

Kommunikation von heute.



Die Mediengruppe Madsack steht für Innovationen und vielfältige Aktivitäten in allen Medienmärkten. Neben ihren 18 Tageszeitungen und mehr als 30 Anzeigenblättern präsentiert die Mediengruppe ein neue Generation von Apps, die führendes technologisches Know-how mit der hohen redaktionellen Qualität der Zeitungstitel verbindet. Der Unternehmensverbund mit seinen rund 4.500 Mitarbeitern engagiert sich weiterhin erfolgreich in den Bereichen Internet, Hörfunk und TV-Produktion. Postdienstleistungen sowie Serviceleistungen aus den Bereichen IT, Personal und Rechnungswesen runden das Angebot der Mediengruppe ab.



Jetzt die Tageszeitung auf dem Tablet kennenlernen: Im Madsack-Media-Store, vor Ort in Hannover oder online unter my-mediastore.de



IJK-PLAZA

WISSENSCHAFT LEBEN. IN HANNOVER. FÜR DIE MEDIENPRAXIS.

Informationen aus dem Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover

Ausgabe 22
12.2013



Krimifieber im Schloss Herrenhausen

Reihe Herrenhausen Late. Science Music Friends feiert ihren Auftakt mit einem wissenschaftlichen Diskurs zur Faszination für Fernsehkrimis

Seite 4/5



EXZELLENZ. PRAXISRELEVANT. FÜRSORGLICH.

Impressum

Kommunikationskultur e.V. (KKeV)
 Förderverein des Instituts für Journalistik
 und Kommunikationsforschung
 Expo Plaza 12
 30539 Hannover
 Telefon: 0511 3100-497
 Telefax: 0511 3100-400
 E-Mail: info@ijk.hmtm-hannover.de
 Internet: www.ijk.hmtm-hannover.de
 www.facebook.com/IJK.Hannover
 E-Mail: kkev@kkev.org
 Internet: www.kkev.org

Verantwortlich und Redaktion:
 Elena Link, Karin Bernt
 Fotografen: Ole Hoffmann,
 Alexander Lüder, Kevin Spilker, Isabel
 Winarsch und Marlena Waldhausen
 Gestaltung: Dievision GmbH,
 Hannover
 Druck: Mediengruppe Madsack,
 Göttingen



Zwischen die vielen positiven Momente mischte sich mitten in den Vorbereitungen für diese Plaza-Ausgabe eine sehr traurige Nachricht: Unser Honorarprofessor Walter J. Schütz am ist 27. November 2013 verstorben. Er gehörte zum Urgestein der deutschen Kommunikationswissenschaft und hat durch seine Pionierarbeit auf dem Gebiet der Pressestatistik wesentliche Grundlagen auch für die heutige Forschung geschaffen. Aktuell leiten Wiebke Möhring, Beate Schneider und Helmut Scherer ein Forschungsprojekt, das eben diese Verdienste von Walter J. Schütz fortschreibt und bewahrt. Eine lange Reihe von aktuell und früher bei uns tätigen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern hat Walter J. Schütz stets kollegial, freundschaftlich und hilfsbereit begleitet. Wie das Fach insgesamt verdankt auch das IJK ihm viel. Die Institutsgemeinschaft wird ihm ein ehrendes Andenken bewahren.

Steuerungs- und Gremienarbeit der Hochschule. Bei Kommunikationskultur e.V. und an vielen anderen Orten, die diese Beispielliste sprengen würden. Es sollen jedoch nicht diejenigen vergessen werden, die das Erscheinen der Plaza ermöglichen. Unser Dank gilt dabei besonders der Agentur Dievision, die das Layout und optische Feintuning realisieren, der Verlagsgruppe Madsack für die Übernahme des Drucks und den zahlreichen Fotografen wie beispielsweise Ole Hoffmann für das Festhalten der visuellen Eindrücke.

Zusammenfassend darf ich allen Angehörigen, Freunden und Partnern des Instituts im Namen des IJK herzlich für das großartige gemeinsame Jahr 2013 danken.

Und nun wünsche ich genau den gleichen Zielgruppen eine positive ‚reading experience‘ sowie ein erfolgreiches Jahr 2014. Auf ein Neues und auf weiterhin exzellenten Zusammenhalt für Wissenschaft und Praxis in 2014!

Ihr und Euer

Christoph Kliment

Inhaltsverzeichnis

Rund ums IJK	04 – 05
Projekte	06 – 07
Praxis Perspektiven	08
Tausend Dank an die Gäste	09
Was macht eigentlich ...?	10
Besonderes Highlight im IJK-Kalender 2013	11
Workshops & Tagungen	12
Publikationen & Vorträge	13
Abschlussarbeiten	
Bachelor Medienmanagement	14 – 16
Master Medienmanagement	17 – 18
Master Medien und Musik	18 – 19



Zum Mitgliedsantrag des KKeV

IJK-PLAZA

Willkommen!

Die Institutsgemeinschaft des IJK hat über das zu Ende gehende Jahr 2013 zahlreiche Geschichten zu erzählen. Als Direktor darf ich Sie und Euch – Studierende, Ehemalige, Freunde, Partner, Gönner, Mitarbeitende, kurz all diejenigen, die wir im Marketingsprech als ‚Stakeholder‘ betrachten dürfen – zur neuen Ausgabe unseres jährlichen Storybooks begrüßen.

Das Studien- und Forschungsjahr war einerseits geprägt von „business as usual“ – wie den vielen erfolgreichen Absolventinnen und Absolventen und einigen Änderungen im Personalgefüge. Aber es war auch gespickt mit besonderen Anlässen, Ereignissen und Episoden, beispielsweise in den Kernkompetenzbereichen „Feiern“ und „Forschen“. Die neue „IJK-Plaza“ versammelt eine große Auswahl jener Geschichten, und es wird an ihnen wieder einmal sehr schön deutlich, was das Besondere an unserem Institut ausmacht. Es ist natürlich die, wie wir überzeugt sind, ausgezeichnete Arbeit, die wir gemeinsam mit unseren Studierenden täglich abliefern. Aber den eigentlichen Unterschied macht letztlich die Art und Weise, wie die Menschen in unserem Hause miteinander und mit der Institutsumwelt umgehen, sprechen und arbeiten. Es wird viel gelacht am Institut, und einen besseren Indikator für ein positives Organisationsklima kann man sich kaum vorstellen.

Für das zu Ende gehende Jahr gilt es, vielen Angehörigen und Weggefährten des IJK herzlich Danke zu sagen. Denn die eingangs gelobte Professionalität und Freude am gemeinsamen Tun müssen täglich neu hergestellt werden – dazu bedarf es der richtigen Leute, die dann noch ein hohes Maß an Engagement aufbringen. In Seminaren. Als Praktikumsgeber. In Forschungsprojekten. Auf studentischen Veranstaltungen mit Amusement-Faktor. Als Gastreferentin oder Gastreferent aus der Medienpraxis. In der akademischen Grundversorgung durch Bibliothek und Sekretariate. In der

KKeV

Die Kommunikationsverstärker

Seit 1994 unterstützt Kommunikationskultur e.V. (KKeV) als gemeinnütziger Förderverein Wissenschaft, Forschung und Bildung am Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung (IJK) in Hannover. Im Mittelpunkt der Förderung stehen der Austausch zwischen Wissenschaft und Praxis, die Ausbildung am Institut und dessen internationale Orientierung. Die zentrale Idee des Vereins besteht dabei im Networking und dem gemeinsamen Engagement heutiger und ehemaliger Studierender für ihr Institut. Durch Mitgliedsbeiträge und Spenden sowie das Engagement seiner Mitglieder wird diese Vereinsidee umgesetzt und das Netzwerk kontinuierlich ausgebaut.

