

# 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 29  
06.2022



## Und sonst so?

Zu den kleinen und großen Dingen abseits von Corona

**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  
E-Mail: kkev@kkev.org

Verantwortliche und Redaktion:  
Paula Memenga, Daniel Possler, Charlotte Schrimppf, Madeleine Pettersson,  
Max Kirchhoff, Anna Freytag  
Fotograf\*innen: Johannes Düselder, Hauke-Christian Dittrich, Kevin Münkel (NLM)  
Gestaltung: Dievision GmbH, Hannover  
Druck: Umweltdruckhaus Hannover mit freundlicher  
Unterstützung der Mediengruppe Madsack

**Inhaltsverzeichnis**

Rund ums IJK	04 – 06
DGPuK Jahrestagung am IJK	07
Und sonst so? Das Jahr am IJK abseits von Corona	08 – 11
Tierische Kolleg*innen	12
Was macht eigentlich...?	13
Einblicke in die Ringvorlesung „Populismus“	14
Reform des Bachelorprogramms	15
Interview mit dem neuen Honorarprofessor	16
Musikfestival in Theorie und Praxis	17
IJK Forum #digitaledition	18 – 19
Abschlussarbeiten	20 – 23



Als 2G+ oder digitales Event: Der KKeV unterstützte 2021 diverse Projekte am IJK  
Fotos: Johannes Düselder (3)

**IJK-PLAZA**

**Liebe Angehörige der IJK-Community,**

bewusst hat die Redaktion der „Plaza“ entschieden, dass wir unsere neue Ausgabe nicht mit dem Virus betiteln, dessen Name nicht genannt werden soll. Denn im Ringen mit dessen Widernissen hat sich im vergangenen Jahr eine Menge getan, das der Rückschau lohnt. So drückt diese Plaza-Ausgabe vor allem aus, dass wir uns nicht haben unterkriegen lassen. Als neuer alter Direktor darf ich Sie und Euch herzlich einladen, ein wenig im Jahresrückblick des IJK zu stöbern.

Seit dem vergangenen Herbst stellt das IJK mit Eva Baumann zum zweiten Mal nach Beate Schneider eine Vizepräsidentin der Hochschule. Wir freuen uns sehr darüber – zeigt die Repräsentation in der Hochschulleitung doch die Wertschätzung, die dem IJK an der HMTMH entgegengebracht wird.

Im vielköpfigen Personaltableau des Instituts hat sich auch 2021 einiges getan: Julia Niemann-Lenz (an die Uni Hamburg), Fabian Czerwinski (in die Selbstständigkeit) und Katharina Emde-Lachmund (zur Region Hannover) haben uns verlassen; Eva Schwarz, Paula Memenga, Charlotte Schrimppf, Robin Leuppert, Tanja Fisse und Nico Spreen sind zu uns gestoßen. Mehrere Gastprofessor\*innen haben mit uns gearbeitet, was freilich (wegen eines Virus’, dessen Name nicht genannt werden darf, vorwiegend virtuelle Präsenz bedeutete: Wir danken Jörg Hagenah (Wintersemester 2020/21), Anna Schnauber-Stockmann und Frank Mangold (Sommersemester 2021) sowie Mandy Träger (Wintersemester 2021/22) für ihr Engagement zum Wohle der Studierenden in schwierigen Zeiten.

Mit großer Freude haben wir einen neuen Honorarprofessor erkoren: Unser langjähriger Lehrbeauftragter für Medienrecht, Christan Krebs, seines Zeichens Direktor der Niedersächsischen Landesmedienanstalt, wurde vom Senat bestätigt und hat die Ehrung im Frühjahr erhalten. Im Heft finden Sie ein höchst lesenswertes Interview mit ihm.

Mit großer Vorfreude blicken wir auf die anstehende Besetzung einer fünften Professur am IJK voraus. In einem laufenden Berufungsverfahren soll eine Juniorprofessur für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt „Medien und Musik“ besetzt werden. Frischer Wind steht uns ins Haus,



und wir sind gespannt, wer ihn auf welche Weise wehen lassen wird!

Auch sonst haben wir 2021 fleißig geforscht, gelehrt, gelernt und auch umgebaut: Lesen Sie mehr über die laufende Reform des BA-Programms (formerly known as Medienmanagement) und viele kleinere Aktivitäten, Meilensteine und Erfolge im Heft.

All das, was ich hier nur angerissen habe, war das Werk zahlreicher engagierter Mitarbeiter\*innen, Studierender, Ehemaliger und Freund\*innen des IJK. Ihnen und Euch allen gebührt für diese Einsatzfreude, Exzellenz, Resilienz (Virus und so), soziale Intelligenz und nicht zuletzt gute Laune, großer Dank und großer Respekt. Frei nach José Mourinho sage ich: Das IJK ist größer als wir alle – und das liegt an Euch.

Alles Gute für das restliche Jahr 2022!

Ihr und Euer

Christoph Klimmt

**KKeV**

**Die Kommunikationsverstärker**

Seit 1994 unterstützt der Kommunikationskultur e.V. (KKeV) als gemeinnütziger Förderverein die Wissenschaft, Forschung und Bildung am IJK in Hannover. Der zentrale Fokus liegt darauf, die Ausbildungserfahrung am Institut sowie das studentische Zusammenleben durch finanzielle und organisatorische Unterstützung nachhaltig und stetig zu optimieren.

Die Förderung von Lehrveranstaltungen ermöglicht es beispielsweise, dass erfahrene Referent\*innen aus der Praxis ihr Know-how an Studierende vermitteln können oder dass Forschungsseminare einen besseren Zugang zu Datenquellen und Equipment erhalten. Der KKeV stellt hier eine wichtige Ergänzung zu den Studienqualitätsmitteln dar, ohne die viele Kurse in ihrer aktuellen Qualität und in ihrem wissenschaftlichen Umfang gar nicht erst stattfinden könnten. Die Ausrichtung und insbesondere die Teilnahme an Tagungen wird ebenfalls durch den KKeV gefördert, um das wissenschaftliche Profil von Studierenden, Mitarbeitenden und des Instituts auf nationalem und internationalem Level zu stärken. Studentische Initiativen wie der institutseigene Fußballverein AC Plaza, die Musikmanagement-Initiative Here I Am oder die Absolvent\*innenfeier beim IJK Forum finden in der Förderung ebenso ihren festen Platz. Daneben hat es sich der KKeV zur Aufgabe gemacht, verschiedene Veranstaltungen des Instituts zu planen und zu realisieren. Nachdem die sonst so beliebten Events wie Spätvorlesung oder das Sommerfest im Jahr 2020 nicht oder nur bedingt stattfinden konnten, war es im Jahr 2021 zumindest wieder möglich, das langersehnte Running Dinner zu veranstalten. Auch dieses Jahr erwarten uns wieder tolle Gelegenheiten, die Studierenden aus den verschiedenen Studiengängen und Semestern, die Mitarbeitenden und Alumni kennenzulernen und zu vernetzen. Wir hoffen natürlich, dass dies wieder persönlich stattfinden kann, haben aber zum Glück viele digitale Alternativen, um den Austausch zwischen den Studierenden zu fördern und ggf. auch eine virtuelle Feier auf die Beine zu stellen.

Wir freuen uns, unsere Arbeit in das Wohl des Instituts zu investieren und stets an neuen Ideen und Förderplänen zu arbeiten, um die Erfahrungen am IJK für jede\*n so angenehm wie möglich zu gestalten. Wir bedanken uns an dieser Stelle bei all unseren Mitgliedern, die den Verein zu dem machen, was er ist und dieses Projekt weiterhin beleben lassen.

Mit besten Grüßen vom aktuellen KKeV-Team  
Simon, Melissa und Theo

P.S. Ihr wollt keine Updates in Sachen Institutsgeschehen verpassen? Dann besucht unsere vereinseigenen Kanäle auf Facebook und Xing!



Zum Mitgliedsantrag des KKeV  
<http://kkev.org/mitglied-werden>

Facebook: <https://www.facebook.com/kkev.org>

Facebook-Gruppe: „IJK Studierende & Alumnis“

Xing: <https://bit.ly/37xaT3o>

Webseite: <http://kkev.org>

## Rund ums IJK

## Hello!

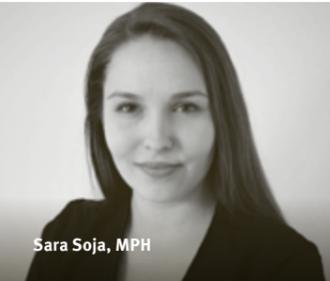
Auch im vergangenen Jahr gab es am IJK viele neue Gesichter: Eva Schwarz hat im Sommer die vakante Stelle im Sekretariat des IJK besetzt und unterstützt seitdem u. a. die Verwaltung der Bewerbungsphasen für die drei IJK-Studiengänge. Das

Hanover Center for Health Communication [HC]<sup>2</sup> freut sich außerdem über Verstärkung durch Paula Memenga, Charlotte Schrimpff und Tanja Fisse. Paula Memenga studierte Gesundheitskommunikation in Erfurt und arbeitet nun in den Forschungsprojekten Caring for patients during and beyond the corona crisis (DigiCare), Krebsprävention im Dialog und OnkoRiskNET mit dem Fokus auf der Akzeptanz digitaler Gesundheitsinformations- und Beratungsangebote. Die beiden Alumni Charlotte Schrimpff und Tanja Fisse kehrten nach einigen Jahren in der Kommunikationspraxis ans IJK zurück und beschäftigen sich seitdem mit Vertrauen und patientenzentrierter Kommunikation im Forschungsprojekt Sicherheitsintegrierte und infektionsreaktive Implantate (SIIRI). Im Projekt Agile Bio-inspirierte Architekturen (ABA) widmen sie sich

zudem der Akzeptanz innovativer, personalisierter Diagnostik- und Therapieverfahren. Auch Nico Spreen ist nach seinem Studium am IJK nun mit an Bord im ABA-Projekt und dort im Forschungsgebiet der Wissenschaftskommunikation mit Fokus auf gesellschaftlicher Wahrnehmung und Partizipation tätig. Für frischen Wind im Bereich Computational Communication Science sorgt außerdem Robin Leuppert. Nach seinem Studium am IJK und einem Job als Data Analyst unterstützt er nun die Integration von Data-Science-Themen in Forschung und Lehre. Als externe Doktorandin hat es zudem Sara Soja ans IJK verschlagen. Sie studierte Health Communication in Bielefeld und Public Health in Aberdeen/UK und arbeitet aktuell am Helmholtz-Zentrum für Infektionsforschung im Bereich Epidemiologie.



Paula Memenga, M.A.



