Digitale Dämmerung – die Entmaterialisierung der Medienwirtschaft

Ein Diskurs für Medienökonomie und Medienmanagement

Call for Papers für die Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK)

Salzgitter/Wolfsburg, 14.-16. November 2013

Frist zur Einreichung: 31. Juli 2013

Ein Buch. Eine Zeitschrift. Eine Tageszeitung. Der Besuch in einer Bahnhofsbuchhandlung macht es offensichtlich: Als Mediennutzer sind wir noch immer dem Materiellen verhaftet: „Totholz" sagen die einen, „haptisches Erlebnis" die anderen – die Realitäten einer „Entmaterialisierung" der Medienwirtschaft sehen trotz alledem beide. In vielen massenmedial durchdrungenen Welten präsentieren sich die Prozesse in fortgeschrittenem Stadium, in der Musik- und Filmwirtschaft haben sich Produktion und Konsumtion schon heute überwiegend auf digitale Plattformen verschoben. Dass zunehmende Digitalisierung mit einer Entmaterialisierung der Medienwirtschaft einhergeht, ist eine Binsenweisheit. Dennoch bleiben bis heute eher Fragen als Antworten. Ökonomisch tragfähige Lösungen für eine entmaterialisierte Medienwelt jedenfalls bleiben rar.

Die Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie in der DGPuK nimmt mit der Entmaterialisierung die ebenso zentrale wie ungelöste Herausforderung aktuellen Marktgeschehens in den Blick – gesucht sind Beiträge, die sich theoriegetrieben oder anwendungsorientiert mit dem Phänomen auseinandersetzen.

Bewusst will die Fachgruppe dabei Zugänge und Anregungen unterschiedlicher Disziplinen integrieren: Ansätze aus Volks- und Betriebswirtschaftslehre, aus Kommunikations- und Medienwissenschaft, aus den Rechts- und Geschichtswissenschaften oder Soziologie und Philosophie sind ebenso willkommen wie Anregungen, die die Ingenieurwissenschaften einbringen. Erwartet wird wahlweise ein medienökonomischer Schwerpunkt oder ein Zugang über aktuelle Aspekte des Medienmanagements. Grundsätzlich bietet die Tagung im Herbst ebenso Raum für neue oder erweiterte empirische Ansätze wie für aktuelle theoretische Beiträge.

Medienökonomie

„Entmaterialisierung" bietet als Themenfeld die Gelegenheit, sich grundlegend mit Geschäftsmodellen, Unternehmenskonzepten und Organisationsformen für jene Institutionen auseinanderzusetzen, die nicht nur eine rein ökonomische, sondern auch gesellschaftliche Relevanz besitzen.

Damit rücken im Sinne des Calls – neben konsequent betriebswirtschaftlich ausgerichteten Arbeiten – insbesondere institutionen- wie politökonomische Überlegungen ins Blickfeld, beispielsweise:

- neue und erneuerte Institutionen der Medienwirtschaft wie konkrete Verträge, generell ein Urheberrecht oder in seiner jüngeren Form ein „Leistungsschutzrecht",
- die Marktfähigkeit und damit die Refinanzierbarkeit rein digital angebotener Medienprodukte,
- ein Blick auf Transaktionskosten und eine optional weiter voranschreitende vertikale Integration (oder wird gar das Gegenteil der Fall sein?).

Mit solchen und ähnlichen Ansätzen lässt sich ganz grundsätzlich fragen: Wie sieht die Zukunft der (Medien-)Unternehmung aus, und wie wirken sich in einer rein digitalen Rezeption von Medieninhalten die für die Medienwirtschaft bekannten und vielfach beschriebenen Informationsasymmetrien aus? Oder weiter gefasst auch: Inwiefern müssen oder dürfen neben die Ordnungsökonomen auch in der Medienwirtschaft die Marktdesigner treten?

Medienmanagement

Auf der Ebene des Medienmanagements bieten sich unzählige Konzepte an, die es vor dem Hintergrund einer umfassenden Digitalisierung von Medieninhalten neu zu diskutieren gilt. Eine offene Auswahl zur Anregung:

- Wie stellen sich die Wertketten (Porter) der Zukunft dar?
- Welchen Wert besitzt der „Exzellenz-Kult" (Peters/Waterman) in einer Welt „chaotischen Wandels"?
- Welche Lösungen bietet eine zunehmend globale (Ohmae) Medienwelt?

