

# Zehn Jahre MedienWirtschaft zum Nachlesen

Die „MedienWirtschaft. Zeitschrift für Medienmanagement und Medienökonomie“ erscheint nunmehr seit zehn Jahren quartalsweise; das vorliegende Heft 4/2013 ist die vierzigste reguläre Ausgabe (daneben gab es 2007 und 2008 je ein zusätzliches Sonderheft). Ein schöner Anlass, auch einmal zurückzuschauen, wie unsere Zeitschrift die turbulenten letzten zehn Jahre der deutschen Medienwirtschaft mit ihren wissenschaftlichen Abhandlungen und Überblicksartikeln, ihren Einblicken in die Managementpraxis im „Praxisforum“, ihren medienpolitischen Standpunkt-Kommentaren, ihren aktuellen Stichworten sowie mit Interviews mit wichtigen Branchenvertretern begleitet hat.

### MW-Beiträge

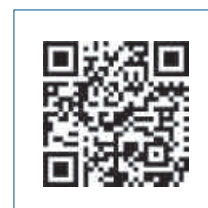
- **Lutz Köhler & Thomas Hess** analysieren im ersten Heft der MedienWirtschaft anhand einer Fallstudie zu „Deutschland sucht den Superstar“ die „Entwicklung und Umsetzung eines crossmedialen Produktkonzepts“.  
[Praxisforum-Beitrag in MW, Jg. 1, 1/2004, S. 30-37](#)
- **Miriam Meckel, Jürgen Doetz & Lutz Marmor** diskutieren in der Rubrik „Standpunkte“ über die Rundfunkgebühren. Aktueller Anlass ist ein Reformpapier der Länder NRW, Bayern und Sachsen.  
[„Standpunkte“ in MW, Jg. 1, 1/2004, S. 44-48](#)
- **Günter Lang** untersucht anhand statistischer Modelle, ob auf dem deutschen Werbemarkt eine Konjunkturkrise oder ein Strukturbruch zu verzeichnen ist. Sein Ergebnis: Konjunkturkrise. Schade, dass er nicht überall Recht behält...  
[Abhandlung in MW, Jg.1, 2/2004, S. 53-60](#)
- **Michel Clement & Frank Sambeth** betrachten den Zusammenhang von Buchkritiken und Bucherfolg und stellen die interessante Frage „Wie ist der Einfluss wirklich?“ – Hat ein Buch Erfolg, weil es vom Kritiker empfohlen wird, oder wählt der Kritiker Bücher nach ihren Erfolgchancen für die Rezensionen aus?  
[Abhandlung in MW, Jg. 1, 3/2004, S. 105-114](#)

## 2004

### Ereignisse

- Der Student Mark Zuckerberg startet an der Harvard University das soziale Netzwerk „Thefacebook“, das 2005 auf „Facebook“ verkürzt wird.
- Google geht an die Börse. Larry Page und Sergey Brin werden Multimilliardäre.
- Bei RTL läuft das höchst erfolgreiche Format „Deutschland sucht den Superstar“ in der zweiten Staffel.
- Bundeswirtschaftsminister Wolfgang Clement will die Pressefusionskontrolle stark lockern, um, wie er vorgibt, die Wirtschaftskraft der Zeitungsverlage zu stärken. Das Vorhaben scheitert – auch aufgrund des Widerspruchs vieler Medienökonominnen und Medienrechtler.

Alle vorgestellten Artikel stehen kostenlos als PDF-Downloads bereit, sodass Sie sich, falls Sie mögen, ein kleines Best-of-Archiv selbst anlegen können - unser kleines „Leser-Geschenk“ zum Zehnjahres-Jubiläum. Sie brauchen sich lediglich einmal namentlich zu registrieren und erhalten dann Ihr persönliches Passwort fürs Jubiläums-Archiv. Gehen Sie dafür über folgenden Link: [www.medienwirtschaft-online.de/zehnjahremw\\_frm](http://www.medienwirtschaft-online.de/zehnjahremw_frm) oder scannen Sie diesen QR-Code:



