

# 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 30  
06.2023



## Impressum

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

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

Verantwortliche und Redaktion:  
Paula Memenga & Charlotte Schrimpf  
Titelbild: Johannes Düselder  
Gestaltung: Dievision GmbH, Hannover  
Druck: Umweltdruckhaus Hannover mit freundlicher  
Unterstützung der Mediengruppe Madsack

## IJK-PLAZA

### Liebe IJK-Community,

die neue „Plaza“ ist gut gefüllt mit Berichten darüber, was sich am Institut verändert. Binnen 10 Jahren hat sich das Erfolgsmodell unseres „Entrepreneurship“-Seminars stetig weiterentwickelt (glänzende Augen väterlicher Freude darüber hatte Christopher Buschow beim Jubiläums-Event im „hafven“). Das Personalkarussell dreht sich munter weiter, gleich drei langjährige und verdiente Post-Doktorand\*innen (Elena Link, Daniel Possler, Sabine Reich) setzen ihre Karrieren an anderen Universitäten fort. Unsere neue Juniorprofessorin Christine Meltzer ist von der Universität Mainz zu uns gekommen und verjüngt die Riege der wissenschaftlichen Führungskräfte. Und wir machen das grundständige Studium mal wieder neu: Das Bachelorprogramm „Medienmanagement“ heißt ab dem kommenden Wintersemester „Kommunikationswissenschaft“. Sie und Ihr könntet da eventuell glauben, das gute alte IJK sei ja gar nicht mehr wiederzuerkennen. „Not my IJK“ also?

Mitnichten! Denn jeden einzelnen Change-Prozess, der am IJK stattfindet, gestalten wir im Dienste des „guten alten IJK“, also entlang unserer Kernwerte „exzellent – praxisrelevant – fürsorglich“. Das jährliche Seminar „Media Entrepreneurship“ steht dafür exemplarisch: Daniel Possler und Jule Scheper haben seit Christopher Buschows Abschied fleißig und umsichtig daran gearbeitet, die bewährten Inhalte und Methoden des Kurses fortzuführen und zugleich die Interessen der Studierenden immer wieder zu integrieren. Auch das reformierte BA-Programm atmet ausschließlich die alten Stärken des IJK: Fokus auf Methodenkompetenz, hoher Praxisbezug, noch mehr Wahlfreiheit für die Studierenden. Fast 90 Prozent der Lehrinhalte bleiben aus dem bisherigen BA „Medienmanagement“ erhalten. Vor allem aber bewahren wir uns den „Spirit“ des IJK. Respektvolles und kooperatives Miteinander in Studium, Lehre und Forschung pflegen wir „nach Corona“ mindestens so tatkräftig wie seit jeher. Engagierte Studierende bringen die Institutsgemeinschaft voran, von A wie AC Plaza bis W wie Waffelverkauf der Fachschaft „Medien und



Musik“. Engagierte Ehemalige bereichern das Institutsleben – dafür stehen beispielhaft acht ihrer Auftritte im Rahmen unserer medienwirtschaftlichen Ringvorlesung während des vergangenen Wintersemesters.

Ja, vieles ändert sich am Institut. Aber gerade deswegen bleiben wir das IJK, das Sie und Ihr kennen/kennt. Wir freuen uns sehr, wenn Sie und Ihr auch in Zukunft mit Wohlwollen und tatkräftiger Unterstützung mit uns sind/seid. Allen, die sich in 2022 in diesem Sinne eingesetzt haben, sage ich im Namen der Institutsgemeinschaft von Herzen Danke.

Alles Gute für das restliche Jahr 2023!  
Ihr und Euer

Christoph Klimmt

## Inhaltsverzeichnis

Rund ums IJK	04 – 06
Aktuelles	07 – 08
Promovenden	09
10 Jahre Media-Entrepreneurship am IJK	10 – 13
Die IJK Meme-Edition	14
Was macht eigentlich...?	15
Veranstaltungen	16
Abschlussarbeiten	17 – 19

## KKeV

### Die Kommunikationsverstärker

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

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 eine wichtige Ergänzung zu den Studienqualitätsmitteln dar, ohne die viele Kurse in ihrer aktuellen Qualität und in ihrem wissenschaftlichen Umfang sonst gar nicht stattfinden könnten. Die Ausrichtung von und insbesondere die Teilnahme an Tagungen wird ebenfalls durch den KKeV gefördert, um das wissenschaftliche Profil von Studierenden und Mitarbeitenden sowie des Instituts auf nationaler und internationaler Ebene zu stärken. Studentische Initiativen wie der institutseigene Fußballverein AC Plaza, die Musikmanagement-Initiative „Here I Am“ oder die Absolvent\*innenfeier beim IJK-Forum profitieren ebenso regelmäßig von der Förderung durch den KKeV.

Bei der Mitgliederversammlung 2022 wurde ein neuer Vorstand gewählt, und wir, die Autor\*innen dieses Beitrags, Aisha und Julius, haben nun unsere Arbeit als neuer Vorstand aufgenommen. Wir studieren aktuell im 3. Semester und freuen uns auf die neue Aufgabe. Hoffentlich werden wir dieses Jahr auch die Möglichkeit haben, ganz viele von euch/Ihnen persönlich kennenzulernen!

Der KKeV hat es sich zur Aufgabe gemacht, verschiedene Veranstaltungen des Instituts zu planen und zu realisieren. Vieles davon musste in den vergangenen Jahren pandemiebedingt ausfallen. Mit dem diesjährigen Vorstandswahlwechsel sind wir motiviert, zu alter Stärke zurückzufinden.



Der KKeV unterstützte im vergangenen Jahr diverse sportliche, kulinarische und festliche Veranstaltungen am IJK | Fotos: Johannes Düselder (2, 3)

Ende 2022 konnten wir wieder ein Running Dinner ausrichten und möchten daran weiter anknüpfen. Geplant ist unter anderem ein Sommerevent für unsere Studierenden, Mitarbeitenden, Dozierenden und vor allem auch für unsere Alumni.

