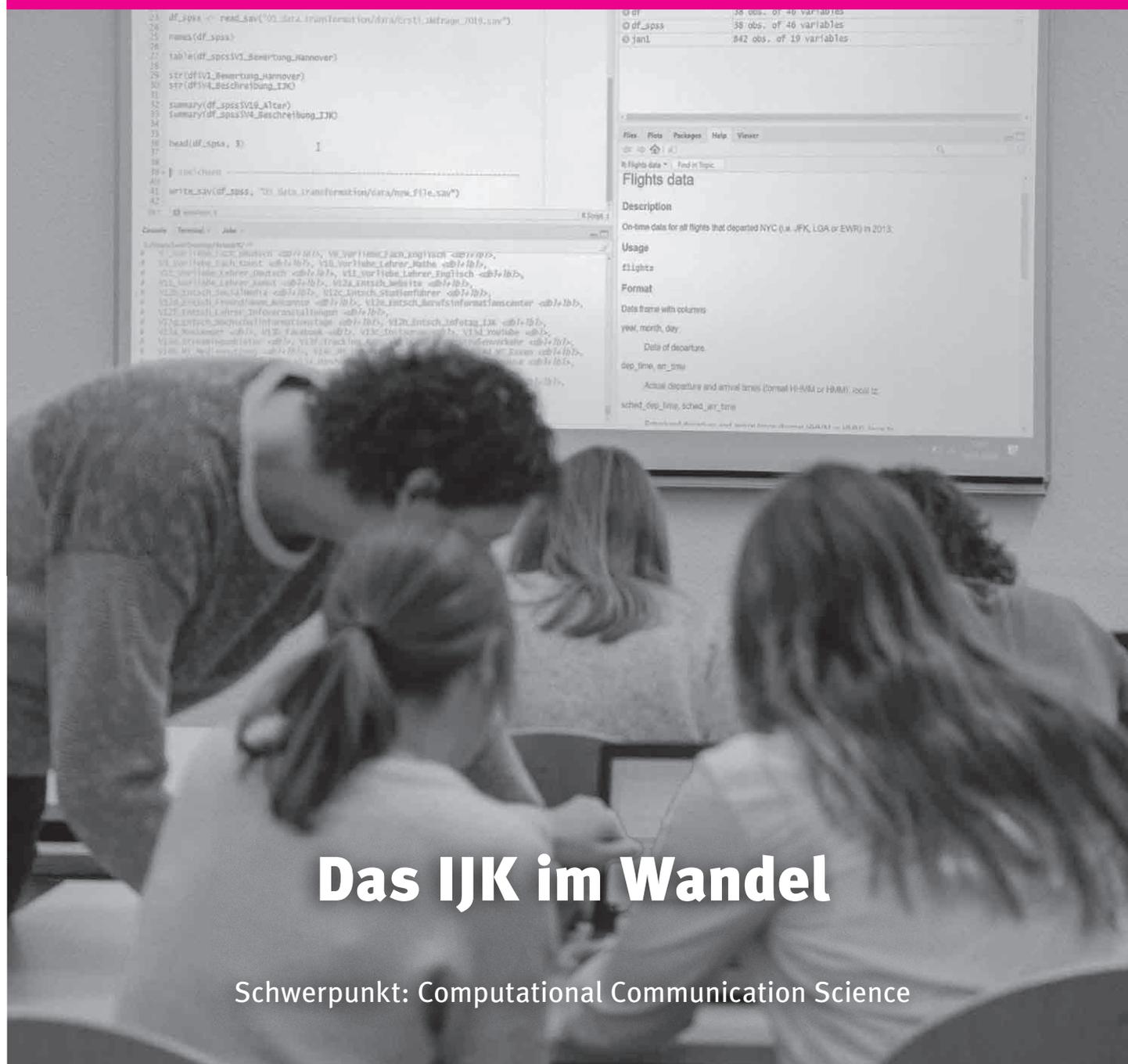


IJK-PLAZA

WISSENSCHAFT LEBEN. IN HANNOVER. FÜR DIE MEDIENPRAXIS.

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

Ausgabe 27
01.2020



Das IJK im Wandel

Schwerpunkt: Computational Communication Science

IJK-PLAZA

Liebe Freundinnen und Freunde des IJK,

hinter uns liegen zwei weitere spannende und herausfordernde Jahre. Wie der Titel dieser Ausgabe andeutet, unterliegen nicht nur die Unternehmen der Medienbranche einem stetigen Wandel, auch das IJK hat sich in den letzten zwei Jahren verändert, angepasst und weiterentwickelt.

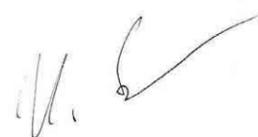
Zum einen haben sich die Gesichter des IJK deutlich verändert. Mit Daniela Schlütz, Sarah Geber, Christopher Buschow und Friederike Schlömer haben gleich vier Mitarbeitende das IJK im Sommer 2018 verlassen, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. Mit Gunter Reus mussten wir zur gleichen Zeit einen wohlgeschätzten und wertvollen Kollegen in den Ruhestand entlassen. An dieser Stelle möchte ich mich für die großartige Zusammenarbeit mit allen ehemaligen Kolleginnen und Kollegen in den letzten Jahren ganz herzlich bedanken. Auch wenn einige dieser Lücken unersetzbar sind, konnten wir in den letzten beiden Jahren glücklicherweise auch viele neue Kolleginnen und Kollegen im vierten Stock hinzugewinnen. Über unsere Neuzugänge freuen wir uns selbstverständlich sehr.

Zum anderen können wir uns am Institut auch über zahlreiche neue Projekte und die Reform der beiden Masterstudiengänge freuen. Außerdem machen Themen wie Digitalisierung und Big Data auch vor dem IJK nicht Halt und wir müssen unsere Forschung und Lehre an neue Formen von Kommunikation und die aus ihr entstehenden Daten anpassen. Im Rahmen des vom Niedersächsischen Ministerium für Wissenschaft und Kultur geförderten Projekts „Computational Data Science“ arbeiten wir daher beispielsweise daran, unsere Methodenausbildung zukunftsorientierter zu gestalten.

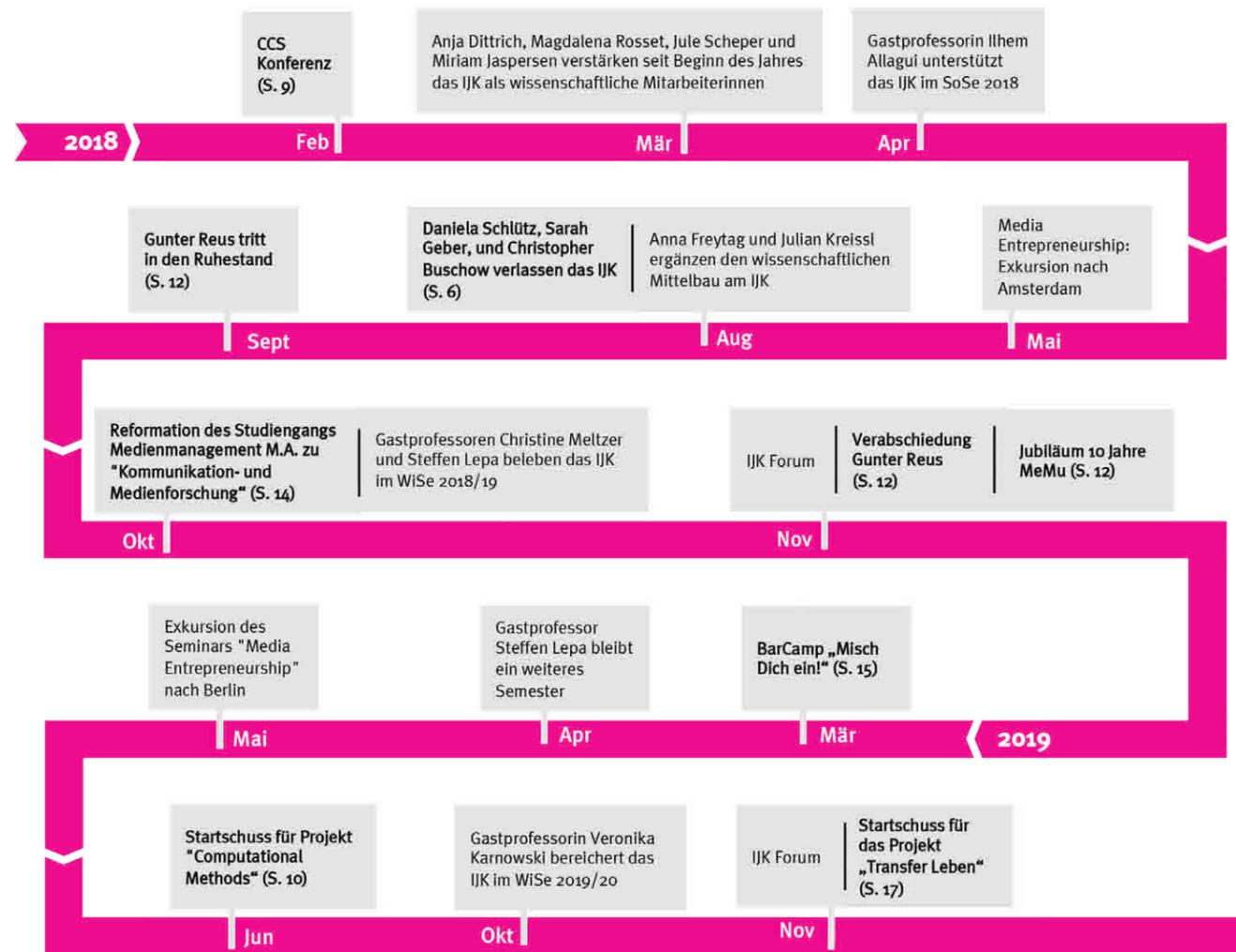
Im Zentrum stehen die Herausforderungen im Umgang mit großen Datenmengen, die zum Beispiel im Rahmen von Online-Kommunikation entstehen, oder Möglichkeiten, Inhaltsanalysen zu automatisieren. Da wir mit unserer Ausbildung am IJK unsere Studierenden schon immer bestmöglich auf die Anforderungen der Arbeitswelt vorbereiten wollten, entwickeln wir hierfür aktuell ein neues Methodenkonzept.

