

VON „BIG DATA“ ZU „SMART DATA“ IN DREI AKTEN.

Ein Beitrag zu Theorie und
Praxis von
Technologieinvestitions-
strategien.

**ERSTER AKT.
THE GAME BEFORE THE GAME.**

Wie man Datensätze intelligent nutzbar machen kann.

CRUNCHBASE.

1 Excel mit 5 Arbeitsblättern

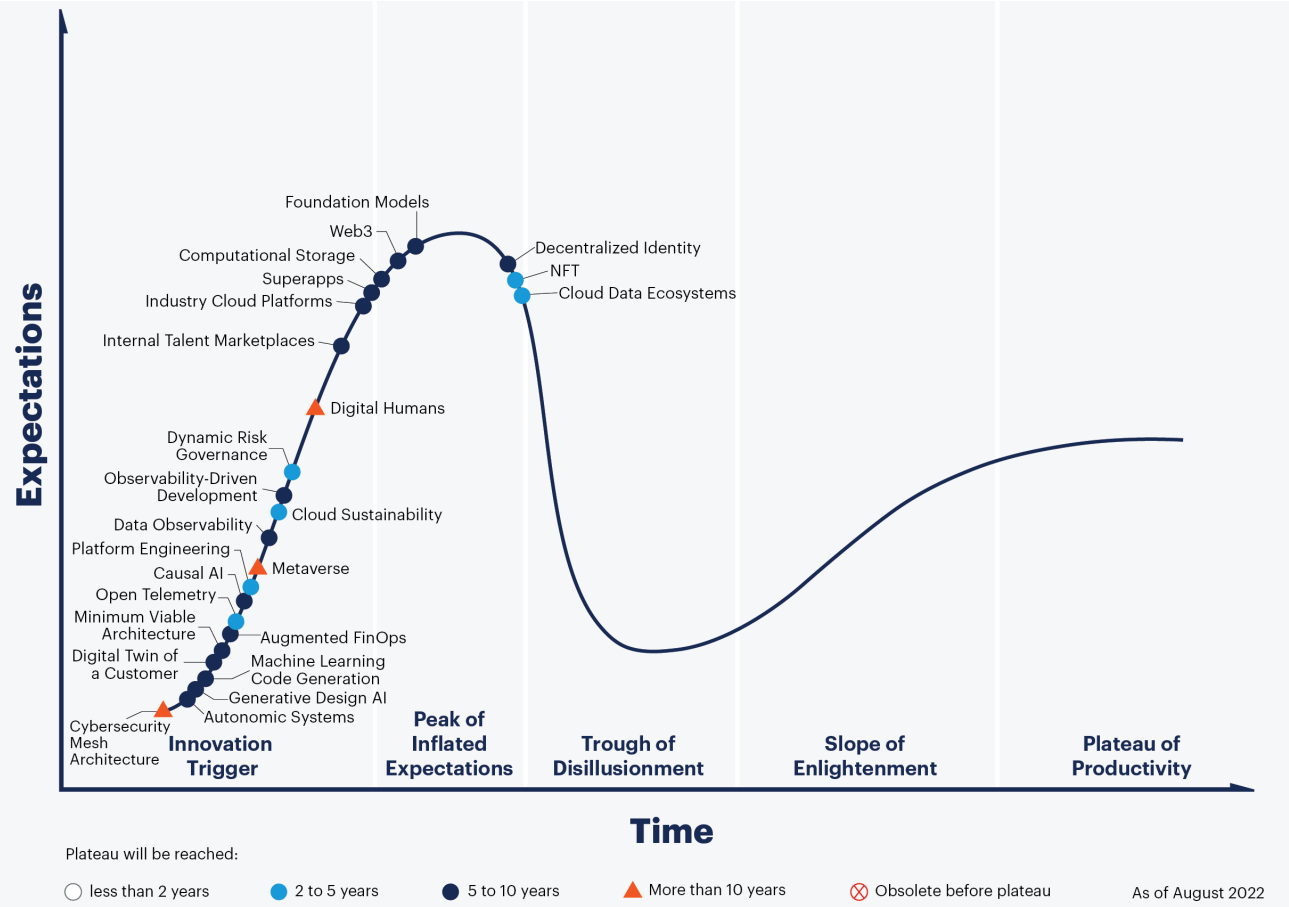
205 MB

720.895 Zeilen

92 Spalten

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA
company_name	domain	country_code	state_code	region	city	status	short_description	categories	categories	employees	funding_rounds	total_funding	first_fund	last_funding	closed	email	phone	website	twitter	facebook	linkedin	youtube	instagram	reddit	github	other
1	100Audio	USA	VA	Mead	operating	100Audio is a core e-commerce commerce and shopping	1	1453.81	1997-01-01	2019-04-27	2019-04-27	1	1453.81	1997-01-01	2019-04-27	Team@100audio.com	#####	https://www.100audio.com	https://twitter.com/100audio	https://www.facebook.com/100audio	https://www.linkedin.com/company/100audio	https://www.youtube.com/channel/UC100Audio	https://www.instagram.com/100audio	https://www.github.com/100audio		
2	100Audio	USA	VA	Mead	operating	100Audio is a core e-commerce commerce and shopping	1	1453.81	1997-01-01	2019-04-27	2019-04-27	1	1453.81	1997-01-01	2019-04-27	Team@100audio.com	#####	https://www.100audio.com	https://twitter.com/100audio	https://www.facebook.com/100audio	https://www.linkedin.com/company/100audio	https://www.youtube.com/channel/UC100Audio	https://www.instagram.com/100audio	https://www.github.com/100audio		
3	100Audio	USA	VA	Mead	operating	100Audio is a core e-commerce commerce and shopping	1	1453.81	1997-01-01	2019-04-27	2019-04-27	1	1453.81	1997-01-01	2019-04-27	Team@100audio.com	#####	https://www.100audio.com	https://twitter.com/100audio	https://www.facebook.com/100audio	https://www.linkedin.com/company/100audio	https://www.youtube.com/channel/UC100Audio	https://www.instagram.com/100audio	https://www.github.com/100audio		
4	100Audio	USA	VA	Mead	operating	100Audio is a core e-commerce commerce and shopping	1	1453.81	1997-01-01	2019-04-27	2019-04-27	1	1453.81	1997-01-01	2019-04-27	Team@100audio.com	#####	https://www.100audio.com	https://twitter.com/100audio	https://www.facebook.com/100audio	https://www.linkedin.com/company/100audio	https://www.youtube.com/channel/UC100Audio	https://www.instagram.com/100audio	https://www.github.com/100audio		

GARTNER HYPE CYCLE OF EMERGING TECHNOLOGIES.



