

## Management in der Medienindustrie

Die Forschung im Kompetenzfeld Medienmanagement erfolgt in mehreren Schwerpunktbereichen:

- **Organisationsgestaltung und Innovationsmanagement:** Die hohe Bedeutung von neuen Produkten und Formaten in der Medienbranche erfordert eine effektivere und effizientere Zusammenarbeit der künstlerischen und kaufmännischen Bereiche. Welche Prozesse und Strukturen benötigen daher die Unternehmen, um langfristig erfolgreich Innovationen generieren und managen zu können?
- **Neue Geschäftsmodelle:** In den letzten Jahren entstanden verstärkt u.a. neue Formen des Musik- und Spielfilmkonsums sowie des legalen und illegalen Erwerbs dieser Inhalte. Zudem gibt es eine wachsende Zielgruppe an Video- und PC-Spielern, die online interagieren wollen. Welche Geschäftsmodelle eignen sich, um diesen neuen Nutzergewohnheiten zu entsprechen?
- **Wachstumsstrategien und Inhalte:** Die Entwicklung in den letzten zwei Jahren hat den Wettbewerb weiter verschärft. Der Kampf um Einnahmequellen, wie aus der Werbung oder Telefongebühren sowie fragmentierte Kundenbedürfnisse erfordern vielseitige Angebote und Geschäftsmodelle. Welche Strategien und Inhalte werden benötigt, um in den traditionellen und neuen Mediensegmenten weiter bzw. wieder zu wachsen?
- **Mergers & Acquisitions:** Die Medienbranche ist zum Teil noch eine stark fragmentierte Industrie. Das Wachstum großer Medienkonzerne basierte in der Vergangenheit zu großem Anteil auf aggressiven Akquisitionsstrategien. Aber selbst in sehr konzentrierten Bereichen wie im Musikgeschäft zeichnen sich Tendenzen zur einer weiteren Konsolidierung ab. Sind die ersten aktuellen M&A Deals ein Zeichen für eine weitere Akquisitions- und Fusionswelle? Welche Strategien liegen diesen beobachtbaren Entwicklungen zugrunde? Was ist bei externem Wachstum zu beachten?

## Veranstaltungen des Lehrstuhls

Bachelor:

[Introduction to Strategic Management](#)

Master:

[Change Management](#)