

## **Medienmanagement als Marktforschung**

### **Prof. Dr. Helmut Scherer**

Im Rahmen der IJK-Vortragsreihe „Innovationen im Medienmanagement“ referiert am Donnerstag, den 05.06., Herr Prof. Dr. Helmut Scherer, Leiter des IJK Hannover, zum Thema „Medienmanagement als Marktforschung“.



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](mailto:katja.kaufmann@ijk.hmt-hannover.de)) zur Verfügung.

#### **Kurzdossier:**

Herr Prof. Dr. Helmut Scherer ist Leiter des IJK Hannover.

1955 wurde er in Zweibrücken geboren, studierte dann Publizistik, Philosophie und Germanistik an der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz. 1984 machte er sein Magisterexamen. 1984/85 war er als wissenschaftlicher Angestellter am Institut für Demoskopie Allensbach im Bereich Mediaforschung tätig. In den Jahren 1985 bis 1989 war er wissenschaftlicher Mitarbeiter bei Winfried Schulz am Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Herr Prof. Dr. Helmut Scherer promovierte dort 1989 in Kommunikationswissenschaft und war bis 1996 wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl für Kommunikations- und Politikwissenschaft.

1995 übernahm er die Vertretung der Professur für empirische Kommunikationswissenschaft an der Universität München. Im gleichen Jahr folgte seine Habilitation im Fach "Kommunikationswissenschaft" an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. Anschließend wurde ihm für die Jahre 1996 bis 1999 die Professur für Kommunikationswissenschaft an der Philosophischen Fakultät I der Universität Augsburg übertragen.

Seit 1999 lehrt Herr Prof. Dr. Helmut Scherer nun als Professor für Kommunikations- und Medienwissenschaft am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung, dessen Direktor er seit 2002 ist.

Herr Prof. Dr. Helmut Scherer forscht im Bereich Rezeptionsforschung, Medienwirkungsforschung, Politische Kommunikation und Öffentlichkeit, öffentliche Meinung.

Er ist Mitglied in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK), war 1996-1998 Sprecher der Fachgruppe Rezeptionsforschung und von 1998-2002 stellvertretender Vorsitzender der DGPK. Herr Prof. Dr. Helmut Scherer ist Mitglied der International Communication Association (ICA) und Mitglied im "International Scientific Advisory Board" vom PRIME research

International F.A.Z.-Institute.

Online-Profil und Literaturverzeichnis: <http://www.ijk.hmt-hannover.de/de/institut/personen/prof-dr-helmut-scherer/>

### **Literatur anderer Autoren:**

Berekhoven, L., Eckert, W. & Ellenrieder, P. (2002). *Marktforschung: methodische Grundlagen und partische Anwendung* (9., überarb. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.

Böhler, H. (2004). *Marktforschung* (3., bearb. u. erw. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.

Buber, R. & Holzmüller, H. H. (Hrsg.). (2007). *Qualitative Marktforschung: Konzepte – Methoden – Analysen*. Wiesbaden: Gabler.

Diller, H. (Hrsg.). (2002). *Neue Entwicklungen in der Marktforschung*. Nürnberg: GIM.

Herrmann, A. & Homburg, C. (Hrsg.). (2000). *Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele* (2., aktual. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.

Herrmann, A., Homburg, C. & Klarmann, M. (2008). *Handbuch Marktforschung: Methoden, Anwendungen, Praxisbeispiele* (3., vollst. überarb. u. erw. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.

Naderer, G. & Balzer, E. (Hrsg.). (2007). *Qualitative Marktforschung in Theorie und Praxis: Grundlagen, Methoden und Anwendungen*. Wiesbaden: Gabler.

Theobald, A., Dreyer, M. & Starsetzki, T. (Hrsg.). (2003). *Online-Marktforschung: theoretische Grundlagen und praktische Erfahrungen* (2., vollst. überarb. u. erw. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.

Weis, H.C. & Steinmetz, P. (2000). *Marktforschung* (4., überarb. u. aktual. Aufl.). Ludwigshafen (Rhein): Kiehl.