

Literaturverzeichnis

- Albach, H.: Strategische Allianzen, strategische Gruppen und strategische Familien, in: ZfB, 1992, Nr. 6, S.663-670.
- Alchian, A.A.: "Specificity, Specialization, and Coalitions", JITE, 1984, S.34-49.
- Alley, W.A.: Partial Ownership Arrangements and Collusion in the Automobil Industry, The JIE, 1997, Nr.2, S.191-205.
- ANGA/ZVEI (Hrsg.): TV-Kabelnetze. Zukunftssicherheit durch Ausbau zu interaktiven Breitbandnetzen. Empfehlungen des Forums ANGA-ZVEI, Frankfurt 1996.
- Ansoff, H.J.: Die Bewältigung von Überraschungen und Diskontinuitäten durch die Unternehmensführung - Strategische Reaktionen auf schwache Signale, in: Steinmann, H. (Hrsg.), Planung und Kontrolle, München 1981, S.233-264.
- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg.) ALM, 1996: Jahrbuch der Landesmedienanstalten 1995/96, München 1996.
- Arbeitsgemeinschaft für Rundfunkwerbung (Hrsg.), ARW: Media Perspektiven, Daten zur Mediensituation in der Bundesrepublik, Basisdaten, div. Jahrgänge.
- ARD (Hrsg.), ARD, 1998a: Öffentlich-rechtlicher Rundfunk - „Service public“ - auch im Zeitalter des Digitalfernsehens unverzichtbar, ARD-Pressemitteilung, 1998, Nr.37.
- ARD (Hrsg.), ARD, 1998b: Zuschauerbilanz für das erste Halbjahr '98: Das Erste ist Marktführer, Dritte noch stärker als 1997, ARD-Pressemitteilung, 1998, Nr.33.
- ARD (Hrsg.), ARD, 1998c: Kein Milliardenüberschuß bei der ARD, ARD-Pressemitteilung, 1998, Nr.12.
- ARD (Hrsg.), ARD, 1998d: ARD-Gremien: Gesellschaft braucht öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Stellungnahme zum Konvergenz-Grünbuch der EU verabschiedet, ARD-Pressemitteilung, 1998, Nr.26.
- ARD (Hrsg.), ARD, 1998e: Tagesschau hat 1 Million Zuschauer hinzugewonnen, ARD-Pressemitteilung, 1998, Nr.50.
- ARD (Hrsg.), ARD, 1998f: ARD richtet Verbindungsbüro Los Angeles ein. MDR erhält Federführung, ARD-Pressemitteilung, 1998, Nr.22.
- Armbrüster, H.: Informationsinfrastrukturen und Multimedia-Kommunikation: Die unterschiedlichen Wege der Telefon-Welt, der Daten-Welt und der Hörfunk-/TV-Welt, in: tp, 1997, Nr.1, S.20-33.
- Arranz, M.G.; Hackbarth, K.D.: Kosten von vermittelten Leitungen in digitalen Netzen, WIK Diskussionsbeitrag Nr. 169, Bad Honnef 1996.
- Axelrod, R.: The evolution of cooperation, New York 1984.
- Baan, A.: Elektronische Produkte und Märkte der Zukunft, in: Alfred-Herrhausen-Gesellschaft für Internationalen Dialog (Hrsg.), Multimedia: eine revolutionäre Herausforderung, Stuttgart 1995, S.73-92.
- Bachem, Chr.: Fernsehen in den USA, Opladen 1995.
- Backhaus, K.; Meyer, M.: Strategische Allianzen und strategische Netzwerke, in: WiSt, 1993, Nr.7, S.330-334.

- Backhaus, K.; Plinke, W.: Strategische Allianzen als Antwort auf veränderte Wettbewerbsstrukturen, in: ZfbF Sonderheft, 1990, Nr.27, S.1-10.
- Bain, J.: Barriers To New Competition, Cambridge 1956.
- Baldwin, T.F.; Mc Voy, D.St.; Steinfeld, Ch.: Convergence: Integrating media, information, and communication, Kalifornien 1996.
- Bamberg, G.; Baur, F.: Statistik, München 1993(8).
- Bamberger, I.: Theoretische Grundlagen strategischer Entscheidungen, in: WiSt, 1981, Nr.3, S.97-104.
- Bandeyk, Chr.: Vertikale Integration als wettbewerbspolitisches Problem, Zürich 1988.
- Bane, P.W.; Bradley, St.P.; Collis, D.J.: Winners and Losers - Industry Structure in the Converging World of Telecommunications, Computing and Entertainment, Mercer Management Consulting, London 1995.
- Barney, J.: Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, in: JM, 1991, Nr.1, S.99-120.
- Bauer, H.H.: Marktabgrenzung, Berlin 1989.
- Bayerische Vereinsbank (Hrsg.): Die deutsche Telekommunikationsbranche, München 1995.
- Beebe, J.H.: Institutional Structure and Program Choices in Television Markets, QJE, 1977, S.15-37.
- Berg, H.: Wettbewerbspolitik, in: Bender, D.; Berg, H., Cassel, D. et al.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Band 2, München 1985(2), S.231-292.
- Berg, K.: Mischfinanzierung als Schutz vor politischer Einflußnahme, in: MP, 1995, Nr.3, S.94-99.
- Blau, J.: A new life for the local loop, in: CI, 20.05.1996, S.28.
- Blind, S.; Hallenberger, G.: Die Verteilung von Fernsehfrequenzen durch Auktion: Ökonomische Theorie und medienpolitische Praxis am Beispiel Channel 3, in: Kreuzer, H.; Schanze, H. (Hrsg.) „Bausteine III“. Beiträge zur Ästhetik, Pragmatik und Geschichte der Bildschirmmedien, Arbeitshefte Bildschirmmedien Nr. 50, Siegen 1994, S.155-162.
- Bolz; Kunze: Wirtschaftsbeziehungen zwischen Ost und West -Handel und Kooperation, Hamburg 1972.
- Booz, Allen & Hamilton (Hrsg.): Zukunft Multimedia: Grundlagen, Märkte und Perspektiven in Deutschland, Frankfurt am Main 1995.
- Bosshart, O.: Koalitionen als Strategie in Telekommunikationsmärkten am Beispiel des zellularen Mobilfunks, Bamberg 1995.
- Böventer, E.v.; Illing, G.: Einführung in die Mikroökonomie, München, Wien (1995)8.
- Brand, D.: Der Transaktionskostenansatz in der betriebswirtschaftlichen Organisationslehre, Frankfurt 1990.
- Braunschweig, S.; Keidel, H.: Film- und Fernsehproduktion in Europa zwischen Markt und Förderung, in: Hentschel, K.; Reimers, K.F.: Filmförderung. Entwicklung, Modelle, Materialien, München 1992 S.29-58.
- Breunig, Chr.: Zwischen Standortpolitik und Vielfaltziel, in: MP, 1996, Nr.4, S.195-208.
- Brielmaier, A.; Diller, H.: Die Organisation internationaler Vertriebsaktivitäten, in: Kaas, K.P. (Hrsg.): Kontakte, Geschäftsbeziehungen, Netzwerke - Marketing und Neue Institutionenökonomik, ZfbF Sonderheft, 1995, S.205-222.
- Bronder, C.; Pritzl, R.: Leitfaden für strategische Allianzen, in: HM, 1991, Nr.1, S.44-53.

