

Update für die Medienökonomik in Zeiten von Algorithmen, Desinformation und Hassrede

Die Digitalisierung führt zu einer anhaltenden Transformation des Medienökosystems. Die globale Macht von Plattformmonopolen und die zunehmende Bedeutung von künstlicher Intelligenz sind nur zwei Beispiele für die Notwendigkeit eines Updates der Medienökonomik. Wichtige Ziele sind der Erhalt eines vielfältigen und wahrhaftigen Medienangebots und die Stärkung der Demokratie. Die Beiträge des Zeitgesprächs machen Vorschläge zur Weiterentwicklung der deutschen und europäischen Medienlandschaft. Sie präsentieren ordnungspolitische Instrumente zur Eindämmung von Desinformation und Polarisierung und zeigen, wie öffentlich-rechtliche und private Anbieter:innen in einem Kooperationswettbewerb die Informationsversorgung mündiger Bürger:innen weiterhin sicherstellen können.

Ein Ordnungsrahmen für die »schöne neue Welt« der digitalen Medien

Anselm Küsters, cep – Centrum für Europäische Politik, Berlin

Matthias Störing, Ludwig-Erhard-Forum für Wirtschaft und Gesellschaft, Berlin

Digitale Medienmärkte: Was tun gegen Hassrede und Falschinformationen?

Raphaela Andres, ZEW – Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung, Mannheim

Lara Marie Berger, Universität zu Köln

Freedom First? Die Folgen unterschiedlicher Freiheitsverständnisse für die Innovationskultur in den USA und Europa

Julian Dörr, Die Familienunternehmer e. V.; Die Jungen Unternehmer, Berlin

Olaf Kowalski, Oberlandesgericht Köln; Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität, Bonn

Kompetitiv und kooperativ: Zur Neuordnung des Verhältnisses von privaten und öffentlich-rechtlichen Medien im Digitalzeitalter

Christopher Buschow, Technische Universität Hamburg; Hamburg Media School

Leonhard Dobusch, Universität Innsbruck

Title: *Update for Media Economics in Times of Algorithms, Disinformation and Hate Speech*

Abstract: *Digitisation is leading to an ongoing transformation of the media ecosystem. The global power of platform monopolies and the increasing importance of artificial intelligence are just two examples of the need to update media economics. Important goals are the preservation of a diverse and truthful supply of media products and the strengthening of democracy. The articles make suggestions for the further development of the German and European media landscape. They present regulatory instruments to curb disinformation and polarisation and show ways in which public and private providers can continue to ensure the supply of information to responsible citizens through coopetition.*