



Gestalte  
mit uns den  
Wandel!

## Wir setzen auf das Zukunftspotenzial lokaler und regionaler Medien.

Entdecke deine Möglichkeiten in einem der führenden Medienunternehmen in Deutschland. Ob Praktikum, Duales Studium oder Trainee-Programm – MADSACK bietet jungen Talenten vielfältige Chancen auf einen spannenden Einstieg in die Medienbranche.

Zum Portfolio der MADSACK Mediengruppe zählen 15 Zeitungstitel, reichweitenstarke Digital-Angebote sowie mehr als 30 Anzeigenblätter. Zum Verbund gehören weiterhin diverse auf Verlagssdienstleistungen spezialisierte Tochterunternehmen. Hinzu kommen Eigengründungen und Beteiligungen aus den Bereichen Digitalgeschäft, Post und Logistik, Film- und Fernsehproduktion sowie Werbung und Kommunikation.

# 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 24  
01.2016



## Hello & Goodbye!

Das IJK verabschiedet Gründungsprofessorin Beate Schneider in  
den Ruhestand und begrüßt Eva Baumann als neue  
Professorin am Institut.

**Impressum**

Kommunikationskultur e.V. (KKeV)  
 Förderverein des Instituts  
 für Journalistik und Kommu-  
 nikationsforschung  
 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: info@kkev.org  
 Internet: www.kkev.org

Verantwortlich und Redaktion:  
 Daniel Possler, Tobias Leuschner,  
 Elena Link  
 Fotografen: Sarah von Hören,  
 Hauke-Christian Dittrich, Jan  
 Becker, Alexander Schmidt  
 Gestaltung: Dievision GmbH,  
 Hannover  
 Druck: Mediengruppe Madsack,  
 Göttingen



**IJK-PLAZA**

**Liebe Leute am IJK und ums IJK herum,**

ein bewegtes Jahr liegt hinter der Institutsgemeinschaft. Damit meine ich nicht den ohnehin dynamischen Veränderungsbetrieb, den unsere Studierenden entfachen – natürlich haben uns auch unsere neuen Studierenden, unsere Absolventinnen und Absolventen des akademischen Jahres 2014/2015 bewegt. Vielmehr blicken wir auf einschneidende Veränderungen, große Fortschritte und runde Jubiläen zurück, die im Jahr 2015 das Institutsleben geprägt haben. Ich drücke das mal per Hashtag aus:

- #beateschneider**
- #evabaumann**
- #gunterreus65**
- #helmutscherer60**
- #IJK30**

Und das sind nur die ganz großen Themen – und Persönlichkeiten –, durch die das Institutsjahr 2015 so bewegt war. Willkommen zur neuen „Plaza“, die die vielen Veränderungen und chronikrelevanten Begebenheiten für uns ausbreitet und Revue passieren lässt.

„Willkommen“ ist überhaupt ein gutes Stichwort, haben wir doch dieses Jahr unsere neue Professorin Eva Baumann und einen ganzen Schwung wissenschaftlicher Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit diesem Zuruf herzlich begrüßt: Dorothee Hefner, Aljoscha Paulus, Stefanie Wahl, Julia Niemann, Doreen Reifegerste und ganz aktuell Fabian Czerwinski verstärken das Institutsteam, ein bemerkenswerter und höchst erfreulicher Zuwachs, dem allerdings auch der Weggang der erfolgreich promovierten Kollegin Alexandra Sowka gegenüberstand.

Willkommen heißen hat das Institut auch zahlreiche Gäste, mit denen wir wissenschaftlich getagt (und über Werbekommunikation diskutiert) und gefeiert haben, nämlich die runden Geburtstage der Kollegen Gunter Reus und Helmut Scherer, das Institutsjubiläum, den erfolgreichen Abschluss zahlreicher Studierender – und die Pensionierung von Beate Schneider. Von

„Schneider“ zu „einschneidend“ ist es ja sprachlich nicht weit, und exakt so erlebt die Institutsgemeinschaft den Verlust, der mit ihrer Pensionierung einhergeht. Die Festreden, die anlässlich ihrer Verabschiedung am 6. November gehalten wurden, ließen die fürsorgliche Führungsleistung, die pragmatische Forschungsweise, das herausragende Mentorship, die unermüdete Praxisvernetzung von Beate Schneider – kurz: ihre immensen Verdienste um das Institut, seine Menschen und seine einzigartige akademische Betriebskultur hervortreten. Durch 30 Jahre aktives Wirken hat Beate Schneider den Wesenskern des IJK geprägt, den wir heute in unserem Leitbild darstellen: exzellent, praxisrelevant, fürsorglich. Wir wünschen Beate Schneider von Herzen alles Gute und freuen uns sehr, dass sie längst an neuen Projekten am IJK arbeitet – Büro 4.41 ist ihre neue Heimat auf dem Institutsflur.

Vor lauter Außergewöhnlichem soll der Direktor nicht vergessen, den Angehörigen der Institutsgemeinschaft, den Freunden, Förderern, Ratgebern, Ehemaligen und Partnern des IJK von Herzen Dank zu sagen. Auch in 2015 konnte das IJK auf Sie und Euch bauen. Unser besonderer Dank gilt Daniela Schlüt, die nicht nur in diesem Jahr ihre Habilitation erfolgreich abgeschlossen hat, sondern maßgeblich die großen „Events“ dieses außergewöhnlichen Jahres der Institutsgeschichte hat Realität werden lassen. Ihr Engagement steht beispielhaft und vorbildlich dafür, was das IJK ausmacht und, so hoffen wir, auch in den kommenden 30 Jahren ausmachen wird.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen und Euch eine genussvolle Lektüre und von Herzen alles Gute für das Jahr 2016.

*Christoph Kliment*

**Inhaltsverzeichnis**

Rund ums IJK	04 – 06
Aktuelles	07 – 09
Praxis Perspektiven	10
Zu Gast	11
Was macht eigentlich ...?	12
Promovenden & Habilitanden	13
Workshops & Tagungen	14
Publikationen & Vorträge	15
<b>Abschlussarbeiten</b>	
Bachelor Medienmanagement	16 – 17
Master Medienmanagement	18
Master Medien und Musik	19

**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 das studentische Zusammenleben. Die zentrale Idee des Vereins besteht dabei im Networking und dem gemeinsamen Engagement aktueller 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 dabei Lehrveranstaltungen, um das Lehrangebot durch Erfahrungen von Referenten aus der Praxis ergänzen zu können, sowie die Ausrichtung und Teilnahme an Tagungen. Außerdem werden auch studentische Initiativen unterstützt, um so das gesamte studentische Leben am Institut zu verbessern.

Um aktuelle und ehemalige Studierende zusammenzubringen, richtet der KKeV zudem über das ganze Jahr hinweg verschiedene Veranstaltungen aus. Der Höhepunkt ist dabei sicherlich das jährliche IJK-Forum zu Beginn des Wintersemesters, aber auch das IJK-Sommerevent mit der anschließenden



Zum Mitgliedsantrag des KKeV

Night of the Profs zum Ende des Sommersemesters hat schon Tradition, genauso wie das Running Dinner oder die weihnachtliche Spätvorlesung. 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. Um dies weiter zu verbessern, wird außerdem ab 2016 ein regelmäßiger KKeV-Newsletter verschickt. Anmelden kann man sich auf der Webseite des KKeV (kkev.org) und bleibt so immer informiert über aktuelle Veranstaltungen, Förderungen oder Stellenausschreibungen oder kann selbst Informationen über den Newsletter verschicken.

