

Innovation in der Medienproduktion und -distribution

Vorwort	06
Prof. Dr. Christian Zabel und Prof. Dr. Christian-Mathias Wellbrock, Sprecher der Fachgruppe Medienökonomie der DGfK	
Verdrängen Google, Facebook & Co. die Medien?	08
Prof. Dr. Hardy Gundlach, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW Hamburg)	
Prof. Dr. Ulrich Hofmann, Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (HAW Hamburg)	
Die Zukunft – eine Frage von Zeit und Ort	22
Annika Ehlers, M.A., M. Sc., MMTC, Jönköping International Business School, Schweden, und Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften, Salzgitter	
Prof. Dr. Harald Rau, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften, Salzgitter	
Aufschlagen, blättern, lesen – really just ONE click away?	32
Sibylle Kunz, Dipl.-Wirtschaftsinformatikerin, Hochschule Mainz, Wirtschaftsinformatik und Business Planning, Mainz	
Prof. Dr. Sven Pagel, Hochschule Mainz, Wirtschaftsinformatik und Medienmanagement, Mainz	
Prof. Dr. Svenja Hagenhoff, Friedrich Alexander Universität Erlangen-Nürnberg, Institut für Buchwissenschaft, Professur für E-Publishing und Digitale Märkte, Erlangen	
Kundenbindung, Exklusivität, Markenerleben!	42
Prof. Dr. Miriam Goetz, Professorin für Medienmanagement IST-Hochschule für Management GmbH Düsseldorf, Fachbereich Kommunikation & Wirtschaft	
AI Media Technology Landscape	50
Marcel Hauck, M. Sc., Hochschule Mainz Forschungsgruppe Wirtschaftsinformatik und Medienmanagement (WIMM)	
Prof. Dr. Sven Pagel, Hochschule Mainz, Forschungsgruppe Wirtschaftsinformatik und Medienmanagement (WIMM)	

Service

Vorgestellt: Das Bayerische Forschungsinstitut für Digitale Transformation (bidt)

Medienwandel im Zuge der digitalen Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft

63

Dr. Christoph Egle, Wissenschaftlicher Geschäftsführer des Bayerischen Forschungsinstituts für Digitale Transformation (bidt)

Call for Participation

21

In eigener Sache – Christoph Neuberger

Prof. Dr. Christoph Neuberger, Freie Universität Berlin

66

Termine: Kongresse - Tagungen - Events

67

Impressum

5

Impressum

Herausgeber:

Prof. Dr. Martin Gläser
Hochschule der Medien Stuttgart
Prof. Dr. Georgios Gounalakis
Philipps-Universität Marburg
Prof. Dr. Thomas Hess
Ludwig-Maximilians-Universität München
Prof. Dr. Frank Lobigs
Technische Universität Dortmund
Prof. Dr. Christoph Neuberger
Freie Universität Berlin
Prof. Dr. Insa Sjurts
Zeppelin Universität Friedrichshafen

Schriftleitung:

Prof. Dr. Martin Gläser (verantwortlich)
Hochschule der Medien,
Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart

Verlag:
New Business Verlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg
Tel.: 040 - 609 009-0
Fax: 040 - 609 009-15
e-Mail: info@new-business.de

Verleger: Peter Strahlendorf
Kfm. Geschäftsführung:
Antje-Betina Weidlich-Strahlendorf
Projektbetreuung: Natascha Przegenda
Layout: Anne Alert, Antje Baustian

Vertrieb:

Angelika Schmidt
Anzeigen: Jens Jansen (verantwortlich)
Anzeigendisposition: Birgit Weselmann

Bankverbindung:

IBAN: DE7420050501217131323
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX
IBAN: DE07200400000482282100
BIC/SWIFT: COBADEFXXX

Druck und Lithos:

Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenberging 39, 22848 Norderstedt

Bezugsbedingungen:

Jahresabonnement 78,- Euro (zzgl. Versand und USt.),
Studentenabonnement 49,- Euro (zzgl. Versand und USt.).

Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht mit einer Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird.

Erscheinungsweise: 4-mal jährlich

Namentlich gekennzeichnete Artikel müssen nicht die Meinung der Herausgeber/Redaktion wiedergeben. Unverlangt eingesandte Manuskripte – für die keine Haftung übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvorschlag zu den Bedingungen des Verlages. Es werden nur unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Verfasser erklären sich mit einer nicht sinnentstellenden redaktionellen Bearbeitung einverstanden.

ISSN 1613-0669