

Publikationen

A. Selbständige Schriften

Kontrolle, Controlling und Unternehmensführung - Theoretische Grundlagen und Problemlösungen für das operative und strategische Management, Wiesbaden 1995 (Gabler Verlag).

Die deutsche Medienbranche - Eine unternehmensstrategische Analyse, Wiesbaden 1996 (Gabler Verlag).

Kollektive Unternehmensstrategie - Grundfragen einer Theorie kollektiven strategischen Handelns, Wiesbaden 2000 (Gabler Verlag).

Strategien in der Medienbranche, 2., vollständig überarbeitete und erweiterte Aufl., Wiesbaden 2002 (Gabler Verlag).

Der Mobilfunkmarkt im Umbruch - Eine strategische und innovationsökonomische Analyse (mit E. Gerum und N. Stieglitz), Wiesbaden Herbst 2003 (Gabler Verlag).

Strategien in der Medienbranche, 3., vollständig überarbeitete und erweiterte Aufl., Wiesbaden 2004 (Gabler Verlag).

Medienmanagement, Berlin 2004 (Deutscher Fachjournalisten-Verband).

Gabler Kompakt-Lexikon Medien, Wiesbaden 2006 (Gabler Verlag).

Auslaufmodell Fernsehen? Perspektiven in der digitalen Medienwelt, Wiesbaden 2008 (Gabler Verlag).

Lexikon der Medienwirtschaft - Ökonomische, kommunikationswissenschaftliche, juristische und technische Grundbegriffe, 2. Aufl., Wiesbaden 2011 (Gabler Verlag)

Frauenkarrieren in der Medienbranche – Auf was es ankommt, Wiesbaden 2014 (Springer Gabler)

Zehn Jahre sind ein Jahr – Kernthemen der medienwirtschaftlichen Forschung der letzten Dekade, Baden-Baden 2014 (Nomos Verlagsgesellschaft)

B. Herausgebertätigkeit

1. Bücher

Sicherung der Meinungsvielfalt in Zeiten des Umbruchs, Bericht der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) über die Entwicklung der Konzentration und über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk, Berlin 2003 (Vistas Verlag) (mit D. Dörr et al.).

Strategische Optionen in der Krise. Wie Medienunternehmen den Wandel bewältigen, München Sommer 2004 (Verlag Reinhard Fischer).

Crossmediale Verflechtungen als Herausforderung für die Konzentrationskontrolle, Bericht der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) über die Entwicklung der Konzentration und über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk, Berlin 2007 (Vistas Verlag) (mit Dörr et al.).

Auf dem Weg zu einer medienübergreifenden Vielfaltssicherung, Bericht der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) über die Entwicklung der Konzentration und über Maßnahmen zur Sicherung der Meinungsvielfalt im privaten Rundfunk, Berlin 2010 (Vistas Verlag) (mit Lübbert et al.).

2. Zeitschriften/Periodika

Zeitschrift Führung + Organisation - Schriftleitung 1996 - 2000 (mit M. Gaitanides).

CD-ROM Medienmanagement - Die aktuelle Medienliteratur im systematischen Überblick, Flensburg 2001 - 2003.

Diskussionsbeiträge zum Medienmanagement, Flensburg 2001ff.

Zeitschrift MedienWirtschaft (Nomos Verlag, seit 2006 New Business Verlag), seit 2003 (mit M. Gläser, T. Hess und F. Lobigs).

C. Aufsätze in Zeitschriften und Sammelwerken

Multinationale Unternehmen und Ethik. In: Dierkes, M./Zimmermann, K. (Hrsg.): Ethik und Geschäft, Frankfurt/Main 1991, S. 159-186 (mit N. Kumar).

Wettbewerbsvorteile durch Prozeßmanagement. Eine ressourcenorientierte Analyse. In: Corsten, H./Will, T. (Hrsg.): Unternehmensführung im Wandel, Stuttgart, Berlin und Köln 1995, S. 61-82 (mit M. Gaitanides).

Multinational Corporations and Ethics. A Conceptual Framework. In: Mangaliso, M./Palmer, D.D. (Hrsg.): Managing in a Global Economy VI, Proceedings of the Sixth International Conference of the Eastern Academy of Management, Singapore 1995, S. 61-65.

Wettbewerb und Unternehmensstrategie in der Medienbranche. Eine industrie-ökonomische Analyse. In: Altmeppen, K.-D. (Hrsg.): Ökonomie der Medien und des Mediensystems, Opladen 1996, S. 53-80.