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2013-1-51 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

- Mit welchen Fragestellungen verbringen Medienmanager ihre Zeit wirklich (Mintzberg)? Welche Führungsstile (Likert, McGregor), welche „Hygiene-", welche „Motivationsfaktoren" (Herzberg) braucht das entmaterialisierte Medienunternehmen?

- Was bleibt vom „effektiven" Manager (Drucker) und wie „post-unternehmerisch" (Moss Kanter) ist der Medienunternehmer der kommenden Jahre?

- Und schließlich nach wie vor: Was eigentlich heißt Qualität (Deming) bezogen auf Medienökonomie und Medienmanagement?

Zusammengefasst öffnet die „Entmaterialisierung der Medienwirtschaft" ein nahezu unbegrenztes Feld für die weitere Auseinandersetzung.

Offenes Panel

In Analogie zu den Vorjahren wird es neben dem Schwerpunkt der Tagung ein offenes Panel geben. Es bietet sich also auch die Gelegenheit, aktuelle Forschungsergebnisse zu Medienökonomie, Medienwirtschaft und Medienmanagement jenseits des Tagungsthemas zu präsentieren – und zu diskutieren. Für das offene Panel werden Beiträge erwartet, die sich theoretisch und methodisch fundiert mit relevanten Fragestellungen der Medienökonomie oder des Medienmanagements auseinandersetzen. Da sich die Fachgruppe Medienökonomie als eine inter-, besser sogar: transdisziplinäre Fachgemeinschaft versteht, gibt es keine Vorgaben, was die konkrete Verortung der Einreichungen betrifft. Ausdrücklich erwünscht sind deshalb auch inhaltlich passende Einreichungen von Vertreterinnen und Vertretern anderer Fachgruppen in der DGPuK – und natürlich auch gerne von WirtschaftswissenschaftlerInnen, die (noch) nicht Mitglieder der Fachgruppe Medienökonomie sind.

Themenangebot und Einreichung

Erwartet werden „Extended Abstracts" in einem Umfang von maximal 1.200 Wörtern. Ein gesondertes Deckblatt muss den Titel des Beitrages sowie die vollständigen Adressangaben zu den Autoren mit Namen, Einrichtung, Postadresse, E-Mail und Telefonnummer enthalten. Zusätzlich muss das Deckblatt einen Hinweis darauf geben, ob Sie ein „Full Paper" (im Regelfall 20 Minuten Vortrag) oder „Work in Progress" (10 Minuten Vortrag) präsentieren wollen. Aufgrund der guten Erfahrungen bei den Tagungen der vergangenen Jahre werden auch in Salzgitter und Wolfsburg diese beiden Formate angeboten.

Bitte beachten Sie: Der Extended Abstract selbst darf weder im Text noch in den Datei-Informationen Hinweise auf den oder die Verfasser enthalten.

Senden Sie Ihre Einreichungen bis spätestens 31. Juli 2013 an die folgende Mailadresse: medienmanagement@ostfalia.de

Begutachtung und Auswahl

Alle Einreichungen werden im Double Blind-Review der DGPuK-Fachgruppe Medienökonomie bewertet und ausgewählt. Folgende Kriterien entscheiden dabei über Annahme und Ablehnung:

Passung zum Thema der Tagung

Originalität des Beitrages

Schlüssigkeit des theoretischen Zuganges

Methodische Stringenz

Prägnanz der Argumentation

Die bei der Tagung präsentierenden TeilnehmerInnen sind ebenfalls dazu eingeladen, ihren Beitrag zur Publikation in einem Tagungsband aufzubereiten. Traditionell wird dieser in der Reihe Medienökonomie des Nomos-Verlages erscheinen.

