

Aus Wissenschaft und Praxis führen eine interdisziplinäre Debatte über die adäquate Ausgestaltung des Regulierungsrahmens für die Medienwirtschaft auf Basis kommunikations- und wirtschaftswissenschaftlicher theoretischer Konzepte und empirischer Befunde. Einerseits steht dabei das Verhältnis von Unternehmensstrategien und Rezipientenverhalten im Mittelpunkt. Wer bestimmt über die Vielfalt des Medienangebotes? Andererseits müssen die Zwänge der politischen Interessen und des publizistischen Auftrags berücksichtigt werden. Dabei stellt sich die Frage nach einer effizienten Medienregulierung.

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-????-?

Friedrichsen / Seufert (Hrsg.) • Effiziente Medienregulierung



4

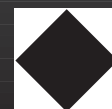
Schriften zur Medienwirtschaft und zum  
Medienmanagement

4

Mike Friedrichsen / Wolfgang Seufert (Hrsg.)

## Effiziente Medienregulierung

Marktdefizite oder Regulierungsdefizite?



Nomos Verlagsgesellschaft  
Baden-Baden