Differenzierung durch Standardisierung - Unternehmensstrategie im Hörfunkmarkt. In: Zeitschrift Führung + Organisation 65 (1996), S. 350-355.

Strategische Gruppen und Unternehmenserfolg im Zeitschriftenmarkt. In: *Wirtschaftswissenschaftliches Studium* 26 (1997), S. 261-264.

The German television industry: Strategies in a highly competitive setting. In: Shamsie, J. (Hrsg.): *Cultural industries*, New York 1997.

Strategien der größten Medienkonzerne der Welt. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen*, Baden-Baden und Hamburg 1998, S. 28-38.

Kontrolle ist gut, ist Vertrauen besser? Ökonomische Analysen zur Selbstorganisation als Leitidee neuer Organisationskonzepte. In: *Die Betriebswirtschaft (DBW)* 58 (1998), S. 283-298.

Kooperation und Konkurrenz bei kollektivem strategischen Handeln. In: *Die Betriebswirtschaft (DBW)* 59 (1999), S. 707-712.

Chancen und Risiken im globalen Medienmarkt - Die Strategien der größten Medien-, Telekommunikations- und Informationstechnologiekonzerne. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Handbuch für Hörfunk und Fernsehen*, Baden-Baden und Hamburg 2000, S. 28-41.

- Opportunities and risks in the global media market. Strategies of the major players in the media, telecommunications and information technology sectors. In: Hans-Bredow-Institute for Media Research (Hrsg.): *Radio and television Systems in Europe 2000/2001*, Strasbourg 2000, S. 55-66.
- Chances et risques sur le marché mondial du multimédia: Les stratégies des principaux groupes de médias, télécommunications et technologies de l'information. In: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung (Hrsg.): *Système de radio et télévision en Europe 2000/2001*, Strasbourg 2000, S. 57-69.

Die Fusion AOL-Time Warner: Eine strategietheoretische Erklärung. In: *Zeitschrift Führung + Organisation* 69 (2000), S. 128-138.

Wettbewerb und technologischer Fortschritt im deutschen Fernsehmarkt 2000: Eine unternehmensstrategische Analyse. In: Kruse, J. (Hrsg.): *Ökonomische Perspektiven des Fernsehens in Deutschland*, München 2000, S. 123-147.

Strategies in the global media market: Patterns of action, approaches for explanation and prospects for success. In: *Proceedings of the 12th International Conference on Cultural Economics*, Rotterdam 2002.

Integration der Wertschöpfungsketten in der globalen Medienbranche - Eine strategietheoretische Erklärung. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): *Internationales Medienhandbuch 2002/2003*, Baden-Baden 2002, S. 75-87.

Similarity despite variety. An economic explanation of the tendency towards standardization in the media market, using Germany as an example. In: *Proceedings of the 5th World Media Economics Conference*, Turku 2002.

Strategies in the global media market: Empirical results and theoretical explanation. In: *Proceedings of the ANZAM/IFSAM 6th World Congress*, Gold Coast/Queensland 2002.

Cross-Media-Strategien in der deutschen Medienbranche. In: Müller-Kalthoff, B. (Hrsg.): Cross-Media-Management, Berlin, Heidelberg und New York 2002, S. 3-18.

Medienmanagement. In: Bentele, G./Brosius, H.-B./Jarren, O. (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation, Opladen 2003, S. 523-538.

Strategien im Markt für Anzeigenblätter. In: Brösel, G./Keuper, F. (Hrsg.): Medienmanagement. Aufgaben und Lösungen, München und Wien 2003, S. 327-342 (mit W. Kanstinger).

Outsourcing - theoretische Grundlagen. In: Achenbach, W./Moormann/Schober, H. (Hrsg.): Sourcing und Deconstruction in der Bankwirtschaft - Stand und Perspektiven des Outsourcing, Frankfurt 2004, S. 3-22 (mit N. Stieglitz).

Think global, act local. Internationalisierungsstrategien deutscher Medienkonzerne. In: Aus Politik und Zeitgeschichte (2004), H. 15, S. 22-29.

Organisation der Contentproduktion. Strategische Alternativen aus organisatorischer Sicht. In: Sydow, J./Windeler, A. (Hrsg.): Organisation der Content-Produktion, Wiesbaden 2004, S. 18-36.

Einfalt trotz Vielfalt in den Medienmärkten: Eine ökonomische Erklärung. In: Friedrichsen, M./Seufert, W. (Hrsg.): Effiziente Medienregulierung, Baden-Baden 2004, S. 71-87.

