

## Literaturverzeichnis

- Adams, W. J./Yellen, J. L. (1976): Commodity Bundling and the Burden of Monopoly, in: Quarterly Journal of Economics, Jg. 90, Nr., S. 475–498.
- Adler, M. (1985): Stardom and Talent, in: American Economic Review, Jg. 75, Nr. 1, S. 208-212.
- Albarran, A. B. (2006): Historical Trends and Patterns in Media Management Research, in: Albarran, A. B./Chan-Olmsted, S. M./Wirth, M. O.: Handbook of Media Management and Economics, Mahwah, NJ, S. 3-21.
- Albarran, A. B. (1996): Media economics: understanding markets, industries and concepts, Ames, IA.
- Albarran, A. B./Chan-Olmsted, S. M./Wirth, M. O. (2006): Handbook of Media Management and Economics, Mahwah, NJ.
- Albarran, A. B./Gormly, R. K. (2004): Strategic Responses or Strategic Blunder? Examining the Mergers of AOL Time Warner and Vivendi Universal, in: Picard, R. G.: Strategic Responses to Media Market Changes, Jönköping, S. 35-45.
- Albert, H. (2000): Kritischer Rationalismus: vier Kapitel zur Kritik illusionären Denkens, Tübingen.
- Allen, F./Santomero, A. M. (1998): The Theory of Financial Intermediation, in: Journal of Banking and Finance, Jg. 21, Nr. 11/12, S. 1461-1485.
- Alpert, J. (1982): The Effect of Disc Jockey, Peer, and Music Teacher Approval of Music on Music Selection and Preference, in: Journal of Research in Music Education, Jg. 30, Nr. 3, S. 173-186.
- Altig, U./Clement, M. (2005): Marktübersicht und Marktentwicklung der Musikindustrie, in: Clement, M./Schusser, O.: Ökonomie der Musikindustrie, Wiesbaden, S. 15-24.
- Altinkemer, K./Bandyopadhyay, S. (2000): Bundling and Distribution of Digitized Music Over the Internet, in: Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, Jg. 10, Nr. 3, S. 209–224.
- Anding, M./Hess, T. (2003): Was ist Content? Zur Definition und Systematisierung von Medieninhalten, Arbeitspapiere des Instituts für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien, LMU München, München, Nr. 5/03.
- Arrow, K. J. (1962): Economic Welfare and the Allocation of Resources for Invention, in: Nelson, R.: The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors, Princeton, NJ, S. 609-625.

- Association of Learned and Professional Publishers (2005): The Budapest Manifesto - response from the Association of Learned and Professional Publishers, in: <http://www.alpsp.org/budapest0202.pdf>, letzter Zugriff: 01.11.2006.
- Bailey, J. (1996): The Emergence of Electronic Market Intermediaries, in: Proceedings of the 17th International Conference on Information Systems, Cleveland, S. 391-399.
- Bailey, J. P. (1998): Intermediation and Electronic Markets: Aggregation and Pricing in Internet Commerce, MIT, Cambridge, MA.
- Bailey, J. P./Bakos, Y. (1997): An Exploratory Study of the Emerging Role of Electronic Intermediaries, in: International Journal of Electronic Commerce, Jg. 1, Nr. 3, S. 7-20.
- Bakos, Y. (1997): Reducing Buyer Search Costs: Implications for Electronic Marketplaces, in: Management Science, Jg. 43, Nr. 12, S. 1676-1692.
- Bakos, Y./Brynjolfsson, E. (2000): Aggregation and Disaggregation of Information Goods: Implications for Bundling, Site Licensing and Micropayment Systems, in: Kahin, B./Varian, H. R.: Internet Publishing and Beyond, Cambridge, S. 114-137.
- Baligh, H./Richartz, L. (1967): Vertical Market Structures, Boston, MA.
- Becker, J. U./Clement, M. (2004): The Economic Rationale of Offering Media Files in Peer-to-Peer Networks, in: Proceedings of the 37th Hawaii International Conference on System Sciences, Big Island, HI.
- Beckman, T. N./Maynard, H. H./Davidson, W. R. (1957): Principles of Marketing, New York.
- Benlian, A. (2006): Content Infrastructure Management - Results of an empirical study in the print industry, Wiesbaden.
- Bergstrom, T. C./Bergstrom, C. T. (2004): Can 'author pays' journals compete with 'reader pays'?, in: <http://www.nature.com/nature/focus/accessdebate/22.html>, letzter Zugriff: 01.11.2006.
- Bernet, B. (2003): Institutionelle Grundlagen der Finanzintermediation, München, Wien.
- Bhattacharya, S./Thakor, A. V. (1993): Contemporary Banking Theory, in: Journal of Financial Intermediation, Jg. 3, Nr. 1, S. 2-50.
- Biagioli, M. (2002): From Book Censorship to Academic Peer Review, in: Journal for the Study of Media & Composite Cultures, Jg. 12, Nr. 1, S. 11-45.
- Bieberbach, F./Hermann, M. (1999): Information als Handelsware auf elektronischen Märkten, Arbeitsbericht des Lehrstuhls für Allg. und Industrielle BWL, Technische Universität München, München, Nr. 20.

