

# Inhalt

*Klaus-Dieter Altmeyden/Matthias Karmasin*

Von Mägden und Mächten.  
Über Anwendungsfelder der Medienökonomie und die Beiträge  
dieses Bandes.....7

*Gerd G. Kopper*

Medienökonomie im komplexen Diskurs des Korporatismus in Deutschland.  
Art und Wirkung der Medienökonomie in Kommissionen, Verbänden,  
Institutionen und nichtwissenschaftlichen Einrichtungen der  
Bundesrepublik Deutschland.....19

*Jörg Sydow/Arnold Windeler*

Neue Organisationsformen in der Medienökonomie.  
Modularisierung, Netzbildung, Virtualisierung.....47

*Matthias Karmasin*

Stakeholder Management als Kontext von Medienmanagement.....61

*Guido Zurstiege*

Dominanz-/Dependenzbeziehungen? Werbung und Medien.....89

*Gabriele Siegert*

Stabilisierung und Absicherung: Medien- und Marktforschung.....103

*Arnold Picot/Rabild Neuburger*

Internet-Ökonomie.....121

*Rudi Renger*

Zukunft des Content - Zukunft des Journalismus?.....145

---

*Ilka Siegmund*

Ausbildung für die Medienwirtschaft.....169

Literaturverzeichnis.....193

Schlagwortverzeichnis.....211

Autorinnen und Autoren.....217