Die Förderung des IJK als Institution umfasst z.B. Lehrveranstaltungen, um das Lehrangebot durch Erfahrungen von Referenten aus der Praxis ergänzen zu können. Ein weiterer Schwerpunkt liegt in der Unterstützung, der Ausrichtung und Teilnahme an Tagungen. Natürlich kommen aber

auch das studentische Leben und studentische Initiativen nicht zu kurz.

Ein Höhepunkt des KKeV-Jahres ist sicherlich das jährliche IJK-Forum, aber auch andere Veranstaltungen haben Tradition. Jedes Jahr kurz nach Semesterbeginn veranstaltet KKeV das Running Dinner. Hier kochen Studenten gemeinsam mit Dozenten und Professoren.

Insbesondere Ehemaligen bietet KKeV durch seine kommunikative Infrastruktur die Möglichkeit, auch über die gemeinsame Studienzeit hinaus untereinander und mit dem IJK in Kontakt zu bleiben.

Firmenmitgliedern wird durch exklusive Präsenz auf Veranstaltungen wie dem IJK-Forum und der Praktikumsbörse X-Change Gelegenheit gegeben, unmittelbaren Kontakt zu qualifiziertem Mediennachwuchs und Absolventen mit Berufserfahrung aufzubauen.

Als Förderverein unterstützt KKeV das IJK gemeinsam mit

- aserto GmbH & Co. KG, Hannover
- Bertelsmann AG, Gütersloh
- Dievision GmbH, Hannover
- different GmbH Strategieagentur für Marken und Kommunikation, Hannover und Berlin
- Sparkasse Hannover
- Mediengruppe Madsack, Hannover
- Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH, Stuttgart
- pilot Hamburg GmbH und Co. KG
- Universität Pforzheim

Rund ums IJK

Wissenswertschöpfung

Wissenschaftsexport:

Prof. Dr. Winter sorgt auch 2013 für eine stabile und erfreuliche Export-Bilanz des IJK. Auf Einladung der Shanghai International Studies University nahm Prof. Dr. Carsten Winter an der 4. internationalen Konferenz „Politics, Culture, and Literature Imagination“ teil. Er präsentierte dort den Vortrag „From Literature Studies to Media Studies: Projects, Problems and Perspectives“. Carsten Winter zeigte darin, wie die Entwicklung der Medien den Gegenstand „Literatur“ transformierte und in der Folge neue Methoden und Theorien zur Erforschung von medial konstituierten Bedeutungen notwendig wurden. Auf Einladung des „Wenzao Ursuline College of Languages“ in Kaohisung (Taiwan) nahm er darüber hinaus an einem Workshop teil und diskutierte in dem dort präsentierten Vortrag „Media Developments and the Future of Cities: A Comparative Perspective“ die Rolle der Entwicklung von Medien für Städte und deren Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft.

Wissenschaftsimpport: Die Internationalisierung der Lehre am IJK war auch in diesem Jahr ein wichtiges Anliegen. Im Sommersemester war Prof. Dr. Arthur Raney von der Florida State University (USA) als Gastdozent am IJK tätig. Seine Gastdozentur wurde vom DAAD gefördert. Arthur Raney unterrichtete drei englischsprachige Lehrveranstaltungen: Mit einem B.A.-Kurs diskutierte er die Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Sportrezeption in Deutschland und in den USA. In einem M.A.-Seminar gab Prof. Raney einen breiten Überblick über die verschiedenen Forschungsbereiche der Medienunterhaltung, und in einem angewandten Forschungsseminar untersuchte er gemeinsam mit Master-Studierenden die moralischen Auffassungen von Computerspieler/innen zu Darstellungen in verschiedenen Computerspielen bzw. Computerspielegenres.

Goodbye + hello again: Dr. Teresa Naab, Dr. Thorsten Naab und Dr. Eva Baumann haben im vergangenen Jahr das IJK verlassen. Für die neuen beruflichen Herausforderungen der Forschung und Lehre in Augsburg und Bielefeld wünschen wir viel Erfolg und alles Gute. In neuer Funktion am IJK dürfen wir Katharina Emde, Elena Link und Simon Ueberheide begrüßen: Die drei verstärken als wissenschaftliche Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen unser Team. In diesem Sinne: Hello again!

Bemerkenswerte sportliche Leistung

Der Titel ist wieder auf der Expo Plaza: Der AC Plaza, die Fußballmannschaft des IJK, konnte zum dritten Mal den hochschulintern ausgespielten HMTM-Cup gewinnen. Nach Angaben des AC Plaza lässt sich dieser Tuniersieg wie folgt zusammenfassen: ein Tag, fünf Gegner, vier Siege, ein Unentschieden, 13 Punkte, neun Tore, null Gegentore, ein Sieger: der AC Plaza!

Krimifieber im Schloss Herrenhausen

Prof. Dr. Christoph Klimmt und IJK-Gastprofessor Arthur Raney waren die ersten Gastredner der neuen Veranstaltungsreihe „Herrenhausen Late“ im neu errichteten Schloss Herrenhausen. Im Rahmen der Auftaktveranstaltung der VolkswagenStiftung diskutierten die beiden aus wissenschaftlicher Sicht, warum Fernsehkrimis ein Millionenpublikum begeistern. Dieser spannende Lehrstoff wurde in entspannter Atmosphäre vermittelt: Der repräsentative und großzügig dimensionierte Festsaal im Schloss Herrenhausen wurde in eine Lounge mit Live-DJ, Freigetränken an der Bar, mit Sitzcken und einer kleinen Bühne verwandelt.



Das IJK-Ermittlerteam

GROßE AUSZEICHNUNGSWELLE

Die Auszeichnungswelle des vergangenen Jahres setzt sich fort: Die Master-Arbeit der IJK-Mitarbeiterin Stefanie Wahl ist mit dem „Medius“ ausgezeichnet worden. Der Preis für innovative, wissenschaftliche und praxisnahe Abschlussarbeiten wird jährlich gemeinsam von der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF), der Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur (GMK) und dem Deutschen Kinderhilfswerk (DKHW) vergeben. Die zweite preisgekrönte IJK-Mitarbeiterin ist Katharina Emde, die für ihre Master-Arbeit mit dem Peter-Becker-Wissenschaftspreis 2013 des Förderkreises der HMTMH ausgezeichnet wurde. Zudem geht auch das Lazarsfeld-Stipendium zum zweiten Mal in Folge an eine Absolventin des IJK. IJK-Mitarbeiterin Elena Link wurde von der Fachgruppe Methoden der DGPK für ihre Master-Arbeit ausgezeichnet.

Die vierte im Bunde ist die IJK-Studentin Julia Heinrich. Sie wurde für ein im Rahmen ihrer Master-Arbeit durchgeführtes Projekt im Studiengang Medien und Musik mit dem „Women in Media Award 2013“ der Axel Springer Personalentwicklung sowie dem Vermarkter Axel Springer Media Impact ausgezeichnet.

Medienwirtschaft im Blick

Das IJK widmete sich mit einer Studie gezielt der Medienwirtschaft und befragte telefonisch 189 Führungspersonen mit Budget- und Personalverantwortung. Der Projektbericht „Medienmanagerinnen und Medienmanager in Deutschland“ präsentiert erstmals ein umfassendes Bild der Medienmanagerinnen und Medienmanager in Deutschland. Er erfasst die Lebens- und Arbeitssituation, die politischen Einstellungen, wahrgenommene wirtschaftsethische Verpflichtungen und die Innovativität des Managements. „Mit aktuellen Erkenntnissen zu beruflichen Aufgabenfeldern und Herausforderungen leistet die nun vorliegende Studie einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung der Medienwirtschaft in Deutschland“, kommentierte Hans-Joachim Otto, Parlamentarischer Staatssekretär beim



Bundesminister für Wirtschaft und Technologie und Schirmherr der Untersuchung.

Der ausführliche Projektbericht kann hier abgerufen werden.