## MW-Beiträge

- **Annette Milz, Klaus Madzia & Stephan Ruß-Mohl** kommentieren in ihren Standpunkten das Trendthema „Tabloids“: Sind diese der „Weg in eine neue Zeitungswelt“? „Standpunkte“ in MW, Jg. 2, 1/2005, S. 38-42
- Zwei Autorenteam besassen sich in Abhandlungen mit der Krise in der Musikindustrie: **Helmut Dietl, Egon Franck & Christian Opitz** beschreiben die „Evolution von neuen Geschäftsmodellen in der Musikproduktion“, **Max Ringlstetter, Stephan Kaiser, Philipp Bode & Thomas Salditt** finden „Handlungsoptionen für eine Rückkehr zum profitablen Geschäft“  
Beide Beiträge finden Sie im Jubiläumsarchiv.

## MW-Beiträge

- **Justus Haucap** geht in einer medienökonomischen Abhandlung der Frage nach, warum einige Spielfilme erfolgreich sind, andere aber nicht...  
Abhandlung in MW, Jg. 3, 1/2006, S. 6-15
- **Ernst Elitz** sieht im Qualitätsmanagement des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Deutschland größere unausgeschöpfte ökonomische Potenziale.  
Praxisforum-Beitrag in MW, Jg. 3, 2/2006, S. 46-56
- **Ralf Dewenter** erläutert Grundlagen der ökonomischen Theorie der „Two-sided markets“.  
„Aktuelles Stichwort“ in MW, Jg. 3, 2/2006, S. 57-62
- **Jörg M. Dautwiz** erarbeitet und systematisiert den Status quo der medienökonomischen Diversifikationsforschung.  
Abhandlung in MW, Jg. 3, 3/2006, S. 6-21

## 2005

### Ereignisse

- Nachdem sie ausnahmsweise einmal schwarze Zahlen geschrieben hatte, bringt Georg Kofler die Premiere AG erfolgreich an die Börse.
- Anke Schäferkordt wird RTL-Chefin in Deutschland.
- Holtzbrinck verkauft den Berliner Verlag an die Mecom-Gruppe um den von einigen als „Heuschrecke“ titulierten britischen Investor David Montgomery.

## 2006

### Ereignisse

- Google kauft YouTube und zahlt 1,65 Mrd. US-Dollar.
- Eine Übernahme von ProSiebenSat.1 durch Axel Springer scheitert an Einsprüchen des Bundeskartellamts und der KEK, später kaufen die Finanzinvestoren KKR und Permira zu einem höheren Preis. Der Verkäufer Haim Saban dazu: „Ich liebe das Bundeskartellamt.“

# Timeline

## MW-Beiträge

- Nach Auseinandersetzungen über das negative KEK-Votum zur geplanten Springer/ProSiebenSat.1-Fusion klärt die KEK-Vorsitzende **Insa Sjurts** in einem Stichwort über die „Medienrelevanten verwandten Märkte“ auf, die in der KEK-Entscheidung eine zentrale Rolle gespielt hatten. *Stichwort in MW, Jg. 4, 1/2007, S. 42-49*
- Das große Thema „Markenorientierung von Medien“ ist Gegenstand einer theoretischen und empirischen Abhandlung von **Carsten Baumgarth**. *Abhandlung in MW, Jg. 4, 3/2007, S. 6-17*
- Basierend auf den Vorträgen einer Tagung der Fachgruppe Medienökonomie in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) erscheint 2007 ein Sonderheft unter dem Titel „Theoriebezüge von Medienökonomie und Medienmanagement“. In diesem Heft befassen sich beispielsweise **Christoph Grau & Thomas Hess** mit der „Kostendegression in der digitalen Medienproduktion“ (S. 26-37), **Tobias Hartwich** unter dem Titel „It's coming home“ mit der Fußball-Bundesliga und ihrer Beziehung zu der Theorie der zweiseitigen Märkte (S. 15-25) sowie **Wolfgang Seufert** mit der Frage, ob Größenvorteile auf Werbemärkten zur Medienkonzentration führen (S. 48-60). *Im Jubiläumsarchiv finden Sie das gesamte Sonderheft.*

