

06 Übersichtsbeiträge

06 Medienprodukte – Adoption versus Akzeptanz

Dipl.-Wirt.-Inf. Steven Wu / Dipl.-Kfm. Dominik Papies / Prof. Dr. Michel Clement, Universität Hamburg

18 Praxisforum

18 Die Telekommunikationsstrategie von Google

Dr. Ralf Kaumanns / Veit A. Siegenheim, Accenture

30 Aktuelles Stichwort

30 Die Diskussion um die Netzneutralität

MA Int. Econ. Anke Becker, Helmut-Schmidt-Universität Hamburg

35 Standpunkte

35 Corporate Social Responsibility und Medienunternehmen

Prof. DDr. Matthias Karmasin, Alpen-Adria Universität Klagenfurt
Peter Strahlendorf, New Business Verlag
Florian Nehm, Axel Springer AG

42 Forschung und Lehre

42 West meets East – Die Kooperation von Hamburg Media School und Shanghai Jiao Tong University

Dipl.-Ök. Jutta Kehrer, Hamburg Media School

43 Termine Seminare/Tagungen

45 Literatur

Buchrezensionen

45 Martin Busch

Der Radiosender als Marke – Ein ganzheitlicher Ansatz

Jan Bechler, RMS Radio Marketing Service

47 Katharina Wacker

Wettbewerb und Regulierung auf dem deutschen Fernsehmarkt – Deregulierungsbedarf und Umsetzungsbedingungen

Anette Schauss, Hamburg Media School

48 Berthold Hass, Gianfranco Walsh und Thomas Kilian (Hrsg.)

Web 2.0: Neue Perspektiven für Marketing und Medien

Mania Strube, Universität Hamburg

50 Ausblick

29 Impressum