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

Mit besten Grüßen vom aktuellen KKeV-Team  
Aisha, Julius und Theo

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



Zum Mitgliedsantrag des KKeV  
[kkev.org/mitglied-werden](https://www.kkev.org/mitglied-werden)

Facebook: [www.facebook.com/kkev.org](https://www.facebook.com/kkev.org)

Facebook-Gruppe: „IJK Studierende & Alumni“

LinkedIn: [www.linkedin.com/company/kommunikationskultur-e-v](https://www.linkedin.com/company/kommunikationskultur-e-v)

Webseite: [www.kkev.org](https://www.kkev.org)

## Rund ums IJK

## Auf Wiedersehen!

Mit Dr. Elena Link, Dr. Daniel Possler und Dr. Sabine Reich hat das IJK in den vergangenen zwölf Monaten schweren Herzens gleich drei langjährige Mitarbeitende verabschieden müssen.

**Daniel Possler** verbrachte stolze 14 Jahre am IJK. Zunächst studierte er Medienmanagement im Bachelor und Master, bevor er ab 2014 als wissenschaftlicher Mitarbeiter Forschung und Lehre am Institut maßgeblich mitprägte. Die meisten kennen ihn vermutlich aus Seminaren und Projekten im Bereich Unterhaltungsforschung, Video-Games, aus der Statistik-Lehre oder dem Media-Entrepreneurship-Seminar. 2020 promovierte er zur Entstehung und unterhaltsamen Qualität der Emotion „Awe“ (Ehrfurcht) im Kontext von Videospielen. Durch seine Zusammenarbeit mit Arthur Raney pflegte er die IJK-Kooperation mit Florida. Zudem leitete er viele Jahre das IJK-Marketing und gestaltete einige Ausgaben der IJK-Plaza. In Erinnerung bleibt er uns außerdem mit seinen posslerschen Torschüssen beim Kickern und seine große Vorliebe für Memes. Seit Oktober 2022 arbeitet er als Post-Doc an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg.

**Sabine Reich** kam im Mai 2016 nach ihrer Promotion in Mannheim ans IJK. Während ihrer sechs Jahre als Post-Doc gestaltete sie am Institut vielfältige und kreative Lehrveranstaltungen und Forschungsprojekte im Bereich Gender, soziale Identität und Unterhaltungsforschung. Besonders begeisterte sie unsere Studierenden mit beliebten Seminaren wie „Frauen in den Medien“ und inspirierte so auch einige von ihnen zu einer Abschlussarbeit in diesem Themenfeld. Sei es SDA



oder das Seminar zum Experiment, auch in der Methoden-Ausbildung wirkte sie am IJK mit. Hinter den Kulissen organisierte sie zahlreiche Master-Aufnahmeverfahren und setzte sich über viele Jahre in der Gleichstellungskommission der HMTMH ein. Seit Oktober 2022 widmet sie sich neuen Projekten an der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Erst kürzlich verließ uns auch **Elena Link**, die zu April 2023 einem Ruf auf die Junior-Professur für Wissenschaftskommunikation an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz folgte – wir gratulieren ihr von ganzem Herzen zu diesem Erfolg! Auf knapp 16 Jahre IJK blickt Elena zurück – zunächst als Studentin und seit 2013 als wissenschaftliche Mitarbeiterin. In dieser Zeit forschte sie in diversen Projekten im Bereich der Gesundheitskommunikation, gab zahlreiche Bachelor- und Master-Lehrveranstaltungen und baute gemeinsam mit Eva Baumann das Hanover Center for Health Communication [HC]<sup>2</sup> auf. 2019 promovierte sie zum Einfluss von Vertrauen auf das Informationshandeln von Patient\*innen. Anschließend warb sie mit „DigiCare“ und „SIIRI“ erste eigene Drittmittel-Projekte ein. Als Mittelbau-Sprecherin des IJK setzte sie sich mit viel Herzblut für die wissenschaftlichen Mitarbeitenden ein und prägte maßgeblich die Werte und den Zusammenhalt am IJK.

Ebenfalls zum Sommersemester 2023 beendete **Eva Schwarz** ihre Anstellung im Sekretariat des IJK. Sie kam 2021 und bereicherte das Team u. a. in der Verwaltung der Bewerbungsphasen für die drei IJK-Studiengänge sowie mit ihrer zugewandten und hilfsbereiten Art.

## Das IJK unterwegs in Europa

Vorträge, Workshops und fachlicher Austausch – und das alles in Präsenz! 2022 wurde der digitale Konferenzmodus endlich wieder gegen spannende und interessante Begegnungen in persona getauscht. So war das IJK bei zahlreichen Konferenzen vertreten, u. a. auf der ICA-Jahrestagung im Mai 2022 in Paris.



Das IJK im Mai 2022 bei der ICA-Jahrestagung in Paris

## Bleibt alles anders: Aus dem Bachelor-Programm „Medienmanagement“ wird „Kommunikationswissenschaft“

Es ist vollbracht: Die lange geplante, akribisch vorbereitete und extern begutachtete Reakkreditierung unseres Bachelor-Studiengangs ist abgeschlossen! Zum Wintersemester 2023/24 schreiben wir neue BA-Studierende erstmals mit dem Programmtitel „Kommunikationswissenschaft“ ein. Das lang gediente Label „Medienmanagement“ tritt dann in den Ruhestand. Mit der Anpassung des Namens geht auch eine leichte Überarbeitung des Curriculums einher. Sie dient einerseits dazu, die kommunikationswissenschaftlichen Kernbereiche des Angebots stärker zu fokussieren, ohne dabei jedoch an den anwendungsorientierten Themen wie Medienökonomie und -management zu sparen. Die Neuerungen spiegeln sich vor allem in der Bündelung der Wahlpflicht-Seminare zu sogenannten Vertiefungsgebieten wider, in denen knapp 60 Credit Points – ein Drittel des Studien-Gesamtvolumens – in den

