

Medienregulierung in Deutschland

Handbuch für Wissenschaft und Studium

Bearbeitet von
Von Prof. Dr. Wolfgang Seufert, und Prof. Dr. Hardy Gundlach

2., aktualisierte Auflage 2017. Buch. 457 S. Kartoniert
ISBN 978 3 8487 2144 3
Gewicht: 767 g

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Medienwissenschaften > Medienphilosophie, Medienethik, Medienrecht](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

**beck-shop.de**
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.



Wolfgang Seufert | Hardy Gundlach

Medienregulierung in Deutschland

Ziele, Konzepte, Maßnahmen

Handbuch für Wissenschaft und Studium

2., aktualisierte Auflage



Nomos

Wolfgang Seufert | Hardy Gundlach

Medienregulierung in Deutschland

Ziele, Konzepte, Maßnahmen

Handbuch für Wissenschaft und Studium

2., aktualisierte Auflage



Nomos

© Titelbild: istockphoto.com

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-2144-3 (Print)

ISBN 978-3-8452-6243-7 (ePDF)

2., aktualisierte Auflage 2017

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2017. Gedruckt in Deutschland. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Inhaltsübersicht

Vorwort zur 2. Auflage	5
Vorwort zur 1. Auflage	7
Abbildungsverzeichnis	11
Tabellenverzeichnis	15
Abkürzungsverzeichnis	17
1 Einführung	23
Teil A Regulierungsziele und -konzepte	27
A1 Grundlagen	29
2 Medienregulierung als staatlich gesetzter Handlungsrahmen für Medienunternehmen ...	29
A2 Ziele der Medienregulierung	45
3 Kommunikationspolitische Ziele der Medienregulierung	45
4 Wettbewerbspolitische Ziele der Medienregulierung	68
5 Industriepolitische Ziele der Medienregulierung	90
A3 Theorien zur Regulierungseffizienz	97
6 Marktversagen und Regulierungsversagen	97
7 Öffentliche Produktion und Bürokratietheorie	117
8 Konzepte der Ko- und Selbstregulierung	129
A4 Zwischenfazit	138
9 Medienregulierung im Spannungsfeld zwischen kommunikationspolitischen und wirtschaftspolitischen Zielsystemen	138
Teil B Regulierung der Medien in Deutschland	145
10 Überblick über die wichtigsten Instrumente der Medienregulierung in Deutschland	147
B1 Medienspezifische Regulierungsmaßnahmen	152
11 Regulierung der Presse und der nicht-aktuellen Trägermedien	152
12 Rundfunkregulierung	174
13 Regulierung der Telemedien im Internet	242
14 Regulierung der Übertragungswege und Plattformen	260
B2 Medienübergreifende Regulierung im Rahmen des Wirtschaftsrechts	281
15 Regulierung des ökonomischen Wettbewerbs	281
16 Regulierung von Werbeinhalten	295
17 Regulierung der Verwertung geistigen Eigentums	311
18 Mediennutzung und Datenschutz	329
19 Medienförderung als Industriepolitik	340
B3 Medienentwicklung und Medienregulierung	360
20 Perspektiven der Medienregulierung	360

Inhaltsübersicht

Anhang	375
A1 Übersichten zum Medienrecht	377
A2 Lösungshinweise zu den Übungsfragen	386
Literatur	403
Rechtsquellenverzeichnis (wichtigste zitierte Rechtsquellen)	441
I. Europarecht	441
Primärrecht (Verträge)	441
Sekundärrecht (Verordnungen, Richtlinien)	441
II. Bundesrecht	443
III. Landesrecht	444
Stichwortverzeichnis	445