- Brossmann, M. (Hrsg.): Business-Multimedia: innovative Geschäftsfelder strategisch nutzen, Frankfurt a.M. 1998.
- Büchs, M.J.: Zwischen Markt und Hierarchie. Kooperationen als alternative Koordinationsform, in: ZfB-Ergänzungsheft, 1991, Nr.1, S.1-38.
- Bühler, W.: Das Kaufhaus im Wohnzimmer, in: BMWi (Hrsg.): Die Informationsgesellschaft. Fakten, Analysen, Trends, <http://www.bmwi-info2000.de/gip/fakten/zeitbild>, 09. Juni 1997, Bonn 1995.
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.), BMBF, 1995: Informationsgesellschaft. Chancen, Innovationen und Herausforderungen, Bonn 1995.
- Bundesministerium für Post und Telekommunikation (Hrsg.), BMPT, 1996: Technische Perspektiven für die Multimedia-Zukunft in Deutschland, Bonn 1996.
- Bundesministerium für Wirtschaft (Hrsg.), BMWi, 1995: Die Informationsgesellschaft. Fakten, Analysen, Trends, <http://www.bmwi-info2000.de/gip/fakten/zeitbild>, Bonn 1995.
- Bundesministerium für Wirtschaft (Hrsg.), BMWi, 1998: Initiative „Digitaler Rundfunk“ der Bundesregierung. Markteinführung des digitalen Hörfunks und Fernsehen in Deutschland. Bericht der Arbeitsgruppe, Bonn 1998.
- Burr, W.: Netzettbewerb in der Telekommunikation, Wiesbaden 1995.
- Butters, G.: Equilibrium Distribution of Prices And Advertising, RES, 1977, S.465-492.
- Carlton, D.; Perloff, J.M.: Modern Industrial Organization, New York 1994(2).
- Caves, R.; Porter, M.: From Entry Barriers To Mobility Barriers: Conjectural Decisions And Contrived Deterrence To New Competition, QJE, 1977, S.241-261.
- Chamberlin, E.H.: The Theory of Monopolistic Competition, Cambridge 1933.
- Chiariglione, L.: MPEG and Multimedia Communications, Turin 1996.
- Clark, J.M.: Toward a Concept of Workable Competition, in: AER, 1940, S.241-246.
- Coase, R.H.: The Nature of the Firm, in: Barney, J.B.; Ouchi, W.G. (Hrsg.): Organizational Economics, San Francisco, London 1986, S.80-98.
- Coase, R.H.:The Federal Communications Commission, in: JLE, 1959, S.1-40.
- Colombo, M.G.; Garrone, P.: Common Carriers'Entry into Multimedia Services, in: Elixmann, D.; Kürble, P. (Hrsg.): Multimedia - Potentials and Challenges from an Economic Perspective, WIK Proceedings Nr. 5, Bad Honnef 1997, S.203-232.
- Contractor, F.J.; Lorange, P.: Competition vs. Cooperation: A Benefit/Cost Framework for Choosing Between Fully-Owned Investments and Cooperative Relationships, in: MIR Special Issue 1988, S.5-18.
- Darby, M.R.; Karni, E.: Free Competition and the Optimal Amount of Fraud, in: JLE, 1973, S.67-88.
- Darschin, W.; Frank, B.: Tendenzen im Zuschauerverhalten, in: MP, 1995, Nr.4, S.154-165.
- Darschin, W.; Frank, B.: Tendenzen im Zuschauerverhalten, in: MP, 1996, Nr.4, S.174-185.
- Darschin, W.; Frank, B.: Tendenzen im Zuschauerverhalten, in: MP, 1998, Nr.4, S 154-166.
- Darschin, W.; Horn, I.: Die Informationsqualität der Fernsehnachrichten aus Zuschauersicht, in: MP, 1997, Nr.5, S.269-275.
- Dekom, P.J.: Filme, Geld und Wahnsinn, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S.141-157.

- Demsetz, H.: The Cost of Transacting, in: QJE, 1968, S.33-53.
- Dichtl, E.; Andritzky, K.; Schober, S.: Ein Verfahren zur Abgrenzung des „relevanten Marktes“ auf der Basis von Produktperzeptionen, in: WiSt, 1977, Nr.6, S.290-301.
- Digital Video Broadcasting (Hrsg.), DVB, 1995: DVB-Television for the Third Millennium, Schweiz 1995.
- Dimmick, J.: The Theory of the Niche and Spending on Mass Media: The Case of the „Video Revolution“, in: JME, 1997, Nr.3, S.33-43.
- Dixit, A.K.; Nalebuff, B.J.: Spieltheorie für Einsteiger. Strategisches Know-how für Gewinner. Stuttgart 1995.
- Domizlaff, H.: Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens: ein Lehrbuch der Markentechnik, Hamburg (1951)2.
- Dörr, D.: Europäische Medienordnung und -politik, in: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1998/99, Baden-Baden, Hamburg 1998(26), S.A₂71-93.
- Egan, B.L.: Information Superhighways: The Economics of Advanced Public Communication Networks, Boston, London 1991.
- Eggler, A.: Diffusions- und Substitutionsprozesse - Struktur, Ablauf und ihre Bedeutung für die strategische Unternehmensführung, Bamberg 1991.
- Ehrenfeld, H. : Außenhandel, Direktinvestitionen und Lizenzen, Frankfurt 1985.
- Eimeren, B.v.; Oehmichen, E., Schröter, Chr.: ARD-Online-Studie 1997: Onlinenutzung in Deutschland, in: MP, 1997, Nr.10, S.548-557.
- Elixmann, D.; Kürble, P.: Die Nutzung des Telefons - ein Vergleich USA - Deutschland, in: WIK-Newsletter, Nr. 18, März 1995, S. 22-25.
- Emerging Technologies Research Group (Hrsg.), ETRG, 1997: The 1997 American Internet User Survey. Realities Beyond the Hype, <http://etrg.findsvp.com>, 17. Dezember 1997.
- Engel, Chr.: Kabelfernsehen. Baden-Baden 1996.
- Esser, M.: Zugang zur Breitbandkommunikation, in: Mestmäcker, E.-J. (Hrsg.): Kommunikation ohne Monopole II, Baden-Baden 1995.
- Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Hrsg.),EAI, 1995: Statistisches Jahrbuch 1996, Straßburg 1995.
- Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Hrsg.), EAI, 1997: Statistisches Jahrbuch 1998, Straßburg 1997.
- Europäische Kommission (Hrsg.) : Geänderter Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität, veröffentlicht in: Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften, Mitteilungen und Bekanntmachungen, 30. Juli 1996, Brüssel 1996, S.10-30.
- Europäische Kommission (Hrsg.): The European Film Industry under Analysis, Second Information Report, Brüssel 1997.
- Europäische Kommission (Hrsg.), Europäische Kommission, 1998a: Third Communication from the Commission to the Council and the European Parliament on the application of Articles 4 and 5 of Directive 89/552/EEC „Television without Frontiers“ for the period 1995-96 including an overall assessment of application over the period 1991-96, Brüssel 1998a.
- Europäische Kommission (Hrsg.), Europäische Kommission, 1998b: Media II (1996-2000) A support-scheme for boosting the competitiveness of the European programme