Forschungsschwerpunktt Themen des IJK erworben werden. Studierende können wählen zwischen Data Science, Management von Medien, Musik und Unterhaltung, Politische Kommunikation sowie Gesundheits- und Umweltkommunikation. Studierende, die sich noch nicht spezialisieren möchten, füllen stattdessen eine „bunte Tüte“ und belegen über alle Vertiefungsgebiete hinweg die Kurse, die sie am meisten interessieren. Außerdem wird es Einführungsvorlesungen zu den „Nachbarwissenschaften“ wie Wirtschafts- und Politikwissenschaft bzw. Soziologie und Psychologie geben sowie ein „Reflektionsmodul“, das den Übergang in die nächste Phase (Master-Studium oder Berufstätigkeit) erleichtern soll. Drumherum bleibt alles beim Alten: Etwa 90 Prozent der künftigen Studienordnung decken sich mit der bisherigen und vielfach bewährten.



Eine tiefergehende Erläuterung der Hintergründe der Reakkreditierung können Sie in der IJK-Plaza Nr. 29 nachlesen:  
[www.ijk.hmtm-hannover.de/de/institut/ijk-medien/ijk-plaza/](http://www.ijk.hmtm-hannover.de/de/institut/ijk-medien/ijk-plaza/)

## Medienleitfaden für eine stigmafremde Berichterstattung zum Thema Abhängigkeit

Weniger Stigmatisierung und mehr Verständnis – das ist das Ziel des vom Bundesministerium für Gesundheit geförderten Projekts FairMedia-SUCHT. Im Fokus stehen Betroffene von Abhängigkeitserkrankungen, denen in unserer Gesellschaft oft wenig Empathie entgegengebracht wird. Eva Baumann und Anna Freytag vom Hanover Center for Health Communication [HC]<sup>2</sup> am IJK haben zunächst eine Inhaltsanalyse zur aktuellen Berichterstattung zum Thema substanzbezogene Abhängigkeit durchgeführt. Gemeinsam mit Betroffenen und Expert\*innen aus den Bereichen Journalismus, Kommunikation und Medizin (u. a. vom Universitätsklinikum Leipzig und Aktionsbündnis Seelische Gesundheit) wurde anschließend ein Leitfaden für Medienschaffende mit konkreten Tipps und Empfehlungen für eine angemessene und



diskriminierungsfreie Berichterstattung zum Thema Abhängigkeit entwickelt. Im Oktober 2022 wurde dieser im Rahmen der Aktionswoche Seelische Gesundheit vorgestellt.



Der Medienleitfaden ist frei zugänglich unter:  
[www.seelischegesundheit.net/presse/fair-media/](http://www.seelischegesundheit.net/presse/fair-media/)

## Neue Projekte für das Hanover Center for Health Communication [HC]<sup>2</sup>

Zwei neue Projekte unter der Leitung von Eva Baumann bereichern von nun an die Forschung am [HC]<sup>2</sup>.

**„Monitor Bildung und psychische Gesundheit“:** Wie steht es in Deutschland um die Versorgung von Kindern und Jugendlichen mit psychosozialen Belastungen und wie hängt die psychische Gesundheit mit Bildung und Schulunterricht zusammen? Das von der Robert Bosch Stiftung geförderte Verbundprojekt widmet sich diesen Fragestellungen. Ziel ist es, ein bundesweites Kinder- und Jugend-Monitoring System aufzubauen, das die Perspektiven von Schüler\*innen, Eltern und Lehrkräften enthält und langfristig zur Verbesserung der psychosozialen Versorgung beiträgt.

**„Optimales Langzeitüberleben nach Krebs“:** Zur Früherkennung und Behandlung von Krebs gibt es bereits viele Informations- und Unterstützungsangebote. Aber wie sieht es mit solchen Angeboten für die Zeit nach einer Krebserkrankung aus? In dem vom Bundesgesundheitsministerium geförderten Verbundprojekt werden u. a. die speziellen Informationsbedürfnisse und -barrieren von Krebsüberlebenden und deren Angehörigen erforscht. Ziel ist es, ein diversitäts- und kultursensibles Informations- und Beratungsangebot für Krebsüberlebende und ihre Angehörigen zu entwickeln.

## Zu Gast am IJK

Im vergangenen Jahr wurde das IJK wieder einmal von vielen Persönlichkeiten unterstützt, die ihr Wissen und ihre Expertise im Rahmen diverser Lehrveranstaltungen mit den Studierenden geteilt haben.

Ein großer Dank geht zunächst an unsere Lehrbeauftragten: Sonja Backhaus und Christian Krebs (Niedersächsische Landesmedienanstalt), Martin Kontzog und Marcus Torke (Dievision), Matthias Köppinghoff (NDR), Christine Preitauer (krelHltiv Netzwerk Hannover e. V.), Tobias Raschka (Axel Springer) und Hendrik Tubbesing (Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft gGmbH).

Als Gastprofessorin durften wir außerdem Brigitte Naderer von der Ludwig-Maximilians-Universität München begrüßen, die das Lehrangebot am IJK mit zwei spannenden Seminaren zu Produktplatzierung in Musikvideos und Washing-Praktiken sowie einer Vorlesung im Bereich der strategischen Kommunikation bereichert hat.

Im Rahmen des Seminars „Methoden der Marktforschung“ freuten wir uns über den Vortrag von Leonie Pfeiffer und Nuria Sichalla (eye square GmbH).

Für ihren Einsatz im Praxiskolloquium danken wir außerdem Marcel Drews und Vanessa Rahe (aserto), Julia Furtwängler (Holtzbrinck) und Sebastian Stude (Neopubl).

