

Literaturverzeichnis

- Abbott, Lawrence (1985):** Qualität und Wettbewerb. Berlin und München.
- Absolventa (2017):** XYZ – Generationen auf dem Arbeitsmarkt. Infografik Generation Y. Online verfügbar unter: <https://www.absolventa.de/karriereguide/berufseinsteigerwissen/xyz-generationen-arbeitsmarkt-ueberblick>. Zuletzt abgerufen am 02.02.2018.
- Achleitner, Ann-Kristin; Fingerle, Christian H. (2004):** Finanzierungssituation des deutschen Mittelstands. In: Achleitner, Ann-Kristin; v. Einem, Christoph; v. Schröder, Benedikt: Private Debt – alternative Finanzierung für den Mittelstand – Finanzmanagement, Rekapitalisierung, Institutionelles Fremdkapital. Stuttgart: Schäffer-Poeschel. S. 5–40.
- AGF (2017):** Online verfügbar unter: <https://www.vprf.de/arbeitsgemeinschaft-fernsehforschung-agf/content/tv-nutzung-tv-marktanteile-deutschland-q2-2017>. Zuletzt aufgerufen am 06.02.2018.
- Appel, Wolfgang (2013):** Personaler und Digital Natives. In: Appel, Wolfgang; Michel-Dittgen, Birgit (Hrsg.): Digital Natives. Was Personaler über die Generation Y wissen sollten. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Appel, Wolfgang; Michel-Dittgen, Birgit (Hrsg.) (2013):** Digital Natives. Was Personaler über die Generation Y wissen sollten. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Arndt, Susanne; Reinert, Michael (2006):** Wie versteinert. In: *enabled* 08/06, S. 25–26
- Barclays (2013):** A Summary of Talking About My Generation: Exploring the Benefits Engagement Challenge.
- BDVZ (2017):** BDVZ Jahrbuch. Zeitungen 2017/18. Berlin.
- Beck, Hanno (2011):** Medienökonomie - Print, Fernsehen und Multimedia, 3. Auflage. Berlin Heidelberg: Springer.
- BIU (2017),** zitiert nach Statista: Umsatz mit Online- und Browsergames. Online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/161865/umfrage/umsatz-mit-online-und-browser-games-in-deutschland/>. Zuletzt aufgerufen am 06.02.2018.
- Bloomfield, Richard; Lamb, Alyson; Quirke, Bill (1999):** Faktor Mensch – Neue Regeln für die digitale Kommunikation, Synopsis Communication Consulting. In: Deekeling Egbert; Fiebig, Norbert: Interne Kommunikation – Erfolgsfaktor im Corporate Change. Wiesbaden: Gabler.
- Bode, Philipp (2010):** Markenmanagement in Medienunternehmen. Wiesbaden.
- Börsenverein des deutschen Buchmarkts (2017):** Das E-Book in Deutschland, online verfügbar unter: <http://www.boersenverein.de/sixcms/media.php/1117/ig2017-3.pdf>. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.

- Botzenhardt, Florian; Pätzmann, Jens Uwe (2012):** Die Zukunft der Werbeagenturen. Strategische Planung als Innovationsmotor. Wiesbaden: Springer.
- Broich, Dennis J. (2015):** Mitarbeiterbindung in KMU. Analyse von Instrumenten und Maßnahmen. Hamburg: Igel Verlag RWS.
- Brüsemeister, Thomas (2008):** Qualitative Forschung. Ein Überblick. 2., überarbeitete Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bruhn, Manfred (2014):** Unternehmens- und Marketingkommunikation. Handbuch für ein integriertes Kommunikationsmanagement. München: Franz Vahlen GmbH.
- Buchholz, Ulrike (2016):** Auf dem Weg vom Mauerblümchen zum integralen Bestandteil des General-Managements: Eine Standortbestimmung der internen Kommunikation. In: Huck-Sandhu, Simone (Hrsg.): Interne Kommunikation im Wandel. Theoretische Konzepte und empirische Befunde. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Buchholz, Ulrike (2010):** Interne Unternehmenskommunikation im Wandel der Zeit. Ihre Entwicklung und ihre Modelle als Instrument der Unternehmensführung. Hochschule Hannover.
- Buchholz, Ulrike; Knorre, Susanne (2012):** Interne Unternehmenskommunikation in resilienten Organisationen. Berlin und Heidelberg: Springer.
- Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz.** Online verfügbar unter: https://www.gesetze-im-internet.de/betrvg/___81.html. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- Bundesverband Musikindustrie (2017):** Musikindustrie in Zahlen, online verfügbar unter: http://www.musikindustrie.de/fileadmin/bvmi/upload/02_Markt-Bestseller/MiZ-Grafiken/2016/bvmi-2016-musikindustrie-in-zahlen-jahrbuch-ePaper_final.pdf. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (2017):** E-Commerce. Der neue Nahversorger?. Online verfügbar unter: file:///C:/Users/PC/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/180122%20bev_h_Praesentation%20E-Commerce%20der%20neue%20Nahversorger_.pdf. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- Burrack, Heiko; Nöcker, Ralf (2008):** Vom Pitch zum Award. Wie Werbung gemacht wird. Insights in eine ungewöhnliche Branche. Frankfurt: Frankfurter Allgemeine Buch.
- Bussiek, Jürgen (1996):** Anwendungsorientierte Betriebswirtschaftslehre für Klein- und Mittelunternehmen. München: Oldenbourg.
- Comelli, Gerhard; Rosenstiel, Lutz v. (2009):** Führung durch Motivation: Mitarbeiter für Organisationsziele gewinnen. Vahlen.
- Dachrodt, Heinz-G.; Engelbert, Volker; Koberski, Wolfgang; Dachrodt, Gunnar (2014):** Praxishandbuch Human Resources. Management, Arbeitsrecht, Betriebsverfassung. Wiesbaden: Springer.

- Dachrodt, Heinz-G. (2014):** „Interne Öffentlichkeitsarbeit“ im Betrieb – „Tue Gutes und rede darüber“. In Dachrodt, Heinz-G.; Engelbert, Volker; Koberski, Wolfgang; Dachrodt, Gunnar: Praxishandbuch Human Resources. Management, Arbeitsrecht, Betriebsverfassung. Wiesbaden: Springer.
- Destatis (2017):** Bevölkerungspyramide. Online verfügbar unter: <https://service.destatis.de/bevoelkerungspyramide/#!y=2044>. Zuletzt abgerufen am 02.02.2018.
- Dierks, Sven (Hrsg.) (2009):** Quo vadis Zeitschriften? Änderung der Medienlandschaft und Auswirkungen auf den Pressekäufer. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dubs, Rolf; Euler, Dieter; Rüegg-Stürm, Johannes; Wyss, Christiane (2004):** Einführung in die Managementlehre, Band 4. Bern: Haupt Verlag.
- Einwiller, Sabine; Klöfer, Franz; Nies, Ulrich (2006):** Mitarbeiterkommunikation. In Schmid, Beat F.; Lyczek, Boris: Unternehmenskommunikation. Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung. Wiesbaden: Gabler.
- Evans, David S. (2010):** The Web Economy, Two Sided Markets and Competition Policy. Online verfügbar unter: <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=239073082082021004098065105018077099032048032049061056117001090127002098010003013112024061044008020011060004079009102098027068024091023050060019076075000124072089030083063003089105069065077026074117008118107077064008111121023016004090028024019120110&EXT=pdf>. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- Felfe, Jörg (2009):** Mitarbeiterführung. Göttingen [u.a.]: Hogrefe.
- FFA Studie (2017):** Der Kinobesucher 2016, online verfügbar unter: file:///C:/Users/PC/AppData/Local/Packages/Microsoft.MicrosoftEdge_8wekyb3d8bbwe/TempState/Downloads/Kinobesucher_2016.pdf. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- Fichtel, Roland (1997):** Technologietransfer für Klein- und Mittelbetriebe. Wiesbaden: DUV.
- Fink & Fuchs; Uni Leipzig (2014):** Statistik: Welche dieser Ziele verfolgen Sie mit Kommunikation, um den Unternehmenserfolg zu steigern? Online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/471636/umfrage/ziele-der-unternehmenskommunikation-im-mittelstand/>. Zuletzt abgerufen am 02.02.2018.
- Fließ, Sabine; Hagenhoff, Svenja (2017):** Zeitungsverlage zwischen Digitalisierung und Servitization – eine explorative Dokumentenanalyse. In: Bruhn, Manfred; Hadwich, Karsten (Hrsg.): Dienstleistungen 4.0. Geschäftsmodelle – Wertschöpfung – Transformation Band 2. Wiesbaden: Springer. S. 381-409.