- industry, <http://europa.eu.int/comm/dg10/avpolicy/media/en/general.html>, Brüssel 1998.
- Europäische Kommission (Hrsg.), Europäische Kommission, 1998c: Pressemitteilung ip/98/477: Kommission untersagt die Zusammenschlußvorhaben Bertelsmann/Kirch/Premiere und Deutsche Telekom/Betaresearch, Brüssel 1998.
- Europäischer Rat (Hrsg.), Europäischer Rat, 1989: Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivitäten, http://europa.eu.int/eur-lex/de/lif/dat/de_389L0552.html, 04. Mai 1997.
- Europäischer Rat (Hrsg.), Europäischer Rat, 1997: Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Juni 1997 zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität, http://europa.eu.in/eur-lex/de/lif/dat/de_397L0036.html, 1997.
- Eutelis Consult (Hrsg.), Eutelis, 1995: Baustelle Information Highway Deutschland, Ratingen 1995.
- Eutelis Consult (Hrsg.), Eutelis, 1996: ADSL - Innovation in the Local Loop, Ratingen 1996.
- FCC (Hrsg.): Fourth Annual Report In the Matter of Annual Assessment of the Status of Competition in Markets for the Delivery of Video Programming, CS-Docket No. 97-141, Washington 1998a.
- FCC (Hrsg.): The FCC in Brief, <http://www.fcc.gov/aboutfcc.html>, 20. Dezember 1998, Washington 1998b.
- Fleck, A.: Hybride Wettbewerbsstrategien, Wiesbaden 1995.
- Frank, B.: Zur Ökonomie der Filmindustrie, Hamburg 1993.
- Fredericsson, St.; Perey, Chr.: Quality of Service for Multimedia Communications, in: NTQ, 1995, S.43-50.
- Freese, G.: Muxx greift an, in: Die Zeit, 1998, Nr. 37, www3.zeit.de/zeit/print/199837.digital-box_html.
- Frese, E.: Grundlagen der Organisation, Wiesbaden 1995(6).
- Friedman, J.: Game Theory with Applications to Economics, Oxford 1986.
- Gahl, A.: Die Konzeption strategischer Allianzen, Berlin 1991.
- Garey, N.H.: Elemente der Filmfinanzierung, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S. 159-169.
- Gaßmann, P.: Information und Wissen. Neue Chancen der Arbeitsgestaltung durch Multimedia, in: Haaren, K.v.; Hensche, D. (Hrsg.): Multimedia. Die schöne neue Welt auf dem Prüfstand, Hamburg 1995, S.95-102.
- Gaßner, R.; Kuom, M.; Schulz, B.: Multimedia im Privathaushalt, IZT Werkstattbericht Nr. 24, Berlin 1995.
- Geroski, P.; Gilbert, R.J.; Jacquemin, A.: Barriers To Entry And Strategic Competition, Chur, London, Paris, New York, Melbourne 1990.
- Geroski, P.A.: Market Dynamics And Entry, Oxford, Cambridge 1991.
- Gerpott, T.J.: Wettbewerbsstrategien im Telekommunikationsmarkt, Stuttgart 1996.
- Gerpott, T.J.; Heil, B.: Multimedia-Teleshopping, in: ZfB, 1996, S.1329-1340.
- Gerpott, T.J.; Hermann, H.: Supplier Groups and Strategies in Emerging Multimedia Market Segments, in: Elixmann, D.; Kürble, P. (Hrsg.): Multimedia - Potentials

and Challenges from an Economic Perspective, WIK Proceedings Nr. 5, Bad Honnef 1997.

- Gerybadze, A.: Innovation, Wettbewerb und Evolution, Tübingen 1982.
- Gerybadze, A.: Strategic Alliances and Process Redesign, Berlin, New York 1995.
- Gilbert, R.J.; Newberry, D.M.G.: Pre-Emptive Patenting And The Persistence Of Monopoly, University of Cambridge, Manuskript Cambridge 1979.
- Glanz, A.: Prognosen zur Multimedia-Marktentwicklung, in: Blind, S.; Hallenberger, G. (Hrsg.): Technische Innovation und die Dynamik der Medienentwicklung, Arbeitsheft Bildschirmmedien Nr. 63, Siegen 1996, S.82-91.
- Grogg, S.L.: Strategien für Beteiligungskapital bei FilmDallas, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S.171-178.
- Grossmann, G; Shapiro,C.: Informative Advertising with Differentiated Products, RES, 1984, S.63-82.
- Grundmann, B.: Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten im Wettbewerb, Baden-Baden 1990.
- Gutenberg, E.: Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre, Band II: der Absatz, Berlin, Heidelberg, New York 1973 (14), S.233-265.
- Haag, T.A.: Beteiligungsstrategien zur Erschließung von Innovationen, Wiesbaden 1995.
- Hamel, G.: Innovative Wettbewerbsbasis, in: Gibson, R. (Hrsg.): Rethinking the Future. So sehen Vordenker die Zukunft von Unternehmen, Landsberg 1997, S.123-148.
- Hammes, W.: Strategische Allianzen als Instrument der strategischen Unternehmensführung, Wiesbaden 1994.
- Harrigan, K.R., Harrigan, 1988a: Strategic Alliances and Partner Asymmetries, in Contractor, F.J.; Lorange, P.: Cooperative Strategies in International Business, Massachussets 1988, S.205-225.
- Harrigan, K.R., Harrigan, 1988b: Joint Ventures and Competitive Strategy, in: SMJ, 1988, S.141-158.
- Harrigan, K.R.; Newman, W.H.: Bases of Interorganization Co-operation: Propensity, Power, Persistence, in: JMS, 1990, S.417-430.
- Hauschildt, J.: Innovationsmanagement, München 1997(2).
- Heinrich, J.: Medienökonomie, Band 1: Mediensystem, Zeitung, Zeitschrift, Anzeigenblatt, Opladen 1994.
- Hennart, J.-F.: A Transaction Costs Theory of Equity Joint Ventures, in: SMJ, 1988, S.361-374.
- Herdzina, K.: Wettbewerbspolitik, Stuttgart, Jena 1993(4).
- Hering, K.; Bente, G.; Feist, A.: Wieviel Fernsehwerbung kann noch verarbeitet werden? Der Einfluß der Gesamtwerbemenge auf ausgewählte TV-Werbespots in Bezug auf Akzeptanz, physiologische Aktivierung und Erinnerungsleistung. Vortrag auf der Tagung der experimentell arbeitenden Psychologen (TEAP), Eichstätt 1996.
- Herrmann, G.: Rundfunkrecht. Fernsehen und Hörfunk mit Neuen Medien, München 1994.
- Heß, G.: Kampf um den Standard, Stuttgart 1993.
- Hildebrand, A.; Grosskopf, S.; Malkewitz, R.; Müller, W.; Ziegler, R.: Innovative Computertechnologie: Der medizinische Arbeitsplatz der Zukunft, in: PC, Nr.4, August 1996.
- Hinterhuber, H.H.: Strategische Unternehmensführung, Berlin 1984(3).
- Hinterhuber, H.H.: Wettbewerbsstrategie, Berlin, New York, 1990(2).

- Hirschman, A.O.: Abwanderung und Widerspruch. Reaktionen auf Leistungsabfall bei Unternehmungen, Organisationen und Staaten, Tübingen 1974.
- Hochrangige Gruppe für Audiovisuelle Politik: Das Digitale Zeitalter: Europäische audiovisuelle Politik, Straßburg 1998.
- Hoffmann-Burchardi, U.: Strategic Alliances as a Coordinative Regime for Industry Convergence in the Multimedia-Market, St. Gallen 1995.
- Hoffmann-Riem, W.: Pay-TV im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, Baden-Baden, Hamburg 1996.
- Hoffmann-Riem, W.: Rundfunkaufsicht im Ausland: Großbritannien, USA und Frankreich, Düsseldorf 1989.
- Hofmeir, St., Hofmeir, 1997a: Das d-box Network, in: Funkschau, 1997, Nr.2, S.58-60.
- Hofmeir, St., Hofmeir, 1997b: Digitales Fernsehen in Europa, in: Funkschau, 1997, Nr.1, S.58-62.
- Höft, U.: Lebenszykluskonzepte: Grundlagen für das strategische Marketing- und Technologiemanagement, Berlin 1992.
- Höing, M.: Interaktives TV - Tests, Projekte, Systeme, München 1994.
- Holtz-Bacha, Chr.: Development of the German Media Market: Opportunities and Challenges for U.S. Media Firms, in: JME, 1997, Nr.4, S.39-58.
- Hoskins, C.; Mirus, R.: Reasons For The US Dominance In The International Trade In Television Programmes, in: MCS, S.499-515.
- Hoyer, G; Rettig, M.: Grundlagen der mikroökonomischen Theorie, Düsseldorf (1984)2.
- Hünerberg, R.; Heise, G. (Hrsg.): Multi-Media und Marketing,
- Humphreys, P.: Das Rundfunksystem Großbritanniens, in: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1998/99, Baden-Baden, Hamburg 1998(26), S.B346-363.
- Hüwel, N.: Gesundheit aus der Steckdose - Telemedizin zwischen Vision und Wirklichkeit, in: BMWi (Hrsg.): Die Informationsgesellschaft. Fakten, Analysen, Trends, <http://www.bmwi-info2000.de/gip/fakten/zeitbild>, Bonn 1995.
- Independent Television Commission ITC (Hrsg.), ITC, 1995: ITC Receives Four Applications For Channel5, ITC News Release, 1995, Nr.32.
- Independent Television Commission ITC (Hrsg.), ITC, 1996: Programme Regulation On Commercial Television, London 1996.
- Independent Television Commission ITC (Hrsg.), ITC, 1997a: The Broadcasting Act 1996, ITC Notes, 1997, Nr.47.
- Independent Television Commission ITC (Hrsg.), ITC, 1997b: ITC Licence Fees, ITC News Release, 1997, Nr.101.
- Independent Television Commission ITC (Hrsg.), ITC, 1997c: Channel 4, ITC Notes 1997, Nr.29.
- Independent Television Commission ITC (Hrsg.), ITC, 1997d: ITC Announces its Decision to Award Multiplex Service Licences for Digital Terrestrial Television, ITC News Release, 1997, Nr.49.
- Independent Television Commission ITC (Hrsg.), ITC, 1997e: Digital Television, ITC Notes, 1997, Nr.40.
- Independent Television Commission ITC (Hrsg.), ITC, 1998a: Television Audience Share Figures, ITC News Release, 1998, Nr.100.
- Independent Television Commission ITC (Hrsg.), ITC, 1998b: Regulating Commercial TV, London 1998.