Ein großer Dank geht ebenfalls an die IJK-Alumni für ihre interessanten Vorträge im Rahmen der Ringvorlesung „Vom IJK ins Medienbusiness“: Julia Bolz (Deutscher Marketing Verband), Kerstin Fröhlich (Spiegel-Gruppe), Julia Heinrich (Sony Music), Helge Hoffmeister (Gaully Advisors), Derya Irrgang (Reeperbahn Festival), Annekaryn Ranné (mobile.de), Stephan Scholte (Antenne Niedersachsen) und Natascha Thomas (PMG Presse-Monitor).

Im Seminar „Media und Social Entrepreneurship“ unterstützten Claudia Bumb (Hafven), Dominique Gußmag (hannoverimpuls), Maria Mondry (Tomorrow) und Moritz kleine Bornhorst (theyo) die Studierenden dabei, aus ihren ersten Geschäftsideen tragfähige soziale Geschäftsmodelle zu entwickeln. Christiane Unruh (HSE) vermittelte den Studierenden die Grundlagen der Finanzplanung und -modellierung und Felix Sievers (Futur III) gab einen Einblick in die Grundlagen der Unternehmenskommunikation. Als Jury-Mitglieder und Feedbackgeber\*innen konnten wir Madita Best (Theyo), Christopher Buschow (Universität Weimar), Niklas Engemann (VentureVilla) und Lena Hautzer (Leapsome) gewinnen. Vielen Dank auch an Ioannis Ioannidis (Amsterdam Institute for Advanced Metropolitan Solutions), Susann Kohout (Netflix), Rick Morssink (The Social Handshake), Aravind Putrevu und Adrienne de Vries (Elastic), Peter Warman (Newzoo) und Egon van Wees (Amsterdam Impact) für die spannenden Einblicke während der Exkursion nach Amsterdam.

## Aktuelles

# Treffen der Generationen – Ehemalige zu Gast in einer Ringvorlesung

„Vom IJK ins Medienbusiness“ lautete der Titel einer Ringvorlesung, die im Wintersemester 2022/23 stattfand. Sie brachte acht Ehemalige des IJK zurück an ihre Alma Mater, um aktuellen Studierenden von ihrer Arbeit, den damit verbundenen medien- und digitalwirtschaftlichen Herausforderungen sowie ihrem Werdegang zu berichten. Sie boten dem Publikum eine enorme Bandbreite an Perspektiven, die sich aus einem Abschluss am IJK ergeben können. Julia Bolz, Kerstin Fröhlich, Julia Heinrich, Helge Hoffmeister, Derya Irrgang, Annekaryn Ranné, Stephan Scholte und Natascha Thomas brachten reiches Erfahrungswissen und viel gute Laune zu ihren Auftritten „back to uni“ mit. Die Professor\*innen des Instituts genossen das Wiedersehen ebenfalls – diese Ringvorlesung wird künftige Formate inspirieren und Studierende, Ehemalige und Dozierende des IJK (wieder) zusammenbringen.



Annekaryn Ranné erklärt die Rolle von Kommunikation im Data-Business

# Organisationskommunikation verstehen und ausprobieren

Digitalisierung und Mediatisierung bedeuten für die Organisationskommunikation nicht nur Herausforderungen, sondern auch Chancen. Das stellten Studierende im Rahmen eines Blockseminars im Wintersemester 2022/23 fest. Nachdem die grundlegenden Konzepte der Organisationstheorie sowie der internen und externen Kommunikation erarbeitet waren, standen Beispielszenarien im Mittelpunkt. Zu Fragen wie „Wie kann erfolgreiches Studienplatzmarketing funktionieren?“, „Wie kann durch Optimierung interner Prozesse eine gute externe Kommunikation sichergestellt werden?“



Studierende diskutieren mit Dorina Zeibig über Maßnahmen für einen erfolgreichen Feierabend

oder „Wie sage ich meinen Arbeitnehmer\*innen, wie sie richtig Feierabend machen?“ wurden Lösungskonzepte erstellt. Die abschließende Diskussion bereicherte Dorina Zeibig als Praxisgast mit ihren Erfahrungen als Head of Marketing bei der ESCRIBA AG bzw. im Bereich Internal Communications und Change Management bei der Deutsche Bank Gruppe. Das Fazit: „Theorie ist nur das halbe Leben, aber mit ihr lässt sich besser verstehen, was schiefläuft“.



## Get to know Christine Meltzer

**Junior-Professorin für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Medien und Musik**

**Liebe Frau Meltzer, seit Oktober 2022 sind Sie Junior-Professorin am IJK. Herzlichen Glückwunsch! Wie fühlt sich das an?**

Großartig! Auf eine Professur berufen zu werden ist nicht einfach und ich freue mich vvvsehr, dieses Ziel erreicht zu haben. Ich habe schon in verschiedenen Forschungsprojekten gearbeitet, aber jetzt kann ich dies noch stärker mit eigenen Akzenten tun. Und ich freue mich auch besonders über den Standort Hannover: Als ich 2018 als Gastprofessorin hierher kam, war ich begeistert vom Gesamtpaket IJK. Die Bandbreite an aktuellen und gesellschaftsrelevanten Fragestellungen, die hier erforscht werden, ist enorm. Dazu eine fürsorgliche Atmosphäre, die ziemlich einzigartig und keineswegs selbstverständlich ist – zumindest was meine Erfahrungen betrifft. Sowohl der Umgang der Kollegen und Kolleginnen untereinander als auch der Kontakt mit den Studierenden ist von großer Herzlichkeit geprägt. Insofern freue ich mich sehr, jetzt ein Teil dieser Familie sein zu dürfen.

**Wenn andere Sie fragen, wo Sie jetzt arbeiten: Was sagen Sie?**

Da, wo mal die Expo war.