Erstmalig 1995 veröffentlicht

Untersuchung der GHC von 2000 bis 2019

341 Emerging Technologies

DIE 100 GRÖßTEN MEDIENUNTERNEHMEN DER WELT.

Und deren Tochterunternehmen.



```
=WENN(UND(ODER(ISTZAHL(SUCHEN("3D printing ";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("3D
technology";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("artificial intelligence";[@category_list]));ISTZAHL
(SUCHEN("augmented reality";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("big data";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN
("biometrics";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("biotechnology";[@category_list]));
ISTZAHL(SUCHEN("cloud computing";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("cloud data
services";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("cloud infrastructure";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("cloud
management";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("cloud security";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("cloud
storage";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("cryptocurrency";
[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("drones";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("facial recognition";
[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("gamification";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("image
recognition";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("internet of things";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("linux";
[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("location based services";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("machine
learning";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("messaging";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN
("mhealth";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("mobile payments";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("natural
language processing";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN(" nfc";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("predictive
analytics";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("private cloud";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("qr
codes";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("quantified self";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("
rfid";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("saas";[@category_
list]));ISTZAHL(SUCHEN("semantic search";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("semantic web";[@category_list]))
;ISTZAHL(SUCHEN("speech recognition";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("text analytics";[@category_list]));
ISTZAHL(SUCHEN("unified communications";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("video conferencing";
[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("virtual assistant";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("virtual
currency";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("virtual reality";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("virtual
world";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("voip";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("wearables";[@category
_list]));ISTZAHL(SUCHEN("wireless";[@category_list]));ISTZAHL(SUCHEN("blogging platforms";[@category_list]));
ISTZAHL(SUCHEN("prediction markets";[@category_list]))));"ja";"nein")
```

x ✓ fx =WENN(ISTZAHL(SUCHEN("artificial intelligence";[@company_category_list])); "1"; "0")

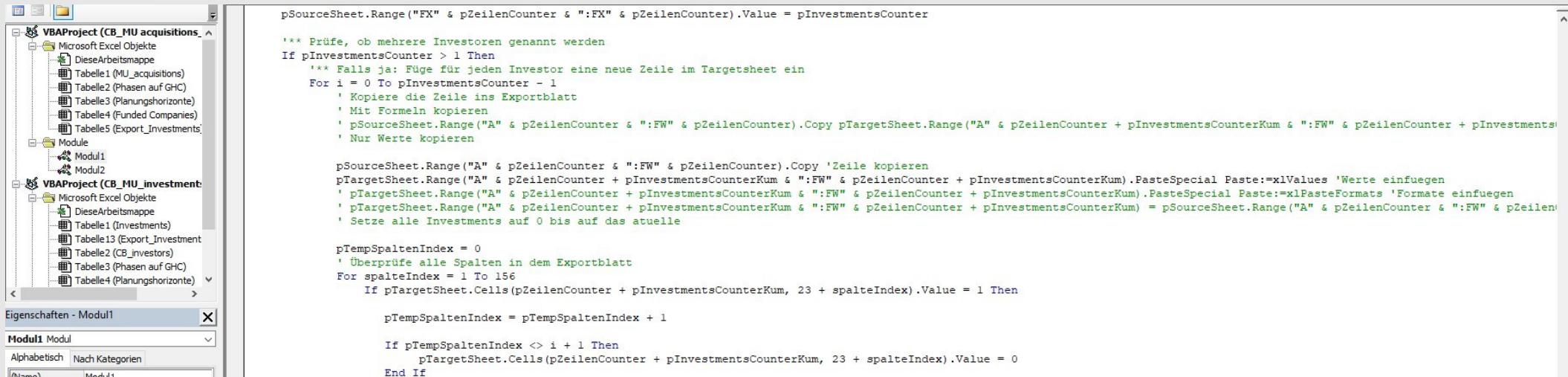
Suche nach Emerging Technologies des Startups / Technologieunternehmens, in das investiert oder das gekauft wird

x ✓ fx =SVERWEIS([@[Investitionszeitpunkt_Jahr]];GHCPPhasen_Kauf[[Jahr]:[artificial intelligence]];3)

Zuordnung der GHC-Phase der Emerging Technologies zum Investitions- oder Kaufzeitpunkt

x ✓ fx =SVERWEIS([@[Investitionszeitpunkt_Jahr]];Planungshorizonte[[Jahr]:[artificial intelligence]];3)

Zuordnung des Planungshorizonts der Emerging Technologies zum entsprechenden Investitions- oder Kaufzeitpunkt



```
pSourceSheet.Range("FX" & pZeilenCounter & ":FX" & pZeilenCounter).Value = pInvestmentsCounter

*** Prüfe, ob mehrere Investoren genannt werden
If pInvestmentsCounter > 1 Then
  *** Falls ja: Füge für jeden Investor eine neue Zeile im Targetsheet ein
  For i = 0 To pInvestmentsCounter - 1
    ' Kopiere die Zeile ins Exportblatt
    ' Mit Formeln kopieren
    pSourceSheet.Range("A" & pZeilenCounter & ":FW" & pZeilenCounter).Copy pTargetSheet.Range("A" & pZeilenCounter + pInvestmentsCounterKum & ":FW" & pZeilenCounter + pInvestmentsCounterKum)
    ' Nur Werte kopieren
    pSourceSheet.Range("A" & pZeilenCounter & ":FW" & pZeilenCounter).Copy 'Zeile kopieren
    pTargetSheet.Range("A" & pZeilenCounter + pInvestmentsCounterKum & ":FW" & pZeilenCounter + pInvestmentsCounterKum).PasteSpecial Paste:=xlValues 'Werte einfüegen
    pTargetSheet.Range("A" & pZeilenCounter + pInvestmentsCounterKum & ":FW" & pZeilenCounter + pInvestmentsCounterKum).PasteSpecial Paste:=xlPasteFormats 'Formate einfüegen
    pTargetSheet.Range("A" & pZeilenCounter + pInvestmentsCounterKum & ":FW" & pZeilenCounter + pInvestmentsCounterKum) = pSourceSheet.Range("A" & pZeilenCounter & ":FW" & pZeilenCounter)
    ' Setze alle Investments auf 0 bis auf das aktuelle

pTempSpaltenIndex = 0
' Überprüfe alle Spalten in dem Exportblatt
For spalteIndex = 1 To 156
  If pTargetSheet.Cells(pZeilenCounter + pInvestmentsCounterKum, 23 + spalteIndex).Value = 1 Then

    pTempSpaltenIndex = pTempSpaltenIndex + 1

    If pTempSpaltenIndex <> i + 1 Then
      pTargetSheet.Cells(pZeilenCounter + pInvestmentsCounterKum, 23 + spalteIndex).Value = 0
    End If
  End For
```

Aufteilung der mehrfachen Technologieinvestitionen und-akquisitionen in einzelne Investitionsaktivitäten

FINALE DATENBANK.