**Als Förderverein unterstützt KKeV das IJK gemeinsam mit**

- aserto GmbH & Co. KG, Hannover
- B&B. Markenagentur GmbH
- Dievision GmbH, Hannover
- different GmbH Strategieagentur für Marken und Kommunikation, Hannover und Berlin
- Neoskop GmbH
- nordmedia Film- und Mediengesellschaft Niedersachsen/Bremen mbh
- RCKT. ROCKET COMMUNICATIONS GMBH & CO. KG
- Serviceplan Berlin GmbH & Co. KG
- Ullstein Buchverlage GmbH
- Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH
- Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG
- VGH

## Rund ums IJK



Unsere neuen Studierenden im Bachelorstudiengang Medienmanagement

## Ausgezeichnete Leistungen

Die Absolventinnen und Absolventen sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Instituts konnten sich 2015 gleich mehrfach über Preise freuen. Sarah Geber erhielt für ihr Dissertationsprojekt „Wie Meinungsführer Meinungen kommunizieren“ den Herbert von Halem Nachwuchspreis. Mit der Auszeichnung honoriert der kommunikations- und medienwissenschaftliche Nachwuchs der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) gemeinsam mit dem Herbert von Halem Verlag das vielversprechende Dissertationsprojekt der IJK-Mitarbeiterin. Zudem wurde bereits zum vierten Mal in Folge eine Masterarbeit am IJK mit dem Lazarsfeld-Stipendium prämiert. In diesem Jahr erhielten Lena Hautzer und Daniel Possler diese Auszeichnung der Fachgruppe Methoden in der DGPK. Darüber hinaus wurden die IJK-Absolventen Kathrin und André Kistner mit ihrem Unternehmen Qualitize als beste Existenzgründung der Metropolregion Hamburg mit dem 14. Hamburger Gründerpreis ausgezeichnet.

## Das IJK hilft Geflüchteten

Wie viele andere Organisationen leistet auch das IJK einen Beitrag zur Unterstützung von Geflüchteten. Insbesondere die aktuelle Situation der Geflüchteten, die in unmittelbarer Nähe des Instituts im Deutschen Pavillon untergebracht sind, soll dabei verbessert werden. Initiiert und unterstützt von Christoph Klimmt, Eva Baumann und Dorothee Hefner haben sich verschiedene Gruppen von motivierten und engagierten Studierenden zusammengetan, um zu helfen. Ein Kinoprojekt und Spielangebote für Kinder sind bereits angelaufen, weitere Projekte wie beispielsweise Einladungen in unsere Räume zum spielerischen Deutschlernen sind in Planung. Darüber hinaus fand eine Spendenaktion auf der IJK-Weihnachtsfeier 2015 statt: Anstelle des klassischen „eingekauften“ Buffets und von Wichtelgeschenken gab es ein buntes „Mitbringsbuffet“. Das gesparte Geld wird an das DRK zur Unterstützung von Geflüchteten gespendet. Wir danken den Studierenden und allen anderen hochmotivierten Helfern und Spendern für ihr Engagement!

## Festliche Geburtstage

Wir konnten 2015 gleich zweimal gratulieren: Gunter Reus wurde 65 Jahre alt, und Helmut Scherer beging seinen 60. Geburtstag. Anlässlich dieser Jubiläen ehrten namhafte Rednerinnen und Redner auf einem feierlichen Festakt die akademischen und persönlichen Verdienste der beiden. Prof. Dr. Nicole Gonser (FH Wien) erinnerte mit Fotos an gemeinsame Erlebnisse mit Gunter Reus im russischen Tomsk. Prof. Dr. em. Arnulf Kutsch (Uni Leipzig) würdigte Reus' wissenschaftliche

Verdienste in der Journalismusforschung. Helmut Scherer wurde von Eva Baumann u. a. als „Real-Life-Wikipedia“, fürsorglicher Förderer und interessierter Gesprächspartner charakterisiert. Schließlich beschrieb ihn Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius (Uni München) als „scharfsinnigen Gourmet“ und belegte seine Einschätzung mit gemeinsamen Erlebnissen aus einer mehr als 30 Jahre andauernden Freundschaft.

## Wissenschaftsimport und -export

Auch in diesem Jahr konnte das IJK die Bemühungen um die Internationalisierung der Lehre fortführen. Im Sommersemester besuchte uns Prof. Dr. Kimb Massey von der San José State University (California, USA) und veranstaltete das Seminar „Media & Time“. Bereits 1998 war sie als Gastprofessorin am IJK tätig. Direktor Christoph Klimmt würdigte die langjährige freundschaftliche Zusammenarbeit, von der immer wieder Studierende des Instituts in Form von akademischen Besuchen in San José profitiert haben. Zudem unterstützte Dr. Guy Morrow von der Macquarie University in Sydney (Australien) das IJK-Team. Er war in Forschungsk Kooperationen am Institut eingebunden und veranstaltete die Lehrveranstaltung „Managing Media and Music Production“. Auch einen Wissenschaftsexport konnte das IJK 2015 in der Bilanz verbuchen: den Besuch von Daniel Possler an der Florida State University. Im Rahmen seines Aufenthaltes erforschte er gemeinsam mit Prof. Dr. Arthur Raney die inspirierende Wirkung von Videospiele.

## Goodbye + hello (again):

Die IJK-Gründungsprofessorin Beate Schneider trat im vergangenen Jahr in den Ruhestand. Wir freuen uns, dass sie trotzdem weiterhin in IJK-Projekte involviert ist. Zudem hat uns Dr. Alexandra Sowka nach erfolgreicher Promotion verlassen. Für ihre neuen beruflichen Herausforderungen wünschen wir viel Erfolg und alles Gute. Als neue Professorin dürfen wir Dr. Eva Baumann begrüßen, die bereits am IJK studiert und promoviert hat. Auch Dr. Dorothee Hefner, Aljoscha Paulus, Stefanie Wahl und Dr. Julia Niemann sind aus Mannheim, Berlin und Hohenheim zum IJK zurückgekehrt. Als neue Mitarbeiterin unterstützt uns Dr. Doreen Reifegerste, die zuletzt an der Universität Jena gearbeitet hat. Zudem stößt Fabian Czerwinski von der Universität Bielefeld als neuer wissenschaftlicher Mitarbeiter zum IJK-Team dazu. Wir freuen uns sehr und sagen in diesem Sinne: Hello (again)!

## Jubiläumsbuch

2015 feierte das IJK sein 30jähriges Bestehen. Anlässlich dieses Festtags wurde das 25-Jahre-IJK-Jubiläumsbuch überarbeitet. Das erweiterte Hardcover-Buch erzählt nun auf 167 Seiten und einer aktuellen Beilage Geschichten aus dreißig Jahren IJK. Von Elitejournalisten und exzellenten Wissenschaftlern, vom gemeinsamen Forschen, Lernen

und Leben und vom ganz besonderen Geist des Instituts. Gegen eine Spende, die zumindest die Versandkosten von ca. 5 Euro abdecken sollte, sendet der KKeV Ihnen das Buch gerne zu (nur solange der Vorrat reicht). Bei Interesse freut sich der Verein auf Ihre Nachricht: [info@kkev.org](mailto:info@kkev.org). Alle Spendeneinnahmen kommen den IJK-Flüchtlingshilfe-Projekten zugute.

## Erfolg für den AC Plaza

Der Titel ist wieder auf der Plaza: Bereits zum vierten Mal hat die Fußballmannschaft des IJK den hochschulinternen HMTM-Cup gewonnen. Im diesjährigen Finale konnte sich der AC Plaza gegen die Musikstudierende vom Emmichplatz durchsetzen. Während Kathrin Zenke als einzige Spielerin jede Minute auf dem Platz stand, konnte sich Nico Sobolewski mit acht Treffern im Turnier über die Torschützenkanone freuen. Gratulation an das ganze Team für diese Leistung!

## Theater-AG präsentiert „Fabian“ vor ausverkauftem Haus

2015 brachte die Theater-AG des IJK „Fabian“ von Erich Kästner auf die Bühne. Die Handlung spielt Ende der zwanziger Jahre und karikiert die Situation in Deutschland während der Weimarer Republik. Vor ausverkauftem Haus glänzten die IJK-Studierenden mit eindrucksvoller Schauspielkunst, böser Ironie und Live-Musik. „Theater ist eine wunderbare Droge, die abhängig macht, aber nicht schädlich ist“, antwortete Gunter Reus auf die Frage, wieso die Theater-AG bereits seit 14 Jahren unter seiner Regie besteht.