- Friedrichsen, Mike; Grüblbauer, Johanna; Haric, Peter (2015):** Strategisches Management von Medienunternehmen. Einführung in die Medienwirtschaft mit Case-Studies. Gabler.
- Führmann, Ulrike; Schmidbauer, Klaus (2011):** Wie kommt System in die interne Kommunikation. Ein Wegweiser für die Praxis. Talpa-Verlag.

- Gattringer, Karin; Klingler, Walter (2016):** Wie Deutschland Radio hört. Online verfügbar unter:
http://www.ardwerbung.de/fileadmin/user_upload/Downloads/Forschung/Radioforschung/09-2016_Gattringer_Klingler.pdf. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- Gläser, Martin (2014):** Medienmanagement. München: Vahlen.
- Goeke, Manfred (2008):** Der deutsche Mittelstand. Herzstück der deutschen Wirtschaft. In: Goeke, Manfred: Praxishandbuch Mittelstandsfinanzierung. Mit Leasing, Factoring & Co. Unternehmerische Potenziale ausschöpfen. Wiesbaden: Gabler. S. 9–22.
- Goinger Kreis e.V (2015):** Zukunft Personal – Zwischen Praxis und Innovation, Unternehmen und Gesellschaft. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Griepentrog, Wolfgang (2014):** Controlling & Management Review Sonderheft 02/14.
- Haag, Patrick; Roßmann, Patrick (2015):** Management kleiner und mittlerer Unternehmen. Strategische Aspekte, operative Umsetzung und Best Practice. De Gruyter Oldenbourg.
- Hannington, Terry (2004):** How to Measure and Manage your Corporate Reputation. Adlershot: Gower.
- Herbst, Dieter (1999):** Interne Kommunikation, 1. Auflage. Berlin: Cornelsen.
- Hermann, Alfred-Joachim (2007):** Medienmanagement. Grundlagen und Praxis für Film, Hörfunk, Internet, Multimedia und Print. München.
- Hubbard, Monika (2004):** Markenführung von innen nach außen: Zur Rolle der Internen Kommunikation als Wettstreiter für Marken. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Huck-Sandhu, Simone (2016):** Interne Kommunikation im Wandel. Wiesbaden: Springer.
- Hurrelmann, Klaus; Albrecht, Erik (2014):** Die heimlichen Revolutionäre. Wie die Generation Y unsere Welt verändert. Weinheim und Basel: Beltz.
- Idealo (2018):** E-Commerce Trends 2018. Wünsche und Ängste von Online-Shoppern. Online verfügbar unter: https://www.ideal.de/unternehmen/wp-content/uploads/sites/33/2018/01/2018-01-23_E-Commerce-Trends-2018_Wünsche-und-Ängste-von-Online-Shoppern.pdf. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- IFM Bonn (2016):** KMU Definition, online verfügbar unter: <https://www.ifm-bonn.org/definitionen/kmu-definition-des-ifm-bonn>. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- Immerschitt, Wolfgang; Stumpf, Marcus (2014):** Employer Branding für KMU. Der Mittelstand als attraktiver Arbeitgeber. Wiesbaden: Springer.
- IVW Studie (2018):** Online verfügbar unter: http://www.ivw.de/sites/default/files/20174_ivw_aufgabenliste.pdf. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- JIM-Studie (2012):** Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest.

-
- Kalmus, Michael (1998):** Praxis der internen Kommunikation. Essen: Stamm Verlag.
- Karstens, Eric; Schütte, Jörg (2013):** Praxishandbuch Fernsehen. Wie TV-Sender arbeiten. Wiesbaden: Springer.
- Kiefer, Marie L.; Steininger, Christian (2014):** Medienökonomik, 3.Auflage. De Gruyter.
- Klaffke, Martin; Parment, Anders (2011):** Herausforderungen und Handlungsansätze für das Personalmanagement von Millennials. In: Klaffke, Martin (Hrsg.): Personalmanagement von Millennials. Konzepte, Instrumente und Best-Practice-Ansätze. Wiesbaden: Gabler.
- Knittel, Susanne (2011):** Artist-Management in Medienunternehmen. Lavieren zwischen Ökonomie und Kreativität. Wiesbaden: Springer.