- Jaglom, H.: Der studio-unabhängige Filmemacher, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S. 81-89.
- Jevons, W.St.: Die Theorie der politische Ökonomie, Jena 1924.
- Johnson, L.L.: Toward Competition in Cable Television, Cambridge 1994.
- Johnson, L.L.; Castelman, D.R.: Direct Broadcast Satellites. A Competitive Alternative to Cable Television?, Santa Monica 1991.
- Johnson, L.L.; Reed, D.P.: Residential Broadband Services by Telephone Companies?, Santa Monica 1990.
- Joskow, P.L.: Vertical Integration and Long-Term Contracts: The Case of Coal-Burning Electric generating Plants. JLEO, 1985, S.33-80.
- Kaas, K.-P.: Marketing als Bewältigung von Informations- und Unsicherheitsproblemen im Markt, in: DBW, 1990, S. 539-548.
- Kaldor: The Economic Aspects of Advertising, RES, 1950, S.1-27.
- Kantzenbach, E.: Die Funktionsfähigkeit des Wettbewerbs, Göttingen 1966.
- Kantzenbach, E.; Krüger, M.: Zur Frage der richtigen Abgrenzung des sachlich relevanten Marktes bei der wettbewerbspolitischen Beurteilung von Unternehmenszusammenschlüssen, in: WW, 1990, Nr. 6, S.472-481.
- Keidel, H.: MEDIA und Eurimages - Stärkung des europäischen Films?, in: MP, 1998, Nr.1, S.19-29.
- Kellerer & Partner (Hrsg.): Medien-Jahrbuch 1993, Band 1: Medien & Märkte, Ulm 1993.
- Klein, B.: The Competitive Consequences Of Vertical Integration In The Cable Industry, Los Angeles 1989.
- Klein, B.; Crawford, R.G.; Alchian, A.A.: Vertical Integration, Appropriable Rents, And the Competitive Contracting Process, in: JLE, 1978, S.297-326.
- Kleinsteuber, H.J.: Das Rundfunksystem der USA, in: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1998/99, Baden-Baden, Hamburg 1998(24), S.C743-754
- Kleinsteuber, H.J.: Regulierung des Rundfunks in den USA, in: RuF, 1996, Nr.1, S.27-49.
- Kleinsteuber, H.J.: Unfaire Handelspraktiken oder Kulturpolitik ? in: MP, 1990, Nr.9, S.549-557.
- Klemmt, H.: Status und Zukunftsperspektiven bei der Einführung von ATM. ATM-Piloten der Telekom: Zielsetzungen, Meilensteine, Anwendungen, in: Konferenz „Die ATM-Evolution der Telekommunikation“, Hamburg 1995.
- Klimecki, R.G.; Gmür, M.: Strategie und Flexibilität, in: ZfO, 1997, Nr.4, S.206-212.
- Knott, P.: Prospects for Competition in the Local Loop, Cambridge 1995.
- Kogut, B.: A Study of the Life Cycles of Joint Ventures, in: MIR Special Issue, 1988b, S.39-52.
- Kogut, B.: Joint Ventures; Theoretical and Empirical Perspectives, in: SMJ, 1988a, S. 319-332.
- Kogut, B.; Singh, K.: Entering the United States by Joint Venture: Competitive Rivalry and Industry Structure, in: Contractor, F.J.; Lorange, P.: Cooperative Strategies in International Business, Massachusetts, 1988.
- Kotler, Ph.; Bliemel, M.: Marketing-Management, Stuttgart 1995(9).
- Kratz, H.: Welche Chancen hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk im Werbemarkt, in: MP 1997, Nr.9, S.487-493.
- Kravitz, S.M.: Business Affairs, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S. 229-241.

- Krelle, W.: Preistheorie, Tübingen 1961.
- Krüger, R.; Tetens, G.; Voß, A.: Markteintrittsmöglichkeiten und ordnungspolitische Alternativen für deutsche Kommunikationsnetzmärkte, Baden-Baden 1995.
- Krüger, U.M.: Positionierung öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehprogramme im dualen System, in: MP, 1991, Nr.5, S.303-332.
- Krüger, U.M.: Tendenzen in den Programmen der großen Fernsehsender 1985 bis 1995, in: MP, 1996, Nr.8, S.418-440.
- Kruse, J.: Die amerikanische Dominanz bei Film- und Fernsehproduktionen, in: RuF, 1994, Nr.2, S.184-199.
- Kruse, J.: Konzentration und Regulierung privater Fernsehanbieter, in: Kohl, H. (Hrsg.): Vielfalt im Rundfunk. Interdisziplinäre und internationale Annäherung, Frankfurt 1997, S.104-125.
- Kruse, J.: Märkte für Rundfunkprogramme, in: Mestmäcker, E.-J.: Offene Rundfunkordnung, Gütersloh 1988, S.275-308.
- Kruse, J.: Ordnungspolitik im Rundfunk, in: Schenk, M.; Donnerstag, J.(Hrsg.): Medienökonomie, Einführung in die Ökonomie der Informations- und Mediensysteme, Reihe Medienskripten, Beiträge zur Kommunikationsforschung Band 6, München 1989, S.77-111.
- Kruse, J.: Präferenztransfer und Kontroll-Wettbewerb in regulierten Unternehmen, JSW, 1982, S.367-394.
- Kruse, J.: Protektionismus bei audiovisuellen Dienstleistungen, in: Zohlhörer, W. (Hrsg.): Zukunftsprobleme der Weltwirtschaftsordnung, Berlin 1996, S.99-132.
- Kuhlmann, F.: Multimedia Communications: Technological Developments and Options, in: Elixmann, D.; Kürble, P. (Hrsg.): Multimedia - Potentials and Challenges from an Economic Perspective, WIK Proceedings Nr. 5, Bad Honnef 1997, S.13-42.
- Külp, B.: Freizeitökonomie, München 1983.
- Kundrun, B.: Pay-TV als Fernsehform der Zukunft. Schritte der Evolution, Vortrag auf der „Interactive Services '96, 27.-29. Februar 1996 in Hamburg.
- Kürble, P., Kürble, 1995a: Determinanten der Nachfrage nach multimedialen Pay-TV, WIK Diskussionsbeitrag Nr. 148, Bad Honnef 1995.
- Kürble, P., Kürble, 1995b: Multimedia-Pilotprojekte: Erste Ergebnisse, in: WIK-Newsletter, 1995, Nr.20, S.6-9.
- Kürble, P., Kürble, 1995c: Multimedia-Kooperationen am Beispiel us-amerikanischer Unternehmen, in: WIK-Newsletter, 1995, Nr.21, S.9-11.
- Kürble, P., Kürble, 1997a: Consumption of Mass Media: Analysis and Outlook, in: Elixmann, D.; Kürble, P. (Hrsg.): Multimedia - Potentials and Challenges from an Economic Perspective, WIK Proceedings Nr. 5, Bad Honnef 1997, S.149-178.
- Kürble, P., Kürble, 1997b: Branchenstrukturanalyse im Multimedia-Markt am Beispiel der Spielfilmbranche und der Branche der Programmveranstalter, in: WIK-Diskussionsbeitrag Nr. 172, Bad Honnef 1997.
- Kürble, P.: Multimedia: Interaktive Dienste für Privathaushalte, in: Gräbe, S.: Vernetzte Technik für private Haushalte, Frankfurt, New York 1996, S.101-114.
- Lacy, St.; Noh, G.Y.: Theory, Economics, Measurement, and the Principle of Relative Constancy, in: JME, 1997, Nr.3, S.3-16.
- Lancaster, K.: A New Approach To Consumer Theory, in: JPE, 1966, S.132-157.
- Lancaster, K.: Variety, Equity, and Efficiency, New York 1979.
- Latzer, M.: Mediamatik - Die Konvergenz von Telekommunikation, Computer und Rundfunk, Opladen 1997.