## MW-Beiträge

- Zur breiten Diskussion über den Drei-Stufen-Test schärft **Eva Marie Knoll** in einem „aktuellen Stichwort“ den grundlegenden Begriff des „Public Value“. *„Aktuelles Stichwort“ in MW, Jg. 5, 3/2008, S. 34-39*
- Facebook kommt nach Deutschland... Was das Web 2.0 für die etablierten Medienunternehmen bedeutet, wird in vier Standpunkt-Kommentaren diskutiert von **Jörg Dörnemann & Christoph Grau** (damals Holtzbrinck Digital), **Marcus Englert** (damals ProSiebenSat.1-Gruppe), **Christiane zu Salm** sowie von **Rainer Tief** (Bayerischer Rundfunk). *Standpunkte in MW, Jg. 5, 4/2008, S. 46-52*
- **Gabriele Siegart & Martin Gläser** sind die Herausgeber eines Sonderhefts zu den „Erfolgsfaktoren von Medienprodukten“. **Arne Feddersen & Armin Rott** berichten darin über die „Erfolgsfaktoren von Fußball-Live-Übertragungen der deutschen Nationalmannschaft“ (S. 34-46), **Heinz-Werner Nienstedt, Patrick Proner & Joerg Scherer** stellen überraschende Studien-Ergebnisse zum Zusammenhang zwischen der Marktstellung von Tageszeitungen und deren Anzeigen- und Vertriebspreisen vor (S. 6-18). *Sonderheft 2008*

## 2007

### Ereignisse

- Das iPhone von Apple feiert Premiere.
- Holtzbrinck kauft das Studi-VZ-Netzwerk für kolportierte 80 Mio. Euro.
- Axel Springer übernimmt die Mehrheit an dem Internet-Werbevermittler Zanox.
- Die mit viel Wirbel gestartete interaktive TV-Bedienung „Betty“ kommt bei den Zuschauern nicht an und wird beerdigt.
- Das Bundeskartellamt rückt zu Hausdurchsuchungen bei RTL und ProSiebenSat.1 an, um den Duopolisten wettbewerbswidrige Sharedeals nachzuweisen. Gegen Zahlung von 216 Mio. Euro wird das Verfahren eingestellt.

## 2008

### Ereignisse

- Google führt das Smartphone-Betriebssystem Android ein, um den Apple-iPhones Paroli zu bieten.
- Facebook kommt nach Deutschland.
- Die PINGroup, mit der Axel Springer ganz groß ins Briefgeschäft einsteigen wollte, ist pleite. Der Konzern verliert rund 600 Mio. Euro.
- Der 12. Rundfunkstaatsänderungsvertrag wird abgeschlossen und sieht nach dem Beihilfekompromiss mit der EU-Kommission die Einführung eines dem Vorbild des britischen „Public Value Test“ folgenden Drei-Stufen-Tests für die Online-Angebote des öffentlichen Rundfunks vor.
- Die Südwestdeutsche Medienholding übernimmt die Süddeutsche Zeitung.

## MW-Beiträge

- **Christian Zabel & Katja Lantsch** präsentieren die Ergebnisse einer Analyse zum Innovationswettbewerb bei Fernsehformaten in Deutschland. Sie sehen das Problem, dass schnelle Imitationen wirtschaftlich attraktiver sein könnten als tatsächliche Innovationen.  
*Abhandlung in MW, Jg. 6, 1/2009, S. 18-27*
- Zum Start der neuen Rubrik „Interview“ spricht **Insa Sjurts** mit dem Wirtschafts- und Medienjournalisten **Hans-Jürgen Jakobs** (heute Chefredakteur des Handelsblatts) über „25 Jahre Privatfernsehen in Deutschland“. Die Überschrift lautet: „Geld statt Geist?“  
*Interview in MW, Jg. 6, 3/2009, S. 6-9*
- **Emil Kettering & Lutz Köhler** vom ZDF begründen in einem Beitrag zur dualen Rundfunkordnung die Notwendigkeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks auf Basis neuerer medienökonomischer Argumente. **Tobias Schmid & Petra Gerlach** von RTL Deutschland antworten in der nachfolgenden Ausgabe mit einer Replik, die eine fairere Austarierung der dualen Rundfunkordnung mit Blick auf die Interessen der privaten Rundfunkunternehmen fordert.  
*Praxisforum-Beiträge in MW, Jg. 6, 3/2009, S. 16-26 sowie in MW, Jg. 6, 4/2009, S. 22-28*
- **Michael Lenz, Annekaryn Tiele & Christoph Klimmt** zeigen in einer Studie erstmals, dass Programmies Quotemacher für das Fernsehen sind. Interessanterweise hängt der Quotenerfolg dabei von der Besprechungsgröße, aber nicht von der Besprechungstendenz ab.  
*Abhandlung in MW, Jg. 6, 4/2009, S. 10-21*

