

Presseinformation

20. Juni 2008

Der Blick in die mediale Zukunft. Professor Scholz stellt neues Buch zum internationalen Medienmanagement vor

Im Rahmen der 8th World Media Economics and Management Conference in Lissabon stellte Professor Scholz von der Universität des Saarlandes vergangene Woche zusammen mit Joao Palmeiro, Vizepräsident der Portuguese Press Association und Paulo Faustino, Veranstalter der diesjährigen World Media Economics and Management Conference, das neue Buch „Looking to the Future of modern Media Management. Changes - Challenges - Opportunities“ der internationalen Medienmanagement Community vor.

Das Buch, das aus der von Scholz im vergangenen Jahr in Saarbrücken veranstalteten Tagung der International Media Management Academic Association (IMMAA) hervorgegangen ist, verbindet 22 Beiträge, in denen sowohl aktuelle wie zukünftige Herausforderungen an das Medienmanagement aufgearbeitet werden. Neben länderspezifischen Analysen der einzelnen Industrien und Märkte, wird auch über neuste Entwicklungen der Medienwertschöpfungsketten sowie aus dem Konsumenten- und Mediennutzerverhalten referiert. Hinzu kommen Ausblicke für eine zukünftige Ausgestaltung des Medienmanagements. Eine von vielen interessanten Erkenntnissen: Die Gratiszeitungen sind keine Konkurrenz zu den etablierten Tageszeitungen, sondern wirken langfristig stimulierend und stabilisierend für den gesamten Zeitungsmarkt.

Nach dem Handbuch Medienmanagement in Springer Verlag im Jahr 2006 ist „Looking to the Future of modern Media Management. Changes - Challenges - Opportunities“ bereits der zweite zentrale Herausgeberband von Scholz im Medienmanagementumfeld, der über die Landesgrenzen hinweg Beachtung finden wird.

Auch wenn aufgrund der Einführung von Bachelor- und Masterstudiengängen in Saarbrücken keine Medienmanagementausbildung mehr angeboten wird, „werden wir uns weiterhin in der internationalen Medienmanagementforschung engagieren“, so Scholz.

Scholz, der zurzeit mit der Leitung der IMMAA (International Media Management Academic Association) betraut ist, freut sich über die gute Resonanz, auf die das Buch auf der Konferenz in Portugal gestoßen ist: „Das Buch ist eine gute Mischung aus absoluten internationalen Top-Leute wie Steve Wildman (Michigan State University), John Lavine (Medill School of Journalism) und ambitionierten Nachwuchswissenschaftlern. Zudem sind unterschiedliche Denkschulen vertreten und das Buch ist sowohl für Wissenschaftler als auch für Medienmanager geschrieben. Mit einer solchen Kombination kann man heute punkten.“

Das Buch ist ab Mitte Juni auch in Deutschland erhältlich.

Kontakt und weitere Informationen:

Dr. Uwe Eisenbeis

(Tel.: 0681 302 4120, Email: scholz@orga.uni-sb.de)

Internet: <http://www.saarland-mediamanagement-center.de/>

<http://www.IMMAA.org>