Theater AG begeistert vor ausverkauftem Haus Zum Ende des Sommersemesters präsentierte die Theater AG unter der Leitung von Prof. Dr. Gunter Reus das Stück „Zwanzigtausend Seiten“ des Schweizer Dramatikers Lukas Bärfuss. Es handelt sich um eine hochpolitische Farce, die kritisch die Vergangenheit und die damit verbundene Verantwortung für die Geschichte hinterfragt. An drei Abenden begeisterten die IJK-Studierenden in den anspruchsvollen Rollen im ausverkauften Theater in der List und bewiesen dabei, dass viel Schauspielertalent am IJK vertreten ist.

Vernetzung der Wissenschaft in Hannover

Mit dem Ziel, die Attraktivität des Hochschul- und Wissenschaftsstandorts Hannover zu steigern und die Rahmenbedingungen für Studierende zu verbessern, ergänzt die Initiative Wissenschaft Hannover ihr Angebot um ein neues Multimediaportal. Unter dem Motto „studieren.forschen.wissen“ sollen auf der Plattform Filme, Fotos und Features einen Einblick in die Wissens-, Kultur- und Forschungswelt und das Leben von Studierenden in Hannover geben. Die HMTMH stellt nach und nach ihre verschiedenen Institute vor. Die Beiträge über das IJK sind bereits in Planung.



Unsere neuen Studierenden im Bachelor-Studiengang Medienmanagement



Die jungen Gründer auf Exkursion in Berlin



Die jungen Gründer auf Exkursion in Berlin



Studierende zu Besuch bei Rocket Internet

Hannoveraner Studierende lernen gründen

Unsere Medienstudierenden haben im vergangenen Jahr einen tiefen Einblick und eigene Erfahrungen mit der Vorbereitung eines Start-ups und dem Prozess der Unternehmensgründung machen dürfen. Über ein halbes Jahr haben sich die Studierenden auf eine eigene Unternehmensgründung in der digitalen Wirtschaft vorbereitet. Nun wurden die Geschäftsideen einer Jury aus Investoren präsentiert.

Nach der langen Zeit der Ideenfindung und Vorbereitung begrüßte das IJK zum Ende des Sommersemesters Investoren und erfahrene Gründer auf der Expo Plaza: Die Studierenden im Seminar „Media Entrepreneurship“ präsentierten ihre Geschäftsideen in Form eines Pitches. Eine lokale Mitfahrgelegenheit, Car-Sharing am Flughafen Hannover-Langenhagen,



Pitch der Geschäftsideen vor der Jury

In ihrem Fazit war sich die Jury jedoch einig: Alle präsentierten Ideen hätten großes Potenzial und können, nach kleineren Anpassungen, tatsächlich umgesetzt werden.

eine App, die über freie Plätze in Gaststätten informiert, maßgeschneiderte Kleider und Schuhe, eine Dating-App – sehr unterschiedliche, kreative Ideen erwarteten die Jury um Michael Balzereit (Sparkasse Hannover), Georg Henze (Nbank, Kapitalbeteiligungsgesellschaft Niedersachsen), Christof Starke (hannoverimpuls GmbH) und Tobias Wedler (Smart Concept Kommunikationsagentur).

Prof. Dr. Beate Schneider, die das Seminar zusammen mit Christopher Buschow leitete, resümiert: „Unsere Studierenden haben gesehen, dass nicht jede Karriere im Konzern beginnt. Ein Unternehmen zu gründen, ist für Absolventinnen und Absolventen gerade in der turbulenten Medienlandschaft von heute eine große Chance. Am IJK haben wir eine lange Tradition erfolgreicher Ausgründungen. Unsere Studierenden für Unternehmertum zu

begeistern, ist uns daher eine Herzensangelegenheit.“ Die Präsentationen der jungen Gründerinnen und Gründer boten regen Diskussionsstoff. In ihrem Fazit war sich die Jury jedoch einig: Alle präsentierten Ideen hätten großes Potenzial und könnten, nach kleineren Anpassungen, tatsächlich umgesetzt werden. Christopher Buschow sagt: „Die Studierenden haben herausragende Arbeit geleistet. Wir sind begeistert, wollen das Seminar unbedingt wieder anbieten.“

Während des Semesters hatten sich die Hannoveraner Studierenden praxisbezogen und planspielerisch mit einer eigenen Unternehmensgründung auseinandergesetzt. In Teams von fünf Personen entwickelten die 25 Teilnehmer(innen) eine eigene Geschäftsidee für die digitale Wirtschaft und verfassten einen Business- und Finanzierungsplan. Begleitet wurden sie dabei von erfahrenen Expertinnen und Experten aus verschiedenen Bereichen der Medienwirtschaft und Ehemaligen des Instituts. Als Coaches unterstützten Arnd Aschentrup (Vive.me), Dr. J. Marco Bremer (blue media labs), Kathrin Kistner und André Kistner (beide Qualitize.de), Björn Pitzschke (Neoskop/Agentur für digitale Kommunikation) und Dr. Marc-Oliver Reeh (Center for NFC Management) jeweils ein Team mit ihrer Expertise und ihren Erfahrungen. Eine Einführung in Fragen der Finanzplanung gab Prof. Dr. Armin Rott (Hamburg Media School). Prof. Dr. Schneider sagt: „Ohne die Unterstützung unserer Jury, der Coaches, der Praxisvertreter und unserer Gastreferenten wäre diese Veranstaltung nicht möglich gewesen. Ihnen gilt unser besonderer Dank.“

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die sich aus den Studiengängen Medienmanagement (B.A. und M.A.) sowie Medien und Musik (M.A.) am IJK zusammensetzten, reisten auch nach Berlin, um dort Start-ups zu besuchen und mit jungen Gründerinnen und Gründern in Kontakt zu kommen. Dabei konnten speziell auch die Herausforderungen in den unterschiedlichen Phasen der Neugründung diskutiert werden.

Mit dem Start-up „Blinkist“, das digitale Zusammenfassungen von Büchern anbietet, lernten die Studierenden ein Unternehmen in der Frühphase seiner Entwicklung kennen. Mit Wooga, einem Anbieter für Online-Spiele, stand darüber hinaus ein bereits sehr erfolgreiches Start-up auf dem Besichtigungsplan. Beim Start-up-Inkubator Rocket Internet wurde die Unternehmensgründung in erster

Linie hinsichtlich der betriebswirtschaftlichen Aspekte aus der Sicht von Investoren beleuchtet. Das Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft sowie der Plug & Play Accelerator der Axel Springer AG komplettierten das Programm und gaben Einblicke in ihren Geschäftsalltag.

Durch diese Besuche lernten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer insgesamt, was es bedeutet, sich für die eigene Unternehmensgründung zu entscheiden, und bekamen Feedback zu ihren eigenen Geschäftsideen. Die Veranstaltung wurde ermöglicht durch eine finanzielle Unterstützung von Kommunikationskultur e. V. – Förderverein des IJK Hannover.

Bei einem Besuch in Berlin konnten die Studierenden die Herausforderungen in den unterschiedlichen Phasen der Neugründung kennenlernen.



Feedback der Jury und Betreuer beim Pitch

Praxis Perspektiven

Wie wird innovative Medizintechnik wahrgenommen?

Dies möchte das IJK in den kommenden drei Jahren im Rahmen des vom Land Niedersachsen und der VolkswagenStiftung geförderten Verbundprojektes „Biofabrication for NIFE“ erforschen. Es begleitet dabei die Implantatsforscher der MHH und LUH aus der Klinik ins Labor – und zurück in die Klinik.

