

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**