

# Call for Papers

## MedienWirtschaft

**Die Zeitschrift MedienWirtschaft (MW) ist ein Periodikum für aktuelle betriebswirtschaftliche und volkswirtschaftliche Fragestellungen im Kontext von Medienunternehmen, Medienmanagement und Medienökonomie. 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.**

Zur Einreichung eingeladen werden Beiträge aus den oben genannten Themenfeldern in folgenden Kategorien:

**Abhandlungen:** In diese Kategorie werden wissenschaftliche Beiträge aufgenommen, die sich mit relevanten, aktuellen Fragestellungen aus den genannten Bereichen aus volkswirtschaftlicher oder betriebswirtschaftlicher Sicht innovativ und fundiert auseinandersetzen.

**Übersichtsbeiträge:** Hier werden Beiträge veröffentlicht, die eine systematische Übersicht über die Entwicklung oder den State of the Art medienwirtschaftlicher Gebiete oder Konzepte präsentieren.

**Praxisforum:** Im Praxisforum werden Aufsätze zu aktuellen Fragen und Problemen aus der Praxis des Medienmanagements, der Telekommunikation und der Medienpolitik im weiteren Sinne publiziert.

**Standpunkte:** Diese Rubrik enthält pointierte Statements zu kontroversen Themen.

**Nachrichten aus Forschung und Lehre:** Unter dieser Überschrift wird in kurzer Form über neuere Entwicklungen im akademischen Bereich berichtet, z. B. über Konferenzen, neue Institutionen oder Studiengänge.

### Allgemeine Hinweise

- Interessierte Autorinnen und Autoren werden gebeten, Manuskripte über [www.medienwirtschaft-online.de/submissions](http://www.medienwirtschaft-online.de/submissions) einzureichen (einmalige kostenlose Registrierung erforderlich). Die Schriftleitung und jeder Herausgeber stehen für etwaige Rückfragen zur Verfügung.
- Die eingereichten Beiträge dürfen nicht anderweitig schon veröffentlicht bzw. zur Veröffentlichung angenommen worden sein; mit der Einsendung an die Medienwirtschaft verpflichtet sich der Autor, das Manuskript bis zum Abschluss des Review-Verfahrens nicht anderweitig zur Veröffentlichung anzubieten oder zu veröffentlichen.
- Die Beiträge in den Kategorien Abhandlungen, Übersichtsbeiträge und Praxisforum werden einem Reviewprozess unterzogen. In einem Vorverfahren prüfen die Herausgeber zunächst, ob ein Reviewverfahren in Gang gesetzt wird. Das Reviewverfahren selbst erfolgt beiderseitig anonym.

### Formalia

- Die Beiträge für die Kategorien Abhandlungen, Übersichtsbeiträge und Praxisforum sollten einen Seitenumfang von 15 DIN A 4-Seiten nicht überschreiten. Für die Anonymisierung der Beiträge ist es erforderlich, dass dem Manuskript eine Titelseite vorangestellt wird, die die Namens- und Adressangaben aller Autoren enthält. Im Manuskript sind Hinweise auf die Autoren zu vermeiden.
- In der Kategorie Standpunkte sollte ein Umfang von 3 DIN A 4-Seiten nicht überschritten werden, für die Nachrichten aus Forschung und Lehre gilt eine Obergrenze von einer DIN A 4-Seite.
- Hinsichtlich der weiteren formalen Gestaltung des Manuskripts verweisen wir auf die „Autorenhinweise“.

**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. Frank Lobigs, Technische Universität Dortmund, E-Mail: [frank.lobigs@udo.edu](mailto:frank.lobigs@udo.edu) / Prof. Dr. Insa Sjurts, Hamburg Media School, E-Mail: [i.sjurts@hamburgmediaschool.com](mailto:i.sjurts@hamburgmediaschool.com)

**Schriftleitung:** Prof. Dr. Insa Sjurts, Hamburg Media School, Finkenau 35, 22081 Hamburg, [i.sjurts@hamburgmediaschool.com](mailto:i.sjurts@hamburgmediaschool.com)

**Redaktionsbeirat:** Prof. Dr. Jürgen Althans, Freier Unternehmensberater, Business Coach / Andreas Arntzen, Gründer und Investor / Jochen Beckmann, Axel Springer AG / Dr. Jörg Dörnemann, epubli GmbH / Wolfgang Fürstner, VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger e. V. / Prof. Dr. Justus Haucap, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf / Dr. Ralf Kaumanns, StrategyFacts.com c/o Siegenheim & Cie. GmbH / Dr. Manfred Kops, Institut für Rundfunkökonomie Köln / Lutz Marmor, Norddeutscher Rundfunk / Prof. Hubertus Meyer-Burckhardt, POLYPHON Film- und Fernsehgesellschaft mbH / Dr. Jens Müffelmann, Axel Springer AG / Prof. Dr. Jens Müller, ZDF, Business & Information Technology School (BITS) Iserlohn / Prof. Dr. Dres. h.c. Arnold Picot, Ludwig-Maximilians-Universität München / Prof. Dr. Armin Rott, Universität Hamburg, Hamburg Media School / Matthias Schmolz, SPIEGEL-Verlag Rudolf Augstein GmbH & Co. KG / Prof. Dr. Wolfgang Seufert, Friedrich-Schiller-Universität Jena

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