Aber schauen und lesen Sie selbst, einen ersten Überblick über die Geschehnisse der letzten zwei Jahre finden Sie bereits im Zeitstrahl auf der nächsten Seite. Die Details erfahren Sie in den Artikeln auf den nächsten Seiten. In diesem Sinne: Viel Spaß beim Lesen!

Ihr Helmut Scherer




Die letzten zwei Jahre im Überblick



Impressum

Kommunikationskultur e.V. (KKeV)
Förderverein des Instituts für Journalistik und Kommunikationsforschung

Expo Plaza 12
30539 Hannover
Telefon: 0511 3100-497
Telefax: 0511 3100-400
E-Mail: info@ijk.hmtm-hannover.de
Internet: www.ijk.hmtm-hannover.de

Verantwortlich und Redaktion:
Anna Freytag, Marit Damke, Finja Petersen, Florian Schlögl, Rhonda Thieves
Fotos: Hendrik Mathis Dröbler, Maja Frey, Johannes Hensel, Matthias Köppinghoff, Nathalie Sophie Kramer, Finn Löw, Daniel Possler, Jule Scheper
Gestaltung: Dievision GmbH, Hannover
Druck: Druckhaus Pinkvoss mit freundlicher Unterstützung der Mediengruppe Madsack



KKeV

Die Kommunikationsverstärker

Seit 1994 unterstützt der Kommunikationskultur e.V. (KKeV) als gemeinnütziger Förderverein die Wissenschaft, Forschung und Bildung am IJK in Hannover. Als zentraler Fokus geht es darum, sowohl die Ausbildungserfahrung am Institut als auch das studentische Zusammenleben durch finanzielle und organisatorische Unterstützung nachhaltig und stetig zu optimieren.

Die Förderung von Lehrveranstaltungen ermöglicht es beispielsweise, dass erfahrene Referent*innen aus der Praxis ihr Know-How an Studierende vermitteln können oder dass Forschungsseminare einen besseren Zugang zu Datenquellen und Equipment erhalten. Der KKeV stellt auf diese Weise eine wichtige Ergänzung zu den Studienqualitätsmitteln dar. Ohne diese Zuschüsse könnten viele Kurse in ihrer aktuellen Qualität und ihrem wissenschaftlichen Umfang so gar nicht erst stattfinden. Ebenfalls die Ausrichtung und vor allem die Teilnahme an Tagungen wird durch den KKeV gefördert, um das wissenschaftliche Profil von Studierenden, Mitarbeitenden und dem Institut als solches auf nationalem und internationalem Level zu stärken. Studentische Initiativen, wie der institutseigene Fußballverein AC Plaza, die Theater AG oder die Absolventenfeier beim Forum des IJK finden in der Förderung genauso ihren festen Platz. Daneben hat es sich der KKeV auch zur Aufgabe gemacht, verschiedene Veranstaltungen des Instituts zu planen und zu realisieren. Vom Sommerevent über das Running-Dinner bis hin zur Spätvorlesung wird dem Institutsleben Spaß und Abwechslung geboten, bei welchem sich Studierende jedes Studiengangs und Semesters,

Mitarbeitende und auch Alumni besser kennenlernen können. Wir freuen uns, unsere Arbeit in das Wohl des Instituts zu investieren und stets an neuen Ideen und Förderungsplänen zu arbeiten, um die Erfahrungen am IJK für jeden so angenehm wie möglich zu gestalten. Wir bedanken uns an dieser Stelle bei all unseren Mitgliedern, die den Verein zu dem machen, was er ist und uns die Möglichkeit bieten, das Institut so vielfältig zu beleben.

Mit besten Grüßen vom aktuellen KKeV-Team,
Louisa, Robin und Rudi

P.S. Ihr wollt keine Updates mehr vom Institutsgeschehen verpassen? Dann folgt unseren vereinseigenen Kanälen auf Facebook und Xing!

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

Facebook-Gruppe: „IJK Studierende & Alumni“

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

Webseite: <http://kkev.org>



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

Rund ums IJK



So viele neue Gesichter! Unsere neuen Studierenden im Bachelorstudiengang Medienmanagement 2018 und 2019



Ausgezeichnete Forschung

Gratulation! Auch in den letzten beiden Jahren wurden wieder mehrere wissenschaftliche Arbeiten von IJKler*innen für ihre Exzellenz ausgezeichnet. Ganz besonders freut uns, dass Elena Links Dissertation zur Bedeutung von Vertrauen für die Suche nach Gesundheitsinformationen mit einem zweiten Platz beim Deutschen Studienpreis der Körber-Stiftung geehrt wurde. Ausschlaggebend war neben der fachlichen Exzellenz für die Jury insbesondere die große gesellschaftliche Relevanz ihrer Forschungsarbeit. Die in Deutschland einzigartige und hochdotierte Auszeichnung würdigt jährlich die besten deutschen Nachwuchswissenschaftler*innen. Im Dezember fand die feierliche Auszeichnung in Berlin durch den Bundestagspräsidenten Wolfgang Schäuble statt.

Auch Studierende wurden in den letzten beiden Jahren für ihre Abschlussarbeiten ausgezeichnet: Zum vierten Mal in Folge ging der Peter-Becker-Wissenschaftspreis des Förderkreises der HMTMH an Studierende des IJK. 2018 erhielten Magdalena Rosset und Frederik Timme die Ehrung für ihre Masterarbeiten, 2019 wurde Malin Isermann ausgezeichnet. Für seine Bachelorarbeit zu einem neuen Verfahren der automatischen Inhaltsanalyse erhielt Alexander Gaus 2018 das Paul F. Lazarsfeld-Stipendium. Dieses wird von der Fachgruppe Methoden der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationsforschung für herausragende Abschlussarbeiten im Bereich der Forschungsmethoden vergeben. Wir sind stolz und glücklich, dass so viele unserer Studierenden für ihre erfolgreichen Abschlussarbeiten geehrt werden und beglückwünschen sie für ihre Auszeichnung und wissenschaftliche Expertise.



Was für eine Ehrung: Elena Link wird in Berlin mit dem Deutschen Studienpreis der Körber-Stiftung ausgezeichnet

Time to Say Goodbye

Im Jahr 2018 musste das IJK gleich mehrere seiner prägenden Persönlichkeiten verabschieden, die das Institut und seine Werte entscheidend mitgestaltet haben. Prof. Dr. Gunter Reus begab sich Ende des Sommersemesters 2018 nach 31 Jahren am Institut in den wohlverdienten Ruhestand. In den Masterstudiengängen „Multimediale Kommunikation“ und „Medien und Musik“ war er eine wichtige Figur; große Beliebtheit unter den Studierenden erhielt er unter anderem durch seine erfolgreiche Theater-AG, die er seit 2001 leitet und mit der er nach wie vor Stücke aufführt (siehe Seite 12). Mit Prof. Dr. Daniela Schlütz verließ uns eine weitere langjährige Mitarbeiterin, um einem Ruf auf die Professur für „Theorie und Empirie digitaler Medien“

an der Filmuniversität Babelsberg zu folgen. Auch Dr. Sarah Geber, Dr. Christopher Buschow und Friederike Schlömer verabschiedeten sich letztes Jahr aus den Reihen des Instituts. Sarah Geber arbeitet seit September 2018 am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ) der Universität Zürich, Christopher Buschow hat eine Juniorprofessur für „Organisation und vernetzte Medien“ im Fachbereich Medienmanagement der Bauhaus-Universität Weimar angetreten und Friederike Schlömer widmet sich neuen Projekten bei der Gesellschaft der Freunde des Opernhauses Hannover. Wir bedanken uns für die vielen schönen Jahre mit Euch und freuen uns jedes Mal, wenn Ihr uns auf der Expo Plaza besuchen kommt!