Im Forschungsverbund werden Zukunftskonzepte für personalisierte Implantate entwickelt und diese Innovationen von der Grundlagenforschung bis zur klinischen Anwendung geführt. „Das heißt, die Forschung kommt direkt dem Patienten zugute“, betont die Leiterin des Forschungsver-

bundes, Prof. Dr. Meike Stiesch (MHH). Zu diesem Zweck beschreiben die Mediziner, Naturwissenschaftler und Ingenieure bei der Kooperation mit Kommunikationswissenschaftlern ganz neue Wege. „Wir freuen uns sehr auf dieses ehrgeizige Forschungsvorhaben“, sagt Prof. Dr. Christoph Klimmt. „Uns kommen dabei zwei Aufgaben zu: Einerseits wollen wir die Abstimmung der vielen interdisziplinären Forschungsgruppen fördern. Andererseits wollen wir die Wahrnehmung der Biofabrication-Technologien und ihrer Anwendung bei Patienten, Journalisten und der allgemeinen Öffentlichkeit erforschen und befassen uns mit der Wahrnehmung, Beurteilung

sowie Ängsten, Sorgen und Hoffnungen der relevanten Akteursgruppen“, erläutert Prof. Klimmt, „denn ein echter Erfolg kann innovative Medizintechnik nur werden, wenn sie aktiv an ihre Zielgruppe kommuniziert wird.“

Die Umsetzung dieser Projektschritte erfolgt dabei ausgehend von den Ansätzen der Wissenschafts- und Gesundheitskommunikation. Neben den angestrebten konzeptionellen Fortschritten im Bereich der Wissenschaftskommunikation werden die Ergebnisse zudem in eine konkrete Kommunikationsstrategie überführt.

media ahead – Zukunftskongress für digitale Medien in Hannover: Medienexperten diskutieren mit IJK-Studierenden digitale Trends und Entwicklungen

Vom 22. bis 23. November 2013 vermittelten hochkarätige Referentinnen und Referenten richtungsweisendes Wissen aus der Welt der digitalen Medien. Auf die Expo Plaza waren neben IJK-Studierenden auch Branchenakteure und Young Professionals aus dem Medienbereich eingeladen.

Spannende Fragen wie die Verbreitung von Content im Zusammenhang mit Social Media oder die Möglichkeiten digitaler Geschäftsmodelle standen an den zwei Kongresstagen im

Mittelpunkt. Als Referenten und Referentinnen begrüßten die Veranstalter Ingo Stoll (Gründer neuwaerts GmbH), Romanus Otte (General Manager Welt Online), Andreas Winiarski (Global Head of Public Relations Rocket Internet GmbH), Dr. Christian Zabel (Leiter Produktmanagement der Deutschen Telekom AG), Britta Schewe (Head of Content Distribution & Sales, joiz GmbH), Daniel Smycek (Projektleiter, Madsack Online) und Andreas Fischer (Direktor, Niedersächsische Landesmedienanstalt NLM). Den zweiten

Kongresstag eröffnete der Körpersprecher Stefan Verra mit einem lebhaften Vortrag zu Haltung, Mimik und Gestik. Die Veranstalter des IJK, Prof. Dr. Beate Schneider und Christopher Buschow, stellten Ergebnisse ihrer aktuellen Social-TV-Forschung vor.

Am Samstag fand außerdem das Entrepreneurship Camp statt, bei dem junge Gründerinnen und Gründer sowie Gründungsinteressierte die Möglichkeit hatten, mit erfahrenen Branchenkennern zusammenzukommen, Geschäftsideen zu pitchten und in Diskussionen weiterzuentwickeln. Die IJK-Studierenden nahmen dabei auch an einem Speed-Dating mit Gründerinnen und Gründern teil. In Vorträgen und Workshops arbeiteten sie mit Andreas Lenz (Gründer und Geschäftsführer Sales & Marketing t3n Magazin, yeebase media GmbH), Christof Starke (Bereichsleiter Gründungswerkstatt, hannoverimpuls GmbH) und Claus von Cramer (Personal- und Organisationsentwicklung) gemeinsam an ihren Start-up-Ideen.



Romanus Otte (General Manager, Welt Online) spricht vor den Teilnehmenden des Zukunftskongresses media ahead im Planet MID

Weitere Informationen zur Veranstaltung finden Sie unter: <http://storify.com/chrias/media-ahead-zukunftskongress-fur-digitale-medien-i>



Tausend Dank

an die Gäste

Jörg Freienstein (IBM Global Business Services) und Christopher Buschow (IJK) im Seminar „Change Management in Medien- und Kommunikationsunternehmen“

Unser herzlicher Dank geht auch in diesem Jahr wieder an die Lehrbeauftragten aus der Praxis, die die praxisnahe akademische Ausbildung am IJK bereicherten.

Es unterstützten uns Conrad Rausch (Rausch Communications & PR), Christian Goergens (Rechtsanwaltskanzlei Christian Goergens), Lorenz Grünewald (Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft, Berlin), Joachim Haupt (Universität der Künste Berlin), Christian Krebs (Niedersächsische Landesmedienanstalt), Andreas Liedtke (Managing Director, A. T. Kearney), Bernd Udo Koch (Ich-Konzept - selbstBEWUSST und erfolgREICH sein), Corinna Meyer (rbb Fernsehen), Dr. Dietmar Nowotka (Progressio Consulting GmbH), Raik Packeiser (insignis GmbH - Agentur für Kommunikation), Aljoscha Paulus (Macromedia Hochschule der Medien), Arthur Raney (Florida State University, USA), Dirk Schneider (Autor und Moderator) sowie Maria Strecker (Axel Springer AG).

Neben den Lehrbeauftragten erhalten wir auch für unsere laufenden Seminare und Vorlesungen immer wieder Unterstützung von Gastrednern aus der Praxis. Dafür herzlichen Dank! So konnte das Institut im Rahmen des Seminars „Webkommunikation“ im vergangenen Sommersemester Maik Zehrfeld (pilot GmbH) willkommen heißen.

Auch im Rahmen des Seminars „Kommunikatorforschung“ im vergangenen Semester durfte das IJK mehrere Gastredner begrüßen. Dazu zählten Amrai Coen (DIE ZEIT, Hamburg), Astrid Funck (Weser Kurier, Bremen), Jörn Hons (Pressesprecher AOK Bremen) und Dieter Westhoff (Tagesschau, Hamburg).

Für das „Media Entrepreneurship“-Seminar konnten zudem Arnd Aschenstrup (Vive.me), Michael Balzereit (Sparkasse Hannover), Dr. Simon Berkler (Simon Berkler Systemische Organisations- und Managementberatung), Dr. J. Marco Bremer (blue media labs), Prof. Dr. Bernd Eggers (EGGERS & PARTNER Management Development), Stefan Eß (Sankt Michaelsbund e. V.), Jörg Freienstein (IBM Global Business Services), Bettina Helfenstein (Helfenstein Consulting/Heitger Consulting/People Brands), Georg Henze (Nbank, Kapitalbeteiligungsgesellschaft Niedersachsen), Andreas Liedtke (A.T. Kearney), Kathrin Kistner (Qualitize GmbH), André Kistner (Qualitize

GmbH), Björn Pitzschke (Neoskop/Agentur für digitale Kommunikation), Dr. Marc-Oliver Reeh (Center for NFC Management), Prof. Dr. Armin Rott (Hamburg Media School), Christof Starke (hannoverimpuls GmbH), Tobias Wedler (Smart Concept Kommunikationsagentur) und Prof. Dr. Ewald Wessling (Hochschule Hannover) gewonnen werden.

Im aktuell laufenden Semester wurde das Seminar „Big Data“ von Anna Cremers (nugg.ad AG), Dr. Ulla Gebbert (Blue Yonder GmbH & Co. KG), Christian Horchert (Digitale Gesellschaft, Berlin), Stephan Meyer (Empolis Information Management GmbH) sowie Michael Wigbers (Axel Springer AG) unterstützt.

Und auch in diesem Semester fand wieder eine Veranstaltungsreihe in Kooperation mit nordmedia, der Hochschule Hannover und der Niedersächsischen Landesmedienanstalt statt. Die Veranstaltung media ahead wurde durch die Redner und Rednerinnen Andreas Fischer (Niedersächsische Landesmedienanstalt), Andreas Lenz (t3n Magazin, yeebase media GmbH), Romanus Otte (Axel Springer AG), Britta Schewe (joiz GmbH), Daniel Smycek (Madsack Online GmbH & Co. KG), Ingo Stoll (neuwaerts GmbH), Stefan Verra (Körpersprecher), Andreas Winiarski (Rocket Internet) und Prof. Dr. Christian Zabel (Deutsche Telekom AG) erst möglich gemacht.