- Küng, Lucy; Picard, Robert; Towse, Ruth (2008):** The Internet and the Mass Media, 2. Auflage. Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: Sage.
- Laham, T. S. (2014):** The Con Game: A Failure of Trust. Lulu Publishing Services.
- Lorenz, Joachim (2017):** Buchhandel im Wandel. Auswirkungen auf die Entwicklung des Sortimentbuchhandels. Diplomica Verlag.
- Maier, Mattias (2004):** Medienunternehmen im Umbruch: Transformation ökonomischer Dispositive, neue Organisationsstrukturen und entgrenzte Arbeitsformen. In: Altmeppen, Klaus-Dieter; Karmasin, Matthias: Medien und Ökonomie Band 2: Problemfelder der Medienökonomie. Wiesbaden. S.15-39.
- ManpowerGroup (2017),** zitiert nach Statista: Was eine gute Führungskraft ausmacht. Online verfügbar unter <https://de.statista.com/infografik/10710/was-eine-gute-fuehrungskraft-ausmacht/>. Zuletzt abgerufen am 09.02.2018
- Mast, Claudia (2016):** Unternehmenskommunikation, 6. Auflage. Konstanz und München: UVK.
- Mast, Claudia (2013):** Unternehmenskommunikation, 5. Auflage. Konstanz und München: UVK.
- Mast, Claudia (2007):** Interne Unternehmenskommunikation: Der Dialog mit Mitarbeiter und Führungskräften. In Piwinger, Manfred; Zerfaß, Ansgar (Hrsg.): Handbuch Unternehmenskommunikation. Wiesbaden: Gabler.
- Mayring, Philipp (2016):** Einführung in die qualitative Sozialforschung: Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim und Basel: Beltz.
- Meedia (2016):** Studie über Mediennutzung der Millennials: „Fernsehen ist nicht totzukriegen“. Interview mit Stephan Weichert. Online verfügbar unter: <http://meeia.de/2016/05/30/studie-ueber-mediennutzung-der-millennials-fernsehen-ist-nicht-totzukriegen/>. Zuletzt abgerufen am 02.02.2018.

-
- Meffert, Heribert (2005):** Marketing. Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele, 9.Auflage. Wiesbaden.
- Meffert, Heribert; Burmann, Christoph; Kirchgeorg, Manfred (2015):** Marketing – Grundlagen marktorientierter Unternehmensführung. Konzepte, Instrumente, Praxisbeispiele. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Merz, Yasmin (2018):** Print versus Online. Kannibalisierungs- und Synergieeffekte durch Onlineauftritte von Publikumszeitungen und Tageszeitungen. Wiesbaden: Springer.
- Moskaliuk, Johannes (2016):** Generation Y als Herausforderung für Führungskräfte. Psychologisches Praxiswissen für wertorientierte Führung. Wiesbaden: Springer.
- Negroponte, Nicholas (1996):** Being digital. New York: Vintage Books.
- Nielsen Studie (2018):** Werbetrend. Top Trends im Dezember. Online verfügbar unter: <http://www.nielsen.com/de/de/insights/reports/2018/top-ten-trends.html>. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- Nöcker, Ralf (2014):** Ökonomie der Werbung. Grundlagen, Wirkungsweise, Geschäftsmodelle. Wiesbaden: Springer.
- Nohr, Holger (2013):** Zeitungen auf der Suche nach digitalen Geschäftsmodellen. In: Schwarzer, Bettina; Spitzer, Sarah (Hrsg.): Zeitungsverlage im Wandel. Aktuelle Entwicklungen auf dem deutschen Zeitungsmarkt. Baden-Baden: Nomos, S. 11–50.
- Oertel, Jutta (2014):** Baby Boomer und Generation X. Charakteristika der etablierten Arbeitnehmer-Generation. In: Klaffke, Martin (Hrsg.): Generationenmanagement. Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Osterheider, Felix (2014):** Morgens halb zehn in Deutschland oder: warum interne Kommunikation entscheidend wichtig ist. In Dachrodt, Heinz-G.; Engelbert, Volker; Koberski, Wolfgang; Dachrodt, Gunnar: Praxishandbuch Human Resources. Management, Arbeitsrecht, Betriebsverfassung. Wiesbaden: Springer.