- Bitz, M. (1989): Erscheinungsformen und Funktionen von Finanzintermediären, in: WiSt, Jg. 10, Nr., S. 430-436.
- Bitz, M. (2000): Finanzdienstleistungen, München, Wien.
- Bockstedt, J./Kauffman, R. J./Riggins, F. J. (2005): The Move to Artist-Led Online Music Distribution: Explaining Structural Changes in the Digital Music Market, in: Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences.
- Bolter, J. D./Grusin, R. (1999): Remediation: Understanding New Media, Cambridge, MA.
- Bot, M./Burgemeester, J./Roes, H. (1998): The Cost of Publishing an Electronic Journal, in: D-Lib Magazine, Jg. 4, Nr. 11.
- Breuer, W. (1993): Finanzintermediation im Kapitalmarktgleichgewicht, Wiesbaden.
- Brynjolfsson, E./Hitt, L. M. (1998): Beyond the productivity paradoxon, in: Communications of the ACM, Jg. 41, Nr. 8, S. 49-55.
- Buhl, H. U./Kundisch, D. (2003): Transformation von Finanzintermediären durch Informationstechnologie, in: Wirtschaftsinformatik, Jg. 45, Nr. 5, S. 503-508.
- Buhse, W. (2004): Wettbewerbsstrategien im Umfeld von Darknet und Digital Rights Management - Szenarien und Erlösmodelle für Onlinemusik, Wiesbaden.
- Büschgen, H. E. (1998): Bankbetriebslehre - Bankgeschäfte und Bankmanagement, Wiesbaden.
- Buxmann, P./König, W. (1998): Das Standardisierungsproblem: Zur ökonomischen Auswahl von Standards in Informationssystemen, in: Wirtschaftsinformatik, Jg. 40, Nr. 2, S. 122-129.
- Case, M. M. (2004): Scholarly Communication: A System in Crisis, in: <http://www.lib.ohiostate.edu/Staff/scholcom/case925.html>, letzter Zugriff: 01.11.2006.
- Caves, R. (2000): Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce, Cambridge, MA.
- Caves, R. E. (2003): Contracts Between Art and Commerce, in: Journal of Economic Perspectives, Jg. 17, Nr. 2, S. 73-83.
- CenterSpan Communications (2002): Mediated Peer-to-Peer (P2P) Enables Viable, Cost Effective Delivery of Digital Entertainment, in: [http://www.centerspan.com/technology/cscsc\\_p2pwhitepaper.pdf](http://www.centerspan.com/technology/cscsc_p2pwhitepaper.pdf), letzter Zugriff: 25.11.2005.

- Chan-Olmsted, S. M. (2006): Issues in Strategic Management, in: Albarran, A. B./Chan-Olmsted, S. M./Wirth, M. O.: Handbook of Media Management and Economics, Mahwah, NJ, S. 161-180.
- Cherington, P. T. (1920): The Elements of Marketing, New York.
- Chircu, A./Kauffman, R. J. (1999): Strategies for Internet Middlemen in the Intermediation / Disintermediation / Reintermediation Cycle, in: Electronic Markets, Jg. 9, Nr. 2, S. 109-117.
- Chircu, A. M./Kauffman, R. J. (2000): Reintermediation Strategies in Business-to-Business Electronic Commerce, in: International Journal of Electronic Commerce, Jg. 4, Nr. 4, S. 7-42.
- Christman, E./Crosley, H./Cobo, L. (2006): Making The Same Mistake Twice?, in: Billboard, Jg. 118, Nr. 17.
- Chudnov, D. (2000): docster: instant document delivery, in: <http://oss4lib.org/readings/docster.php>, letzter Zugriff: 01.11.2006.
- Clark, T. H./Lee, H. G. (1999): Electronic Intermediaries: Trust Building and Market Differentiation, in: Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences.
- Clement, M./Schusser, O. (2005a): Herausforderungen in der Musikindustrie, in: Clement, M./Schusser, O.: Ökonomie der Musikindustrie, Wiesbaden, S. 3-12.
- Clement, M./Schusser, O. (2005b): Ökonomie der Musikindustrie, Wiesbaden.
- Compaine, B. M. (1981): Shifting Boundaries in the Information Marketplace, in: The Information Society, Jg. 31, Nr. 1, S. 132-142.
- Converse, P. D./Huegy, H. W./Mitchell, R. V. (1965): Elements of Marketing, Englewood Cliffs, NJ.
- Cortugli, B. (1602): Della mercatura et del mercante perfetto, Brescia.
- Cummings, A. M./Witte, M. L./Bowen, W. G./Lazarus, L. O./Ekman, R. H. (2004): University Libraries and Scholarly Communication: A Study Prepared for the Andrew W. Mellon Foundation and Published by the ARL, Washington, Nr.
- Cutrell, E./Dumais, S. T. (2006): Exploring Personal Information, in: Communications of the ACM, Jg. 49, Nr. 4, S. 50-51.
- Di Noia, T./Di Sciascio, E./Donini, F. M./Mongiello, M. (2004): A System for Principled Matchmaking in an Electronic Marketplace, in: International Journal of Electronic Commerce, Jg. 8, Nr. 4, S. 9-37.
- Diamond, D. W. (1984): Financial Intermediation and Delegated Monitoring, in: Review of Economic Studies, Jg. 51, Nr. 3, S. 393-414.

