

Inhalt:

Hörfunk gehört zu den Medien mit der höchsten Nutzungsdauer: diese ist ähnlich hoch wie beim Fernsehen, jeder Bundesdeutsche hört mehr als drei Stunden täglich Radio. Allerdings ist der Hörfunk in Deutschland noch stärker reguliert als das Fernsehen. Gibt es ökonomischen Gründe, die für diese starke sektorspezifische Regulierung sprechen? Der Autor Marc Czygan skizziert die aus der Ökonomie bekannten Gründe für Marktversagen und diskutiert deren Anwendung auf den Hörfunk.

Die Herausgeber der Reihe:

Prof. Dr. Mike Friedrichsen, Dipl.-Volkswirt, M.A., Professor für Medienwirtschaft, Medienmanagement und Medienforschung an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Arbeits- und Forschungsgebiete: Medienökonomie, Medienmanagement, Marketing, Medien- und Werbewirkungsforschung, Markt- und Meinungsforschung, Wahlforschung, E-Commerce, Wirtschaftsjournalismus.

Prof. Dr. Martin Gläser, Dipl.-Volkswirt, Professor für Medienwirtschaft und Medienmanagement an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Arbeits- und Forschungsgebiete: Medienmanagement, TV- und Radiomanagement, Controlling, Normatives Management, Unternehmenskultur, Unternehmensstrategien, Führung, Projektmanagement, Medienkalkulation, Trends und Perspektiven, Non-Profit-Organizations.

Die Schriften zur Medienwirtschaft und Medienmanagement werden finanziell unterstützt von ...

ISBN 3-7890-????-?

Czygan • Wettbewerb im Hörfunk



2

Schriften zur Medienwirtschaft und zum
Medienmanagement

2

Marc Czygan

Wettbewerb im Hörfunk

Eine industrieökonomische Analyse



Nomos Verlagsgesellschaft
Baden-Baden