

Geleitwort

Digitalisierung und Internet verändern viele Branchen, die Medienbranche vielleicht am stärksten. Inhalte wurden bislang durch traditionelle Unternehmen (Verlage, Agenturen, Programmanbietern in Rundfunk und Fernsehen usw.) von den Produzenten (Autoren, Filmemacher, Musiker usw.) an die Konsumenten vermittelt, wobei die Inhalte teilweise eine formale Veredelung erfahren. Dies gilt für unterhaltende ebenso wie für fachlich-informierende Inhalte. Digitalisierung und Internet stellen nun manche der tradierten Wertschöpfungssysteme infrage. Insbesondere wird in der Literatur immer wieder postuliert, dass unter dem Einfluss der Digitalisierung Intermediation ganz entfallen könne oder aber in völlig anderer Form geschehen würde. Allerdings zeigt ein näherer Blick in die Literatur, dass die verschiedenen mit der Intermediation verbundenen Funktionen und Anforderungen in der Regel höchstens implizit, keineswegs aber systematisch und explizit analysiert werden, so dass zum Teil relativ pauschal und diffus über dieses Thema diskutiert wird.

Vor diesem Hintergrund ist es zu begrüßen, dass der Verfasser – auf der Basis einer wertschöpfungsorientierten Sicht auf Medienunternehmen und Intermediäre – in seiner Arbeit das Konzept der Intermediation mit Blick auf die Vermittlung von Inhalten tieferschürfend untersucht, um mithilfe dieser Überlegungen festzustellen, inwieweit die Intermediation sich nun tatsächlich verändert. Dabei schließt er seine Überlegungen zur Intermediation in sinnvoller Weise zunächst an die klassische Handelsliteratur an, die ihre Fortsetzung in der Finanzintermediation und beim elektronischen Handel findet. Einen wichtigen Schwerpunkt der systematischen, theoretischen Durchdringung seines Kernkonzepts stellt dabei die funktionale Analyse der Intermediation dar, bei der er wiederum zunächst an die Handelsfunktionen anknüpft, um sich dann mit den Intermediationskosten sowie mit der Intermediationsökonomie in Anlehnung an den berühmten Baligh-Richartz-Effekt näher auseinanderzusetzen. Auf dieser Basis entwickelt der Verfasser schließlich sein Konzept der Content-Intermediation, ordnet diesem verschiedene Funktionen zu, die in einem überlegten Funktionskatalog zusammengestellt werden, und beschreibt diese Funktionen schrittweise sehr anschaulich und plausibel.

Zusammenfassend liegt eine rundum überzeugende wissenschaftliche Forschungsleistung vor, die ein sauber herausgearbeitetes Problem systematisch

und verständlich ausarbeitet und die gefundenen Einsichten sekundäranalytisch auf spezifische Märkte anwendet. Somit ist diese Arbeit in der Lage, Theorie und Praxis von Medienmanagement und Medienorganisation weiter voranzubringen. Mit Blick auf die Vermittlung von Leistungen werden auf diese Weise Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen dem immer wichtiger werdenden Mediensektor und anderen Wirtschaftsbereichen sichtbar. Ich wünsche der Veröffentlichung eine lebhafte Resonanz.

Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot

Geleitwort

Die Wertschöpfungsstruktur der Medienbranche ist bereits in Bewegung und steht sehr wahrscheinlich vor noch größeren Veränderungen. Wesentliche Treiber dieser Entwicklung sind das Internet und andere Kommunikationstechnologien. Gleichwohl hat sich sowohl im klassischen Handel als auch im Finanzdienstleistungssektor das mikroökonomisch fundierte Konzept der Intermediation als Instrument zur Analyse bewährt und wird teilweise sogar zur Prognose eingesetzt. Zur Analyse der (technologiegetriebenen) Veränderungen in der Wertschöpfungsstruktur wurde dieser Ansatz bisher noch kaum eingesetzt. Benedikt von Walter hat es sich zur Aufgabe gemacht, diese Lücke zu schließen. Entstanden ist die Arbeit in der Forschungsgruppe Coln (Content-Intermediation im Wandel) am Institut für Wirtschaftsinformatik und Neue Medien der LMU München und als Teil des Forschungsprojekts *intermedia* des Münchner Zentrums für Internetforschung und Medienintegration (ZIM).

Die Arbeit umfasst drei wesentliche Abschnitte. In Kapitel 2 findet sich ein umfassender Grundlagenteil, der insbesondere die Idee einer funktional orientierten Analyse der Intermediation vorstellt und präzisiert. In Kapitel 3 wird dieser Zugang konkretisiert und mit einem einfachen und in der Transaktionskostenlogik verhafteten Kostenkalkül verbunden. Beide Ergebnisse nutzt Herr von Walter in Kapitel vier, um den Einfluss digitaler Technologien auf die Wertschöpfungsstruktur bei der Entstehung von Musik und von wissenschaftlichen Publikationen zu untersuchen und gleichzeitig die Anwendbarkeit seines Analyserahmens zu demonstrieren.

Methodisch nutzt Herr von Walter zwei Ansätze. Zur Ableitung des Funktionskatalogs geht Herr von Walter sachlich-deduktiv vor und folgt damit vergleichbaren Arbeiten aus den Sektoren Handel und Finanzindustrie. Für die Analyse der Wirkung neuer Technologien greift Herr von Walter auf die in diesem Feld häufig eingesetzten komparativ-statischen Analyseansätze zurück.

Die Arbeit liefert sowohl dem Wissenschaftler als auch dem Praktiker interessante Impulse. Der wissenschaftlich Interessierte lernt ein bisher nicht erschlossenes Anwendungsfeld des Konzepts der Intermediation und damit ein neues Analyseinstrumentarium kennen. Der Praktiker erhält konkrete Hinweise zum Wandel zweier Branchen sowie Anhaltspunkte zur Abschätzung des Wandels in anderen Branchen. Ich wünsche der Arbeit daher eine breite Aufnahme sowohl in der Wissenschaft als auch in der Praxis.

Prof. Dr. Thomas Hess