Medienmanagement an der Universität Siegen

Die Professur für Betriebswirtschaftslehre, insb. Medienmanagement befasst sich mit Rahmenbedingungen verschiedener Medienmärkte und den jeweiligen Besonderheiten der Medienanbieter. Ein Forschungsfokus liegt auf Strategieoptionen für Medienunternehmen.

Foto: privat

Prof. Dr. Joachim Eigler

Universität Siegen
Professur für BWL, insb.
Medienmanagement
joachim.eigler@uni-siegen.de

Seit 2001 gibt es an der Universität Siegen an der Fakultät III – Wirtschaftswissenschaften, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftsrecht die Professur für Betriebswirtschaftslehre, insb. Medienmanagement, die Univ.-Prof. Dr. Joachim Eigler innehat. In Forschung und Lehre befasst sich die Professur mit Fragestellungen und Problemen des Managements von Unternehmen der Medienbranche. Hierbei werden Rahmenbedingungen der wichtigsten Medienmärkte dargestellt und jeweils die Besonderheiten von Medienunternehmen herausgearbeitet. Insbesondere werden im Rahmen der Forschung Strategieoptionen für Medienunternehmen untersucht. Ein wichtiger Schwerpunkt sind darüber hinaus Electronic Business und Electronic Commerce im Zuge der Digitalisierung und Verbreitung der Internettechnologie.

Die Universität Siegen hat mit der starken Vernetzung ihrer inzwischen fünf Fakultäten eine Kultur der Interdisziplinarität entwickelt, die sowohl die Forschung als auch die Lehre motiviert. Zahlreiche Forschungsprojekte sowie auch studienfächerübergreifende Lehrkonzepte entstehen so in Siegen vor allem an den Schnittstellen verschiedener Disziplinen. In diesem Sinne werden durch die Professur von Joachim Eigler Lehrveranstaltungen sowohl für Bachelor- als auch Masterstudierende von vier der fünf Fakultäten angeboten. Das vom Inhalt her betriebswirtschaftlich bzw. managementorientierte Lehrangebot richtet sich sowohl an Studierende der Betriebswirtschaftslehre, der Medien- und der Wirtschaftsingenieurwissenschaften, der Wirtschaftsinformatik als auch an Lehramtsstudierende und angehende Wirtschaftsjuristen.

In Vorlesungen und Seminaren werden aktuelle Themen und Entwicklungen auf dem Gebiet des Medienmanagements sowie des E-Business und E-Commerce aufgegriffen und kritisch untersucht. Darüber hinaus befassen sich unter dem Titel „Gründungsmanagement Medien" Zusatzveranstaltungen im Lehrveranstaltungszyklus mit der Vermittlung von Grundlagenwissen auf dem Gebiet des Managements neu gegründeter Unternehmen. Anders als in anderen Veranstaltungen zur Gründungsthematik stehen dabei Unternehmensgründungen im Medienbereich im Vordergrund. Diese Veranstaltungen werden regelmäßig durch externe Experten aus Wissenschaft und Praxis unterstützt.

Großes Gewicht im Veranstaltungszyklus hat das Modul „Management neuer Medien" in mehreren Masterstudiengängen der Fakultät. Es umfasst die Lehrveranstaltungen „Grundlagen des Electronic Business" und „Electronic Commerce". Basierend auf der Darstellung der wichtigsten Grundlagen der Internetökonomie wird untersucht, unter welchen Bedingungen internetgestützte Transaktionen im Geschäftsverkehr zustandekommen, welche Gegenstände sie aufweisen und welche Chancen und Risiken im Vergleich zu einer traditionellen Abwicklung von Transaktionen mit ihnen verbunden sind. Im Kern befassen sich die Veranstaltungen 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 wie z. B. die Sharing Economy mit Hilfe der Transaktionskostentheorie tragfähig theoretisch untermauert und bewertet.

Vor allem die jüngsten Forschungsarbeiten von Univ.-Prof. Dr. Eigler und seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie Doktoranden bewegen sich in dem neuen und breiten Forschungsfeld des strategischen Medienmanagements sowie des E-Business und geben sowohl für die Praxis als auch für die Forschung Impulse.

https://doi.org/10.15358/1613-0669-2018-4-47, am 15.07.2025, 13:41:18
Open Access – (cc) BY – https://www.beck-elibrary.de/de/agb