Forschung kompakt

Forschung zu medienwirtschaftlich relevanten Fragen findet sich, wenig überraschend, in den medienwirtschaftlich relevanten Fachzeitschriften. Doch die Zahl dieser Zeitschriften ist eher klein. Gleichwohl finden sich immer wieder für die Medienwirtschaft interessante Ergebnisse in Zeitschriften aus den Wirtschaftswissenschaften sowie in angrenzenden Gebieten wie der Kommunikationswissenschaft, der Informatik und dem Recht. Häufig werden diese Arbeiten aber in Medienmanagement und Medienökonomie kaum wahrgenommen.

Vor diesem Hintergrund führten wir die Rubrik „Forschung kompakt“ in der „MedienWirtschaft“ ein und setzen sie fort. In dieser werden in der Zukunft immer wieder für die Medienwirtschaft interessante Artikel vorstellen, die nicht in medien- wirtschaftlichen Zeitschriften publiziert wurden und – der Ausrichtung der „MedienWirtschaft“ entsprechend – auch für Praktiker direkt relevant sind. Bei der Darstellung stellen wir daher auch die für Praktiker unmittelbar relevanten Ergebnisse in den Mittelpunkt und gehen daher nur sehr kurz auf Methodik, theoretischen Einbettung und den akademischen Wert ein.

Der historische Pfad als Einflussfaktor für die Adoptionsgeschwindigkeit digitaler Technologien in der Musikindustrie.

Tang R. W.; Wang, Y.: The length of historical path and the digitalization speed of record labels: A path dependence perspective, erschienen in: Journal of Business Research, 189 (2025) 115150, doi: 10.1016/j.jbusres.2024.115150

Die Digitalisierung verschlafen. Mit diesem Vorwurf werden Unternehmen aber auch ganze Sektoren der Medienwirtschaft regelmäßig konfrontiert: Beispielsweise habe sich die Musikindustrie zu spät um die Digitalisierung von Geschäftsmodellen für das Internetzeitalter gekümmert – so ein häufiger Topos. Aber warum „passiert“ es, dass Unternehmen oder ganze Branchen neue Technologien zu spät oder zumindest verzögert adoptieren? Antworten auf diese Frage nach dem Warum beleuchten Tang & Wang in ihrem Artikel „The length of historical path and the digitalization speed of record labels: A path dependence perspective“. Die Autoren untersuchen, inwieweit die Länge des historischen Weges einer Organisation die Geschwindigkeit beeinflusst, mit der sie digitale Technologien einführt. Durchgeführt wurde die Studie anhand von 5.129 Plattenlabels aus 68 Ländern mit Daten aus den Jahren 2000 bis 2018.

Ausgangsbasis der Überlegungen der Autoren ist, dass Unternehmen eher dazu tendieren, die im Laufe ihrer historischen Entwicklung erworbenen Fähigkeiten und Kenntnisse zu bewahren und damit an ihren historischen Pfaden festhalten, die sich mit positiven Rückkopplungsschleifen bewährt haben, statt neue, für das digitale Zeitalter geeignete Kompetenzen zu erwerben.

Anders ausgedrückt: Aufgrund ihrer historischen Prägung und (grundsätzlicher) organisatorischer Trägheit, die sich in historischen Praktiken gebildet und verstärkt haben, werden Unternehmen der Musikindustrie (in diesem Fall Plattenlabels) mit einer langen historischen Entwicklung die Einführung digitaler Technologien wahrscheinlich verzögern – im Vergleich zu solchen Unternehmen der Musikindustrie mit einer kurzen historischen Entwicklung. Man spricht hier von Pfadabhängigkeitseffekten: Aktuelle Handlungen einer Organisation folgen auf frühere Handlungen und beeinflussen zukünftige Handlungen. Dieser sich selbst verstärkende Kreislauf stabilisiert einen bestimmten organisatorischen Pfad strategischen Verhaltens im Laufe der Zeit. Handlungen der Vergangenheit begünstigen die Wiederholung ähnlicher Handlungen in der Zukunft.