Rund ums IJK

**Bachelorjahrgang 2033**

2015 offenbarte sich eine bisher unbekannte Qualität des IJK: die Partnervermittlung. Sieben Kinder sind der Redaktion bekannt, die im vergangenen Jahr geboren wurden und deren Eltern beide am IJK studiert haben. Wir gratulieren herzlich und freuen uns auf den Bachelorstudiengang 2033.



**Henri Albert Kistner**

11. Januar 2015  
Kathrin und André Kistner



**Emil Hoffmann**

9. Mai 2015  
Ina Weber-Hoffmann und Ole Hoffmann



**Tomma Josefine Blumberg**

1. Juni 2015  
Kerstin Blumberg und Arne Beekmann



**Mona Ellen Johanna Kemner**

20. Oktober 2015  
Beatrice und Frederik Kemner



**Benedikt Soethe**

20. Oktober 2015  
Verena und Sebastian Soethe

**Theo Blake**

6. September 2015  
Kristina Klenz und Christopher Blake

**Eva Charlotte Naab**

8. September 2015  
Teresa und Thorsten Naab



Aktuelles

Verschiedene Rednerinnen und Redner dankten Frau Schneider auf dem Festakt anlässlich ihrer Verabschiedung

**Eine prägende Persönlichkeit tritt in den Ruhestand**

Zum Ende des Sommersemesters 2015, verabschiedet die Gemeinschaft des IJK Beate Schneider in den Ruhestand. Keine andere Persönlichkeit hat das Institut in den 30 Jahren seines Bestehens so sehr geprägt wie Beate Schneider. Das liegt nicht nur daran, dass sie bereits an der Gründung des IJK mit klugen Ideen beteiligt war und von Anfang an als Professorin die „Journalisten“ und „Medienmanager“ mitausgebildet hat. Auch hat sie durch

zahlreiche vielbeachtete Forschungsbeiträge den Ruhm von Institut und Hochschule in der Wissenschaft, in der Medienpraxis und der Medienpolitik tatkräftig gemehrt. Für das IJK und – als Vizepräsidentin – für die Hochschule hat sie sich stets agil, mit viel Fürsorge und Geschick eingesetzt. Zahlreiche Studierende und Ehemalige verdanken ihrem Engagement großartige Chancen für das Lernen oder den Beruf.

Mit einem feierlichen Festakt ehrte das IJK gemeinsam mit zahlreichen Ehemaligen und Gästen aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik am 6. November Beate Schneider. Namhafte Rednerinnen und Redner blickten dabei mit Dank und Anerkennung zurück auf ihre akademischen und persönlichen Verdienste. Die vielen Besucher und die auszeichnenden Worte verdeutlichen, wie prägend ihr Wirken am Institut war. Besonders dankbar sind wir für ihren unnachahmlichen Stil im Umgang mit den Angehörigen der Institutsgemeinschaft: Wir alle erleben Beate Schneider stets als fürsorglich, zielstrebig, wegweisend und zumeist mit einem Lächeln auf den Lippen. Diese Art des „Leadership“ hat uns geprägt, und nicht nur in unserem Leitbild „exzellent, praxisrelevant, fürsorglich“ tragen wir diesen Spirit weiter. Wir sagen Beate Schneider von Herzen Dank, wünschen ihr für die Zukunft alles Gute und freuen uns, dass sie dem IJK weiterhin verbunden bleibt!



Nach über 30 Jahren am Institut tritt Beate Schneider in den Ruhestand.

Einen ausführlichen Bericht vom Festakt mit weiteren Fotos finden Sie hier



## Aktuelles



*Seit Juni 2015 ist Eva Baumann neue Professorin für Kommunikationswissenschaft am IJK. Eine alte Bekannte, denn Eva Baumann hat bereits am Institut studiert und promoviert. Nach einigen Zwischenstationen in Münster, München, Erfurt und Bielefeld kehrte sie nun zurück nach Hannover. Im Interview erklärt sie, was das IJK für sie ausmacht und welche Schwerpunkte sie als Professorin setzen möchte.*



Eva Baumann in ihrem neuen Büro an der Expo Plaza

## Begeisterungsfähig, kooperativ, verlässlich

**Frau Baumann, Sie arbeiten heute im großen Eckbüro des IJK, dem ehemaligen Büro von Frau Schneider. Welcher Weg liegt hinter Ihnen?**

Ein ziemlich kurvenreicher, aber auch abwechslungsreicher und inspirierender Weg, der 1997 als Studentin am IJK – damals noch in der Villa – begann. In Frau Schneiders Büro saß ich selbst schon mehrere Male als Prüfling, hier stand aber immer auch die Tür offen, wenn ich persönlichen Rat und Unterstützung suchte. Jetzt in diesem Raum arbeiten zu dürfen, ist etwas ganz Besonderes, für das ich sehr

dankbar bin – noch vor einem guten Jahr hätte ich dieses Szenario sehr weit vorne auf die Liste der in meinem Leben 100 unwahrscheinlichsten Dinge gesetzt.

**Was macht das IJK Ihrer Meinung nach aus?**

Das IJK zeichnet sich durch die Menschen aus, die hier sehr ambitioniert studieren und arbeiten und dies in kollegialer und wertschätzender Weise tun. Das Selbstverständnis des Instituts trifft es da sehr gut: exzellent, praxisrelevant und fürsorglich. Vor allem Letzteres habe ich an

keiner anderen Uni so erlebt wie hier. Gerade diese menschliche Seite motiviert, sich für Forschungs- und Lehrprojekte zu engagieren und sich vor allem in stressigen Zeiten gegenseitig zu unterstützen.

**Was könnte das IJK besser machen?**

Ich glaube, wir müssen ein bisschen wegkommen von dem Vertrauen darauf, dass wir „per se grandios und exzellent“ sind und auch so wahrgenommen werden. Den hohen Standard und die hervorragende Reputation des IJK müs-

sen wir uns immer wieder neu erarbeiten, indem wir uns gegen die inzwischen große Konkurrenz an Medienstudiengängen und Hochschulen beweisen und uns selbst kritisch reflektieren.

**Was sind Ihre Pläne als Professorin am Institut? Wie wollen Sie das IJK weiter verbessern?**

Mein Steckenpferd ist die Gesundheitskommunikation – ein im deutschsprachigen Raum noch jüngerer, aber zukunftssträchtiges interdisziplinäres Forschungsfeld. Ich bin sehr dankbar, dass meine Stelle über das Professorinnen-Programm II gefördert wird. Mit diesen Ressourcen können wir am IJK einen Schwerpunkt im Bereich der Gesundheits- und Risikokommunikation aufbauen. Unter dem Schlagwort „Hanover Center for Health Communication“ sollen Forschung, Projekte und Praxisvernetzung zu dem Thema gebündelt werden. Das sind natürlich auch The-

men, die in der Lehre eine Rolle spielen werden. Gleichzeitig verstehe ich mich aber auch als Allrounderin, die Interesse am gesamten Kommunikationsprozess hat. Die klassischen Forschungsfelder der „Lasswell-Formel“ sind Schubladen, in denen auch ich denke und arbeite, wobei meine Schwerpunkte im Bereich der Rezeptions- und Sozialisationsforschung liegen und ich mich künftig gerne stärker mit sozialökologischen Forschungsansätzen beschäftigen möchte.

**Sie verstehen sich also als Generalistin mit Schwerpunktthema?**

Ich denke, es ist an einem so kleinen Institut wichtig, dass man nicht nur in seiner Nische arbeitet, sondern das Fach Kommunikationswissenschaft in seiner Breite sieht. Gesundheit ist ein breites Themenfeld, das sehr gut anschluss-

fähig an viele unterschiedliche Forschungsfelder ist, wie Medieninhalts-, Unterhaltungs-, Persuasions- und Online-Forschung oder auch Organisationskommunikation. Es muss aber auch nicht immer „passend gemacht“ werden.

**Ein Ausblick auf Eva Baumann als Professorin am IJK in drei Adjektiven?**

Begeisterungsfähig, kooperativ und verlässlich. In diesem Sinne freue ich mich auf die gemeinsame Arbeit in vielen spannenden Projekten, Initiativen und Lehrveranstaltungen.