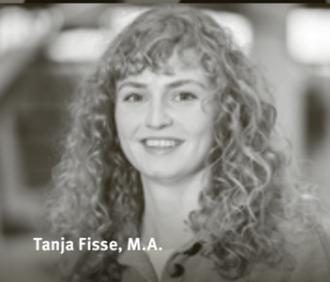
Sara Soja, MPH



Charlotte Schrimpff, M.A.



Robin Leuppert, M.A.



Tanja Fisse, M.A.



Nico Spreen, M.A.

## Good to see you!



Dr. Anna Schnauber-Stockmann



Dr. Brigitte Naderer

Gleich mehrere Gastprofessor\*innen bereicherten die Lehre am IJK im vergangenen Jahr: Dr. Jörg Hagenah sorgte im Wintersemester 2020/21 u. a. für spannende Einblicke in die Social-Media-Kommunikation von Sportler\*innen. Im Sommersemester 2021 durften wir Dr. Anna Schnauber-Stockmann und Dr. Frank Mangold begrüßen, die unseren Studierenden die Nutzung und Vermarktung von Musik im digitalen Zeitalter sowie Methoden wie das Experiment und Netzwerkanalysen nähergebracht haben. Dr. Frank Mangold bleibt uns zudem mit seinem tollen und lehrreichen Workshop zur klassischen Testtheorie, CFA und Item Response Theory in Erinnerung. Mit Beginn des Wintersemesters sorgte Dr. Mandy Tröger mit Seminaren wie „Diversity in Media Management“ für neue Impulse in der Lehre. Leider konnten wir sie pandemiebedingt nicht persönlich vor Ort verabschieden, aber



Dr. Mandy Tröger



Dr. Jörg Hagenah

freuen uns auf ein Wiedersehen auf der ein oder anderen Konferenz. Im laufenden Sommersemester freuen wir uns über die Lehrtätigkeit von Dr. Brigitte Naderer, die u. a. ein spannendes Seminar zu Product-Placement in Musikvideos anbietet.

## Goodbye!



Dr. Julia Niemann-Lenz



Dr. Fabian Czerwinski



Katharina Emde-Lachmund, M.A.

Gleich drei Mal hieß es im letzten Jahr „time to say goodbye“: Schweren Herzens haben wir Dr. Julia Niemann-Lenz, Dr. Fabian Czerwinski und Katharina Emde-Lachmund verabschiedet. Dr. Julia Niemann-Lenz hat den Bereich Computational Communication Science mit aufgebaut und maßgeblich die R-Umstellung in der Lehre vorangetrieben. Nun koordiniert sie an der Universität Hamburg die Data Literacy Education. Mit einem Start-up zur nachhaltigen Lebensmittelproduktion ist Dr. Fabian Czerwinski Ende des Jahres 2021 in die Selbstständigkeit gewechselt. Zuvor realisierte er am IJK zahlreiche Drittmittelprojekte

zur Verkehrssicherheitskommunikation und zum Gesundheitsinformationsverhalten. Auch Katharina Emde-Lachmund war in diversen Forschungs- und Lehrprojekten, u. a. zur Nachrichtenrezeption von Jugendlichen, zu politischer Satire und in der Methodenausbildung tätig. Als langjährige Mitarbeiterin und ehemals selbst Studierende am IJK ist sie aus dem Institutsalltag eigentlich gar nicht mehr wegzudenken, widmet sich nun jedoch neuen Projekten in der Marktforschung. Wir bedanken uns bei allen für die schöne Zeit und freuen uns auf den einen oder anderen Besuch auf der Plaza!

## Neue Projekte

Gleich fünf neue Projekte starteten im vergangenen Jahr und bereichern von nun an die Forschung am IJK:

### „Caring for patients during and beyond the corona crisis (DigiCare)“

Würden Sie ein digitales, auf Sie persönlich zugeschnittenes Informationsangebot Ihrer Ärztin bzw. Ihres Arztes nutzen? Das von der Volkswagenstiftung geförderte Projekt widmet sich dieser Frage und untersucht die Akzeptanz und Wirkung neuer digitaler Formen der Bereitstellung von Gesundheitsinformationen.

### „Krebsprävention im Dialog“

Wenn mehrere Mitglieder einer Familie an Krebs erkrankt sind, kann ein erhöhtes familiäres Krebsrisiko vorliegen. Im Projekt wird gemeinsam mit dem Krebsinformationsdienst und weiteren Partnern ein Live-Chat entwickelt und getestet, über den sich Betroffene und Interessierte zu familiärem Krebsrisiko informieren können.

### „Sicherheitsintegrierte und infektionsreaktive Implantate (SIIRI)“

Ein Implantat ist für viele Patient\*innen eine große Erleichterung,

aber mitunter mit Komplikationen verbunden. Dieses Projekt verschiedener Forschungseinrichtungen arbeitet daran, die Sicherheit von Implantaten zu verbessern. Das IJK untersucht dabei die Rolle von Kommunikation und Vertrauen für die Therapieentscheidung und den Behandlungsprozess.

### „OnkoRisk NET“

Wenn man an Krebs erkrankt ist, besteht oft die Angst, diese Krankheit weiterzuerben. Im Projekt wird gemeinsam mit mehreren Partnerinstitutionen die Nutzung einer Online-Beratung untersucht, die Patient\*innen bei der Klärung eines möglichen genetischen Krebsrisikos unterstützt.

### Agile Bio-inspirierte (Prozess-)Architekturen (ABA)

Bei Innovationen in den Bereichen Medizin, Pharmazie oder Nahrungsmittel sind die einen euphorisch und die anderen eher skeptisch. Das IJK widmet sich als Teil eines Forschungsverbunds der Frage, wann und unter welchen Umständen solche Entwicklungen (nicht) akzeptiert werden.

## Zu Gast am IJK

Im vergangenen Jahr haben uns erneut viele Lehrbeauftragte und Gäste aus Wissenschaft und Medienwirtschaft unterstützt. Zunächst gilt unser Dank den Lehrbeauftragten: Inga Korte (Provinzial), Martin Ivanovs (CLAAS), Rebecca Krum (re:publica), Fabian Praschl, Maria Strecker, Marcel Finkel (Universität Duisburg-Essen), Jan-Phillip Kluck (Universität Duisburg-Essen), Christian Krebs (Niedersächsische Landesmedienanstalt), Christian Goergens (Rechtsanwaltskanzlei Christian Goergens) und Soheil Dastyari (Bastei Lübbe AG). Zudem danken wir Julian Unkel (LMU München) für seine Unterstützung in der R-Lehre.

Im Rahmen des Praxiskolloquiums freuten wir uns über Vorträge von Jan Blume und Marcel Drews (aserto), Julia Furtwängler (Holtzbrinck), Sebastian Stude (neopubl GmbH), Knut Pape (Heise Medien) und Achim Barczok (Computermagazin c't).

Im Masterseminar „Methoden der Marktforschung“ haben uns Dr. Matthias Rothensee und Leonie Pfeiffer (eye square GmbH) mit einem Vortrag unterstützt, nachdem die geplante Exkursion zum Marktforschungsunternehmen aus Berlin leider ausfallen musste.

In der Populismus-Ringvorlesung lauschten wir interessanten Vorträgen von Prof. Dr. Rolf Pohl (Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover), Dr. Floris Biskamp (Eberhard Karls Universität Tübingen), Dr. Nayla Fawzi (Ludwig-Maximilians-Universität München), Dr. Dominique Wirz (Universität Fribourg), Dr. David Lanus (Karlsruher Institut für Technologie) und Mikis Rieb (Niedersächsischen Landeszentrale für politische Bildung).

Im Seminar „Media und Social Entrepreneurship“ unterstützten uns Dörte Roloff (Hafven), Dominique Gußmag (hannoverimpuls GmbH), Clemens Binder (Unity Effect), Tobias Schäffer (t3n Magazin) und Berit Lüdecke (Social Innovation Center Hannover) als Coaches. Christiane Unruh (HSE) und Felix Sievers (Futur III) boten Workshops an und Philipp Lück (Kleinundpläcking), Madita Best (Theyo) sowie Jun.-Prof. Dr. Christopher Buschow (Universität Weimar) wirkten als Jury-Mitglieder mit. Zudem haben wir uns über den digitalen Input von Martin Wiens (TheDive), Volker Peters (Über den Tellerrand), Maria Mondry (Tomorrow), Moritz kleine Bornhorst und Madita Best (Theyo) sowie Julius Rüßmann (Earlybird (Venture Capital)) gefreut.

## Aktuelles



Das IJK-Organisationsteam sagt (auch im Namen von Sophie Bruns) DANKE für die vielen Beiträge, den produktiven Austausch und das positive Feedback!

## IJK organisiert Jahrestagung der deutschen Kommunikationswissenschaft als „Konferenzlabor“

Die Kommunikationswissenschaft blickt nicht nur in Deutschland auf ein rasantes Wachstum zurück. Mehr als 1000 Mitglieder zählt die Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) inzwischen. Vom 22. bis 24. Februar 2022 veranstaltete das IJK die 67. Jahrestagung der Fachgesellschaft mit mehr als 400 Teilnehmer\*innen.

Das IJK-Organisationsteam – Sophie Bruns, Anja Dittrich, Dorothée Hefner, Daniel Possler, Jule Scheper und Christoph Klimmt – stellte die Tagung dabei unter das Motto „Konferenzlabor“. Im Fokus standen neue Konferenzformate, die den Nutzen wissenschaftlicher Tagungen steigern sollten – vor allem durch neue Möglichkeiten zum Mitreden für alle Teilnehmer\*innen: „Klassische wissenschaftliche Kongresse bestehen zum überwiegenden Teil aus Vortragssitzungen. Forscher\*innen stellen eine Studie vor, nach fünfzehn Minuten darf das Publikum ein paar kurze Fragen stellen, dann folgt der nächste Vortrag. Das wollten wir ändern“, erläutert Christoph Klimmt. Viele Fragen, die das Fach derzeit beschäftigen, könnten nur durch den aktiven Austausch und Dialog gelöst werden. Zudem habe sich das Team gefragt „warum 400 Wissenschaftler\*innen zeitgleich zusammenkommen müssen – ob digital oder analog – wenn man Forschungsberichte doch auch als Videos oder als Texte rezipieren kann“, so Jule Scheper: „Wir glauben, dass vor allem der Dialog Konferenzen wertvoll macht“.

