

# Universität St. Gallen, MCM Institut

Blumenbergplatz 9  
9000 St. Gallen

Tel. 071 224 36 04  
Fax 071 224 35 09

URL <http://www.mcm.unisg.ch>

An der Universität St. Gallen besteht seit 1998 das **Institut für Medien- und Kommunikationsmanagement**, das in der Anlaufzeit von der Bertelsmann und der Nixdorf Stiftung gefördert wurde. Es arbeitet auf drei Feldern. Prof. Dr. Beat Schmid, von Haus aus Physiker und Mathematiker, arbeitete über Medien als technische Plattformen, setzt sich des weiteren aber mit «Neuen Medien» im weitesten Sinn auseinander. Seine Gegenstände sind unter anderem E-Business, Knowledge-Management, Corporate Communications, M-Commerce etc. (MCM 1). Prof. Dr. Andreas Herrmann kommt vom Marketing und baut die Fachrichtung Medienökonomie auf. Seine Berufung erfolgte im Jahr 2002 (MCM 2). Prof. Dr. Peter Glotz bearbeitet die Thematik Medien und Gesellschaft (seit 2000), seine Arbeit fällt insbesondere in das Feld «Medienwissenschaft» im engeren Sinn (MCM 3). Die folgende Darstellung beschränkt sich auf das MCM 3.

## Leitung

Prof. Dr. Peter Glotz

## Ansprechperson für weitere Informationen

Robin Meyer-Lucht (Tel. 071 224 77 96)

## Für weitere Informationen über den MBA

Jennifer Brügger-Battista (Tel. 071 224 30 22)

Das MCM 3 betreibt Kommunikationswissenschaft im Sinne von Sozialwissenschaft. Schwerpunkte sind Medienpolitik, Medienkunde im allgemeinen Sinn, Medienrecht und Medienethik. Gegenstand ist aber immer «soziale Kommunikation» und nicht Medien im ästhetischen, literaturhistorischen oder technikgeschichtlichen Sinn. Das MCM 3 betreibt einen MBA in Media and Communication, der Fulltime elf Monate dauert, in dem Englisch gelehrt wird und mit dem Studierende mit einem wissenschaftlichen Abschluss und ca. fünfjähriger Berufspraxis zu «Medienmanager» im weitesten Sinn ausgebildet werden. Lehrgegenstand ist nicht nur die Medienindustrie, sondern auch Corporate Communication in anderen Industriesparten. Der MBA-Kurs umfasst ein Modul in den Vereinigten Staaten und eines in Luxemburg mit dem Schwerpunkt EU. Das MCM 3 beteiligt sich im Übrigen an der Ausbildung zum Bachelor und zum Master im deutschsprachigen Studienprogramm der Universität St. Gallen.

**Forschungsschwerpunkte** liegen derzeit bei Printmedien in der digitalen Ökonomie (Projektleitung: Robin Meyer-Lucht). Sponsoren dieser Studie, die im Lauf des Jahres 2003 erscheinen wird, sind Gruner + Jahr und Ringier. Das Institut ist gleichzeitig im Consulting und im Bereich Executive Education tätig, hier zum Beispiel mit Projekten in der Telekommunikation, beim Ausbau von Kommunikationszentren («Internationales Kommunikationszentrum für Agrarkultur») oder bei der Beratung für die kommunikative Arbeit der Landesversicherungsanstalten in Deutschland etc.

## Publikationen

### Peter Glotz:

- Von Analog nach Digital, Frauenfeld 2001
- Die beschleunigte Gesellschaft, Berlin 1999
- Corporate Universities, Frauenfeld 2001 (mit Sabine Seufert)
- Medienkrise («Persönlich», 2002)
- Zeitung von gestern (Frankfurter Rundschau 2002)

**Johannes Hummel:**

- Die Grundlagen der digitalen Ökonomie, St. Gallen 2001
- Peer-to-Peer und die Folgen. Perspektiven für die Musikindustrie im Zeitalter des Internets
- Business Model Peer-to-Peer – Is there a future beyond filesharing? (mit U. Lechner/C. Eikemeier)
- The community model of media management. (mit U. Lechner)
- Das Internet als sozio-ökonomischer Wirtschaftsraum, Münster 2001

**Robin Meyer-Lucht:**

- Zwischenzeit («brandeins» Nr. 10/2002)
- Die Webseite muss schwingen (Neue Zürcher Zeitung 2002)
- Rollensuche im Medienkanon (Frankfurter Hefte 2002)
- Rechnung ohne Nutzer (Neue Zürcher Zeitung 2001, mit Johannes Hummel)

**Günter Hack:**

- Big Brother – Aufmerksamkeitslenkung im Medienverbundprodukt. München 2001
- Tickt das Netz richtig? Eine kurze Geschichte der Internet-Zeit, 2001
- Ambivalente Transparenz: Big Brother und die Moderne («Vorgänge» 2001)
- Die Websites der Gebrüder Big, Konstanz 2001