- Parment, Anders (2013):** Die Generation Y. Mitarbeiter der Zukunft motivieren, integrieren, führen. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Pfannenber, Jörg; Zerfaß, Ansgar (2010):** Wertschöpfung durch Kommunikation. Kommunikations-Controlling in der Unternehmenspraxis. Frankfurt/Main: F.A.Z. Institut.
- Pfohl, Hans Christian (2006):** Abgrenzung der Klein- und Mittelbetriebe von Großbetrieben. In Pfohl, Hans Christian: Betriebswirtschaftslehre der Mittel- und Kleinbetriebe. Größenspezifische Probleme und Möglichkeiten zu ihrer Lösung. 4. Auflage. Berlin: Erich Schmidt.
- Pöttker, Horst; Vehmeier, Anke (2013):** Das verkannte Ressort. Probleme und Perspektiven des Lokaljournalismus. Wiesbaden. Springer.
- Prensky, Marc (2001):** Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon.

- Pressemeldung Facebook (2017):** “Eine Community von 30 Millionen. Facebook sagt Danke”. Online verfügbar unter: <https://de.newsroom.fb.com/news/2017/06/eine-community-von-30-millionen-facebook-sagt-danke/>. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- Pressemeldung Instagram (2017):** Online verfügbar unter: <https://allfacebook.de/instagram/instagram-nutzer-deutschland>. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- Probst, Gilbert; Raub, Steffen; Romhardt, Kai (2012):** Wissen managen – Wie Unternehmen ihre wertvollste Ressource optimal nutzen. Wiesbaden: Gabler.
- Puttenat, Daniela (2012):** Praxishandbuch Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Der kleine PR-Coach. 2. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.
- pwc Studie (2017):** German Entertainment and Media Outlook: 2017-2021, online verfügbar unter: <https://outlook.pwc.de>, letzter Aufruf 06.02.2018
- Quirke, Bill (2008):** Making the Connections. Using Internal Communication to Turn Strategy into Action. 2nd Edition. Aldershot: Gower.
- Rauter, Romana (2013):** Interorganisationaler Wissenstransfer. Zusammenarbeit zwischen Forschungseinrichtungen und KMU. Wiesbaden: Springer.
- Rothmann, Wasko (2013):** Wahrnehmung des strategischen Handlungsspielraums. Die verlegerische Entwicklung deutscher Qualitätszeitungen seit 2011. Wiesbaden.
- Röttig, Paul F. (2011):** Das Engagement-Profil der Generation Y: Workforce-Trends als unternehmerische Herausforderung. In: Biedermann, Hubert (Hrsg.): Umweltverträgliche Produktion und nachhaltiger Erfolg: Chancen, Benchmarks & Entwicklungslinien. München: Hampp.
- Rosenberger, Bernhard; Kreil, Katrin (2017):** Interne Kommunikation – der unterschätzte Faktor im Unternehmen. In Rosenberger, Bernhard: Modernes Personalmanagement, 2. Auflage. Wiesbaden: Springer.
- Schauf, Malcolm (2009):** Unternehmensführung im Mittelstand. Rollenwandel kleiner und mittlerer Unternehmen in der Globalisierung, 2. Auflage. München: Hampp.
- Schawbel, Dan (2014):** What Generation Z Entrepreneurs Are Like. In: Forbes. Online verfügbar unter: <https://www.forbes.com/sites/danschawbel/2014/09/02/what-generation-z-entrepreneurs-are-like/#2ec005484f1e>. Zuletzt abgerufen am 02.02.2018.
- Schick, Siegfried (2010):** Interne Unternehmenskommunikation – Strategien entwickeln, Strukturen schaffen, Prozesse steuern, 4. Auflage. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Schindler, Oliver (2015):** Arbeitgeberattraktivität. Ein Erfolgsbeispiel aus der Süßwarenindustrie. In Hartmann, Michaela: Rekrutierung in einer zukunftsorientierten Arbeitswelt. HR-Aufgaben optimal vernetzen, 1. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler. S. 135–150.

- Schmid, Beate F.; Lyczek, Boris (2008):** Die Rolle der Kommunikation in der Wertschöpfung der Unternehmung. In Meckel, Miriam; Schmid, Beate F.: Unternehmenskommunikation – Kommunikationsmanagement aus Sicht der Unternehmensführung, 2. Auflage. Gabler, GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2008
- Schüller, Anne M.; Steffen, Alex T. (2017):** Fit für die Next Economy: Zukunftsfähig mit den Digital Natives. Weinheim: Wiley.