Um dieses Gespräch zu fördern, entwickelte das Organisationsteam eine ganze Reihe von Formaten. Herzstück der Tagung waren 20 kollaborative Workshops, vorgeschlagen und ausgerichtet von Mitgliedern der Fachgesellschaft. Ein weiterer Programmpunkt widmete sich ganz dem Austausch zwischen Nachwuchswissenschaftler\*innen und erfahrenen DGPuK-Mitgliedern: Im Vorfeld der Tagung präsentierten Doktorand\*innen ihre laufenden Promotionsprojekte in kurzen Online-Videos. Auf der Konferenz selbst gab es dann ein Zeitfenster für den ausführlichen digitalen Austausch zu diesen Vorhaben. Die Konferenz umfasste aber auch klassischere Vortragsformate, etwa zu zentralen Zukunftsfragen des

Faches oder zu kürzlich abgeschlossenen Dissertationsprojekten. In diesen Programmpunkten setzte das Team die Diskussionszeit mit 20–30 Minuten jedoch deutlich länger an als für wissenschaftliche Konferenzen üblich.

Nicht nur aufgrund der anhaltenden Corona-Pandemie wurden viele Konferenzbestandteile als digitale Zusammenkünfte geplant. „Es produziert natürlich einen immensen CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, wenn hunderte Wissenschaftler\*innen für eine Konferenz durch die ganze Republik reisen. Wir wollten daher testen, welche neuen Möglichkeiten sich durch die Digitalität bieten“, so Dorothée Hefner. Das Team entwickelte hierzu unter anderem eine interaktive Konferenzplattform und erprobte digitale Begegnungsorte wie die Plattform „Gather.Town“. „Manche der Dienste, die wir ausprobiert haben, waren vielleicht anfangs für die Teilnehmer\*innen ungewohnt, das Feedback war aber insgesamt sehr positiv“, so Anja Dittrich.

Nach drei intensiven Konferenztagen zog das Team eine positive Bilanz: Insbesondere das Workshop-Format wurde sehr gut angenommen und hat zu einem intensiven Austausch in der Community geführt. In vielen Workshops wurden zudem Folgeveranstaltungen oder eine Verstärkung des Austausches geplant. „Wir sind insgesamt sehr zufrieden“, bilanziert Daniel Possler: „Die Formate sind technisch und auch inhaltlich wunderbar aufgegangen“. Wie die neuen Tagungsformate den Teilnehmer\*innen gefallen haben, erfasst das Organisationsteam derzeit in einer umfangreichen Befragung. Die Ergebnisse des Konferenzlabors sollen dabei helfen, tragfähige Ansätze für das wissenschaftliche Tagungsmorgen zu etablieren.



Weitere Informationen zur Tagung finden Sie unter [www.dgpuk22.de](http://www.dgpuk22.de)

Aktuelles

# Und sonst so?

Der Alltag am IJK wurde auch 2021 durch die Pandemie bestimmt. Doch die vergangenen Monate am Institut waren mehr als Hygienepläne, Testkonzepte und Quarantäneregungen. Auf den folgenden Seiten blicken wir auf die kleinen und großen Dinge abseits von Corona zurück. Wir berichten, was „sonst so“ war – in der Lehre, in der Forschung und im Miteinander am Institut. Als IJKler\*innen greifen wir hierzu natürlich auf Daten zurück – mitunter auf tatsächliche Befunde, mitunter auf gefühlte Wahrheiten.

## Engagierte Studierende

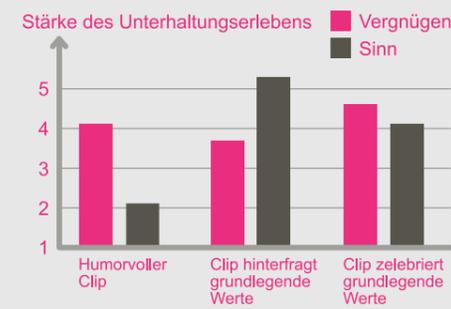
**Gefühlte Wahrheit: Warum IJK-Studierende den Kurs „Medien- und Musikaarbeiter\*innen organisieren“ besuchten**



Die Corona-Pandemie war eine existenzielle Bedrohung für viele Kulturschaffende. Kulturarbeiter\*innen fiel es zudem schwer, diese Notlage gegenüber der Politik zu artikulieren. Es fehlte eine Lobby. Aber wie können sich Kultur- und Medienschaffende besser organisieren? Dieser Frage widmete sich ein Kurs von Aljoscha Paulus. Das Thema bewegte auch viele Studierende: „Als ich feststellte, dass zwei Drittel der Teilnehmenden aus reinem Interesse dabei sind, war das mein Lehr-Highlight 2021“, so Paulus.

## Wie entsteht sinnstiftende Unterhaltung?

**Spaß und Erfahrung von Bedeutsamkeit bei der Rezeption verschiedener Videoclips**



Gute Unterhaltung bei der Mediennutzung – das heißt vor allem viel Spaß haben, oder? Die aktuelle Forschung stellt das infrage und weist auf sinnstiftende Unterhaltungserlebnisse hin: Manche

Medieninhalte machen keinen Spaß, aber sie sind unterhaltsam, weil sie uns berühren, bedeutsame Themen behandeln und Sinn stiften. Wie aber entstehen solche sinnstiftenden Unterhaltungserlebnisse? Ein Team aus 20 Masterstudierenden ist dieser Frage im Rahmen eines Forschungsseminars von Christoph Klimmt, Daniel Possler und Jule Scheper nachgegangen. Das Ergebnis ihres Experiments mit 286 Teilnehmenden: Medieninhalte, die sich mit „leichten“ Themen befassen (bspw. humorvolle Filme), unterhalten uns vor allem, indem sie Vergnügen hervorrufen. Medieninhalte, die sich hingegen grundlegenderen Werten widmen (bspw. Freundschaft, Gerechtigkeit), können auf zwei Arten sinnstiftend sein: Sie können unsere grundlegenden Werte hinterfragen (bspw. Thematisierung von Tod oder Ungerechtigkeit) und uns so motivieren, einen Sinn für die schwerverdaulichen Angelegenheiten zu suchen. Sie können aber auch Sinn stiften (und Vergnügen hervorrufen), wenn sie perfekt in unser Weltbild passen und unsere grundlegenden Werte „feiern“ (bspw. glorifizierende Darstellung von Gerechtigkeit). Diese positive Form der sinnstiftenden Unterhaltung war in der Forschung bislang unbekannt.

## „Onlinesexismus hindert Frauen an politischer Teilhabe“

**Zustimmung zur Aussage „Ich halte mich für gut qualifiziert, um an dieser Diskussion teilzunehmen“ in den Versuchsbedingungen\***

\* (Skala von 1 = „stimme gar nicht zu“ bis 7 „stimme voll und ganz zu“; Darstellung: geschätzte Randmitteln)



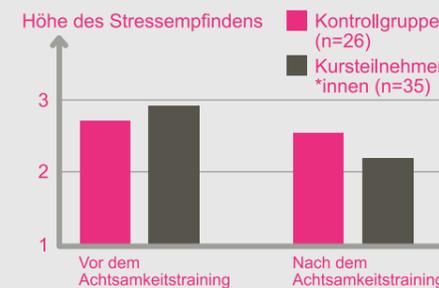
Frauen sind im politischen Diskurs oft unterrepräsentiert oder sogar sexistischen Angriffen und Belästigungen ausgesetzt – auch online. Jedoch wurde bislang kaum berücksichtigt, welche Effekte es auf unbeteiligte Nutzer\*innen hat, wenn sie sexistische Kommentare

zu politisch aktiven Frauen lesen. Marko Bachl und Sabine Reich haben das in einem präregistrierten Experiment untersucht. Sie präsentierten 510 Teilnehmerinnen sechs Nachrichtenbeiträge sowie den zugehörigen Kommentarbereich auf einem Social-Media-Kanal der Tagesschau. Die Beitragsteaser enthielten ein Bild und das (fiktive) Zitat eines\*r Politikers\*in zum Thema Corona. Das Team variierte dabei das Geschlecht der\*des zitierten Politikers\*in sowie das Ausmaß an Sexismus in der Kommentarspalte (freundliche Kommentare vs. ein sexistischer Kommentar vs. drei sexistische Kommentare).

„Wir konnten feststellen, dass das Vorhandensein sexistischer Kommentare unter einem Nachrichten-Beitrag die Wahrscheinlichkeit verringert, dass Teilnehmerinnen den Beitrag liken“, so Sabine Reich. Die Sorge der Teilnehmerinnen, belästigt zu werden, wenn sie sich an der Diskussion im Kommentarbereich beteiligen, habe zudem mit der Anzahl der sexistischen Kommentare unter dem Beitrag signifikant zugenommen. Gleichzeitig sei die wahrgenommene politische Selbstwirksamkeit der Frauen gesunken, wenn die Kommentarspalte drei statt nur einem sexistischen Kommentar enthielt. „Unsere Studie zeigt, dass sexistische Kommentare zu Online-Nachrichten die politische Teilhabe von Frauen behindern“, bilanziert Reich.

## Veränderung des Stressempfindens durch Achtsamkeitstraining

**Veränderung des Stressempfindens durch die Teilnahme an einem achtwöchigen Achtsamkeitstraining**

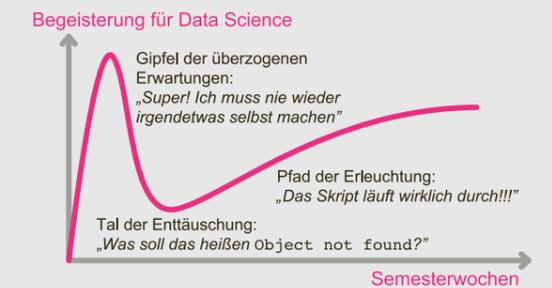


Auch wenn das Smartphone meist praktisch ist, kann es uns in Freizeit und Beruf auch richtig stressen. Anna Freytag und Dorothee Hefner haben sich gefragt, wie sich die Teilnahme an einem achtwöchigen Achtsamkeitstraining auf Stress, Wohlbefinden und den Umgang mit dem Smartphone auswirkt. Hierfür wurden 35 Teilnehmende vor und nach einem Achtsamkeitstraining befragt, sowie – zur Kontrolle – 26 Personen, die nicht an einem Training teilnahmen. Die Effekte waren beachtlich: Nach den acht Wochen gaben die Teilnehmenden mit Training an, sich deutlich weniger gestresst zu fühlen, weniger an die Inhalte auf ihrem Smartphone zu denken und das Smartphone weniger gewohnheitsmäßig zu nutzen.

