

# Neuer Studienschwerpunkt „Digitale Ökonomie“ an der Ludwig- Maximilians-Universität München



## Dipl.-Kfm. Florian Mann

Institut für Wirtschaftsinformatik  
und Neue Medien, Ludwig-Maximilians-  
Universität München

✉ [mann@bwl.lmu.de](mailto:mann@bwl.lmu.de)

**Unternehmen der Medien-, Telekommunikations- sowie der Softwarebranche vereinigen einen immer größeren Teil des Bruttoinlandsprodukts auf sich und erleben gleichzeitig – wie kein anderes Segment – Veränderungen ihrer Geschäftsgrundlagen durch die Digitalisierung. Aufgrund ihres prägenden Einflusses auf viele andere Branchen sind sie von strategischer Bedeutung für die gesamte Volkswirtschaft und stellen eines der wichtigsten Felder für Innovation und Neugründung dar. Dies eröffnet Absolventen mit entsprechendem Studienschwerpunkt sowohl national als auch international hervorragende Beschäftigungschancen. Die Ludwig-Maximilians-Universität München (LMU) hat daher als erste Universität im deutschsprachigen Raum zum Wintersemester 2007/08 in ihren betriebswirtschaftlichen Studiengängen einen breit angelegten, wissenschaftlich fundierten und vorwiegend branchenorientierten Studienschwerpunkt „Digitale Ökonomie“ aufgebaut.**

Trends wie Web 2.0, das ubiquitär verfügbare Internet oder Software as a Service prägen die Diskussion um erweiterte Anwendungsmöglichkeiten und neue Geschäftsmodelle auf Basis digitaler Technologien. Neben der breiten öffentlichen Diskussion dieser Themen ist insbesondere eine wissenschaftlich fundierte und fest in die universitäre Ausbildung integrierte Auseinandersetzung vonnöten. Daher stehen diese Entwicklungen im Mittelpunkt des neuen Studienschwerpunkts „Digitale Ökonomie“ an der LMU.

Information, Kommunikation, Software und Medien werden nicht nur immer bedeutendere Inputgüter der gesamten Wirtschaft, sondern weisen Besonderheiten in ihren Wertschöpfungsstrukturen und über den gesamten Lebenszyklus auf. So stoßen etablierte Konzepte an ihre Grenzen. Die zunehmende Integration der Nutzer in die Produktion von Medieninhalten (User Generated Content) ist hier ebenso anzuführen wie die neuen Möglichkeiten zur mehrkanaligen Distribution von Inhalten und Nutzeransprache über verschiedenste innovative Kanäle wie Online-Portale, Peer-to-Peer-Systeme oder auch mobile Endgeräte. In der Softwarebranche lösen sich lineare Wertschöpfungsketten auf, um teilweise durch neue interorganisationale Kooperationsformen wie Business Webs ersetzt zu werden.

Der Gegenstandsbereich wird dabei mit Modellen der Industrie- und Institutionenökonomie sowie mit dem vollen Spektrum der Markt- und Managementtheorien auf ganz unterschiedlichen Abstraktionsebenen durchdrungen. Als Hilfsmittel kommt ein breites Portfolio vorwiegend empirischer Methoden zum Einsatz. Studierende sollen durch den Schwerpunkt „Digitale Ökonomie“ einen umfassenden Überblick über die zur Verfügung stehenden Instrumente des wissenschaftlichen Erkenntnisgewinns erlangen. So zählen Fallstudien, Action Research, Experimente und Operations Research-Modelle neben quantitativen Befragungen zum Standardumfang des Werkzeugkastens, der Studierenden für ihre zukünftigen Tätigkeiten in strategischen Positionen von High-Tech-Unternehmen oder einer wissenschaftlichen Karriere durch die LMU an die Hand gegeben wird.

Inhaltlich konzentrieren wir uns innerhalb der genannten Branchen auf vier „Säulen“: Im Bereich der *Geschäftsmodelle* werden sowohl innovative Produkte und Services als auch veränderte Kosten- und Erlösmodelle beleuchtet und

**Abb. 1: Die vier inhaltlichen Säulen des Studienschwerpunkts „Digitale Ökonomie“**

	Geschäftsmodelle	Märkte und Wertschöpfungsketten	Technologien	Rahmenbedingungen
Medienbranche	Produkte und Services, Erlösmodelle und Kostenstrukturen, Wandel von Geschäftsmodellen	Marktstrukturen, Wettbewerbsstrategien, Netzeffekte, Non-Profit-Anbieter	Kommunikationsnetze, Produktionstechnologie, Nutzungsumgebungen, Diffusion und Standardisierung	Regulierung, Gesamtwirtschaftliche Effekte, Gesellschaftliche Anforderungen
Telekomm.branche				
Softwarebranche				

entwickelt. Die Säule *Märkte- und Wertschöpfungsketten* beinhaltet Veranstaltungen zur Diskussion neuer Marktstrukturen und zur Erarbeitung neuer Wettbewerbsstrategien unter Berücksichtigung fundamentaler branchenrelevanter Konzepte wie z. B. der Netzeffekttheorie. Neben dem betriebswirtschaftlichen Fokus des Schwerpunkts wollen wir auch Interesse und Kenntnisse im Bereich der *Technologien* vermitteln, die entweder Ergebnis der Geschäftstätigkeit sein können oder aber neue Geschäftstätigkeiten erst ermöglichen („Enabler“). Subthemen sind hierbei beispielsweise die Erforschung der Diffusion und Akzeptanz innovativer Technologien und Dienste sowie Technologien und Modelle der Standardisierung. Die vierte Säule *Rahmenbedingungen* beschäftigt sich mit Fragen der Regulierung, gesamtwirtschaftlichen Effekten sowie gesellschaftlichen Anforderungen. Abb. 1 fasst die vier thematischen Schwerpunkte für alle drei Branchen zusammen.

Bereits im Wintersemester 2005/06 hat die betriebswirtschaftliche Fakultät der LMU als eine der ersten renommier-

ten und großen Fakultäten Deutschlands den Bachelor (B.Sc.) als innovatives und internationales Studienkonzept eingeführt. Zum Wintersemester 2008/09 werden die ersten Bachelor-Graduierten in das bis dahin ebenfalls neu eingerichtete Programm Master of Science in Management (M.Sc.) einsteigen. Der Schwerpunkt „Digitale Ökonomie“ bietet zu jeder inhaltlichen Säule sowohl auf der Bachelor- als auch auf der Master-Stufe Lehrveranstaltungen an. Die Veranstaltung „Neue Medien“ bietet beispielsweise Bachelor-Studierenden eine umfassende Einführung in relevante ökonomische Konzepte und Technologien. Die Veranstaltung „Organisationsökonomie“ knüpft an die Diskussion um die New Organizational Forms an und verschafft dem Studierenden neben einem breiten Wissen über die drei generischen Organisationsformen Hierarchie, Kooperation und Markt ein Verständnis für die durch neue Technologien induzierten Veränderungen *innerhalb* und Verschiebungen *zwischen* den drei Formen. Einen Überblick über weitere Veranstaltungen gibt Abb. 2. Seminare und Abschlussarbeiten sind in der Regel in laufende Forschungsprojekte

**Abb. 2: Lehrveranstaltungen für Bachelor- und Masterstudenten im Schwerpunkt „Digitale Ökonomie“ (Auszug)**

	Bachelor	Master
Prof. Hess (WIM)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Economics of Network Industries</li> <li>– Neue Medien</li> <li>– Organisationsökonomie</li> <li>– Telekommunikation: Märkte und Technologien</li> <li>– Projektseminare etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Advanced Economics of Network Industries</li> <li>– Information Management</li> <li>– Projekt- und Changemanagement</li> <li>– Projektseminare etc.</li> </ul>
Prof. Kretschmer (ICE)		
Prof. Picot (IOM)		

an einem der drei beteiligten Institute integriert und werden teilweise in Kooperation mit einem der zahlreichen Praxispartner erstellt. Hierfür bietet München als bedeutender Standort für die Medien-, Telekommunikations- und Softwarebranche fruchtbaren Boden. Als unmittelbarer Vorteil für die Studierenden ergibt sich daraus ein enger Kontakt zu interessanten potenziellen Arbeitgebern. Diesen Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis fördern wir explizit.

Die Unterrichtssprachen sind deutsch und englisch. Primär richtet sich das Angebot an Studierende der Betriebswirtschaftslehre. In eingeschränktem Umfang stehen die Veranstaltungen aber auch Studierenden aus angrenzenden Studiengängen wie (Medien-)Informatik, Volkswirtschaftslehre und der Kommunikationswissenschaft offen.

Träger des Studienschwerpunkts sind die Institute für Information, Organisation und Management (Prof. Arnold Picot, [www.iom.bwl.lmu.de](http://www.iom.bwl.lmu.de)), für Kommunikationsökonomie (Prof. Tobias Kretschmer, [www.ice.bwl.lmu.de](http://www.ice.bwl.lmu.de)) und für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien (Prof. Thomas Hess, [www.wim.bwl.lmu.de](http://www.wim.bwl.lmu.de)) an der Fakultät für Betriebswirtschaft an der LMU. Es wirken insgesamt etwa 50 Dozenten mit: fünf Professoren, rund zehn Lehrbeauftragte, etwa 30 wissenschaftliche Mitarbeiter sowie wechselnde Gastprofessoren von renommierten Universitäten des In- und Auslands. Für den Studienschwerpunkt steht eine eigene Bibliothek mit umfangreichen Beständen an Zeitschriften und Büchern zur Verfügung.

Weitere Informationen zum neuen Studienschwerpunkt „Digitale Ökonomie“ finden Sie unter [www.digitale-oekonomie.de](http://www.digitale-oekonomie.de). Für Rückfragen steht Ihnen zur Verfügung: Dipl.-Kfm. Florian Mann, LMU München, Institut für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien, E-Mail: [mann@bwl.lmu.de](mailto:mann@bwl.lmu.de), Tel.: +49 (0)89 2180-2079.

## TERMINE SEMINARE/TAGUNGEN

- 27.03.08-28.03.08** - **2. TAGUNG ZUR MEDIENPRODUKTION: PRODUKTION UND VIRTUALITÄT – BRANCHEN LERNEN VON EINANDER**  
Ilmenau  
Fachgebiet Medienproduktion und Fachgebiet Kommunikationswissenschaft, Technische Universität Ilmenau
- 21.05.08 - 24.05.08** - **8TH WORLD MEDIA ECONOMICS AND MANAGEMENT CONFERENCE: MEDIA AS A DRIVER OF INFORMATION SOCIETY**  
Lissabon  
Journal of Media Economics / Media XXI Magazine
- 22.05.08 - 26.05.08** - **COMMUNICATION FOR SOCIAL IMPACT: ANNUAL CONFERENCE OF THE INTERNATIONAL COMMUNICATION ASSOCIATION**  
Montreal  
International Communication Association