9.191
Technologieinvestitionsaktivitäten von
89 Medienkonzernen
2000-2019

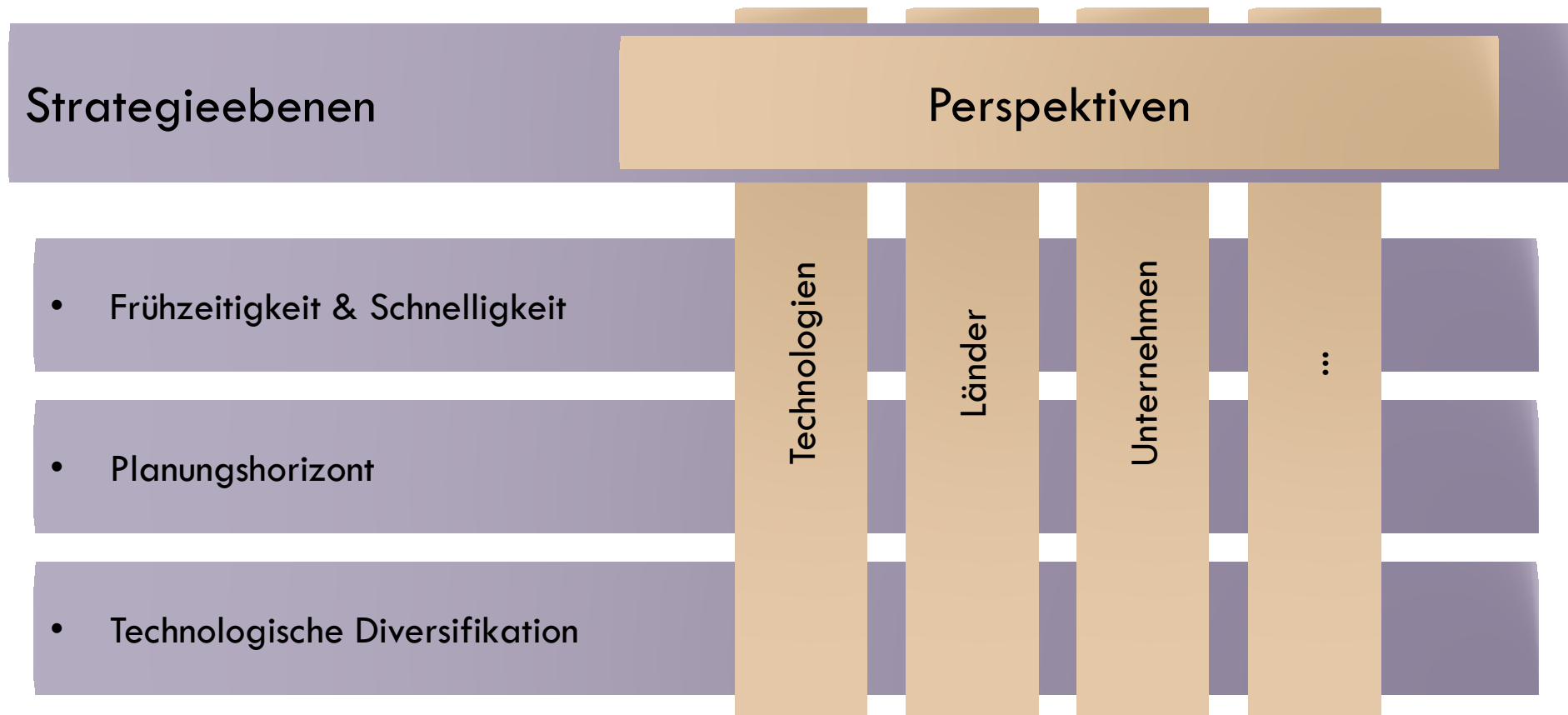
3.002
Investitionsaktivitäten in Emerging
Technologies
von 69 Medienkonzernen
2000-2019

company	city	state	industry	investment	date	status	other_info
USA	Dallas	TX	Software	150	2002	Non-ET	
USA	Iowa City	IA	Software	25	2006	Non-ET	
USA	Los Angeles	CA	Video Games	425	2000	Non-ET	

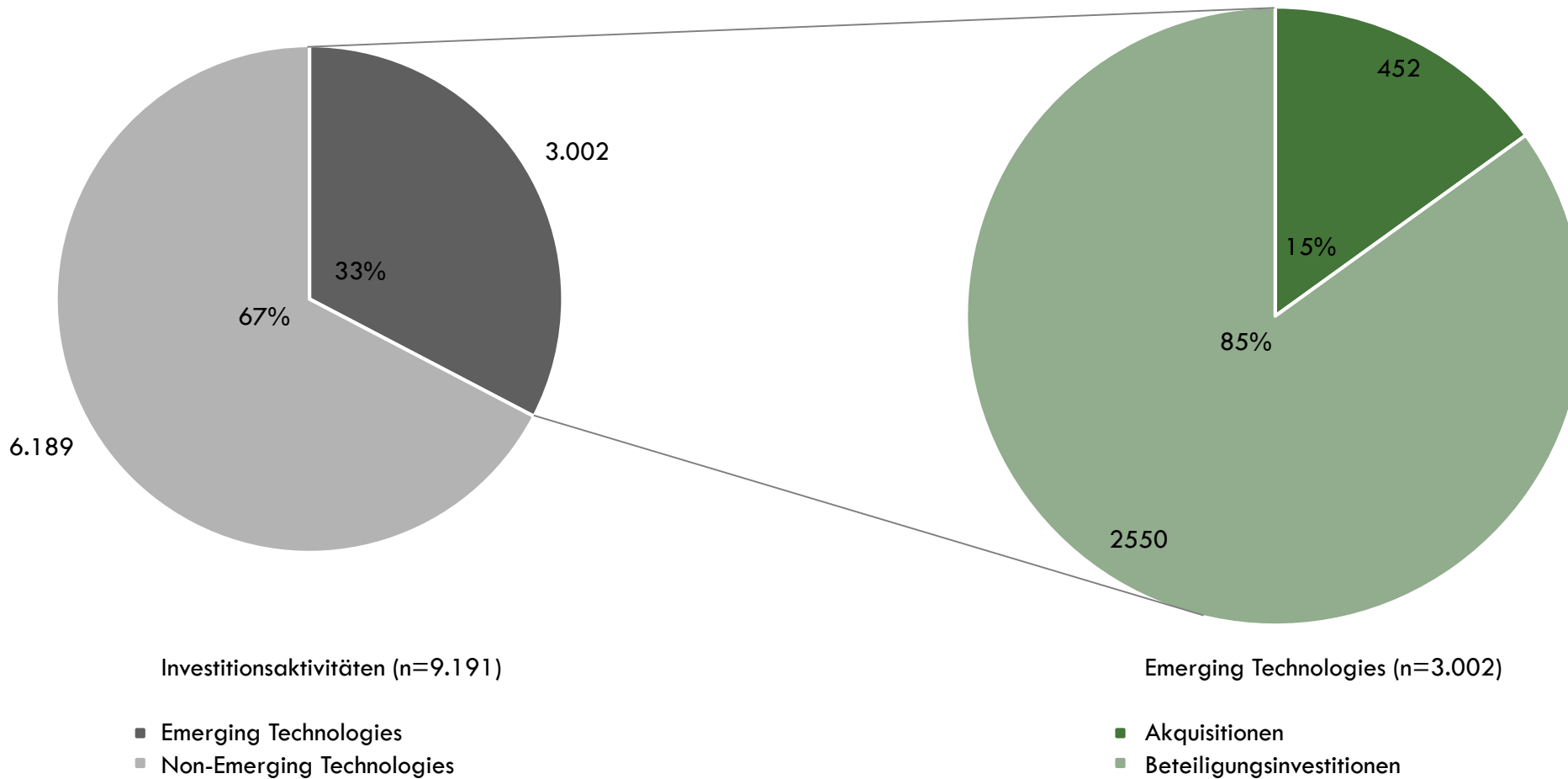
ZWEITER AKT. PERSPEKTIVEN AUF TECHNOLOGIEINVESTITIONSSTRATEGIEN.