Herausgeber: Expo Plaza 12

Das IJK darf sich seit 2018 über die Mitwirkung an zwei wissenschaftlichen Zeitschriften freuen. Im Januar 2018 wurde Prof. Dr. Christoph Klimmt zum leitenden Herausgeber („Editor in Chief“) des Journal of Media Psychology ernannt, wobei er von Sophie Bruns, Katharina Emde-Lachmund, Katharina Knop-Hülß und Sabine Reich als Editorial Assistants unterstützt wird. Das 1989 als „Zeitschrift für Medienpsychologie“ gegründete Journal of Media Psychology veröffentlicht hochqualitative Artikel über Theorien, Methoden und Anwendungen der Medienpsychologie. Seit Oktober 2019 wirken außerdem Eva Baumann als Associate Editor und Elena Link als Editorial Board Member beim neu gegründeten European Journal of Health Communication (EJHC) mit. Das Open Access Journal hat zum Ziel, die vielfältige europäische Forschung zu allen Themen der Gesundheitskommunikation zu repräsentieren.



Kein leichter Abschied für das IJK – Gunter Reus, Sarah Geber, Daniela Schlütz und Christopher Buschow (v.l.n.r.) verlassen das Institut im Sommer 2018

Steife Brise

Zu den Höhepunkten des Institutsgeschehens gehörten wie immer die Aufführungen der Theater AG. Für „Mord auf Tele 1“ durften die rund 30 Studierenden der AG nach Cuxhaven an die Nordsee fahren, um dort die Kriminalkomödie unter der Leitung von Prof. Dr. Gunter Reus zu proben. Bei dem Stück ging es um den mysteriösen Tod eines Fernsehprogrammleiters. Dreimal wurde das Stück im Theater in der List aufgeführt, wobei den Zuschauer*innen eine spannende und unterhaltsame Darbietung bis hin zur Lösung des Rätsels geboten wurde. Wir freuen uns schon auf die Aufführung in diesem Sommer, derzeit probt die AG für das Stück „Wind in den Zweigen des Sassafras“ von René de Obaldia. Karten für die Aufführungen am 24., 25. und 26. Juni gibt es demnächst im Vorverkauf im Theater in der List.



Diesig, grau und nass – genau die richtige Stimmung zum Proben der Kriminalkomödie „Mord auf Tele 1“



Was passiert beim Abtauchen in virtuelle Welten? Studierende am IJK konnten dies in einem Forschungsprojekt selbst erleben

Erforschung faszinierender virtueller Realitäten

Virtual Reality-Brillen gelten als einer der großen Trends der Medienbranche. Am IJK wurden die Potentiale und Grenzen der neuen Technologie gleich in mehreren Masterarbeiten, einem Werkstattseminar und einem internationalen Forschungsprojekt untersucht. Der Fokus lag dabei insbesondere auf VR-Gaming. „Unseren Studien zeigen, dass Nutzerinnen und Nutzer von VR-Videospielen nicht nur intensiv in virtuelle Welten eintauchen, sondern auch ein hohes Maß an Faszination und Erstaunen erleben – wirkmächtige Reaktionen, die in der Medienpsychologie bislang kaum untersucht wurden“, bilanziert Daniel Possler die innovativen Forschungsprojekte zu VR-Technologien am Institut.

IJK-Omnibus startet seine erste Probefahrt

Gemeinsam mit dem Kommunikationskultur e.V. hat das IJK im Sommersemester 2019 den IJK-Omnibus ins Leben gerufen. Dieses Förderinstrument für Forschungsseminare soll die Erhebung von Befragungsdaten erleichtern. Die Erfahrung der letzten Jahre hat gezeigt, dass die Rekrutierung von Befragten für studentische Forschungsprojekte mit dem üblichen Schneeballsystem zunehmend schwierig wird. Dank der finanziellen Förderung können nun Online-Access-Panels genutzt werden, um größere und heterogene Stichproben



Christine Meltzer und Steffen Lepa resümieren: „Auf der Expo Plaza scheint immer die Sonne!“

Frische Impulse

In den letzten beiden Jahren gab es durch unsere Gastprofessor*innen viele frische Impulse am IJK. Im Sommersemester 2018 durfte sich das IJK über internationale Unterstützung aus Katar freuen. Frau Prof. Dr. Ihlem Allagui von der Northwestern University in Katar bereicherte das IJK durch ihre Vorlesungen über die Historie und die aktuelle Situation der Medienlandschaft im Nahen Osten und in Nordafrika. Auch im Wintersemester 2018/2019 wurden zwei neue Gäste am IJK begrüßt: Dr. Christine Meltzer vom Institut für Publizistik der Universität Mainz sorgte für spannende Veranstaltungen zur Prokrastination mit Medien und zur Berichterstattung über Migration und Mobilität in Europa. Des Weiteren brachte Dr. Steffen Lepa von der TU Berlin seine vielfältige Expertise aus den Bereichen Medien und Musik am Institut ein. In den vergangenen Monaten hießen wir außerdem Dr. Veronika Karnowski von der Ludwig-Maximilians-Universität München am IJK willkommen. Im Wintersemester 2019/2020 vermittelt sie im Rahmen einer Gastprofessur ihre Kenntnisse über mobile und soziale Medien in mehreren unterhaltsamen und lehrreichen Seminaren.

zu generieren. Eine solche Stichprobenqualität ermöglicht es den Studierenden, komplexere statistische Verfahren anzuwenden und aussagekräftige Ergebnisse zu erzeugen. Aus der ersten Förderung im Sommersemester ist bereits eine Studie zur Anschlusskommunikation über Fernsehinhalte entstanden, die dieses Jahr auf einer wissenschaftlichen Fachtagung vorgestellt wird. Wir freuen uns auf viele weitere spannende Ausflugsfahrten!

Computational Communication Science – Big Data in Forschung und Lehre

Ob ein Tweet auf Twitter, eine Rezension bei Amazon, eine Nachricht auf WhatsApp oder ein Like auf Instagram, im Internetzeitalter hinterlassen fast alle Formen der menschlichen Kommunikation mittlerweile unzählige digitale Spuren, die Antworten auf spannende Fragestellungen von Wissenschaft und Wirtschaft liefern können. Doch Forschende stehen oft vor umfangreichen Herausforderungen, wenn sie versuchen, diese großen Mengen an Kommunikationsdaten auszuwerten, da die traditionellen Datenerhebungs- und Datenanalyseverfahren nicht für sie gemacht sind. Die Lösung hierfür könnte die sogenannte Computational Communication Science sein.

Was das genau ist, warum sich das IJK dafür interessiert und wie Mitarbeitende und Studierende des IJK sich diesem Thema bereits nähern, wollen wir im Schwerpunktthema dieser IJK-Plaza-Ausgabe auf den nächsten Seiten näher beleuchten.

Worum geht es bei Computational Communication Science?

Immer mehr Kommunikation erfolgt heutzutage online. Tagtäglich werden riesige neue Datenmengen produziert, man spricht allgemein auch von „Big Data“. Das ist für die Kommunikationswissenschaft zunächst von Vorteil: je mehr Daten, desto mehr Material zum Erforschen und desto validere Ergebnisse. Doch ganz so

einfach ist es leider nicht. Vielmehr fehlt es Vielen innerhalb und außerhalb der Wissenschaft aktuell noch an Methodenwissen, um diese umfangreichen Datenmengen zu analysieren.

In a nutshell: Die Computational Communication Science (kurz: CCS) vereint verschiedene Methoden, um computergestützte, kommunikationswissenschaftliche Analysen von digitalen Medieninhalten und Kommunikationsprozessen zu erstellen.

Einige geeignete, computergestützte Verfahren (sogenannte „Computational Methods“) wurden zwar bereits entwickelt, sind aber in der kommunikationswissenschaftlichen Praxis bislang eher die Ausnahme und daher kaum in die akademische Ausbildung integriert. Das möchten die Mitarbeitenden des IJK nun ändern und haben sich daher eingehend mit der Thematik beschäftigt und mehrere Projekte und Initiativen ins Leben gerufen.

Computational Communication Science am IJK

Das IJK sieht in Computational Methods großes Potential, sowohl für die Wissenschaft als auch für die Praxis und integriert diese daher zunehmend in die Lehre. Neben Seminaren zur automatisierten Inhaltsanalyse und zum Web scraping wurde das Thema beispielsweise mit dem Seminar „Data Driven Business Model

Generation - Datengetriebene Geschäftsentwicklung für Medienunternehmen“ sowie der Ringvorlesung „Daten – das neue Öl der Medienwissenschaft?“ tiefergehend beleuchtet. Im Rahmen dieser Veranstaltungen hielt eine Vielzahl an Expert*innen Vorträge zum Thema Big Data und wie diese von Unternehmen genutzt werden können. Im Januar 2018 lud das IJK außerdem zu einer internationalen Konferenz zum Thema Computational Communication Science nach Hannover ein.