- Dithmar, J. C. (1769): Einleitung in die ökonomischen Policey- und Kameralwissenschaften, Frankfurt.
- Dudenredaktion (2001): Fremdwörterbuch, Mannheim.
- Eckardt (2002): Agent and Broker Intermediaries in Insurance Markets - An Empirical Analysis of Market Outcomes, Universität Rostock, Rostock, Nr.
- Elektronische Zeitschriftenbibliothek (2004): Informationen zur Elektronischen Zeitschriftenbibliothek, in: <http://rzblx1.uniregensburg.de/ezeit/about.phtml>, letzter Zugriff: 25.11.2005.
- Elsevier (2005): Scirus: About Us, in: <http://www.scirus.com/srsapp/aboutus/>, letzter Zugriff: 25.11.2005.
- Erlei, M. (1998): Institutionen, Märkte und Marktphasen, Tübingen.
- Fan, W./Gordon, M. D./Pathak, P. (2005): Genetic Programming-Based Discovery of Ranking Functions for Effective Web Search, in: Journal of Management Information Systems, Jg. 21, Nr. 4, S. 37–56.
- Fink, G. (2001): Langenscheidts Grundwortschatz Latein, München.
- Fischer, C./Rudolph, B. (2000): Grundformen von Finanzsystemen, in: Hagen, J./von Stein, J. H.: Geld-, Bank- und Börsenwesen, Stuttgart, S. 371-446.
- Fischer, T./Quiring, O. (2005): Weblogs: Laienjournalismus oder professionelle Berichterstattung?, in: Fachjournalist, Jg. 19, Nr., S. 9-12.
- Frank, U. (2001): Einige Gründe für eine Wiederbelebung der Wissenschaftstheorie, in: Tagung der Kommission Wissenschaftstheorie im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaftslehre.
- Gehrke, N. (2004): Peer-to-Peer-Applikationen für elektronische Märkte - Perspektiven für eine hochgradig dezentralisierte digitale Wirtschaft, Wiesbaden.
- Gellman (1996): Disintermediation and the Internet, in: Government Information Quarterly, Jg. 13, Nr. 1, S. 1-8.
- Gladney, H. M. (2006): Principles for digital preservation - Focusing on end users' needs rather than those of archiving institutions, in: Communications of the ACM, Jg. 49, Nr. 2, S. 111-116.
- Godlee, F. (2003): Knowledge access and sharing: An overview of access models, in: [www.ucl.ac.uk/Library/scholarly-communication/FISH.PPT](http://www.ucl.ac.uk/Library/scholarly-communication/FISH.PPT), letzter Zugriff: 01.11.2006.
- Gopal, R. D./Ramesh, R./Whinston, A. B. (2003): Microproducts in a Digital Economy: Trading Small, Gaining Large, in: International Journal of Electronic Commerce, Jg. 8, Nr. 2, S. 9-29.

- Greenbaum, S. I./Thakor, A. V. (1995): Contemporary Financial Intermediation, Orlando, FL.
- Griffith, D. A./Krampf, R. F./Palmer, J. W. (2001): The Role of Interface in Electronic Commerce: Consumer Involvement with Print Versus On-Line Catalogs, in: International Journal of Electronic Commerce, Jg. 5, Nr. 4, S. 135–153.
- Grundmann, S./Kerber, W. (2000): Information Intermediaries and Extending the Area of Informed Party Autonomy - Securities and Insurance Markets, in: Proceedings of Party Autonomy in the Internal Market Conference, London.
- Guédon, J.-C. (2001): Beyond Core Journals and Licenses: The Paths to Reform Scientific Publishing, in: ARL Bimonthly Report, Jg., Nr. 218.
- Gümbel, R. (1974): Absatz, in: Tietz, B.: Handwörterbuch der Absatzwirtschaft, Stuttgart, S. 1-22.
- Gümbel, R. (1985): Handel, Markt und Ökonomik, Wiesbaden.
- Gurley, J./Shaw, E. (1962): Money in a theory of finance, Washington, DC.
- Gutenberg, E. (1958): Einführung in die Betriebswirtschaftslehre, Wiesbaden.
- Hagel, J. (1996): Spider versus spider, in: McKinsey Quarterly, Jg. 1996, Nr. 1, S. 4-18.
- Hagel, J./Singer, M. (1999): Net Worth: Shaping Markets When Customers Make the Rules, Boston, MA.
- Hansen, A. (1938): Full Recovery or Stagnation?, New York.
- Hargittai, E. (2006): Hurdles to Information Seeking: Spelling and Typographical Mistakes During Users' Online Behavior, in: Journal of the AIS, Jg. 7, Nr. 1, S. 52-67.
- Harnad, S./Brody, T./Vallières, F./Hitchcock, S./Gingras, Y./Stamerjohanns, H./Hilf, E. R. (2004): The Access/Impact Problem and the Green and Gold Roads to Open Access, in: <http://www.ecs.soton.ac.uk/~harnad/Temp/impact.html>, letzter Zugriff: 25.11.2005.
- Harris, D. (2004): The New Media Book, London.
- Hass, B. (2003): Desintegration und Reintegration im Mediensektor: Wie sich Geschäftsmodelle durch Digitalisierung verändern, in: Zerdick, A./Picot, A./Schrabe, K./Burgelman, J.-C./Silverstone, R./Feldmann, V./Heger, D. K./Wolff, C.: E-Merging Media, Berlin, Heidelberg, S. 33-57.
- Hass, B. (2002): Geschäftsmodelle von Medienunternehmen, Ökonomische Grundlagen und Veränderungen durch neue Informations- und Kommunikationssysteme, Wiesbaden.

