

# Inhaltsverzeichnis

|          |                                                                       |           |
|----------|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Ökonomische Konzepte</b>                                           | <b>1</b>  |
| 1.1      | Was sind Medien?                                                      | 1         |
| 1.2      | Besonderheiten des Gutes Information                                  | 5         |
| 1.3      | Die Nachfrage nach Informationen                                      | 15        |
| 1.4      | Die Konsumentenentscheidung                                           | 19        |
| 1.5      | Das Angebot an Informationen und die Theorie der natürlichen Monopole | 23        |
| 1.6      | Der Zug der Lemminge: Netzwerkeffekte                                 | 29        |
| 1.7      | Wie bezahlt man für Mediendienstleistungen?                           | 32        |
| 1.8      | Wettbewerb in der Medienbranche                                       | 45        |
| 1.9      | Digitalisierung von Medienmärkten: Die Folgen                         | 52        |
| 1.10     | Fake News                                                             | 59        |
| 1.11     | Die gesellschaftliche und politische Dimension von Medien             | 66        |
| 1.12     | Publizistischer versus ökonomischer Wettbewerb                        | 68        |
| <b>2</b> | <b>Printmedien</b>                                                    | <b>73</b> |
| 2.1      | Geschichte der Presse                                                 | 73        |
| 2.1.1    | Die Anfänge                                                           | 73        |
| 2.1.2    | Die moderne Presse                                                    | 81        |
| 2.1.3    | Presse unterm Hakenkreuz                                              | 84        |
| 2.1.4    | Die Presse nach 1945                                                  | 87        |
| 2.1.5    | Die Presse und das Aufkommen des Internet                             | 91        |
| 2.1.6    | Die Presse der ehemaligen DDR und die Wiedervereinigung               | 95        |
| 2.2      | Zeitungen und Zeitschriften                                           | 100       |
| 2.2.1    | Täglich, wöchentlich oder monatlich?                                  | 100       |
| 2.2.2    | Der Vertrieb                                                          | 105       |
| 2.2.3    | Die Finanzierung                                                      | 112       |
| 2.2.4    | Der Wettbewerb                                                        | 122       |
| 2.3      | Der Buchmarkt                                                         | 137       |
| 2.3.1    | Markt, Vertrieb und Buchpreisbindung                                  | 137       |
| 2.3.2    | E-Books                                                               | 143       |

---

|          |                                                       |     |
|----------|-------------------------------------------------------|-----|
| <b>3</b> | <b>Audiovisuelle Medien</b>                           | 149 |
| 3.1      | Geschichtliches                                       | 149 |
| 3.1.1    | Von den Anfängen bis zum Nationalsozialismus          | 149 |
| 3.1.2    | Der Neuanfang nach 1945                               | 155 |
| 3.1.3    | Das duale System: Die privaten Anbieter               | 161 |
| 3.1.4    | Rundfunkstaatsverträge und Verfassungsgerichtsurteile | 165 |
| 3.2      | Vor- und nachgelagerte Märkte                         | 168 |
| 3.2.1    | Zulieferer und andere Dienstleister                   | 168 |
| 3.2.2    | Filmproduktion                                        | 171 |
| 3.2.3    | Die Stars                                             | 184 |
| 3.2.4    | Kino, Videos und DVDs                                 | 187 |
| 3.2.5    | Lizenzhändler und Rechteinhaber                       | 192 |
| 3.2.6    | Infrastrukturanbieter                                 | 196 |
| 3.3      | Radio und Fernsehen                                   | 202 |
| 3.3.1    | Finanzierung                                          | 202 |
| 3.3.2    | Wettbewerb im Rundfunk                                | 226 |
| 3.3.3    | Brauchen wir öffentlich-rechtlichen Rundfunk?         | 239 |
| 3.3.4    | Alternativen zum dualen System                        | 246 |
| <b>4</b> | <b>Internet</b>                                       | 251 |
| 4.1      | Grundlagen                                            | 251 |
| 4.1.1    | Der Aufbau des Internet                               | 251 |
| 4.1.2    | Ökonomie des Internet: Geschäftsmodelle               | 254 |
| 4.1.3    | Plattformökonomie                                     | 257 |
| 4.1.4    | Gesetzliche Regelungen                                | 264 |
| 4.2      | Medienbranche und -akteure im Internet                | 272 |
| 4.2.1    | Suchmaschinen: Der Fall Google                        | 272 |
| 4.2.2    | Soziale Netzwerke: Der Fall Facebook                  | 275 |
| 4.2.3    | Verlage und Urheberrechte                             | 277 |
| 4.2.4    | Napster, Spotify, Netflix und Prime                   | 281 |
| 4.2.5    | Stars im Netz und Influencer                          | 290 |
| 4.2.6    | Die digitale Werbebranche                             | 295 |
| 4.2.7    | Öffentlich-rechtliches Internet                       | 300 |
| 4.3      | Digitalisierung und Konvergenz                        | 303 |
| 4.4      | Die Zukunft des Journalismus                          | 310 |
|          | Literatur                                             | 317 |