*„Computational Methods sind aus der Kommunikationswissenschaft nicht mehr wegzudenken. Sie eröffnen ungeahnte Möglichkeiten, beispielsweise bei der Datenerfassung und Datenauswertung.“
Dr. Julia Niemann-Lenz*

Lesetipp: „Data Is the New Oil - But How Do We Drill It? Pathways to Access and Acquire Large Data Sets in Communication Science“ von Daniel Possler, Sophie Bruns und Julia Niemann-Lenz



bit.ly/ztqmnHr

Vereinte Brain Power: CCS Expert*innen trafen sich für Konferenz am IJK



Welcome! Der Startschuss zur CCS Konferenz in Hannover mit allen Teilnehmenden

Mit dem Ziel, Wissen, Kompetenzen und Meinungen zum Thema Computational Methods in der Kommunikationswissenschaft zusammenzutragen, veranstaltete das IJK mit Unterstützung der VolkswagenStiftung vom 12. bis 16. Februar 2018 eine internationale Konferenz. Hierzu kamen rund 100 Teilnehmende aus verschiedensten Ländern zum Austauschen, Diskutieren und Sammeln von Ideen in Hannover zusammen.

Die Konferenz wurde in zwei Abschnitte unterteilt: Der erste Part diente dazu, allen Teilnehmenden Grundkenntnisse der Computational Methods zu vermitteln, sodass sie diese selbst anwenden können. In diesem Zuge wurde ein Kurs zum Erlernen der Computersprache R angeboten sowie darauf aufbauend Workshops zur konkreten Anwendung dieser Computersprache, unter anderem in Form von Web scraping. Im zweiten Teil der Konferenz wurde dann über die Frage diskutiert, wie wir diese datenbasierten Auswertungsmethoden in der Kommunikationswissenschaft nutzen können sowie welche Risiken und Kritikpunkte existieren. Dazu sprachen unter anderem Prof. Dr. Jan Kleinnijenhuis von der Vrije Universiteit Amsterdam aus den Niederlanden und Prof. Noshir S. Contractor von der Northwestern University aus den USA.



Und nun? Abschlussplenum der CCS Konferenz im Leibniz-Haus in Hannover

„Viele der Herausforderungen, mit den wir bei der Anwendung von Computational Methods konfrontiert sind, lassen sich nicht von einzelnen Wissenschaftler*innen oder universitären Instituten lösen“, so Dr. Julia Niemann-Lenz, die die Konferenz hauptverantwortlich mitorganisiert hat. „Im Rahmen der Konferenz konnten wir führende Expert*innen, aber auch engagierte Nachwuchskräfte versammeln, um gemeinsam strategische Lösungen zu erarbeiten.“

Aktuelles



Gruppendiskussion zum Thema Computational Data Science: Jan Laabs, Jan Blume, Kristin Albat, Nikolaus Pohle, Jule Scheper, Stefan Grossmann und Julia Niemann-Lenz (v.l.n.r.)

Digitale Methoden in der Lehre: Das Großprojekt „Computational Data Science“

Aufbauend auf den bisherigen Seminaren und der CCS Konferenz ist im Sommer 2019 ein weiteres großes Projekt im Bereich Computational Methods am IJK gestartet. Unter dem Titel „Digitale Methoden als Weg und Ziel der Qualitätssicherung – Weiterentwicklung der Medienstudiengänge der HMTMH im Bereich Computational Data Science“ fördert das Niedersächsische Ministerium für Wissenschaft und Kultur über drei Jahre die Einführung und Etablierung neuer, digitaler Methoden in die Lehre am Institut.

Angestoßen wurde dieses Großvorhaben, um die drei Medienstudiengänge des IJK durch die Integration von berufsfeldrelevanten Elementen der Computational Data Science zukunftsorientiert weiterzuentwickeln. Somit sollen die Studierenden besser auf die aktuellen Herausforderungen in Wissenschaft und Praxis vorbereitet werden.

Das Projekt, das am IJK von Dr. Julia Niemann-Lenz und Jule Scheper koordiniert wird, kann grob in drei Phasen aufgeteilt werden und

startete im letzten Herbst zunächst mit einer Dialogphase. Diese hatte das Ziel, die in der Berufswelt relevanten Aspekte der Computational Data Science herauszuarbeiten und zu sammeln. Dazu wurden zunächst Gruppendiskussionen mit IJK-Alumni geführt, die aktuell im Bereich Data Science arbeiten und daher aus ihrem täglichen Berufsalltag erzählen konnten.

„Durch das Projekt können wir unsere methodenstarken und forschungsorientierten Ausbildungsangebote innovativ weiterentwickeln und auch künftige Studienkohorten optimal auf aktuelle Berufsbilder vorbereiten.“
Helmut Scherer

Aktuell werden ergänzend hierzu Einzelinterviews mit weiteren Alumni sowie Gespräche mit Wissenschaftler*innen verschiedener Universitäten und Hochschulen geführt.

In der zweiten Phase des Projektes werden die Ergebnisse der Dialoge zusammengetragen und mögliche Veränderungen im Methodenlehrplan konzipiert. Bevor diese Seminare in der dritten

Phase des Projekts umgesetzt und intensiv evaluiert werden, soll eine ausführliche Schulung der Mitarbeitenden des IJK stattfinden. Das IJK möchte durch dieses Projekt auf die veränderten Ansprüche des Arbeitsmarktes reagieren und seinen Studierenden die Möglichkeit bieten, sich umfassend auf potentielle Berufswege vorzubereiten. Denn so, wie sich durch die Digitalisierung nicht nur die Lebenswelt, sondern auch die Arbeitswelt verändert hat, muss und wird sich nun auch die Methodenlehre am IJK verändern. Wie dies genau aussehen wird, werden wir sicherlich in den nächsten Ausgaben der IJK-Plaza berichten. Dementsprechend: stay tuned!

„Das IJK steht für eine exzellente Methoden-ausbildung. Damit wir auch weiterhin ein Vorreiter in diesem Bereich sind, ist es dringend notwendig, Computational Data Science in die Forschung und Lehre am IJK zu integrieren.“
Jule Scheper



Nach seinem Bachelor- und Masterstudium im Fach Medienmanagement promovierte Christopher Blake zum Thema Körperdarstellungen in den Medien und arbeitete am Institut als wissenschaftlicher Mitarbeiter. Beliebt war er bei den meisten Studierenden vor allem, weil er auch nach der fünften Nachfrage zum Konfidenzintervall nicht genervt war. Im Anschluss an seine Promotion war er zunächst bei der Mediengruppe Madsack tätig, bevor er eine Stelle als Datenanalyst bei Otto in Hamburg annahm.

Christopher, zum Ende des Sommersemesters 2014 hast du dich nach deiner erfolgreichen Promotion vom IJK verabschiedet. Was hast du in den letzten 5 Jahren gemacht, und was machst du heute?

In den letzten 5 Jahren habe ich die aktuelle Pixi-Literatur durchgearbeitet, unzählige Sandburgen gebaut und gemeinsam mit meinen beiden kleinen Kindern das Bastel-Diplom gemacht. Beruflich war ich nach meiner Zeit am IJK als Datenanalyst bei Madsack tätig, habe Programmieren gelernt und eine nebenberufliche Fortbildung zum Machine-Learning-Engineer gemacht. Aktuell arbeite ich als Data Scientist bei otto.de am Thema Dynamic Pricing.

Was hat dein aktueller Job mit Computational Data Science zu tun?

Im Dynamic Pricing Team von otto.de entwickeln wir eine Software, die auf Basis verschiedener Faktoren berechnet, zu welchem Preis ein Artikel optimalerweise auf otto.de angeboten

Was macht eigentlich ...?

... Christopher Blake

werden sollte. Kern der Anwendung ist ein Machine-Learning-Algorithmus, mit dem wir die Auswirkungen von Preisänderungen auf den Absatz von Artikeln modellieren.

Was hast du aus dem IJK für deinen Karriereweg mitgenommen, und welche Fähigkeiten sowie Kenntnisse helfen dir in deinem aktuellen Beruf?
Als Data Scientist helfen mir viele Inhalte aus den Bereichen Statistik, Datenanalyse und Experimentalforschung.

Welchen Tipp würdest du allen IJK-Studierenden gerne mit auf ihren Weg geben?

Mit Lebensweisheiten warte ich generell erst nach dem dritten Bier auf. Und ich hatte heute noch keins.

Wie sieht das IJK der Zukunft deiner Meinung nach aus? Sagen wir, im Jahr 2040?

Ich bin ein Fan der Kernwerte des IJK: Fürsorglicher Umgang mit den Studierenden, Exzellenz in der Forschung und Praxisrelevanz in der Lehre. Damit fährt man bestimmt auch 2040 noch gut.

Wenn du für deine Zeit am IJK einen Soundtrack auswählen müsstest, welches Lied dürfte auf gar keinen Fall auf dieser Playlist fehlen?

Natürlich Time of My Life ;-). Das Studilernen, das habe ich schon sehr genossen.

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

Psychologie. Ich habe neulich im Buch „Schnelles Denken, langsames Denken“ von Daniel Kahneman geschmökert. Das Kapitel über Urteilsheuristiken und kognitive Verzerrungen fand ich so spannend, dass ich mich am liebsten noch am selben Tag für ein Psychologiestudium immatrikuliert hätte.

Welches Medienangebot hat dich in der letzten Zeit am meisten begeistert oder am besten unterhalten?

Die Online Lernplattform udacity.com. Exzellente, kostenlose Online Kurse, deren inhaltliche und didaktische Qualität mich mitunter wirklich begeistert hat.

Mit wem würdest du gerne mal einen Monat lang den Job tauschen und warum?

Mit einem Erzieher in der Krippe. Die kleinen 0- bis 2-jährigen Kinderlein in ihrem Krippenalltag zu begleiten, hat mich während der Eingewöhnung unserer beiden Kinder ziemlich begeistert. Das würde ich gerne mal länger machen.

Und last, but not least: Was sind die drei Dinge auf deiner Bucketlist, die du unbedingt noch einmal erleben möchtest?

Wandern in den Rocky Mountains, Gleitschirm fliegen in Südtirol und mit dem Mountainbike auf schmalen Trails mit toller Aussicht durch die Alpen fahren.

Gunter Reus tritt nach 31 Jahren am IJK in den Ruhestand – eine *Dernière* ist zum Glück aber noch in weiter Ferne

Professor, Wortschöpfer, Sprachverfechter, Saitensprung-Chefredakteur, Theaterregisseur, Mentor – am Ruhestand von Gunter Reus erkennen wir, dass es neben den vielen positiven Veränderungen am IJK auch weniger erfreuliche Momente gibt. Nach über drei Jahrzehnten am Institut ging er im Sommer 2018 in den wohlverdienten Ruhestand. Wir sagen Danke! Und freuen uns von Herzen, dass wir Gunter Reus zum Glück weiterhin noch recht häufig auf der Expo Plaza sehen, sei es für Proben der Theater AG oder für einen kurzen Klönschnack auf dem Flur im dritten Stock.

Gunter Reus ist in Neunkirchen geboren, ich in Zweibrücken. Beide Orte liegen kaum mehr als 20 Kilometer auseinander, und deshalb sehe ich uns als Landsleute, wobei Gunter Reus allerdings Saarländer ist; aber wir Pfälzer sind ja großzügig.

Dies ist beileibe nicht die einzige Parallele. Beide haben wir an der Universität in Mainz studiert, beide sind wir ans IJK gekommen, und beide werden wir auch unsere Berufslaufbahn dort beenden. Gunter Reus war aber immer schneller als ich, er ist früher geboren und hatte in Mainz schon promoviert, als ich gerade hilflos durch meine ersten Semester stolperte. 1999 bin ich am IJK angekommen, Gunter Reus war schon lange da, und es war für mich ein großer Trost, im kalten Norddeutschland jemanden mit Heimatbezug vorzufinden. Gemeinsam haben Gunter Reus und ich den Studiengang „Medien und Musik“ erschaffen, den er über lange Jahre geleitet hat und dessen Erfolg vor allem sein Verdienst ist.

Gunter Reus steht wie kein anderer für Qualität in der Journalistenausbildung. Er hat Studierenden mit viel Kompetenz und väterlicher Fürsorge

das journalistische Arbeiten beigebracht, und die Studierenden haben es ihm gedankt. Es gibt sicherlich nur wenige Hochschullehrer, denen die Studierenden mit so viel Zuneigung begegnen, wie dies Gunter Reus vergönnt ist. Er gründete und leitet bis heute die Theater AG am IJK, eine der zentralen Integrationsinstanzen des Instituts.

Reus ist ein erfolgreicher Wissenschaftler, und er begleitet als Redakteur seit vielen Jahren eine der wichtigsten deutschsprachigen wissenschaftlichen Zeitschriften (Publizistik).

Nun ist Gunter Reus mir wieder einige Jahre voraus und vor mir in den Ruhestand gegangen, meine letzten Jahre am IJK muss ich also ohne ihn bewältigen. Es wird schon gehen, aber anders wäre schöner.

Helmut Scherer

Zeitgleich mit dem Ruhestandseintritt von Gunter Reus feiert der Studiengang, den er entscheidend am IJK geprägt hat, einen runden Geburtstag. 10 Jahre wurde „Medien und Musik“ alt, und die Hälfte aller Absolvent*innen des Studiengangs kamen zurück ans IJK, um gemeinsam mit den Professor*innen und Mitarbeiter*innen an der Jubiläumsfeier teilzuhaben und sich auszutauschen. Während der munteren Feierlichkeiten wurde Gunter Reus nochmals für seine Arbeit geehrt, denn er war es, der den beliebten und erfolgreichen Studiengang mitgegründet und maßgeblich mitgestaltet hatte.



Die bewährten IJK-Stärken im neuen Gewand: Reform der Masterprogramme

Im Jahr 2019 hat das Institut die Modernisierung seiner beiden Masterprogramme zur Stärkung individueller Profilierungsmöglichkeiten, zur intensiveren Entwicklung der Analyse- und Beratungskompetenz und zur Erweiterung der eigenen Möglichkeiten der Studienplanung abgeschlossen. In diesem Zuge wurde der Master „Medienmanagement“ in „Kommunikations- und Medienforschung“ (KMF) umbenannt, während der Master „Medien und Musik“ seinen Namen – und damit eines seiner Alleinstellungsmerkmale – beibehält. Die Entscheidung für die neue Bezeichnung KMF ist Teil der Strategie, die Y-Struktur der IJK-Studiengänge klarer darzustellen: Das grundständige BA-Programm mündet in zwei unterschiedliche konsekutive MA-Programme, auf die sich Studierende im BA gut vorbereiten können. Solange der MA „Medienmanagement“ noch den gleichen Namen trug wie das BA-Programm, war diese Logik für Interessenten schwer nachzuvollziehen.

Die analytischen und methodischen Fähigkeiten, die IJK-Studierende auszeichnen, sollen auf Master-Niveau noch stärker gefordert und gefördert werden. Beide Masterprogramme folgen nun der gleichen Architektur: In jedem der ersten drei Fachsemester steht ein großes forschungsorientiertes Projektseminar im Mittelpunkt. Hier werden jeweils 16 der für ein Semester vorgesehenen 30 Credit Points erworben. Zwei Lehrende sind mit starker Präsenzleistung beteiligt, um im Verlauf einer Vorlesungsperiode ein ambitioniertes Forschungsprojekt gemeinsam mit den Studierenden umzusetzen. Klassische Lernformen wie etwa Methodentrainings oder Lektürephasen können ebenfalls innerhalb solcher Projekte stattfinden. Diese Kurse fordern und stärken die wissenschaftlich-analytischen, theoretischen, methodischen, datenanalytischen, praktisch-organisatorischen und strategischen sowie teambezogenen Fähigkeiten der Studierenden in besonderer Weise.

Flankiert werden diese Projekte von klassischen Seminaren zu Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie in KMF, zu Musikwissenschaft und insbesondere strategischem Medien- und Musikmanagement in Medien und Musik. Die zweite wichtige Innovation besteht in einem mit 18 Credit Points ausgestatteten Modul für die persönliche Profilbildung. Für dieses Modul mit dem Namen „Individuelle Forschungs- und Managementkompetenzen“ wählen die Studierenden einen Mentor oder eine Mentorin aus dem Kreis der erfahrenen (mindestens promovierten) Lehrenden. Mit ihr oder ihm beraten sie regelmäßig darüber, welche Kompetenzfelder sie stärken möchten und welche Aktivitäten dafür sinnvoll sind. Verschiedenste Lernerfahrungen können in das Modul eingehen, beispielsweise Auslandssemester, Praktika, selbst initialisierte Forschungsvorhaben, Praxisprojekte, Online-Kurse oder Summer Schools.

Die bisherigen Erfahrungen mit den reformierten Programmen sind aus Sicht der Studiengangssprecher positiv. So erweisen sich die Studierenden als erfreulich ideenreich bei der Gestaltung ihres Individualisierungsmoduls, und der Gedanke des Lernens durch Forschen in den großen Projektkursen äußert sich in sehr intensiver Zusammenarbeit der Studierenden untereinander und mit den Lehrenden. So schreibt die Reform die Erfolgsgeschichte des Instituts fort: Master-Absolventinnen und -Absolventen des IJK werden auch in Zukunft mit exzellenten wissenschaftlichen Fähigkeiten und nunmehr auch mit einem individuellen Profil in den Medien- und Digitalbranchen einschließlich der Musikbranche reüssieren.

Christoph Klimmt & Carsten Winter

Mitmischen statt nur zuschauen

Warum die Politiker*innen in Brüssel, Berlin und Hannover über unsere Zukunft entscheiden lassen? Warum nicht einmal selbst mitmischen? Das dachten sich auch die rund 50 Jugendlichen, die sich im März 2019 im Neuen Rathaus Hannover zusammenfanden, um Ideen für eine demokratischere und offenere Gesellschaft zu entwickeln. Die vom IJK in Zusammenarbeit mit der Initiative offene Gesellschaft Hannover geplante Veranstaltung hatte unter dem Motto „Misch dich ein!“ rund um das Thema politische Partizipation verschiedene Themenfelder vorbereitet, die im Laufe des Tages weiter konzeptualisiert wurden. Diskutiert wurden unter anderem die Fragen: Wie kann ein Parlament mit Bürgerbeteiligung aussehen? Was genau ist eine Gemeinwohlökonomie, und ist dies das Gesellschaftsprinzip der Zukunft? Und könnte man durch eine App die Politikbegeisterung steigern?

Nach einer Auftaktrede vom ehemaligen Oberbürgermeister Stephan Schostock wurden die einzelnen Ideen in verschiedenen Workshops diskutiert, verändert und schließlich am Nachmittag den anderen Teams vorgestellt. Zuvor fand im Februar bereits die erfolgreiche Auftakt-Veranstaltung „Gib mir Kontra!“ statt, in der unter anderem Gäste wie Ministerpräsident Stephan Weil im Fishbowl-Format mit Jugendlichen und Studierenden diskutierten. Die politisch hochmotivierte junge Generation war von beiden Veranstaltungen begeistert. Am Ende waren sie sich einig, dass sie nur etwas verändern können, wenn sie sich dafür einsetzen. In diesem Sinne: „Misch dich ein!“



Auch bei der Auftaktveranstaltung ging es im Fishbowl-Format heiß her



Wie soll die Demokratie von morgen aussehen? Viele große Fragen wurden beim BarCamp im Neuen Rathaus diskutiert

Praxis Perspektiven

Von Texas über Hamburg nach Berlin: IJK erforscht neue „Agency Musikfestivals“

Immer mehr Musikfestivals haben nicht nur Konzerte im Programm, sondern integrieren zusätzliche Show Case Events oder Konferenzen. Studierende des IJK haben in zwei Seminaren bei Christine Preitauer (IJK Alumni und CEO von kreHtiv Netzwerk Hannover e.V.) und Prof. Dr. Carsten Winter diesen neuen Typ von Musikfestival erforscht, der global immer häufiger anzutreffen ist. Warum ist das so? Warum sind Festivals wie die SXSW in Austin, Texas, die heute das globale Event für digitale Innovationen ist, oder das Reeperbahn Festival in Hamburg, das als Deutschlands wichtigste und innovativ nachhaltigste Medienkulturveranstaltung gilt, so erfolgreich?

Die Seminarergebnisse konnten zeigen, dass diese Festivals auf die digitale Transformation, Zersplitterung und zunehmende Vernetzung der Medien- und Musikwirtschaft reagieren. Die im Rahmen der Seminare geführten Interviews ergaben beispielsweise, dass bestimmte Festivalteilnehmer*innen aktiv an der Entwicklung und Innovation von Prozessen und Geschäftsmodellen im Bereich Medien und Musik mitwirken möchten. Daher machen viele Veranstalter aus ihren Events sogenannte „Agency-Festivals“ für all jene Besucher*innen, die mehr als nur die Partizipation an Live-Musik wollen, sondern eine Live-Partizipation an prinzipiell allen Formen und Momenten von Musik, erwarten.

Eine Inhaltsanalyse des Programms von achtzehn Musikfestivals unterstreicht dies. Denn für derartige Agency-Partizipations-Momente haben die Festivals bereits neue Strukturen geschaffen: zum Beispiel durch Festival-Apps, offene Schnittstellen für die Einbindung externer Veranstalter*innen oder Möglichkeiten für die Co-Organisation eigener, größerer Co-Konferenzen oder Award-Verleihungen.

Höhepunkte der beiden Seminare waren die Ergebnispräsentationen auf dem Reeperbahn Festival in Hamburg und auf der Most Wanted: Music in Berlin. Mit zahlreichen Akteur*innen aus der Medien- und Musikwirtschaft wurde lebhaft diskutiert. „Die beiden Seminare boten den Studierenden eine großartige Möglichkeit, die Zusammenhänge zwischen wissenschaftlichen Beobachtungen und praktischen Implikationen für die Musikwirtschaft besser zu verstehen. Außerdem haben wir mit dem Thema ein wirklich hochaktuelles Phänomen erforscht, das die Festivallandschaft in den letzten Jahren disruptiv verändert hat“, betont Prof. Dr. Carsten Winter. Und er ist sich sicher: „Die Relevanz dieser neuen Form von Agency-Festivals wird weiter zunehmen und uns noch ein paar Jahre beschäftigen.“

DSGVO – Warum, weshalb, wieso?

Die neue DSGVO war 2018 nicht nur für viele Unternehmen ein großes Thema, auch die Endverbraucher*innen bekamen die Gesetzesänderungen zu spüren. Im Zuge des Seminars „Datenschutz: EU vs. Facebook & Co. – David gegen Goliath?“ wurde evaluiert, inwiefern die neue DSGVO den deutschen (Medien-)Unternehmen nützt oder auch schadet. Hierbei führten die Studierenden zum einen Interviews mit Unternehmensvertreter*innen, um die positiven wie auch negativen Seiten der neuen Datenschutzverordnung herauszuarbeiten. Die Ergebnisse zeigten, dass die aus verschiedenen Branchen stammenden Interviewpartner die DSGVO generell als eine gute neue Verordnung ansehen, da sie die Daten der Nutzer*innen und Kund*innen sichern könne und Individuen mehr Kontrolle über ihre eigenen Daten gäbe. Als negativ wurde aber bewertet, dass vor allem kleinere und mittelständische Unternehmen letztendlich einen höheren Arbeitsaufwand haben und mit der neuen Verordnung überfordert sind. Zusätzlich zum empirischen Teil fanden im Zuge des Seminars, das von Katharina Knop-Hülß geleitet wurde, unterschiedliche Diskussionsrunden unter den Studierenden statt. Hierbei ging es beispielsweise um die Sicherstellung des Datenschutzes innerhalb Deutschlands im Vergleich zum Social Credit System in China oder um die Forderung, neue Gesetze im Rahmen einer Testphase hinsichtlich ihrer Umsetzbarkeit zu prüfen. In der Abschlussitzung des Seminars war zudem Christoph Lahmann, Stellvertreter der Landesbeauftragten für den Datenschutz in Niedersachsen, zu Besuch im Seminar und diskutierte mit den Seminarteilnehmenden, wie ein Gesetz aussehen müsste, das sowohl kleinen Unternehmen beim Datenschutz hilft, als auch große Datenkraken wie Facebook im Zaum hält.



Ab auf die Docks: Studierende des Studiengangs Medien und Musik dürfen ihre Studienergebnisse auf dem Reeperbahn Festival in Hamburg präsentieren

Get Digital Now – ein Seminar zum Schulbuch von morgen

Ist das klassische Lehrbuch noch zeitgemäß? Wie sollten Lehrformate von morgen aussehen? Diese und weitere Fragen stellten sich 26 Studierende im Seminar „Get Digital Now! Digitalisierung im Verlagswesen“, das gemeinsam mit dem Hanser Verlag und dem MADSACK Mediacampus stattfand. Die Studierenden versuchten, unterschiedliche Fragen zu diesem Thema mit verschiedenen wissenschaftlichen Methoden zu beantworten. Zum Beispiel wurde versucht, das Lernverhalten von Studierenden im Rahmen von Leitfadeninterviews tiefergehend zu verstehen. Eine weitere Gruppe forschte im Rahmen einer Online-Befragung zu Materialien und Medien, die zum Lernen gebraucht werden. Als eine weitere Zielgruppe wurden Dozent*innen in Leitfadeninterviews nach ihren Anforderungen an Lernmaterial befragt.

Dozentin Jule Scheper bezeichnete die Ergebnisse als „äußerst divers“. So nutzen viele Studierende eine Mischung aus analogen und digitalen Lernangeboten (z.B. E-Books, PDFs, Skripte, Mitschriften oder Lehrbücher). Das Lernverhalten der Befragten ist ebenfalls äußerst vielfältig, so die Ergebnisse der Studien, und hat unter anderem einen Einfluss auf die Zahlungsbereitschaft für Lerninhalte. Bei der Abschlusspräsentation vor Mitarbeiter*innen des Hanser Verlags wurde deshalb von den Studierenden eine Digitalisierung von Lehrbüchern empfohlen. Vor allem digitale Zusatzangebote, die sich mit dem klassischen Lehrbuch verknüpfen ließen, würden unter Studierenden die Attraktivität des Angebots erhöhen.



Frostiges Wetter, glühende Ideen – IJK-Studierende stellen ihre Projektergebnisse beim Hanser Verlag in München vor

Im Rahmen der Abschlusspräsentation wurden auch direkt Vorschläge zur Umsetzung solcher Verknüpfungsmöglichkeiten unterbreitet. „Das Seminar ist ein schönes Beispiel für praxisrelevante Forschung am IJK: Die Studierenden haben auf wissenschaftlich hohem Niveau eine Fragestellung aus der Medienwirtschaft bearbeitet und dabei aktuelle Trends der Medienentwicklung erforscht“, schlussfolgert Seminarleiterin Jule Scheper.

Unser Ziel: Wissenstransfer stärken

Wie alle treuen Leser*innen der IJK-Plaza wissen, befasst sich das Institut im Zuge des Entrepreneurship-Seminars schon etwas länger mit der Entwicklung von Geschäftsmodellen und hat bereits einige erfolgreiche Ausgründungen vorzuweisen. Diese Perspektive erweitert ein neues Projekt, im Zuge dessen sich das Hanover Center for Health Communication [HC]² mit den unterschiedlichen Bedarfen und Rahmenbedingungen in Unternehmen, Institutionen sowie Hochschulen befassen wird. Speziell für die Sozial- und Gesundheitswirtschaft sollen geeignete Dialogformate entwickelt werden, die den Wissenstransfer beispielsweise in Form von Unternehmensgründungen erleichtern. Das Projekt trägt den Namen „Transfer Leben“ und ist Teil des Hannover

Transfer Campus. Es handelt sich dabei um ein gemeinsames Projekt mit der Leibniz Universität Hannover, der Hochschule Hannover und der Medizinischen Hochschule Hannover, das durch das Niedersächsische Ministerium für Wissenschaft und Kultur und die Volkswagen Stiftung für fünf Jahre gefördert wird. Mit der Fördersumme von 12,4 Millionen Euro soll der Universitätsstandort Hannover sowie die regionale Wirtschaft gestärkt und das strukturelle Netzwerk zwischen Wissenschaft und Wirtschaft ausgebaut werden. Wir freuen uns, daran beteiligt zu sein und werden in den nächsten Ausgaben ausführlich berichten.

Zu Gast



Komm' se rin, könn' se rauskieken. Das Seminar „Media Entrepreneurship“ zu Besuch in Berlin

Zu Gast am IJK ...

Auch in den letzten zwei Jahren durfte sich das IJK über eine Reihe an Lehrbeauftragten und Gästen aus Wissenschaft und Praxis freuen. Tausend Dank an alle, die uns so tatkräftig sowie kompetent unterstützen und immer frischen Wind auf die Expo Plaza 12 bringen!

Bei diesen Lehrbeauftragten konnten unsere Studierenden praxisnahe Seminare besuchen: Dipl.-Kfm. Jörg Freienstein (IBM Deutschland), Christian Krebs (Niedersächsische Landesmedienanstalt), Christine Preitauer (kreHtiv Netzwerk Hannover e.V.), Dr. Christian Schäfer-Hock (Fachhochschule Dresden), Imke Gedusch (BTI Befestigungstechnik GmbH & Co. KG), Joerg Heidrich (Heise Zeitschriften Verlag), Matthias Köppinghoff (NDR/NDR Blue, Musikredaktion), Benjamin Schnabel (Deutsche Welle), Maria Strecker, Janina Zielke (Niedersächsischer Landtag), Prof. Dr. Christian Baierle (Roba Music Publishing), Agnes Fleischer (aserto), Dr. Steffen Lepa (TU Berlin) und Jonas Walkenbach (Innogames GmbH).

Im Rahmen des Seminars Media Entrepreneurship freuten wir uns sehr über Besuche, Feedback und Impulse von Arnd Aschtrup

(Tripod Technology), Madita Best (Babel / Daheim), Jaan Brunken (Wingfield), Roger Cericius (Futur X), Tim Hemer (Qnips), Melissa Jung (hannoverimpuls), Thomas Knauer (alvary), Mario Leupold (hannoverimpuls), Colin Lovrinovic (Gould.Finch), Philipp Lück (Kleinundpläcking), Ricardo Ferrer Rivero (533 / Hafven), Dörte Roloff (Hafven), Prof. Dr. Armin Rott (Hamburg Media School), Finja Samland (VentureVilla), Max Schild (PHB), Felix Sievers (Futur III) und Lea Weitekamp (t3n Magazin).

Im Rahmen der Ringvorlesung „Daten – das neue Öl der Medienwirtschaft?“ lauschten wir außerdem Vorträgen von Ingo Dachwitz (netzpolitik.org), Catherina Dürrenberg (MADSACK Mediengruppe), Joerg Heidrich (Heise Medien), Stefan Langefeld, Dr. Haiko van Lengen (Market Logic Software), Ralph Pighin (Deezer), Nikolaus Pohle (GfK), Johannes Sommer (Retresco), Malte Spitz (Gesellschaft für Freiheitsrechte e.V.) sowie Simon Ueberheide (RCKT).

... und das IJK zu Gast.

Gute Lehre lebt vom Austausch und der Vernetzung. Deshalb haben auch in den Jahren 2018 und 2019 wieder zahlreiche Exkursionen stattgefunden. Unter anderem waren Studie-

rende des Seminars „Data Driven Business Models“ im Januar 2018 in Berlin, um sich rund um das Thema Datenwirtschaft zu informieren. Dazu besuchten sie die DB Systel GmbH, das Datenberatungsunternehmen Retresco sowie den IJK Alumni Ingo Dachwitz bei netzpolitik.org.

Im Rahmen des Media Entrepreneurship Seminars reisten Ende Mai 2018 23 Studierende des IJK zusammen mit Christopher Buschow und Daniel Possler nach Amsterdam. Die Gruppe war dort zu Gast bei der Wirtschafts-förderung der Stadt, StartupAmsterdam, bei den Accelerator-Programmen Rockstart und StartupVillage sowie beim Fahrrad-Start-up vanMoof und bei Bynder. 2019 ging es für den Media Entrepreneurship-Kurs nach Berlin. Die etwa 20 Studierenden konnten dort Start-ups und Medienunternehmen kennenlernen und mit Gründerinnen und Gründern sowie Akteurinnen und Akteuren der Start-Up-Infrastruktur in Kontakt kommen.

Auch für Masterstudierende ging es nach Berlin: Im Rahmen des Projektseminars „Internationalisierung der Musikwirtschaft“ besuchten sie die Most Wanted: Music Convention und führten dort Interviews mit internationalen und nationalen Kreativschaffenden.

Promovenden

Felix Keldenich



Lokaler Journalismus und Wirtschafts-PR: Wahrnehmung und Wirkung der Pressearbeit lokaler Wirtschaftsakteure

Wie nehmen lokale Journalistinnen und Journalisten Wirtschafts-PR vor Ort wahr, und wie kann sie Einfluss auf die journalistische Arbeit ausüben? In Leitfadeninterviews mit deutschen Lokaljournalistinnen und -journalisten wurde in Felix Keldenichs Dissertation der Frage nachgespürt, welche Rolle Wirtschafts-PR im Lokalen spielt. Es wird deutlich, dass es hierbei eine sehr große Spannweite in deutschen Redaktionen gibt. Basierend auf dem Ansatz der Akteur-Struktur-Dynamik von Schimank werden die Einflüsse dem Wollen, Sollen und Können der Journalistinnen und Journalisten zugeordnet. Dadurch zeigen sich komplexe Abwägungsprozesse in der Arbeit mit PR. Persönliche Eigenschaften und Verbindungen spielen ebenso eine Rolle wie das generelle Berufsverständnis oder die Sonderrolle des Lokalen. Abgebildet wird der Einfluss der PR in einem zweistufigen Modell, das die vielfältigen Faktoren sowie deren individuelle Wirkungsweise berücksichtigt.

Elena Link



Vertrauen und die Suche nach Gesundheitsinformationen: Eine empirische Untersuchung des Informationshandelns von Gesunden und Erkrankten

Im Zentrum der Dissertation von Elena Link steht die Bedeutung des Vertrauens als bisher wenig beachtete soziale Dimension des gesundheitsbezogenen Informationshandelns von Patient*innen. Mit der Zielsetzung dessen Rolle für die Wahrnehmung von Unsicherheit und die Suche oder Vermeidung von Gesundheitsinformationen aus unterschiedlichen Informationsquellen zu identifizieren, integriert die Arbeit die theoretischen Perspektiven des Unsicherheitsmanagements und Vertrauens. Aufbauend auf dieser theoretischen Modellierung verdeutlichen eine empirische Modellspezifikation und -prüfung mittels qualitativer Leitfadengespräche im Krankheitskontext Arthrose und einer repräsentativen Befragung deutscher Internetnutzer*innen die Bedeutung und Rolle des Vertrauens und zeigen, dass die Informationssuche und die Bedeutung des Vertrauens von situativen Faktoren abhängig sind. Zudem zeigt sich, dass die Perspektiven der interpersonalen Kommunikation und Massenkommunikation stärker integriert werden sollten. So ist beispielsweise das Vertrauen in ärztliches Fachpersonal ein Auslöser der Informationssuche im Internet. Vertrauen fungiert dabei als Bindeglied, das eine Zuwendung zu anderen Quellen mehr oder weniger notwendig erscheinen lässt.

Karsten Richter



Warum wir Medien wirklich nutzen – Das situative Modell von Wirkungs- und Sanktionserwartungen zur Erklärung von Mediennutzungsentscheidungen

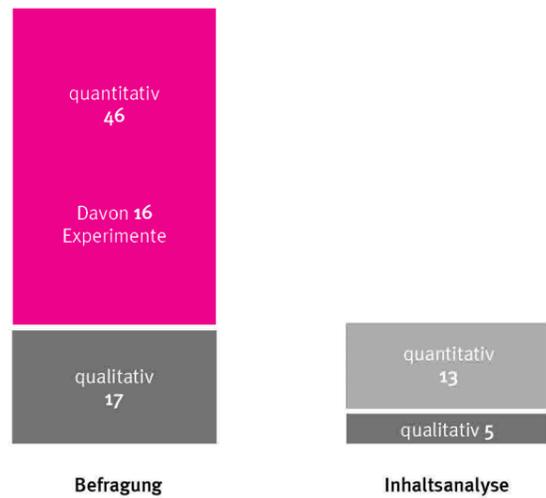
Wenn es um Mediennutzungsentscheidungen geht, wird an der kommunikationswissenschaftlichen Uses-and-Gratifications-Forschung häufig kritisiert, sie betrachte nur den Mediennutzer. Mediennutzungsentscheidungen sind schließlich auch an Zeit, Raum und das soziale Umfeld gebunden, in dem sie getroffen werden. Karsten Richter rückt in seiner Dissertation Kontexteinflüsse in den Mittelpunkt der Betrachtung und entwickelt das „Situative Modell von Wirkungs- und Sanktionserwartungen zur Erklärung von Mediennutzungsentscheidungen“. Das Modell macht deutlich, wie positive und negative Wirkungserwartungen, aber auch positive und negative Sanktionserwartungen als Reaktionen des situativen Umfeldes den Mediennutzer bei seinen Entscheidungen beeinflussen können. Nur das Zusammenspiel dieser Faktoren kann erklären, warum wir Medien manchmal nutzen und manchmal eben nicht.

Bachelor Medienmanagement

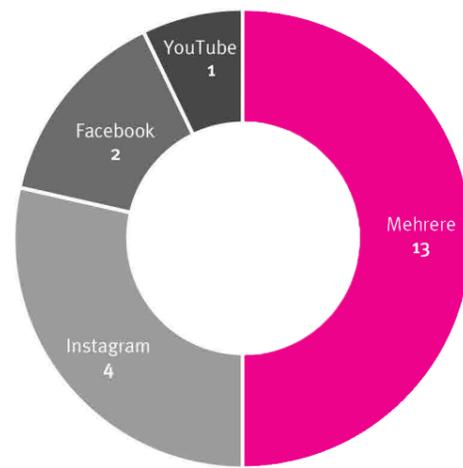
Themen nach Häufigkeit



Methoden nach Häufigkeit



Soziale Medien



Unternehmensbezug



Die Abstracts der Abschlussarbeiten des Bachelors Medienmanagement finden Sie hier: <https://bit.ly/2qPEdTe>

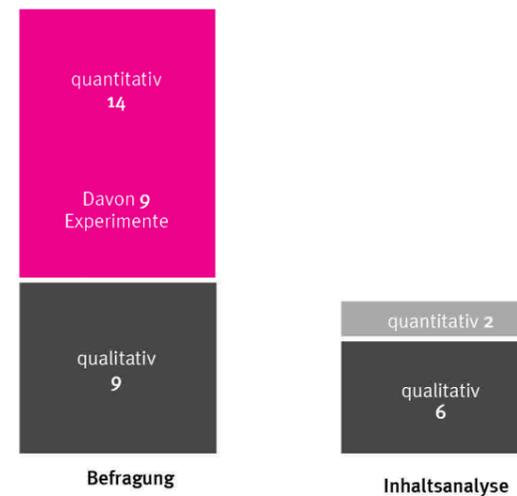


Master Medienmanagement / Kommunikations- und Medienforschung / Medien und Musik

Themen nach Häufigkeit



Methoden nach Häufigkeit



114 IJK-Absolvent*innen haben in den Jahren 2018 und 2019 erfolgreich ihre Abschlussarbeiten abgegeben.

Zu welchen Themen sie ihre Arbeiten geschrieben und für welche Methode sie sich entschieden haben, kann den Infografiken auf dieser Doppelseite entnommen werden.

Eine Übersicht über alle erfolgreichen Absolvent*innen gibt es beim Umblättern auf die nächsten zwei Seiten.

Unternehmensbezug



Die Abstracts der Abschlussarbeiten der Masterstudiengänge finden Sie hier: <https://bit.ly/2RS1jU6>



Abschlussarbeiten

Bachelor Medienmanagement

Bachelor Medienmanagement 2018

LENNART BANSE
 LARISSA BIELERT
 JONAS BODENHÖFER
 CAROLINE BOOS
 SEBASTIAN BÖTTCHER
 LAURA BYTOF
 ANNA DIERKS
 DOMINIK EHLERS
 INA FOCKS
 MAJA FREY
 LEONIE GAHR
 ALEXANDER GAUS
 ASTRID GREIN
 NICOLE GRUMMET
 MURIEL HAAS
 MAXIMILIAN HETT
 ANAIS JANSEN
 LAURA KLIEM
 SANDRA KLUCK
 EVANGELIA KOKINAKI
 FRANZISKA KUHLMANN
 LOUISA LANDMANN
 LISA MARIE LECHNER
 ROBIN LEUPPERT
 TOBIAS LEUSCHNER
 CHRISTIN LÜTGE
 LARA MENTZNER
 JOSHUA METSCHULAT
 KATHARINA MEYER
 JULE NARAJEK
 VIOLA PAULMANN
 LEONIE PFEIFFER
 SASKIA PIEL
 VANESSA RAHE

ANNA RICKMANN
 ANNA RIESSEN
 ELISABETH RÜCKBRODT
 MAIKE SCHMIDT
 LISA SCHUMACHER
 NICO SPREEN
 CELINA STOBBE
 CHRISTOPH TROMPETER
 JULIA WEBER
 SAVANNAH WELZEL
 ANTJE WIEDEMANN
 GREGOR WILLENBROCK
 AYLEEN WOLTERS

Bachelor Medienmanagement 2019

MIRIAM ABELS
 PIA AMEND
 ALEXANDER ARNDT
 PATRICIA BÖHME
 JASMIN BÖTTCHER
 DANIEL HERINGER
 TILL HOLLAND
 MOHAMMAD KHALILI
 LUKA KIEHNE
 LISA-MARIE KRÄMERS
 ROBIN KUHLMANN
 MAIKE LAMPE
 RICHARD LINGEMANN
 AGNES LODDER
 CHRISTOPH MÜLLER
 FRANZISKA NISSEN
 JULIA PAUKNER
 ALEXANDER PORGANN
 JANNIKA PROHL
 CARSTEN REICHELT
 LAURA RIEDEL
 TABEA RIEDMAYER
 ROMAN RITTER
 LENA ROSS
 LUISA-MARIE SCHNEIDER
 HAUKE SERGER
 PAUL STEUTEN
 JOHANNA TEMPS
 HENDRIK TUBBESING
 VANESSA VON BERG
 IRINA VON SCHORLEMER
 KATRIN WERTZ
 FELIX WIMMEL
 VIVIEN WYSOCKI

Abschlussarbeiten

Master Medienmanagement

Master Medienmanagement 2018

FRANZISKA BITTL
 ANJA DITTRICH
 DENISE FECHNER
 TANJA FISSE
 BRITTA GRAMLICH
 CLAUDIA HAAS
 JULIAN KREISSL
 KRISTINA MESEKE (GEB. VORTMANN)
 FABIAN PRASCHL
 MAGDALENA ROSSET
 ESTHER SCHMOTZ
 SARAH VON HÖREN

Master Medienmanagement 2019

CARINA HINGST
 MALIN ISERMANN
 JULIANE SASS
 TOBIAS WESTERMANN

Master Kommunikations- und Medienforschung

Master Kommunikations- und Medienforschung 2019

JASMIN TROEGER

Master Multimediale Kommunikation

Master Multimediale Kommunikation 2019

KLAUS WILD (GEB. LOEW)

Master Medien und Musik

Master Medien und Musik 2018

MARIE-CHRISTINE DRUNAT
 YVETTE KNEISEL
 SARA KUHLGATZ
 FANNY NÜSSLER
 STEFFEN RISKE
 LARA SAGEN
 INGA SCHÖNFELDT
 BRUNO SCHUBERT
 MICHAEL STORK
 JONAS TRAUT

Master Medien und Musik 2019

JOHANNA CAMILLA ANDRES
 CHRISTOPH KASTROP
 AYLIN ÖZ
 RONJA RABE

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

www.ijk.hmtm-hannover.de
www.facebook.com/IJK.Hannover/





DEINE ERSTE ADRESSE FÜR DEN KARRIEREEINSTIEG IN DIE MEDIENBRANCHE

Steige ein als Trainee und übernimm Verantwortung von Anfang an. Dabei erhältst du eine umfassende Betreuung und baust dir ein breites Netzwerk in der MADSACK Mediengruppe auf.

Du willst mehr #Insights?

Folge uns auf: @madsackmediencampus