## MW-Beiträge

- „Je individueller, desto besser?“ fragen **Christiane Lehrer, Thomas Hess, Barbara Rauscher & Elisabeth Höhne** und entwickeln einen allgemeinen „Ansatz zur Bestimmung des angemessenen Individualisierungsgrades digitaler Medienprodukte“.  
*Abhandlung in MW, Jg. 7, 1/2010, S. 10-18*
- Fahnden nicht nach dem Mörder, aber nach den „Bestimmungsgründen für den Erfolg von TV-Krimis“ am Beispiel „Tatort“: **Joachim Prinz & Andreas Wiendl**.  
*Abhandlung in MW, 7. Jg., 1/2010, S. 20-29*
- Noch nicht 100 Tage im Amt, erklärt Bundeskartellamts-Präsident **Andreas Mundt** in einem ausführlichen MedienWirtschafts-Interview, warum er kein Anhänger von Lockerungen der Medienfusionskontrolle ist.  
*Interview in MW, 7. Jg., 2/2010, S. 6-11*
- Eine Studie von **Lars Rinsdorf & Günther Rager** zu den „Auswirkungen der Reorganisation der WAZ-Mantelredaktionen auf Produktqualität und Markenprofile“ stößt in der Zeitungsbranche auf reges Interesse: Die Einführung des zentralen Newsdesks erhöht die journalistische Qualität trotz vieler Entlassungen.  
*Praxisforum-Beitrag in MW, 7. Jg., 4/2010, S. 24-31*
- Auf der Basis des vierten Medienkonzentrationsberichts der KEK beschreibt die KEK-Vorsitzende **Insa Sjurts** den „Weg zu einer medienübergreifenden Vielfaltssicherung“.  
*Praxisforum-Beitrag in MW, 7. Jg., 4/2010, S. 32-42*

## 2009

### Ereignisse

- Die WAZ-Mediengruppe baut rund 300 von 900 Redakteursstellen bei den Ruhrgebietszeitungen ab.
- Die Mediengruppe M. DuMont Schauberg kauft den Berliner Verlag von der Mecom Group.
- Thomas Ebeling wird ProSiebenSat.1-Chef.
- Springer übernimmt die Mehrheit an der Stellenbörse Stepstone.
- Heinz Bauer kürt seine 32-jährige Tochter Yvonne Bauer zur Nachfolge-Verlegerin im Hamburger Regenbogen-Imperium.

## 2010

### Ereignisse

- Apple startet den iPad-Verkauf in Deutschland.
- Axel Springer verkauft seine Wirtschaftsmedien.
- Die renommierte Werbeagentur Springer & Jacoby ist pleite.
- Einige Privatleute um den ehemaligen Spiegel-Chefredakteur Stefan Aust kaufen den strauchelnden und in der Chefetage von ProSiebenSat.1 ungeliebten Nachrichtensender N24.
- „Konstantingate“: Der öffentlich ausgetragene Streit zwischen Verlegersohn Konstantin und dem Verleger-Vater Alfred Neven Dumont bietet der Branche viel komödiantischen Krawall und auch tragische Dramatik.