Welche Erkenntnisse man aus unseren Daten über Technologieinvestitionsstrategien gewinnen kann.

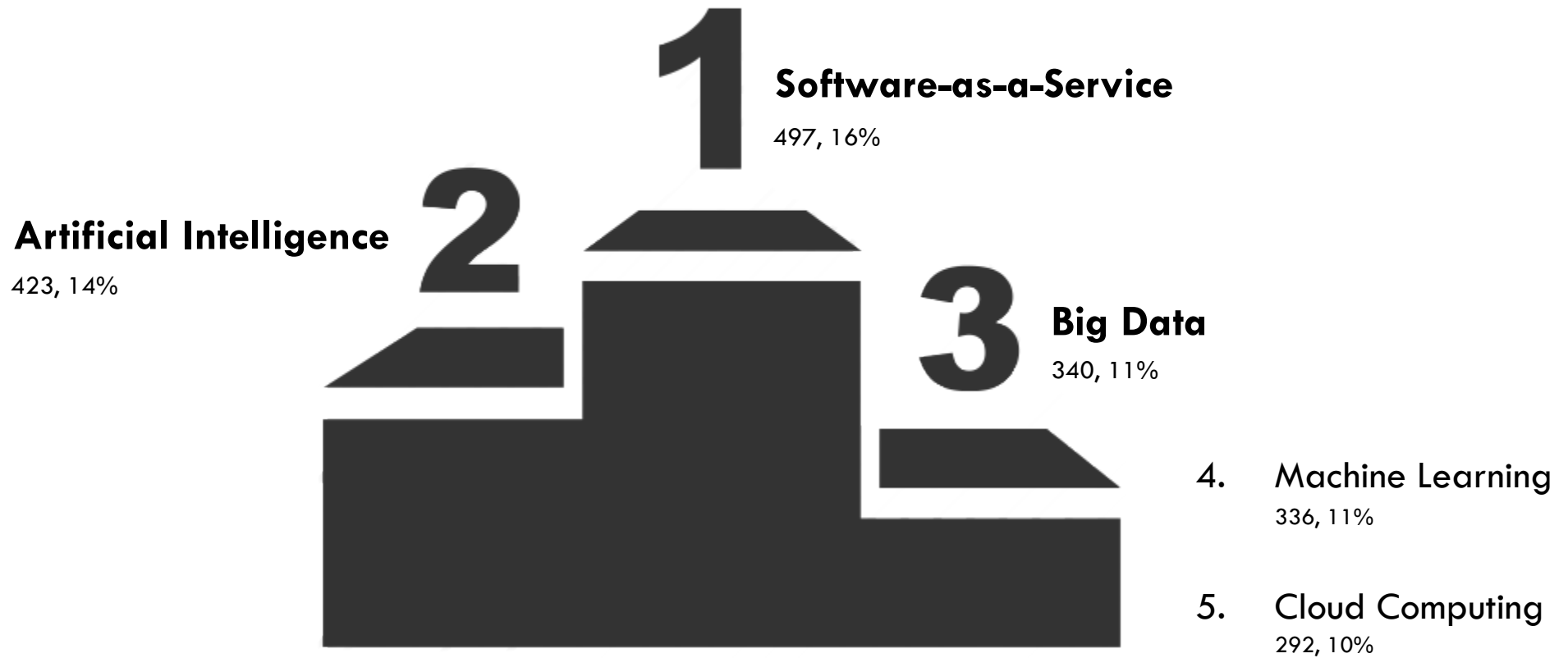
WELCHE ERKENNTNISSE AUS DER DATENBANK HERVORGEHEN.






VERTEILUNG DER INVESTITIONSAKTIVITÄTEN.



EMERGING TECHNOLOGIES.



PLANUNGSHORIZONT: TECHNOLOGIEVERGLEICH.

		Artificial Intelligence	Virtual Reality / Augmented Reality	Cloud Computing
				
Kurzfristiger Planungshorizont	Unter 2 Jahren	0 / 0%	0 / 0%	0 / 0%
Mittelfristiger Planungshorizont	2 bis 5 Jahre	0 / 0%	35 / 21%	99 / 100%
Langfristiger Planungshorizont	5 bis 10 Jahre	0 / 0%	132 / 78%	0 / 0%
	Mehr als 10 Jahre	211 / 100%	1 / 1%	0 / 0%
Summe		211 / 100%	168 / 100%	99 / 100%

INVESTITIONSSTRATEGIEN: LÄNDERVERGLEICH.



- Wenige Investitionsaktivitäten
- Fokus auf Investitionen
- Early Adopters
- Besonders langfristiger Planungshorizont
- Geringe Anzahl diverser Emerging Technologies

Long-term planning
Follower



- Wenigsten Investitionsaktivitäten
- Fokus auf Investitionen
- Innovators
- Langfristiger Planungshorizont
- Geringste Anzahl diverser Emerging Technologies

Conservative
First Mover



- Meisten Investitionsaktivitäten
- Fokus auf Investitionen (trotz höchster Anzahl an Akquisitionen)
- Innovators
- Mittelfristiger und langfristiger Planungshorizont
- Höchste Anzahl diverser Emerging Technologies

Risk-taking
First Mover

EXKURS: UNTERNEHMENSVERGLEICH.

