

Literaturverzeichnis „Finanzierung und Ökonomie“

- Altmeppen, Klaus-Dieter (Hrsg.) 1996: Ökonomie der Medien und des Mediensystems. Grundlagen, Ergebnisse und Perspektiven medienökonomischer Forschung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Altrogge, Michael / Donsbach, Wolfgang / Schabedoth, Eva 2004: Lokal-TV zwischen Programmakzeptanz und Werbemarkt. Berlin: Vistas.
- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (Hrsg.) 2008: Digitalisierungsbericht 2008. Berlin: Vistas.
- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (Hrsg.) 2008: Wirtschaftliche Lage des Rundfunks in Deutschland 2006. Berlin: Vistas.
- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (Hrsg.) 2009: Digitalisierungsbericht 2009. Berlin: Vistas.
- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten 2007: ALM Jahrbuch 2006. Berlin: Vistas.
- Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland (ALM) (Hrsg.) 2010: ALM Jahrbuch 2009/2010 – Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland. Berlin: Vistas.
- Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) 2007: ARD-Jahrbuch 07. Baden-Baden.
- ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH (ASS): Media Perspektiven Basisdaten 2016. Online unter: https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Media_Perspektiven_Basisdaten_2016_Inhalt_komplett.pdf.
- ARD-Werbung SALES & SERVICES GmbH (ASS): Media Perspektiven Basisdaten 2019. Online unter: https://www.ard-werbung.de/fileadmin/user_upload/media-perspektiven/Basisdaten/Media_Perspektiven_Basisdaten_2019_mit_Verkuepfung.pdf.
- ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice (rundfunkbeitrag.de) 2020: Über den Beitragsservice. Online unter: https://www.rundfunkbeitrag.de/der_rundfunkbeitrag/beitragsservice/index_ger.html.
- Beck, Hanno 2005: Medienökonomie. Print, Fernsehen und Multimedia. Berlin, Heidelberg: Springer.
- Birkel, Mathias / Buchwald, Roman (Hrsg.) 2008: IPTV 2012. Marktpotenziale für IP-basiertes Fernsehen in Deutschland. Berlin: Goldmedia.
- Broszeit, Jörg 2007: IPTV und Interaktives Fernsehen. Grundlagen, Marktübersicht, Nutzerakzeptanz. Saarbrücken: Vdm Verlag Dr. Müller.
- Friederichsen, Mike / Friedrichsen, Syster (Hrsg.) 2004: Fernsehwerbung – quo vadis? Auf dem Weg in die digitale Medienwelt. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Gemeinsame Stelle Digitaler Zugang der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten 2007: Digitalisierungsbericht 2007. Berlin.
- Goldhammer, Klaus / Lessig, Michael 2005: Call Media. Mehrwertdienste in TV und Hörfunk. Band 59 BLM-Schriftenreihe. München: R. Fischer.
- Goldhammer, Klaus / Lessig, Michael 2005: Teleshopping in Deutschland. Wie es funktioniert, wer es nutzt und warum es so erfolgreich ist. Berlin: Vistas.
- Hachmeister, Lutz / Rager, Günter (Hrsg.) 2005: Wer beherrscht die Medien? Die 50 größten Medienkonzerne der Welt. München: Beck.

Hickethier, Knut 1991: Die Zugewinnsgemeinschaft. Zum Verhältnis von Film und Fernsehen in den sechziger und siebziger Jahren. In: Hilmar Hoffmann / Walter Schobert (Hrsg.): Abschied von Gestern. Bundesdeutscher Film der sechziger und siebziger Jahre. Frankfurt a. M.: Deutsches Filmmuseum, S. 190-211.

Hickethier, Knut 1998: Geschichte des deutschen Fernsehens. Stuttgart, Weimar: Metzler
Holzweißig, Gunter 2002: Die schärfste Waffe der Partei. Eine Mediengeschichte der DDR. Köln: Böhlau.