- Heinrich, J. (1999): Medienökonomie, Band 2: Hörfunk und Fernsehen,
- Heise online (2005): Google will in 300 Jahren am Ziel sein, in: Heise online, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/64749>, letzter Zugriff: 01.11.2006.
- Helm, S. (2000): Viral Marketing - Establishing Customer Relationships by 'Word-of-mouth', in: Electronic Markets, Jg. 10, Nr. 3, S. 158-161.
- Hermann, M. (2002): Vom Broadcast zum Personalcast: Ökonomische Potenziale der Individualisierung audiovisueller Medienprodukte, Wiesbaden.
- Hess, T. (2006): Digitalisierungsstrategien als Kern eines Forschungsprogramms in der Wirtschaftsinformatik, Arbeitspapiere des Instituts für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien, LMU München, München, Nr. 1/06.
- Hess, T. (2002): Medienunternehmen im Spannungsfeld von Mehrfachverwertung und Individualisierung - eine Analyse für statische Inhalte, in: Zerdick, A./Picot, A./Silverstone, R./Schrage, K.: E-Merging Media: Kommunikation und Medienwirtschaft der Zukunft, Berlin, S. 59-78.
- Hess, T./Anding, M./Benlian, A. (2006): Digitale Medientechnologien und ihre integrierte Nutzung, in: Scholz, C.: Handbuch Medienmanagement, Berlin, S. 97-115.
- Hess, T./Anding, M./Schreiber, M. (2002): Napster in der Videobranche? Erste Überlegungen zu Peer-to-Peer-Anwendungen für Videoinhalte, in: Schoder, D./Fischbach, K./Teichmann, R.: Peer-To-Peer (P2P): Ökonomische, technologische und juristische Perspektiven, Berlin; Heidelberg, S. 25-40.
- Hess, T./Schulze, B. (2004): Mehrfachnutzung von Inhalten in der Medienindustrie. Grundfragen, Varianten und Herausforderungen, in: Altmeppen, K. D./Karmasin, M.: Medien und Ökonomie, Wiesbaden, S. 41-62.
- Hess, T./von Walter, B. (2006): Toward Content Intermediation: Shedding New Light on the Media Sector, in: The International Journal on Media Management, Jg. 8, Nr. 1, S. 2-8.
- Hilf, E. R./Wätjen, H. J. (2004): Scientific Refereeing in a Distributed World, in: ISN Oldenburg, <http://physnet.physik.unioldenburg.de/~hilf/vortraege/cern01/index.html>, letzter Zugriff: 10.11.2005.
- Hitchcock, S./Woukeu, A./Brody, T./Carr, L./Hall, W./Harnad, S. (2003): Evaluating Citebase, an open access Web-based citation-ranked search and impact discovery service, in: <http://opcit.eprints.org/evaluation/Citebase-evaluation/evaluation-report.html>, letzter Zugriff: 01.11.2006.
- Hitt, L. M./Chen, P.-y. (2005): Bundling with Customer Self-Selection: A Simple Approach to Bundling Low-Marginal-Cost Goods, in: Management Science, Jg. 51, Nr. 10, S. 1481-1493.

- Hoque, A. Y./Lohse, G. L. (1999): An Information Search Cost Perspective for Designing Interfaces for Electronic Commerce, in: Journal of Marketing Research, Jg. 36, Nr. 3, S. 387-394.
- Hoskins, C./McFadyen, S./Finn, A. (2004): Media Economics – Applying Economics to New and Traditional Media, Thousand Oaks, London.
- Kahin, B./Varian, H. R. (2000): Internet Publishing and Beyond: The Economics of Digital Information and Intellectual Property, Cambridge, MA.
- Katz, E./Lazarsfeld, P. F. (1964): Personal Influence - The Part Played by People in the Flow of Mass Communication, New York, London.
- Kauffman, R. J./Walden, E. A. (2001): Economics and Electronic Commerce: Survey and Directions for Research, in: International Journal of Electronic Commerce, Jg. 5, Nr. 4, S. 5-116.
- Keegan, P. (2004): Is the Music Store Over?, in: CNNMoney.com, <http://www.business2.com/b2/web/articles/0,17863,591734,00.html>, letzter Zugriff: 01.11.2006.
- Kiefer, M. L. (2001): Medienökonomik, München, Wien.
- Kieman, V. (1997): University libraries debate the value of package deals on electronic journals: Some see a way to meet professors' needs; others say publishers are protecting profits, in: The Chronicle of Higher Education, Jg. 44, Nr., S. A31-A33.
- Kieser, A./Kubicek, H. (1978): Organisationstheorien I, Stuttgart u.a.
- King, D. W./Tenopir, C. (2004): Scholarly journal and digital database pricing: threat or opportunity?, in: Lougee, W./Mackie-Mason, J.: Bits, Bytes, and Bucks, Cambridge, MA.
- Klaes, M. (2000): The birth of the concept of transaction costs: Issues and controversies, in: Industrial and Corporate Change, Jg. 9, Nr. 4, S. 567-593.
- Koch, H./Albach, H. (1962): Zur Theorie der Unternehmung - Festschrift zum 65. Geburtstag von Erich Gutenberg, Wiesbaden.
- Kosiol, E. (1962): Organisation der Unternehmung, Wiesbaden.
- Kruse, J. (1996): Publizistische Vielfalt und Medienkonzentration zwischen Marktkräften und politischen Entscheidungen, in: Altmeppen, K.-D.: Ökonomie der Medien und des Mediensystems, Opladen, S. 25-52.
- Lang, G. (2001): Dis-Intermediation im Mediensektor: Gewinner, Verlierer, und Anpassungsstrategien, in: Karmasin, M./Knoche, M./Winter, C.: Medienwirtschaft und Gesellschaft I: Medienunternehmung und die Kommerzialisierung von Öffentlichkeit, Münster, S. 71-82.



- Langer, T./Weber, M. (2000): Banken als Finanzintermediäre, in: von Hagen, J./von Stein, J. H.: Geld-, Bank- und Börsenwesen, Stuttgart, S. 201-231.
- Lasswell, H. D. (1948): The Structure and Function of Communication in Society, in: Bryson, L.: The Communication of Ideas, New York, S. 37-51.
- Lazarsfeld, P. F./Berelson, B./Gaudet, H. (1948): The People's choice, New York.
- Leitherer, E. (1961): Geschichte der handels- und absatzwirtschaftlichen Literatur, Köln, Opladen.
- Lelewer, D., A./Hirschberg, D., S. (1987): Data Compression, in: ACM Computing Surveys, Jg. 19, Nr. 3, S. 261-297.
- Li, L./Horrocks, I. (2004): A Software Framework for Matchmaking Based on Semantic Web Technology, in: International Journal of Electronic Commerce, Jg. 8, Nr. 4, S. 39-60.
- Lisowsky, A. (1937): Zur Theorie und Systematik der Handelsfunktionen, Wien.
- Malone, T./Yates, J./Benjamin, R. (1987): Electronic Markets and Electronic Hierarchies, in: Communications of the ACM, Jg. 30, Nr. 6, S. 484-497.
- Marschak, J. (1950): Rational Behavior, Uncertainty Prospects, and Measurable Utility, in: Econometrics, Jg. 18, Nr., S. 111-141.
- Martin-Barbero, J. (1993): Communication, Culture and Hegemony: From the Media to Mediations, London.
- McAfee, R. P./McMillan, J./Whinston, M. D. (1989): Multiproduct Monopoly, Commodity Bundling, and Correlation of Values, in: Quarterly Journal of Economics, Jg. 104, Nr., S. 371-383.
- McCabe, M. (1999): The Impact of Publishers Mergers on Journal Prices: An Update, in: ARL Newsletter, Jg., Nr. 207.
- Meier, M. (2002): Returning Science to the Scientists: Der Umbruch im STM-Zeitschriftenmarkt unter Einfluss des Electronic Publishing, München.
- Merten, U./Grauer, M. (1999): Speicherung und Verwaltung multimedialer Inhalte, in: Schumann, M./Hess, T.: Medienunternehmen im digitalen Zeitalter, Wiesbaden, S. 51-67.
- Merton, R. C. (1995): A Functional Perspective of Financial Intermediation, in: Financial Management, Jg. 24, Nr. 2, S. 23-41.
- Meyer, P. W. (1973): Die machbare Wirtschaft - Grundlagen des Marketing, Essen.