In diesem Wintersemester war darüber hinaus Falk Schacht (Mixery Raw Deluxe TV, Hamburg) in der Veranstaltung „Einführung in das Studium Medien und Musik“ zu Gast. Außerdem unterstützte Thomas Sleutel (Geschäftsführer, Geschäftsführungseinheit Markt/Produkte, AOK-Bundesverband) das Institut mit einem Vortrag im Rahmen des Examenkolloquiums und der Erstsemesterbegrüßung.

Allen Rednerinnen und Rednern sei auf diesem Wege noch einmal herzlich für ihr Engagement gedankt.

Was macht eigentlich ...?

... Axel Kempen



Axel Kempen hat am IJK Medienmanagement studiert und 1996 mit dem Diplom abgeschlossen. Anschließend hat er gemeinsam mit zwei weiteren IJK-Absolventen die Agentur Dievision gegründet. Die Unternehmensschwerpunkte liegen auf integrierter Kommunikation und digitaler Markenführung.

Wenn Sie heute noch einmal Zeit für ein Zweistudium hätten – was würden Sie wählen?

Ein Fach, das Wissen und Fertigkeiten vermittelt, die unabhängig vom deutschen/europäischen Sprach- und Kulturraum funktionieren und überall auf der Welt gefragt sind (also eher Natur- als Sozialwissenschaften). Gleichzeitig sollte dieses Studium ein späteres selbstständiges Arbeiten ermöglichen. Beispiel: Agrarwissenschaften oder Medizin.

Welches Medienangebot hat Sie in der letzten Zeit am meisten begeistert?

Gerade heute: <http://www.checkmycar.de>

Welches Medienangebot könnte lhretwegen auf ewig von der Bildfläche verschwinden?

Die Tageszeitung in ihrer jetzigen Form, aber die ist schon tot, auch die Beerdigung wird noch zu unseren Lebzeiten stattfinden.

Wenn es kein Facebook gäbe...

Wäre das für mich kein übergroßes Problem. Hinsichtlich des üblichen Klatsches dort bin nicht so neugierig, nicht so mitteilungsbedürftig. Es gibt nur wenige Facebook-Seiten, die ich vermissen würde.

Mit wem würden Sie gerne mal einen Monat lang den Job tauschen?

Mit dem Generalbundesanwalt (www.generalbundesanwalt.de). Danach würde ich vielleicht verstehen, warum die schlimmsten Verbrecher in diesem Land nicht einmal angeklagt werden.

Welchen Job würden Sie nur sehr ungern machen wollen?

Irgendeinen Job, bei dem man gut schauspielern muss. Das kann ich so gar nicht. Also beispielsweise kein Fraktionsvorsitzender einer Partei, egal welcher, der täglich den Anschein erwecken muss, die Abgeordneten seiner Partei ernst zu nehmen. Oder Führungskraft in der öffentlichen Verwaltung oder in einem großen Unternehmen, wo die Belegschaft sich lieber mit sich selbst als mit ihren eigentlichen Aufgaben beschäftigt.

3 Dinge, die Sie gerne noch erleben möchten:

Gerne, wird nach hinten jedoch immer unwahrscheinlicher: Die Heirat meiner Enkel, Weltfrieden, Deutschland als halbwegs normales Land in jeder Beziehung, nach innen und nach außen.

3 Orte, die Sie gerne noch bereisen möchten:

Shanghai-Singapore, den Amazonas, Sibirien

Eine besonders schöne oder prägende Studienerinnerung?

Die dort geschlossenen Freundschaften, dies ist mit Sicherheit das Wichtigste gewesen. Die ersten (Motto-)Partys in der Villa Hohenzollernstraße und so einige Vorlesungen, darunter waren ebenfalls echte Sternstunden.

Zum Schluss bitte noch eine kleine Lebensweisheit to go:

Glückliche Sklaven sind die erbittertsten Feinde der Freiheit.

Neuerung im IJK-Kalender:

das IJK-Sommerevent

Das traditionelle IJK-Sommerevent versprach im Jahr 2013 ein ganz besonderes zu werden: Da Sportereignisse in ungeraden Jahren fernab von olympischen Spielen oder Fußballweltmeisterschaften rar gesät sind, ließ es sich der KKeV nicht nehmen, zusammen mit dem AC Plaza ein Fußballturnier auf die Beine zu stellen. Eingeladen wurden neben aktuellen Studierenden auch Alumni des Instituts, die sich im Vorfeld zu Mannschaften zusammenschließen konnten. Schließlich spielten vier generationenübergreifende

Teams in der Sporthalle am Moritzwinkel um die Plaza-Krone. Trotz des freundschaftlichen Rahmens war der Ehrgeiz der Teilnehmer bei jedem Spiel zu spüren, was zwar für einige Tumulte unter den Spielern sorgte, jedoch letztlich auch der Spannung zugutekam. Am Ende setzte sich ein Team durch, das hauptsächlich aus Studierenden der Bachelor-Jahrgänge 2006-2008 bestand, die sich zum Zeitpunkt des Turniers wohl einfach im vielzitierten „besten Fußballalter“ befanden. Dennoch darf die sportliche Leistung der aktuellen Studierenden und natürlich auch der älteren Semester nicht unbeachtet bleiben. Glücklicherweise waren keine Verletzungen zu beklagen, und durch das organisatorische Rahmenprogramm des KKeV konnte das Turnier auch abseits des Platzes bei Getränken und Grillgut genossen werden.

Im Anschluss an das Turnier wurde in der Bar „Zeitlos“ die Night of the Profs gefeiert, in der alljährlich Professoren und Mitarbeiter des IJK ihr Talent an den Plattentellern unter Beweis stellen. Bevor der Abend musikalisch begann, wurde zunächst gemeinschaftlich das DFB-Pokal-Finale zwischen dem VfB Stuttgart und dem FC Bayern München geschaut. Nachdem die Gäste nach 90 Minuten Helmut Scherer zum Sieg seiner glorreichen Bayern gratuliert hatten, konnten er und Daniela Schlütz die Night of the Profs am DJ-Pult eröffnen. Am Rande der Tanzfläche konnten Wiedersehen gefeiert, alte Geschichten erzählt, hitzige Situationen aus dem Fußballturnier diskutiert oder sich einfach nur unterhalten werden. Gefeiert wurde bis in die frühen Morgenstunden.

Nicht nur bei den Gästen, sondern auch bei den Organisatoren von KKeV stieß das Event auf positive Resonanz: „Mit der Kombination aus Fußballturnier und Night of the Profs konnten wir ein tolles, ganztägiges Ereignis auf die Beine stellen. Es war schön zu sehen, wie viel Spaß alle Anwesenden hatten und wie riesig die Freude über ein Wiedersehen war“, äußerte sich Jule Scheper, 2. Vorsitzende des KKeV. Auch Jannis Meseke, Kapitän der Institutsfußballmannschaft AC Plaza, zog ein positives Fazit:

„Durch die tolle Idee der Verknüpfung mit der Night of the Profs hatten wir beim Fußballturnier und der Party am Abend gleich zweimal die Chance, unsere Alumni in entspannter Atmosphäre näher kennenzulernen und interessante Kontakte zu knüpfen.“

Das haben viele von uns auch genutzt, deshalb sollte die Veranstaltung unbedingt ein fester Bestandteil im IJK-Kalender werden.“

Die Verknüpfung von Fußballturnier und Night of the Profs bietet gleich zweimal die Chance unser Alumni näher kennenzulernen und Kontakte zu knüpfen.

Alles in allem war das IJK-Sommerevent 2013 eine ausgezeichnete Gelegenheit, den AC Plaza als feste Institution des IJK zu würdigen, die Alumni wieder ans Institut zu führen und somit die Night of the Profs im großen Kreis der IJK-Familie zu feiern.

