

Inhalt

Klaus-Dieter Altmeppen/Matthias Karmasin

Einleitung.....	7
-----------------	---

Matthias Maier

Medienunternehmen im Umbruch. Transformation ökonomischer Dispositive, neue Organisationsstrukturen und entgrenzte Arbeitsformen	15
--	----

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 Thomäß

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 Mediengesellschaft 209

Literaturverzeichnis..... 233

Schlagwortverzeichnis..... 249

Autorinnen und Autoren..... 255