- Mierzewska, B./Hollifield, C. A. (2006): Theoretical Approaches in Media Management Research, in: Albarran, A. B./Chan-Olmsted, S. M./Wirth, M. O.: Handbook of Media Management and Economics, Mahwah, NJ, S. 37-66.
- Mikdashi, Z. (2001): Financial Intermediation in the 21st century, New York et.al.
- Miller, N./Resnick, P./Zeckhauser, R. (2005): Eliciting Informative Feedback: The Peer-Prediction Method, in: Management Science, Jg. 51, Nr. 9, S. 1359–1373.
- Moore, G. E. (1965): Cramming more components onto integrated circuits, in: Electronics, Jg. 38, Nr. 8, S. 114-117.
- Negroponte, N. (1995): Being digital, New York, Toronto.
- Negroponte, N. (1997): Reintermediated, in: Wired, Jg. 5, Nr. 9, S. 208.
- Nieschlag, R./Dichtl, E./Hörschgen, H. (1997): Marketing, Berlin.
- Noll, R. G./Steinmueller, W. E. (1992): An Economic Analysis of Scientific Journal Prices: Preliminary Results, in: Serials Review, Jg. 18, Nr., S. 32-37.
- Nordsieck, F. (1972): Betriebsorganisation - Lehre und Technik, Stuttgart.
- Normann, R./Ramírez, R. (1993): From Value Chain to Value Constellation: Designing Interactive Strategy, in: Harvard Business Review, Jg. 71, Nr. 4, S. 65-77.
- Oberparleiter, K. (1955): Funktionen und Risiken des Warenhandels, Wien.
- Odlyzko, A. (1999): Competition and Cooperation: Libraries and Publishers in the Transition to Electronic Scholarly Journals, in: Journal of Electronic Publishing, Jg. 4, Nr. 4.
- Open Science Institute (2004): Budapest Open Access Initiative: Initiativaufruf, in: Open Society Institute, <http://www.soros.org/openaccess/g/view.cfm>, letzter Zugriff:
- Owers, J./Carveth, R./Alexander, A. (1998): An Introduction to Media Economics Theory and Practice, in: Alexander, A./Owers, J.: Media Economics: Theory and Practice, Mahwah, NJ, S. 1-43.
- Pachet, F./Roy, P./Cazaly, D. (1999): A combinatorial approach to content-based music selection, in: Proceedings of the IEEE Multimedia Computing and Systems International Conference, Firenze, Italy, S. 457-462.
- Palvia, S./Vemuri, V. (1999): Distribution Channels in Electronic Markets, in: Electronic Markets, Jg. 9, Nr. 1/2, S. 118-125.
- Parolini, C. (1999): The value net: a tool for competitive strategy, Chichester, NY.

- Picard, R. G. (2002): *The Economics and Financing of Media Companies*, New York, NY.
- Picard, R. G. (2004): *Environmental and Market Changes Driving Strategic Planning in Media Firms*, in: Picard, R. G.: *Strategic Responses to Media Market Changes*, Jönköping, S. 1-17.
- Picard, R. G. (2006): *Historical Trends and Patterns in Media Economics*, in: Albarran, A. B./Chan-Olmsted, S. M./Wirth, M. O.: *Handbook of Media Management and Economics*, S. 23-36.
- Picard, R. G. (1989): *Media Economics: concepts and issues*, Newbury Park.
- Picot, A./Dietl, H./Franck, E. (2005): *Organisation - Eine ökonomische Perspektive*, Stuttgart.
- Picot, A./Fiedler, M. (2003): *Impacts of DRM on internet based innovation*, in: Becker, E./Buhse, W./Günnewig, D./Rump, N.: *Digital Rights Management: Technological, Economic, Legal and Political Aspects*, Berlin, S. 288-300.
- Picot, A./Fischer, T. (2006): *Weblogs professionell - Grundlagen, Konzepte und Praxis im unternehmerischen Umfeld*, Heidelberg.
- Picot, A./Heger, D. K. (2001): *Handel in der Internet-Ökonomie*, in: zfo, Jg. 70, Nr. 3, S. 128-134.
- Picot, A./Reichwald, R./Wigand, R. T. (2003): *Die grenzenlose Unternehmung - Information, Organisation und Management*, Wiesbaden.
- Porter, M. E. (1985): *Competitive Advantage*, New York, NY.
- Porter, M. E. (1988): *Wettbewerbsstrategie*, Frankfurt.
- Prahalad, C. K. (1998): *Managing discontinuities: the emerging challenges*, in: *Research Technology Management*, Jg. 41, Nr. 3, S. 14-22.
- Quiring, O./von Walter, B./Atterer, R. (2007): *Sharing Files, Sharing Money - Ein experimenteller Test des Nutzerverhaltens in Musikaustauschbörsen unter verschiedenen ökonomischen Anreizbedingungen*, in: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, (im Druck), Jg., Nr.
- Rawolle, J./Hess, T. (2000): *New Digital Media and Devices – An Analysis for the Media Industry*, in: *Journal of Media Management*, Jg. 2, Nr. 2, S. 89-99.
- Rayport, J. F./Jaworski, B. J./Kyung, E. J. (2005): *Best Face Forward: Improving Companies' Service Interfaces with Customers*, in: *Journal of interactive marketing*, Jg. 19, Nr. 4, S. 67-80.
- Redlich, F. (1932): *System der Handelsfunktionen*, in: Spiethhoff, A.: *Schmollers Jahrbuch*, München, Leipzig, S. 27-50.