Wer die IJK-Familie auch regelmäßiger im Jahr miterleben möchte, kann gerne an den Stammtischen in seiner Region teilnehmen. Wenn Ihr Mitglied in einem aktiven Stammtisch seid, könnt ihr diesen gerne durch einen Hinweis an dieser Stelle auch für neue IJKler öffnen:



Das Gewinnerteam lässt sich feiern

Workshops & Tagungen

Tagungen zur Gesundheitskommunikation

Vom 21. bis 23. November 2013 fand am IJK die erste Tagung der Ad-hoc-Gruppe Gesundheitskommunikation in der DGpuK statt. Die Tagung im Leibnizhaus stand unter dem Thema „Gesundheitskommunikation als Forschungsfeld der Kommunikations- und Medienwissenschaft“. Die Vortragenden arbeiteten aktuelle kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschungsschwerpunkte im Feld der Gesundheitskommunikation heraus und zeigten bisherige Erkenntnisse, aber auch Forschungslücken auf.

Die Key Note von Prof. Dr. Heinz Bonfadelli (Universität Zürich) verwies auf die Vielfältigkeit und Dynamik der Gesundheitskommunikation, einem Forschungsfeld „in Bewegung“. Dies spiegelte sich auch in den folgenden Vorträgen wider, die sich mit ganz verschiedenen Formen und Wegen der Gesundheitskommunikation befassten. Unter anderem thematisierte Stefanie Wahl, M.A. zusammen mit Michael Grimm, M.A. (Hans-Bredow-Institut Hamburg) die Anwendbarkeit von Qualitätskriterien in der Gesundheitsberichterstattung. Elena Link, M.A., Prof. Dr. Helmut Scherer und Dr. Daniela Schlütz erörterten die Rolle von Online-Foren bei Therapieentscheidungen. Auch Dr. Eva Baumann, Elena Link, M.A. und Dr. Hannah Früh (Universität Erfurt) widmeten sich Online-Foren

und analysierten die Funktion von Schwangerschafts-Communities im Netz. „Die Tagung hat Forscher und Forscherinnen zusammengebracht, die sich mit Begeisterung einem hoch praxisrelevanten Bereich der Kommunikationswissenschaft widmen. Die Begeisterung war während der gesamten Tagung spürbar, es gab ein großes Interesse an Austausch und viele neue Forschungsimpulse“, freute sich Mitorganisatorin Dr. Eva Baumann nach Abschluss der gelungenen Veranstaltung.

Wir danken der AOK und dem KKeV für die großzügige finanzielle Unterstützung; Karin Bernt, Franziska Bittl, Andrea Knieke, Rabea Laugemann, Lorenz Schreiner, Vera Schülke, Leonie Stümpel, Kristina Vortmann und Anna-Lena Wolf danken wir für ihre Hilfe bei der Vorbereitung und Durchführung der Tagung und Dr. Eva Baumann, Stefanie Wahl, M.A., Alexandra Sowka, M.A. und Prof. Dr. Christoph Klimmt für deren Organisation.

Im Vorfeld des wissenschaftlichen Kongresses der Ad-hoc-Gruppe fand eine praxisorientierte Tagung zum Thema Gesundheitskommunikation statt, an deren Organisation das IJK ebenfalls beteiligt war. Gemeinsam mit dem Netzwerk Medien und Gesundheitskommunikation und der Landesvereinigung für Gesundheit Niedersachsen richtete das IJK am 21. November im Neuen Rathaus in Hannover die Tagung „Eine Frage des Geschlechts. Gesundheitskommunikation gendersensibel gestalten“ aus. Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis erläuterten auf der Fachtagung die Herausforderungen und Benefits einer genderbasierten Aufbereitung und Vermittlung von Gesundheitsinformationen.

Die wissenschaftlichen Impulse setzten die Soziologin Dr. Daniela Schiek (Universität Duisburg-Essen), Gesundheitswissenschaftlerin Dipl.-Päd. Sarah-Christina Glücks (Universität Bielefeld) und Dr. Maya Götz, Leiterin

des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI). Einsichten aus der Praxis gaben Christine Wolfrum von der „Apothekenumschau“, Dr. Rüdiger Meierjürgen von der Barmer GEK und der praktizierende Mediziner Heribert Schorn. Die Vorträge machten deutlich, dass Geschlecht in der Gesundheitskommunikation

eine zentrale Rolle spielt und nicht vernachlässigt werden darf, will man Mann und Frau tatsächlich erreichen. „Außerdem hat die Tagung gezeigt“, so Mitorganisatorin Alexandra Sowka, M.A., „wie unterschiedlich und teilweise konträr die Perspektiven von Wissenschaft und Praxis auf die Gesundheitskommunikation sind. Genau deshalb sind solche Tagungsformate, wo Wissenschaftler und Praktiker gemeinsam diskutieren, auch so wichtig und spannend!“

Wir danken der BARMER GEK für die großzügige finanzielle Unterstützung, Louisa Wanjek und Kristina Vortmann für die Hilfe im Vorfeld der Tagung und Alexandra Sowka, M.A. für die Tagungsorganisation.

Die Tagung hat Forscher und Forscherinnen zusammengebracht, die sich mit Begeisterung einem hoch praxisrelevanten Bereich der Kommunikationswissenschaft widmen.

Publikationen & Vorträge (Auswahl)

Baumann, E. & Scherer, H. (2013).

Offenheit organisieren: Zu den Vorteilen von Mixed-Model-Designs in der sozialwissenschaftlichen Forschungspraxis am Beispiel von Befragungsstudien. In T. K. Naab, D. Schlütz, W. Möhring & J. Matthes (Hrsg.), *Standardisierung und Flexibilisierung als Herausforderungen der kommunikations- und publizistikwissenschaftlichen Forschung* (S. 180–202). Köln: von Halem.

Beck, K., Eilders, C., Holtz-Bacha, G., Kutsch, A. & Reus, G. (Hrsg.). (2013).

Publizistik. Beiträge zur Kommunikations- und Medienforschung. Wiesbaden: Springer VS.

Blake, C. (2013).

Eye-Tracking: Grundlagen und Anwendungsfelder. In W. Möhring & D. Schlütz (Hrsg.), *Handbuch standardisierte Erhebungsmethoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 367–388). Wiesbaden: Springer VS.

Buschow, C. & Winter, C. (2013).

Auf dem Weg zu einer transnationalen Medienmanagement-Forschung. In A. Kaltenbrunner, M. Karmasin & D. Kraus (Hrsg.), *Der Journalisten-Report IV. Medienmanagement in Österreich* (S. 43–52). Wien: facultas.wuv.

Buschow, C. & Winter, C. (2013).

Normativität in der Medienkonvergenzforschung – Eine kommunikationswissenschaftliche Betrachtung. In M. Karmasin, M. Rath & B. Thomaß (Hrsg.), *Normativität in der Kommunikationswissenschaft* (S. 421–441). Wiesbaden: Springer VS. doi:10.1007/978-3-531-19015-0_20

Buschow, C., Schneider, B., Carstensen, L., Heuer, M. & Schoft, A. (2013).

Social TV in Deutschland – Rettet soziale Interaktion das lineare Fernsehen? *MedienWirtschaft*, 10 (1), 24–32.

Jöckel, S., Blake, C. & Schlütz, D. (2013).

The influence of age rating label salience on perception and evaluation of media. An eye tracking study. *Journal of Media Psychology*, 25 (2), 83–94.

Klimmt, C. & Sowka, A. (2013).

Viel Wissen – keine Stimme? Die Resonanz der Migrationsforschung in der Integrationsdebatte. In K. Brinkmann & H.-H. Uslucan (Hrsg.), *Dabeisein und Dazugehören: Integration in Deutschland* (S. 307–325). Wiesbaden: Springer VS.

