

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. Dr. 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 Kehr, 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