

Medienmanagement als Kooperations- und Mergers- & Acquisitions-Management

Prof. Dr. Insa Sjurts

Im Rahmen der Vortragsreihe „Innovationen im Medienmanagement“ referiert am Donnerstag, den 10.07., Frau Prof. Dr. Insa Sjurts von der Universität Hamburg zum Thema „Medienmanagement als Kooperations- und M&A-Management“.



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:

Frau Prof. Dr. Insa Sjurts studierte Betriebswirtschaftslehre und Sozialökonomie an der Universität der Bundeswehr Hamburg. Nach ihrer Promotion 1994 habilitierte sie 1999.

In den Jahren 1988/1989 war sie Mitarbeiterin im Vorstandsstab Betriebswirtschaft bei Gruner + Jahr AG & Co (Hamburg). Anschließend war sie von 1989 bis 1994 als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und am Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbes. Organisationstheorie der Universität der Bundeswehr Hamburg tätig, von 1994 bis 2000 als wissenschaftliche Assistentin. 2000 folgte die Ernennung zur Universitätsprofessorin an der Universität Flensburg.

Im Sommersemester 2002 sowie 2006 übernahm Frau Prof. Dr. Insa Sjurts eine Gastprofessur für Medienmanagement an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck.

Seit 2003 ist sie nun wissenschaftliche Leiterin der Studiengänge zum Medienmanagement an der Hamburg Media School. 2007 wurde sie zur Universitätsprofessorin der Universität Hamburg ernannt.

Frau Prof. Dr. Insa Sjurts forscht in den Bereichen Medienmanagement, Strategische Planung, Organisationstheorie und Organisationsgestaltung, Unternehmenskulturen, Kontrolle und Controlling, Vertrauen in Organisationen sowie Theorie der Kooperation und Kooperationsmanagement.

Seit 2002 ist sie Mitglied der Kommission zur Ermittlung der Konzentration

im Medienbereich (KEK), deren Vorsitzende sie seit 2007 ist. Darüber hinaus ist Frau Prof. Dr. Insa Sjurts seit 2006 in der Chefredaktion der Medienwirtschaft - Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie aktiv.

Frau Prof. Dr. Insa Sjurts ist unter anderem Gründungsmitglied des Hamburger Forums Medienökonomie und als Reviewerin tätig für diverse nationale wie international renommierte Zeitschriften und Verbände im Bereich von Unternehmensstrategie, Organisation und Medien, so unter anderem für die Academy of Management in den Bereichen "Organization and Management Theory" und "Business Policy and Strategy", für die European International Business Academy (EIBA) sowie für die Zeitschriften Medien & Kommunikationswissenschaft, Führung + Organisation (zfo) und Management International Review" (MIR).

Weiterhin ist sie Mitglied im Verband der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft e. V., in der Academy of Management, in der Strategic Management Society, der European Group for Organizational Studies (EGOS), der Deutschen Gesellschaft für Publizistik (DGPK) und der Association for Cultural Economics International (ACEI) sowie der European Media Management Association (EMMA).

Online-Profil: <http://www.wiso.uni-hamburg.de/index.php?id=878>

Literaturliste:

Sjurts:

Gerum, E., Sjurts, I. & Stieglitz, N. (2003). *Der Mobilfunkmarkt im Umbruch - Eine innovationsökonomische und unternehmensstrategische Analyse*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.

Sjurts, I. (1998). Kontrolle ist gut, ist Vertrauen besser? Ökonomische Analysen zur Selbstorganisation als Leitidee neuer Organisationskonzepte. *Die Betriebswirtschaft (o.J.)*58, 283-298.

Sjurts, I. (1999). Kooperation und Konkurrenz bei kollektivem strategischen Handeln. *Die Betriebswirtschaft (o.J.)*59, 707-712.

Sjurts, I. (2000). Wettbewerb und technologischer Fortschritt im deutschen Fernsehmarkt 2000: Eine unternehmensstrategische Analyse. In J. Kruse (Hrsg.): *Ökonomische Perspektiven des Fernsehens in Deutschland* (S.123-147). München: Fischer.

Sjurts, I. (Hrsg.) (2004). *Strategische Optionen in der Medienkrise*. München: Verlag R. Fischer.

Sjurts, I. (2004). Think global, act local. Internationalisierungsstrategien deutscher Medienkonzerne. *Aus Politik und Zeitgeschichte (o.J.)*15, 22-29.

Sjurts, I. (2004). Einfalt trotz Vielfalt in den Medienmärkten: Eine ökonomische Erklärung. In M. Friedrichsen, M. & W. Seufert (Hrsg.), *Effiziente Medienregulierung* (S.71-87). Baden-Baden: Nomos.

Sjurts, I. (2004). Der Markt wird's schon richten!? Medienprodukte, Medienunternehmen und die Effizienz des Marktprozesses. In K.-D. Altmeyen & M. Karmasin (Hrsg.), *Medien und Ökonomie, Bd. 2: Problemfelder der Medienökonomie* (159-181). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Sjurts, I. (2004). Medienkrise und Unternehmensstrategien der Global Player: Persistenz vs. Dekonstruktion der Wertschöpfungsketten. In: Hans-Bredow-Institut (Hrsg.), *Internationales Medienhandbuch 2004/2005* (S.100-111). Baden-Baden: Nomos.

Sjurts, I. (2005). Internationalisierungsstrategien deutscher Medienkonzerne: eine medienökonomische Analyse. In D. Budäus (Hrsg.), *Governance von Profit- und Nonprofit-Organisationen in gesellschaftlicher Verantwortung* (S.165-182). Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.

Sjurts, I. (2005). *Strategien in der Medienbranche* (3., vollst. überarb. u. erw. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.

Sjurts, I. (2006). *Medienmanagement*. Stuttgart: Lucius & Lucius.

Sjurts, I. & Malzanini, B. (2007). Medienrelevante verwandte Märkte. *Medienwirtschaft* (4)1, 42-46.

Andere Autoren:

Borowicz, F. & Mittermair, K. (Hrsg.). (2006). *Strategisches Management von Mergers & Acquisitions: State of the Art in Deutschland und Österreich*. Wiesbaden: Gabler.

Ebersbach, L. & Menz, M. (2007). Einsichten und Ausblicke: Spielregeln für erfolgreiches M&A-Management. In M. Menz, L. Ebersbach & J. Menges. *Mergers & Acquisitions. Von der Strategie zur Integration* (S.161-167). Bern: Haupt.

El-Aridi, M (2007). *Mergers & Acquisitions: ganzheitliches organisatorisch-kulturelles Integrationsmanagement zwischen strategischem Anspruch und Implementierungsrealität*. Hamburg: Kovač.

Harland, P.E. (2002). *Kooperationsmanagement: der Aufbau von Kooperationskompetenz für das Innovationsmanagement*. Fischbachtal: Harland Media.

Hofer, A. (2007). *Prozessorientiertes Kooperationsmanagement: Methoden, Vorgehensmodell und Anwendungsszenario*. Berlin: Logos.

Straub, T. (2007). *Reasons for frequent failure in mergers and acquisitions: a comprehensive analysis*. Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.

Wirtz, B. W. (Hrsg.). (2006). *Handbuch Mergers & Acquisitions Management*. Wiesbaden: Gabler.