- Lederer, R.: Management: Die neuen Spielregeln, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S. 201-208.
- Lera, E.: Towards Multiservice Personal Communications: Perspectives for a Sector Structure Evolution, in: TP, 1996, Nr.7, S.481-496.
- Levitt, Th.: Exploit The Product Life Cycle, in: HBR, 1965, S.81-94.
- Lindstrom, A.: The business of interactive video, in: Telephony, 7.11.1994, S.6-14.
- Lindstrom, P.B.: The Internet: Nielsen's Longitudinal Research on Behavioral Changes in Use This Counterintuitive Medium, in: JME, 1997, Nr.2, S.35-40.
- MacNeil, I.R.: Contracts: Adjustment of Long-Term Economic Relations under Classical, Neoclassical, and Relational Contract Law, in: NULR, 1978, Nr.6, S.854-901.
- Mandel, S.: Ein Innovationspreis - und dann? Telearbeit bei der IBM, in: Haaren, K.v.; Hensche, D. (Hrsg.): Multimedia. Die schöne neue Welt auf dem Prüfstand, Hamburg 1995, S.103-110.
- Martin, D.R.: „New“ Cable-based Point-to-Point Telecom Services, in: NTQ, 1995, S.37-42.
- Maslansky P.: Der Line Producer, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S. 267-281.
- McCombs, M.E.: Mass Media In The Marketplace, in: Journalism Monographs, Nr.24, Lexington 1972.
- McFadyen, S.; Hoskins, C.; Finn, A.: Film And Television Co-Production In Australia, BTCE Occasional Paper Nr. 112, Canberra 1996.
- Medavoy, M.: Aus der Perspektive eines Chairman, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S.189-199.
- Medien Gruppe München (Hrsg.), MGM, 1996: Die Folgen der Media-Mergers in den USA, München 1996.
- Meffert, H.: Marketing, Wiesbaden 1998(8).
- Meffert, H.: Marketing-Management, Wiesbaden 1994.
- Meffert, H.; Bruhn, M.: Dienstleistungsmarketing, Wiesbaden 1997(2).
- Mestmäcker, E.-J.: Über den Einfluß von Ökonomie und Technik auf Recht und Organisation der Telekommunikation und der Elektronischen Medien, in: Mestmäcker, E.-J. (Hrsg.): Kommunikation ohne Monopole II, Baden-Baden 1995.
- Meyer, D.: Die Forschungs- und Entwicklungskooperation als strategische Allianz, in: WiSt, 1994, Nr.1, S.15-19.
- Mills, F.C. (1927), The Behavior of Prices, New York.
- Minderlein, M.: Markteintrittsbarrieren und Unternehmensstrategie, Wiesbaden 1989.
- Minoli, D.: Video Dialtone Technology, New York, San Francisco et. al. 1995.
- Mirow, M.: Strategische Allianzen zur Stärkung der Wettbewerbsposition, in: Sell, A. (Hrsg.): Neue Perspektiven für internationale Unternehmenskooperationen, Münster, Hamburg 1995, S.90-113.
- Monopolkommission (Hrsg.): Wettbewerbspolitik in Zeiten des Umbruchs, Hauptgutachten 1994/1995, Baden-Baden 1996.
- Monteverde, K.; Teece, D.J.: Supplier Switching Costs and Vertical Integration in the Automobile Industry, in: BJE, 1982, Nr.13, S.206-213.
- Monthey, D.; Bär, W; Altendorf, J., Scheele, U. (Hrsg.): Neue Medien Jahrbuch 1986, Hamburg 1986.

- Moschandreas, M.: The Role of Opportunism in Transaction Cost Economics, in: JEI, 1997, Nr.1, S.39-57.
- Müller, D.K.: Fernseherschauerforschung in Deutschland, in: MP 9/97, S.470-480.
- Müller, W.: Die Ökonomik des Fernsehens. Eine wettbewerbspolitische Analyse unter besonderer Berücksichtigung unterschiedlicher Organisationsformen, Göttingen 1979.
- Müller-Römer, F.: Digitales Fernsehen - Auswirkungen auf die Medienlandschaft, Vortrag auf der Jahrestagung der Fernseh- und Kinotechnischen Gesellschaft vom 16.-20. Mai 1994 in Nürnberg, Nürnberg 1994.
- Narver, J.C.: Conglomerate Mergers and Market Competition, Berkeley-Los Angeles, 1967.
- Nasko, H.: Informationsverbund in modernen Unternehmen, in: BMWi (Hrsg.): Die Informationsgesellschaft. Fakten, Analysen, Trends, <http://www.bmwinfo2000.de/gip/fakten/zeitbild>, Bonn 1995.
- Nelson, P.: Information And Consumer Behavior, in: JPE, 1970, S.311-329.
- Neumann, U.: Publizistischer versus ökonomischer Wettbewerb im Fernsehsektor. Eine wettbewerbstheoretische Analyse, Frankfurt am Main 1988.
- Nieschlag, R.; Dichtl, E.; Hörschgen, H.: Marketing, Berlin 1991(16).
- NII 2000 Steering Committee (Hrsg.), NII, 1996: The Unpredictable Certainty. Information Infrastructure through 2000, Washington 1996.
- Noam, E.M.: Media Americanization, National Culture, and Forces of Integration, in: Noam, E.M.; Millonzi, J.C.: The Interantional Market in Film and Television Programs, Norwood 1993, S.41-58.
- Noh, G.Y.: Consumer Support for Mass Media and Functional Relationship, Texas 1995.
- Noll, R.G.; Peck, M.J.; McGowan, J.J.: Economic Aspects Of Television Regulation, Washington 1973.
- o.V.● o.V., 1995● : Worldwide Television Market Base: The Global Set Count, in: Screen Digest, 1995, Nr.2, S.33-40
- o.V. , o.V., 1996a: Der Kupfer-Datenhighway, in: Funkschau, 1996, Nr.29, S.72-75.
- o.V. , o.V., 1996b● : Der digitale terrestrische Rundfunk, in: Funkschau, 1996, Nr. 20, S.36-39.
- o.V. , o.V., 1996c● : Die neue Astra-Familie, in: Funkschau, 1996, Nr.18, S.24-29.
- o.V. , o.V., 1996d● : Can Sony Connect With „The Cable Guy“, in: The Wall Street Journal Europe, 17. Juni 1996.
- o.V. , o.V., 1996e● : Werden TV-Stars unbezahlbar?, in: TV-Spielfilm, 1996, Nr.3, S.11-13.
- o.V. , o.V., 1996f● : Rekordpreis für Free-TV-Filmrechte, in: Handelsblatt, 31. Juli 1996.
- o.V. , o.V., 1996g● : Top Gun: European Bidding War Is Turning Hollywood Into a Digital-TV Star, in: The Wall Street Journal Europe, 17. Mai 1996.
- o.V. ● o.V., 1997a● : DVB Data Broadcasting, http://www.dvb.org/dvb_articles/dvb_datacasting.htm, 08. August 1997.
- o.V. , o.V., 1997b● : Consuming Movies: Pay TV eats into film spending cake, in: Screen Digest, 1997, Nr.1, S.9-16.
- o.V. , o.V., 1997c● : Film Production and Distribution: A Shifting Balance, in: Screen Digest, 1997, Nr.5, S.105-112.
- o.V. , o.V., 1997d● : World: Internet Penetration Forecasts, in: Screen Digest, 1997, Nr.11, S.264.

