

Medienökonomie

Vorlesung 1 – Einführung

Prof. Dr. Jasmin Baumann

04. Oktober 2024

Zugangscode FELIX-Kurs: AccessMedienökonomieWiSe24/25#

Agenda und Lernziele

- Vielfalt des Medienbegriffs
- Medienökonomie im Alltag
- Perspektive, Akteure und Mediengattungen

- Veranstaltungskonzept
 - Vorlesungsinhalte
 - Literaturstudium
 - Prüfungsform

Vielfalt des Medienbegriffs

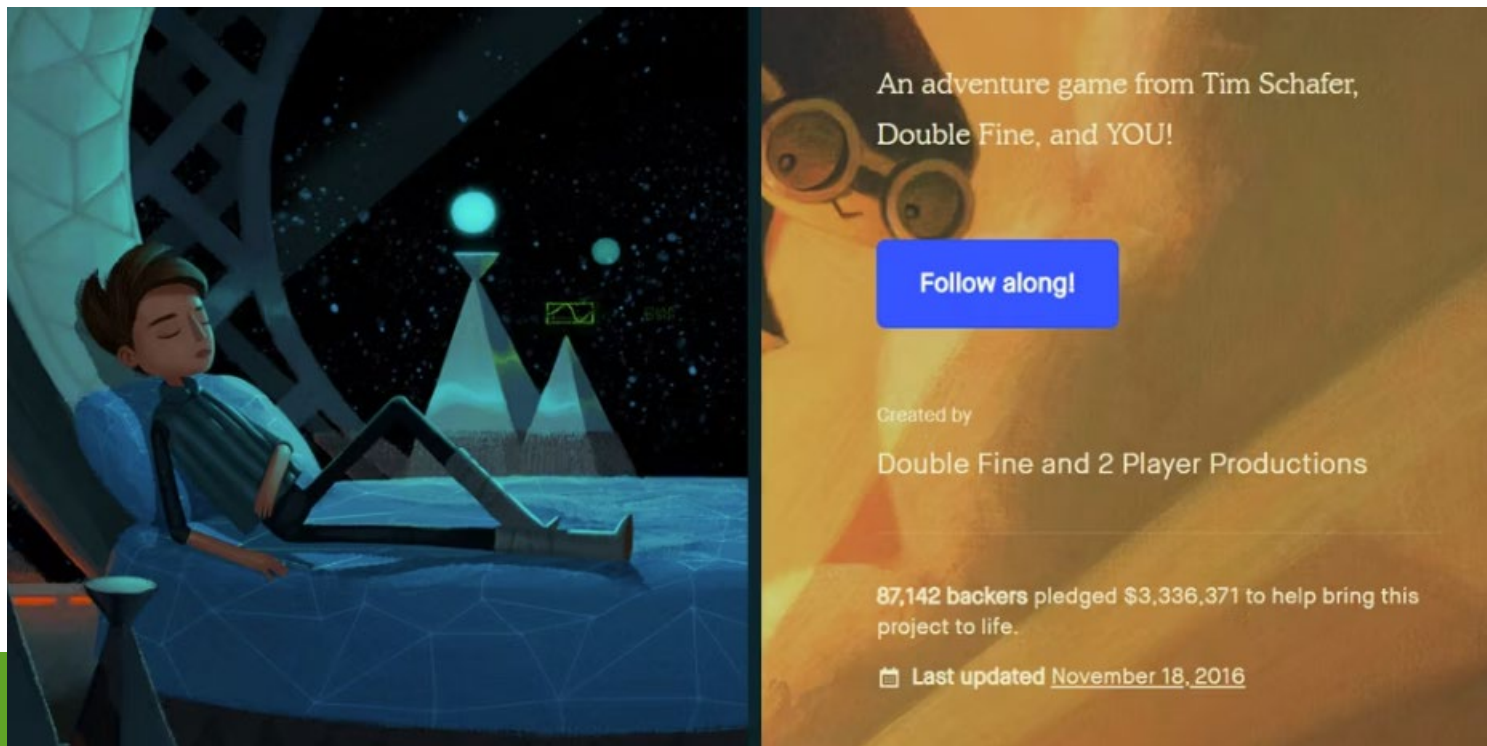
- „Medium“ =
 - „Mittelsperson“
 - „Mittel zur Formulierung und Übertragung von Informationen“
 - „gesellschaftlich institutionalisierte Kommunikationseinrichtung“
- Die Festlegung des Medienbegriffs – und aus welcher Perspektive wir uns mit dem Bereich Medien beschäftigen wollen – ist essentiell

Was meinen Sie: Womit beschäftigt sich die Medienökonomie?