## Data Science-Grundlagen am IJK

**Gefühlte Wahrheit: die Begeisterung für Data-Science-Methoden der Teilnehmer\*innen des neuen Seminars „Computational Communication Science“\***

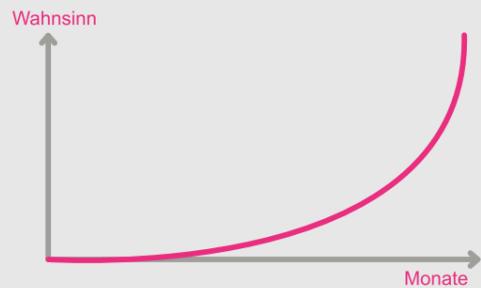
\* frei nach dem Gartner Hype Cycle



Das IJK befasst sich seit längerem mit der Frage, wie Studierenden wichtige Schlüsselqualifikationen im Bereich Data Science vermittelt werden können. Im Winter 2021/22 pilotierte Jule Scheper die erste Grundlagenveranstaltung, in der Studierende Erfahrungen in der Datenbeschaffung (Scraping und API-Calls), Datenspeicherung und -nutzung sowie in der Big-Data-Analyse (bspw. via automatischer Inhaltsanalysen und Machine Learning) sammelten. Zudem erwarben sie Dolmetscher\*innen-Skills für Programmiersprachen, Selbstregulationstechniken im Umgang mit Fehlermeldungen und erlebten schließlich das befriedigende Gefühl eines problemlos durchlaufenden Skripts.

## Was braucht man, um ein Buch zu veröffentlichen?

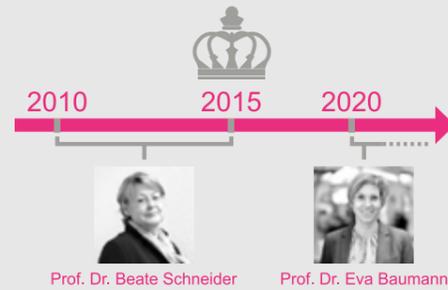
**Gefühlte Wahrheit: die Arbeit am Oxford Handbook of Entertainment Theory**



Alle, die schon immer von der Karriere als Editor\*in geträumt haben, sollten sich darüber mit Christoph Klimmt unterhalten, der zusammen mit Peter Vorderer das neue Oxford Handbook of Entertainment Theory herausgegeben hat – mit 41 Kapiteln von Autor\*innen aus aller Welt. Verraten sei so viel: Neben den Rollen als Manager\*in, Lektor\*in, Dealmaker\*in und Antreiber\*in hat auch der\*die Seelsorger\*in einen Platz...

## Ehre, wem Ehre gebührt

**Vizepräsidentschaften von IJK-Professorinnen**



Seit November 2021 verstärkt Eva Baumann als Vizepräsidentin Wissenschaft das Präsidium der HMTMH. Im Zuge dieser neuen Aufgabe wird sie die Neuaufstellung der Hochschule sowie die Zukunft des IJK aktiv mitgestalten. Voller Stolz rollen wir den symbolischen roten Teppich aus und gratulieren ihr ganz herzlich zu diesem verantwortungsvollen Posten. Eva Baumann ist übrigens nicht die erste IJKlerin, die als Vizepräsidentin in die Geschichte der Hochschule eingeht: Von 2010 bis 2015 war bereits Beate Schneider in diesem ehrenvollen Amt tätig.

## Gefühlte Wahrheit:

**Worum es beim IJK-Games Club wirklich ging**



Wenn Menschen, die den ganzen Tag vorm Bildschirm verbracht haben, sich abends ebenda verabreden, um miteinander zu schnacken und zu zocken, dann ist wieder IJK Games Club! Regelmäßig trafen sich 2021

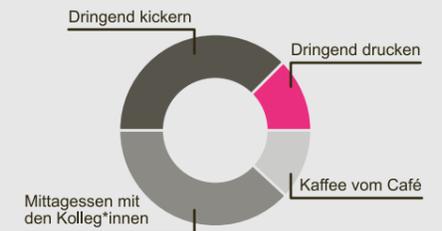
bis zu 40 IJKler\*innen, um verschiedene Spiele zu spielen – von Casual Games wie Stadt-Land-Fluss, Scribble, Geo Guesser und einem Pub Quiz bis zu Nischenspielen wie Rocket League und Valorant. Gespielt wurde dabei im Turniermodus: An jedem Abend, an dem Casual Games im Fokus standen, konnten die Teilnehmer\*innen Punkte sammeln. Am 30. September fand dann eine Games-Club-Feier im MusikZentrum Hannover mit feierlicher Ehrung der Sieger\*innen statt.

„Der Games Club hat das Zusammenleben am Institut enorm bereichert“, freut sich Christoph Klimmt, der nach einem furiosen Start im Endclassement nur unter „ferner liefen“ auftauchte. „Dabei ist besonders erwähnenswert: Der Club und die Abschlussfeier gehen komplett auf die Initiative und den engagierten Einsatz unserer Studierenden zurück, insbesondere von Rabea Adam, Ahmed Argat, Theresa Charif und Tim Biesterfeld“, freute sich Klimmt.

## Was wirklich zählt

Die vorangehenden Seiten berichten von praxisrelevanter Lehre und exzellenter Forschung, von engagierten Studierenden und fleißigen Mitarbeiter\*innen und von den vielen Dingen, mit denen sich IJKler\*innen in den letzten Monaten beschäftigt haben. Trotz Pandemie, Distanzlehre und Homeoffice hat aber vor allem das Miteinander das Jahr am IJK geprägt.

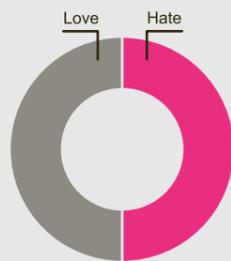
**Gefühlte Wahrheit: Gründe, um ans IJK zu fahren**



Es ist ganz weit draußen, vergleichsweise einsam, und, machen wir uns nichts vor: Andere Institute haben auch schöne Häuser. Zudem geht spätestens seit der Pandemie auch alles digital. Die Gründe, um nicht ans IJK zu fahren, liegen also auf der Hand. Und dennoch kamen 2021 immer wieder Menschen ans Institut auf der Expo Plaza und das nicht nur, um die diversen Drucker zu benutzen oder einen Kaffee aus dem Café zu genießen. Vor allem das Miteinander – etwa die langen Kicker-Partien oder das gemeinsame Mittagessen – sind entscheidende Pull-Faktoren für Mitarbeiter\*innen und Studierende.

## R-lebnisse der besonderen Art

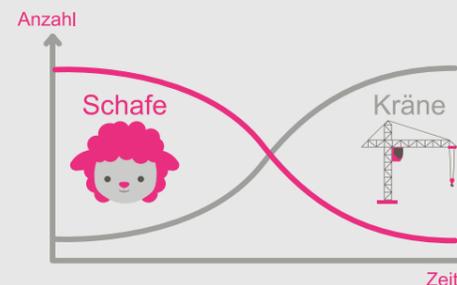
**Gefühlte Wahrheit: wie IJKler\*innen zum Einsatz der Programmiersprache „R“ in Forschung und Lehre stehen**



Es beginnt schon mit der Aussprache: Sagt man eher „Err“ oder doch „Arr“, mit amerikanisch-gerolltem R? Die Dichotomie liegt in der Natur der Sache: Die einen hassen diese freie Programmiersprache, mit der man seine Statistik in der Pfeife rauchen kann und in der zwischen Aggression und Regression mitunter etwas so Banales liegt wie ein Komma. Anderen können die Chunks nicht groß genug und die Pipes nicht lang genug sein, um in für SPSS unerreichbare Sphären vorzudringen.

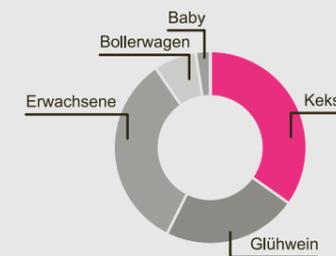
## Die Zukunft der Expo Plaza

**Gefühlte Wahrheit: Schafe und Kräne am IJK im Zeitverlauf**



Eine idyllische Landschaft aus Feldern, Wiesen und Schafen... das war einmal! Mittlerweile haben die meisten Schafe ihren Platz an Baukräne und Bagger verloren. Während man von der Stadtbahn-Linie 6 einst auf weite Wiesen blickte, schaut man nun auf eine immer weiter wachsende Häuserfront. Auch das langjährige Wahrzeichen aus Expo-Zeiten, den Holländischen Pavillon, hat es bereits erwischt: Hier entsteht HY\_live, ein Mix aus Co-Working-Space, Studios, Cafés und Skybar. Vielleicht kommen wir hier bald auf ein Gläschen zusammen?

**Gefühlte Wahrheit: Was man für eine gelungene Weihnachtsfeier braucht**



Eine Weihnachtsfeier in Corona-Zeiten? Da muss man kreativ werden! Und so zogen die IJK-Mitarbeiter\*innen gemeinsam und beladen mit 10 Litern Glühwein mit mehreren Bollerwagen im Dezember um den Kronsberg.

# Die Feel-Good-Manager des IJK

Was wäre die Welt ohne unsere (Haus-)Tiere? Auch die Kolleg\*innen und Studierenden des IJK freuen sich über tierische Unterstützung und lassen sich von den kleinen und großen Vierbeinern auf die Sprünge helfen (buchstäblich!). Ihre Spezialgebiete liegen in den Bereichen Charmeoﬀensive (vor allem in Zoom-Meetings), temperamentvolle Ablenkung und aufmerksames Zuhören – echte Feel-Good-Manager eben!



¡Hola! Ich bin Gabeño (enge Freunde dürfen mich auch Gabi nennen)! Als persönlicher Feel-Good-Manager von Eva Baumann Sorge ich jederzeit für Spaß und Action!



Hallo, wir sind Lotte und Murphy. Wir lauschen Zoom-Meetings gespannt und begrüßen die Teilnehmenden auch gerne mal persönlich vor dem Bildschirm.



Huhu, ich bin Quito, Profi für temperamentvolle Ablenkung. Meine spezielle Vorliebe: Schlamm und Pfützen!



Hi, ich bin Jonte. Bei Stress oder schlechter Laune helfe ich gerne weiter. Besonders motiviert bin ich, wenn ich ein Stück Banane bekomme.



Hey, ich heiße Wilma und bin Experte für Familienkommunikation. Ich habe bereits eine Familie gut durch die Pandemie begleitet.



Moin, Watson hier, verantwortlich für das seelische Wohl der Fachschaft Medien und Musik. Neben meinen Hobbys Schlafen, Kuscheln und Rülpsen bin ich Influencer unter @watson\_discovers.



Foto: Universität Augsburg

## Was macht eigentlich ...?

...Teresa Naab

am IJK studiert und promoviert hatte, war das eine tolle Möglichkeit, ein anderes Institut kennenzulernen und Familie und Beruf unter einen Hut zu bringen. In den darauffolgenden Jahren habe ich wohl so etwas erlebt wie eine klassische Post-doc-Karriere: Akademische Ratsstelle in Augsburg, Vertretungsprofessuren in München und Mainz, Auslandsaufenthalt an der University of Georgia und ein erstes eigenes Projekt, gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft. Jede Station hielt für mich viele spannende Erfahrungen bereit und keine möchte ich missen.

**Vermisst du aber das IJK manchmal? Und wenn ja, was genau?**

Mit dem IJK verbinde ich eine tolle, familiäre Arbeitsatmosphäre, flache Hierarchien, sehr engagierte, kreative Studierende, innovative Forschungsideen und eine sehr gute kommunikationswissenschaftliche Ausbildung. Das hat mich sehr geprägt und ich hoffe, dass ich einiges davon mit nach Mannheim nehmen kann.

**Und sonst so? Mal abgesehen von „dem“ einen Thema: Was hat dich im vergangenen Jahr besonders beschäftigt?**

Mein neuer Garten: wann ich welche Blumen pflanze, Heckensträucher schneide und wie man ein Stelzenhaus baut.

**Hast du ein Lieblingsprojekt?**

Mein Lieblingsprojekt in der Wissenschaft sind Selbsteffekte der Kommunikation in sozialen Medien. Es wurde häufig untersucht, welche Wirkungen es auf uns hat, wenn wir Social-Media-Beiträge von anderen lesen. Es gibt aber einige Hinweise, dass wir uns auch selbst beeinflussen, wenn wir eigene Beiträge posten. Da können Selbsteffekte zum Beispiel zu politischer Selbst-Mobilisierung beitragen. Daran werde ich in den nächsten Jahren weiterarbeiten.

Mein privates Lieblingsprojekt ist der erwähnte neue Garten.

**Welches Medienangebot hat dich in der letzten Zeit am meisten begeistert?**

Eindeutig und mit sehr großem Abstand zwei bekannte Streaming-Dienste – ohne könnte ich nicht! In der letzten Zeit fand ich unter anderem The Marvelous Mrs Maisel, Little Fires Everywhere und The Politician toll.

**Du bist zwar gerade erst Professorin in Mannheim geworden, aber vielleicht gibt es dennoch jemanden, mit der/dem du gerne mal einen Monat lang den Job tauschen würdest?**

Momentan würde ich tatsächlich mit niemandem tauschen wollen. Ich lerne jeden Tag neue Menschen kennen, sehe neue Arbeitsabläufe, kann Entscheidungen treffen, die vorher nicht bei mir lagen. Das gebe ich so schnell nicht her! :) Und wenn ich dann doch mal tauschen würde, vermutlich in einen handwerklichen Beruf, in dem die Arbeitszyklen viel kürzer sind als in der Wissenschaft und in dem ich jeden Abend ein Ergebnis in den Händen halten kann.

**Wenn du heute noch einmal Zeit für ein Zweitstudium hättest – wofür würdest du dich entscheiden und warum?**

Jura – dann könnte ich all diese Kostüme und Hosenanzüge kaufen, die mir diverse Menschen als Arbeitskleidung einreden wollen, seit ich Professorin geworden bin. Spaß beiseite: Vielleicht würde ich Verkehrswissenschaften studieren – dann könnte ich mich danach kompetent für mehr Fahrradverkehr einsetzen.

**Und last, but not least: Was sind die drei Dinge auf deiner Bucketlist?**

In ein Elefanten-Camp in Thailand fahren, Französisch (wieder) lernen und das deutsche Sportabzeichen machen.

# Kreative Auseinandersetzung statt Frontalunterricht: Einblicke in die Ringvorlesung Populismus

Nach Einschätzung vieler Expert\*innen ist der Populismus weltweit auf dem Vormarsch. Donald Trump ist dafür nur eines von mehreren Beispielen. Populismus ist daher in den vergangenen zwei Jahrzehnten nicht nur in der Politikwissenschaft zu einem der meistdiskutierten Konzepte geworden. Auch das IJK interessiert sich aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive für das Phänomen. Unter der Leitung von Sabine Reich und Anja Dittrich befassten sich Studierende im Wintersemester 2021/22 im Rahmen der Ringvorlesung Populismus mit dem Thema. Maria Madert gibt einen Einblick aus Studierendenperspektive.

Bevor es im Seminar ans Eingemachte ging – also der selbstständigen Erstellung kleiner kreativen Projekte – ermöglichten sechs verschiedene Gastvorträge die Auseinandersetzung mit dem Thema Populismus. Den Anfang machte Dr. Floris Biskamp von der Eberhard Karls Universität Tübingen. Sein interessanter Vortrag schuf eine Verständnisgrundlage für das Thema Rechtspopulismus. Mit alleinigem Zuhören war es für uns aber nicht getan. So hatte jede Woche eine andere Gruppe die Aufgabe, die Vortragsrunde zu begleiten. Dazu gehörte neben der Vorstellung der Vortragenden Person auch die anschließende Leitung der Diskussionsrunde. Diese erwies sich stets als lebhaft – zugegeben, es ging gar nicht anders, denn wir mussten immer mindestens eine Frage stellen und die Antwort protokollieren. Der Diskurs bereitete beiden Seiten Spaß – spannende Fragen und Antworten entstanden mühelos. Auch die weiteren fünf Vorträge, die sich mit dem Verhältnis zwischen Populismus und Medien, der Wirkung populistischer Botschaften oder mit der Argumentationsweise von Populist\*innen beschäftigten, waren sehr lehrreich. Zuletzt wurde die App KonterBUNT vorgestellt, die neben wertvollen Informationen auch ein Argumentationstraining bietet.

Nun waren wir Studierende perfekt vorbereitet und konnten unserer Kreativität freien Lauf lassen. Gerade dies stellte sich als besonders spannend heraus. Bisher hatte ich keinen Kurs belegt, der so viel Freiheit im Rahmen der Projekte bot. Das Ergebnis kann sich folglich sehen lassen. Es entstanden drei Instagram-Accounts, ein Spiel sowie ein Online-Workshop mit anschließender Diskussion im Plenum. Die Instagram-Accounts namens



@populistische\_botschaften ist einer der drei Instagram-Accounts, der im Rahmen der Ringvorlesung entstanden ist und die Argumentationsweisen populistischer Beiträge durchleuchtet.

populismustalk, populismusexplained und populistische\_botschaften waren trotz des gleichen Mediums unterschiedlich aufgebaut und gestaltet. So wurden Tipps zum Umgang mit Populismus gegeben und über Argumentationsweisen aufgeklärt oder dafür sensibilisiert. Bei dem Spiel ermöglichte eine Druckvorlage die einfache Anwendung und der Lerneffekt war durch knifflige Fragen gegeben. Auch der Online-Workshop begeisterte durch den durchdachten Aufbau und die spannende Diskussion. Insgesamt kann die Ringvorlesung Populismus somit als Erfolg angesehen werden. Aus Studierendensicht habe ich viel gelernt und dies nicht nur durch stumpfen Frontalunterricht, sondern durch die kreative Auseinandersetzung mit dem Thema.

## Das IJK sagt Adieu zum Label „Medienmanagement“

Seit 2020 arbeitet das IJK daran, das BA-Programm Medienmanagement zu reformieren. Die offenkundigste Neuerung ist die geplante Änderung des Namens. Wir verabschieden uns nach gut dreißig Jahren vom Label „Medienmanagement“. Fortan soll das grundständige Studienangebot unter „Kommunikationswissenschaft“ firmieren. Vielen Ehemaligen dürfte die Umbenennung Stirnrünzeln bereiten. Doch die Änderung ist nötig, weil sich das Umfeld und der Gebrauch des Begriffs „Medienmanagement“ gewandelt haben. War der Name lange Zeit ein Alleinstellungsmerkmal des IJK und ein verständliches Produktversprechen von hohem Anwendungsbezug in der Wissenschaftlichkeit, so funktioniert dieses Narrativ heute nicht mehr. Denn zahlreiche Fachhochschulen haben Studienangebote namens „Medienmanagement“ aufgelegt. Dort wird das Label als Versprechen hochgradigen Anwendungsbezugs ohne die umfassende wissenschaftliche Fundierung gehandelt, die den Kern des IJK-Studiums ausmacht. Als Folge erleben wir, dass viele Studieninteressierte das IJK in einen Topf mit rein angewandten Studiengängen werfen, von denen wir uns de facto maximal unterscheiden.

Mit dem künftigen Namen „Kommunikationswissenschaft“ gewinnen wir die Unterscheidbarkeit auf authentische Weise zurück. Denn Kommunikationswissenschaft war schon immer der Kern des Studienangebots; Medienökonomie und -management gehörten zu den gelehrten Anwendungsthemen.

Jenseits der Umbenennung soll das BA-Programm durch die „eigentlichen“ Neuerungen noch attraktiver werden. Wir bündeln die Wahlpflicht-Seminare neu zu so genannten Vertiefungsgebieten, in denen knapp 60 Credit Points – ein Drittel des Studiums – erworben werden. Die Vertiefungsgebiete spiegeln die Kernthemen des IJK wider. Studierende können wählen zwischen (1) Data Science, (2) Management von Medien, Musik und Unterhaltung, (3) Politischer Kommunikation und (4) Gesundheits- und Umweltkommunikation. Robyn Moore-Memis brachte dazu die hervorragende Idee ein, auch eine „Bunte-Tüte“-Option zu schaffen. Wer sich nicht spezialisieren möchte, belegt über alle Vertiefungsgebiete hinweg die Kurse, die sie/ihn interessieren, und erwirbt den Abschluss ohne Zusatz „mit Schwerpunkt X“.

Neue Einführungsvorlesungen zu den Nachbarfächern der Kommunikationswissenschaft (Wirtschafts- und Politikwissenschaft, Soziologie und Psychologie) und ein „Reflektionsmodul“ vor dem Übergang vom BA-Abschluss in die nächste Phase (MA-Studium oder Berufstätigkeit) unterstützen die Studierenden zu Beginn bzw. zum Ende des Studiums.

Zugleich behalten wir die Ausbildungsphilosophie und alle bewährten Bausteine des IJK-Studiums bei. Knapp 90 Prozent der künftigen Studienordnung decken sich mit der bisherigen; die wenigen „neuen“ Inhalte werden, wie beschrieben, das bewährte Konzept weiter stärken, es aber nicht verändern.

Spätestens zum Winter 2023/2024 soll die Reform greifen; zuvor sind noch einige Genehmigungen zu besorgen. Auch für die Zukunft unter neuem Namen hoffen wir auf den wohlmeinenden Austausch mit den Ehemaligen des IJK. In Arbeitskreisen, beim KKeV, als Gastvortragende, Lehrbeauftragte oder in Auswahl-Kommissionen – die Institutsgemeinschaft profitiert enorm vom Engagement früherer Absolvent\*innen. Mit der BA-Reform schaffen wir dafür noch bessere Voraussetzungen in den neuen Vertiefungsgebieten. Wenn Sie dazu Fragen oder Anregungen haben, freuen wir uns. Funken Sie uns gerne auf unseren Social-Media-Kanälen an oder melden Sie sich direkt bei: christoph.klimmt@ijk.hmtm-hannover.de

Aktuelles



Foto: NLM, Kevin Münkel

*Er weiß, wovon er spricht: Bevor er Jurist und später Direktor der Niedersächsischen Landesmedienanstalt (NLM) wurde, war Christian Krebs Moderator für verschiedenste Radiosender. Warum das in seiner jetzigen Position hilfreich ist und was ihn an seiner Aufgabe als Honorarprofessor reizt, verrät er im Interview.*

## Das Ziel vor Augen

**Herr Krebs, am IJK kennt man Sie seit 2011 als Lehrbeauftragten für Medienrecht. Wie kam es dazu?**

Ich wurde von jemandem angesprochen, den ich sehr schätze: Prof. Dr. Tobias Gostomzyk, der heute an der TU Dortmund lehrt. Er hat mich damals gefragt, ob ich als zweiter Mann in dem Kurs einsteigen möchte. Das habe ich sehr gerne getan und bin geblieben.

**Inzwischen sind Sie zum Honorarprofessor ernannt worden. Was schätzen Sie an dieser Aufgabe?**

Ich mache das deswegen so gerne, weil ich immer wieder feststelle, dass die Teilnehmenden am IJK mit besonderem Interesse dabei sind. Die wollen was mitnehmen. Und dann macht es für einen Dozenten umso mehr Spaß.

**Dabei ist Medienrecht nicht unbedingt die leichteste Materie...**

Ich weiß, dass der Kurs nicht als der einfachste gilt, um es vorsichtig zu formulieren. Aber das kann er auch nicht, denn dazu ist das Thema zu wichtig. Wir müssen schon darauf achten, dass die Studierenden die Grundlagen der rechtlichen Rahmenbedingungen mitnehmen. Kleines Beispiel: Man sollte einfach wissen, dass man in Deutschland eine Zulassung braucht, wenn man einen Radiosender gründen will, oder was Schleichwerbung ist und was im Jugendschutz-Staatsvertrag steht. Aber wir versuchen natürlich, alles einigermaßen verständlich zu vermitteln.

**Haben Sie den Eindruck, dass sich die Herausforderungen in der Medienlandschaft gewandelt haben seit Sie Dozent sind?**

Ja, eindeutig. Was massiv zugenommen hat, ist die Gefahr der Desinformation. Natürlich gab es vor zehn Jahren auch schon Quellen im Netz, die fragwürdige oder tatsächlich falsche Informationen verbreiten haben. Aber die Frequenz, die Intensität und auch die Qualität sind inzwischen ganz anders. Das ist auch für uns Landesmedienanstalten eine große Herausforderung.

**Was genau machen Sie da eigentlich?**

In erster Linie bin ich Jurist und seit inzwischen 16 Jahren Teil der NLM. Im August 2020 habe ich deren Leitung übernommen und seit Beginn dieses Jahres auch die Koordination des Fachausschusses Regulierung der Medienanstalten. Generell beschäftigen uns viele verschiedene Themen – von der Aufsicht über Programminhalte, Werbung, den Jugendschutz bis hin zur Zulassung neuer Medienangebote. Ich bin in der glücklichen Lage, dass mir das immer noch alles sehr viel Spaß macht und ich jeden Morgen sehr gerne zur Arbeit gehe.

**Dabei hätten Sie auch einen ganz anderen Weg nehmen können...**

Stimmt. Ich komme aus den Medien und habe neben dem Jurastudium lange als Hörfunkmoderator gearbeitet und sogar einen Bürgersender in Lüneburg mitgegründet. Ich kenne die Radiolandschaft in Niedersachsen also von innen. Das ist super, wenn man Aufsicht macht, weil man weiß, wie es funktioniert. Nur für diejenigen, die beaufsichtigt werden, ist das nicht ganz so ideal, weil sie einem eben nicht mehr alles erzählen können. Das hat einmal zu der skurrilen Situation geführt, dass ich einen Teilnehmer in einem Kurs sitzen hatte, der nebenbei in einem Sender arbeitete, für den ich zuständig war. Das wusste ich aber nicht. Er hat mich dann auf einen Fall angesprochen, von dem er eigentlich gar nicht wissen konnte, weil er öffentlich nicht bekannt war, was mich sehr irritiert hat – bis sich herausstellte, dass er eben bei dem Sender arbeitet. Das war ganz witzig.

**Zum Abschluss: Welchen ultimativen Tipp haben Sie für unsere Studierenden und Alumni?**

Mir persönlich hat es im Studium und in der Zeit der Examensvorbereitung, die bei Jura durchaus anstrengend ist, geholfen, ein Ziel vor Augen zu haben. Ich wusste immer, wo ich hinwill und bin glücklicherweise genau dort gelandet. Wenn ich den Studierenden eine Art Leitspruch mitgeben sollte, würde ich sagen: „Man kann nur gut sein in Dingen, die man gern macht.“

Aktuelles

## Das IJK zu Gast beim Institut für Jazz/Rock/Pop der HMTMH und bei der MostWanted:Music in Berlin

**„Ich habe immer noch Gänsehaut ...“**

...sagt die Musikerin Luisa Kummerfeld, wenn sie an das erste HYPE & Friends Agency-Festival für Young Professionals zurückdenkt. HYPE & Friends, das ist ein Agency-Musik-Festival, das künstlerisch überzeugende junge Musiker\*innen, spannende Panels und hochkarätige internationale Referent\*innen zusammenbringt.

All das war im März 2021 jedoch noch nicht absehbar, als sich Raphael Thöne, Direktor des Jazz/Rock/Pop-Instituts (JRP, HMTMH), und Carsten Winter (IJK) für die strategische Planung der Re-Akkreditierung der JRP-Programme zusammensetzten. Eine Frage, die dabei besonders im Fokus stand: Wie können die bestehenden künstlerischen Module so erweitert werden, dass junge Künstler\*innen Zugang zu aktuellem (Praxis-) Wissen, neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen und renommierten Expert\*innen erhalten? Vor dem Hintergrund der langjährigen Forschung und Lehre am IJK zu erfolgreichen Musik-Festivals (z. B. mit Detlef Schwarte, Mitgründer des Reeperbahnfestivals) war schnell klar, dass die Antwort auf diese Frage ein innovatives HMTMH-Agency-Festival für Young Professionals und ihre Educators (= HYPE) ist, das Künstler\*innen mit offenen Formaten einlädt, sich aktiv einzubringen.

Die Re-Akkreditierung wurde zwar verschoben, doch das HYPE & Friends fand statt. Das Festival begeisterte mit berührender Musik und tollen Agency-Art-Labs mit internationalen, virtuell zugeschalteten Gästen, die bspw. über das komplexe Design von Künstler\*innen-Karrieren (Guy Morrow, University of Melbourne) oder die Rolle von Festivals für junge Musiker\*innen (Eric Hitters, Erasmus Universität Rotterdam) sprachen. Wer auch (oder noch mal) Gänsehaut spüren möchte, der öffne diesen Link: <https://hypeandfriends.org/>

**HYPE & FRIENDS**  
jazz & pop art-lab festival

**Ein besonderes Highlight: Niedersachsen als Partnerland der MW:M 2021**

Die Exkursion zur Musikwirtschaftskonferenz MostWanted:Music (MW:M) ist eine langjährige Tradition der Erstsemesterstudierenden des Masters „Medien und Musik“. Auch in 2021 wurde diese Tradition unter völlig neuen Vorzeichen wieder aufgenommen: Das Land Niedersachsen war diesmal das Partnerland und somit der zentrale Fokus der MW:M. So viel Interessantes über Musik, Musikwirtschaft und Musikpolitik und das sogar aus dem eigenen Bundesland – ein echtes Highlight für die Studierenden des IJK! Vorgestellt wurden u. a. das HYPE & Friends als Agency-Innovation in der Jazz- und Pop-Ausbildung (Raphael Thöne, HMTMH), die Musikstadt-Strategie Osnabrücks (Patrizia Mersinger, Kulturverwaltung), die Ziele der UNESCO City of Music Hannover (Alice Moser, Kulturverwaltung) und sechs großartige Acts aus Niedersachsen: Michele v. Wussow, Luisa Kummerfeld, Ottolien, Sabi, Modesha, Joy Bogat & Jules the Fox.

Forum 2021

# IJK Forum #digitaledition



Hinter den Kulissen im Studio an der Expo Plaza, aus dem das IJK Forum übertragen wurde



Backstage sorgte ein motiviertes Technik-Team für einen reibungslosen Ablauf.



Public Viewing im Posslerschen Garten – mit den IJK-Mitarbeitenden wurde hier gemeinsam auf die Promotion von Daniel Possler angestoßen



Christoph Klimmts 'oscarreifer' Auftritt bei seiner Dankesrede zum Sieg im „Prof of the Year“-Wettbewerb

## Ein etwas anderes Forum

„Herzlich Willkommen liebe Zuschauer\*innen (...) zum IJK Forum 2021“ – so tönte es am 10. Juli 2021 aus den Lautsprechern. Alles wie immer also? Fast: Die Vorbereitungen für das Event liefen auf Hochtouren, Absolvent\*innen waren nervös, die Outfits schick und die Programmpunkte standen. Aber die Moderator\*innen Greta Kortenacker und Magnus Frese befanden sich nicht im Richard-Jakoby-Saal, sondern an zwei Sets im Studiotheater an der Expo-Plaza. Und die Zuschauer\*innen saßen nicht vor einer Bühne, sondern versammelt in kleinen Runden vor ihren digitalen Endgeräten. Kein Zweifel besteht daran, dass die Abschlussfeier des IJK in diesem Jahr eine andere Gestalt hatte: Alte Traditionen wurden bewusst neu interpretiert – multimedial und hoch kommunikativ, ganz im Sinne des Instituts!



