

(Read download) Megamerger von Medienunternehmen: Stakeholder und Governance der Merger-Entscheidung

# Megamerger von Medienunternehmen: Stakeholder und Governance der Merger-Entscheidung

Von Haiko van Lengen

DOC | \*audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



DOWNLOAD



READ ONLINE

Produktinformation -Verkaufsrank: #8811637 in BcherVerffentlicht am: 2004-08Einband: Taschenbuch230  
Seiten | File size: 60.Mb

**Von Haiko van Lengen : Megamerger von Medienunternehmen: Stakeholder und Governance der Merger-Entscheidung** before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Megamerger von Medienunternehmen: Stakeholder und Governance der Merger-Entscheidung:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen1 von 4 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Der Verlag teilt zu diesem Buch mit:Von Ein KundeMegamerger sind seit Beginn der 90er Jahre zu einer wichtigen Strategie von international agierenden Medienunternehmen geworden. Ein Hhepunkt dieser Entwicklung ist der Merger der amerikanischen Unternehmen America Online und Time Warner im Jahr 2001 zum damaligen Zeitpunkt

der zweitgrößte Unternehmenszusammenschluss der Wirtschaftsgeschichte überhaupt. Zweifel sind allerdings im Hinblick auf die ökonomische Wertstiftung von Megamergern in der Medienbranche angebracht insbesondere vor dem Hintergrund der ökonomischen Besonderheiten von Medienunternehmen. Das gilt sowohl aus einer ökonomietheoretischen Sicht als auch vor dem Hintergrund der tatsächlichen wirtschaftlichen Entwicklung der an Megamergern beteiligten Unternehmen. Es stellt sich deshalb die Frage, warum solche Entscheidungen dennoch zustande kommen können. Als ein wesentlicher Erklärungsbeitrag lassen sich die Einflussmöglichkeiten und Interessen der an der Merger-Entscheidung beteiligten unternehmensinternen und externen Akteure (Stakeholder) identifizieren. Die detaillierte Betrachtung des Merger-Entscheidungsprozesses zeigt, dass die Corporate-Governance-Strukturen von Medienunternehmen erweitert werden müssen, um ökonomisch nicht sinnvolle Merger-Entscheidungen einzuschränken.

Kurzbeschreibung Megamergers sind seit Beginn der 90er Jahre zu einer wichtigen Strategie von international agierenden Medienunternehmen geworden. Ein Höhepunkt dieser Entwicklung ist der Merger der amerikanischen Unternehmen America Online und Time Warner im Jahr 2001 - zum damaligen Zeitpunkt der zweitgrößte Unternehmenszusammenschluss der Wirtschaftsgeschichte überhaupt. Zweifel sind allerdings im Hinblick auf die ökonomische Wertstiftung von Megamergern in der Medienbranche angebracht - insbesondere vor dem Hintergrund der ökonomischen Besonderheiten von Medienunternehmen. Das gilt sowohl aus einer ökonomietheoretischen Sicht als auch vor dem Hintergrund der tatsächlichen wirtschaftlichen Entwicklung der an Megamergern beteiligten Unternehmen. Es stellt sich deshalb die Frage, warum solche Entscheidungen dennoch zustande kommen können. Als ein wesentlicher Erklärungsbeitrag lassen sich die Einflussmöglichkeiten und Interessen der an der Merger-Entscheidung beteiligten unternehmensinternen und -externen Akteure (Stakeholder) identifizieren. Die detaillierte Betrachtung des Merger-Entscheidungsprozesses zeigt, dass die Corporate-Governance-Strukturen von Medienunternehmen erweitert werden müssen, um ökonomisch nicht sinnvolle Merger-Entscheidungen einzuschränken.