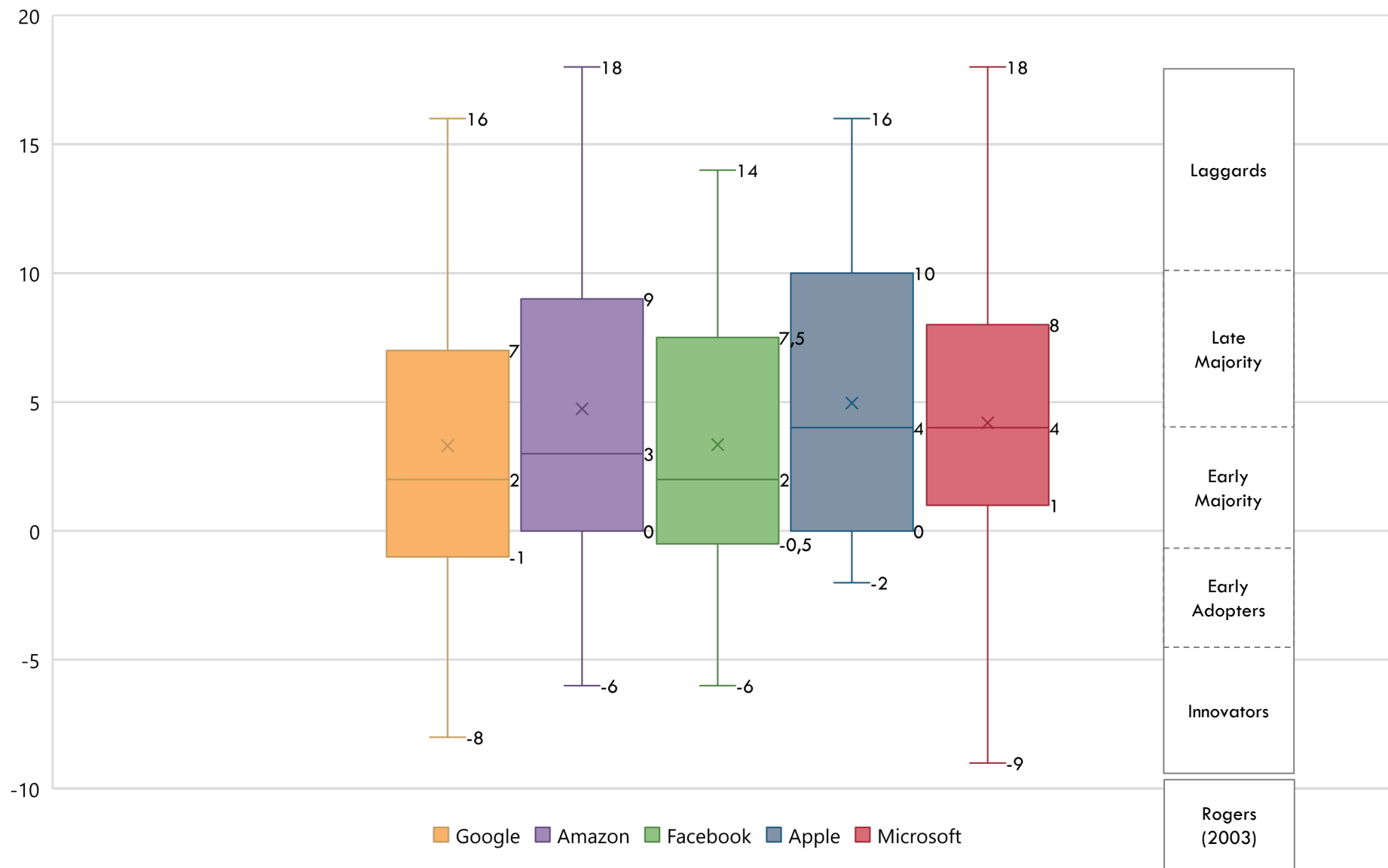


1. Verteilung der Investitionsaktivitäten
2. Schnelligkeit und Frühzeitigkeit
3. Planungshorizont
4. Technologische Diversität

VERTEILUNG DER INVESTITIONSAKTIVITÄTEN: GAFAM.

	Google	Amazon	Facebook	Apple	Microsoft
Investitionsbeteiligungen	820 76%	102 50%	12 11%	18 13%	1.300 85%
... davon Emerging Technologies	429 52%	32 31%	1 8%	9 50%	634 49%
... davon Non-Emerging Technologies	391 48%	70 69%	11 92%	9 50%	666 51%
	820 100%	102 100%	12 100%	18 100%	1.300 100%
Akquisitionen	262 24%	104 50%	95 89%	120 87%	234 15%
... davon Emerging Technologies	88 34%	35 34%	28 29%	58 48%	70 30%
... davon Non-Emerging Technologies	174 66%	69 66%	67 71%	62 52%	164 70%
	262 100%	104 100%	95 100%	120 100%	234 100%
Summe	1.082 100%	206 100%	107 100%	138 100%	1.534 100%
... davon Emerging Technologies	517 48%	67 33%	29 27%	67 49%	704 46%
... davon Non-Emerging Technologies	565 52%	139 67%	78 73%	71 51%	830 54%

FRÜHZEITIGKEIT UND SCHNELLIGKEIT: GAFAM.



PLANUNGSHORIZONT: GAFAM.



		Google	Amazon	Facebook	Apple	Microsoft
Kurzfristiger Planungshorizont	Unter 2 Jahren	1 / 1%	0 / 0%	1 / 7%	0 / 0%	4 / 2%
	Mittelfristiger Planungshorizont	55 / 36%	10 / 56%	5 / 33%	14 / 56%	100 / 40%
Langfristiger Planungshorizont	5 bis 10 Jahre	54 / 36%	2 / 11%	5 / 33%	5 / 20%	95 / 38%
	Mehr als 10 Jahre	41 / 27%	6 / 33%	4 / 27%	6 / 24%	54 / 21%
Summe		151 / 100%	18 / 100%	15 / 100%	25 / 100%	253 / 100%

