instrumente der Medienregulierung in Deutschland	171
B1 Medienspezifische Regulierungsmaßnahmen	177
11 Regulierung der Presse und der nicht-aktuellen Trägermedien	177
12 Rundfunkregulierung	204
13 Regulierung der Telemedien im Internet	286
14 Regulierung der Übertragungswege und Plattformen	307
B2 Medienübergreifende Regulierung im Rahmen des Wirtschaftsrechts	332
15 Regulierung des ökonomischen Wettbewerbs	332
16 Regulierung von Werbeinhalten	348
17 Regulierung der Verwertung geistigen Eigentums	366

Inhaltsübersicht

18 Medienförderung als Industriepolitik	387
B3 Medienentwicklung und Medienregulierung	412
19 Perspektiven der Medienregulierung	412
 Anhang	 427
A1 Übersichten zum Medienrecht	429
A2 Organisationsstrukturen wesentlicher Institutionen der Medienregulierung ..	440
A3 Lösungshinweise zu den Übungsfragen	456
Literatur	477
Rechtsquellenverzeichnis (wichtigste zitierte Rechtsquellen)	519
I. Europarecht	519
Primärrecht (Verträge)	519
Sekundärrecht (Verordnungen, Richtlinien)	519
II. Bundesrecht	520
III. Landesrecht	521
Stichwortverzeichnis	523