## Praxis Perspektiven

## „Always on“ – Forschungsprojekt zur Nutzung von Handy und mobilem Internet von Kindern und Jugendlichen abgeschlossen

Im Leben von Kindern und Jugendlichen sind Handys und Smartphones zu alltäglichen Begleitern geworden, die als Multifunktionsgeräte täglich und mehr oder weniger permanent genutzt werden. Dorothee Hefner hat gemeinsam mit Dr. Karin Knop und Prof. Dr. Peter Vorderer (Universität Mannheim) im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) erforscht, wie Heranwachsende zwischen 8 und 14 Jahren Handys und das mobile Internet nutzen und bewerten und welche Faktoren eine mehr oder weniger individuell und sozial zuträgliche Nutzungsweise beeinflussen. Daneben wurde

die Rolle des Handys aus Sicht der Eltern, in der Familie und innerhalb der Peergroup untersucht.

Die Ergebnisse zeigen, dass Besitz und Nutzung von Handys und Smartphones in der untersuchten Altersgruppe stark zunimmt und einen immer höheren Stellenwert insbesondere für die Kommunikation unter Gleichaltrigen bekommt. Während viele Kinder und Jugendliche in der Lage sind, das Handy auf eine „gesunde“ Art und Weise zu nutzen, sind 8 Prozent der Nutzenden „suchtgefährdet“. Der größte Risikofaktor für diese dysfunktionale Nutzungsweise ist eine

stark ausgeprägte „Fear of Missing out“, also die Angst, ausgeschlossen zu sein und wichtige Dinge zu verpassen.

Die Studien haben eine breite Medienresonanz hervorgerufen. Unter anderem berichteten die „Tagesschau“, „heute“, das „ZDF-Morgenmagazin“ und „RTL aktuell“ sowie diverse Radiosender. Auch verschiedene Printmedien und Online-Seiten haben die Ergebnisse der Studie diskutiert – unter anderem „Spiegel Online“, die „FAZ“, die „Welt“ und die „Süddeutsche Zeitung“.

## Studie zum Peer-Einfluss auf das Risikoverhalten junger Erwachsener

Im Auftrag der Bundesanstalt für Straßenwesen geht das IJK in einer zum 1. Dezember 2015 gestarteten Studie der Bedeutung der Peer-Gruppe für das Fahrverhalten junger Fahrerinnen und Fahrer auf den Grund. Hierzu wird in Zusammenarbeit mit dem Institut für Demoskopie in Allensbach eine persönlich-mündliche Repräsentativbefragung von 18- bis 24-Jährigen durchgeführt. Im Rahmen einer Mehrebenen-Analyse wird untersucht, inwiefern Fahrerinnen und Fahrer Ähnlichkeiten mit ihrer Peer-Gruppe in verkehrsbezogenen Dimensionen aufweisen. Mit den Ergebnissen soll die strategische Verkehrssicherheitskommunikation für die

junge Zielgruppe verbessert werden. Zum Projektteam gehören die Antragsteller Eva Baumann, Sarah Geber und Christoph Klimmt sowie unser neuer Kollege Fabian Czerwinski als Projektmitarbeiter.

Die Studie schließt an mehrere Forschungsprojekte an, die in den vergangenen Jahren am IJK realisiert wurden. So wurde mehrfach die Verkehrssicherheitskampagne „Runter vom Gas!“ evaluiert und untersucht, wie Fahranfängerinnen und Fahranfänger mit verkehrssicherheitsrelevanten Botschaften am besten erreicht werden können. „Wir freuen

uns sehr, dass wir erneut mit der Bundesanstalt für Straßenwesen zu dem wichtigen Thema Verkehrssicherheit zusammenarbeiten können“, sagt Eva Baumann. Insbesondere die Berücksichtigung des Peer-Einflusses sei vielversprechend. So stelle die Peer-Gruppe eine der wichtigsten Orientierungsgrößen für Heranwachsende dar, werde jedoch in der wissenschaftlichen Forschung zur Gesundheits- und Risikokommunikation bislang eher vernachlässigt.

## Kooperationsprojekt zur Verbesserung der Krebsfrüherkennung

Mit dem Ziel, die Früherkennung von Tumoren der Mundhöhle zu verbessern, ist das IJK seit August an einer einjährigen Machbarkeitsstudie beteiligt. Im Rahmen des Projektes erarbeitet eine interdisziplinäre Arbeitsgruppe eine umfassende Interventionsstrategie, die sich an niedergelassene Zahnärzte in Schleswig-Holstein richtet. Dabei sollen u.a. Informations- und Schulungsmaterialien für Zahnärzte optimiert

werden. Zudem wird ein Konzept für die Dokumentation und Evaluation einer zahnärztlichen Untersuchungsmethodik zur Früherkennung dieses Tumors entwickelt und getestet.

Ziel der Machbarkeitsstudie ist es, eine mehrjährige Feldstudie zu planen, die erstmalig eine Aussage zur Wirksamkeit einer systematischen, standardisierten Mundschleimhautuntersuchung

im Kontext eines Früherkennungsprogramms treffen könnte. Das Projekt wird von Prof. Dr. Katrin Hertrampf, Universitätsklinikum Schleswig-Holstein, Campus Kiel, geleitet und von der Damp Stiftung gefördert. Im IJK liegt die Projektverantwortung bei Eva Baumann und Stefanie Wahl.

## Zu Gast

## Tausend Dank an unsere Gäste

Im Jahr 2015 wurde die Ausbildung am IJK wieder durch Lehrbeauftragte aus Wissenschaft und Praxis ergänzt und bereichert, denen wir herzlich für ihren Einsatz und ihre Unterstützung danken möchten.

Es unterstützten uns: Hubertus Scherer (Scherer & Partner), Corinna Meyer (Freie Journalistin und Dozentin), Imke Gedusch (BTI Befestigungstechnik GmbH & Co KG), Ingo Stoll (neuwaerts GmbH), Raik Packeiser (insignis Agentur für Kommunikation GmbH), Emke Hillrichs, Brenya Adjei, Inga Drews, Alexander Kiock und Iris Hildebrandt (different GmbH Strategieagentur), Prof. Dr. Kimb Massey (San José State University), Judith Bug (Dozentin), Dr. Guy Morrow (Macquarie University Sydney), Kai Schirmeyer (hannoverimpuls GmbH), Benjamin Schnabel (Deutsche Welle), Alexander Franz (Innovation Coach), Julia Liebing (Bayern 3), Meike Becker (Konzertdirektion Schmid), Susanne Ockelmann (WDR 3), Christian Baierle (ROBA Music Publishing) und Julian Rabe (Niedersächsisches Ministerium für Inneres und Sport).

Neben den Lehrbeauftragten bereicherten verschiedene Praktiker und Praktikerinnen und Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen als Gastdozierende die Seminare und Vorlesungen am Institut. Wir freuen uns sehr über diese Unterstützung und bedanken uns für das Engagement.

Den Kurs Media-Entrepreneurship unterstützen Arnd Aschentrup (vive.me), Miriam von Bardeleben (Vincentz Network), Dr. J. Marco Bremer (blue media labs), Ricardo Ferrer Rivero (Edelstall, PEY), André Kistner (Qualitize), Kathrin Kistner (Qualitize), Andreas Lenz (t3n Magazin), Mario Leupold (Innovationszentrum Niedersachsen), Dr. Marc-Oliver Reeh (Center for NFC Management), Prof. Dr. Armin Rott (Hamburg Media School), Andreas Schenk (EnjoyVenture) und Lucie Volquartz (BITKOM e.V.).

Im Seminar „Folgenreich – DAS Serien-Seminar“ konnten wir Maik Zehrfeld (langweiledich.net, serieslyawesome.tv), Jonas Walkenbach (InnoGames) und Hauke Bartel (RTL Mediengruppe) willkommen heißen.

Für das Seminar „Werbung und Musik“ konnten Benedikt Spangardt (Universität Würzburg), Dr. Hauke Egermann (TU Berlin) und Dr. Daniel Reinke (Landwehr GmbH) gewonnen werden.