**Was sind Ihre Pläne als Junior-Professorin am Institut und worauf freuen Sie sich am meisten?**  
Ich habe bereits in der Vergangenheit zur Rolle

von Medien für marginalisierte soziale Gruppen geforscht. Dies möchte ich am IJK fortführen und verstehen, wie Medien und Musik zu gesellschaftlichen Konflikten beitragen – oder auch zu deren Lösung. Ein Schwerpunkt meiner Forschung liegt auf dem Themengebiet Gewalt gegen Frauen. In Deutschland ist diese stark verbreitet und im EU-Vergleich sehr hoch. Medien können noch einiges tun, um dieses Problem einzudämmen, und ich möchte mit meiner Forschung dazu beitragen, besser zu verstehen, wie das aussehen kann. Außerdem freue ich mich darauf, gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen und Studierenden neue Fragestellungen anzupacken, Ideen zu diskutieren und neue Perspektiven zu entwickeln.

**Ihr Geheimtipp für Studierende?**

Schieben Sie Dinge nicht zu lang auf, aber gönnen Sie sich regelmäßig Pausen und belohnen Sie sich für erreichte Ziele. Finden Sie Fragestellungen, die Sie wirklich interessieren – dann wird alles leichter.

**Sie haben Hannover ja schon ein bisschen kennengelernt, wo sind Sie am liebsten?**

Abseits des IJK treibe ich mich am meisten in der List rum und dort gefällt es mir gut. Es gibt dort viele nette Möglichkeiten zu essen und man ist trotz der zentralen Lage schnell in der grünen Eilenriede.

**Was machen Sie so, wenn Sie nicht arbeiten?**

Ich koche sehr gern. Es kann durchaus passieren, dass ich 80 Tortellini falte oder zwei Köpfe Rotkraut einkoche. Das ist nicht nur kontemplativ, sondern es gibt mir auch das beruhigende Gefühl, dass etwas Gutes auf mich wartet. Ich finde auch verschiedene Techniken der Haltbarmachung spannend wie Einwecken oder Fermentieren. Entspannen kann ich aber auch ganz banal bei einer guten Serie oder mit einem Podcast.

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

Ich bin großer Fan des Angebots von Deutschlandfunk. Insbesondere der Podcast „Der Tag“ gibt mir das Gefühl, über die wichtigsten Ereignisse gut informiert zu werden. Und auch wenn es kein klassisches Angebot ist, bin ich von der Leistungsfähigkeit von ChatGPT enorm fasziniert. Wenn man künstliche Intelligenz klug einsetzt, hilft sie, sinnvolle Antworten zu finden – oder zum richtigen R-Code. Auf die richtigen und wichtigen Fragen muss man dennoch selbst kommen.

**Ein Ausblick auf Christine Meltzer am IJK in drei Adjektiven?**

Interdisziplinär, innovativ, relevant!

Promotion

## Aljoscha Paulus: Organisierte Interessen in der Kultur- und Medienarbeit. Eine Übersicht.

In den vergangenen Jahren hat die Kommunikations- und Medienwissenschaft das Thema „Arbeit“ als einen wichtigen Gegenstand ihrer Disziplin quasi wiederentdeckt: Einerseits im Kontext einer allgemeinen Bedeutungszunahme von wissensintensiven und/oder als „kreativ“ bewerteten Tätigkeiten, spezieller aber mit Blick auf neue Arbeitsformen, die etwa auf Internetplattformen erbracht oder über sie vermittelt werden. Denken Sie z.B. an Künstler\*innen, Journalist\*innen, aber auch an Menschen, die Geld damit verdienen, Unterhaltungsinhalte für Videoplattformen wie YouTube zu produzieren. Unterdessen wird das gesteigerte Interesse an den genannten Tätigkeiten in der Kommunikations- und Medienforschung bislang noch nicht systematisch auf die Frage bezogen, wie Menschen, die im Bereich von Kunst, Kultur und Medien arbeiten, eigentlich ihre Interessen organisieren und vertreten. Das ist bemerkenswert, stellen organisierte Arbeitsinteressen wie bspw. Betriebsräte, Gewerkschaften oder Berufsverbände in der kapitalistischen Moderne doch unverzichtbare Organe dar, wenn es um die politische Repräsentanz bestimmter Erwerbstätigengruppen und/oder um die konkrete Ausgestaltung und Regulierung eines Arbeitsbereichs geht (Stichworte: Aushandlung von Löhnen, Arbeitszeiten und -bedingungen, soziale Absicherung usw.).

Hier setzt die Dissertation von Aljoscha Paulus an. Er entwickelt einen begrifflichen und theoretischen Bezugsrahmen, indem er ein politikwissenschaftliches Grundverständnis von „organisierten Interessen“ mit Perspektiven aus der Arbeits- und Industriosozologie sowie mit Befunden aus der jüngeren Forschung zu sozialen Bewegungen und gewerkschaftlicher Erneuerung verknüpft. Ähnlich verfährt er bei der Definition von „Kultur- und Medienarbeit“, wobei er die Zusammenführung von etablierten Ansätzen um den Versuch ergänzt, sowohl Überschneidungen als auch Unterschiede zwischen Medienarbeit und den aktuell immer vielfältigeren Erscheinungsformen von digitaler Arbeit zu identifizieren. Dabei geht es um die wichtige Unterscheidung, dass längst nicht jede Form von Digitalarbeit auch Kultur- und Medienarbeit ist.

Im Anschluss verwendet Paulus die entwickelten begrifflichen und konzeptionellen Zugänge, um eine systematische Übersicht über den Forschungsstand zu organisierten Interessen in der bundesdeutschen Kultur- und Medienarbeit zu erarbeiten: Im Rahmen einer Literaturstudie führt er einen signifikanten Teil der vorhandenen Forschungsbeiträge zu der Thematik zusammen, die bislang erst vereinzelt und über verschiedene wissenschaftliche Disziplinen und Diskurse hinweg verstreut vorliegen.

