

Medienmanagement als Controllingmanagement

Prof. Dr. Martin Gläser

Im Rahmen der IJK-Vortragsreihe „Innovationen im Medienmanagement“ referiert am Donnerstag, den 24.04., Herr Prof. Dr. Martin Gläser von der Hochschule der Medien Stuttgart zum Thema „Medienmanagement als Controllingmanagement“.

Die Veranstaltung findet donnerstags von 14.15 bis 15.45 Uhr im Raum 1.27 des IJK statt und richtet sich an Masterstudenten; Gasthörer sind herzlich willkommen. Bei Fragen zur Veranstaltung steht Katja Kaufmann (katja.kaufmann@ijk.hmt-hannover.de) zur Verfügung.



Kurzdossier:

Herr Prof. Dr. Martin Gläser, geboren 1947, lehrt an der Hochschule der Medien, Stuttgart, Studiengang Medienwirtschaft, Fachbereich Electronic Media. Seine Spezialgebiete sind Medienökonomie, Medienmanagement, TV- und Radiomanagement, Controlling, Unternehmenskultur, Projektmanagement und Kalkulation von Medienprojekten, Medien- und Kommunikationstheorie und Führung.

Herr Prof. Dr. Martin Gläser studierte Volkswirtschaftslehre und Statistik in Mannheim. Dort war er zunächst wissenschaftlicher Mitarbeiter für Finanzwissenschaft und schrieb seine Promotion ebenfalls an der Universität Mannheim. Von 1980-1993 war er beim Süddeutschen Rundfunk Stuttgart (heute Südwestrundfunk, SWR) als Referent in der Verwaltungsdirektion tätig, anschließend Abteilungsleiter Programmwirtschaft Hörfunk und kaufmännischer Geschäftsführer der Schwetzingen Festspiele GmbH. Anschließend war er vier Jahre an der Fachhochschule Furtwangen im Fachbereich Digitale Medien, Studiengang Medieninformatik tätig.

Seit 1996 ist er Professor an der Hochschule der Medien (HdM) in Stuttgart. Dort baute er den Studiengang Medienwirtschaft auf und ist Mitglied des Hochschulrats. An der HMS ist er als freier Dozent für "Medienökonomie" tätig.

Herr Prof. Dr. Martin Gläser blickt auf zahlreiche Publikationen zurück und ist Schriftleiter und Mitherausgeber der Fachzeitschrift "MedienWirtschaft" sowie Mitherausgeber der "Schriften zur Medienwirtschaft und zum Medienmanagement" und der „Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft“.

Online-Profil: http://www.hdm-stuttgart.de/hochschule/kontakt/suche_ergebnis_liste?id=5

Literaturliste:

Gläser:

Gläser, M. (2004). Öffentlich-rechtlicher Rundfunk im strategischen Wandel. In M. Friedrichsen & W. Seufert (Hrsg.), *Effiziente Medienregulierung* (S.39-52). 2004. Baden-Baden: Nomos.

Gläser, M (2006). *Programm-Marketing öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten*. Köln: Institut für Rundfunkökonomie, Universität Köln. Verfügbar unter: <http://www.rundfunk-institut.uni-koeln.de/institut/pdfs/21606.pdf>

Gläser, M. (2008). *Medienmanagement*. München: Vahlen.

Hasl, L., Nagler, J. & Gläser, M. (2004): Marketing von Radio- und TV-Unterhaltung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Das Fallbeispiel Event-Marketing beim Landessender Baden-Württemberg des Südwestrundfunks (SWR). In M. Friedrichsen & U. Göttlich (Hrsg.), *Diversifikation in der Unterhaltungsproduktion* (S.243-256). Köln: Halem.

Schellmann, B., Gaida, P. & Gläser, M. (2005). *Medien verstehen – gestalten – produzieren: Eine Einführung in die Praxis* (3., erw. u. verb. Aufl.). Haan-Gruiten: Europ-Lehrmittel Nourney, Vollmer.

Friedrichsen, M. & Gläser, M. (2004). Verlage im Wandel – Management von notwendigen Veränderungsprozessen. In M. Friedrichsen (Hrsg.), *Printmanagement. Herausforderung für Druck- und Verlagsunternehmen im digitalen Zeitalter* (S.135-148). Baden-Baden: Nomos.

Andere Autoren:

Hering, E. & Rieg, R. (2002). *Prozessorientiertes Controlling-Management: mit einer CD-ROM* (2., verb. Aufl.). München: Hanser.

Köcher, A. (2002). Medienmanagement als Kostenmanagement und Controlling. In M. Karmasin & C. Winter (Hrsg.), *Grundlagen des Medienmanagements* (S.219-243). München: Fink.

Weber, P.W. (1996). *Controlling-Management: Zukunftssicherung mit einem leistungsorientierten Steuerungskonzept*. Wiesbaden: Gabler.