Institut für Medien- und Kommunikationspolitik gGmbH 2020: Mediendatenbank. Ranking - Die zehn größten deutschen Medienkonzerne 2018. Online unter: www.mediadb.eu/datenbanken/deutsche-medienkonzerne.html.

Jarren, Otfried 1999: Medienregulierung in der Informationsgesellschaft. In: Publizistik 44.Jg.(1999), S. 149-164.

Johansson, Anja 2001: Product Placement in Film und Fernsehen. Berlin: Mensch & Buch
Karstens, Eric / Schütte, Jörg 2005: Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Karstens, Eric 2006: Fernsehen digital. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) (Hrsg.) 2006: Medienrelevante verwandte Märkte in der rundfunkrechtlichen Konzentrationskontrolle. Auswahl, Messung und Bewertung. Berlin: Vistas.

Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) 2020: Fernsehnutzung. Online unter: <https://www.kek-online.de/medienkonzentration/mediennutzung/fernsehnutzung/>.

Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) 2016: 20. Bericht. Online unter: https://kef-online.de/fileadmin/KEF/Dateien/Berichte/20_Bericht.pdf.

Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) 2020: 20. Bericht. Online unter: https://kef-online.de/fileadmin/KEF/Dateien/Berichte/22_Bericht.pdf.

Landesmedienanstalten (Hrsg.) 2007: Crossmediale Verflechtungen als Herausforderung für die Konzentrationskontrolle. Berlin: Vistas.

Liebscher, Julia 2006: Pay-TV im deutschen digitalen Fernsehmarkt. Saarbrücken: Vdm Verlag Dr. Müller.

Neumann, Ingo 1998: Pay-TV in Deutschland. Markteintritts- und Wettbewerbsbedingungen für neue Anbieter. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.

Sjurts, Insa 2005: Strategien in der Medienbranche. Grundlagen und Fallbeispiele. 3. Auflage. Wiesbaden: Gabler.

Statista.de 2020: Anzahl der Mahnmaßnahmen (ohne Vollstreckungen) des ARD ZDF Deutschlandradio Beitragsservice (bis 2012 GEZ) in den Jahren 2005 bis 2019. Online unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/196115/umfrage/mahnmassnahmen-der-gez-seit-2005/>.

Steigleder, Carsten 2007: Geschäftsmodelle für Mobile TV. Saarbrücken: Vdm Verlag Dr. Müller.

Stein, Rainer 2000: Vom Fernsehen und Radio der DDR zur ARD. Die Entwicklung und Neuordnung des Rundfunkwesens in den Neuen Bundesländern. Marburg: Tectum.

Verband privater Medien (VAUNET) 2020: Key Facts zum Fernsehmarkt. Online unter: <https://www.vau.net/marktentwicklung/content/key-facts-fernsehmarkt>.

Verband privater Medien (VAUNET) 2019: VAUNET-Prognose zum Medienmarkt in Deutschland 2019. Online unter: <https://www.vau.net/pressemitteilungen/content/vaunet-prognose-medienmarkt-deutschland-2019-0>.

Verband privater Medien (VAUNET) 2020: Key Facts zum Fernsehmarkt. Online unter: <https://www.vau.net/marktentwicklung/content/key-facts-fernsehmarkt>.

Wengenroth, Kai 2006: Neue Erlösformen im deutschen Fernsehen. Entwicklung und Zukunft der Fernsehfinanzierung. Saarbrücken: Vdm Verlag Dr. Müller.

Wojahn, Jörg 1999: Konzentration globaler Medienmacht und das Recht auf Information. Frankfurt a. M.: Lang.

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW e.V.) (Hrsg.) 2007: Werbung in Deutschland 2007. Berlin: edition ZAW.

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW e.V.) 2020: Netto-Werbeeinnahmen der Medien 2019. Online unter: <https://zaw.de/branchendaten/netto-werbeeinnahmen-der-medien/>.

Zweites Deutsches Fernsehen 2008: ZDF-Jahrbuch 2007. Mainz.