

BESCHREIBUNG DES FACHES:**Medienmanagement:**

Die spezielle Betriebswirtschaftslehre „Medienmanagement“ befasst sich mit Fragestellungen und Problemen des Management von Unternehmungen, die in der Medienbranche tätig sind, mit Electronic Business und Electronic Commerce sowie mit betriebswirtschaftlichen Problemen des Einsatzes von Medien in Unternehmungen. Dargestellt werden zum Einen Rahmenbedingungen der wichtigsten Medienmärkte. Darauf aufbauend werden Grundlagen des Management sowie des strategischen Management vermittelt. Dabei werden jeweils die Besonderheiten von Medienunternehmungen herausgearbeitet. Insbesondere an Hand der marktorientierten Sichtweise des strategischen Management sowie der ressourcenorientierten Strategielehre (resource based view of strategy) werden Strategieoptionen für Medienunternehmungen abgeleitet. Behandelt werden insbesondere die Mediengattungen „Print“ (Zeitung, Zeitschrift, Buch), „Musik“, „Film“ sowie „TV-/Rundfunk“. In diesem Zusammenhang werden jeweils aktuelle Entwicklungen auf dem Gebiet der Onlinemedien einbezogen. Besondere Schwerpunkte im Rahmen der Managementfunktionen in Medienunternehmungen liegen auf den Gebieten „Organisation“, „Personalmanagement“ sowie „Controlling“ für Medienunternehmungen. Die Studierenden lernen dabei, welche betriebswirtschaftlichen Problemstellungen sich aus den besonderen Eigenschaften von Medienprodukten bzw. – dienstleistungen ergeben und worin innovative Lösungen bestehen. In einer eigenen Veranstaltung werden darüber hinaus am Beispiel der Filmfinanzierung Methoden und Probleme der Projektfinanzierung behandelt. Dargestellt wird der deutsche Filmmarkt mit seinen Besonderheiten und Merkmalen. Es wird analysiert, welche finanzierungstechnischen Probleme die Gesamtfinanzierung hoch riskanter Spielfilmprojekte aufwirft. Die in der Praxis üblichen Instrumente der Finanzierung werden dargestellt und ihre Eignung für den Einsatz im Rahmen der Spielfilmprojektfinanzierung beurteilt. Darüber hinaus befasst sich die Veranstaltung mit den Besonderheiten von Medienfonds sowie mit dem System der staatlichen Filmförderung.

Großes Gewicht im Veranstaltungszyklus hat zum Anderen die vergleichsweise junge Disziplin des Electronic-Business und Electronic-Commerce. Basierend auf der Darstellung der wichtigsten Grundlagen der Internetökonomie wird untersucht, unter welchen Bedingungen internetgestützte Transaktionen im Geschäftsverkehr zustande kommen, welche Gegenstände sie aufweisen und welche Chancen und Risiken im Vergleich zu einer traditionellen Abwicklung von Transaktionen mit ihnen verbunden sind. Im Kern befasst sich die Veranstaltung mit Geschäftsmodellen des Electronic-Commerce, ihren Zielen, Voraussetzungen und den Problemen ihrer erfolgreichen Umsetzung. In diesem Zusammenhang werden die in der Literatur eher praxisnah aufgegriffenen Themenstellungen mit Hilfe der Transaktionskostentheorie tragfähig theoretisch untermauert und bewertet.

Ebenfalls zu den Teilgebieten der speziellen Betriebswirtschaftslehre „Medienmanagement“ zählt das „Unternehmerische Medienmanagement“, das sich mit den facettenreichen betriebswirtschaftlichen Problemstellungen des Einsatzes neuer Medien und von Multimedia in Unternehmungen befasst. Dabei wird Wert auf eine theoretische Fundierung mit Ansätzen des Informations- und Kommunikationsverhaltens gelegt. Wichtige Einsatzfelder im Bereich der Unternehmungsinformation und – kommunikation, der Organisation und der Personalwirtschaft werden vorgestellt und hinsichtlich der Anforderungen an den Medieneinsatz analysiert. Im Kern der Veranstaltung steht die Auseinandersetzung mit Zielen, Ansätzen und Problemen der Ermittlung der Wirtschaftlichkeit komplexer Mediensysteme in Unternehmungen.

Im Seminar zur ABWL, insb. Medienmanagement werden aktuelle Themen und Entwicklungen auf dem Gebiet des Medienmanagement aufgegriffen und kritisch untersucht. Darüber hinaus befassen sich unter dem Titel „Gründungsmanagement Medien“ zwei Zusatzveranstaltungen im Lehrveranstaltungszyklus mit der Vermittlung von Grundlagenwissen auf dem Gebiet des Management neu gegründeter Unternehmungen. Anders als in anderen Veranstaltungen zur Gründungsthematik stehen dabei Unternehmungsgründungen im Medienbereich im Vordergrund. Die beiden Veranstaltungen bauen aufeinander auf und werden jeweils durch Vorträge externer Experten aus Wissenschaft und Praxis unterstützt.

Der Veranstaltungszyklus umfasst folgende Lehrveranstaltungen:

- Strategien von Medienunternehmungen (2 SWS);
- Führung von Medienunternehmungen (2 SWS);
- Filmfinanzierung und Strukturen der Filmförderung (2 SWS);
- Internetökonomie und Electronic Business (4 SWS; ab SS 2006 aufgeteilt in Internetökonomie und Electronic Business I und II, jeweils mit 2 SWS);
- Einsatz von Medien in Unternehmungen (2 SWS);
- Seminar zur ABWL, insb. Medienmanagement (2 SWS);
- Gründungsmanagement Medien I (2 SWS);
- Gründungsmanagement Medien II (2 SWS).