

Uwe Eisenbeis

Seit November 2025 ist Uwe Eisenbeis Herausgeber der MedienWirtschaft. Als Wirtschaftswissenschaftler stärkt er die Perspektiven Ökonomie sowie Management im Herausgeberkreis. Er befasst sich in seiner Arbeit mit Managementherausforderungen des digitalen Wandels von Medien, Medienunternehmen und Medienmärkten. Aktuell forscht er insbesondere zu Geschäfts- und Erlösmodellen, Diversifikationsstrategien sowie Technologieadoptionstrategien in der Digital- und Medienwirtschaft.

Foto: Florian Müller/Hochschule der Medien



Uwe Eisenbeis lehrt seit September 2014 als Professor für Medienmanagement und Ökonomie an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Er bespielt dort die Lehrgebiete Medienökonomie, Medienmanagement, Strategisches Management sowie Internationales Management im Bachelorstudiengang Medienwirtschaft/Digital- und Medienwirtschaft sowie im Masterstudiengang Medienmanagement.

Nach dem Studium der Informationswissenschaft, Betriebswirtschaftslehre sowie Organisations- und Medienpsychologie an der Universität des Saarlandes arbeitete er 10 Jahre am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insb. Organisation, Personal- und Informationsmanagement (Univ.-Prof. Dr. Christian Scholz) in Saarbrücken – zunächst als wissenschaftlicher Mitarbeiter, dann als Akademischer Rat. Seine damaligen Forschungs- und Lehrbereiche waren: Medien- und Kommunikationsmanagement, Strategisches Organisationsmanagement sowie Organisationskultur. An der Rechts- und Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität des Saarlandes promovierte Uwe Eisenbeis zum Thema „Ziele, Zielsysteme und Zielkonfigurationen von Medienunternehmen. Ein Beitrag zur Realtheorie der Medienunternehmen“.

Vor seinem Ruf an die Hochschule der Medien war er zunächst als Berater bei der Schickler Unternehmensberatung GmbH sowie danach als Industry Manager bei der Google Deutschland GmbH tätig. Seit 2017 ist Uwe Eisenbeis Mitglied des Executive Boards der International Media Management Academic Association (IMMAA).

Ausgewählte aktuelle Publikationen

- Ciepluch, Magdalena/Eisenbeis, Uwe/Simoes, David, Who Owns the Technology of the Future? An Analysis of Investment and Acquisition Strategies in Artificial Intelligence Technologies of Large Digital and Media

Conglomerates. In: Communication & Society, erscheint in 2026.

- Ciepluch, Magdalena/Eisenbeis, Uwe, The Race for AI Technologies in the Media Industry. An Analysis of the Timing for AI Acquisitions and Investments from 2000 to 2023. In: Journal of Creative Industries and Cultural Studies, erscheint in 2026.
- Eisenbeis, Uwe/Mezger, Melanie/Rinsdorf, Lars (Hrsg.), Kreativwirtschaft und Creator Economy: Proceedings zur Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPK 2023, Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V., Stuttgart, 2024.
- Ciepluch, Magdalena/Eisenbeis, Uwe, The Relevance of Emerging Technologies for Media Conglomerates. A Question of the Planning Horizon of Technology Investment Activities, in: International Journal on Media Management 24 (3/2022), 164–196.
- Eisenbeis, Uwe, Technologieinvestitionsstrategien als Herausforderung für die Risikosteuerung, in: Wiedemann, Arnd/Stein, Volker/Fonseca, Mark (Hrsg.), Risk Governance in Organizations: Future Perspectives, Siegen (Universitätsverlag Siegen) 2022, 444–450.
- Ciepluch, Magdalena/Eisenbeis, Uwe, Technologieadoptionstrategien von Medienunternehmen. Schnelligkeit, Zeitpunkt und Planungshorizonte von Investitionen und Akquisitionen in Augmented und Virtual Reality-Technologien, in: HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik 59 (2022), 389–410.
- Eisenbeis, Uwe/Ciepluch, Magdalena (Hrsg.), Künstliche Intelligenz in Nachrichtenredaktionen. Begriffe, Systematisierung, Fallbeispiele, Tübingen (UVK Verlag) 2021.
- Eisenbeis, Uwe/Dönges, Laura-Ann/Härlé, Rebecca/Heinzel, Viktoria/Kohlmeyer, Stephanie, Erlösmodelle von Medien- und Internet-Start-ups in Westeuropa. Eine Untersuchung für die Unternehmer- und Investorenperspektive, in: MedienWirtschaft 17 (4/2020), 30–45.