Bitte unterhalten Sie sich kurz darüber mit Ihrer/m Sitznachbar:in.

Medienökonomie im Alltag

1. Indie Publisher Double Fine Productions finanziert die Entwicklung des Videospiels Broken Age mittels einer Kickstarter-Kampagne. Warhorse Studios finanziert Kingdom Come: Deliverance auf die gleiche Weise



Medienökonomie im Alltag

2. RTL nimmt das beliebte Reality-TV-Format „Der Bachelor/Die Bachelorette“ aus dem linearen TV-Programm und verschiebt es zu seiner Streaming-Plattform RTLPlus (Stand: Juni 2024)



Medienökonomie im Alltag

3. Eine Tageszeitung erwägt, eine Wochenendbeilage für Jugendliche und junge Erwachsene hinzuzufügen
4. Ein Buchverlag überlegt, Inhalte seiner Bücher auch online als ebooks und für mobile Endgeräte zum Download anzubieten
5. Eine Nachrichtenagentur verwendet KI, um Texte zu Routinenachrichten zu produzieren
6. Ein Social-Media-Start-up erstellt einen Business Plan, um potentielle Investoren zu gewinnen

Medienökonomie im Alltag

7. SevenOne Media ermöglicht seinen Werbekunden, mittels „Programmatic TV“ lineare TV-Werbung programmatisch zu buchen (Stand: Juni 2024)
8. Der Staat legt fest, dass im deutschen TV nicht nur Werbeblöcke, sondern auch „Split-Screen-Werbung“ und „Single Spots“ möglich sind



Medienökonomie im Alltag

9. Netflix nutzt zur Personalisierung der Empfehlungen neben User-Daten auch Nutzungs- und Transaktionsdaten, Inhaltsdaten und Kontextdaten
10. Fußballer und Gamer Niklas-Wilson Sommer streamt auf Twitch und betreibt zusätzlich Kanäle auf Instagram, TikTok und YouTube mit insgesamt ca. 3 Mio. Followern



Medienökonomie im Alltag

11. EA's Game Star Wars Battlefront 2 enthält bei Veröffentlichung unzählige Microtransactions, von denen der Erfolg der Player maßgeblich abhängt
12. Aufgrund des Lizenzstreits mit Big Machine Records (Scooter Braun) spielt Taylor Swift seit 2021 ihre ersten sechs Alben neu ein („Taylor's Version“)



Was meinen Sie: Was haben diese Beispiele gemeinsam?

Bitte stimmen Sie sich kurz mit Ihrer/m Sitznachbar:in ab.

Veröffentlichen von Content

- Kerntätigkeit: veröffentlichen bzw. das „öffentlich machen“ von Medieninhalten, die dann konsumiert werden
- Der Veröffentlichungsvorgang liegt allen Beispielen zugrunde, ist aber nicht immer direkt erkennbar
- Diese Inhalte werden auf verschiedene Weise, auf verschiedenen Medienträgern zum Kunden gebracht und erscheinen dabei als ein Mediengut, welche Nutzer-Bedürfnisse befriedigen soll

Perspektive: Mediengüter

- „Mediengut“ verweist auf die wirtschaftliche Perspektive
 - Nicht künstlerisch, soziologisch, kommunikationswissenschaftlich o.ä.
- Mit Mediengütern wird Geld verdient und/oder vermehrt

Was meinen Sie: Welche Akteure tauchen in den Beispielen auf?

Bitte stimmen Sie sich kurz mit Ihrer/m Sitznachbar:in ab.