Der Markt wird's schon richten!? Medienprodukte, Medienunternehmen und die Effizienz des Marktprozesses. In: Altmeppen, K.-D./Karmasin, M. (Hrsg.): Medien und Ökonomie, Bd. 2: Problemfelder der Medienökonomie, Opladen 2004, S. 159-181.

Outsourcing und Insourcing. In: Schreyögg, G./Werder, A. v. (Hrsg.): Handwörterbuch Unternehmensführung und Organisation, 4. Aufl., Stuttgart 2004, S. 1108-1114.

Medienkrise und Unternehmensstrategien der Global Player: Persistenz vs. Dekonstruktion der Wertschöpfungsketten. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Medienhandbuch 2004/2005, Baden-Baden 2004, S. 100-111.

98 Stichworte zu den Themenbereichen Contentproduktion, Contentkombination und Distribution von Medienprodukten. In: Sjurts, I. (Hrsg.): Lexikon der Medienwirtschaft, Wiesbaden 2004.

Medienmanagement. In: Gabler Wirtschaftslexikon, Wiesbaden 2004, S. 2013-2016.

Media Management: Research and teaching at German universities, International Media Management Academic Forum, Chicago 2004.

Industry convergence and the transformation of the mobile telecommunications system of innovations, 15th IST Biennial Conference, Berlin 2004 (mit E. Gerum und N. Stieglitz).

Vom Mono-Erlösmodell zur multiplen Erlösstruktur. Handlungsoptionen im deutschen Fernsehmarkt 2003. In: Radke, P./Ottler, S. (Hrsg.): Aktuelle Strategien von Medienunternehmen - Ergebnisse der Ravensburger Mediengespräche, Ravensburg 2004, S. 33-43.

Medienmanagement. In: Weischenberg, S./Kleinsteuber, H. J./Pörksen, B. (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien, Konstanz 2005, S. 246-250.

Internationalisierungsstrategien deutscher Medienkonzerne. In: Budäus, D. (Hrsg.): Governance von Profit- und Nonprofit-Organisationen in gesellschaftlicher Verantwortung, Wiesbaden 2005, S. 165-182.

Medienrelevante verwandte Märkte. In: Medienwirtschaft (2007), S. 42-46 (mit B. Malzanini).

Zwischen Konsolidierung und Wachstum: Die Strategien der größten Medienkonzerne der Welt am Ausgang der Medienkrise. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.): Internationales Handbuch Medien, 28. Aufl., Baden-Baden (2009), S. 89-104.

Medienmanagement. In: Gabler Wirtschaftslexikon, online im Internet: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/72010/medienmanagement-v5.html> (2009).

Internationalisierungsstrategien deutscher Medienkonzerne. In: Medienwirtschaft 7 (2010), H. 2, S. 12-22 (mit M. Strube).

Nationale Märkte und multimedia Alleskönner: Eine Herausforderung für die Sicherung der Meinungsvielfalt. In: Institut für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht (ITM) (Hrsg.): Vom Bau des digitalen Hauses, Berlin 2010, S. 209-218.

Auf dem Weg zu einer medienübergreifenden Vielfaltssicherung - Der vierte Medienkonzentrationsbericht der KEK. In: Medienwirtschaft 7 (2010), H. 4, S. 32-42.

D. Sonstiges

Rezension zu "Bühner, R.: Strategie und Organisation, 2. Aufl., Wiesbaden 1993".
In: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung 48 (1996), S. 83-84.

Rezension zu "Hahn, D.: PuK-Controllingkonzepte, 5. Aufl., Wiesbaden 1995".
In: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung 49 (1997), S. 490-491.

Rezension zu "Volberda, H. W.: Building the flexible firm. How to remain competitive, New York 1998". In: Management Revue 1999, H. 4, S. 239-242.

Rezension zu "Schumann, M./Hess, T. (Hrsg.): Medienunternehmen im digitalen Zeitalter, Wiesbaden 1999". In: Medien & Kommunikationswissenschaft 48 (2000), S. 443-444.

Rezension zu "Wirtz, Bernd W.: Medien- und Internetmanagement, Wiesbaden 2000". In: Management Revue 2001, H. 3, S. 274-277.

Rezension zu "Hejl, Peter M./Stahl, Heinz K. (Hrsg.): Management und Wirklichkeit. Das Konstruieren von Unternehmen, Märkten und Zukünften, Heidelberg 2000".
In: Zeitschrift Führung und Organisation 70 (2001), H. 5, S. 322-323.

Rezension zu "Croteau, David/Hoynes, William: The Business of Media. Corporate Media and the Public Interest, London und New Delhi 2001". In: Management Revue 2002, H. 2, S. 105-109.