## Im Studio ...

„Aller Anfang ist schwer.“ Dieses Sprichwort muss wohl bei den Vorbereitungen des Forums der Leitsatz gewesen sein. Zweimal musste das Event verschoben werden: Die ursprünglich geplante Feier unter dem Motto „Goldene 20er Jahre“ wurde aus Pandemiegründen auf den nächsten Sommer verschoben und mit dem Titel „IJK Midsummer-Night“ angesetzt. Schließlich plante man das Fest aufgrund der Pandemie zum „IJK Forum #digitaledition“ um. Turbulent wie sonst selten ging es bei den Vorbereitungen für diese Abschlussfeier zu: Da das Format auf diese Weise noch nie stattgefunden hatte, wurde sozusagen bei Null angefangen. Es musste alles sehr schnell gehen und dem Hauptorganisationsteam, bestehend aus Nina Elsler, Leonie Geßener, Julian Hinrichsen und Johannes Düselder blieb am Ende nur noch ein paar Wochen, um das finale Forum zu planen. Hinzu kamen die damals strikten Corona-Regelungen: „Wir konnten nahezu niemanden vor Ort haben und daher haben wir versucht, digitale Lösungen zu finden,“ sagt Johannes Düselder. So wurden Programmeinlagen und Reden sowohl vor Ort vorgetragen als auch als vorproduzierte Videos eingespielt. Hybrid ging es auch musikalisch weiter: Moritz Schäfer leitete mit dem selbstkomponierten Klavierstück „Henry“ im Studio vor Ort den Abend ein. Anders war es bei der Band des Studiengangs Medien und Musik. Diese nahm alle Songs vor dem Event in einem kleinen privaten Proberaum auf. Normalerweise werden die Songs der Band passend zum Motto des Forums ausgewählt. In diesem Jahr sollten die Lieder jedoch vor allem Mut in Pandemie-Zeiten vermitteln. So wurden „I'm still standing“ von Elton John und das Intro von Dragon Ball Z „Du wirst unbesiegbar sein“ zu Anti-Corona-Hymnen erklärt.

## ... zuhause ...

Ob Pizza- oder Gartenparty, es wurde sich versammelt! Viele Absolvent\*innen reisten nach Hannover, um diesen besonderen Moment des Sprungs von Student\*in zu Absolvent\*in zusammen mit ihren Kommiliton\*innen zu erleben. Auch wenn es keine große gemeinsame Feier gab, versammelten sich doch viele Schaulustige in kleinen Gruppen.

Um den Abstand zwischen den Zuschauer\*innen und dem IJK kleiner erscheinen zu lassen, überwand etwa einhundert Päckchen die Entfernung vom Institut zu den Absolvent\*innen. Auf das Kommando von Eva Baumann wurden diese zeitgleich geöffnet. Die Freude war groß, als die Studierenden darin Absolventenhüte, Fotoautomaten-Zubehör für lustige Selfies und kleine Überraschungen fanden.

IJK-Mitarbeiter Daniel Possler hat Ende 2020 seine Promotion abgeschlossen und wurde daher ebenfalls im Rahmen des Forums geehrt. Seine Kolleg\*innen vom Institut hat er aus diesem Anlass zum „Public Viewing“ in den heimischen Garten eingeladen. „Wir haben Bänke und Tische in den Garten gestellt, uns mit kühlen Getränken und leckerem Essen versorgt und den Stream verfolgt. Es war ein sehr schöner Abend“, so Possler. Im Institut sei es guter Brauch, nach erfolgreicher Promotion die anderen Mitarbeiter\*innen auf ein gemeinsames Essen oder eine kleine Party einzuladen, erklärt Possler. Aufgrund der Corona-Pandemie habe es vor dem Forum aber keine Gelegenheit dazu gegeben. „Mit der Einladung zum Public Viewing wollte ich mich bei meinen Kolleg\*innen für die wunderbare Unterstützung bedanken“, sagt Possler. Auch beim Public Viewing selbst konnte Possler auf die Unterstützung seiner Kolleg\*innen bauen: „In der Pause des Programms hat mich Sophie Bruns dankenswerterweise von der Party zur Expo Plaza gefahren, da ich noch eine Rede im Studio gehalten habe. Direkt danach sind wir wieder zurück zur Party.“ Die Feierlichkeiten im Garten reichten noch weit über das offizielle Programm des Forums hinaus...

## ... und im Netz

Um die Distanz auch digital zu überbrücken, hatten sich die Organisator\*innen ein paar besondere Aktionen einfallen lassen und machten dabei von der geballten Medienkompetenz des IJK Gebrauch: Neben dem Taggen, Posten und Kommentieren über YouTube und Instagram konnte man sich während der Veranstaltung und in den Pausen auch über die Plattform Wonder.Me digital treffen und austauschen.

Eine aktive Beteiligung am Geschehen war für die Zuschauer\*innen auch von zu Hause aus möglich. Kopf an Kopf traten die Professor\*innen des IJK in einem „Prof of the Year“-Wettbewerb gegeneinander an: Wer reißt die besten Witze? Wer ist am besten gekleidet? Und wer drückt sich am kompliziertesten aus? Das Publikum konnte online abstimmen. Es blieb spannend bis zum Schluss, die vier Kandidat\*innen fieberten um den Sieg. Am Ende hielt Christoph Klimmt jubelnd den Pokal in die Höhe: „Danke, danke, ich habe hart dafür gekämpft! Ich danke meinen Backern, das ist großartig!“ Es war ein schöner und erheiternder Augenblick zum Ende eines erfolgreichen Forums.

Nach einer so intensiven Vorbereitungszeit fühlten sich die finalen Momente des Forums für alle Mitwirkenden umso schöner an: Während des Outros versammelten sich die Mitwirkenden vor Ort und freuten sich gemeinsam, dass alles so gut geklappt hatte – ein Moment, der in Erinnerung bleibt. Gleich und doch anders, aufregend und emotional, auf Distanz, aber dennoch miteinander verbunden, multimedial und hochkommunikativ – typisch IJK.

## Abschlussarbeiten

## Bachelor Medienmanagement

**ACKERMANN, TIMO**

Grenzgänger mit Millionenreichweite – Warum ist Illegales so faszinierend? Eine empirische Untersuchung am Beispiel des YouTuber's shiey

**BACHA, SARAH**

Nachgekauft! Eine empirische Untersuchung der Bedeutung von Mode-InfluencerInnen im Kaufentscheidungsprozess von Instagram-NutzerInnen

**BIEBER, MAJA**

Das Spiel mit der Provokation: Wie sich zu provokante und grenzüberschreitende Werbung auf die Kaufintention der Rezipient\*innen auswirkt und welche Rolle die Emotion Wut dabei spielt

**BÜHRIG, ANTONIA**

Die Zeiten gendern sich – Nicht cis-geschlechtliche Identitäten in der Werbung – Eine empirische Untersuchung zur Wirkung von nicht cisgeschlechtlichen Identitäten in der Werbung unter Berücksichtigung beeinflussender Faktoren

**BUSSE, PAULINE**

Sagen, was (nicht) ist? Eine qualitative Studie zur Vertrauenskrisenreparatur im Journalismus am Beispiel vom Fall Relotius

**BYTYCI, ISABELLA**

Die Theorie der Schweigespirale im Kontext kollektiver Gesundheitsthemen – Inwiefern lässt sich die Theorie der Schweigespirale im Kontext der Corona-Pandemie anwenden?

**FREESE, JOHANNA**

Glaubwürdige Influencer\*innen? Eine experimentelle Studie zum Einfluss von Influencer Werbung für nachhaltige Produkte auf die wahrgenommene Glaubwürdigkeit

**GLINSKI, THERESA**

Die Auswirkungen von Wearables in Abhängigkeit unterschiedlicher Nutzungsmuster – Die positiven und negativen Konsequenzen der Nutzung von Aktivitätstrackern und Smartwatches

**HAGEMANN, ANNIKA**

Das Entlastungspotenzial von digitaler interpersonaler Mediennutzung für Personen ab 65 Jahren in der sozialen Isolation der Covid-19-Pandemie

**HALLER, LAURA**

Können Geschichten die Welt verändern? Eine experimentelle Untersuchung zum Einfluss der narrativen Kommunikationsform von Umweltdokumentationen auf die umweltbewusste Verhaltensintention der RezipientInnen

**HEIDE, CHRISTOPH**

Alles endet (aber nie die Musik) – Eine qualitative Untersuchung der digitalen Selbstvermarktung auf Social Media Plattformen, bei ausgewählten Pop-Musik-Künstler\*innen unter dem Einfluss der Covid-19-Pandemie

**HENSEL, JOHANNES**

„Ich bin dann mal weg“ – Eine qualitative Untersuchung der Motive zur Durchführung eines Digitalen Detoxes

**HERZOG, MICHELE**

Compare to Despair? Der Einfluss von sozialen Vergleichen auf die Lebenszufriedenheit und der Moderator Achtsamkeit

**JANKE, LUKAS**

Das Fleisch-Paradoxon – Eine kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Phänomen der fleischbezogenen kognitiven Dissonanz

**KAISER, RUDOLF**

Die Bereitschaft zur Meinungsäußerung auf sozialen Netzwerkseiten im Spannungsfeld von Schweige-Spirale und politischer Selbstwahrnehmung

**KITTMANN, SOPHIE**

Achtsame Smartphone-Nutzung: Ein Widerspruch in sich? – Eine quasi-experimentelle Untersuchung zum Einfluss der Meditations-app 7Mind auf den Umgang mit dem Smartphone und auf das Stressempfinden

**KLEIN, DANIEL**

Wahrer Fußball oder Ware Fußball? Fan-Identität in Zeiten der Kommerzialisierung – Anwendung des Elaboration Likelihood Model auf den Forschungsgegenstand Kommerzialisierung des Profifußballs sowie Untersuchung der Strategien von Fans zur Verteidigung ihrer Fan-Identität

**KÖHLER, MAX**

Print.Sucht.Frame – Wie werden Alkoholsucht und von einer Alkoholsucht betroffene Menschen in den Print-Medien dargestellt?

**KÖHLER, URS**

Wann macht Homeoffice glücklich? Eine empirische Untersuchung von Einflussfaktoren auf die Arbeitszufriedenheit und das Stressempfinden von Personen, die im Home Office beschäftigt sind

**KUHLS, ANNE**

Digitalisierung im Eilverfahren – Wie verändert der Einsatz digitaler Kommunikationsmittel während der Corona-Pandemie die soziale Beziehung zwischen Lehrer\*innen und Schüler\*innen?

## Abschlussarbeiten

**LORENZ, ANNA-LENA**

Und wie partizipierst Du? Eine quantitative Untersuchung des Einflusses von sozialen Normen auf die politische Partizipation

**LÖW, FINN**

Ökonomische, soziale und kulturelle Werte von Livestream-Konzerten und anderen Videoformaten in der klassischen Musik – eine qualitative Untersuchung

**MARCH, LEON**

Werbewirkung zur Elektromobilität am Beispiel des Volkswagen ID.4 – Eine experimentelle Studie zur Wirkung von Werbeclips zur Elektromobilität

**METZEN, MARTIN**

Inwiefern verändert sich durch die Digitalisierung die Wahlkampfkommunikation auf der kommunalpolitischen Ebene? Eine qualitative Untersuchung der Wahlkampfkommunikation anhand von Kommunalpolitiker\*innen der SPD

**MEYER, CLEMENS**

Strategien von Filmfestivals in Deutschland im Umgang mit den durch die COVID-19 Pandemie geltenden Einschränkungen unter dem Gesichtspunkt der wirtschaftlichen Bedeutung der Festivals für den deutschen Film – Eine qualitative Untersuchung der Strategieentwicklung und deren Auswirkung auf wirtschaftliche Aspekte anhand von Interviews mit Filmfestivalleiter\*innen

**MEYER, DOROTHEA**

Nie wieder „Slut“! Zur Wirkung einer unterhaltenden Präventionskampagne gegen das Phänomen „Slut-Shaming“ zur Minderung von sexueller verbaler Diskriminierung gegenüber Frauen

**MOLTZAHN, MARTA**

Unterstützung da bieten, wo andere sich ablenken – Die Möglichkeiten und Grenzen der sozialen Unterstützung in sozialen Medien hinsichtlich der psychosozialen Gesundheit

**MORAIS DUARTE, ASHLEY**

Let's Talk about SEXism – Eine experimentelle Untersuchung zum Einfluss der sexualisierten Objektifizierung des Erscheinungsbildes einer Influencerin auf ihre Glaubwürdigkeit und ihre politischen Botschaft

**NEUMANN, ANNA**

Kunst oder Konsum? Eine empirische Untersuchung zur Wirkung von Produktverlinkungen auf die visuell-ästhetisch empfundene Unterhaltsamkeit und das Gefallen von Unternehmensbeiträgen auf Instagram

**PAYLOVSKY, MARIE**

Blackfishing: Warum Ethnizität kein „Trend“ ist – Eine empirische Untersuchung der rezipientenseitigen Wahrnehmung von kultureller Aneignung in Form von Blackfishing bei Influencerinnen auf Instagram

**PETERSEN, FINJA**

Der Algorithmus und Du – Eine quantitative Untersuchung zum Bewusstsein für algorithmische Vorselektion und nutzerzentrierte Personalisierungsmöglichkeiten in sozial Netzwerken

**RASCH, LUCA-SOFIE**

„Männer würden auch nicht zweifeln“ – Eine qualitative Untersuchung zum Einfluss beruflicher und privater Kommunikationserfahrungen auf die Bereitschaft von Frauen, sich für Führungspositionen zu bewerben

**SCHLUTTER, MARIE**

Sexualisierung der Frau auf Instagram – Eine empirische Analyse des Vorkommens und der Auswirkungen von Sexualisierungen auf Instagram

**SCHROETER, JONAS**

„That was awesome!“ Eine quantitative Sekundäranalyse der Motive und Medienkanäle beim social sharing der Emotion awe am Beispiel von herausragenden Urlaubserlebnissen

**SCHUMACHER, LISA**

Rap(e) – Eine experimentelle Untersuchung zur Wirkung von frauenfeindlichen und gewaltverherrlichenden Deutschrhythmus unter Berücksichtigung beeinflussender Faktoren

**SIEKMANN, PHILIPP**

Die sind doch alle gedopt?! Eine experimentelle Untersuchung über den Einfluss der Dopingberichterstattung auf das Unterhaltungserleben beim Biathlonsport

**THIEVES, RHODA**

Konstruktiver Journalismus = Erfolgreicher Journalismus?! Eine experimentelle Untersuchung der Wirkung von konstruktivem Journalismus auf die emotionale Reaktion und die Einstellung zur Medienmarke der Befragten

**TROST, CHRISTOPHER**

Medienpädagogik vs. Fake-News: Eine qualitative Untersuchung der Medien- und Nachrichtenkompetenzförderung in der außerschulischen Jugendarbeit

**TRUMANN, MATTI**

How to save our planet with nature documentaries – Wie sich das Rezipieren von modernen und traditionellen Naturdokumentationen auf die Reisemotivation, umweltschützende Verhaltensintentionen und das Unterhaltungserleben auswirkt

**WAGNER, LUISA**

Nachhaltigkeitskommunikation in der Modebranche – Welchen Effekt hat Nachhaltigkeitskommunikation auf die Attitude-Behaviour-Gap in der Modebranche?

**ZABLOTNY, JULIA**

Was sind die Beweggründe von Menschen, die „achtsame“ Medieninhalte, wie Apps zum Meditieren, nutzen und welche Auswirkungen ergeben sich dadurch in deren Alltag?

## Abschlussarbeiten

## Master Medienmanagement &amp; Master Kommunikations- und Medienforschung

**GAHR, LEONIE**

Selbstdarstellung um jeden Preis? Eine qualitative Untersuchung ökonomischer Strategien der Selbstdarstellung deutscher SpitzensportlerInnen auf Instagram

**HACHMEISTER, VIOLA**

Ein Modell zur Evaluation automatischer Audio-Transkriptionssoftware zur nachträglichen Transkription von audio-visuellen Inhalten für den Einsatz in der Kommunikationswissenschaft

**JANZ, AMELIE**

#CyberMonday – die besten Deals! Fear of Missing out als Erfolgsstrategie im Marketing? Eine empirische Untersuchung des Zusammenhangs von Personenmerkmalen und der Wirksamkeit kommerzieller Fo-Mo-Appelle

**LEUPPERT, ROBIN**

Wie normativ ist Risikoinformationshandeln? Eine sekundäranalytische Betrachtung des Einflusses von Informationssuch- und Informationsvermeidungsnormen auf Informationssuche und -vermeidung am Beispiel COVID-19

**MIERISCH, MAJA**

Wie immunisiert man sich gegen eine Infodemie? Eine explorative Untersuchung der Rolle der Informationsvermeidung im Verlauf der Corona-Krise

**OLBERMANN, ZOE**

True Colours? Eine experimentelle Studie zur Untersuchung affektiver und kognitiver Wirkungsmechanismen von Diversity Werbung: eine Betrachtung von Diversity Washing

**PFEIFFER, LEONIE**

Studienabbrüche in Online-Befragungen – Eine empirische Experimentalstudie zur Untersuchung des Verhältnisses zwischen forschungsethischer Güte und Datenqualität in standardisierten Online-Befragungsstudien

**RANKE, SEBASTIAN**

Migration von Komponist\*innen – Eine qualitative Analyse der Lebens- und Arbeitssituationen von immigrierten nordostasiatischen Komponist\*innen der Neuen Musik in Europa

**SPREEN, NICO**

Populismus & der Wunsch wütend zu bleiben – Eine empirische Untersuchung der Entscheidung für die Suche und Vermeidung politischer Informationen anhand der Theorie des motivierten Informationsmanagements

**TROMPETER, CHRISTOPH**

Die Determinanten der Sehbeteiligung von Fußballübertragungen in Deutschland – Eine Analyse der Fußball-Bundesliga auf Sky und in der ARD-Sportschau

**WILLENBROCK, GREGOR**

Kommunikationsprozesse in Free and Open Source Software Gemeinschaften am Beispiel der Corona-Warn-App – Explorative mixed-methods Untersuchung von gerahmten Akteur\*innenkonstellationen auf der Social-Coding Plattform GitHub



## Abschlussarbeiten

## Master Medien und Musik

**DOMBERG, SIMON**

Warum sind Coverversionen auf Spotify und in den US-Charts erfolgreich? Eine systematische Untersuchung musikalischer und genrespezifischer Eigenschaften als mögliche Grundlagen des Erfolgskonzepts von Coverversionen

**DÖRRIES, CLAS**

The Spirit of Playlist? Eine quantitative Untersuchung der Nutzungsbedürfnisse hinter fremdkuratierten Playlisten von Streaming-Diensten und Formatradiosendern im Vergleich

**FISCHER, TIM**

Musikstreaming und Alltagspraktiken – Genderrepräsentation in Spotifys kuratierten und kontextualisierten Playlisten

**KESSLER, JULIAN**

„No Sacrifice Too Great“ – Musikwissenschaftliche Analyse von Marschmusik in First-Person-Shootern als Teil des Hurra-Patriotismus-Narrativs

**KLÖPPER, ALINA**

Dekonstruktion als medienästhetisches Konzept anhand des Londoner Labels PC Music – Eine multiperspektivische Analyse

**KOCH, KATHARINA**

Von der Schallplatte zu Spotify – Die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Musikkonsum

**LEITL, LENA**

Die Beteiligung von Musikkünstler\*innen an der historischen Medienentwicklung – Wie waren Musikkünstler\*innen mit ihren Wertschöpfungsaktivitäten an der Entwicklung jeweils historisch neuer Medien beteiligt?

**TEICKNER, VICTORIA**

Potenziale und Herausforderungen popkultureller Bildungsprojekte im Rahmen der Jugendkulturarbeit in ländlichen Räumen bezogen auf Aspekte sozialer Nachhaltigkeit – Eine qualitative Analyse am Beispiel des Projekts Pop To Go Südliches Vorpommern

**VATHKE, DANIELA**

Gründe für den Nichtbesuch von Konzerten Populärer Musik aus kultursoziologischer Sicht – Eine quantitative Untersuchung anhand der Theory of Planned Behaviour

**WASSERMANN, MARTIN**

User-Centric Fair Pay via Blockchain – oder was ist die Lösung? Chancen und Perspektiven für Künstler\*innen im Geschäft mit Musikstreaming

**ZOIKE, ANNE-KRISTIN**

Opern-Streaming: Notlösung in der Krise oder zukunftsweisende Rezeptionsform? – Eine qualitative Untersuchung zur Rezeption von Opern-Streams in Zeiten der Corona-Pandemie

Ihr könnt nicht genug vom IJK bekommen und wollt bis zur nächsten IJK-Plaza weiterhin auf dem Laufenden bleiben? Dann folgt uns bei Facebook, Instagram oder schaut hin und wieder mal auf unserer Website vorbei:

[www.ijk.hmtm-hannover.de](http://www.ijk.hmtm-hannover.de)  
[www.facebook.com/IJK.Hannover/](https://www.facebook.com/IJK.Hannover/)  
 Instagram: [ijk\\_hannover](https://www.instagram.com/ijk_hannover)



Die MADSACK Mediengruppe verfügt über ein vielfältiges Produktportfolio: Von der Tageszeitung über Online-Portale, Apps und digitale Kommunikationslösungen bis hin zu Post, Logistik sowie Film- und Fernsehdienstleistungen ist alles dabei. Der MADSACK Medien Campus begleitet Nachwuchskräfte intensiv und vernetzt sie miteinander.

## **STARTE DEINEN KARRIEREWEG IN DEN MEDIEN BEI UNS:**

- Vielfältige Trainee-Programme (u.a. in den Bereichen: Medienmanagement, Data und Personal)
- Multimediales Volontariat (Lokal oder im RND)

## **DU HAST INTERESSE?**

Dann informiere dich auf unserer Website und folge uns auf unseren Social Media Kanälen!

## **MEHR INSIGHTS**