Akteure in der Medienökonomie

- Anbieter: Medienunternehmen oder Person (Content Creator)
- Konsument:in / Rezipient:in
- Werbetreibendes Unternehmen
- Mediengüter als Kulturgüter

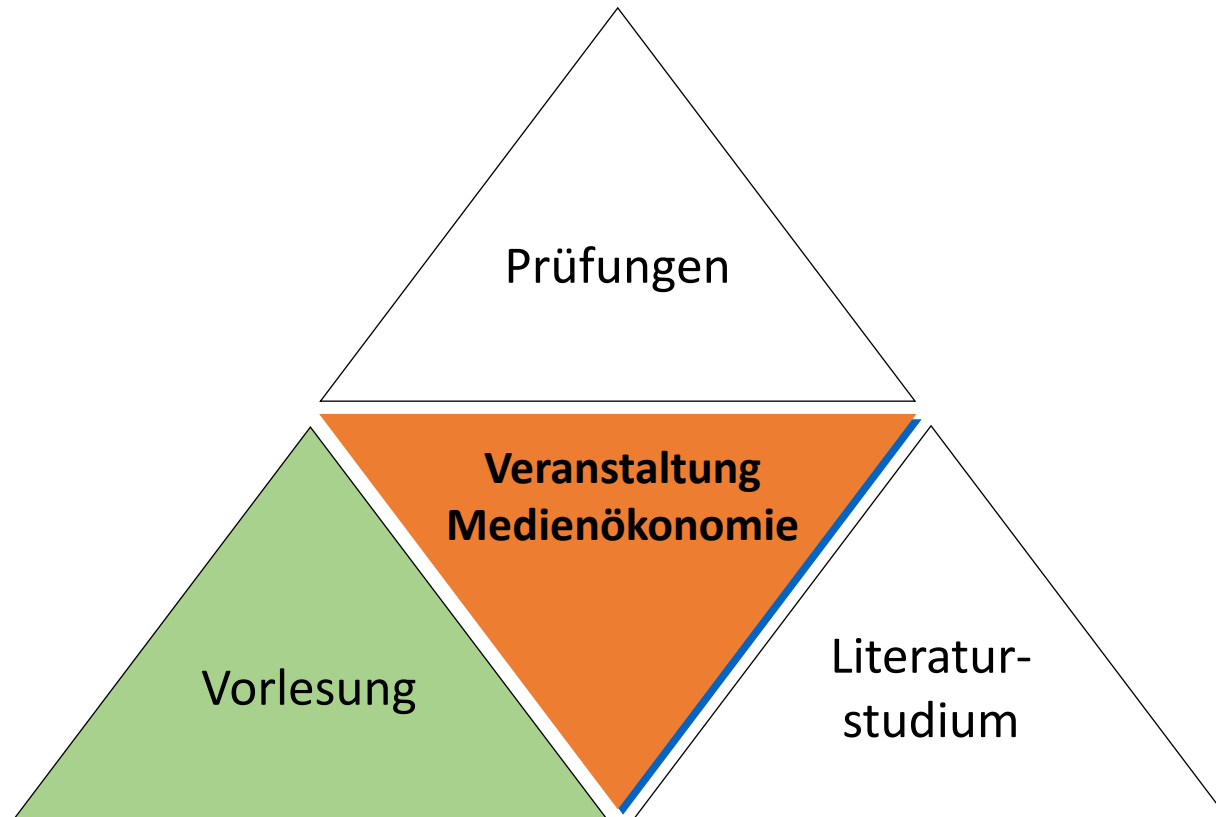
Was meinen Sie:
Welche Medienbereiche
(Mediengattungen) tauchen in
den Beispielen auf?

Bitte stimmen Sie sich kurz mit Ihrer/m Sitznachbar:in ab.

Teilbereiche des Mediensektors

- Internet/Online-Medien/Soziale Medien
- Rundfunk (hier Fernsehen)
- Kino / Streaming
- Buch
- Tageszeitung und Zeitschrift
- Musik
- Online-/Computerspiele (Games)

