Zehn Jahre MedienWirtschaft Jubiläumsteil

2004 erschien der erste Jahrgang der „MedienWirtschaft. Zeitschrift für Medienmanagement und Medienökonomie“ (MW). In dieser Ausgabe feiern wir das zehnjährige Jubiläum mit einem Extrateil: Auf den folgenden Doppelseiten zeigen wir zunächst an einem Zeitstrahl, wie die MW die turbulenten letzten zehn Jahre der deutschen Medienwirtschaft begleitet hat. Über ein Online-Archiv werden dabei ausgesuchte Original-Beiträge aus den letzten zehn Jahrgängen der MedienWirtschaft auch zum Herunterladen angeboten. Wir hoffen, dass dieses kleine „Leser-Geschenk“ zum Zehnjahres-Jubiläum gerne genutzt wird.

Auch der darauffolgende Beitrag schaut zurück: In einer exklusiven Analyse neu verfügbarer Daten der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung beantwortet das MW-Beiratsmitglied Wolfgang Seufert hoch brisante Fragen zur wirtschaftlichen Entwicklung der Branche in Deutschland in den letzten 20 Jahren: Ist die Medienbranche (noch oder wieder) ein Wachstumssegment? Sind die Reallöhne in der Branche gestiegen? Ist die Rentabilität der Verlagsbranche in den letzten Konsolidierungsjahren wirklich gefallen, oder hat sie sich gar verbessert? Seuferts Datenanalyse kommt zu teilweise sehr überraschenden Ergebnissen.

Einen Blick auf die aktuelle Medienentwicklung wirft zuletzt Nicolas Clasen in einer exklusiv für die MW erstellten Kurzzusammenfassung seines vielbeachteten Buchs „Der digitale Tsunami: Das Innovator´s Dilemma der traditionellen Medienunternehmen“. In diesem Buch zeigt er, wie Google, Facebook, Amazon und Apple den deutschen Medienmarkt in den vergangenen zehn Jahren auf den Kopf gestellt haben. Sein Fazit: Die etablierten Medienunternehmen sollten sich auch im digitalen Kampffeld wieder stärker auf ihre Kernkompetenz besinnen: Exklusive und qualifizierte Inhalte.

Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre der exklusiven und qualifizierten Inhalte des folgenden Jubiläumsteils!

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2013-4-13 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY