



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 Verlagsdienstleistungen 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 25  
01.2017



## Auf gute Nachbarschaft!

Wie sich das IJK in Lehre, Forschung und ehrenamtlichen  
Projekten für Geflüchtete einsetzt.

**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, Marie-Christine  
 Drunat, Sina-Mareike Schulte,  
 Christopher Buschow  
 Fotografen: Hauke-Christian  
 Dittrich, Jan Becker,  
 Marie-Christine Drunat  
 Gestaltung: Dievision GmbH,  
 Hannover  
 Druck: Mediengruppe Madsack,  
 Göttingen



**IJK-PLAZA**

**Liebe Angehörige, Freunde, Partner des IJK,**

das Jahr 2016 war nicht nur weltpolitisch sehr ereignisreich, sondern auch am IJK hoch dynamisch. Die neue „Plaza“ bietet Ihnen und Euch einen Rückblick auf das Institutsjahr 2016. Wir schauen auf das vielfältige, durch und durch wissenschaftliche wie praxisnahe Wirken unserer Studierenden, Mitarbeitenden, Absolventinnen und Absolventen und sonstiger „Stakeholder“ im vergangenen Jahr.

Die große Zahl Geflüchteter, die zu uns gekommen sind, war 2016 nicht nur ein bestimmendes Thema für unser Land, sondern auch für das IJK. Wir haben uns damit ganz in bewährter Institutsmanier befasst: vom ehrenamtlichen Engagement in der praktischen Flüchtlingshilfe für die benachbarte Erstaufnahmeeinrichtung auf der Expo Plaza über die wissenschaftliche Auseinandersetzung in Seminaren bis hin zu einer öffentlichen Podiumsdiskussion im Schloss Herrenhausen zur Rolle der Medien in der sogenannten „Flüchtlingskrise“.

Dynamisch war unser Jahr 2016 zudem, weil wieder viel in der Forschung passiert ist, auch und gerade im Hanover Center for Health Communication. Eva Baumann und ihr Team haben das [HC]<sup>2</sup> mit viel Esprit vorangebracht, und auch andere IJK-Forschungsthemen fanden in der Wissenschaft und den Medien viel Beachtung.

Ein Gutteil der Jahresdynamik wurde von neuen IJKlern entfacht. Neben einem weiteren Jahrgang motivierter und tatkräftiger Studierender freuen wir uns, dass wir auch neue Kolleginnen und Kollegen am Institut

begrüßen dürfen. Mit Katharina Knop-Hülß und Sabine Reich sind zwei Mannheimerinnen zu uns gestoßen, mit Sophie Bruns haben wir eine Medienmanagerin aus der eigenen Masterausbildung gewinnen können. So viele wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wie im Jahr 2016 hat das Institut noch nie gehabt, entsprechend dynamisch – oder auch wuselig – ging es auf den Fluren im vierten Stock der Expo Plaza 12 zu.

Am Beginn des neuen Arbeitsjahres blicken wir dankbar zurück auf all das, was am Institut, durch und für die Institutsgemeinschaft gut gelungen ist. Allen, die aktiv, unterstützend oder ermöglichend dazu beigetragen haben, sagen wir von Herzen Dank und hoffen auf weiteres gemeinsames Wirken im Dienste unserer Leitwerte Exzellenz, Praxisrelevanz und Fürsorglichkeit auch in 2017. Ihnen und Euch alles Gute zum neuen Jahr, viel Spaß bei der Lektüre der „Plaza“ und hoffentlich bis bald am IJK!

Ihr & Euer

**Inhaltsverzeichnis**

Rund ums IJK	04 – 05
Aktuelles	06 – 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 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 Night of the Profs zum Ende des Sommersemesters hat schon Tradition, genauso wie das Running Dinner oder die weihnachtliche Spätvorlesung. Insbesondere Ehemaligen bietet der KKeV durch seine kommunikative Infrastruktur die Möglichkeit, auch über die gemeinsame Studienzzeit



goo.gl/BO3yn6  
 Zum Mitgliedsantrag des KKeV

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

- aserto GmbH & Co. KG, Hannover
- Bertelsmann SE & Co. KGaA
- Dievision GmbH, Hannover
- different GmbH Strategieagentur für Marken und Kommunikation
- LangweileDich.net
- Media Agent Veranstaltungstechnik GmbH
- Neoskop GmbH
- nordmedia Film- und Mediengesellschaft Niedersachsen/Bremen mbH
- serieslyAWESOME
- Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH
- Verlagsgesellschaft Madsack GmbH & Co. KG

## Rund ums IJK

Einige unserer neuen Studierenden.



## Ausgezeichnete Leistungen

Im Jahr 2016 wurden erneut mehrere Studierende und Absolventinnen und Absolventen des IJK mit Preisen ausgezeichnet. Die IJK-Alumni Fenja Mergel und Julia Wartmann gewannen den Peter-Becker-Wissenschaftspreis für Ihre Masterarbeiten. Die mit 1.500 Euro dotierte Auszeichnung wird vom Förderkreises der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover gestiftet und prämiert herausragende Abschlussarbeiten an der Hochschule. Des Weiteren konnten sich zwei Studentinnen aus den Masterprogrammen über Auszeichnungen für ihre Bachelorarbeiten freuen: Laura Weinert (Master Medien und Musik) erhielt für ihre Arbeit zum Thema „Authentizität in der Popmusik“ den Best Paper Award der Gesellschaft für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung e.V. Anja Dittrich (Master Medienmanagement) wurde für ihre Bachelorarbeit an der Friedrich-Schiller-Universität Jena mit dem Lazarsfeld-Stipendium ausgezeichnet. Der Preis wird von der Fachgruppe „Methoden“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft für herausragende Abschlussarbeiten mit besonderem Schwerpunkt im Bereich der Forschungsmethoden vergeben.

## Hello!

Wir freuen uns, drei neue Kolleginnen am Institut begrüßen zu dürfen: Seit März 2016 ist Katharina Knop-Hülß als wissenschaftliche Mitarbeiterin am IJK tätig. Ihren Master absolvierte sie an der Universität Mannheim, wo sie unter anderem als Hilfskraft im Forschungsteam von Professor Dr. Peter Vorderer tätig war. Vom gleichen Mannheimer Lehrstuhl wechselte im Mai Dr. Sabine Reich als Postdoktorandin an das IJK. Der Schwerpunkt ihrer wissenschaftlichen Tätigkeit ist das Themenfeld „Medien – Musik – Gender“. Zudem unterstützt Sophie Bruns seit November das IJK als wissenschaftliche Mitarbeiterin. Sie absolvierte sowohl das Bachelor- als auch Masterstudium am IJK und war währenddessen bereits als studentische Hilfskraft tätig. Wir sagen: Herzlich willkommen den neuen und den bekannten Gesichtern!

## Projekterfolg

2016 wurde das erfolgreiche Forschungsprojekt Biofabrication for NIFE, an dem das IJK seit 2013 beteiligt ist, für zwei Jahre verlängert. In dem Projekt forschen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der Medizinischen Hochschule Hannover, der Leibniz Universität Hannover und des IJK gemeinsam zu Zukunftskonzepten in der Entwicklung von personalisierten Implantaten. Das IJK leistet dazu unter Leitung von Christoph Klimmt kommunikationswissenschaftliche Begleitforschung und untersucht die öffentliche Wahrnehmung und Beurteilung von Implantaten sowie damit verbundene Ängste, Sorgen und Hoffnungen von relevanten Akteursgruppen. Im Rahmen der Verlängerung werden

Sophie Bruns und Katharina Emde-Lachmund in dem Projekt arbeiten und sich unter anderem mit der Kommunikation über wissenschaftliche Tierversuche befassen. Zudem startete das IJK 2016 ein neues Kooperationsprojekt mit der Staatsoper Hannover. In dem einjährigen Forschungsprojekt sollen Studierende der Masterstudiengänge Medienmanagement und Medien und Musik unter Leitung von Gunter Reus und Friederike Schlömer (Orchesterbüro Staatsoper) eine neue Social-Media-Strategie für die Staatsoper entwickeln. Ziel ist es, den Social-Web-Auftritt der Oper zu verbessern und dadurch eine höhere Publikumsreichweite zu generieren.

## Wissenschaftsimport

Die Internationalisierung der Lehre am IJK wurde auch 2016 weiter vorangetrieben. Gleich mehrere ausländische Professoren haben im vergangenen Jahr am IJK gelehrt. Im Juni besuchte Professor Dr. Rabindra „Robby“ Ratan von der Michigan State University in Lansing, USA, das Institut. Der Experte für Avatare und Online-Kommunikation hielt einen Kurs für Masterstudierende, arbeitete mit Angehörigen des IJK an verschiedenen Forschungs- und Austauschideen – und unterhielt den vierten Stock mit seinen Skateboard-Künsten. Im Oktober erhielt das IJK gleich doppelten Besuch aus den USA: Aus Kalifornien besuchte Professor Dr. Kimb Massey von der San Jose State University das Institut. Sie referierte über die Rolle der Medien im US-Präsidentenwahlkampf. Aus dem Bundesstaat New York war Dr. Helen Wang zu Gast. Sie ist Associate Professor am Department of Communication der Universität Buffalo. In ihrem institutsöffentlichen Vortrag skizzierte sie am Beispiel der TV-Serie „East Los High“ innovative Strategien des Entertainment-Education-Ansatzes.



Video: „Robby“ Ratan skatet im 4. Stock des IJK.  
goo.gl/ZTjpl8

## Erfolgreiche Fachtagung

Eva Baumann ist auf der 61. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) in Leipzig mit großer Mehrheit zur neuen stellvertretenden Vorsitzenden gewählt worden. Damit ist das IJK in zweifacher Weise im Vorstand der wichtigen Fachgesellschaft vertreten, denn Daniela Schlütz engagiert sich bereits seit mehreren Jahren als Schatzmeisterin für die DGPK. Zudem ehrte die Fachgesellschaft Helmut Scherer für seine 25-jährige Mitgliedschaft. Seit 1991 ist er ein aktives und geschätztes Mitglied der DGPK und bekleidete von 1998 bis 2002 zudem das Amt des stellvertretenden Vorsitzenden der Fachgesellschaft.

## Theater AG spielt „Jakes Frauen“

Im Sommer 2016 präsentierte die Theater AG um Gunter Reus die US-Komödie „Jakes Frauen“ vor 250 Zuschauern. Zwei von den drei Aufführungen im „Theater in der List“ waren ausverkauft. „Dieses Mal war die Stückauswahl etwas komplizierter, denn 16 der 18 Studierenden auf der Bühne waren Frauen“, erklärt Gunter Reus. „Wir haben daher Neil Simons Komödie ‚Jakes Frauen‘ gespielt, in der der 53-jährige Jake in seiner Fantasie mehrere Frauen erfindet, um seiner eigenen Realität und der kriselnden zweiten Ehe zu entfliehen“. Die Probenarbeit wurde vom KKeV unterstützt.



Aktuelles

Mit mehreren praktischen Projekten hießen die IJKlerinnen und IJKler die neuen Nachbarn auf der Plaza willkommen.

## Zwischen praktischer Flüchtlingshilfe und wissenschaftlicher Debatte

Die Vielzahl an Geflüchteten, die 2015 und 2016 nach Deutschland kam, bestimmte nicht nur die mediale Agenda, sondern prägte auch den Alltag am IJK. In zahlreichen Projekten widmeten sich engagierte IJKlerinnen und IJKler den Neuankömmlingen: Dabei reichten die Aktivitäten von ehrenamtlicher Unterstützung über fachliche Debatten bis hin zur wissenschaftlichen Analyse. Die Aufnahme von Geflüchteten in Hannover blieb für die Studierenden und Mitarbeitenden des Instituts kein abstraktes Thema, denn in direkter Nachbarschaft zur Expo Plaza 12 unterhielt das Deutsche Rote Kreuz bis in den Sommer 2016 eine Erstaufnahmeeinrichtung. Keine 50 Meter vom Eingang des IJK entfernt – im Deutschen Pavillon – waren bis zu 400 Menschen gleichzeitig untergebracht. „Für uns war klar, dass wir unsere neuen Nachbarn unterstützen möchten“, erklärt Dorothee Hefner, die die Unterstützungsprojekte am IJK koordinierte. „Wir haben daher eine Vollversammlung mit den Studierenden abgehalten und gemeinsam diskutiert, was wir tun können.“

Gleich mehrere Studierendenteams fanden sich zusammen und entwickelten vielfältige Projektideen. Eine der ersten Initiativen war die Veranstaltung von Kinoabenden für Geflüchtete. Ein Team rund um Studierende der Hochschule Hannover und des IJK organisierte Getränke, Popcorn und Filme, die auch ohne Sprachbarrieren zu verstehen sind – gezeigt wurde etwa der Animationsfilm „Shaun das Schaf“. „Als Studentin oder Student auf der Expo Plaza weiß man ja, wie einsam es dort manchmal sein kann. Die Abende kamen super an, alle haben sich später herzlich bedankt“, berichtet IJK-Student Laurenz Schreiner, der an der Organisation beteiligt war.

Im Deutschen Pavillon waren auch Familien mit Kindern untergebracht. Das motivierte eine Gruppe Studentinnen, einen Spiel- und Bastelkreis zu organisieren. Für die Jüngsten eine lang ersehnte Abwechslung und gleichzeitig für die Eltern eine kleine Auszeit von der Kinderbetreuung. „Wir sind einfach mit einem

Karton voll Bastelmaterialien übergegangen und haben uns mit den Kindern beschäftigt. Dort wurde klar, wie dringend solche Aktionen benötigt werden, die Kinder waren begeistert, und die Eltern vertrauten uns dankbar ihre Kinder an, sogar die Aller kleinsten“, resümiert die IJK-Studentin Jule Scheper. Auch Räumlichkeiten des Instituts konnten die neuen Nachbarn nutzen. So hatten Geflüchtete die Möglichkeit, in der Expo Plaza 12 Deutschkurse zu besuchen, die von Ehrenamtlichen unterrichtet wurden.

Im Sommer 2016 wurde die Erstaufnahmeeinrichtung im Deutschen Pavillon geschlossen. Die Studierenden versuchen, die Angebote auf der Expo Plaza zu erhalten und Bewohner anderer, nahegelegener Flüchtlingsunterkünfte einzubeziehen. Die Flüchtlingsthematik beschäftigte IJKlerinnen und IJKler 2016 auch im Fachlichen. „Als kommunikationswissenschaftliches Institut bedurfte es Präsenz und Verantwortung, als es um die öffentliche Darstellung des Zuzugs von Geflüchteten ging“, erklärt Hefner. Zusammen

mit der VolkswagenStiftung veranstaltete das IJK im Rahmen der von Eva Baumann und Dorothee Hefner zusammengestellten Ringvorlesung „Flucht, Medien, (interkulturelle) Kommunikation“ eine Podiumsdiskussion im Schloss Herrenhausen unter dem Titel „Die ‚Flüchtlingskrise‘ – Eine ‚Krise des Journalismus‘?“. Unter der Moderation von Christoph Klimmt diskutierten Vertreter von Medien, Politik und Wissenschaft: die Landtagsabgeordnete und Landesbeauftragte für Migration Doris Schröder-Köpf, die Journalisten Claudia Spiwak (Chefredakteurin Hörfunk NDR) und Hendrik Brandt (Chefredakteur HAZ) sowie Dr. J. Olaf Kleist (Institut für Migrationsforschung und Interkulturelle Studien, Universität Osnabrück) und Professor Dr. Gerhard Vowe (Professor für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Düsseldorf) aus der Wissenschaft. Im Fokus stand die Frage, wie der politische Journalismus in immer hitziger geführten Debatten über Migration weiterhin seiner Rolle als vierte Gewalt und Hüter demokratischer Prinzipien gerecht werden kann, um einen Beitrag zur gesellschaftlichen Integration zu leisten. Die gesamte Diskussion finden Sie zum Nachhören auf der IJK-Website.



Experten aus Politik, Medien und Wissenschaft diskutierten auf der Podiumsdiskussion die Darstellung von Geflüchteten in den Medien. Foto: Sven Stolzenwald für VolkswagenStiftung

Auch in Lehrveranstaltungen rückten Geflüchtete in den Fokus. In der genannten Ringvorlesung etwa diskutierten Studierende mit Experten über Flucht, die Situation von Geflüchteten sowie Integrationsarbeit und deren mediale Aufarbeitung. Auch Studierende des Masters Medien und Musik griffen das Thema auf. Im Magazin „Saitensprung“ berichten sie in einer neuen Rubrik regelmäßig über Geflüchtete. In der letzten Ausgabe stellte das Magazin Musikstudierende der HMTMH vor, die ehrenamtlich Unterricht für Flüchtlingskinder anbieten. Schließlich hat sich das IJK auch auf wissenschaftlicher Ebene mit Geflüchteten beschäftigt. In mehreren Abschlussarbeiten haben Studierende u.a. die Inhalte und die Wirkung der medialen Darstellung von Geflüchteten untersucht, aber auch die öffentliche Debatte zum Thema Flucht in sozialen Medien analysiert (siehe auch S. 16–19). „Ich freue mich, dass sich unsere Studierenden nicht nur persönlich, sondern auch fachlich mit dem Thema befassen“, so Christoph Klimmt. „Wissenschaftliche Projekte benötigen meist viel Zeit, umso wichtiger sind die aktuellen Befunde, die unsere Studierenden in ihren Abschlussarbeiten gewonnen haben.“

Flucht und Migration haben das IJK 2016 intensiv beschäftigt, sei es durch Aktionen, die für die Geflüchteten direkt sichtbar waren, auf wissenschaftlicher Ebene oder durch Beiträge zur Debatte um die Verantwortung der Medien. „Es war schön zu sehen, welche Hilfsbereitschaft und welch ein großer Ideenreichtum am IJK realisiert werden“, fasst Dorothee Hefner zusammen. Sie hofft auf weiteres Engagement: „Ich hoffe, dass wir uns die Hilfsbereitschaft und den Tatendrang erhalten können, auch wenn das Thema medial nun nicht mehr ganz so präsent ist.“



[goo.gl/woSOSu](https://goo.gl/woSOSu)

Die gesamte Podiumsdiskussion zum Nachhören als Podcast



Popcorn, Getränke, ein Film ohne Sprachbarrieren und viel Spaß – die Zutaten der Kinoabende für Geflüchtete.



## IJK-Forschung in den Medien

Am IJK bilden Medien nicht nur den wesentlichen Forschungsgegenstand – die Arbeit des Instituts ist auch regelmäßig selbst Thema in den Medien. Im Jahr 2016 interessierten sich zahlreiche Zeitungen und Zeitschriften, Radio- und Fernsehprogramme und Online-Magazine für die Forschung von der Expo Plaza. Unsere Presseschau zeigt die Vielfalt der behandelten Themen am IJK und unterstreicht ihre gesellschaftliche Relevanz.

Eine Frage erfuhr im zurückliegenden Jahr besondere mediale Aufmerksamkeit: Wie verändert die allgegenwärtige Präsenz von Smartphones unseren Lebenswandel? IJK-Direktor Christoph Klimmt und der ehemalige IJK-Professor Dr. Peter Vorderer (heute Universität Mannheim) steuerten hierzu in der ZEIT ein Essay bei, in dem sie die Konsequenzen beleuchten, die Smartphones und Tablets für unser Lebensgefühl, unsere Arbeit und unseren Alltag haben. Dass heute auch ein Großteil der Kinder und Jugendlichen schon „permanent online und permanent verbunden“ ist, belegt eine Studie von Dorothee Hefner und Kollegen der Universität Mannheim, in der die Smartphone-Nutzung von 8- bis 14-Jährigen untersucht wurde. Mit ihrer wissenschaftlichen Expertise unterstützte Dorothee Hefner sowohl

die österreichische Tageszeitung Der Standard wie auch die ARD-Talkshow Hart aber Fair. Die Medien interessierten sich 2016 auch für den neuen Forschungsschwerpunkt Gesundheitskommunikation am Institut: In dem ARD-Wissenschaftsmagazin [W] wie Wissen erklärte IJK-Professorin Eva Baumann, was Gesundheitskampagnen erfolgreich macht. Das Fachmagazin Healthcare Marketing interviewte Baumann, die als „Wegbereiterin des Wissenschaftsgebiets Gesundheitskommunikation“ vorgestellt wurde, zur Gründung von [HC]<sup>2</sup>. Doreen Reifengerste erklärte in der Westdeutschen Allgemeinen Zeitung die Wirkung von „Ekelbildern“ auf Zigarettenschachteln – und begründete, warum diese nicht überschätzt werden sollte.

Fernsehen stellt für die meisten Deutschen weiterhin die wichtigste Freizeitbeschäftigung dar. Kein Wunder, dass auch die neuste IJK-Forschung zur „Flimmerkiste“ in 2016 von den Medien aufgegriffen wurde. Die schleichende Veränderung des Fernsehens „von der Feierabendentspannung zum Feuilleton-Phänomen“ skizzierte Daniela Schlütz im rbb kulturradio. Dem Online-Portal Serienjunkies.de stand sie Rede und Antwort zum Phänomen Qualitäts-

serien – das Thema ihrer in 2016 veröffentlichten Habilitationsschrift am IJK. Ergebnisse aus dem langjährigen Forschungsgebiet Social TV waren Thema bei Kress.de: Daniel Possler, Christopher Buschow und IJK-Absolventin Lena Hautzer erklärten gemeinsam mit Sven-Uwe Janietz (Co-Founder der ferret go GmbH) Muster der Twitter-Kommunikation zur 2016er Staffel des Dschungelcamps, die sie mittels automatisierter Verfahren ausgewertet hatten.

Die Beziehungen zwischen Medien und Musik – ein weiterer Schwerpunkt des IJK – waren ebenfalls Thema von Berichterstattung. Die WDR5-Radiosendung Scala stellte zwei Studien von Christoph Klimmt und Daniel Possler zur Wirkung von Musik in Videospiele vor und befragte die Autoren, was Musik beim Computerspielen bewirkt. Gleich mehrere Medien griffen die Ergebnisse der Masterarbeit von IJK-Absolvent Julian Werner zu Product Placement in Musikvideos auf, die er bei Helmut Scherer verfasst hatte – darunter Der Spiegel, Werben und Verkaufen und Jetzt.de. Julian Werner konnte in seiner Abschlussarbeit zeigen, dass in gut 80 Prozent der Videos, die er analysiert hatte, mindestens eine Markenpräsenz aufzufinden war.

## [HC]<sup>2</sup> – Die Formel für wissenschaftliche Gesundheitskommunikation



Das Team des [HC]<sup>2</sup>

Seit Mitte des vergangenen Jahres ist Eva Baumann neue Professorin für Kommunikationswissenschaft und erweitert mit ihrem Schwerpunktthema Gesundheitskommunikation die Lehre und Forschung am Institut. Um diesen neuen Baustein im Profil des IJK nachhaltig zu institutionalisieren, gründete Eva Baumann gemeinsam mit Doreen Reifengerste und Elena Link vor einem Jahr das Hanover Center for Health Communication [HC]<sup>2</sup>. Gemeinsam mit Studierenden und Kooperationspartnern aus Wissenschaft und Praxis forschen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des IJK im [HC]<sup>2</sup> zur Rolle von Kommunikation für gesundheitsrelevante Vorstellungen, Einstellungen und Verhaltensweisen. „Als Integrationsdisziplin mit hohem praktischen Anwendungsbezug ist die Kommunikationswissenschaft in besonderer Weise geeignet, auf theoretischer Grundlage Barrieren in der Gesundheitskommunikation zu identifizieren und in Zusammenarbeit mit gesundheitswissenschaftlichen und medizinischen Fächern nach Lösungsansätzen zu suchen“, erklärt Eva Baumann.

Im Fokus steht dabei ein breites Spektrum gesellschaftlich relevanter Fragen – unter anderem: Warum ist es von Bedeutung, wie Medien bspw. über Krankheiten berichten? Wie lässt sich durch Kommunikation ein Beitrag zu Prävention oder auch zur Krankheitsbewältigung leisten? Welche Unterstützungsfunktionen kann und sollte mediale Kommunikation für Patientinnen und Patienten sowie für deren Angehörige erfüllen? Welchen unerwünschten Kommunikationsfolgen sollte möglichst frühzeitig und effektiv entgegengewirkt werden?

Das [HC]<sup>2</sup> eröffnet dem IJK dabei eine Vielzahl neuer Kooperationsmöglichkeiten mit Partnern aus Wissenschaft und Praxis. „Wenn es um Fragen der Prävention und Gesundheitsversorgung geht, stehen alle Bürgerinnen und Bürger, aber auch alle Gesundheitsexperten und gesundheitspolitischen Akteure vor kommunikativen Herausforderungen“, erklärt Eva Baumann. Im ersten Jahr arbeitete das [HC]<sup>2</sup> daher bereits mit Kliniken (bspw. dem Universitätsklinikum Schleswig-Holstein und dem Pfalzlinikum), Kostenträgern (z. B. der AOK Niedersachsen), öffentlichen Einrichtungen (bspw. der Bundesanstalt für Straßenwesen), gemeinnützigen Organisationen (z. B. dem FrameWorks Institute in Washington) sowie Anbietern gesundheitsbezogener Online-Portale (bspw. urbia, jameda) und Fitness-Apps (bspw. dacadoo) zusammen.

Das [HC]<sup>2</sup> verfolgt zudem das Ziel, zur Institutionalisierung der wissenschaftlichen Gesundheitskommunikation in Hannover und Niedersachsen beizutragen. „Wir verstehen uns nicht nur als kommunikationswissenschaftliche Forschungsinitiative, sondern auch als Plattform für Vernetzung und Wissenstransfer“, so Eva Baumann. Daher ist auch die interdisziplinäre Zusammenarbeit wie beispielsweise mit der Fakultät für Gesundheitswissenschaften der Universität Bielefeld oder der Medizinischen Hochschule Hannover für die Arbeit des [HC]<sup>2</sup> elementar. Der Blick geht aber immer auch über den „wissenschaftlichen Tellerrand“ hinaus: „Im Zuge grundlegender Perspektivwechsel im Gesundheitssystem stehen wir heute mehr denn je vor der Aufgabe, Gesundheitswissen adäquat zu vermitteln, den Dialog über Gesundheitsfragen bedarfsgerecht und konstruktiv zu gestalten sowie die Informations- und Kommunikationskompetenzen aller Beteiligten zu fördern. Um diesen gesellschaftlichen Herausforderungen Rechnung zu tragen, unterstützen wir gesundheitspolitische Entscheidungsträger ebenso wie Akteure der Prävention und Gesundheitsförderung durch unsere aktive Mitarbeit in Projektkonsortien, Beiräten, Gremien und Expertenrunden“, so die Leiterin des Centers, die in diesem transdisziplinären Anspruch eine der Kernaufgaben für [HC]<sup>2</sup> sieht.

Die am [HC]<sup>2</sup> generierten Forschungsergebnisse werden auf nationalen und internationalen Tagungen präsentiert und veröffentlicht. Aktuelle Informationen über Forschungsaktivitäten finden Sie unter [www.hc-quadrat.de](http://www.hc-quadrat.de). Darüber hinaus sind Sie herzlich eingeladen, Kontakt mit dem [HC]<sup>2</sup> aufzunehmen, um gemeinsam mögliche Perspektiven zu identifizieren.

Praxis Perspektiven

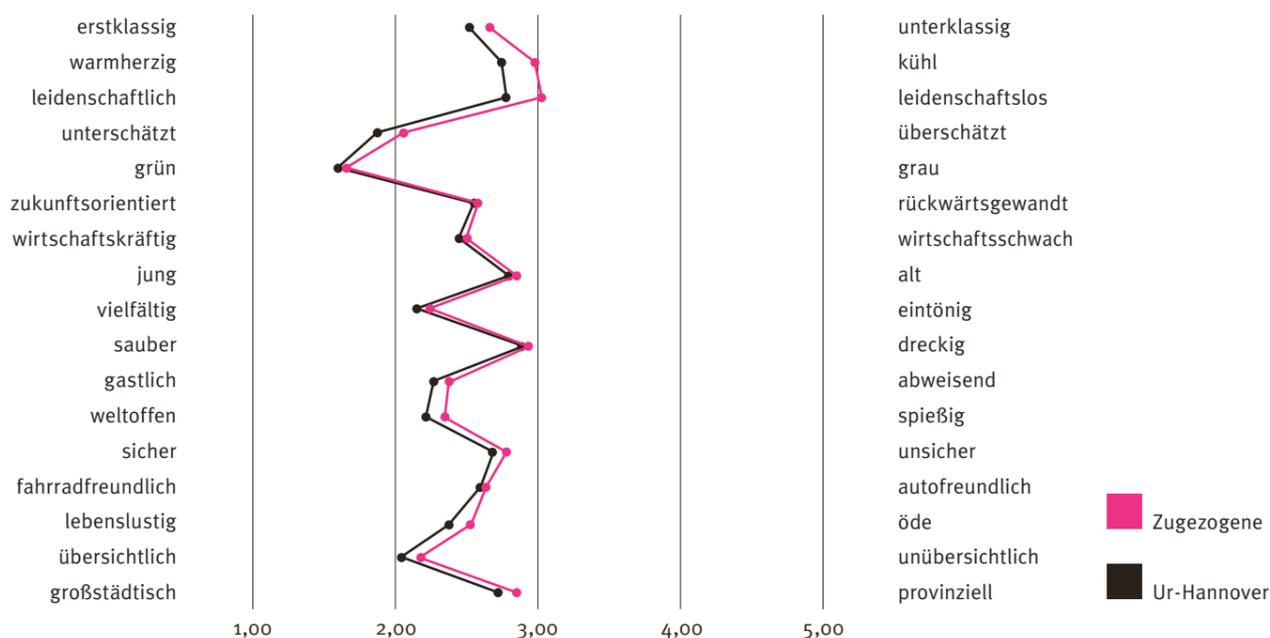
## Eine Stadt zum „Hannoverlieben“ – IJK und Mediengruppe Madsack erforschten Zufriedenheit von Hannovers Einwohnern

Jährlich ziehen Studierende aus ganz Deutschland nach Hannover, um ihr Studium am IJK zu beginnen. Nicht selten hört man von den Zugezogenen Sprüche wie: „Ich komme nur wegen des Studiums nach Hannover, die Stadt hat mich nicht gereizt“. Doch nach den ersten Spaziergängen am Maschsee, der ersten Kneipentour auf der Limmerstraße und dem ersten Kaffee am Ballhof ändern viele ihre Meinung. Plötzlich ist Hannover „viel schöner als gedacht“ und „gar nicht so hässlich wie sein Ruf“. Zu Recht, denn: Hannover ist eine Stadt zum „Hannoverlieben“, wenn auch nicht immer auf den ersten Blick.

Das zeigen auch die Ergebnisse einer Studie, die das IJK im vergangenen Jahr gemeinsam mit der Mediengruppe Madsack durchgeführt hat. Zum 775. Geburtstag der Stadt Hannover wurden Leserinnen und Leser der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung und der Neuen Presse nach ihrer Zufriedenheit mit der Stadt Hannover befragt. Über 2.000 Leserinnen und Leser nahmen an der Umfrage teil, die von Studierenden des IJK unter Leitung von Daniela Schlütz und Katharina Knop-Hülß und in Kooperation mit dem IJK-Alumnus Michael Willems (Leiter für Produktmanagement Print, Madsack) entworfen wurde. Die Befragten bewerteten u.a. die Verkehrs- und Einkaufssituation, Kulturangebote und Wahrzeichen sowie die allgemeine Zufriedenheit mit dem Standort Hannover.

Das Ergebnis fiel für die Stadt Hannover überaus zufriedenstellend aus. Die Studie zeigt, dass über drei Viertel aller Befragten ihrer Stadt eine gute bis sehr gute Note geben. Dabei fallen besonders Hannovers Natur- und Freizeitmöglichkeiten sowie die Einkaufsmöglichkeiten positiv ins Gewicht. Die Befragten sehen Hannover als Verkehrskreuz des Nordens, als bedeutende Hochschul- und Universitätsstadt und als attraktiven Arbeitsstandort. Auf Platz eins der beliebtesten Sehenswürdigkeiten steht das Rathaus, gefolgt vom Maschsee und den barocken Herrenhäuser Gärten. Das wichtigste Kulturangebot für die Befragten ist das Kino, gefolgt von Pop- und Rockkonzerten und Museen. Auch wenn der Besuch der Oper für die Hannoveraner eine untergeordnete Rolle spielt, sind sie dennoch zufrieden mit der Institution. Auch der Ballhof, das Schauspielhaus, das Theater am AEGI und die freie Kulturszene erfreuen sich hoher Beliebtheit. In der Sonderausgabe der HAZ zum 775-jährigen Jubiläum zieht Bürgermeister Stefan Schostok das treffende Fazit: „Der ‚kleine Ort am Leineufer‘ hat sich längst zur modernen Metropole entwickelt. Es ist die innovative und grüne, die kreative und weltoffene, die lebendige und bunte Stadt der Gegenwart geworden.“ Das scheinen IJKler und IJKlerinnen genauso zu sehen, wie eine Absolventenbefragung aus dem Jahr 2010 zeigt: Hannover ist die Stadt mit der größten IJK-Alumni-Dichte. Einmal hannoverliebt, immer hannoverliebt!

Eigenschaften der Stadt Hannover nach Angaben von Einheimischen und Zugezogenen



Zu Gast

## Tausend Dank an unsere Gäste

Wir bedanken uns herzlich bei allen Lehrbeauftragten aus Wissenschaft und Praxis, die mit ihrem Einsatz und ihrer Unterstützung unser Lehrangebot 2016 ergänzt und bereichert haben.

Es unterstützen uns: Jonathan Kleinpass (Kleinpass Webstories), Corinna Meyer (freie Journalistin, Autorin und Dozentin), Christian Goergens (Rechtsanwaltskanzlei Christian Goergens), Christian Krebs (Rechtsanwaltskanzlei Christian Goergens), Raik Packeiser (insignis Agentur für Kommunikation GmbH), Dr. Simon Berkler (TheDive), Hendrik Kirchhof (MDR), Professor Dr. Rabindra Ratan (Michigan State University), Dr. Dietmar Nowotka (Progressio Consulting GmbH), Dr. Alexandra van Velzen (Gauly | Dittrich | van de Weyer), Samira Leitmannstetter (Universal Music Group), Paul Bomke (Pfalzlinikum), Birgit Fuchs (Pfalzlinikum), Benjamin Schnabel (Deutsche Welle), Gunnar Geßner (Musikland Niedersachsen GmbH), Susanne Ockelmann (WDR), ao. Univ.-Professor Dr. Peter Tschmuck (Universität für Musik und darstellende Kunst Wien), Julia Liebing (Bayerischer Rundfunk), Fabian Granzeuer (Institut für Medien- und Kommunikationspolitik), Imke Gedusch (BTI Befestigungstechnik), Professor Dr. Christian Baierle (ROBA Music Publishing), Ramona Ludolph (University of Lugano), Jörg Heidrich (Heise Medien), Maria Strecker (Marktforscherin Media), Catherina Dürrenberg (HMTM Hannover), Friederike Schlömer (Orchesterbüro Staatsoper Hannover).

Neben diesen Lehrbeauftragten unterstützten uns zahlreiche Praktiker und Praktikerinnen sowie Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen als Gastdozierende in Seminaren und Vorlesungen. Auch ihnen gilt unser herzlicher Dank.

In der Ringvorlesung „Flucht, Medien, (interkulturelle) Kommunikation“ begrüßten wir Kai Weber (Flüchtlingsrat Niedersachsen e.V.), Dorothea Mohlfeld (IGS Linden), Jonas Spinnecker (Deutsches Rotes Kreuz), Andreas Möser (Presse- und Öffentlichkeitsarbeit Stadt Hannover), Afra Gamoori (SPD), Dr. Udo Husmann (Bildungsverein Hannover), Lilian Pithan (politikorange), Omar Sheikh Dieh (Dokumentarfilmer) und Katja Kaufmann (Österreichische Akademie für Wissenschaften). Einen weiteren Gastvortrag zum Thema „Wirkung medialer Darstellungen der Flüchtlingsthematik“ hielt Dr. Diana Rieger (Universität Mannheim). Zudem bedanken wir uns bei den Gästen der Podiumsdiskussion „Die ‚Flüchtlingskrise‘ – Eine ‚Krise des Journalismus‘?“ (siehe S. 6–7).

Den Kurs „Media Entrepreneurship“ unterstützten Arnd Aschentrup (Tripod Technology GmbH), Michael Balzereit (Sparkasse Hannover), Sarah Hernandez (Jodel), Andreas Lenz (t3n Magazin), Christoph Meinecke (Unternehmerverbände Niedersachsen), Kathrin und André Kistner (Qualitize), Thomas Knauer (GfK), Philipp Lück (MODOMOTO), Dr. Marc-Oliver Reeh (CNM Hannover), Ricardo Ferrer Rivero (533 AG), Professor Dr. Armin Rott (Hamburg Media School) und Ingmar Bartels (Nordpol+ Hamburg).

Ingo Stoll (neuwaerts), Dr. Tanja Deuerling (Dr. Tanja Deuerling, Beratung für Medienunternehmen) und Stefan Schmädeke (dreizehn+vier) halfen uns als Jury im Seminar „Disruptive Innovation im Bewegtbildmarkt“. Für das Seminar „Social-Media-PR für Opernhäuser“ unterstützten uns Dr. Olaf Roth (Staatsoper Hannover) und Annegret Birth-Frost (Gesellschaft der Freunde des Opernhauses Hannover).

Weiterhin bedanken wir uns für die Gastvorträge von Maike Engelmann (Goldmann Public Relations), Hardy Prothmann (rheinneckarblog) und Dieter Westhoff (NDR) im Kurs „Grundlagen der Kommunikatorforschung“. Dr. Lars Peters (Dr. Lars Peters Media Consulting) sprach über den Hörfunkmarkt in Deutschland in „Rundfunk und Onlinemedien“. Professor Dr. Bernd Eggers (Eggers & Partner Management Development) und Christian Steinhof (Bertelsmann) unterstützten uns im Seminar „Geschäftsmodelle analysieren und innovieren“. Für den Kurs „Automatisierte Inhaltsanalyse“ konnten wir Alexander Siebert (Retresco GmbH) gewinnen. Das Seminar „Ausgewählte Bereiche der Rezeptions- und Wirkungsforschung“ profitierte von einem Vortrag zur Wirkung der Medien im US-Präsidentenwahlkampf von Professor Dr. Kimb Massey (San Jose State University).

## Das IJK zu Gast

2016 durfte das IJK nicht nur Lehrbeauftragte und Gastdozierende an der Plaza begrüßen, sondern war auch selbst zu Gast.

Gleich drei Seminare unternahmen Exkursionen nach Berlin. Im April haben die Studierenden des Seminars „Inhaltsanalyse“ unter Leitung von Daniela Schlütz und Elena Link das Unternehmen Landau Media in Berlin besucht. Die IJK-Absolventin Daniela Lindner stellte den Studierenden das Unternehmen sowie dessen Dienstleistungsangebot vor.

Auch das Seminar „Media Entrepreneurship“ zog es in die deutsche Hauptstadt, um junge Medienunternehmen zu besuchen. Die 25 Studierenden waren gemeinsam mit Beate Schneider, Christopher Buschow und Daniel Possler zu Gast bei Tandem, ROCKET Internet, Bandist, RCKT, epubli, der Kiron University und Holtzbrinck Ventures.

Die Studierenden der ersten beiden Semester des Masterstudiengangs Medien und Musik haben gemeinsam mit Carsten Winter im November die Konferenz Most Wanted:Music in Berlin besucht. Die Tagung befasst sich mit aktuellen Themen der Musik- und Kreativwirtschaft und wird von der Berlin Music Commission, dem Netzwerk der Berliner Musikwirtschaft, ausgerichtet. Die 11 Studierenden nahmen nicht nur als Konferenzbesucher an dem Event teil, sie unterstützten die Veranstaltung auch als Volunteers. Das Werkstattseminar „Jugendliche und Nachrichten“ war unter Leitung von Katharina Emde-Lachmund und Christoph Klimmt in der Chefredaktion der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung zu Gast. Hier diskutierten sie Ideen für Online-Nachrichtenformate für die junge Zielgruppe.



# Was macht eigentlich ...?

... Beatrice Kemner

**Welches Medienangebot hat Dich in der letzten Zeit am meisten begeistert/am besten unterhalten?**

Netflix – neue, hochwertige Serien am laufenden Band, extreme Flexibilität für den Nutzer, günstig. Und dann natürlich noch The Great British Bakeoff, perfekt zum Chillen und Stillen am Abend.

**Welches Medienangebot könnte deinetwegen auf ewig von der Bildfläche verschwinden?**

Fox News. Und unnötige Gewalt in eigentlich großartigen Serien wie Game of Thrones oder The Walking Dead – wer braucht das?

**(Bitte vervollständige den Satz) Wenn es kein Facebook gäbe, ...**

... würde ich das gar nicht merken.

**Mit wem würdest Du gerne mal einen Monat lang den Job tauschen (und warum)?**

Mit einem Kindergärtner. Die Ausbildung und Erziehung unserer Kinder ist essentiell, aber der Beruf extrem unterschätzt. Okay, vielleicht nur für eine Woche und nicht einen ganzen Monat...

**Welchen Job würdest Du nur sehr ungern machen wollen (und warum)?**

Verkäufer. Ist mir unangenehm.

**3 Dinge, die Du gerne noch erleben möchtest:**

Wie die Kinder meiner Kinder erwachsen werden, dass selbstfahrende Autos den Verkehr revolutionieren, eine Feier vom MMBA Jahrgang 2002 zum 50. Jubiläum.

**3 Orte, die Du gerne noch bereisen möchtest:**

Das American Heartland, Hannover als Tourist, Ruinen und verlassene Gebäude.

**Eine besonders schöne oder prägende Studierinnerung?**

Da gibt es viele: Meine großartige Studiengruppe im Werkstattseminar „Distinktion und Medien“, Organisation des IJK-Forums 2004. 40 Stunden wach... Die IJK-Aufnahmeprüfung im Sommer 2002, bei der alle männlichen IJK-WiMis Sandalen trugen, Die „Blau“-Party in der hanOMacke (gibt es die eigentlich noch?).

**Zum Schluss bitte noch eine kleine Lebensweisheit to-go:**

Bekommt Kinder! Praktischerweise hat die Natur es so eingerichtet, dass ihr es nicht bereuen werdet.

## Promovenden & Habilitanden

### Sarah Geber



*Wie Meinungsführer Meinung kommunizieren: Neue theoretische und methodische Perspektiven auf das Meinungsführerkonzept und ihre Bedeutung für die politische Alltagskommunikation*

Meinungsführer gelten als Personen, die in politischen Gesprächen die Meinungen ihrer Mitmenschen beeinflussen können. Bis dato wissen wir jedoch nur wenig über die Kommunikation von Meinungsführern und damit darüber, wie sie ihre Gesprächspartner beeinflussen. Um Meinungsführerschaft und damit kommunikative Einflussnahme in politischen Alltagsgesprächen zu untersuchen, führt die Dissertation von Sarah Geber kommunikationswissenschaftliche sowie sozialpsychologische und -linguistische Erkenntnisse in einem Modell zusammen. Zur Überprüfung des Modells wurden Freundschafts- und Bekanntschaftspaare befragt und deren politische Gespräche beobachtet. Die Ergebnisse zeigen, dass Meinungsführerschaft ein inhaltlich und sozial relevantes Phänomen politischer Alltagskommunikation ist: Meinungsführerschaft zeigt sich in einer argumentativen Meinungskommunikation und wird von beiden Gesprächspartnern wahrgenommen. Die Studie schließt damit eine bedeutsame Forschungslücke der Meinungsführerforschung und gibt einen gesellschaftlich relevanten Einblick in die politische Alltagskommunikation.

### Wiebke Möhring



*Lokaljournalismus im Fokus der Kommunikationswissenschaft: Forschungsstand und Defizite*

Zentrale Aufgabe der Kommunikationswissenschaft ist die wissenschaftliche Beschäftigung mit den Bedingungen, Strukturen und Bedeutungen medialer öffentlicher Kommunikation. Gerade im Bereich der angewandten Forschung sollen kommunikationswissenschaftliche Studien zur Lösung von Problemen der Kommunikationspraxis beitragen. Die kumulative Habilitationsschrift fragt daher in einer Forschungssynopse danach, welchen Stellenwert lokale Kommunikation innerhalb der kommunikationswissenschaftlichen Forschung hat, welche wissenschaftlichen Ergebnisse eingebracht werden in den Diskurs um die Weiterentwicklung oder Beschreibung des Status quo des Lokaljournalismus und welche Forschungsdefizite auszumachen sind. Das Ziel ist, den multiperspektivischen Diskurs und wissenschaftlichen Kenntnisstand in Bezug auf Status quo, Umbrüche und Herausforderungen des Lokaljournalismus in Deutschland zu bündeln und zu systematisieren.

### Christopher Buschow



*Die Neuordnung des Journalismus. Eine praxistheoretische Studie zur Gründung neuer Medienorganisationen*

Wie wird die Produktion von Journalismus künftig organisiert? Um diese Frage zu beantworten, untersucht Christopher Buschows Dissertation neugegründete Medienorganisationen aus einer praxistheoretischen Perspektive. Neugründungen sind bedeutende Kontrastfälle zu den etablierten Orten der journalistischen Produktion (Presseverlage und Redaktionen), da sie ein vergleichsweise größeres Innovationspotenzial aufweisen und gewisse Entwicklungstendenzen des Journalismus vorwegnehmen können. Ihre Untersuchung schließt ein aktuelles Forschungsdesiderat und ergänzt bestehende Theorien des Journalismus in Zeiten beschleunigten Wandels um kontemporäre Entwicklungen. Eine empirische Fallstudienuntersuchung von 15 Organisationen, die auf der Triangulation qualitativer Experteninterviews, Dokumentenanalysen und Feldbegehungen fußt, zeigt, was es bedeutet, in Neugründungen ‚Journalismus zu produzieren‘ und ‚Medien zu managen‘. In ihrer Erforschung wird schließlich eine ‚Neuordnung des Journalismus‘ sichtbar, wie sie im Kontext von Neugründungen hervorgebracht wird.

## Workshops &amp; Tagungen

## Thematische World Cafés: Auf den Spuren der Media- und Musicpreneure



Vertreterinnen und Vertreter aus der Medienpraxis sowie Musik- und Kulturwirtschaft diskutieren im Rahmen der World Cafés

Die Medien- und vor allem die Musikwirtschaft unterliegen rapiden Veränderungen. In beiden Branchen treiben neue Unternehmerinnen und Unternehmer disruptive Entwicklungen: Sie schaffen neue Geschäftsmodelle, innovative Produkte und dazu passende neue innovative wie kostensensible Management-Strukturen. Diese neuen Media- und Musicpreneure standen im Fokus zweier Workshops, die im Seminar „Führung und Managemententwicklung“ im Sommersemester 2016 von Studierenden der Masterstudiengänge Medienmanagement und Medien und Musik unter Leitung von Carsten Winter und Praxis-Partnern veranstaltet wurden.

Gemeinsam mit Vertreterinnen und Vertretern aus der Medienpraxis wurde im Rahmen des ersten Workshops diskutiert, warum in Medienunternehmen heute zunehmend Nachwuchskräfte mit unternehmerischem Profil gefragt sind. Um für talentierten Nachwuchs attraktiv zu werden, gründen etablierte Medienhäuser deshalb Start-ups wie Madsack Vertical oder aus verschiedenen Teilen neue Unternehmen wie Territory (Gruner + Jahr). Hier finden ‚Mediapreneure‘ wesentlich offenere Strukturen vor, die es ihnen ermöglichen, sich nach innen und vor allem außen besser zu vernetzen. Karrieren in Konzernen verlaufen daher nicht mehr auf den herkömmlichen Pfa-

den, vielmehr in offen vernetzten Strukturen. Gefördert wurde der Workshops durch nord-media, der Medienförderungsgesellschaft der Bundesländer Niedersachsen und Bremen, der Gruner + Jahr GmbH & Co. KG sowie der Madsack Mediengruppe.

Im Rahmen des zweiten Workshops wurden diese Erkenntnisse anhand der Musik- und Kulturwirtschaft, die als „Labor“ für zukünftige Entwicklungen gelten kann, vertieft. Eingeladen waren u.a. Dana Bauers (Pop KW), Leila Döring (KlubNetz), Julia Wartmann (Local Heroes), Christine Preitauer und Kai Schirmeyer (krelHtiv), Arne Jansen (HMTMH), Gunnar Geßner (Musikland Niedersachsen), Andreas Burckhardt (LAG Jazz), Hendrik Deutsch (Landesmusikrat), Dr. Matthias Rauch (CMM Mannheim und Region) und Olaf „Gemse“ Kretschmar (Berlin Music Commission).

Die Teilnehmenden verhandelten die neue Rolle von Musicpreneuren, die als Unternehmerinnen und Unternehmer in der Musikwirtschaft die digitale Disruption der Branche insbesondere durch die Gründung von neuen Netzwerken vorantreiben. Dabei spielen digitale Netzwerkmedien für Kooperationen zwischen den Akteuren und die Entwicklung ihrer Wertschöpfung eine zentrale Rolle. Diskutiert wurde insbesondere die Rolle der Netzwerkorganisatoren für die

Vervielfältigung der Wertschöpfungsperspektiven der Akteure, die durch eine neue institutionalisierte strukturelle Einbeziehung von Netzwerkorganisatoren möglich wird.

Debattiert wurde außerdem, wie besonders kommunale und regionale Netzwerke helfen können, möglichst viele und verschiedene Musikakteure produktiv in die Gestaltung einer „Musikstadt der Zukunft“ einzubeziehen. Es stellte sich etwa die Frage, ob und wie die „UNESCO-City of Music“ Hannover zu einer „Smart Music City“ werden kann. Im Rahmen des Workshops diskutierten Vertreterinnen und Vertreter wichtiger deutscher Musiknetzwerke erstmalig mit Bezug auf den Forschungsstand neue Chancen durch neue Vernetzungsmöglichkeiten.

Diese in Kooperation mit der Gesellschaft für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung e.V. (GMM) veranstalteten thematischen World Cafés haben sich als Transfer-Veranstaltungen bewährt, wie die Unterstützer und Kooperationspartner, die Musikland Niedersachsen gGmbH, das krelHtiv Netzwerk Hannover e.V. und der Förderkreis der HMTMH in Kooperation hervorgehoben haben. Sie wurden seitdem als Brückenschlag zwischen Praxis und Wissenschaft von Lernenden und Lehrenden am IJK und an der HMTMH im Rahmen verschiedener Veranstaltungen fortgeführt: u.a. auf dem 2016 GMM Summer Institute in Porto, der Reeperbahnfestival-Konferenz oder auf der Jahrestagung der Musikland Niedersachsen gGmbH mit dem erfolgreichen Roundtable „Musicpreneure – Chancen und Herausforderungen“, der 2017 wieder von Vertretern von IJK und dem Jazz/Rock/Pop-Institut der HMTMH organisiert wird.

## Publikationen &amp; Vorträge (Auswahl)

**Baumann, E. & Link, E. (2016).**

Onlinebasierte Gesundheitskommunikation: Nutzung und Austausch von Gesundheitsinformationen über das Internet. In F. Fischer & A. Krämer (Hrsg.), *eHealth in Deutschland. Anforderungen und Potenziale innovativer Versorgungsstrukturen* (S. 385-406). Berlin: Springer. doi:10.1007/978-3-662-49504-9\_21

**Baumann, E., Koller, M., Wiltfang, J., Wenz, H.-J., Möller, B. & Hertrampf, K. (2016).**

Challenges of early detection of oral cancer: Raising awareness as a first step to successful campaigning. *Health Education Research*, 31 (2), 136-145. doi: 10.1093/her/cyv099

**Emde, K., Klimmt, C. & Schlütz, D. M. (2016).**

Does storytelling help adolescents to process the news? A comparison of narrative news and the inverted pyramid. *Journalism Studies*, 17 (5), 608-627.

**Geber, S., Baumann, E. & Klimmt, C. (2016).**

Tailoring in risk communication by linking risk profiles and communication preferences: The case of speeding of young car drivers. *Accident Analysis & Prevention*, 0.Jg. (97), 315-325. doi:10.1016/j.aap.2015.06.015

**Geber, S., Scherer, H. & Hefner, D. (2016).**

Social capital in media societies: The impact of media use and media structures on social capital. *International Communication Gazette*, 78 (6), 493-513. doi:10.1177/1748048516640211

**Hefner, D. & Vorderer, P. (2016).**

Digital stress: Permanent connectedness and multitasking. In L. Reinecke & M.-B. Oliver (Hrsg.), *Handbook of media use and well-being* (S. 237-249). New York, NY: Routledge.

**Klimmt, C. & Ogbazion, S. (2016).**

Interesting, but not necessarily effective: Testing a Serious Game with socially disadvantaged children. In A. de Gloria & R. Veltkamp (Hrsg.), *Games and Learning Alliance. 4th International Conference, GALA 2015, Rome, Italy, December 9-11, 2015. Revised Selected Papers (Lecture Notes in Computer Science 9599)* (S. 238-244). Berlin: Springer.

**Klimmt, C., Link, E., Emde, K. & Schneider, B. (2016).**

Communication as integral element of biomedical implant innovation. *BioNanoMaterials (Special Issue „Biofabrication“)*, 17 (1-2), 93-102.

**Knop, K., Öncü, S., Penzel, J., Abele, T. S., Brunner, T., Vorderer, P. & Wessler, H. (2016).**

Offline time is quality time. Comparing within-group self-disclosure in mobile messaging applications and face-to-face interactions. *Computers in Human Behavior*, 55 (B), 1076-1084.

**Link, E. (2016).**

Gesundheitskommunikation mittels Gesundheitsportalen und Online-Communitys. In C. Rossmann & M. Hastall (Hrsg.), *Handbuch Gesundheitskommunikation – kommunikationswissenschaftliche Perspektiven*. Berlin: Springer. doi:10.1007/978-3-658-10948-6\_13-1

**Link, E., Baumann, E. & Früh, H. (2016).**

Online discourses about pregnancy: Privacy as a ‘price’ for supportive communication? *International Journal of Communication and Health*, 0.Jg. (8), 54-64.

**Niemann, J. (2016).**

Risiken und Nutzen der Kommunikation auf Social Networking Sites: Theoretische Modellierung und empirische Befunde auf Basis der „Theory of Reasoned Action“. *Neue Schriften zur Online-Forschung*. Köln: von Halem.

**Reifegerste, D. & Hartleib, S. (2016).**

Hypoglycemia-related information seeking among informal caregivers of type 2 diabetes patients: Implications for health education. *Journal of Clinical & Translational Endocrinology*, 4, 7-12. doi:10.1016/j.jcte.2016.02.001

**Reifegerste, D. & Rossmann, C. (2016).**

Promoting physical activity with group pictures. Affiliation-based visual communication for high-risk populations. *Health Communication*, 32 (2), 161-168. doi: 10.1080/10410236.2015.1110007

**Reus, G. (2016).**

Sinn für den Boulevard und die ‚Nationalidee‘. Heinrich von Kleist und sein Lehrsatz von der Staatsferne des Journalismus. In H. Pöttker & A. I. Stan’ko (Hrsg.), *Mühen der Moderne. Von Kleist bis Tschechow – Deutsche und russische Publizisten des 19. Jahrhunderts* (S. 20-69). Köln: von Halem.

**Reus, G. & Müller-Lindenberg, R. (2017).**

Die Notengeber. Gespräche mit Journalisten über die Zukunft der Musikkritik. Wiesbaden: Springer VS.

**Scherer, H., Link, E., Baumann, E., Emde-Lachmund, K. & Klimmt, C. (2016).**

Kommunikation in Krisenzeiten: Neue Perspektiven auf die Interaktion von Risikowahrnehmung und Gesundheitsinformationsverhalten am Beispiel der Ebola-Epidemie. In A.-L. Camerini, R. Ludolph & F. B. Rothenfluh (Hrsg.), *Gesundheitskommunikation im Spannungsfeld zwischen Theorie und Praxis* (S. 196-210). Baden-Baden: Nomos.

**Schlütz, D. (2016).**

Contemporary quality TV: The entertainment experience of complex serial narratives. In E. L. Cohen (Hrsg.), *Communication yearbook 40* (S. 95-124). New York, NY: Routledge. doi:10.1080/23808985.2015.1173527

**Schlütz, D. (2016).**

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

**Schneider, F. M., Weinmann, C., Roth, F. S., Knop, K. & Vorderer, P. (2016).**

Learning from entertaining online video clips? Enjoyment and appreciation and their differential relationships with knowledge and behavioral intentions. *Computers in Human Behavior*, 54, 475-482. doi:10.1016/j.chb.2015.08.028

**Starke, C., Naab, T. K. & Scherer, H. (2016).**

Free to expose corruption: A cross-national analysis of 157 countries on the impact of media freedom, internet access and online service delivery on corruption. *International Journal of Communication*, 10, 4702-4722.

**Tworek, H. J. S. & Buschow, C. (2016).**

Changing the rules of the game: Strategic institutionalization and legacy companies’ resistance to new media. *International Journal of Communication*, 10, 2119-2139.

**Zurstiege, G. & Schlütz, D. (Hrsg.). (2016).**

Sozialität und Werbung. Köln: von Halem.



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

goo.gl/1vKXVA



Abschlussarbeiten

Bachelor Medienmanagement

**ABEL, MARCEL****Neo Late Night**

Eine empirische Untersuchung der Rezeptionsmotive von Zuschauern satirischer Late-Night-Shows im deutschen Fernsehen am Beispiel der Sendung „Neo Magazin Royale“

**BEIGEL, REBECCA****Muslime, Medien, Meinungen – Stereotypen-Frames in der Berichterstattung**

Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Darstellung von Muslimen in ausgewählten deutschen Tageszeitungen

**BORGSMANN, PHILIP****Mach mich schlank!**

Nutzerseitige Faktoren parasozialer Beziehungen zu Fitness-YouTubern

**BUKOWSKI, CARINA****How to Raise Hell in the Music Industry**

Eine qualitative Einzelfallstudie zur Erkenntnis musikbezogener Wertschöpfung von nicht-etablierten Künstlern im Zeitalter digitaler Netzwerkmedien

**DIEDERICH, LAURA****Das Teilen der kleinen Momente**

Eine empirische Untersuchung der Nutzungsmotive der App Snapchat

**FRANKE, JANOSCH****Fußballjournalismus im Abseits?**

Eine vergleichende Inhaltsanalyse der Bundeligaberichterstattung in unabhängigen- und Vereinsmedien

**FISSE, TANJA****Real Bad Arabs?**

Eine empirische Untersuchung rezipientenseitiger Einflussfaktoren auf die Realitätswahrnehmung und das Rezeptionserleben der Serie „Homeland“

**GARMS, NICO****Essstörungen: Nicht zum Lachen?**

Eine explorative Studie zur Medienaneignung von (gestörtem) Essverhalten und Körperbildern innerhalb der Horror-Comedy Serie „Scream Queens“

**GERTKEN, MIRIAM****Alles geframet?! Beeinflusst die mediale****Berichterstattung die Einstellung von****Rezipienten zum Thema Flüchtlinge?**

Eine experimentelle Untersuchung des Framing-Ansatzes zum Thema Flüchtlinge

**GROVE, CEDRIC****News für Teens**

Eine qualitative Untersuchung der Nutzungsmotive sowie der Bewertungs- und Bedeutungsdimensionen neuer Online-Nachrichtenformate am Beispiel des YouTube-Formats „LeNews“

**HAAS, CLAUDIA****Der Widerspenstigen Rezeption**

Eine quantitative Untersuchung zum Reaktanzverhalten von Rezipierenden am Beispiel des Films „Honig im Kopf“

**HANKE, SINA****#Gesponsert**

Eine quantitative Analyse zum Einfluss der Reaktanz gegenüber Werbeanzeigen auf Instagram

**HEDDER, IMKE RONJA****Zum Heulen schön!**

Eine empirische Untersuchung der metaemotionalen Verarbeitung trauriger Serien am Beispiel von „Club der roten Bänder“

**HEIMER, ALEXANDER****Kindheitstraum: Entrepreneur!**

Quantitative Analyse zur Überprüfung eines Zusammenhangs zwischen dem Medienkonsum ausgewählter Inhalte und der Intention, beruflich selbstständig zu werden

**HEIN, THERESA****Die Stadt und ich**

Lokale Informationsvermittlung durch soziale Netzwerke – die Entwicklung eines Geschäftsmodells

**HEINE, KATHARINA****Entertainment-Education? Gekennzeichnet!**

Eine experimentelle Befragung zur Wahrnehmung und Wirkung der Kennzeichnung von Entertainment-Education in fiktionalen Unterhaltungsangeboten am Beispiel von „Grey's Anatomy“

**HINGST, CARINA****Von parasozial zu paarsozial**

Eine empirische Untersuchung der parasozialen Beziehungen zu Joko Winterscheidt und Klaas Heufer-Umlauf

**HOFMANN, MARK T.****Priming your Mind**

Ein Experiment zur Stärke von unbewusster Beeinflussung durch Priming in Abhängigkeit von der Art des Denkens

**JÜRGENS, TRISHA****#fitspo**

Eine empirische Untersuchung der Nutzungsmotive von Fitspiration-Accounts auf Instagram

**KÜTTNER, FRANZISKA****Gemeinsam stark?**

Eine qualitative Untersuchung zur Rolle von Co-Creation und Netzwerken innerhalb der Beziehungen zwischen Eco-Fashion Labels, -Shops und Endkunden am Standort Berlin

**LIANG, HANNI****Neue Kommunikationsformen als Erfolgsfaktoren für Künstlerkarrieren klassischer Musiker/-innen****LIEDERWALD, BILL****„Wer ist hier verantwortlich?“**

Eine quantitative Inhaltsanalyse zur Frage, wen die deutschen Leitmedien für die Flüchtlingskrise verantwortlich machen

**MEDE, NIELS****Der Wert von Wissenschaft im deutschen****Fernsehen**

Eine inhaltsanalytische Überprüfung des Geltungsbereichs der Nachrichtenwerttheorie im Kontext deutscher TV-Wissenschaftsmagazine

**MICHNEV, VIKTOR****Die PARTEI. Satire in der Politik oder Politik mit scharfem Witz?**

Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Berichterstattung über die PARTEI in deutschen Qualitätszeitungen von 2004 bis 2015

**NEUENDORF, OLE****Eine qualitative Untersuchung über Erfolgsfaktoren lokaler Online-Tageszeitungen****OSKIERSKI, LARISSA****Das Schlussmachen mit einer Serie - Motive und Beweggründe**

Eine qualitative Untersuchung der Hintergründe des Serienabbruchs

**ROTTWITT, RUTH****#fitspiration: Sport mit Instagram**

Eine empirische Analyse der Wirkungen von Fitspiration-Inhalten auf sportliche Aktivität

**SCHABRAM, NICOLAS****Warum wir beim Einparken das Radio abstellen**

Eine experimentelle Untersuchung kapazitiver Interferenzen beim Verarbeiten komplexer Audioinhalte in verschiedenen Rezeptions-situationen

**SCHAUDINN, SOFIA****Modeblogs auf Instagram**

Eine empirische Untersuchung der Nutzungsmotive von deutschsprachigen Instagramnutzern, die Modeblogs in dem sozialen Netzwerk Instagram verfolgen

**SCHREINER, LAURENZ****Applaus, Applaus – Das Verhalten des Studiopublikums in politischen Talkshows**

Eine empirische Analyse am Beispiel der Sendung „hart aber fair“

**SCHUBERT, JANA****Schlank, schön und durchtrainiert –****warum sehe ich nicht so aus?**

Eine empirische Untersuchung zur Wahrnehmung und Wirkung von körperbezogener bildlicher Selbstdarstellung Heranwachsender und junger Erwachsener in sozialen Medien am Beispiel Facebook

**SCHULZ, FRANZISKA****Paid Content**

Eine quantitative Analyse der Zuwendungsmotive und Persönlichkeitsmerkmale von Nutzern kostenpflichtiger und kostenloser journalistischer Online-Inhalte

**SCHWARZE, HENRIETTE****Pablo lieben – Escobar hassen?**

Eine empirische Untersuchung der Einflussfaktoren Perceived Reality und Moral Disengagement auf das Unterhaltungserleben der Serie „Narcos“

**SIEVERS, FELIX****Der Abgasskandal – Eine Frage der****Perspektive**

Eine inhaltsanalytische Untersuchung der medialen Berichterstattung über den Abgasskandal unter besonderer Berücksichtigung der zu Wort kommenden Akteure

**SOBOLEWSKI, NICO****Ganz großes Kino!**

Eine quantitative Untersuchung der Motive für die Nutzung von Video-Streaming-Diensten zur Spielfilmrezeption im Vergleich mit dem Kinobesuch

**SPIPKER, KEVIN****Interagiert. Interagierte. Wird Interagieren**

Eine explorative Studie zur Interaktion und Wahrnehmung fremder Videospielwelten durch erfahrene und unerfahrene Spieler

**TROEGER, JASMIN****Familienbilder in Kinderserien**

Eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Darstellung von Familie in Kinderserien

**VON HÖREN, SARAH****Wenn Start-ups Projekt-Prozesse digitalisieren**

Eine qualitative Untersuchung

**WEINERT, LAURA****Good Pop, Bad Pop?**

Eine experimentelle Studie zum ästhetischen Kriterium Authentizität in der Popmusik

**WESTERMANN, TOBIAS****Chancen und Herausforderungen des strategischen Markenmanagements vor dem Kontext der Digitalisierung****WIENS, MARTIN****Wie journalistische Medienangebote****Instant-Messaging-Dienste zur Distribution von Content nutzen können**

Eine qualitative Untersuchung zur Entwicklung von journalistischen Darstellungsformen für die Umgebung vom Instant Messenger

**ZENKE, KATHRIN****Change Promoters in Society**

Eine qualitative Untersuchung der Unterschiede und Gemeinsamkeiten von Social Entrepreneuren in Deutschland

**ZÜLLICH, RONJA****„Terrible but Awesome“: Binge Watching**

Eine empirische Untersuchung der Motive für einen Serienmarathon



[goo.gl/ERhjLw](https://goo.gl/ERhjLw)

Die Abstracts der Abschlussarbeiten Bachelor Medienmanagement finden Sie hier.



Abschlussarbeiten

Master Medienmanagement

**BRUNS, SOPHIE****Bad News? Wenn Nachrichten****Emotionen wecken**

Eine experimentelle Studie zur Informationsverarbeitung emotionalisierender Nachrichten unter Berücksichtigung der emotionalen Reaktion des Rezipienten

**BUCHWALD, JENNY****„Mit Unterhaltung aufklären“**

Kooperationen zwischen Gesundheitsexperten und Filmschaffenden bei Serien und Filmen im Kontext der Entertainment-Education-Strategie

**CARNOL, NATASCHA NINA****Macht Essen Fernsehen besser?**

Eine situationszentrierte, empirische Untersuchung von (parallelen Ess- und) Fernsehepisoden hinsichtlich des emotionalen Rezeptionserlebens

**ENGEL, JULIA****Die „Wir schaffen das“-Debatte**

Eine akteurszentrierte Framing-Analyse des medialen Asyl-Diskurses

**FELLECHNER, FABIAN****Bundesliga schau ich am liebsten daheim!**

Eine quantitative Befragung zu Determinanten der Selektion von Medienmenüs an einem Bundesliga-Spieltag

**FIEDLER, MALTE****Read me!**

Eine empirische Studie über den Einfluss von Nachrichtempfehlungen und des Nachrichtenwerts auf das Interesse an politischen Nachrichten in sozialen Onlinenetzwerken

**GOLOMBEK, LUCAS****„Are you talking to me?“**

Eine experimentelle Untersuchung des Einflusses des Stilmittels Durchbrechen der vierten Wand auf das Unterhaltungserleben am Beispiel der Serie „House of Cards“

**GROTE, LENNART****GER vs. USA**

Eine quantitative Studie zum Vergleich deutscher und US-amerikanischer Social-TV-Nutzer

**LOHRER, ANNE****Das wird man ja wohl noch sagen dürfen!**

Eine Längsschnittanalyse der öffentlichen Debatte zum Thema Flucht und Asyl bei Facebook

**MAY, NICOLAS****Sounds Like Fun?**

Eine experimentelle Untersuchung des Einflusses von Soundtrack-Musik in Videospiele auf den Spielspaß

**MERGEL, FENJA****Determinanten der Nachrichtennutzung**

Eine empirische Untersuchung zu den Ursachen unterschiedlich langer Nachrichtennutzung auf der Grundlage eines erweiterten Theory of Reasoned Action-Modells

**MONDRY, MARIA****Advertorials – Ein wirksames Mittel im****„War for Talents“?**

Ein Experiment zur Werbewirkung von Advertorials im Bereich der Imagekommunikation von Hochschulen

**REISSMANN, JANINA****Angst zu Zeiten der Ebola-Epidemie**

Eine quantitative Analyse über das Informationsverhalten der deutschen Bevölkerung während der Ebola-Epidemie unter besonderer Berücksichtigung von Angst

**RIESENBERG, FELIX****Wie über die Nutzung von Musikstreaming entschieden wird**

Eine Befragung seiner Premium-, Free- und Nicht-Nutzer

**SCHWEPE, MAREIKE****Fluch für die Privatsphäre oder Segen für die Gesundheit?**

Die Rolle der Sorge um Privatsphäre von Gesundheitsdaten im Kontext der Nutzungsde-terminanten von Fitness-Apps

**STUBMANN, LUISA****POPC – Vermessung des Alltags mit Smartphone**

Eine empirische Untersuchung zum Einfluss des situativen Kontextes auf das POPC-Verhalten Studierender mittels der Day Reconstruction Methode

**SWIRSKI, KATHARINA****Tracking for Health? Nutzungs-determinanten und Wirkungen von mobilen Gesundheits-Apps**

Eine empirische Untersuchung im Mehrmetho- dendesign am Beispiel des Gesundheits-Coach „dacadoo“

**TORKE, MARCUS****Infrastruktur für Startups aus der Kultur- und Kreativwirtschaft****WEBER-HOFFMANN, INA****Of Monsters and Men – Berichterstattung über Pädophilie**

Eine Inhaltsanalyse von überregionalen Qualitätszeitungen (1995–2014)


[goo.gl/wK4w77](http://goo.gl/wK4w77)

Die Abstracts der Abschlussarbeiten Master Medienmanagement finden Sie hier.



Abschlussarbeiten

Master Medien und Musik

**BECKMANN, AGNES****Metal – ein Massenphänomen?**

Eine Untersuchung zur Wahrnehmung des Genres anhand des Wacken Open Air

**BRÜGGEN, MARLENE****Klassikinnovatoren und ihr berufliches Selbstverständnis****BURGHAUSEN, LINA****Afrika Bambaataas HipHop? Selbstverständnis einer hybriden kulturellen Szene****DELOVA, MARIA****Semiotische Opernanalyse am Beispiel von „Der junge Lord“ von Hans Werner Henze und Ingeborg Bachmann****ESCH, KORNELIA****Musikblogger in Deutschland**

Eine qualitative Kommunikatorstudie

**FLEISCHER, VERA****Musikbranding**

Eine qualitative Befragung zu Motiven, Chancen und Risiken von Kooperationen zwischen Marken und Musikern

**HALEWAT, ROMINA****Kino im Konzertsaal**

Eine Befragung zur aktuellen Situation der Filmkonzerte sowie deren Potenzial zur Erschließung eines neuen Publikums im klassischen Konzertwesen

**KNAUER, LINDA****ladies und bitches**

Eine popmusikalische Analyse des Frauenbilds im Hip-Hop am Beispiel von Nicki Minaj

**LÜHN, SARAH****Chancen und Herausforderungen einer kommerziellen Nutzung Creative-Commons-lizenzierter Musikwerke****RÜHL, ALEXANDER****Konsistenz in der akustischen Markenführung****SEIBEL, MARLENE****Ein echter Kult**

Rezeption & Aneignung der BBC-Serie „Sherlock“ in Deutschland

**WIEDENAU, ANNA****Soziale Nachhaltigkeit in der Musikveranstalterbranche**

Eine qualitative Untersuchung


[goo.gl/9wQ8Ez](http://goo.gl/9wQ8Ez)

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