

Das MMTC der Jönköping International Business School

Ziele, Struktur und Forschungsschwerpunkte



Cinzia Dal Zotto, Ph.D.

Research Director, Media Management and Transformation Centre, Jönköping International Business School

✉ Cinzia.Dalzotto@ihh.hj.se

Die Entwicklung von Wirtschaft und Technologie, politische Veränderungen und die Globalisierung beeinflussen und transformieren die Medienindustrie gegenwärtig nachhaltig. Die Entstehung neuer Unternehmen fordert existierende Medienfirmen heraus. Sowohl Werbetreibende als auch die Leser- bzw. Zuhörerschaft verändern die Art und Weise des Umgangs mit Medien und Kommunikationssystemen. Hinzu kommt, dass Medien eine immer dominantere Rolle im Alltag einnehmen. Unter diesen Bedingungen müssen Medienunternehmen in hochgradig wettbewerbsfähigen Märkten agieren, die zudem durch Dynamik und Innovation bestimmt werden. Um sich in diesem Umfeld behaupten zu können, müssen sowohl die Organisationsstrukturen als auch die operativen Abläufe und die generelle Unternehmenskultur von Medienfirmen in hohem Maße von Unternehmergeist geprägt sein.

Das „Media Management and Transformation Centre“ (MMTC) an der Jönköping International Business School (JIBS) wurde mit der Absicht gegründet, Managementtheorien und Handlungsempfehlungen für die Medienindustrie zu entwickeln. Ziel ist es, Medienmanagern zu helfen, Strategien zu erarbeiten, die den Umweltbedingungen angemessen sind und so wiederum die Wettbewerbsfähigkeit und Nachhaltigkeit ihrer Unternehmen in einer dynamischen Umwelt verbessern können.

Vor diesem Hintergrund umfassen die Forschungsschwerpunkte des MMTC Themengebiete wie Veränderungen von Marktstrukturen, Umstrukturierung von Medienindustrien, Internationalisierung von Medienaktivitäten, Wachstumsstrategien, Gründungsmanagement im Bereich von KMUs sowie Familienunternehmen, Innovationsmanagement, die Entwicklung von Organisationsstrukturen und Personal, Führungsmerkmale und Corporate Governance. Aktuelle Forschungsprojekte sind unter anderem folgende:

- Die Gründung und das Überleben von Zeitungen in Europa seit 1990,
- optimale Verfahren zur Entwicklung und Vermarktung mobiler Inhalte,
- die finanzielle Lage des Schwedischen Radios,
- die finanzielle und strategische Positionierung von nordschwedischen Medienfirmen,
- Kooperationen etablierter Medienfirmen sowie
- Geschäftsmodelle für Zeitungsverleger.

Die bislang abgeschlossenen Forschungsprojekte mündeten beispielsweise in dem von Robert Picard herausgegebenen Buch „Strategic Responses to Media Market Changes“, das verschiedene Beiträge einer vom MMTC organisierten Tagung enthält. Untersucht wurde, wie Medienunternehmen auf fundamentale Marktveränderungen reagieren. Von Interesse war insbesondere, wie die Unternehmen gegen den drohenden Verlust der Nachhaltigkeit ihrer Geschäftsmodelle ankämpfen und geeignete Führungsansätze entwickeln, um so Stabilität bei gleichzeitiger Anpassung an sich rasant ändernde Umweltbedingungen zu gewährleisten. Weitere Buchprojekte wie das Buch „Media Product Portfolio“ sind aus Seminaren an der JIBS hervorgegangen. Gemeinsam mit Prof. Claudia Löbbecke vom Seminar für Medienmanagement der Universität zu Köln führt Robert

Picard zudem ein vom Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD) und der Swedish Foundation for International Cooperation in Research and Higher Education (STINT) finanziertes Projekt durch. Im Rahmen dieses Projektes wird untersucht, inwiefern Unterschiede in den Marktstrukturen und Rechtsvorschriften Deutschlands und Schwedens zu verschiedenen Entwicklungen im Bereich des digitalen Fernsehens in beiden Ländern führen.

Die Gründung des MMTC wurde durch die großzügige Finanzierung der schwedischen Carl Olof und Jenz Hamrin Stiftung ermöglicht. Ziel der Stiftung ist die Förderung wissenschaftlicher Forschung im Medienbereich. Die Fördermittel haben ein Volumen, das es erlaubt, die Arbeit einer internationalen und interdisziplinären Gruppe von 14 in Vollzeit angestellten Forschern am MMTC zu unterstützen. Der akademische Stab des MMTC umfasst dabei neben der Institutsleitung einen Associate und einen Assistent Professor, zwei Research Fellows sowie acht Doktoranden. Aufgeteilt ist dieser Stab auf das wirtschaftswissenschaftliche, das volkswirtschaftliche und das rechtswissenschaftliche Institut der JIBS. In diesen Instituten ist das Personal in der Lehre tätig, während die Forschung am MMTC erfolgt. Die Forschung ist insoweit systematisch interdisziplinär ausgerichtet.

In Einklang mit der Ausrichtung auf die Forschungsförderung haben die Initiierung und Durchführung internationaler Workshops und Tagungen, internationale Austauschprogramme für Doktoranden sowie die regelmäßige Veröffentlichung von Forschungsberichten für das MMTC einen hohen Stellenwert. Weitere internationale Kontakte und Kooperationen sind gewünscht.

Geleitet wird das MMTC von Robert Picard: Gemeinsam mit Karl-Erik Gustavsson, Professor am Institut für Betriebswirtschaft der JIBS, zeichnet er verantwortlich für die Beaufsichtigung der Entwicklung des Instituts. Robert Picard ist zudem Lehrstuhlinhaber am Institut für Volkswirtschaft der JIBS. Seine Forschung konzentriert sich auf die Struktur von Medienmärkten, Medienindustrien und -unternehmen, die Nachfrage von Medienprodukten und -dienstleistungen und auf Geschäftsmodelle und Strategien, Produktivität und Finanzierung von Medienunternehmen. Als empirische Beispiele werden insbesondere Zeitungen, Werbung, Rundfunk und neue Medien herangezogen. Picard ist außerdem Gründer und Herausgeber der Zeitschrift „Journal of Media Business Studies“ und Gründer des „Journal of Media Economics“. Karl-Erik Gustavsson gründete das erste Medieninstitut an der Universität Göteborg. Der Schwerpunkt seiner Forschung liegt auf der Struktur und Ökonomie der Zeitungsindustrie. Gustavsson ist Mit-Herausgeber der Zeitschrift „International Journal of Advertising“ und zählt zu den Experten der Schwedischen Enzyklopädie.

Die JIBS wurde 1994 gegründet und hat sich über die Zeit einen Namen als führende Universität Schwedens in den Bereichen Gründungsmanagement und Geschäftserneuerung gemacht. Die JIBS beschäftigt heute 23 Professoren und mehr als 70 Doktoranden in den Kernbereichen Wirtschaftswissenschaft, Volkswirtschaft, Politikwissenschaft, Jura und Wirtschaftsinformatik. Etwa 20 Prozent der Angestellten der JIBS kommen aus dem Ausland. Ein hoher Internationalisierungsgrad ist insoweit gegeben. Damit korrespondiert, dass ein Großteil der an der JIBS durchgeführten Forschung Teil internationaler Netzwerke ist.

Zusätzliche Informationen bezüglich des Forschungsinstituts sind über die Webseite <http://www.mmtcentre.se> oder über die Autorin dieses Beitrags zu beziehen.