95 / 63%

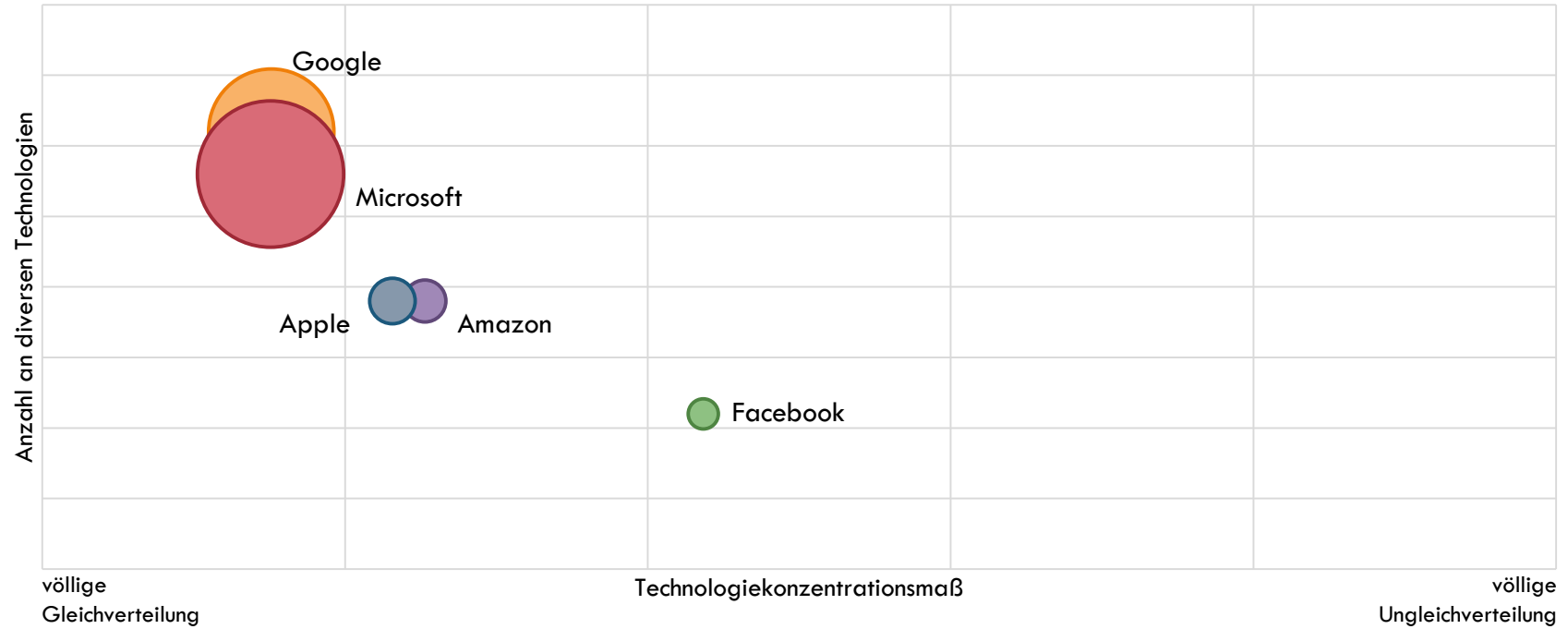
10 / 56%

9 / 60%

149 / 59%

TECHNOLOGISCHE DIVERSITÄT: GAFAM.

	Google	Amazon	Facebook	Apple	Microsoft
Investitionsaktivitäten in Emerging Technologies	517	67	29	67	704
Anzahl an diverser Emerging Technologies	31	19	11	19	28



	Google	Amazon	Facebook	Apple	Microsoft
1	Software-as-a-Service	Mobile Payments	Artificial Intelligence	Artificial Intelligence	Software-as-a-Service
2	Biotechnology	Cloud Computing	Machine Learning	Machine Learning	Artificial Intelligence
3	Cloud Computing	Artificial Intelligence	Location Based Services	Big Data	Cloud Computing
4	Machine Learning	Software-as-a-Service	Cloud Computing	Wireless	Machine Learning
5	Big Data	Machine Learning	3D Printing	Location Based Services	Big Data

INVESTITIONSSTRATEGIEN:

GAFAM.



Meisten Investitionsaktivitäten		Wenigsten Investitionsaktivitäten		Meisten Investitionsaktivitäten
Fokus auf Investitionen	Investitionen und Akquisitionen ausbalanciert	Fokus auf Akquisitionen	Fokus auf Akquisitionen	Fokus auf Investitionen
Innovators	Early Adopters	Early Adopters	Early Majority	Innovators
Langfristiger Planungshorizont	Mittelfristiger Planungshorizont	Langfristiger Planungshorizont	Mittelfristiger Planungshorizont	Langfristiger Planungshorizont
Höchste Anzahl diverser Emerging Technologies		Geringste Anzahl diverser Emerging Technologies		Höchste Anzahl diverser Emerging Technologies
First Mover Moonshot-/ 10x-Strategy	Follower Strategy	Buy-instead-of-compete Strategy	Wait-and-see-Strategy	First Mover Equity Investor B2B-Sector

DRITTER AKT. GOING BEYOND THE DATA.

Was man für die
Managementebene ableiten und
entwickeln kann.

TECHNOLOGIEINVESTITIONSSTRATEGIEN.

Strategie-
planung

Risiko-
steuerung

Investitions-
entscheidung

Strategie-
kommunikation

Innovationspotenzial und Reifegrad der Technologien

Umfang und Diversität der Technologieinvestitionen

Zeitpunkt und Schnelligkeit der Technologieinvestition

Lebenszyklus und Planungshorizont der Technologie

CHANCEN-RISIKO-MATRIX.

(INNOVATIONSGRAD/PLANUNGSHORIZONT/REAKTIONSGESCHWINDIGKEIT)

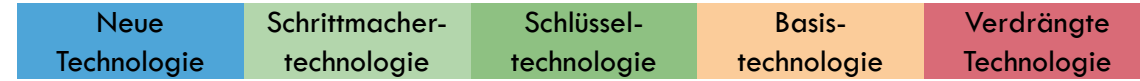
steigende Unsicherheit	disruptiv-langfristig	<p>Risiko:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technologie könnte vor Einsetzbarkeit/ Wirtschaftlichkeit bereits obsolet sein • letztlich zu frühe Adoption 		<p>Risiko:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technologie könnte den Markt bereits revolutioniert haben • nicht mehr rechtzeitige Adoption
	radikal-mittelfristig		<p>Risiko:</p> <ul style="list-style-type: none"> • durch Technologie sprunghafte Leitungsverbesserungen und Vorsprungsgewinne der Konkurrenz können nur noch schwer aufgeholt werden • ggf. nicht mehr rechtzeitige Adoption 	
	inkrementell-kurzfristig	<p>Risiko:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technologie könnte zu geringe Leitungsverbesserungen und Vorsprungsgewinne hervorrufen • letztlich zu frühe/überflüssige Adoption 		<p>Risiko:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technologie könnte demnächst bereits überholt sein • nicht mehr rechtzeitige/überflüssige Adoption
		First Mover	Second Mover	Late Mover

CHANCEN-RISIKO-MATRIX.