Das Ergebnis bilden theoretisch und empirisch fundierte Antworten auf die Fragen, wie Kultur- und Medienarbeiter\*innen ihre Interessen organisieren (können) – historisch, gegenwärtig und perspektivisch, welche Bedingungen, Konflikte und Ziele sie zur Organisation motivieren (können) und mit welchen Herausforderungen und Machtkonstellationen sie dabei umgehen müssen. Dabei identifiziert Paulus auch eine Reihe von Forschungslücken, die er abschließend als Forschungsdesiderat diskutiert und zur weiteren Exploration empfiehlt.



Aljoscha Paulus nach seiner erfolgreichen Disputation im Juni 2022

Jubiläum

# Unternehmungslustig: 10 Jahre Media- und Social Entrepreneurship am IJK

Fünf Studierende, vier Monate, eine Idee: Das ist die Formel, mit der am IJK Zukunft gestaltet wird. Im Seminar Media Entrepreneurship entstehen seit 2013 Jahr für Jahr Start-up-Ideen, die unsere (Medien-)Welt ein bisschen besser machen wollen (oder sauberer, vernetzter, kreativer, ...) – mit Logo, Businessplan und jeder Menge Herzblut.

„Unsere Medienlandschaft lebt von kreativen Ideen und Pionier\*innen, die diese umsetzen“, erklärt Christopher Buschow, Juniorprofessor für Organisation und vernetzte Medien an der Bauhaus-Universität Weimar und Mitbegründer des Programms. „Wir wissen, dass Start-ups und Produktinnovationen wesentliche Treiber des Medienwandels und der Erneuerung der Branche sind. Medien-Studierende zu befähigen, sich diesen Aufgaben zu stellen, war Ausgangspunkt des Media Entrepreneurship-Programms.“

Wir – das waren zu Beginn Christopher Buschow und Beate Schneider, die den Kurs gemeinsam aus der Taufe gehoben haben. Ab dem Sommersemester 2023 ist mit Jule Scheper und Robin Leuppert das vierte Dozent\*innen-Team aktiv – nach den Kombinationen Buschow und Daniel Possler sowie Possler und Scheper. Auch andere Positionen erlebten fliegende Wechsel: Gehörten Ehemalige wie Madita Best und Moritz kleine Bornhorst (Theyo), Maria Mondry (Tomorrow), Lena Hautzer (Leapsome), Felix Sievers (Futur III) und Martin Wiens (Neue Narrative) zu den Teilnehmenden der ersten Jahrgänge, so stellen sie ihre Erfahrungen inzwischen als Coaches zur Verfügung.

Denn die Allianz von Theorie und Medienpraxis ist eines der Kernelemente des Programms: Während der Erarbeitungsphase erhalten die Studierendenteams Unterstützung von Patinnen und Paten aus verschiedensten Bereichen der Medienwirtschaft, lernen bei Exkursionen zu innovativen Unternehmen in Deutschland, Europa und der Welt die Stellschrauben von erfolgreichen Projekten kennen und werden bei ihren Pitches zum Ende des



Fotos: Johannes Düselder



Foto: Johannes Düselder

Semesters von einer Jury erfahrener Praktiker\*innen bewertet. Workshops zum Thema Design Thinking, Business Modelling und Kommunikation versorgen die Teams unterwegs mit dem nötigen Handwerkszeug.

Dass diese Herangehensweise erfolgreich ist, zeigt nicht nur die enorme Beliebtheit des Kurses, bei dem für eine gerechte Verteilung der Kursplätze unter den interessierten Studierenden regelmäßig in den Lostopf gegriffen werden muss, sondern auch eine Erhebung unter den Teilnehmenden: Eine standardisierte Befragung zeigte, dass das subjektive Wissen der Studierenden zu Gründung, rechtlichen Grundlagen, Organisation und Finanzierung im Verlauf des Kurses signifikant zunimmt und so realistischere Vorstellungen von den Erfordernissen des Entrepreneur\*innen-Daseins geschaffen werden<sup>1</sup>.

Die Business-Konzepte, die zu diesen (Lern-)Erfolgen beitragen, sind ebenfalls erfolgreich. So durfte ein Team seine Idee in der hannoveraner VentureVilla fortführen, andere reichten ihre Konzepte beim hannoverimpuls-Wettbewerb ein. Und auch das Programm selbst hat sich weiterentwickelt: Standen zu Beginn Medieninnovationen im Fokus, hat sich der Schwerpunkt inzwischen zu Social Entrepreneurship verlagert (mehr dazu auf Seite 13).

Viele gute Gründe also, die beim Jubiläums-Event im Sommer 2022 im Hafven die Korken knallen ließen und ein IJK-Erfolgsprojekt mit vielen Partner\*innen und Wegbegleiter\*innen ordentlich gefeiert haben. Wir gratulieren herzlich und freuen uns auf die kommenden zehn Jahre!

<sup>1</sup> Buschow, C., Possler, D. & Scheper, J. (2021). Teaching Media Entrepreneurship: How a start-up simulation can increase students' knowledge and encourage them to work in entrepreneurial contexts. Teaching Journalism & Mass Communication, 11 (1), 65–69. <https://aejmc.us/wp-content/uploads/sites/9/2021/07/TJMC-11.1-Buschow-et-al.pdf>



Logos, die Geschichte(n) erzählen: Von Apps, die freie Plätze in einer Bar oder einem Flugzeug anzeigen, Kindern spielerisch Nachhaltigkeit und Natur näherbringen oder das Einkaufen, Kochen und Dating leichter machen über Audioguides für narrative Stadtführungen bis hin zu Plattformen zum Austausch für geflüchtete Menschen, für Generationen-Treffs oder zur Vermittlung digitaler Kompetenzen für Lehrkräfte: All das ist im Rahmen des Kurses bereits entstanden. Finden Sie Ihr Logo wieder?