Veranstaltungskonzept



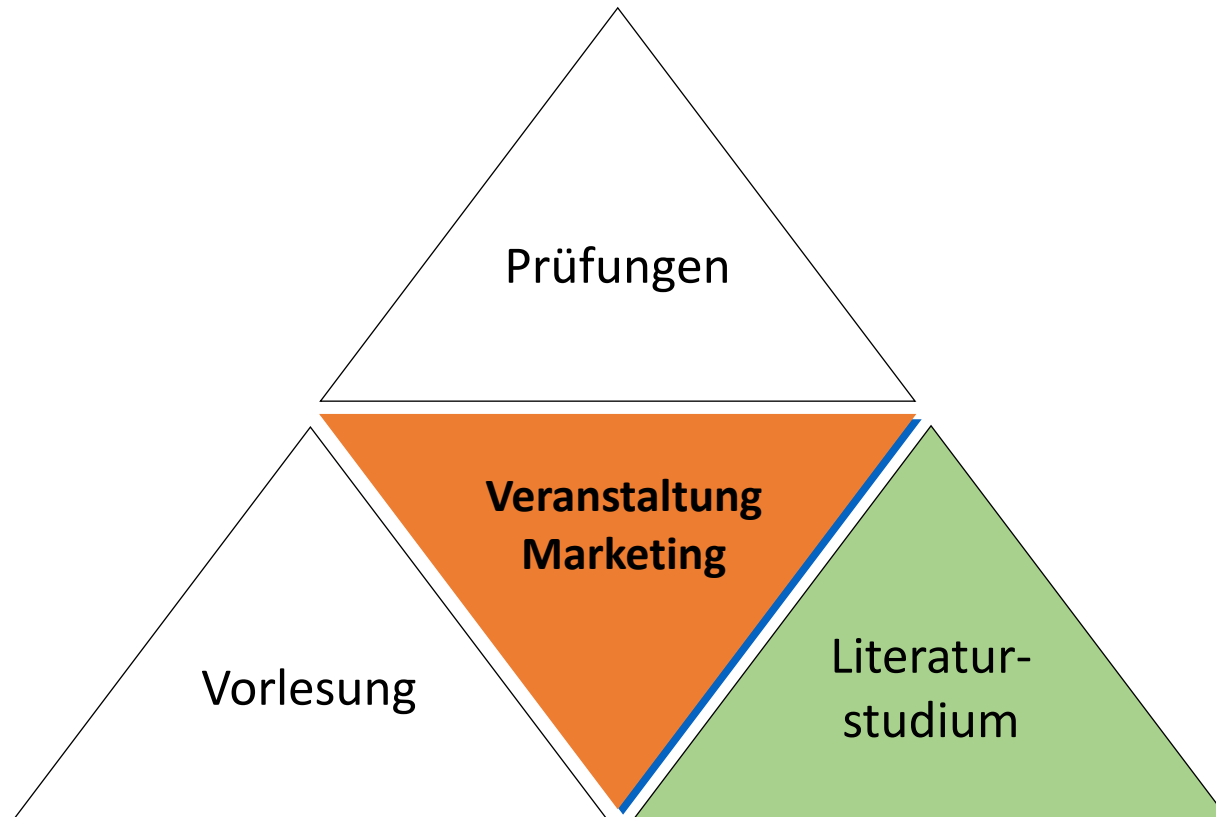
Vorlesungsinhalte

- Einführung
- Wertschöpfungskette der Medieninhalte
- Einordnung der Medienökonomie & Definitionen
- Mediengattungen u. Medienproduktwelten
- Veränderung der Medienproduktwelten
- Menschliches Verhalten
- Grundbegriffe - Unternehmen & Märkte
- Kommunikationswissenschaftliche Grundbegriffe
- Wer produziert Medien?
- Mediengüter, Medienmärkte & Akteure

Weitere Informationen

- Foliensätze stehen wöchentlich als PDF im FELIX-Kurs „Medienökonomie WiSe24/25“ bereit
- Zugangscode: AccessMedienökonomieWiSe24/25#
- Vorlesung mit viel Interaktion – Gruppenarbeit, Diskussion etc.