Diese Pfadabhängigkeitseffekte sind gerade auch im Technologiebereich bekannt. So wird die Dominanz eines technologischen Pfades durch sich selbst verstärkende Prozesse – wie beispielsweise Netzwerkeffekte oder Lock-In-Effekte – vorangetrieben, die oft zu einer schwer zu durchbrechenden Bindung an einen bestimmten Technologiepfad führen. Dies erklärt, warum oftmals an einmal getroffenen Technologieentscheidungen festgehalten wird, trotz der Verfügbarkeit

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2025-3-58 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

potenziell überlegenerer beziehungsweise effizienterer technologischer Alternativen.

Aufbauend auf diesen Überlegungen untersuchen die Autoren, wie sich die Länge historischer Pfade auf die Digitalisierung von Plattenlabels (die Tonaufnahmen und Musikvideos veröffentlichen) auswirkt. Dabei stellen die Autoren die Hypothese einer negativen Beziehung zwischen der Länge des historischen Pfads eines Labels und der Geschwindigkeit der Digitalisierung – hier konkret der Veröffentlichung seiner ersten digitalen Aufnahmen – auf. Zudem gehen die Autoren davon aus, dass diese Beziehung durch (a) die Diversifizierung der bearbeiteten internationalen Märkte und (b) die Diversifizierung der angebotenen Musikformate sowie durch (c) den Grad der Digitalisierung des Labeltyps, zu dem ein Plattenlabel gehört und (d) den Grad der Digitalisierung des Heimatmarktes des Labels verstärkt wird.

Die Studie bestätigt die Annahme des negativen Einflusses der Länge des historischen Pfades einer Organisation auf die Geschwindigkeit, mit der sie die Digitalisierung einführt: Ein langer historischer Pfad reduziert die Adoptionsgeschwindigkeit. Ebenfalls kann die Studie bestätigen, dass internationale Diversifizierung und Diversifizierung im Bereich der angebotenen Musikformate die Auswirkungen der Pfadabhängigkeit verstärken. Auch ein hoher Digitalisierungsgrad der Labeltypen und des Heimatmarktes verstärken diese Auswirkungen. Die Studie zeigt Bedingungen auf, unter denen sich die Auswirkungen der Pfadabhängigkeit verändern, sowie die unterschiedlichen Mechanismen, die diesen Auswirkungen zugrunde liegen. Trotz identischer Folgen (Verzögerung der Digitalisierung) unterscheiden sich die zugrunde liegenden Mechanismen: Pfadlernen oder Pfadsynergie. Vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisse argumentieren die Autoren, dass die Wirkung der Pfadlänge in genau diesen Mechanismen des Pfadlernens und der Pfadsynergie begründet ist.

Der Unternehmenspraxis und damit Managern von Plattenlabels (insbesondere mit langer Historie) empfehlen die Autoren, sich der Tatsache bewusst zu sein, dass eine übermäßige Diversifizierung (d. h. internationale Diversifizierung und Diversifizierung der Musikformate) die Geschwindigkeit von Technologieeinführungen verzögert. Es gilt, Ansätze zu finden, die den Wert historischer Traditionen mit den Vorteilen innovativer Ansätze synergetisch verbinden können. Medienmanagern einer Plattenfirma mit einer langen Geschichte, die die digitale Musik ihres Labels schnell veröffentlichen möchten, schlagen die Autoren vor, in bestimmten Situationen einen Wechsel zu einem anderen Labeltyp mit einem geringeren Digitalisierungsgrad in Betracht zu ziehen. Auf diese Weise könnten diese Plattenfirmen die Stärken nutzen, die sie in ihrer langen Geschichte aufgebaut haben.

Der Beitrag „The length of historical path and the digitalization speed of record labels: A path dependence perspective“ ist jüngst im Journal of Business Research erschienen. Neben der unmittelbaren Fragestellung des Artikels ist eine intensive Beschäftigung mit diesem zudem vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen im Bereich der „Künstliche Intelligenz“ (KI) sowie deren Auswirkungen auf die Medienwirtschaft insofern interessant, als sich das Konzept der Pfadabhängigkeit auf die Fragestellung übertragen lässt: Wie beeinflusst der historische Pfad von Medienunternehmen die Adoptionsgeschwindigkeit von KI-Technologien und -Anwendungen?

Prof. Dr. Uwe Eisenbeis,
Hochschule der Medien Stuttgart

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2025-3-58 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY