

Aktuelle Themen

Müssen Medien Haltung zeigen? Verantwortung in der digitalen Welt

Diskussionsbeiträge vom Forum Medienmanagement des Bayerischen Rundfunks und der MedienWirtschaft auf den Medientagen München am 24. Oktober 2019

Einführung 06

Dr. Markus Riese, Bayerischer Rundfunk

Brauchen Medienunternehmen eine Haltung? Die Perspektive der Digitalen Ethik 08

Prof. Dr. Petra Grimm, Hochschule der Medien Stuttgart, Institut für Digitale Ethik (DIE)

Wir sind deins: Der Dienst an der Gesellschaft prägt unsere Haltung 11

Dr. Susanne Pfab, ARD-Generalsekretärin

Müssen Medien Haltung zeigen? 14

Dr. Mark Schifffhauer, ZEIT Verlagsgruppe

Unsere Verantwortung für eine offene Gesellschaft 18

Facebooks Rolle als Plattform für gesellschaftlichen Austausch im Internet, der Zusammenhalt stärkt und Vielfalt fördert

Tina Kulow, Director Corporate Communications Facebook

Aufsätze

Personalisierung von Medienangeboten im Zeichen der digitalen Transformation (III): Die technische Perspektive 20

Verena Thürmel, M.Sc., Prof. Dr. Thomas Hess

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

Die Audiolandschaft im Zeichen der Digitalisierung (I)

Der digitale Wandel im Hörfunk 29

Vanessa Beule, Stefan Hirschmeier, Prof. Dr. Detlef Schoder

Universität zu Köln, Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät
Kölner Institut für Wirtschaftsinformatik (KIWI)

Service

DGPuK: Call for Papers Jahrestagung Fachgruppe Medienökonomie 38

Internet-Intermediäre und virtuelle Plattformen medienökonomisch betrachtet
Einreichungsfrist: 21. Juni 2020

Veranstaltungsrückblick: Vorsprung Bayern – Weiterentwicklung der dualen Medienordnung 41

Prof. Dr. Tobias Gostomzyk, Technische Universität Dortmund
Prof. em. Dr. Otfried Jarren, Universität Zürich
Prof. Dr. Frank Lobigs, Technische Universität Dortmund
Prof. Dr. Christoph Neuberger, Freie Universität Berlin

Literatur 52

GÄRISCH, A.: Das TV-Format als Media Brand
Prof. Dr. Christian Zabel, Technische Hochschule Köln

HAIM, M.: Die Orientierung von Online-Journalismus an seinen Publika, Anforderungen, Antizipation, Anspruch
Prof. Dr. Lars Rinsdorf, Hochschule der Medien Stuttgart

BECKER, W. et al.: Geschäftsmodelle in der digitalen Welt
Prof. Harald Eichsteller, Hochschule der Medien Stuttgart

Call for Participation 47

Impressum

Herausgeber:

Prof. Dr. Martin Gläser
Hochschule der Medien Stuttgart
Prof. Dr. Georgios Gounalakis
Philipps-Universität Marburg
Prof. Dr. Thomas Hess
Ludwig-Maximilians-Universität München
Prof. Dr. Frank Lobigs
Technische Universität Dortmund
Prof. Dr. Christoph Neuberger
Freie Universität Berlin
Prof. Dr. Insa Sjurts
HSBA Hamburg School of Business Administration

Schriftleitung:

Prof. Dr. Martin Gläser (verantwortlich)
Hochschule der Medien,
Nobelstraße 10, 70569 Stuttgart

Verlag:

New Business Verlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg
Tel.: 040 – 609 009-0
Fax: 040 – 609 009-15
e-Mail: info@new-business.de

Verleger: Peter Strahlendorf
Kfm. Geschäftsführung:
Antje-Betina Weidlich-Strahlendorf
Projektbetreuung: Natascha Przegendza
Layout: Anne Allert, Antje Baustian

Vertrieb: Angelika Schmidt
Anzeigen: Jens Jansen (verantwortlich)
Anzeigendisposition: Elke David

Bankverbindung:
IBAN: DE74200605501217131323
BIC/SWIFT: HASPDE3333
IBAN: DE07200400000482282100
BIC/SWIFT: COBADE3333

Druck und Lithos:
Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

Bezugsbedingungen:
Jahresabonnement 78,- Euro (zzgl. Versand und USt.),
Studentenabonnement 49,- Euro (zzgl. Versand und USt.).

Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht mit einer Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird.

Erscheinungsweise: 4-mal jährlich

Namentlich gekennzeichnete Artikel müssen nicht die Meinung der Herausgeber/Redaktion wiedergeben. Unverlangt eingesandte Manuskripte – für die keine Haftung übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvorschlag zu den Bedingungen des Verlages. Es werden nur unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Verfasser erklären sich mit einer nicht sinnentstellenden redaktionellen Bearbeitung einverstanden.

ISSN 1613-0669