Veranstaltungskonzept



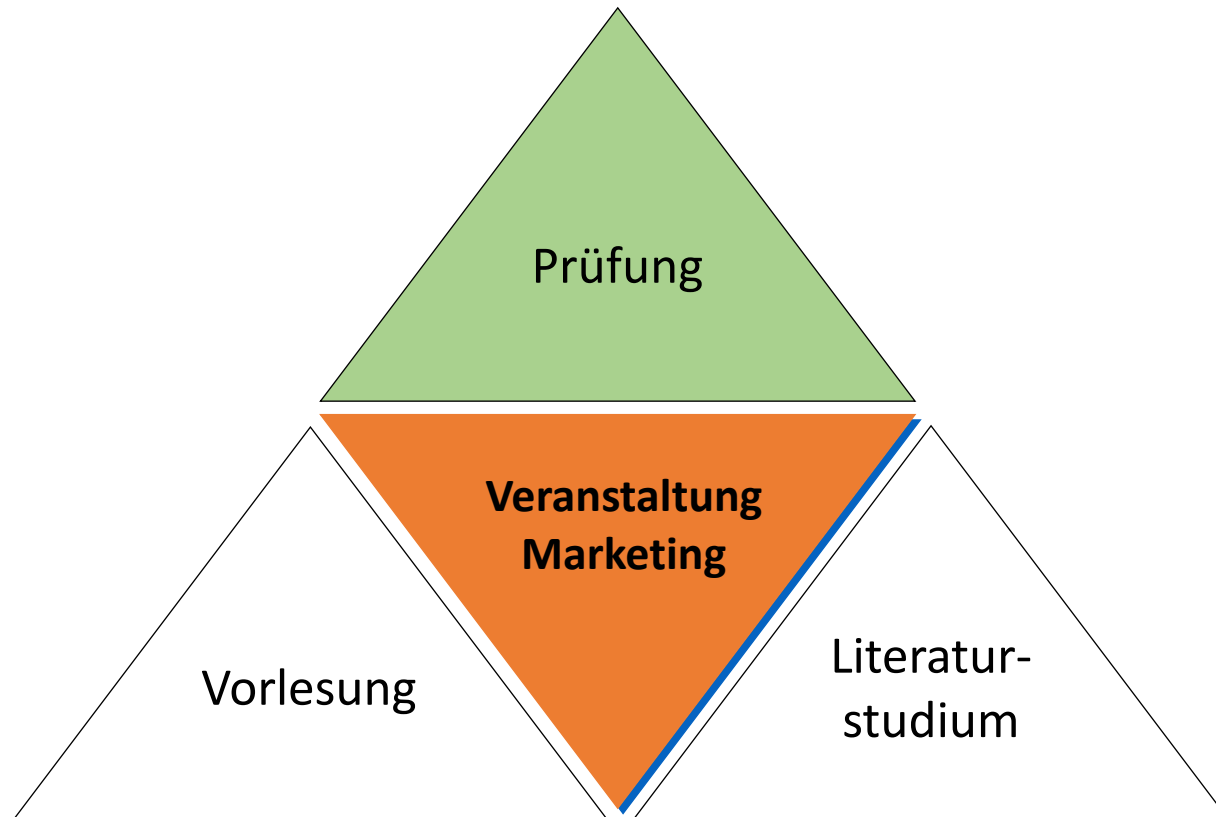
Relevante Literatur



Detailangaben Literatur

- Zydorek, C. (2023) Einführung in die Medienwirtschaftslehre, 3. Aufl., Wiesbaden: SpringerGabler. ISBN: 978-3658400880
- Gläser, M. (2021) Medienmanagement, 4. Aufl., München: Vahlen. ISBN: 978-3800658930
- Wirtz, B. W. (2023) Medien- und Internetmanagement, 11. Aufl., Wiesbaden: SpringerGabler. ISBN: 978-3658398316

Veranstaltungskonzept



Prüfungsform

- Veranstaltungsübergreifende Klausur
 - Mit Veranstaltung Marketing
 - Dauer: 90 Minuten
 - 100% Ihrer Note für das Modul Medienwirtschaft
- In Klausurphase im Februar (ab 27. Januar 2025)

Zusammenfassung

- Wir haben die Vielfältigkeit des Medienbegriffs besprochen
- Im Alltag begegnen uns viele Phänomene und Begebenheiten, die medienökonomisch relevant sind
- Wir haben definiert, welche Perspektive für diese Veranstaltung ausschlaggebend ist, sowie welche
 - Akteure
 - Mediengattungenin dieser Veranstaltung eine Rolle spielen werden



Noch Fragen?