

# Call for Papers

## MedienWirtschaft

Die Zeitschrift MedienWirtschaft (MW) ist ein Periodikum für aktuelle betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Fragestellungen im Kontext von Medienunternehmen, Medienmanagement, Medienökonomie und Telekommunikation. Als Zeitschrift der angewandten Forschung will die MedienWirtschaft sowohl Leser aus der Wissenschaft als auch aus der Praxis erreichen. Den jeweils spezifischen Interessen dieser Zielgruppen tragen die verschiedenen Kategorien wie Abhandlungen, Übersichtsbeiträge und das Praxisforum Rechnung.

### Sonderheft 2009 „Individualisierung“

Online-Medien vereinfachen die individualisierte Bereitstellung von Inhalten. Content-Anbietern und Telekommunikationsunternehmen eröffnet dies sowohl Chancen als auch Risiken. Individuelle Kommunikation ist klassisch eine Frage der Post- und Telekommunikationsanbieter, die aber ihrerseits über neue Geschäftsmodelle im Kontext der Individualisierung nachdenken müssen, weil ihre herkömmlichen Produkte zu Commodities werden und einem immer schärferen Preiswettbewerb ausgesetzt sind.

Diese Trends führen zu neuen Herausforderungen und Möglichkeiten, z. B.

- **Neue Herausforderungen für die Inhaltsgestaltung:**  
Für welche "on demand"-Inhalte bzw. -Angebote gibt es tatsächlich "demand"?
- **Couch-Potatoes gegen Mitmachrezipienten:**  
Wie viel Individualisierung wollen Kunden und wie lässt sich die notwendige Konfiguration intuitiv bewerkstelligen?
- **Neue Herausforderungen durch n-zu-m-Kommunikation etwa via Multicast oder Web 2.0:**  
Welche Zielgruppe liest was von welchen Autorenteams?
- **Neue Möglichkeiten für Allianzen und Konkurrenzsituationen im Werbemarkt:**  
Wer bekommt die Werbebudgets der Zukunft? Broadcaster, Verlage, Telekommunikationsunternehmen, Internetanbieter?
- **Herausforderungen für die Regulierung:**  
Ist die Unterscheidung zwischen Telekommunikation und Medien weiterhin sachgerecht?  
Wie kann Datenschutz für Web-Communities aussehen?

Zur Einreichung eingeladen sind „spitze“ und „breite“ Beiträge in den Rubriken Abhandlungen, Übersichtsbeiträge, Praxisforum, Standpunkte zu kontroversen Fragestellungen der Individualisierung, Nachrichten aus Forschung und Lehre, und vergleichende Buchbesprechungen.

**Herausgeber:** Prof. Dr. Martin Gläser, Hochschule der Medien Stuttgart, E-Mail: [glaeser@hdm-stuttgart.de](mailto:glaeser@hdm-stuttgart.de) / Prof. Dr. Thomas Hess, Ludwig-Maximilians-Universität München, E-Mail: [thess@bwl.uni-muenchen.de](mailto:thess@bwl.uni-muenchen.de) / Prof. Dr. Insa Sjurts, Hamburg Media School, E-Mail: [i.sjurts@hamburgmediaschool.com](mailto:i.sjurts@hamburgmediaschool.com)

**Gastherausgeber:** Prof. Dr. Kai Rannenberg, Goethe-Universität Frankfurt/Main / Dr. Stefan Figge, Detecon International GmbH / Dipl. Kfm. Andreas Albers, Goethe-Universität Frankfurt/Main

**Kontakt:** Prof. Dr. Kai Rannenberg, [sonderheftmedienwirtschaft@m-chair.net](mailto:sonderheftmedienwirtschaft@m-chair.net) / Jutta Kehrer, [j.kehrer@hamburgmediaschool.com](mailto:j.kehrer@hamburgmediaschool.com)

#### Termine:

- |                   |  |
|-------------------|--|
| <b>31.05.2009</b> | Deadline für Einreichungen bei den Gastherausgebern  |
| <b>30.06.2009</b> | Rückmeldung über Annahme der Einreichungen, Begutachtungsverfahren in Abhängigkeit von der avisierten Rubrik |
| <b>15.07.2009</b> | Deadline zur Ablieferung der überarbeiteten Einreichungen bei den Gastherausgebern                           |

**Formale Hinweise:** Wir bitten um Beachtung der Autorenhinweise (abrufbar unter [www.medienwirtschaft-online.de/\\_data/Autorenhinweise.pdf](http://www.medienwirtschaft-online.de/_data/Autorenhinweise.pdf)) sowie der Rubrikenbeschreibung im Call for Papers der MedienWirtschaft (abrufbar unter [www.medienwirtschaft-online.de/\\_data/CallForPapers.pdf](http://www.medienwirtschaft-online.de/_data/CallForPapers.pdf)).

**Verlag:** New Business Verlag GmbH & Co. KG, Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg

Für ernsthaft interessierte Autoren ist eine begrenzte Zahl an Freiexemplaren früherer Ausgaben beim Verlag abrufbar. Bitte wenden Sie sich an Katrin Sassenhausen ([sassenhausen@new-business.de](mailto:sassenhausen@new-business.de))