- o.V. , o.V., 1997e● : UK Pay TV: Preparing for the Digital Challenge, in: Screen Digest, 1997, Nr.12, S.277-280.
- o.V. , o.V., 1997f● : Mit Sport an die Macht: Bertelsmann und Kirch wollen mit ihren Übertragungsrechten den künftigen TV-Markt beherrschen, in: DIE ZEIT, Nr. 36, 1997.
- o.V., o.V., 1997g: European TV Programme Budgets: Acquisitions on the Rise, in: Screen Digest, 1997, Nr.4, S.81-85.
- o.V., o.V., 1997h: Television Film Rights: The European Market Heats up, in: Screen Digest, 1997, Nr.7, S.153-157.
- o.V., o.V., 1997i: European Video Software: A Maturing Market, in: Screen Digest, 1997, Nr.9, S.201-208.
- o.V., o.V., 1997j: World Cinema Market: Start fo the European Fightback, in: Screen Digest, 1997, Nr.8, S.177-184.
- o.V., o.V., 1997k: Digital Television: European Groupings Push into the Market, in: Screen Digest, 1997, Nr.10, S.225-232.
- o.V., o.V., 1998a: Multimedia Services and Products, in: Information Society Trends, 1998, Nr.82, <http://www.ispo.cec.be/ispo/press/>.
- o.V., o.V., 1998b: World Television, Cable and Satellite Homes 1995 - 1997, in: Screen Digest, 1998, Nr.5, S.111-112.
- o.V., o.V., 1998c: Australians Choose Digital Future with DVB-T, http://www.dvb.org/dvb_news/dvb_pr049.htm.
- o.V., o.V., 1998d: Multimedia Services and Products, in: Information Society Trends, 1998, Nr.79, <http://www.ispo.cec.be/ispo/press/>.
- o.V., o.V., 1998e: From Studio to Screen: The Majors' Integrated Strategy, in: Screen Digest, 1998, Nr.2, S.33-40.
- o.V., o.V., 1998f: World Film Production/Distribution: Economic Re-Structuring, in: Screen Digest, 1998, Nr.6, S.129-136.
- o.V., o.V., 1998g: Die neue TV-Saison hat keine Hits hervorgebracht, in: epd medien, 1998, Nr.2.
- o.V., o.V., 1998h: Van-Miert-Vorstellung mehrheitliche abgelehnt, in: epd medien, 1998, Nr.83.
- o.V. , o.V., 1998i: Aus für den Wetterkanal, in: epd medien, 1998, Nr.6.
- o.V. , o.V., 1998j: TV Meets the Internet: Making Convergence a Reality?, in: Screen Digest, 1998, Nr.3, S.57-64.
- o.V. , o.V., 1998k: TV Meets the Internet 2: Operating Systems and Alliances, in: Screen Digest, 1998, Nr.4, S.81-83.
- o.V., o.V., 1998l: US: Top Grossing Films in Relations to Budgets, in: Screen Digest, 1998, Nr.3, S.72.
- o.V.: Bericht zur Lage des Fernsehens für den Präsidenten der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 1990.
- o.V.: Degeto-Film GmbH: Langfristiger Lizenzvertrag mit MGM/UA, in: MP, 1984, Nr.2, S.157-158.
- o.V.: RTL Agrees \$240m Deal With Time Warner, in: Financial Times London, 04. September 1995.
- OECD (Hrsg.): Alternativ Local Loop Technologies: A Review, http://www.oecd.org/dsti/sti/it/cm/prod/e_96-181.htm, 07. Mai 1998, Paris 1996.
- OECD (Hrsg.): Telecommunications And Broadcasting: Convergence Or Collision?, Paris 1992.

- Oesterle, M.-J.: Probleme und Methoden der Joint Venture-Erfolgsbewertung, in: ZfB, 1995, Nr.9, S.987-1004.
- Opdemom, P.: Strategische Allianzen und Wettbewerb. Das Beispiel des US-Marktes für internationale Telekommunikation. Köln 1998.
- Oster, S.M.: Modern Competitive Analysis, New York et al 1994(2).
- Otto, M.: Homeshopping - eine virtuelle Einkaufswelt eröffnet sich zuhause, in: BMWi (Hrsg.): Die Informationsgesellschaft. Fakten, Analysen, Trends, <http://www.bmwi-info2000.de/gip/fakten/zeitbild>, 09. Juni 1997, Bonn 1995.
- Ouchi, W.G.: Markets, Bureaucracies, and Clans, in: ASQ, Nr.1, S.129-141.
- Owen, B.M.: Economics And Freedom Of Expression. Media Structure And The First Amendment. Cambridge 1975.
- Owen, B.M.; Beebe, J.H.; Manning, W.G.: Television Economics, Massachusetts, London, Toronto 1974.
- Owen, B.M.; Wildman, S.S.: Video Economics, Cambridge, London 1992.
- Paprottka, St.: Unternehmenszusammenschlüssen. Synergiepotentiale und ihre Umsetzungsmöglichkeiten durch Integration. Wiesbaden 1996.
- Pausch, R.; Callies, F.E.: Interaktive Medien Multimedia, Teletech NRW, Landesinitiative Telekommunikation Band 18, Düsseldorf 1993.
- Peteraf, M.A.: The Cornerstones of Competitive Advantage: A Resource-Based View, in: SMJ, 1993, S.179-191.
- Pethig, R.; Blind, S.: Programmformenentwicklung im Wettbewerbsprozeß: Innovations- und Imitationszyklen, in: Hallenberger, G. (Hrsg.): Neue Sendeformen im Fernsehen. Ästhetische, juristische und ökonomische Aspekte, Arbeitsheft Bildschirmmedien Nr. 54, Siegen 1995, S.57-78.
- Pettigrew, N.: Producer choice - ein Erfolgsrezept ?, in: MP, 1995, Nr.6, S.267-276.
- Picard, R.G.: Media Economics. Concepts and Issues, Newbury Park 1989.
- Picker, D.V.: Das Studio als Finanzier und Verleiher, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S.209-215.
- Picot, A.: Ein neuer Ansatz zur Gestaltung der Leistungstiefe, in: ZfbF, 1991, S.336-357.
- Picot, A.: Transaktionskostenansatz in der Organisationstheorie: Stand der Diskussion und Aussagewert, in: DBW, 1982, S.267-284.
- Picot, A.; Dietl, H.: Transaktionskostentheorie, in: WiSt, 1990, Nr.4, S.178-184.
- Picot, A.; Neuburger, R.: Application Potentials of Multimedia Services in the Firm, in: Elixmann, D.; Kürble, P. (Hrsg.): Multimedia - Potentials and Challenges from an Economic Perspective, WIK Proceedings Nr. 5, Bad Honnef 1997, S.179-202.
- Picot, A.; Reichwald, R.; Wigand, R.T.: Die grenzenlose Unternehmung: Information, Organisation und Management, Wiesbaden 1996(2).
- Pollak, S.: Der Regisseur, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S.43-58.
- Polon, M.: Technologie und Spielfilme in der Zukunft, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S.473-493..
- Porter, M.E.: Competitive Advantage - Creating And Sustaining Superior Performance, New York 1985.
- Porter, M.E.: Competitive Strategy, New York 1980.
- Porter, M.E.: The Competitive Advantage of Nations, New York 1990.
- Porter, M.E.: Wettbewerbsstrategie, Frankfurt 1997(9).

