

---

## GELEITWORT

Medienunternehmen bewegen sich in einem Spannungsfeld, das auf der einen Seite durch einen wachsenden ökonomischen Druck und auf der anderen Seite durch den Anspruch geprägt ist, kreative Güter zu erstellen. In diesem Spannungsfeld sind es die „Artists“, die als zentrale Akteure im Rahmen der Leistungserstellung mitwirken und darüber hinaus häufig selbst Gegenstand der Medienprodukte sind. Aufgrund dieser besonderen Bedeutung haben die „Artists“ einen wesentlichen Einfluss auf den wirtschaftlichen Erfolg der Medienunternehmen und verdienen insofern sowohl aus Perspektive des Managements als auch aus wissenschaftlicher Perspektive Aufmerksamkeit.

Susanne Knittel befasst sich grundlegend mit dem Artist-Management aus der Perspektive von Medienunternehmen und betritt mit einer umfassenden Betrachtung der Thematik wissenschaftliches Neuland. Die gewählte Aufgabenstellung birgt sowohl aus Sicht des strategischen Managements als auch aus Sicht des Humanressourcen-Managements einige äußerst interessante Aspekte: Aus der Perspektive des strategischen Managements ist insbesondere der Trade-Off hervorzuheben, der sich aus dem bereits skizzierten Spannungsfeld zwischen Ökonomie und Kreativität ergibt. Aus der Perspektive des Humanressourcen-Managements sei herausgestellt, dass die „Artists“ eine extreme Form der - ohnehin schon als „nicht-trivial“ geltenden - Ressource „Mensch“ darstellen. Die Autorin wagt mit der Bearbeitung dieser Thematik insofern ein sehr anspruchsvolles Unterfangen, das gleichzeitig interessante Einblicke in die Medienbranche gewährt.

Neben einer systematischen Aufarbeitung des Artist-Begriffs identifiziert die Autorin die besondere Rolle von Artists in Medienunternehmen und stellt in Konsequenz daraus einen Bezugsrahmen für das Artist-Management vor. Entlang dieses Bezugsrahmens, der sich über den „Kreativressourcen-Lebenszyklus“ konstituiert, entwickelt die Verfasserin schließlich ein Managementkonzept für Artists, das sowohl die Perspektive auf den einzelnen Artist als auch den gesamten Artist-Pool eines Medienunternehmens berücksichtigt.

Susanne Knittel leistet mit ihrer Arbeit durch eine grundlegende holistische Betrachtung der Thematik einen wertvollen Beitrag zur theoretischen Fundierung des Artist-Managements in Medienunternehmen und gibt gleichzeitig den Entscheidungsträgern in der Managementpraxis ein wichtiges Instrument zur Professionalisierung des Artist-Managements an die Hand.