- Riepl, W. (1913): Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rücksicht auf die Römer, Berlin, Leipzig.
- Rogers, E. M. (1986): Communication Technology – new media in society, New York, NY.
- Rogers, E. M. (2003): Diffusion of Innovation, New York.
- Rombach, E. M. (1993): Finanzintermediation und Bankenregulierung, Hallstadt.
- Rose, F. (1999): The Economics, Concept, and Design of Information Intermediaries, Heidelberg, New York, NY.
- Rosenzweig, R. (2003): Scarcity or Abundance? Preserving the Past in a Digital Era, in: American History Review, Jg. 108, Nr., S. 735-762.
- Rowlands, I./Nicholas, D./Huntington, P. (2004): Scholarly communication in the digital environment: what do authors want? Findings of an international survey of author opinion, in: Learned Publishing, Jg. 17, Nr. 4, S. 261-273.
- Rubinstein, A./Wolinsky, A. (1987): Middlemen, in: Quarterly Journal of Economics, Jg. 102, Nr. 1, S. 581-593.
- Sarkar, M. B./Butler, B./Steinfeld, C. (1995): Intermediaries and Cyberintermediaries: A Continuing Role for Mediating Players in the Electronic Marketplace, in: Journal of Computer-Mediated Communication, Jg. 1, Nr. 3.
- Schäfer, E. (1958): Absatzwirtschaft, in: Hax, K./Wessels, T.: Handbuch der Wirtschaftswissenschaften, Bd. 1 Betriebswirtschaft, Köln, Opladen, S. 301-379.
- Schäfer, E. (1955): Die Funktionalbetrachtung in der BWL, in: Henzel, F.: Gegenwartsprobleme der Betriebswirtschaft, Baden-Baden, Frankfurt a. M., S. 11-24.
- Schär, J. F. (1923): Allgemeine Handelsbetriebslehre, Leipzig.
- Schildgen, G. (1956): Die absatzwirtschaftlichen Funktionen, Nürnberg.
- Schmalensee, R. (1984): Gaussian Demand and Commodity Bundling, in: Journal of Business, Jg. 57, Nr. 1, S. 211–230.
- Schmidt, R. H./Hackethal, A./Tyrell, M. (1999): Disintermediation and the Role of Banks in Europe, in: Journal of Financial Intermediation, Jg. 8, Nr., S. 36–67.
- Schoder, D. (2000): Die ökonomische Bedeutung von Intermediären im Electronic Commerce, Habilitationsschrift, Albert-Ludwigs-Universität, Freiburg.
- Schubert, C. (2000): Cybermediaries als neue Geschäftsform im Internet - Grundlagen, Erscheinungsformen und strategische Handlungsalternativen, Wiesbaden.

- Schumann, M./Hess, T. (1999): Content-Management für Online-Informationsangebote, in: Schumann, M./Hess, T.: Medienunternehmen im digitalen Zeitalter, Wiesbaden, S. 69-87.
- Schumann, M./Hess, T. (2005): Grundfragen der Medienwirtschaft, Berlin et al.
- Seufert, W. (2004): Medienvertrieb über das Internet - Ende der Intermediäre?, in: Altmeyden, K. D./Karmasin, M.: Medien und Ökonomie - Band 2: Problemfelder der Medienökonomie, Wiesbaden, S. 63-93.
- Shapiro, C./Varian, H. R. (1998): Information Rules - A Strategic Guide to the Network Economy, Boston, MA.
- Shaw, A. W. (1912): Some Problems of Market Distribution, in: Quarterly Journal of Economics, Jg. 26, Nr., S. 703-765.
- Siebert, G. (1996): Die Beziehung zwischen Medien und Ökonomie als systemtheoretisches Problem, in: Mast, C.: Markt – Macht – Medien. Publizistik zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen, Konstanz, S. 43-55.
- Siebert, G. (2003): Medienökonomie, in: Bentele, G./Brosius, H.-B./Jarren, O.: Öffentliche Kommunikation - Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden, S. 228-244.
- Silverstone, R. (2005): Mediation and Communication, in: Calhoun, C./Rojek, C./Turner, B. S.: The International Handbook of Sociology, London, S. 188-207.
- Sjurs, I. (1996): Die deutsche Medienbranche, eine unternehmensstrategische Analyse, Wiesbaden.
- Sjurs, I. (2003): Medienmanagement, in: Bentele, G./Brosius, H.-B./Jarren, O.: Öffentliche Kommunikation - Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft, Wiesbaden, S. 523-538.
- Sjurs, I. (2002): Strategien in der Medienbranche - Grundlagen und Fallbeispiele, Wiesbaden.
- Smith, A. (1776): An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations, London.
- Smith, A. (2001): Long Term Archiving of Digital Documents in Physics: Meeting Report, The International Union of Pure and Applied Physics, Lyon, Nr.
- Smith, D./Menon, S./Sivakumar, K. (2005): Online Peer and editorial recommendations, trust, and choice in virtual markets, in: Journal of interactive Marketing, Jg. 19, Nr. 3, S. 15-37.