Der Kurs „Die Automatische Inhaltsanalyse“ wurde durch einen Vortrag von Tilman Weisgerber (Conslin AG) bereichert. Helge Borgarts, Komponist für Games, Film und Fernsehen aus Mülheim an der Ruhr und Mitorganisator der „Soundtrack Cologne“ war im Seminar „Games und Musik“ zu Gast. Schließlich wurde die Vorlesung „Grundlagen der Kommunikatorforschung“ unterstützt durch Dieter Westhoff (Norddeutscher Rundfunk / Tagesschau Online) und Hardy Prothmann (Rheinneckarblog).



Das Seminar „Media Entrepreneurship“ zu Besuch bei AT Kearney am Times Square

## Das IJK zu Gast in New York City

Das IJK durfte 2015 nicht nur Gastdozierende begrüßen, sondern war im Rahmen einer Exkursion des Seminars „Media Entrepreneurship“ selbst bei verschiedenen Unternehmen zu Gast. 20 Teilnehmerinnen und Teilnehmer reisten für sieben Tage nach New York City, kamen vor Ort mit Gründerinnen und Gründern zusammen und beobachteten, welche Produkte, Trends und Innovationen am tonangebenden US-Medienmarkt entstehen. Die Teilnehmenden hatten außerdem Gelegenheit, ihre im Seminar entwickelten Geschäftsideen vor Ort unter realen Bedingungen zu testen. Unterstützt wurde das Seminar in New York von der internationalen Unternehmensberatung A.T. Kearney und ihrem geschäftsführenden Partner dem IJK-Absolventen Dr. Daniel Mahler, sowie vom Wall Street Journal, von Bloomberg, von Blue State Digital, vom German Accelerator des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, von der New York City Economic Development Corporation, der Advertising Research Foundation, der Agentur thjnk in Manhattan, von NowThisMedia und von Chartbeat. „Dank gebührt unseren Gastgebern vor Ort, den interessierten Teilnehmenden und insbesondere all den Kolleginnen und Kollegen der Hochschule, die diese instruktive Exkursion ermöglicht haben“, freute sich Beate Schneider, die das Seminar zusammen mit Christopher Buschow leitete.



Mehr Fotos der Exkursion:

# Was macht eigentlich ...?

... Tim Gailus



Foto: Anne Feske, KiKA

*Tim Gailus hat am IJK Medienmanagement und anschließend Medien und politische Kommunikation an der Freien Universität Berlin studiert. Nebenbei war er als Science Slammer und Synchronsprecher aktiv. Seit August 2015 ist Tim Gailus Moderator und Gesicht der KiKA-Sendung „Timster“, in der er jüngeren Zuschauern die Medienwelt näher bringt – von Kinotipps über die Erklärung von Medientrends bis zum Blick hinter die Kulissen der Medienproduktion.*

und gar unglaubliche Rettung von Nordland“ vorgelesen. Meine Klasse und ich hätten am liebsten ein ganzes Vorlese-Wochenende draus gemacht.

## Welches Medienangebot könnte lhretwegen auf ewig von der Bildfläche verschwinden?

Illegale Streaming-Angebote wie Kinox.to gehören hoffentlich bald der Vergangenheit an. Nun gut... mit jedem ehrlich investierten Cent in fiktionale Angebote werden sicherlich nicht immer neue, spannende Serien und Programme entwickelt. Aber es wäre wünschenswert. Immerhin hätte die Filmindustrie eine Argumentationsgrundlage weniger, dem Publikum „den Raub am eigenen Geldbeutel“ vorzugaukeln.

## (Bitte vervollständigen Sie den Satz) Wenn es kein Facebook gäbe, ...

... dann würde ich noch in diesen lustigen StudiVZ-Gruppen sein wie zum Beispiel: „Wer ist eigentlich dieser LAN und warum macht er so viele Partys?“ Da fällt mir ein... in den ersten IJK-Semesterwochen 2009 lief die Organisation tatsächlich noch über StudiVZ.

## Mit wem würden Sie gerne mal einen Monat lang den Job tauschen (und warum)?

Unabhängig von der publizistischen Qualität halte ich die Axel Springer AG für eines der innovativsten Medienhäuser in Deutschland. Ich würde daher sehr gerne einen Monat lang mit Christoph Keese (Executive Vice President) tauschen. Er koordiniert dort die Bereiche Investor Relations und Public Affairs. Ich würde zu gerne wissen, welche kommunikativen Strukturen und Prozesse dort im Hintergrund ablaufen und wie sich so ein großes Medienhaus dabei strategisch aufstellt.

## Welchen Job würden Sie nur sehr ungern machen wollen (und warum)?

Ich wäre nur ungern ein „Berufs-Youtuber“, der von Product-Placement-Versprechungen abhängig ist. Ich will zum Beispiel nicht im Auftrag eines Unternehmens als Youtuber die Welt erkunden: Wenn nicht mal die Reiseziele eigenständig ausgesucht werden, wo soll das bitte authentisch sein?

## 3 Dinge, die Sie gerne noch erleben möchten:

Geburt und Aufwachsen meiner Enkel, Marathon laufen sowie ein köstliches Steak Medium Rare aus dem 3D-Drucker für Lebensmittel.

## 3 Orte, die Sie gerne noch bereisen möchten:

Schottland, Japan, Estland/Lettland

## Eine besonders schöne oder prägende Studierenerinnerung?

Besonders prägend: 3 wundervolle Jahre Theater-AG am IJK | Besonders schön: die am IJK geschlossenen Freundschaften, WG-Partys, mit dem BA-Jahrgang von 2012 „Wonderwall“ von Oasis singen | Besonders verwirrend: Als Christoph Klimmt und Alexandra Sowka zu Beginn meiner mündlichen Prüfung relativ lange über die Geruchsintensität von Zitronen-Melisse-Tee diskutiert haben.

## Zum Schluss bitte noch eine kleine Lebensweisheit to go:

Das Beste, was man im Leben tun kann, ist herauszufinden, was man liebt und wofür man wahre Leidenschaft empfindet.

## Promovenden & Habilitanden

### Astrid Funck



*Die transparente Redaktion: Ein Ansatz für die strategische Öffentlichkeitsarbeit von Zeitungsverlagen*

In ihrer Dissertation geht Astrid Funck der Frage nach, wie crossmedial arbeitende Zeitungsredaktionen nach außen hin für mehr Transparenz in Bezug auf die Qualität ihrer Arbeit sorgen können. In ihrer theoretischen Untersuchung geht es darum, einen Ansatz für eine spezielle Form der strategischen Öffentlichkeitsarbeit zu entwickeln, für die der Begriff der externen Transparenzkommunikation eingeführt wird. Die Redaktionen können dabei entweder versuchen, für eine bessere Durchsichtigkeit und Verstehbarkeit der gesamten Redaktionsorganisation und des Handelns darin zu sorgen, oder sie konzentrieren sich auf den Bereich der Qualitätssicherung. Ausgehend von der Strukturierungstheorie werden Redaktionsorganisationen als soziale Systeme organisierten Handelns erklärt. Auf dieser Grundlage lassen sich die inhaltlichen Themenfelder der externen Transparenzkommunikation bestimmen. Analysiert wird, wie sie sich systematisch managen lässt. Die Erkenntnisse münden in einem Modell der integrierten Transparenzkommunikation und in einem Teilmodell für den Umgang mit kommunikativen Widersprüchen und Darstellungsfehlern.