Best Paper Award für NachwuchswissenschaftlerInnen

Seit mehreren Jahren hat sich die Fachgruppe Medienökonomie in der DGPuK der Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses verschrieben. Im Jahr 2013 wird dem wiederholt in Form eines Best-Paper-Award für NachwuchswissenschaftlerInnen Ausdruck verliehen. Einreichungen werden als voll ausgearbeitete Tagungsband-Manuskripte (bis maximal 55.000 Zeichen) bis spätestens 15. Oktober 2013 an den Fachgruppensprecher Dr. Bjørn von Rimscha erbeten (b.vonrimscha@ipmz.uzh.ch).

- Berücksichtigt werden Manuskripte von noch nicht promovierten NachwuchswissenschaftlerInnen. Bei Manuskripten von Autorenteams ist die Erstautorenschaft Voraussetzung.

- Die eingereichten Paper müssen das Reviewverfahren der Jahrestagung erfolgreich durchlaufen haben und somit zur Tagung bereits angenommen worden sein. Paper für das offene Panel der Jahrestagung werden in gleicher Weise berücksichtigt.

- Das eingereichte Manuskript darf nicht anderweitig veröffentlicht bzw. zur Veröffentlichung angenommen sein. Mit der Einsendung verpflichtet sich der/die Autorin, das Manuskript bis zur Benennung der Preisträger/innen nicht anderweitig zur Veröffentlichung anzubieten oder zu veröffentlichen sowie es als mögliche/r Preisträger/in für eine Veröffentlichung im Tagungsband (bzw. bei Papern für das offene Panel, in der „MedienWirtschaft") zur Verfügung zu stellen.

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2013-1-51 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -

Der Jury gehören neben den Fachgruppensprechern Dr. Bjørn von Rimscha (Zürich) und Prof. Dr. Sven Pagel (Mainz/Düsseldorf), der Tagungsveranstalter Prof. Dr. Harald Rau (Salzgitter) sowie Prof. Dr. Wolfgang Seufert (Jena) an. Bei möglicher Befangenheit (DFG-Kriterien) einzelner Jurymitglieder werden diese entsprechend ersetzt.

Zeitplan und Ablauf

31. Juli 2013	Ende der Einreichungsfrist
15. September 2013	Benachrichtigung der AutorInnen
14. November 2013	Anreise der TeilnehmerInnen und „Get Together" in der Autostadt Wolfsburg
15. November 2013	Präsentation der Beiträge auf der Jahrestagung der Fachgruppe in Salzgitter
16. November 2013	Präsentation von Beiträgen auf der Jahrestagung der Fachgruppe in Wolfsburg, Sitzung der Fachgruppe
Ende Februar 2014	Einreichung der finalen Manuskripte zur Publikation

Veranstalter und Kontakt

Ostfalia, Hochschule für angewandte Wissenschaften

Campus Salzgitter

Studiengebiet Medienmanagement

Karl-Scharfenberg-Str. 55/57

38229 Salzgitter

Organisation:	Prof. Dr. Harald Rau
Ansprechpartnerin:	Maria Pöttering
Rückfragen:	medienmanagement@ostfalia.de oder 05341 / 875-52420

Die Ostfalia HaW (ehemals Fachhochschule Braunschweig-Wolfenbüttel) bietet an vier Standorten (Salzgitter, Suderburg, Wolfenbüttel und Wolfsburg) insgesamt rund 70 Studiengänge in den Bereichen Technik, Gesundheitswesen, Rechts-, Sozial- und Wirtschaftswissenschaften. Der Bereich Medien ist in Salzgitter angesiedelt, einem Campus, der um die ehemaligen Gebäude einer Grubenanlage gewachsen ist. Für 13 Millionen Euro hat das Land Niedersachsen hier ein Mediengebäude mit beeindruckender technischer Ausstattung errichtet, das im Jahr 2013 eingeweiht wird.

Um den TeilnehmerInnen den größtmöglichen Komfort bieten, ist das Rahmenprogramm der Tagung am Ostfalia-Standort in Wolfsburg angesiedelt. Dies macht die Anreise bequem. Von den Flughäfen Berlin Tegel oder Hannover Langenhagen und im ICE-Netz ist der Tagungsort bestens angebunden (Hannover-Wolfsburg, 30 Minuten; Berlin (ICE-Bahnhof Spandau)-Wolfsburg, 50 Minuten).

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2013-1-51 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access -