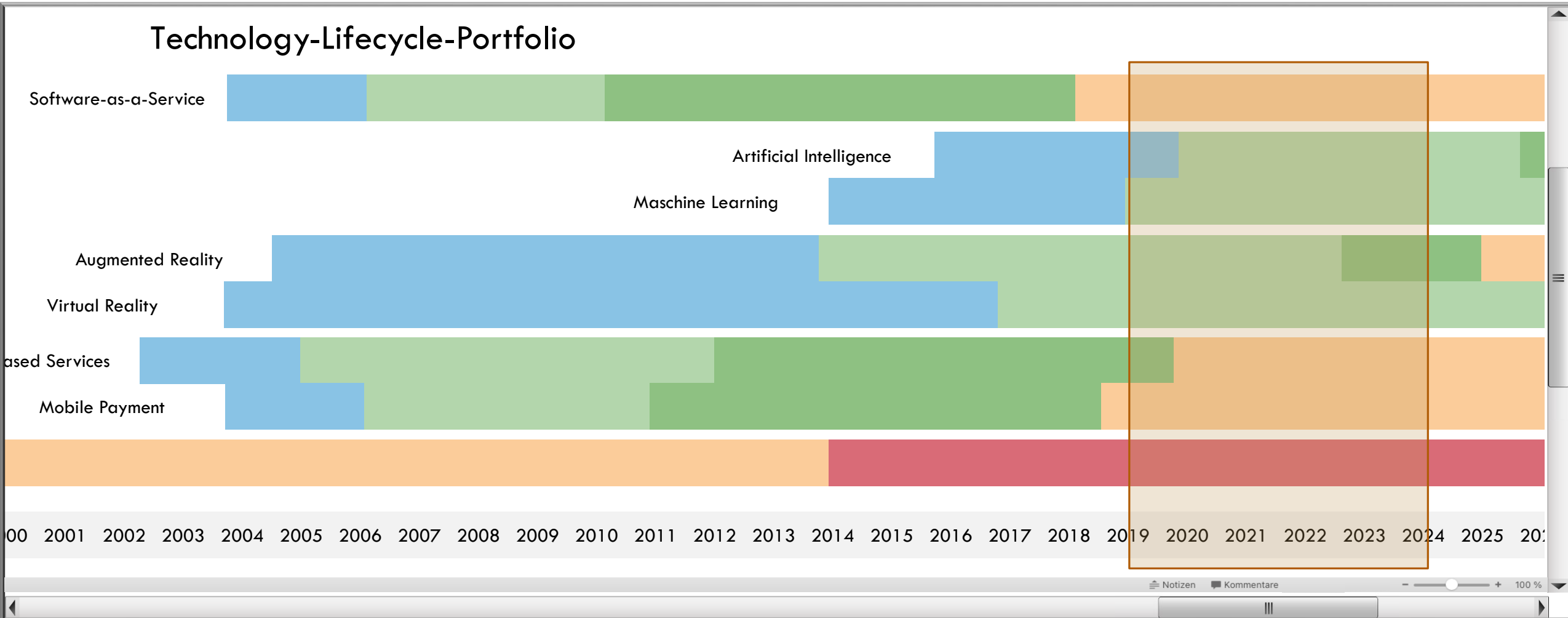
(INNOVATIONSGRAD/PLANUNGSHORIZONT/REAKTIONSGESCHWINDIGKEIT)

steigende Unsicherheit	disruptiv-langfristig	<p>Chance:</p> <ul style="list-style-type: none"> durch Adoption der Technologie können Fehler der First Mover vermieden werden, und durch die in langfristiger Zukunft liegende Wirksamkeit der Technologie ist genügend Zeit, sich auf die neuen Marktbedingungen vorzubereiten genau rechtzeitige Adoption 		
	radikal-mittelfristig	<p>Chance:</p> <ul style="list-style-type: none"> durch frühe Adoption der Technologie erreichte sprunghafte Leitungsverbesserungen und Vorsprungsgewinne können von Konkurrenz nur schwer/nicht mehr aufgeholt werden rechtzeitige Adoption 	<p>Chance:</p> <ul style="list-style-type: none"> durch späte Adoption der Technologie können selbst sprunghafte Leitungsverbesserungen und Vorsprungsgewinne der Konkurrenz aufgrund der Vermeidung von deren Fehlern und bereits vorbereitete Märkte gerade noch aufgeholt werden noch rechtzeitige Adoption 	
	inkrementell-kurzfristig	<p>Chance:</p> <ul style="list-style-type: none"> durch Adoption der Technologie können die nur inkrementellen Leistungsverbesserungen der First Mover durch Vermeidung von deren Fehlern aufgeholt werden genau rechtzeitige Adoption 		
		First Mover	Second Mover	Late Mover

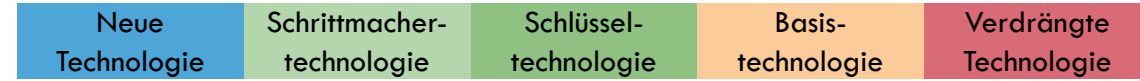
PLANUNG ENTSCHEIDUNG STEUERUNG KOMMUNIKATION.