### Daniela Schlütz



*Quality-TV als Unterhaltungsphänomen: Entwicklung, Charakteristika, Nutzung und Rezeption von Fernsehserien wie The Sopranos, The Wire oder Breaking Bad*

Mit dem Buch „Quality-TV als Unterhaltungsphänomen: Entwicklung, Charakteristika, Nutzung und Rezeption von Fernsehserien wie The Sopranos, The Wire oder Breaking Bad“ veröffentlichte Daniela Schlütz Anfang 2016 ihre Habilitationsschrift. Ziel des Buches ist ein umfassenderes Verständnis des Wechselspiels von Produktion, Allokation und Rezeption qualitativ hochwertiger, unterhaltsamer Kreativgüter. Ausgangspunkt ist dabei die Auseinandersetzung mit sogenannten Qualitätsserien als prototypische TV-Produkte im Zeitalter der kulturellen Konvergenz. Es wird angenommen, dass Qualitätsunterhaltung eine besondere kulturell gebundene, komplexe und bereichernde Rezeptionserfahrung ermöglicht. Sie dient – so das Argument – daher als Nachfragetreiber in einer direkten Austauschbeziehung zwischen Produkt und Kundinnen bzw. Kunden. Die Besonderheit des Buches besteht in der Integration unterschiedlicher kommunikations- und medienwissenschaftlicher, medienpsychologischer, aber auch ökonomischer Ansätze im Modell des Quality-TV-Unterhaltungserlebens.

### Alexandra Sowka



*Wissenschaftskommunikation zwischen Sozialwissenschaft und Sozialpraxis: Eine handlungstheoretische Untersuchung am Beispiel der Wissenschaftskommunikation über das Thema Rechtsextremismus*

In der gegenwärtigen Debatte um Wissenschaftskommunikation wird kaum hinterfragt, warum diese eigentlich relevant ist bzw. sein sollte. Ebenso ungeklärt ist, inwiefern tatsächlich ein kommunikativer Austausch stattfindet und wodurch dieser bedingt wird. Die Dissertation von Alexandra Sowka hakt hier ein und untersucht die Wissenschaftskommunikation zwischen Sozialwissenschaft und Praxis am Beispiel des Themas „Bekämpfung von Rechtsextremismus“. Ein in der Arbeit entwickeltes Modell des Wissenschaftskommunikationshandelns leitete zwei empirische Studien mit Rechtsextremismus-Forschern und Anti-Rechtsextremismus-Praktikern an. Ein zentrales Ergebnis ist, dass Forscher und Praktiker in regem Kontakt zueinander stehen; Wissenschaftskommunikation ist vor allem bei vielen Praktikern ein fester Bestandteil der Arbeitsroutinen. Dabei gilt, je stärker die Akteure Wissenschaftskommunikation mit eigenen wirtschaftlichen Vorteilen in Verbindung bringen, desto aktiver beteiligen sie sich. Umgekehrt ist die kommunikative Aktivität bei denjenigen geringer ausgeprägt, die sich insbesondere aus moralischen Überlegungen mit der Forschung bzw. der Praxis austauschen.

## Workshops &amp; Tagungen

## Kongress „#Disruptive Innovation – TV-Markt im Umbruch“



Mike Smith (BBC) spricht über den Wandel des TV-Markts;  
Foto: Marlena Waldthausen, nordmedia



Studierende des IJK auf dem Kongress  
#Disruptive Innovation;  
Foto: Marlena Waldthausen, nordmedia

Am 26. November präsentierte das IJK gemeinsam mit nordmedia, dem NDR und der Hochschule Hannover den zweiten #DISRUPTIVE INNOVATION-Kongress. Moderatorin Sarah Liu führte die rund 200 Teilnehmenden durch die Veranstaltung, bei der internationale Sprecher zu dem diesjährigen Themenfokus „TV-Markt im Umbruch“ referierten. Unter anderem gab Mike Smith von der BBC einen spannenden Einblick in die strategische Ausrichtung des englischen Senders hinsichtlich ihrer internetbasierten Angebote. Die interaktive Dokumentation

„Polar Sea 360°“ von Thomas Wallner, bei der die Zuschauer durch immersive Interaktion eingebunden sind, wurde vorgestellt, und Björn Staschen vom NDR/ARD Newsroom bewies, dass mit einem Smartphone sehr einfach Fernsehen gemacht werden kann. Weitere Sprecher waren Friederike Behrends (Magine Holding), Dr. Andreas Ettenhuber (ProSiebenSat.1), Philip Goewe und Yvonne Olberding sowie Dr. Jan Schulte-Kellinghaus vom NDR, Matthias Puschmann (Vast Media) und Peter Schulz (Sky Deutschland).

## 2. Tagung der Fachgruppe Werbekommunikation in der DGPUK

Musik ist aus den Medien nicht wegzudenken. Das Gleiche gilt für Werbung: Ob als Hintergrundmusik in Form eines Klangteppichs, als Erkennungssignal oder Kommunikationsmittel – Musik spielt in audiovisuellen Werbeformen eine herausragende Rolle: Sie unterstützt werbliche Inhalte, akustische Markenführung ist elementarer Bestandteil von Branding-Strategien, und Musik bzw. Musikschaffende können ihrerseits Gegenstand werblicher Kommunikation sein. So ubiquitär wie der Gegenstand im Alltag ist, so überschaubar ist die systematische wissenschaftliche Auseinandersetzung mit

dem Themenfeld Musik und Werbung. Aus diesem Grund lud das IJK Ende November 2015 zur 2. Jahrestagung der DGPUK-Fachgruppe Werbekommunikation ins Leibnizhaus nach Hannover ein. Etwa 50 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler sowie Studierende diskutierten das Themenfeld aus kommunikations- und musikwissenschaftlicher Perspektive: Neben der Bestandsaufnahme unterschiedlicher Erscheinungsformen von Musik und Werbung – wie Musik in TV-Spots, Product Placement in Musik Videos, Popstars als Markenbotschafterinnen und -botschafter oder Social Media Auftritte

von Musikschaffenden – stand die Wirkung von Musik in der Diskussion (z. B. bei der Aktivierung von Stereotypen oder ihr Einfluss auf Wahrnehmung und Erinnerung von Werbeinhalten). Das interdisziplinäre Programm und die Möglichkeit zum Austausch wurden von allen Anwesenden als sehr bereichernd empfunden. Die Konferenz wurde ausgerichtet von Dorothée Hefner und Daniela Schlütz in Kooperation mit Benedikt Spangardt von der Universität Würzburg. Die Veranstaltung wurde unterstützt von der RTL Mediengruppe und dem KKeV.

## Publikationen &amp; Vorträge (Auswahl)

**Baumann, E. & Czerwinski, F. (2015).**

Erst mal Doktor Google fragen? Nutzung Neuer Medien zur Information und zum Austausch über Gesundheitsthemen. In J. Böcken, B. Braun & R. Meierjürgen (Hrsg.), *Gesundheitsmonitor 2015. Bürgerorientierung im Gesundheitswesen* (S. 57-79). Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung

**Baumann, E., Geber, S., Klimmt, C., Maurer, M., Oschatz, C. & Sülflow, M. (2015).**

Grenzen der Wirksamkeit präventiver Botschaften am Beispiel von Verkehrssicherheitskampagnen. In M. Schäfer, O. Quiring, C. Rossmann, M. Hastall & E. Baumann (Hrsg.), *Gesundheitskommunikation im gesellschaftlichen Wandel* (S. 213-222). Baden-Baden: Nomos.

**Buschow, C. & Schneider, B. (2015).**

Future Potential of Social TV. In K. Mitschka (Hrsg.), *Wohin? Public Value Bericht 2014/15* (S. 18-21). Wien: Österreichischer Rundfunk (ORF).

**Buschow, C. & Schneider, B. (Hrsg.). (2015).**

*Social TV in Deutschland* (Band 30 der Schriftenreihe der Niedersächsischen Landesmedienanstalt, NLM). Leipzig: VISTAS.

**Emde, K., Klimmt, C. & Schlütz, D. M. (2015).**

Does storytelling help adolescents to process the news? A comparison of narrative news and the inverted pyramid. *Journalism Studies*. Advance online publication.

**Klimmt, C. (2015).**

Du bist tot, nur noch zwei Leben übrig! Sterben im Computerspiel. In T. Klie, M. Kumlehn, R. Kunz & T. Schlag (Hrsg.), *Praktische Theologie der Bestattung* (S. 575-592). Berlin: deGruyter.

**Knop, K., Hefner, D., Schmitt, S. & Vorderer, P. (Hrsg.). (2015).**

*Mediatisierung Mobil. Handy- und mobile Internetnutzung von Kindern und Jugendlichen* (Band 77 der Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien NRW). Leipzig: VISTAS.