Klimmt, C. & Weber, R. (2013).

Das Experiment in der Kommunikationswissenschaft. In W. Möhring & D. Schlütz (Hrsg.), *Handbuch standardisierte Erhebungsmethoden in der Kommunikationswissenschaft* (S. 125–144). Wiesbaden: Springer VS.

Möhring, W. & Schlütz, D. (Hrsg.). (2013).

Handbuch standardisierte Erhebungsmethoden in der Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden: Springer VS.

Naab, T. K., Schlütz, D., Möhring, W. & Matthes, J. (Hrsg.). (2013).

Standardisierung und Flexibilisierung als Herausforderungen der kommunikations- und publizistikwissenschaftlichen Forschung (*Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft*, Band 9, S. 9–17). Köln: von Halem.

Reus, G. & Beck, K. (Hrsg.). (2013 ff.).

Medienwissen Kompakt [Reihe]. Wiesbaden: Springer VS.

Rössler, P., Hammer, A., Jann, J., Riedel, U., Schmitt, S., Schwörer, L. & Wahl, S. (2013).

Können mediale Narrationen das soziale Engagement von Kindern stärken? Integration durch Fernsehunterhaltung: Eine Adaption des „Modells des Narrativen Verstehens und Erlebens“. In K. Imhof, R. Blum, H. Bonfadelli & O. Jarren (Hrsg.), *Stratifizierte und segmentierte Öffentlichkeit* (S. 233–248). Wiesbaden: Springer VS.

Scherer, H. (2013).

Mediennutzung und soziale Distinktion. In R. Wiedemann & M. Meyen (Hrsg.), *Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft. Internationale Perspektiven* (S. 100–122). Köln: von Halem.

Schlütz, D., Blake, C., Charrier, D., Dyszy, A., Emde, K., Hirt, F., Keldenich, F., Link, E. & Sponer, J. (2013).

Werbung in Bildschirmspielen: Eine Eye-Tracking-Studie zur Rolle von Markenbekanntheit und Werbeintensität für die Wahrnehmung und Erinnerung von In-Game Advertising. In T. Schierl & J. Tropp (Hrsg.), *Wert und Werte der Marketing-Kommunikation* (S. 281–298). Köln: von Halem.

Sjöström, A., Sowka, A., Gollwitzer, M., Klimmt, C. & Rothmund, T. (2013).

Exploring audience judgments of social science in media discourse: The case of the violent video games debate. *Journal of Media Psychology*, 25 (1), 27–38.

Sowka, A., Hefner, D. & Klimmt, C. (2013).

Die standardisierte Messung komplexer Konzepte in der Kommunikationswissenschaft: Probleme der Normativität und Generalisierbarkeit am Beispiel von „Medienkompetenz“. In T. Naab, D. Schlütz, W. Möhring & J. Matthes (Hrsg.), *Standardisierung und Flexibilisierung als Herausforderungen der kommunikations- und publizistikwissenschaftlichen Forschung* (Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft, Band 9, S. 55–79). Köln: von Halem.

Winter, C. (2013).

Die Entwicklung der Medien als „Ursache“ und als „Wesen“ Musik bezogener Wertschöpfung. In B. Lange, H.-J. Bürkner & E. Schüßler (Hrsg.), *Akustisches Kapital. Wertschöpfung in der Musikwirtschaft* (S. 321–348). Bielefeld: Transkript-Verlag.

Winter, C. (2013).

Sinn und Notwendigkeit normativer Medienkulturforschung in der Kommunikationswissenschaft. In M. Karmasin, M. Rath & B. Thomas (Hrsg.), *Normativität in der Kommunikationswissenschaft* (S. 303–328). Wiesbaden: Springer VS.

Mitarbeitende und Studierende des IJK waren mit zahlreichen Vorträgen auf in- und ausländischen Tagungen vertreten, z. B. auf der Tagung der Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation der DGpuK, 28. bis 30. November in Berlin; der Jahrestagung der International Communication Association (ICA), 17. bis 21. Juni in London (England) sowie der 10. Jahrestagung der European Media Management Education Association (EMMA), 13. bis 14. Juni in Bourne-mouth, England.



Die ausführliche Liste der Publikationen und Vorträge der IJK-Mitarbeitenden finden Sie hier.



Die Abstracts der Abschlussarbeiten Bachelor Medienmanagement finden Sie hier.

Kathrin Manke

„Facebook-Frühling“ in der arabischen Welt?
Eine Inhaltsanalyse der Berichterstattung überregionaler deutscher Tageszeitungen über soziale Online-Netzwerke vor dem Hintergrund der Ereignisse des Arabischen Frühlings

Semhar Ogbazion

Let's Play Serious
Eine explorative Studie zur Spiel- und Lernerfahrung durch Serious Games bei Kindern sozial benachteiligter Herkunft

Tiyam Mansourifar

Qualität im Kinderfernsehen
Eine qualitative Untersuchung des Qualitätsverständnisses von Fernsehschaffenden des Kinderprogramms

Daniela Pommer

Präsident am Pranger
Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung zur Kredit- und Medienaffäre von Christian Wulff in überregionaler und regionaler Presse

Nicolas May

Identifikation von Potenzialen zur Optimierung der Preisfindung für bezahlte Video-on-Demand-Angebote anhand einer Untersuchung der Preiswahrnehmung und Preisbereitschaft aktiver und potenzieller Kunden

Clarissa Rackow

Vom Freund zum Feind?
Wenn das Smartphone zum Stressor wird
Eine explorative Studie zur Prävalenz und Bewältigung stressrelevanter Kommunikationssituationen im Kontext der Smartphone-Nutzung

Maria Mondry

Crowdfunding
Eine qualitative Studie der Intentionen von Crowd-Mitgliedern, die künstlerische und kreative Projekte im Web 2.0 finanziell unterstützen

Steffen Riske

Ihr seid doch alle GEMAin – Die Berichterstattung über die GEMA vor dem Hintergrund des Urheberrechtsstreits mit YouTube
Eine empirische Inhaltsanalyse

Timo Benecke

Die Stimme der Filmkritik
Eine empirische Studie zur Rolle von Filmkritikern in der interpersonalen Kommunikation über Kinofilme

Natascha Nina Carnol

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte
Eine empirische Untersuchung der geschlechterspezifischen Nutzungsmotive des sozialen Online-Netzwerks Pinterest

Madita Best

Employer Branding-Strategien in der TIME-Branche
Eine empirische Untersuchung von TIME-Unternehmen mit besonderem Fokus auf CSR und Diversity

Pero Dosenovic

Drittstimme: Facebookpost
Eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Funktion inhaltlicher und formaler Beitragsmerkmale für die Selektion von Politiker-Beiträgen durch Facebook-Nutzer

Max Braun

Kommunikationsstress – Zur Bedeutung medial vermittelter interpersonalen Kommunikation für das Stresserleben in der mediatisierten Moderne
Eine Mixed-Model-Studie am Beispiel der Smartphone-Nutzung

Fabian Fellechner

Rudelgucken im Web 2.0
Eine quantitative Befragung zum Einfluss von Social TV auf die bei der alleinigen Rezeption von Fußball-Liveübertragungen erhaltenen Gratifikationen

Lucas Golombek

P(!)ay to Win?
Eine empirische Untersuchung der Kaufmotive virtueller Items in Online-Games

Lennart Grote

Warum spielst du wie du spielst?
Eine qualitative Untersuchung der Medienbiografien von Gamern zwischen 18 und 39 in Bezug auf digitale Spiele

Katharina Kandt

Employer Branding-Strategien in der TIME-Branche
Eine empirische Untersuchung von TIME-Unternehmen mit besonderem Fokus auf CSR und Diversity

Esther Kleine

Ein Programmauftrag auf der Wirkungsebene
Eine Experimentalstudie zur Verstehensleistung von Nachrichtenrezipienten

Janina Leue

Kinderfußabdrücke im Web 2.0
Eine qualitative Elternbefragung zur Analyse der Motivation und Risikowahrnehmung hinsichtlich der Profilierung der eigenen Kinder im Social Web

Katharina Lühr

Werbevideos auf Facebook? Gefällt mir!
Eine empirische Untersuchung zu dem Einfluss von der Begleitkommunikation und der Marke auf den Konsum von viralen Videos in Abhängigkeit ihrer Unterhaltungsform

Lina Sumarsana

Bloß nicht ins Finale

Eine inhaltsanalytische Untersuchung des medialen Diskurses über Zusammenhänge von Sport und Politik am Beispiel der Fußball-Europameisterschaft 2012 und des Falles Timoschenko

Sarah Standvoß

"iss dich fit!"