- Porter, M.E.: Wettbewerbsvorteile, Frankfurt 1996(4).
- Porter, M.E.; Fuller, M.B.: Koalition und globale Strategie, in: Porter, M.E. (Hrsg.): Globaler Wettbewerb, Wiesbaden 1989. S.363-399.
- Poth, L.G., Poth, G.S.: Marketing, München 1986.
- Prodoehl, H.G.: Filmpolitik und Filmförderung in Deutschland, in: MP, 1993, Nr.4, S.159-168.
- Programmkommission des ARD/ZDF-Kinderkanals (Hrsg.): Der Kinderkanal - Ziele und Programmphilosophie, in: MP, 1997, Nr.1, S.17-30.
- ProSieben (Hrsg.), ProSieben, 1998a: Zwischenbericht zum ersten Halbjahr 1998. Mit Bildern bewegen, Unterföhring 1998.
- ProSieben (Hrsg.), ProSieben, 1998b: ProSieben Pressemitteilung: ProSieben-Gruppe kauft Programmpaket für 680 Mio.DM, 19. August 1998.
- Puttnam, D.: Der Produzent, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S.29-41.
- Rath, H.: Neu Formen der internationalen Unternehmenskooperation, Hamburg 1990.
- Reimers, U.: Digital Video Broadcasting (DVB) the future of television, http://www.dvb.org/dvb_articles/dvb_physics.htm, 1998.
- Reiter, U.: Die Strategie der ARD im digitalen Zeitalter, in: MP, 1997, Nr.8, S.410-414.
- Remmerbach, K.-U.: Markteintrittsentscheidungen, Wiesbaden 1988.
- Reuff, H.E.: Die Position der ARD in der Fernsehwerbeplanung, in: MP, 1997, Nr.9, S.481-486.
- Richter, R.; Furubotn, E.: Neue Institutionenökonomik, Tübingen 1996.
- Ridder, C.-M.: Strukturen und Strategien der amerikanischen Programmindustrie, in: MP 1988, Nr.10, S.601-610.
- Ridder, C.-M.: Zukunftsstrategien der BBC, in: MP, 1993, Nr.4, S.150-158.
- Riehm, U.; Wingert, B.: Multimedia - Mythen, Chancen und herausforderungen, Arbeitsbericht Nr. 33 des Büros für Technikfolgen - Abschätzungen beim Deutschen Bundestag, Bonn 1995.
- Roberts, E.B.; Berry, Ch.A.: Entering new Businesses: Selecting Strategies for Success, in: SMR, 1985, S.3-17.
- Rogers, E.: Diffusion of Innovations, New York 1983(3).
- Saalbach, K.-P.: Das Konzept der Transaktionskosten in der Neuen Institutionenökonomik, Marburg 1996.
- Salop, S.C.(Hrsg.): Strategy, Predation, And Antitrust Analysis, Washington 1981.
- Sarkar, R.S.: Mit Allianzen in die Digitalisierung: Akteure, Interessen und Strategien, in: Kleinsteuber, H.J. (Hrsg.): Der „Information Superhighway“ Amerikanische Visionen und Erfahrungen, Opladen 1996, S.171-195.
- Schenk, M.; Donnerstag, J. (Hrsg.): Medienökonomie. Einführung in die Ökonomie der Informations- und Mediensysteme, München 1989.
- Scherer, F.M.: Industrial Market Structure And Economic Performance, Chicago 1980(2).
- Schmalensee, R.: Entry Deterrence In The Ready-To-Eat Breakfast Cereal Industry, in: BJE, 1978, Nr.2, S.305-327.
- Schmalensee, R.: Product Differentiation Advantages of Pionierung Brands, AER, 1982, S.349-365.
- Schmidt-Vogel, A.: Öffentlich-rechtliches Fernsehen im deutschen Werbemarkt aus der Sicht einer Agentur, in: MP, 1997, Nr.9, S.494-498.

- Schorlemer, A.v.: Strukturen und Tendenzen im Lizenzgeschäft, in: MP, 1993, Nr.11-12, S.537-548.
- Schuler-Harms, M.: Das Rundfunksystem der Bundesrepublik Deutschland, in: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1994/95, Baden-Baden, Hamburg 1994(22).
- Schumann, J.: Grundzüge der mikroökonomischen Theorie, Berlin et al. 1992(6).
- Schumann, J.: Grundzüge der mikroökonomischen Theorie, Heidelberg 1987(5).
- Segler, K.: Basisstrategien im internationalen Marketing, Frankfurt, New York 1989.
- Seidel, N.; Libertus, M.: Rundfunkökonomie, Wiesbaden 1993.
- Seidl-Hohenveldern, I.: Das Recht der Internationalen Organisationen einschließlich der Supranationalen Gemeinschaften, Köln et. al. 1984(4).
- Sell, A.: Neue Formen internationaler Unternehmenskooperationen und strategische Allianzen - Einführung -, in: Sell, A. (Hrsg.): Neue Perspektiven für internationale Unternehmenskooperationen, Münster, Hamburg 1995, S.81-89.
- Seufert, W.: Die Entwicklung des Wettbewerbs auf den Hörfunk- und Fernsehmärkten in der Bundesrepublik Deutschland, Berlin 1992.
- Siebke, J.: Preistheorie, in: Bender, D.; Berg, H., Cassel, D. et al.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Band 2, München 1985(2), S.57-118.
- Silver, J.M.: Der Autor und der Regisseur, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S.71-80.
- Simon, H.: Eintrittsbarrieren und Eintrittsstrategien im japanischen Markt, in: ZfbF, 1985, Nr.11, S.943-955.
- Simon, H.A.: Theories Of Decision-Making In Economics And Behavioral Science, in: AER, 1959, S.253-283.
- Sjurts, I.: Die deutsche Medienbranche: eine unternehmensstrategische Analyse, Wiesbaden 1996.
- Sjurts, I.: Strategien der größten Medienkonzerne der Welt, in: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen 1998/99, Baden-Baden, Hamburg 1998(26).
- Smith, A.: Der Wohlstand der Nationen, München 1983(3).
- Spiegel-Verlag (Hrsg.): Online-Offline, Hamburg 1996.
- Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (Hrsg.), SPIO, 1995: Filmstatistisches Taschenbuch 1995, Wiesbaden 1995.
- Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (Hrsg.), SPIO, 1998: Filmstatistisches Taschenbuch 1998, Wiesbaden 1998.
- Spraos, J.: The Decline Of Cinema, London 1962.
- Srivastava, R.K.; Alpert, M.J.; Shocker, A.D.: A Customer-Oriented Approach for Determining Market Structures, in: JOM, Nr.2, S.32-45.
- Stackelberg, H.v.: Marktformen und Gleichgewicht, Wien 1934.
- Steemers, J.: Der terrestrische Fernsehsektor in Großbritannien, in: MP, 1998, Nr.6, S.287-297.
- Steinmetz, R.; Nahrstedt, K.: Multimedia: Computing, Communications & Applications, New Jersey 1995.
- Stigler, G.: The Economics of Information, JPE, 1961, S.213-225.
- Stipp, H., Stipp, 1996a: Die Zukunft der Messung der Medien, in: Kreile, R. (Hrsg.), Medientage München, Band 1, München 1996, S.51-56.