Das Seminar wurde und wird von vielen verschiedenen Menschen geprägt und hat offenbar Spuren hinterlassen. Wir haben einige ehemalige und aktuelle Mitstreiter\*innen nach ihren Eindrücken und Erinnerungen gefragt.



**Moritz kleine Bornhorst,  
ehemaliger Studierender & Coach**

*Das Programm bietet den Studierenden die tolle Möglichkeit, ihr eigenes Gründungsprojekt auf die Beine zu stellen. Wie bei einer „echten“ Gründung lernen die Teilnehmenden in diesem Prozess vor allem viel über sich selbst. Wie bereit bin ich, Kompromisse einzugehen? Muss meine ursprüngliche Idee abgewandelt werden, damit sie umsetzbar ist? Welche Rolle möchte ich bei dem Projekt einnehmen und wie kann ich meine Stärken am besten einbringen? All das ist augenöffnend.*



**Christopher Buschow,  
Gründungs-Dozent**

*Das Media Entrepreneurship-Programm eine Zeit lang mitgestalten zu können, war für mich ein wichtiger Erweckungsmoment. Hier habe ich gelernt, Hochschullehre auf andere Art zu sehen: als Erfahrungslernen, als partizipative und kooperative Lehre, als etwas, das grundsätzlich auf Gegenseitigkeit beruht. Die engagierten Studierenden des IJK haben in jeder Runde Beeindruckendes geleistet und ich habe selbst unglaublich viel von ihnen gelernt.*



**Jule Scheper,  
Dozentin & ehemalige Studierende**

*Das Seminar bietet für mich die perfekte Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis: Studierende können sich im Bereich Entrepreneurship ausprobieren, ihre wissenschaftlichen Fähigkeiten anwenden und Kontakte zu Praktiker\*innen knüpfen. Es ist immer wieder faszinierend zu beobachten, wie die Studierendenteams in der kurzen Zeit zusammenwachsen und immer mehr für ihre eigene Geschäftsidee brennen.*

## Social Entrepreneurship: So geht es weiter!

Medienwandel, globale Krisen und jetzt auch noch ChatGPT: Die Welt „da draußen“, der sich Studierende nach ihrem Abschluss stellen müssen, war schon mal weniger rau. Und zugleich ist das Bedürfnis, Sinn zu stiften in der „GenZ“ so groß wie selten zuvor. Zeit also, um den Spin des Media-Entrepreneurship-Programms weiterzudrehen und an aktuelle Herausforderungen anzupassen – Stichwort „Corporate Social Responsibility“!

„Wir haben uns bereits 2022 dazu entschieden, den Fokus des Kurses um den Bereich Social Entrepreneurship zu erweitern, um unserem Anspruch, unsere Studierenden theoretisch und praktisch auf die unternehmerischen Anforderungen der Arbeitswelt vorzubereiten, weiterhin gerecht werden zu können“, erläutert Daniel Possler den neuen Schwerpunkt.

In der Medienwirtschaft sind soziale Unternehmensneugründungen mittlerweile zu einer treibenden Kraft geworden. Niedrige Markteintrittsbarrieren und Netzwerkeffekte befähigen vor allem junge Unternehmer\*innen, eine Vielzahl an Start-ups im Medienmarkt zu positionieren, in denen nicht nur monetäre Werte zählen. In Zukunft wird es also verstärkt darum gehen, zu verstehen, was es braucht, um in diesem Sektor erfolgreich zu sein, ohne die sozialen Ideale gegen „übliche“ Erfolgskriterien ausspielen zu müssen. „Wir sind sehr gespannt auf die Antworten der Studierenden auf diese leicht veränderte Fragestellung des Kurses“, so Jule Scheper.



**Svenja Foth,  
Studierende**

*Das Seminar bietet die einzigartige Möglichkeit, ein fiktives Start-up von der Ideenentwicklung bis zur Finanzierung durchzuplanen und das mit der Hilfe von professionellen Coaches und Coachinnen. Besonders die enge Zusammenarbeit der Teams mit den Expert\*innen empfand ich als sehr bereichernd und hilfreich, genauso wie die Abschluss-Pitches vor einer Fach-Jury!*



**Arnd Aschtrup,  
Jury-Mitglied**

*Das Außergewöhnliche ist, dass viele Teams ihre Ideen im Laufe des Seminars bis weit in die Umsetzung hinein entwickeln, zum Teil sogar bis hin zu einer Teilnahme an Accelerator-Programmen. So kommt echtes Start-up Feeling auf, das weit über ein normales Uni-Seminar hinausgeht. Besonders sind auch die Exkursionen in die Entrepreneurship-Metropolen Berlin, Amsterdam oder London, und es war toll, im Tandem HQ in Berlin Gastgeber für das Seminar zu sein.*



**Niklas Feierabend,  
ehemaliger Studierender**

*Das prägendste Ereignis war für mich die finale Pitch-Präsentation unseres Geschäftsmodells. Zwei „Investoren“ entschieden sich für unsere Idee und ich habe daraufhin beschlossen, die Seiten zu wechseln und für einen dieser Investoren zu arbeiten – zunächst als Praktikant und anschließend als Werkstudent. Das Seminar war quasi Startpunkt meiner beruflichen Fokussierung auf die Themen Digitalisierung, Start-ups und Change – alles im Kommunikationskontext.*

## Wir präsentieren: Die IJK Meme-Edition

Der Arbeitsalltag am IJK bringt so manche Herausforderung mit sich: Motivationsprobleme am frühen/mittleren/späten Morgen/Mittag/Abend, nervenaufreibende und zeitintensive Fehlersuchen beim Coden in R oder mal wieder ein bisschen mehr „Outside-the-box“-Denken. Manchmal hilft hier: Einatmen, Ausatmen und das passende Meme. Na, wer findet sich auch in einem der folgenden wieder?