Eine Analyse der Multiplikatorenfunktion von ErzieherInnen in der leitbildgestützten Ernährungsförderung in Kindertageseinrichtungen

Sarah Sunderbrink

DER SPIEGEL der Seele. Darstellung der Erkrankungsphänomene Depression und Burnout-Syndrom in der deutschen Medienberichterstattung Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattungsmuster über Depression und Burnout-Syndrom von 2002 bis 2012 in der deutschen Medienberichterstattung am Beispiel des Nachrichtenmagazins DER SPIEGEL

Daniel Terek

Ansteckende BRANDstifter

Eine experimentelle Untersuchung zum Einfluss der Marke auf die Wirkung von viralem Marketing unter Bedingungen des schwarzen Humors

Marcus Torke

Das Messen von Medieninnovation

Lisa Wilhelmi

Ultras & Facebook

Eine qualitative Studie über den Einfluss von Facebook auf die kommunikativen Praktiken der Ultra-Szene des deutschen Fußballs

Julia Zielke

Employer Branding in der Zeitarbeitsbranche

Eine empirische Untersuchung zur Verwendung von Strategien auf Facebook



Abschlussarbeiten

Master Medienmanagement

Alena Bauer

Integrierte Kommunikation im B2B-Markt

Eine quantitative Online-Befragung der Kunden der MTU Maintenance Hannover GmbH zur Bewertung der externen Unternehmenskommunikation

Lisa Charlotte Carstensen

Facebook oder Fernsehzeitung – Wo finden Fernsehnutzer die für sie relevanten Programminformationen?

Eine Befragungsstudie zum Programminformationsverhalten unter besonderer Berücksichtigung des Social Web als Quelle der Programminformation

Daniela Charrier

kaumzuglauben.de

Strategische Entwicklung eines Onlineangebots für junge Katholiken

Agnes Dyszy

Medienbeobachtung und Medienanalyse in der PR

Eine empirische Untersuchung zum Nutzen und Prozess der Medienbeobachtung und -analyse als Instrument der PR in Wirtschaftsunternehmen

Anne-Frederike Eckhardt

Moral Disengagement. Die Rolle von moralischer Loslösung für den Genuss moralisch zweifelhafter Medieninhalte

Eine qualitative Untersuchung am Beispiel der Serie "Breaking Bad"

Katharina Emde

Verstehen statt Vergessen? Narrativität als alternativer Ansatz der Nachrichtenvermittlung

Ein Experiment zur Vermittlungsleistung narrativer Nachrichten im Kontext der Informationsverarbeitung von Jugendlichen

Stephanie Engel

CSR im B2B-Markt – ein Nebeneffekt für die Kaufentscheidung, der es wert ist, kommuniziert zu werden

Eine empirische Analyse der Relevanz von Corporate Social Responsibility (CSR) und dessen Kommunikation im Business-to-Business-Markt am Beispiel des deutschen Industriereifenmarktes aus Sicht der Kunden der Continental Commercial Specialty Tires

Jacqueline Gusmag

"I think I'm definitely a Carrie at heart."

Eine qualitative Untersuchung zur serienbasierten Identitätsarbeit der Rezipientinnen von TV-Frauenserien anhand von "Girls" und "Sex and the City"

Jens Martin Heuer

Wie moralisch ist die Medienrezeption?

Die Konstruktion zweier standardisierter Messinstrumente zur Erfassung des Moral Disengagements in der Medienrezeption

Elena Link

Emanzipation von der Krankheit: Foren als Kompass der Therapieentscheidung

Eine explorative Untersuchung des Informationshandelns von Krebserkrankten in Online-Foren hinsichtlich Therapieoptionen und Entscheidungen



Die Abstracts der Abschlussarbeiten Master Medienmanagement finden Sie hier.



Konrad Mischok

Social TV: Wie erzielen deutsche Fernsehsendungen Interaktionen auf Facebook?

Lara Mössinger

Bereit für m-learning?
Eine Analyse der Voraussetzungen für die Nutzung von m-learning unter Studierenden an Hochschulen in Deutschland

Mareike Mulle

Bystander im Cyberbullying
Eine experimentelle Online-Befragung zum Hilfeverhalten unbeteiligter Zuschauer im Cyberbullying unter den 14-18jährigen Jugendlichen in Deutschland

Nadine Mußmann

Wie die Verwendung von Fallbeispielen in der Berichterstattung über Lebensmittelskandale die Verbraucherverunsicherung beeinflusst

Ina von Salzen

Mobil mit Reiseführer-Applikationen
Eine Inhaltsanalyse der Bewertung mobiler Guides im App Store

Johannes Schlag

Eine Typologie der Facebook-Nutzer anhand ihrer Einstellung gegenüber Facebook-Werbung

Anika Schoft

Über die Faszination am Tatort-Twittern
Eine qualitative Analyse zur Gemeinschaftsrezeption beim Tatort

Julia Sponer

Kommunikation und Kooperation zu Zeiten der Netzwerkgesellschaft
Informationsfluss und Wissensmanagement zwischen intraorganisationalen Netzwerkknotenpunkten

Simon Ueberheide

Twitter und die Nachrichten
Eine Studie zu Agenda-Setting-Prozessen zwischen Online-Leitmedien und sozialen Netzwerken

Christiane Unruh

„Hol dir bloß keine Schrottblaube“. Der Wert persönlicher Empfehlungen
Eine qualitative Untersuchung des Werts von Empfehlungskommunikation aus Sicht des Empfängers am Beispiel des Erstaufkaufs

Abschlussarbeiten

Master Medien und Musik

Elidet Baglietto

Produkte brauchen „Uh La La“
Die persuasive Funktion der Musik in der Fernsehwerbung

Friederike Bruns

Crossmediale Journalistenausbildung in Deutschland. Umsetzung, Bedeutung, Zukunftsprognosen

Lilli Buchwald

Strategien von Konzertveranstaltern
Eine qualitative Befragung

Ulrike Eberle

Die Erwartungen der Leser an klassische Konzertkritiken
Eine explorative Studie

Maïke Philine Engelmann

Eine Kunstform in der Krise. Zur Wertsteigerung des klassischen Konzerts

Lorenz Grünewald

Non-monetäre Wertschöpfung in Musiknetzwerken
Eine qualitative Untersuchung der Tauschbeziehungen Musikschafter

Claudia Hamburger

"Die Scheibe gehört mit Sicherheit zu den ausgeklügeltsten, intelligentesten Produkten der Jetztzeit". Wie Wörter in CD-Rezensionen Popmusik bewerten

Julia Heinrich

Der Mehrwert für Musikkultur durch kollaborative Online-Plattformen
Eine Triangulationsstudie über Experience und Value Co-Creation

Samira Leitmannstetter

Musik-PR im Web 2.0
Eine qualitative Befragung

Marc Möllmann

Webradios in Niedersachsen
Ein Zustandsbericht

Frauke Steinhoff

Imagebildung & PR im Musikbusiness

Anthrin Warnking

Kultur im öffentlich-rechtlichen Hörfunk
Eine qualitative Befragung von Programmverantwortlichen und Redakteuren öffentlich-rechtlicher Kulturradiowellen



Die Abstracts der Abschlussarbeiten Master Medien und Musik finden Sie hier.