**Lücke, M. & Paulus, A. (2015).**

Branchenverbände der Musikkultur/-wirtschaft als Austausch- und Kooperationspartner: Chancen für die Entwicklung und Vermittlung popkultureller Lehrinhalte an (Fach-)Hochschulen. In M. Ahlers (Hrsg.), *Popmusik-Vermittlung: Zwischen Schule, Universität und Beruf* (S. 307-320). Münster: LIT.

**Menski, U., Wahl, S., Tischer, H. & Braun, J. (2015).**

Zwischen Anspruch und Wirklichkeit: Die Rolle der Bevölkerung in der Ernährungsnotfallvorsorge. In L. Gerhold, H. Jäckel, J. Schiller & S. Steiger (Hrsg.), *Ergebnisse interdisziplinärer Risiko- und Sicherheitsforschung. Eine Zwischenbilanz des Forschungsforum Öffentliche Sicherheit* (S. 125-142). Berlin: Forschungsforum Öffentliche Sicherheit.

**Possler, D., Hautzer, L., Buschow, C., Scherer, H. & Schneider, B. (2015).**

Die Dynamik von Social TV – Themenverläufe und Aufmerksamkeitsfaktoren der Twitter-Diskussion zum Dschungelcamp. In S. Pagel (Hrsg.), *Schnittstellen (in) der Medienökonomie* (S. 279-300). Baden-Baden: Nomos.

**Reifegerste, D., Schumacher, M.-B., Hoffmann, S., Schwarz, U. & Hagen, L. M. (2015).**

The influence of message framing on intentions to support healthy settings: An experimental study in preschool and the workplace. *International Journal of Communication and Health*, 6, 1-10.

**Reus, G. & Harden, L. (2015).**

Noch nicht mit der Kunst am Ende. Das Feuilleton setzt wieder deutlicher auf angestammte Themen und zieht sich aus dem politischen Diskurs zurück. *Publizistik*, 60(2), 205-220.

**Schäfer, M., Quiring, O., Rossmann, C., Hastall, M. H. & Baumann, E. (Hrsg.). (2015).**

*Gesundheitskommunikation im gesellschaftlichen Wandel* (Reihe Medien + Gesundheit). Baden-Baden: Nomos.

**Schenk, M., Götz, H. & Niemann, J. (Hrsg.). (2015).**

LfM-Dokumentation: Bd. 52. *Faszination Scripted Reality: Realitätsinszenierung und deren Rezeption durch Heranwachsende*. Verfügbar unter [http://lfmpublikationen.lfm-nrw.de/modules/pdf\\_download.php?products\\_id=414](http://lfmpublikationen.lfm-nrw.de/modules/pdf_download.php?products_id=414)

**Scherer, H. & Winter, C. (2015).**

Success factors for music-based crowdfunding as a new means of financing music projects. *International Journal of Music Business Research*, 4(1), 9-25.

**Schlütz, D. (2015).**

Klassische Methoden der Werbewirkungsforschung. In G. Siegert, W. Wirth, P. Weber & J. Lischka (Hrsg.), *Handbuch Werbeforschung* (S. 547-572). Wiesbaden: VS. Verfügbar unter <http://www.springer.com/de/book/9783531174266>

**Schlütz, D. (2016).**

*Quality-TV als Unterhaltungsphänomen: Entwicklung, Charakteristika, Nutzung und Rezeption von Fernsehserien wie The Sopranos, The Wire oder Breaking Bad*. Wiesbaden: Springer.

**Sowka, A., Klimmt, C., Hefner, D., Mergel, F. & Possler, D. (2015).**

Die Messung von Medienkompetenz. Ein Testverfahren für die Dimension „Medienkritikfähigkeit“ und die Zielgruppe „Jugendliche“. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 63(1), 62-82.

**Vorderer, P., Klimmt, C., Rieger, D., Baumann, E., Hefner, D., Knop, K., Krömer, N., Mata, J., von Pape, T., Quandt, T., Reich, S., Reinecke, L., Trepte, S., Sonntag, S. & Wessler, H. (2015).**

Der mediatisierte Lebenswandel: Permanently Online, Permanently Connected (Essay). *Publizistik*, 60(3), 259-276.

**Winter, C. (2015).**

Kommerzialisierung. In A. Hepp, F. Krotz, S. Lingenberg & J. Wimmer (Hrsg.), *Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse* (S. 427-438). Wiesbaden: Springer VS.

Mitarbeitende und Studierende des IJK haben zudem auf 29 verschiedenen Konferenzen insgesamt 49 Vorträge gehalten. Unter anderem zehn Vorträge auf der Jahrestagung der International Communication Association (ICA), 21. bis 25. Mai in San Juan (Puerto Rico), jeweils vier Vorträge auf der Tagung der Ad-hoc-Gruppe Gesundheitskommunikation der DGPUK, 12. bis 14. November 2015 in Lugano (Schweiz) und auf der Tagung der Ad-hoc-Gruppe Wissenschaftskommunikation der DGPUK, 30. bis 31. Januar 2015 in Jena sowie drei Vorträge auf der 60. Jahrestagung der DGPUK, 13. bis 15. Mai 2015 in Darmstadt.



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



Abschlussarbeiten

Bachelor Medienmanagement

**HENDRIK AUGE****Macht die „heute Show“ unpolitisch?**

Eine Online-Befragung zum Einfluss der „heute Show“-Nutzung auf die politische Partizipation durch die Mediatorvariablen innere politische Selbstwirksamkeit und Wut

**KARIN BERTT****Professionelle Netzwerkseiten & Zukunftsangst?**

Eine Untersuchung zur Wirkung der Nutzung von professionellen Online-Netzwerken auf die berufliche Selbstwirksamkeit, die berufliche Zufriedenheit und die berufliche Zukunftsangst von Studenten

**MARIE BUNGARTEN****Du bist, was du isst**

Eine qualitative Untersuchung zur Rolle des Internets für verschiedene Typen von Veganern

**DANIEL CZWALINNA****Kauf dir das bloß nicht!**

Eine empirische Studie zum Einfluss von audiovisuellen Testberichten auf die Kaufentscheidung im Bereich der Tech-Gadgets

**FABIENNE GADESMANN****Die Markenkommunikation der deutschen Automobilmarken im sozialen Netzwerk Facebook.**

Eine inhaltsanalytische Untersuchung der aktuellen Gestaltung der Markenkommunikation

**HENDRIK INHOVEN****Wettbewerbsstrategien der großen RDBMS-Anbieter**

Eine empirische Untersuchung der Angebotsgestaltung führender Anbieter relationaler Datenbanksysteme

**ARNE JANSSEN****A Game of Violence**

Eine experimentelle Studie zur Rezeption von medialen Gewaltdarstellungen

**SINA JOHN****Persuasion und Reaktanz**

Ein Befragungsexperiment zur Untersuchung der Effekte von Reaktanz auf das Rezeptionsverhalten bei Entertainment-Education Formaten

**HANNAH KEPPLINGER****Product Placements auf YouTube**

Eine empirische Untersuchung zur Wahrnehmung und Bewertung von Product Placements in YouTube-Videos

**MICHAEL KISSER****Faszination Let's Play**

Eine quantitative Untersuchung zur Nutzungsmotivation kommentierter Spielerfahrung

**TILMAN KLAWIER****Die Rezeption verschwörungstheoretischer Alternativmedien**

Eine explorative Studie

**JONAS KLUSSMANN****Breaking Bad Quality!?**

Die Rolle der Thompson-Kriterien für Quality TV in der Berichterstattung über die Serie Breaking Bad in deutschen Tageszeitungen

**SARAH MARLINE KORTH****Anti-Brand-Communities auf Facebook.****Wenn der Kunde zum Feind wird!**

Eine explorative Studie zu den Motiven der Zuwendung und Nutzung von Anti-Brand-Communities auf Facebook

**JULIAN KREISSL****Spielend zum Erfolg**

Eine quantitative Untersuchung zu den persönlichkeitsbezogenen Erfolgsfaktoren von Let's Play

