

06 Abhandlungen

06 Vertikale Erweiterung der Wertschöpfungskette: Das zweischneidige Schwert der Zusammenarbeit der Filmwirtschaft mit der Computer- und Video-spielindustrie

Dr. Jörg Müller-Lietzkow, Friedrich-Schiller-Universität Jena / Prof. Dr. Ricarda B. Bouncken, Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald

20 Die Methodik der Nutzungsforschung prägt das Programmangebot – Befragung versus Meter-System in der Radiopublikumsforschung

Dr. Heinrich Anker, Schweizer Radio DRS

32 Praxisforum

32 Die Zukunft des Radios – Neue Perspektiven für ein altes Medium

Dr. Ralf Kaumanns, IBM Business Consulting Services Media & Entertainment / Veit A. Siegenheim, IBM Business Consulting Services Media & Entertainment

46 Qualitätsmanagement – Unausgeschöpfte ökonomische Potenziale im öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland

Prof. Ernst Elitz, Deutschlandradio

57 Aktuelles Stichwort

57 Two-sided markets

Dr. Ralf Dewenter, Helmut-Schmidt-Universität Hamburg

64 Standpunkte

64 Medienbetriebslehre als betriebswirtschaftliches Fach: ein Anachronismus?

Prof. Dr. Dr. h.c. Sönke Albers, Christian-Albrechts-Universität zu Kiel

Prof. Dr. Thomas Hess, Ludwigs-Maximilians-Universität, München

Prof. Dr. Christian Scholz, Universität des Saarlandes

70 Forschung und Lehre

70 1. ZIM-Workshop: Individualisierung in der Medienbranche durch neue Technologien

Dipl.-Kfm. Christoph Grau, Ludwig-Maximilians-Universität, München

72 7th World Media Economics Conference in Peking/VR China vom 15. bis 19. Mai 2006

Prof. Dr. Mike Friedrichsen, Universität Flensburg / Astrid Kurad, Universität Flensburg

73 Termine Seminare/Tagungen

74 Literatur

74 Wulf D. v. Lucius: Verlagswirtschaft

Prof. Dr. Ulrich Raubach, FH-Wedel

75 David A. Vise / Mark Malseed: Die Google-Story

Prof. Dr. Thomas Hess, Ludwig-Maximilians-Universität, München

76 Lutz Köhler: Produktinnovationen in der Medienindustrie

Christian Zabel, HMR International GmbH & Co. KG

78 Ausblick

45 Impressum