- Stipp, H., Stipp, 1996b: Television in the Age of Digital Technologies: Early Research Findings from the USA, in: Blind, S.; Hallenberger, G. (Hrsg.): Technische Innovation und die Dynamik der Medienentwicklung, Arbeitsheft Bildschirmmedien Nr. 63, Siegen 1996, S.92-105.
- Stipp, H.: Die Entwicklung der Massenmedien in den USA 1980 bis 1990, in: MP, 1991, Nr.1, S.23-37.
- Stipp, H.: Wird der Computer die traditionellen Medien ersetzen?, in: MP, 1998, Nr.2, S.76-82.
- Stoetzer, M.-W.; Mahler, A.: Die Diffusion von Innovationen in der Telekommunikation, Berlin, Heidelberg et. al. 1995.
- Stott, J.: COFDM - The Magic of DVB-T, http://www.dvb.org/dvb_articles/dvb_magic.htm, 10. August 1997.
- Stuart, F.: The Effects Of Television On The Motion Picture And Radio Industry, Columbia University 1960.
- Sydow, J.: Strategische Netzwerke, Wiesbaden 1992.
- Teece, D.J.: Competition, Cooperation, and Innovation, JEBO, 1992, S.1-25.
- Terberger, E.: Neo-institutionalistische Ansätze, Wiesbaden 1994.
- Tewes; D.; Stoetzer, M.-W.: Der Wettbewerb auf dem Markt für zellularen Mobilfunk in der BRD, in: WIK- Diskussionsbeitrag Nr. 151, Bad Honnef 1995.
- Theuvsen, L.: Interne Organisation und Transaktionskostenansatz, in: ZfB, 1997, Nr.9, S.971-996.
- Thiermeyer, M.: Internationalisierung von Film und Filmwirtschaft, Köln, Weimar, Wien 1994.
- Thomas, P.: Die Substitutionskonkurrenz als Herausforderung für das Marketing, Berlin 1989.
- Tietz, B.: Marketing, Düsseldorf 1993(3).
- Tirole, J.: The Theory Of Industrial Organization, Cambridge, London 1990(4).
- Vanston, L.K.: forcats for Advanced Video Services, in: NTQ, 1996, S.44-49.
- Vidal, M.: Wettbewerbsstrategien für Pionierunternehmen, Wiesbaden 1993.
- Vizjak, A.: Wachstumspotentiale durch strategische Partnerschaften, München 1990.
- Vogel, H.L., Vogel, 1995a: Entertainment Industry Economics, Cambridge 1995(3).
- Vogel, H.L., Vogel, 1995b: Die Finanzanalyse von Filmgesellschaften, in: Squire, J.E.: Movie Business Book, Deutsche Ausgabe, Köln 1995, S. 181-186.
- Waldenberger, F.: Vertikale Integration von Unternehmen, Köln 1991.
- Walker, G.; Poppo, L.: Profit Centers, Single-Source Suppliers, and Transactions Costs, in: Allen, Th.J., Morton, S.; Michael, S.: Information Technology and the Corporation of the 1990s", New York, Oxford 1994, S.298-319.
- Walker, G.; Weber, D.: A Transaction Cost Approach To Make-Or-Buy-Decision, in: ASQ, 1984, Nr.3, S.373-391.
- Waning, Th.: Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien im globalen Wettbewerb, Münster, Hamburg 1994.
- Wasko, J.: Hollywood, neue Technologien und internationale Finanzierung: eine Formel für finanziellen Erfolg, in: MP, 1985, Nr.3, S.224-231.
- Weiber, R.: Diffusion von Telekommunikation. Problem der kritischen Masse, Wiesbaden 1992.
- Weizsäcker, C.C.v.: Barriers To Entry. A Theoretical Treatment, Berlin, Heidelberg 1980.

- Welfens, P.J.J.; Pelzel, R.: Strategic Potentials of Broadband Network infrastructure and their Exploitation, in: Elixmann, D.; Kürble, P. (Hrsg.): Multimedia - Potentials and Challenges from an Economic Perspective, WIK Proceedings Nr. 5, Bad Honnef 1997, S.109-136.
- Weling, F.: Geht uns die Arbeit aus? Die Informationstechnologie verändert die Arbeitsstrukturen, in: BMWi (Hrsg.): Die Informationsgesellschaft. Fakten, Analysen, Trends, <http://www.bmwi-info2000.de/gip/fakten/zeitbild>, Bonn 1995.
- Werner, A.; Becker, A.: Multimedia - Das Objekt und seine Entwicklung, in: Ludes, P.; Werner, A. (Hrsg.): Multimedia-Kommunikation: Theorien, Trends und Praxis, Opladen 1997, S.87-104.
- Wernerfelt, B.: A Resource-based View of the Firm, in: SMJ, 1984, S.171-180.
- Widlok, P.: USA: Public Broadcasting vor dem Aus?, in: MP, 1995, Nr.6, S.282-289.
- Wieck, R.: Das Wettbewerbsverhältnis von öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkanbietern, in: Mestmäcker, E.-J.(Hrsg.): Offene Rundfunkordnung, Gütersloh 1988.
- Wieland, B.W.: Programmviefalt auf einem liberalisierten deutschen Fernsehmarkt ? Eine Studie im Auftrage der Expertenkommission „Neue Medien“ (EKM) erstellt vom DIW, Berlin 1980.
- Wild, Chr. Fernsehen und Video: Zwei Medien ergänzen sich, in: MP, 1988, Nr.7, S.447-458.
- Wildman, S.S.; Siwek, S.E.: The Economics Of Trade In Recorded Media Products In A Multilingual World: Implications for National Media Policies, in: Noam, E.M.; Millonzi, J.C.: The International Market In Film And Television Programs, New Jersey 1993, S.13-40.
- Williamson, O.E.: Die ökonomischen Institutionen des Kapitalismus. Unternehmen, Märkte, Kooperationen, 1990.
- Williamson, O.E.: Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations, in: Barney, J.B.; Ouchi, W.G. (eds.): Organizational Economics, San Francisco, London 1986, S.98-129.
- Williamson, O.E.: Transaction-Cost Economics: The Governance of Contractual Relations, JLE, 1979, S.233-261.
- Willms, M.: Strukturpolitik, in: Bender, D.; Berg, H., Cassel, D. et al.: Vahlens Kompendium der Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik, Band 2, München 1985(2), S.361-400.
- Winckler, K.: USA - Analyse eines Unterhaltungsoligopols, Arbeitsgemeinschaft für Kommunikationsforschung e.V. (Hrsg.): Kommerzielles Fernsehen in der Medienkonkurrenz Band 4, Berlin 1984.
- Windsperger, J.: The Evolution of the Vertically Integrated Firm: A Transaction Cost Analysis, in: Aiginger, K.; Finsinger, J. (eds.): Applied Industrial Organization, Dordrecht, Boston, London 1994, S.111-130.
- Windsperger, J.: Transaktionskosten in der Theorie der Firma, in: ZfB, 1983, S.889-903.
- Windsperger, J.: Transaktionskosten und das Organisationsdesign von Koordinationsmechanismen, in: Boettcher, E., Herder-Dorneich, P., Schenk, K.-E. (Hrsg.): Jahrbuch für Neue Politische Ökonomie, 4. Band, Tübingen 1985, S.199-218.
- Windsperger, J.: Zur Methode des Transaktionskostenansatzes, in: ZfB, 1987, S.59-76.
- Wirtz, B.W.: Neue Medien, Unternehmensstrategien und Wettbewerb im Medienmarkt, Frankfurt a.M. 1994.
- Witte, E.: Neue Fernsehnetze im Medienmarkt - Die Amortisationsfähigkeit von Breitbandverteilsnetzen, Heidelberg 1984.

- Witte, E.: Organisation für Innovationsentscheidungen das Promotoren-Modell, Göttingen 1973.
- Woborschil, W.: Media-Server, in: Funkschau, 1996, Nr.20, S.60-61.
- Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München 1990(17).
- Wöhe, G.: Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, München 1996(19).
- Wolfrum, B.: Strategisches Technologiemanagement, Wiesbaden 1994(2).
- Wood, D.: The DVB Project: Philosophy and core system, http://www.ebu.ch/bmc_ibc.htm, 22. August 1998.
- ZDF (Hrsg.): Jahrbuch 1994, Mainz 1995.
- ZDF (Hrsg.): Jahrbuch 1995, Mainz 1996.
- Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (Hrsg.): Werbung in Deutschland, Bonn 1998.
- Zimmer, J., Zimmer, 1998a: Fernsehempfang: In Zukunft Satellit vor Kabel?, in: MP, 1998, Nr.7, S.352-366.
- Zimmer, J., Zimmer, 1998b: Auftrieb für fiktionale Fernsehproduktion in Deutschland, in: MP, 1998, Nr.1, S.2-14.