## MW-Beiträge

- **Christian M. Wellbrock** stellt ein danach vielfach zitiertes Ranking der journalistischen Qualität deutscher Tageszeitungen auf Grundlage von Expertenurteilen vor. [MW, 8. Jg., 2/2011, S. 22-31](#)
- „Werbefeele Zukunft für ARD und ZDF?“ – Über diese Frage streiten in Standpunktcommentaren **Markus Schächter** (damals noch ZDF-Intendant), **Jürgen Doetz** (damals noch Vorsitzender des VRPT) und **Christian Köhler** (Hauptgeschäftsführer des Markenverbands). Wissenschaftliche Perspektiven liefern **Armin Dittmann** (Rechtswissenschaft) und **Wolfgang Seufert** (Wirtschaftswissenschaft) hinzu. „Standpunkte“ in [MW, 8. Jg., 3/2011, S. 38-45](#)
- **Berthold H. Hass & Klaus W. Willbrandt** erläutern die wichtigsten Spielarten des „Targeting von Online-Werbung“. [Praxisforum-Beitrag in MW, 8. Jg., 1/2011, S. 12-21](#)
- **Marc Schröder, Detlef Schoder & Birgit Stark** diskutieren in drei Standpunkt-Kommentaren die Frage, ob die „Transformation des Fernsehens“ eher als „Evolution“ oder doch als „Revolution“ verlaufen wird. Sie sehen eher einen gemächlichen Evolutionsprozess, oder, wie Birgit Stark es ausdrückt: „Totgesagte leben länger“. „Standpunkte“ in [MW, 8. Jg., 4/2011, S. 32-41](#)

## MW-Beiträge

- In der laufenden Rubrik „Aktuelles Stichwort“ werden neue und aktuell bedeutsame Begriffe des Medienmanagements und der Medienökonomie erläutert. Viele dieser „Stichwörter“ – insbesondere zur Digitalisierung – stammen bislang von BWL-Lehrstühlen der Ludwig-Maximilians-Universität München. Auch 2011 bis 2013 haben diese einige Erklärstücke geliefert. Im Archiv finden Sie ein PDF mit den relevantesten Stichworten der letzten Zeit. Enthalten sind: „Ecosystems“ (**Daniel Hilkert & Thomas Hess**), „App Economy“ (**Ralf Kaumanns & Veit Siegenheim**), „Netzneutralität“ (**Arnold Picot, Nico Grove & Joachim Sedlmeir**), „Gatekeeper in der digitalen Medienwelt“ (**Thomas Hess & Christian Matt**), „Personalisierungssysteme“ (**Thomas Hess & Oliver Oechslein**), „Big Data“ (**Arnold Picot & Julian Propstmeier**), „Das Paid Content Problem“ (**Benedikt Berger & Thomas Hess**).
- Gleich drei Autorentteams präsentieren im Jahr 2012 Studien zu digitalen Nachrichten-Angeboten und ihrem Publikumswert. Zwei der Teams – **Axel Reichmann & Christoph Klimmt** sowie **Juliane Lischka, Thomas Hutter & Patrick Rademacher** bieten Conjoint-Studien zur aktuellen Frage nach der Zahlungsbereitschaft des Publikums für Online-Nachrichtenangebote. **Bettina Lis, Lennart Libercka & Heinz-Werner Nienstedt** werten in einer umfangreichen Produktanalyse aus, was deutsche Verlage beim Thema „erfolgreiche Nachrichten-Apps“ von Angeboten aus dem US-Markt lernen können. [Abhandlungen in MW 9 Jg., 3/2012, S. 12-22, sowie MW 9. Jg., 4/2012, S. 12-23, sowie MW, 9. Jg., 3/2012, S. 24-36](#)

## 2011

### Ereignisse

- Leo Kirch stirbt.
- Steve Jobs stirbt.
- Print ist immer noch nicht tot.
- Das Fernsehen auch nicht.
- Die etablierten Medienunternehmen entwickeln eine App nach der anderen, um sie in Apples App-Store feilbieten zu können. Erstmals scheinen Preise für digitale journalistische Angebote durchsetzbar. Apple kassiert jedoch kräftig mit.
- Apple löst Google an der Spitze des Markenwert-Rankings BrandZ ab. Apples Markenwert wird mit 153 Mrd. Dollar beziffert, Google liegt „nur“ bei 111 Mrd. Dollar.

## 2012

### Ereignisse

- Facebook knackt die 1-Milliarden-Nutzer-Marke.
- Thomas Rabe löst Hartmut Ostrowski als Bertelsmann-CEO ab.
- Die Frankfurter Rundschau ist insolvent, die Financial Times Deutschland wird von Gruner+Jahr eingestellt und erscheint am 7.12.2012 letztmalig mit einer durchgeschwärtzten ersten Seite unter dem Titel „Final Times“ und mit der Schlagzeile: „Endlich schwarz“.
- Mit Petra Grotkamp übernimmt der „Funke-Stamm“ die Mehrheit an der WAZ-Mediengruppe, die deshalb zum 1.1.2013 zur FUNKE-Mediengruppe umfirmiert.

## MW-Beiträge

- Ein vielzitiertes Interview mit Funke-Geschäftsführer **Manfred Braun** enthält diverse Aussagen, die einige Journalisten empören. Es schwappt eine Entrüstungswelle durchs Internet, und auch die Süddeutsche Zeitung greift das Interview auf.  
*Interview in MW, 10. Jg., 1/2013, S. 8-14*
- Eine Autorengruppe um **Christopher Buschow** beschäftigt sich mit dem Social-TV-Trend in Deutschland und versucht über eine Expertenbefragung herauszubekommen, ob „soziale Interaktion“ das „lineare Fernsehen retten“ könne.  
*Praxisforum-Beitrag in MW, 10. Jg., 1/2013, S. 24-32*
- Als Vertreter etablierter Medienunternehmen verraten **Tobias Trevisan** (Sprecher der Geschäftsführung der FAZ GmbH), **Jan Metzger** (Intendant Radio Bremen) und **Jens Müffelmann** (Leiter Geschäftsbereich Elektronische Medien bei der Axel Springer AG) Näheres über die „strategischen Weichenstellungen“ ihrer Unternehmen in der „schönen digitalen Welt“. „Standpunkte“ in MW, 10. Jg., 1/2013, S. 40-50
- In einem Interview mit **Insa Sjurts** buchstabiert Gruner+Jahr-Manager **Oliver von Wersch** (Doppelgeschäftsführer bei der G+J Electronic Media Sales sowie bei der neugegründeten G+J Digital GmbH) Grundzüge der neuen G+J-Transformationsstrategie aus, weit bevor diese später offiziell verkündet wird.  
*Interview in MW, 10. Jg., 2/2013, S. 8-11*
- „Was macht Medien erfolgreich?“ - Eine nicht ganz unwichtige Frage. In einer Abhandlung bewerten **Christoph Sommer & M. Bjørn von Rimscha** die bisherige Forschung hierzu und leiten daraus künftigen Forschungsbedarf ab.  
*Abhandlung in MW, 10. Jg., 2/2013, S. 12-29*
- Das „Phänomen“ Smart-TV beleuchtet ein Autorenteam von der Hochschule der Medien in Stuttgart aus mehreren Perspektiven: Technik (**Patrick Godefroid**), Ökonomie (**Boris A. Kühnle**), Recht und Politik (**Tobias Keber**) sowie Gesellschaft (**Oliver Zöllner**).  
*Übersichtsbeitrag in MW, 10. Jg., 3/2013, S. 26-37*

## 2013

### Ereignisse

- Julia Jäkel wird Vorstandsvorsitzende von Gruner + Jahr und startet mit einem offensiven Transformations- und Restrukturierungsprogramm durch.
- Eine ungeliebte GEZ-Haushaltsabgabe ersetzt eine ungeliebte GEZ-Gerätegebühr.
- Springer-Chef Mathias Döpfner fährt mit seiner ersten Managerriege auf Klassenfahrt ins Silicon Valley, Kalifornien, und gründet dort in einer Garage die Axel Springer AG. „Die Welt“ und „Bild“ starten mit Bezahlmodellen im Internet. Das Hamburger Abendblatt und die Berliner Morgenpost sowie die Programm- und Frauenzeitschriften werden an die Funke Mediengruppe verkauft. Das Kartellamtsrisiko trägt die Funke-Gruppe.
- Thomas Duffert wird Madsack-Chef und kündigt die Einführung einer Zentralredaktion für die Mantelteile aller 18 Regionalzeitungen des Konzerns an.