- Spitz, D./Hunter, S. D. (2005): *Contested Codes: The Social Construction of Napster*, in: *The Information Society*, Jg. 21, Nr., S. 169–180.
- Steinmann, H. (1978): *Die Betriebswirtschaft als normative Handlungswissenschaft*, in: Steinmann, H.: *Betriebswirtschaft als normative Handlungswissenschaft*, Wiesbaden, S. 73-102.
- Sundhoff, E. (1956): *Besprechung zu Gutenberg*, in: *BFuP*, Jg., Nr.
- Swan, A./Brown, S. N. (2004): *JISC/OSI Journal Authors Survey Report, Key Perspectives Ltd., Truro*, Nr.
- Tenopir, C./King, D. W. (1997): *Trends in Scientific Scholarly Journal Publishing in the United States*, in: *Journal of Scholarly Publishing*, Jg. 28, Nr. 3, S. 135-170.
- Theis-Berglmair, A. (2002): *Tageszeitungsverlage und das Thema Internet. Vom schwierigen Umgang mit einer neuen Situation*, in: Theis-Berglmair, A.: *Internet und die Zukunft der Printmedien: Kommunikationswissenschaftliche und medienökonomische Aspekte*, Münster u.a., S. 49-76.
- Theis-Berglmair, A. M. (2000): *Aufmerksamkeit und Geld, schenken und zahlen. Zum Verhältnis von Publizistik und Wirtschaft in einer Kommunikationsgesellschaft - Konsequenzen für die Medienökonomie*, in: *Publizistik*, Jg. 45, Nr. 3, S. 310-329.
- Thielmann, B. (2000): *Strategisches Innovationsmanagement in konvergierenden Märkten - Medien- und Telekommunikationsunternehmen in Online-Diensten und im digitalen Fernsehen*, Wiesbaden.
- Thomas, D. (2004): *Innovation, Piracy, and the Ethos of New Media*, in: Harries, D.: *The New Media Book*, London, S. 82-91.
- Thompson, J. B. (1995): *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Cambridge.
- Tietz, B. (1974): *Handwörterbuch der Absatzwirtschaft*, Stuttgart.
- Tirole, J. (1998): *The theory of industrial organization*, Cambridge, MA.
- Toussaint-Desmoulins, N. (2004): *Recent Evolutions of the French Newspaper Industry Driven By Decreasing Advertising and Free Newspapers*, in: Picard, R. G.: *Strategic Responses to Media Market Changes*, Jönköping, S. 97-103.
- Tuomola, A. (2004): *Disintermediation and Reintermediation of the Sound Recording Value Chain: Two Case Studies*, in: *Journal of Media Business Studies*, Jg. 1, Nr. 1, S. 27-46.
- Ünlü, V. (2005): *Content Protection - Economic Analysis and Techno-legal Implementation*, München.

- van der Borgh, R. (1907): *Handel und Handelspolitik*, Leipzig.
- Venkatesh, R./Chatterjee, R. (2006): Bundling, unbundling, and pricing of multiform products: the case of magazine content, in: *Journal of Interactive Marketing*, Jg. 20, Nr. 2, S. 21-40.
- von Walter, B./Hess, T. (2005): *Content-Intermediation - Konzept und Anwendungsgebiet*, Arbeitspapiere des Instituts für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien, LMU München, München, Nr. 5/05.
- von Walter, B./Hess, T. (2003): iTunes Music Store: eine innovative Dienstleistung zur Durchsetzung von Property-Rights im Internet, in: *Wirtschaftsinformatik*, Jg. 45, Nr. 5, S. 541-546.
- von Walter, B./Quiring, O. (2006): *The Transformation of Media - Economic and Social Implications*, in: Preissl, B./Müller, J.: *Governance of Communication Networks: Connecting Societies and Markets with IT*, Heidelberg.
- Westarp, F. v./Weber, S./Buxmann, P./König, W. (1997): *Communication Services Supplied by Intermediaries in Information Networks: The EDI Example*, Institut für Wirtschaftsinformatik, Frankfurt a. M., Nr. 97/2.
- Wicks, J. L./George, S./Hollifield, A. C. (2003): *Media Management - a Casebook Approach*, Mahwah, NJ.
- Wigand, R. T./Benjamin, R. I. (1995): *Electronic Commerce: Effects on Electronic Markets*, in: *Journal of Computer-Mediated Communication*, Jg. 1, Nr. 3.
- Wilde, T./Hilbers, K./Hess, T. (2007): *Intermediation in der TV-Branche: TV-Sender als Auslaufmodell?*, in: *Proceedings der 8. Internationalen Tagung Wirtschaftsinformatik*, Karlsruhe, S. 871 - 888.
- Wildman, S. S. (2006): *Theoretical Approaches in Media Management Research*, in: Albarran, A. B./Chan-Olmsted, S. M./Wirth, M. O.: *Handbook of Media Management and Economics*, Mahwah, NJ, S. 67-90.
- Williamson, O. E. (1985): *The Economic Institutions of Capitalism. Firms, Markets and Relational Contracting*, New York, NY.
- Wirth, W./Schweiger, W. (1999): *Selektion im Internet. Empirische Analysen zu einem Schlüsselkonzept*, Wiesbaden.
- Wirtz, B. W. (2001): *Electronic Business*, Wiesbaden.
- Wirtz, B. W. (2005): *Medien- und Internetmanagement*, Wiesbaden.
- Wirtz, B. W./Kleineicken, A. (2000): *Geschäftsmodelltypologien im Internet*, in: *WiST*, Jg. 29, Nr. 11, S. 628-635.
- Witte, H. (2000): *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*, München.

Yavas, A. (1995): Can Brokerage Have an Equilibrium Selection Role, in: Journal of Urban Economics, Jg. 37, Nr., S. 17-37.