- Schulenberg, Nils (2016):** Führung einer neuen Generation. Wie die Generation Y führen und geführt werden sollte. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Schumann, Matthias; Hess, Thomas (2006):** Grundfragen der Medienwirtschaft. Eine betriebswirtschaftliche Einführung, 3. Auflage. Berlin: Springer.
- Schwenke, Philipp; Weber-Guskar, Eva (2008):** Kein Leben jenseits der Arbeit. Interview mit Richard Sennett. In: Zeit Online. Online verfügbar unter: <http://www.zeit.de/campus/2008/04/interview-richard-sennett>. Zuletzt abgerufen am 02.02.2018.
- Seufert, Wolfgang; Beck, Klaus (2005):** Medienwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern. Entwicklung, Stand und Perspektiven.
- Shell Jugendstudie (2015):** 17. Shell Jugendstudie. Jugend 2015. Online verfügbar unter: <https://www.shell.de/ueber-uns/die-shell-jugendstudie.html>. Zuletzt abgerufen am 04.02.2018.
- Sigler, Constanze (2010):** Online-Medienmanagement - Grundlagen – Konzepte – Herausforderungen. Mit Praxisbeispielen und Fallstudien. Wiesbaden: Springer.
- Sjurts, Insa (2002):** Strategien in der Medienbranche, 2. Auflage. Wiesbaden.
- Sjurts, Insa (2004):** Strategische Optionen in der Medienkrise - Print, Fernsehen, Neue Medien. München.
- Sjurts, Insa (2005):** Strategien in der Medienbranche - Grundlagen und Fallbeispiele, 3. Auflage. Wiesbaden: Gabler.
- Sjurts, Insa (2011):** Gabler Lexikon Medienwirtschaft. Wiesbaden: Springer.
- Stärkle, Robert (1985):** Wechselwirkung zwischen Organisationskultur und Organisationsstruktur. In Probst, G.J.B. /Siegwart, H. (Hrsg.): Integriertes Management: Bausteine des systemorientierten Managements. Bern/Stuttgart.
- Statistisches Bundesamt (2017),** zitiert nach Statista: Verteilung der Beschäftigten in Unternehmen in Deutschland nach Unternehmensgröße. Online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/731911/umfrage/verteilung-der-beschaeftigten-in-unternehmen-in-deutschland-nach-unternehmensgroesse/>. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.

-
- Statistisches Bundesamt (2017)**, zitiert nach Statista: Verteilung des Umsatzes der Unternehmen in Deutschland nach Unternehmensgröße. Online verfügbar unter: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/731913/umfrage/verteilung-des-umsatzes-der-unternehmen-in-deutschland-nach-unternehmensgroesse/>. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- Tokarski, Kim Oliver; Schellinger, Jochen; Berchthold, Phillipp (2017)**: Zukunftstrend 2020. Strategische Handlungsfelder für Unternehmen für Unternehmen und Non-Profit-Organisationen. Wiesbaden: Springer.
- Volk, Georg (1999)**: Geleitwort, 1999. In: Herbst, Dieter: Interne Kommunikation, 1. Auflage. Berlin: Cornelsen.
- Walter, Simon (2007)**: Die Rolle der Werbeagentur im Markenführungsprozess. Wiesbaden.
- Wirtz, Bernd W. (2006)**: Medien und Internetmanagement, 5. Auflage. Wiesbaden.
- Wiswede, Günter (1981)**: Kommunikation. In: Beckerath, P.G.; Sauer mann, P.; Wiswede, G. (Hrsg.): Handwörterbuch der Betriebspsychologie und Betriebssoziologie. Stuttgart: Enke. S. 226, 231.
- Witzel, Andreas (1982)**: Verfahren der qualitativen Sozialforschung. Überblick und Alternativen. Frankfurt am Main und New York: Campus.
- Zenith (2017)**: Prognose der Werbeumsätze in den einzelnen Medien in Deutschland im Jahr 2018. Online verfügbar unter: <https://www.horizont.net/medien/nachrichten/Zenith-Prognose-Digital-waechst-weiter---doch-nur-Google-und-Facebook-profitieren-163161>. Zuletzt abgerufen am 06.02.2018.
- Zurstiege, Guido (2015)**: Medien und Werbung. Wiesbaden: Springer.