

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

vor Ihnen liegt die neue Ausgabe der MedienWirtschaft! Mit dem 16. Jahrgang haben wir unserer Fachzeitschrift ein leicht modernisiertes äußeres Erscheinungsbild angeeignet lassen, vor allem aber haben wir die inhaltliche Positionierung verändert. Wir verstehen uns verstärkt als interdisziplinäre Brücke zwischen der Ökonomie der Medien auf der einen Seite und Technik, Recht und Kommunikation auf der anderen Seite. Damit sind wir ein Fachmedium, das betriebs- und volkswirtschaftliche Themen der Medienbranche aufgreift, diese aber durch weitere, insbesondere kommunikations-, technik- und rechtswissenschaftliche Perspektiven ergänzt. Diesem Ansatz folgend hat sich das Herausbergremium um die beiden Professoren Gounalakis (Recht) und Neuberger (Kommunikationswissenschaft) erweitert.

Wir konzentrieren uns weiterhin schwerpunktmäßig auf Medienunternehmen (Sender, Verlage, Produzenten, Inhalte-Plattformen, Spiele etc.), wollen aber auch die mit Medien befassten Akteure unterschiedlichster Branchen mit einbeziehen. Als Untertitel der Zeitschrift MedienWirtschaft haben wir „Perspektiven der digitalen Transformation“ gewählt, der Erkenntnis Rechnung tragend, dass die durch Digitalisierung induzierten Veränderungen gerade Medien umfassend und nachhaltig prägen.

Aus formaler Sicht ordnen wir die Beiträge nun in drei große Kategorien: aktuelle Themen, Aufsätze, Service, wobei wir weiterhin das sog. „Double-Blind-Review-Verfahren“ praktizieren, um die hohe Qualität der Beiträge zu sichern.

In der Rubrik „Aktuelle Themen“ bilden wir in diesem Heft die spannenden Statements der letzten Münchner Medientage ab, bei der es unter der Überschrift „Ziemlich beste Freunde“ um innovative Kooperationsmodelle zwischen Wettbewerbern ging. In der Rubrik „Aufsätze“ präsentieren wir drei Beiträge, die unseren neuen interdisziplinären Ansatz treffend verdeutlichen: Aus Sicht der Kommunikationswissenschaft beleuchtet Otfried Jarren – auch mit dem interdisziplinären Blick auf die Medienökonomie – die sozialen Medien, Birgit Spanner-Ulmer und Ralph Bruder äußern sich zur Zusammenarbeit von Mensch und Technik im Medienbereich und Jan Oster analysiert rechtliche Aspekte, die sich im Kontext der Künstlichen Intelligenz im Mediensektor ergeben. In der Rubrik „Service“ gibt es einen Input der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPuK), eine Übersicht über wichtige Termine sowie Rezensionen aktueller Publikationen.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre!

Ihr Herausbergerteam



Prof. Dr. Martin Gläser

Hochschule der Medien, Stuttgart
glaeser@hdm-stuttgart.de



Prof. Dr. Georgios Gounalakis

Philipps-Universität Marburg
gouna@jura.uni-marburg.de



Prof. Dr. Thomas Hess

Ludwig-Maximilians-Universität München
hess@bwl.lmu.de



Prof. Dr. Frank Lobigs

Technische Universität Dortmund
frank.lobigs@udo.edu



Prof. Dr. Christoph Neuberger

Ludwig-Maximilians-Universität München
christoph.neuberger@ifkw.lmu.de



Prof. Dr. Insa Sjurts

Zeppelin Universität Friedrichshafen
insa.sjurts@zu.de