Zerdick, A./Picot, A./Schrape, K./Artopé, A./Goldhammer, K./Heger, D. K./Lange, U. T./Vierkant, E./Lopez-Escobar, E./Silverstone, R. (2001): Die Internet-Ökonomie: Strategien für die digitale Wirtschaft, Berlin et al.

Zincke, G. H. (1755): Anfangsgründe der Cameralwissenschaften, Leipzig.



## Stichwortverzeichnis

Abnehmer .....	22	im Markt für wissenschaftliche Publikationen .....	139
Absatzwirtschaft .....	34	komparativ-statische Analyse der	69
Aggregation .....	87, 117, 135, 148, 161	Kosten der .....	67
Archivierung .....	95, 128, 157	Dezentralisierung .....	70, 119, 163, 167
Attachment .....	123	Digitale Treiber .....	16, 20, 165
Ausbeutungsverdacht .....	31	Digitalisierung .....	16
Automation .....	19, 141	als Treiber und Enabler .....	168
Baligh-Richartz-Effekt .....	51	-sstrategien .....	6
erweiterter .....	71	Disintermediation .....	39, 167
Bündelung .....	21, 88, 117, 148	Distribution .....	21, 92, 124, 136, 153, 161
Content .....	9, 11	Mehrkanal- .....	127
als ökonomisches Gut .....	10	Typologie .....	94
Entkoppelung vom Medium .....	17	Duplikation .....	90
Heterogenität von .....	14	sequentielle .....	136
Immaterialität von .....	14	Eigenbedarfsdeckung .....	50
Märkte für .....	13	Electronic Brokerage Effect .....	141
-Modul .....	12	Electronic Communication Effect ...	133
Multimedialität von .....	15	Elektronischer Handel .....	38
Produktion von .....	60, 62	Entkoppelung von Content und Medium .....	17
Rezeption von .....	60, 62	Ersatzprodukte .....	22
Content-Intermediation .....	56	Filtertechnologien .....	111
Analyseebenen .....	100	Finanzierung .....	78
Anwendung .....	97, 103	Finanzintermediation .....	36
Definition .....	63	First-Copy-Cost-Effekt .....	91
Funktionen der .....	73, 79	Fixkostendegression .....	91
im Markt für Musik .....	105	Fremdbedarfsdeckung .....	51

Funktion	Funktions- .....	68
Begriff.....	Kontakt-.....	68
entkoppelte Erfüllung .....	Lager-.....	156
funktionale Analyse.....	-reduktion .....	165
nicht abgeschlossene Erfüllung ..	Lasswell-Formel.....	65
ökonomische Funktionssicht.....	Marketing .....	34
Funktionen der Content-Intermediation	virales.....	133
Abgrenzung.....	Markteintrittsbarrieren .....	22
Herleitung.....	Marktsicht .....	22
Handel .....	Mediation .....	65
Elektronischer .....	Medien	
Handlungswissenschaft.....	-intermediäre .....	58
Hörprobe.....	-leistung .....	17
Identifikation .....	-produkt.....	14, 24
Individualisierung.....	-unternehmen.....	14, 21
Industrialisierung .....	-wertschöpfungskette .....	21
Information Overload .....	Medium.....	10, 12
Informationsparadoxon .....	Merkantilismus.....	32
Inhalteklassen.....	Meta-Content.....	114, 116, 147, 163
Interface.....	Micro-commodity .....	19
Intermediation.....	Miniaturisierung .....	18
Definition .....	Mini-Broadcaster.....	164
elektronische.....	Mobilität .....	19
Kosten der.....	Modul .....	12
Klassifikation.....	Modularisierung .....	19, 111, 123
Komparativ-statische Analyse .....	Multimedialität.....	15
Komprimierung .....	Multiplikation .....	91, 122, 152
Konservation.....	simultane.....	136
Kosten	Musik, Markt für .....	103

Nationalökonomie .....	33	Tauschbörse	
Neue Institutionenökonomik .....	67	Musik- .....	27, 70, 104, 122, 164
On-demand.....	129, 153	Wissenschafts-.....	155
Ontologie .....	115	Technologien .....	16
Open Access .....	142	Telekommunikation.....	26, 64, 101, 126
Präsentation .....	96, 130, 137, 158, 161	Theoretisches Konstrukt .....	56
Präservation .....	94, 127, 136, 156, 161	Thesen	
Preprint-Server .....	159	zum Markt für Musik .....	134
Produktion .....	21, 60	zum Markt für wissenschaftliche	
Produktivitätsstreit .....	32	Publikationen .....	160
Qualitätssicherung .....	145, 155	Transaktionskosten.....	37
Rechtehandel .....	78	Transformation..	84, 113, 135, 146, 161
Redaktion .....	21	Transkription .....	146
Reintermediation .....	39, 167	Triebkräfte .....	22
Remediation .....	65	Verhandlungsmacht.....	22
Reproduktion .....	89, 121, 136, 151, 161	Verkehrslehre .....	33
Erweiterte Typologie der .....	122	Versionskontrolle .....	157
On-demand .....	129	Wertschöpfung	
Pull-.....	122	lineare .....	23
Push-.....	123	-skette .....	21
Typologie der .....	90	-snetzwerke.....	24
Rezeption .....	21, 60	Wettbewerb.....	22
Rippen .....	119	Wettbewerbsstrategie .....	22
Risikoübernahme.....	78	Wissenschaftliche Publikationen.....	137
Selektion.....	83, 109, 134, 143, 160	Ziel	
Self-archiving.....	159	Beschreibungs- .....	3, 172
Suchmaschinen	4, 79, 101, 107, 108,	Erklärungs-.....	3, 172
115, 141, 144, 148, 149, 158, 163		Gestaltungs-.....	4, 174, 176
		Zulieferer .....	22