

Inhalt

Einführung:

Hanno Beck und Dirk Wentzel

Medienökonomik – neuere Entwicklungen und Ordnungsfragen 3

1. Teil: Theoretische Grundlagen

Ralf Dewenter und Justus Haucap

Wettbewerb als Aufgabe und Problem auf Medienmärkten: Fallstudien
aus Sicht der „Theorie zweiseitiger Märkte“ 35

Hanno Beck und Andrea Beyer

Brauchen wir eine öffentlich-rechtliche Zeitung? 75

Jan Schmellenbach

Die Wettbewerbsintensität auf dem Nachrichtenmarkt und die
Offenheit kollektiver Lernprozesse – gibt es einen Zusammenhang? 101

Christian Müller

Bildschirm und Bildung: Eine bildungsökonomische Analyse
der Wirkungen des Fernsehens 123

Thomas Apolte

Bildschirm und Bildung – eine andere Sichtweise 151

Nadine Lindstädt

Klassisches Printmedium vs. Online-Zeitung – Substitutionseffekte
oder Komplementaritäten? 157

Guido Schröder

Öffentlich-rechtliche Anbieter im Dilemma zwischen Massengeschmack
und Gemeinwohl 183

2. Teil: Ordnungspolitische Gestaltungsalternativen

Bernd Holznagel, Eike Jahn und Isabel Simon

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk zwischen Garantieansprüchen
und IKT-getriebenem Wettbewerbsdruck 203

Jörn Kruse

Premium-Inhalte bei Medien 221

Andreas Knorr und Christina Schulz

Filmförderung in Deutschland – zur Problematik eines kulturpolitischen Anspruchs 247

Theresia Theurl

Nachrichtenagenturen: Kooperationen in der Medienwirtschaft 277

Gisela Färber

Medien und wissenschaftliche Politikberatung –
Annäherung an ein Thema 299

Lars Tutt

Evangelische Kirchenpresse – Wettbewerb im Biotop 319

3. Teil: Europäische Aspekte der Medienordnungspolitik

Oliver Budzinski

Europäische Medienmärkte: Die Rolle der Wettbewerbspolitik..... 337

Nils Otter

Der Pressevertrieb in ausgewählten europäischen Ländern 363

Torsten Sundmacher

Regulierung von Telekommunikationsmärkten –
eine Aufgabe für die EU? 395

Paul J.J. Welfens und Michael Vogelsang

Regulierung und Innovationsdynamik in der
EU-Telekommunikationswirtschaft 431

Rahmenprogramm:

Karen Horn

Erfahrungen mit der Publikation ordnungspolitischer Erkenntnisse..... 457

Hanno Beck und Michael Vogelsang

Für den medienaffinen Ökonomen: Zehn Tips für den Umgang mit Medien 463

Anschriften der Autoren 466