**RABEA LAUGEMANN****Wer gewinnt den War of Talent?**

Eine quantitative Untersuchung zur Arbeitgeberattraktivität von Start-Ups und Konzernen aus Sicht der Generation Y

**ALEXANDER LÜDER****RasenBallSport Leipzig**

Eine empirische Untersuchung der Berichterstattung über den meistgehassten Verein im deutschen Fußball

**JANNIS MESEKE****All in one Frame? Brasilien im Rahmen der Fußball-Weltmeisterschaft 2014**

Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Brasilien-Berichterstattung im Rahmen der Fußball-WM 2014 in deutschen Print-Leitmedien

**VIKTORIA NOTZON****Parasocial Breakup Distress**

Die Bedeutung vom Ende parasozialer Beziehungen für die genussvolle Serienrezeption

**MAREIKE OLMS****Vegan im Netz**

Vegan-Blogs als Orientierungshilfe zum Einstieg und zur Beibehaltung eines veganen Lebensstils

**SARAH-ANN OWSIANSKI****Super-Mario ist der Beste!**

Eine empirische Untersuchung der parasozialen Beziehungen zu deutschen Fußball-Nationalspielern

**YANNICK PIEPER****WhatsApp TV**

Eine inhaltsanalytische Untersuchung privater Social TV-Kommunikation

**FABIEN PRASCHL****Wer hat Angst vor der NSA?**

Eine empirische Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Mediennutzung und der Berichterstattung zum Thema Datenschutz

**JANA ROMPF****Ein Experiment über die Erwartungshaltung des Rezipienten auf Grundlage von Filmtrailern, sowie deren Einfluss auf das Entscheidungsverhalten****JULE SCHEPER****Date oder Data? Vom Datenschutz bis zum Datenfeuer**

Eine empirische Untersuchung zum Verhalten von Tinder-Nutzern bezüglich ihrer Privatsphäre und deren möglicher Verletzung

**MAX SCHILD****„Invisible Social TV“**

Gemeinschaftlich Fernsehen mit WhatsApp & Co.

**NICOLAS SCHMEIL****Game-Live**

Eine quantitative Untersuchung der Nutzung von Gaming Live-Streams

**VERA SCHÜLKE****Bedürfnisbefriedigung durch Serien?**

Eine qualitative Untersuchung des Rezeptionsphänomens "Binge-Watching"

**FRIEDRICH STEGER****Die Polizei, dein Facebook-Freund und Helfer**

Eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Funktion der Nachrichtenfaktoren für die Selektion von Beiträgen der Polizei durch Facebook-Nutzer

**RANDY TAYLOR****Das Facebook of Rap Deutschland****KRISTINA VORTMANN****Lauf-Apps: Smart und gesund?**

Eine empirische Untersuchung der Nutzung von Lauftracking-Apps und ihrer Auswirkungen

**LOUISA WANJEK****#me - Selbstdarstellung auf Instagram**

Eine empirische Untersuchung zum Einfluss von selbstbezogenen Dispositionen auf die Selbstdarstellung auf Instagram

**JONAS WEDEMEYER****„It's not high culture, it's Quality TV?“**

Eine experimentelle Studie zum Distinktionsgewinn durch die Demonstration von Qualitätsserien im Kontext medialer und kultureller Praktiken

**ANNA-LENA WOLF****Twitter, Facebook oder doch lieber eine eigene App?**

Bestandsaufnahme der Social TV-Angebote ausgewählter Free-TV-Sender

**MONA WÖLFEL****Klasse durch Klassik**

Eine qualitative Untersuchung zur Distinktion durch den Besuch klassischer Konzerte

**SEBASTIAN ZAHN****Kaufen, Zahlen, Lesen**

Eine empirische Untersuchung der Zahlungsbereitschaft von Ebook-Käufern



Die Abstracts der Abschlussarbeiten Bachelor Medienmanagement finden Sie hier.



Die Abstracts der Abschlussarbeiten Master Medienmanagement finden Sie hier.

**KIRA DRABNER**

**Du, Ich und Dein Smartphone**

Ein Experiment zur Untersuchung des Einflusses der Situation von Smartphone-cross-talk auf die Konsequenzen für den passiven Interaktionspartner

**LENA HAUTZER**

**Karrieren im Dschungel**

Eine inhaltsanalytische Untersuchung von Social TV-Themenzyklen und ihren Einflussfaktoren am Beispiel der Twitter-Kommunikation zur Sendung Ich bin ein Star - Holt mich hier raus! 2014

**SONJA-FATIMA KRÄNZ**

**Denken entspricht nicht dem, was ich unter Spaß verstehe**

Eine empirische Untersuchung zum Einfluss des Need for Cognition auf die Selektion von Fernsehformaten

**VANESSA PRECHT**

**„... wie so eine Art Geheimclub“**

Fernsehserien als bindungsstärkende Instanz für Mutter und Tochter.

Eine qualitative Untersuchung am Beispiel der Serie Gilmore Girls

**MARTIN JOHANNES RIEDL**

**Commending Comments**

A Content Analysis of Editorially- and Reader-Recommended Online News Comments at The New York Times

**NINA SCHARFENBERG**

**Gew(e)ähr für Demokratie**

Eine inhaltsanalytische Untersuchung verbal und visuell konstruierter Frames in der Online-Berichterstattung über den Libyen-Krieg 2011

**ANJA STOTZ**

**Einfach um zu sehen, dass ich nicht alleine bin**

Eine qualitative Untersuchung zur Rolle sozialer Netzwerke im Coming Out-Prozess von Lesben

**MARCEL WAGNER**

**Serielles Storytelling - Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile**

Eine quantitative Analyse des Zusammenhangs inhaltlicher und dramaturgischer Gestaltungselemente mit Kritiker- und Zuschauerbewertungen am Beispiel des Drama-„Serials“ Breaking Bad

**JULIAN WERNER**

**Product Placement in Musikvideos**

**CHRISTIAN FLACH**

**Mediennutzung und Künstlerauswahl**

Eine qualitative Befragung von Konzertveranstaltern in Deutschland

**INGA HARDT**

**„... jenem eitlen Wiener Beckmesser...“**

Antisemitismus in Musikzeitschriften im 19. Jahrhundert

Eine qualitative Inhaltsanalyse

**LISA HEDLER**

**Der Einfluss von Social Media auf die Arbeit von Fotoredakteuren in Deutschland**

**FRANZISKA KIRCHLEITNER**

**Solange nur mitgelesen wird, seh' ich das nicht sonderlich kritisch**

Eine qualitative Studie zum Datenschutzbewusstsein von WhatsApp-Nutzern

**LENA KLIMKEIT**

**Der Entstehungszusammenhang deutscher Türkei-Berichterstattung**

Eine qualitative Befragungsstudie zur journalistischen Arbeit von Heimatredakteuren und Auslandskorrespondenten

**STEPHAN KRAGL**

**PR per Mausclick**

Social-Media-Marketing deutscher Hip-Hop-Künstler im sozialen Netzwerk Facebook

**CORINNA LÜKE**

**Die Online-Präsenzen deutscher Kulturorchester**

Eine Bestandsaufnahme

**STEPHANIE RÖDER**

**Social Media-Plattformen als Quelle für Musikjournalisten**

**SARAH ROTT**

**Ich brauche mehr Likes**

Stressfaktoren der Selbstdarstellung von Musikern auf Facebook

**CHARLOTTE SCHRIMPF**

**Kurzum, ich möchte gern meine Leidenschaft fürs Kochen teilen**

Bestandsaufnahme und Selbstverständnis der deutschsprachigen Foodblogosphäre

**BASTIAN SCHULZ**

**Das Phänomen Pop-Festival**

Eine qualitative Untersuchung zu den Wertschöpfungsprozessen des deutschen Festivalmarktes

**MARNIE STANGE**

**Creating Culture**

Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Facebook-Kommunikation deutscher Kulturzentren zur Abbildung des Status Quo ihrer Leistungsfähigkeit

**JULIA WARTMANN**

**Wertschöpfungspotenziale von Popmusikförderung für Newcomer**



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