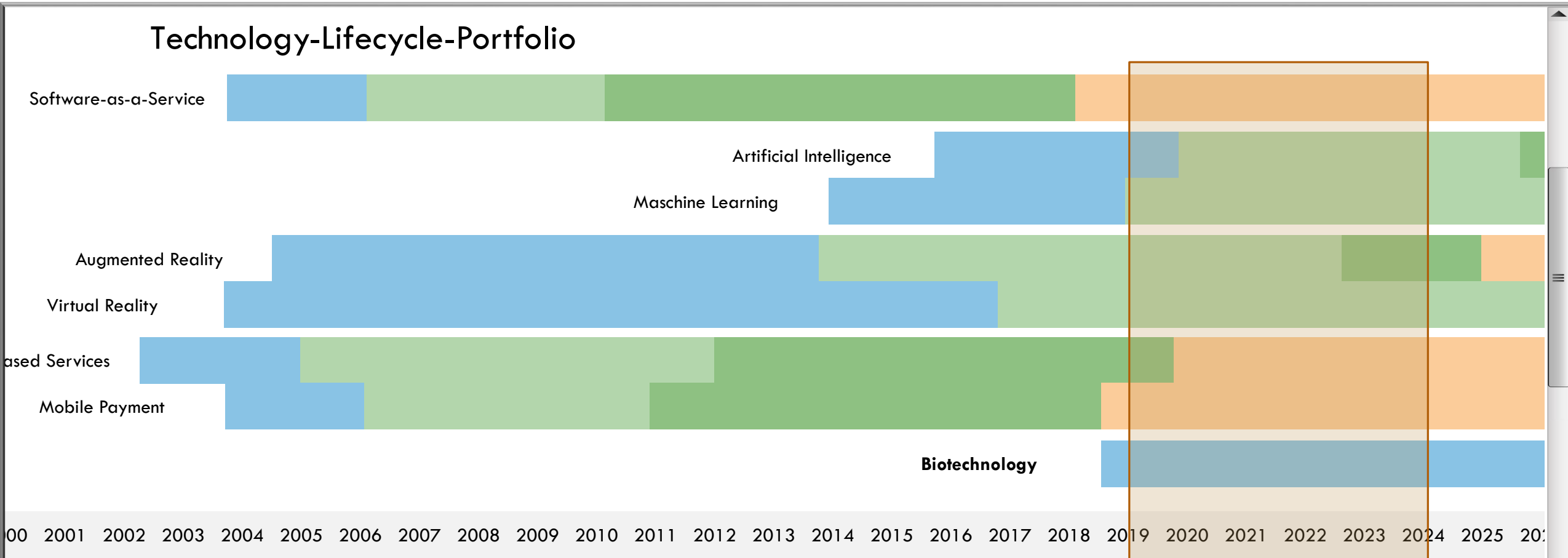
Technology-Lifecycle-Portfolio



PLANUNG ENTSCHEIDUNG STEUERUNG KOMMUNIKATION.



Technology-Lifecycle-Portfolio



VERÖFFENTLICHTE UND GEPLANTE PUBLIKATIONEN UND VORTRÄGE

Veröffentlichte Peer Reviewed-Publikationen:

Ciepluch, M.; Eisenbeis, U. (2022): Technologieadoptionsstrategien von Medienunternehmen. Schnelligkeit, Zeitpunkt und Planungshorizonte von Investitionen und Akquisitionen in Augmented und Virtual Reality-Technologien. HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik 59, 389–410. <https://doi.org/10.1365/s40702-021-00813-0>

Ciepluch, M.; Eisenbeis, U. (2022): The Relevance of Emerging Technologies for Media Conglomerates. A Question of the Planning Horizon of Technology Investment Activities. International Journal on Media Management 24(3), 164-196. <https://doi.org/10.1080/14241277.2022.2130325>

Publikationen im Review-Verfahren:

Technologieinvestitionsstrategien von Medien- und Technologiekonzernen im Ländervergleich. Schnelligkeit, Planungshorizont und Technologiediversifikation chinesischer, deutscher und US-amerikanischer Investitionsaktivitäten.

Technology Acquisitions As The New Power. An Approach On How GAFAM Have Managed To Win The War For Innovation, The War For Patents, The War For Talents, And The War For Data.

In der Einreichung befindlich: 2 Artikel

Geplant für 2023: 2 Artikel

Vorträge auf einschlägigen Konferenzen:

Ciepluch, M.; Eisenbeis, U.; Kühnle, B.A. (2019): Welche Sektoren? Welche Technologien? Welche Regionen? Eine deskriptive Analyse der Technikadaption von jungen Medienunternehmen. Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPK.

Ciepluch, M.; Eisenbeis, U. (2021): Emerging Technologies and the Future of Media. Adoption Strategies as seen by German Media Job Vacancies. World Media Economics Media Management (WMEMC) Conference.

Ciepluch, M.; Eisenbeis, U.; Willbold, K. (2022): How do media companies implement and integrate AI technologies? A closer look at the value chain of german media companies. Jährliche Konferenz der European Media Management Association (emma) & Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPK.

Ciepluch, M.; Eisenbeis, U. (2022): GAFAM's Technology Investment Profiles and Strategies. An Analysis of Emerging Technology Investments and Acquisitions (from 2000 to 2019). Jährliche Konferenz der International Media Management Academic Association (IMMAA).

Eingereicht für 2023: 1 Abstract

VERÖFFENTLICHTE UND GEPLANTE PUBLIKATIONEN UND VORTRÄGE

Weitere veröffentlichte Publikationen:

Ciepluch, M.; Eisenbeis, U.; Kühnle, B. A. (2020): Welche Sektoren? Welche Technologien? Welche Regionen? Eine deskriptive Analyse der Technikadaption von jungen Medienunternehmen. In: Wellbrock, C.; Zabel, C. (Hrsg.): Innovation in der Medienproduktion und -distribution – Proceedings der Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPUK 2019, Köln. Stuttgart: Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. S. 120-136.

Eisenbeis, U.; Ciepluch, M. (Hrsg.) (2021): Künstliche Intelligenz in Nachrichtenredaktionen. Begriffe, Systematisierung, Fallbeispiele. Tübingen: UVK Verlag.

Eisenbeis, U.; Ciepluch, M.; Deck, M.; Heitmann, F.; Hofe, J. (2021): Algorithmen und Künstliche Intelligenz zur Erstellung, Aufbereitung und Distribution von Inhalten im Verlagsumfeld. Begrifflichkeiten und Möglichkeiten der Systematisierung von Implikationen. In: Eisenbeis, U.; Ciepluch, M. (Hrsg.) (2021): Künstliche Intelligenz in Nachrichtenredaktionen. Begriffe, Systematisierung, Fallbeispiele. Tübingen: UVK Verlag. S.13-38.

Ciepluch, M.; Eisenbeis, U. (2021): Algorithmen und Künstliche Intelligenz zur Erstellung, Aufbereitung und Distribution von Nachrichten-inhalten. Erkenntnisse aus fünf Fallstudien. In: Eisenbeis, U.; Ciepluch, M. (Hrsg.) (2021): Künstliche Intelligenz in Nachrichtenredaktionen. Begriffe, Systematisierung, Fallbeispiele. Tübingen: UVK Verlag. S.75-95.

Eisenbeis, U. (2022): Technologieinvestitionsstrategien als Herausforderung für die Risikosteuerung. In: Wiedemann, A.; Stein, V.; Fonseca, M. (Hrsg.): Risk Governance in Organizations: Future Perspectives. Siegen: Universitätsverlag Siegen. S.444-450.

Weitere Vorträge:

Ciepluch, M.; Eisenbeis, U.; Kühnle, B. A. (2019): It's about Technology! Is it? Strategies and Strategic Behaviour in the Media Industry. Innovation Day.

Eisenbeis, U. (2019): It's about technology! Is it? Strategisches Verhalten in der Medienindustrie. Gastvortrag Ferdinand Holzmann Verlag.

Ciepluch, M.; Eisenbeis, U. (2020): Emerging Technologies in der Medienwirtschaft. Zwischenbericht eines betriebswirtschaftlich-technsoziologischen Forschungsprojekts. Ringvorlesung "Aktuelle Themen der Medienwelt".

Eisenbeis, U. (2021): Technology Adoption Strategies in the Media Industry. Strategic investments, acquisitions and related planning horizons. Innovation Day.

VIELEN DANK.

Magdalena Ciepluch
Uwe Eisenbeis