*Madita Best kam 2009 ans IJK und machte 2013 ihren Bachelorabschluss. Anschließend zog es sie für ihr Masterstudium an die Sciences Po nach Paris, bevor sie ins Start-up-Business einstieg: 2016 als Gründerin des Social Start-ups „Daheim“ und 2018 in derselben Funktion bei „Theyo“, einen jungen Unternehmen, das sich fairer Schokolade verschrieben hat. Ihr Kollege dort übrigens: IJK-Alumnus Moritz kleine Bornhorst!*

**Ihr seid mit eurem Start-up Theyo ziemlich erfolgreich. Worum genau geht es da und was ist deine Aufgabe?**

Unsere Mission bei Theyo ist es, die Schokoladenwelt Stück für Stück fairer, nachhaltiger und leckerer zu machen. Dies erreichen wir durch jede Menge Aufklärung mithilfe von Schoko-Tastings als Team- und Firmenevents. Zertifizierte Schoko-Taster\*innen (yep, it's a thing) klären zu den Themen achtsamer Genuss und sozial-ökologische Schokoladenherstellung auf. Durch unseren Fokus auf Geschäftskund\*innen haben wir schon etwa 10.000 Menschen im Rahmen von über 1.500 Tastings national und international erreicht. Mit Eigenprodukten als Mitarbeiter\*innen-, Kund\*innen-Geschenken und Give-Aways versuchen wir außerdem auch, Business-Geschenke fairer und nachhaltiger zu machen und den derzeit verbreiteten „Greenwashing-Schokoladen“ mit besseren Produkten entgegenzutreten. Bei Theyo teilen mein Mitgründer Moritz kleine Bornhorst und ich uns die Geschäftsführung. Mein Fokus liegt darüber hinaus auf B2B- und Online-Marketing.

## Was macht eigentlich ...?

...Madita Best

ger zu machen und den derzeit verbreiteten „Greenwashing-Schokoladen“ mit besseren Produkten entgegenzutreten. Bei Theyo teilen mein Mitgründer Moritz kleine Bornhorst und ich uns die Geschäftsführung. Mein Fokus liegt darüber hinaus auf B2B- und Online-Marketing.

**Was hast du aus dem IJK für deinen Karriereweg mitgenommen und welche Fähigkeiten sowie Kenntnisse helfen dir in deinem Beruf?**

Ich habe gelernt, genau und schnell zu recherchieren und effizient im Team zu arbeiten. Außerdem mochte ich die geschäftige Stimmung und den Spaß, viele Projekte innerhalb und außerhalb der Uni umzusetzen. Auch wenn ich es vielleicht etwas übertrieben habe, war es superhilfreich, dass der Lehrplan viel Zeit für Praktika ließ und wir hierzu auch ermutigt wurden. Die Einblicke in die Praxis haben Studieninhalte für mich oft interessanter und relevanter gemacht.

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

Viel ausprobieren, nicht zu schnell studieren – arbeiten müssen wir noch lang genug. Wenn möglich, Praktika und Master im Ausland machen (dafür gibt es auch super DAAD-Stipendien u. ä.), um neue Perspektiven und andere Forschungsansätze kennenzulernen.

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

„My Heart Will Go On“ – das Lied „musste“ ich bei der Ersti-Fahrt auf einer Blockflöte performen. Da hat sich der jahrelange Unterricht endlich mal ausgezahlt!

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

Lebensmittelchemie – weil es mich einerseits sehr interessiert und andererseits für Theyo sehr nützlich wäre.

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

Richtig gut gemachte zielgruppenspezifische Newsletter.

**Und worauf könntest du getrost verzichten?**

Immer gleicher, algorithmus-optimierter Social Media Content.

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

Eigentlich würde ich meinen Job nur ungern tauschen. Für einen Monat wäre es aber spannend, meinen Job mit dem Kakaobauer Don Fébres in Ecuador zu tauschen. Auf seiner Permakultur-Farm Piedra de Plata stehen 130 Jahre alte Kakaobäume, die laut Forschenden genetisch mit den ersten Kakaobäumen der Welt verwandt sind. Ich bezweifle allerdings, dass er mit dem Tausch einverstanden wäre.

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

- Nach Ostafrika zu den spannendsten Kakao-farmer\*innen und Produzent\*innen reisen
- Jedes Schokoladeneis in Berlin probiert haben
- Im L'Arpège in Paris ein vegetarisches Drei-Sterne-Menü essen

Veranstaltungen

Rückblick auf das Forum 2022

Nach einem Jahr Covid-Pause, einem digitalen Forum und neun Monaten aufreibender Planung durften wir im vergangenen Jahr endlich wieder die Absolvent\*innen des IJK live und in Farbe ehren! Unter dem Motto „Prom Night“ kamen die Neu-Alumni der Studiengänge Bachelor Medienmanagement, Master Kommunikations- und Medienforschung sowie Master Medien und Musik beim IJK Forum zusammen. Gemeinsam mit aktuellen Studierenden, Dozierenden, Mitarbeitenden, aber natürlich auch weiteren Alumni und sonstigen Freund\*innen des Instituts fand am 9. Juli 2022 die feierliche Ehrung in den Räumlichkeiten des Haupthauses der HMTMH statt. Nach einem Sektempfang im Foyer wurden den Absolvent\*innen im

Richard-Jakoby-Saal unter musikalischer Begleitung durch die Band Ottolien sowie der Sängerin Nina Freckles ihre Abschlusszeugnisse überreicht. Auch die Verleihung einer Ehrenprofessur an Christian Krebs galt es zu feiern.

Am Abend fanden sich alle im Lindener Club „Béi Chéz Heinz“ ein und feierten zusammen in lockerer Atmosphäre zur Musik von DJ Daniel Benje – ebenfalls ein IJK-Alumnus. An dieser Stelle möchten wir noch einmal allen Beteiligten unseren Dank aussprechen – ohne Sie und Euch wäre dieser Tag nicht so schön geworden, wie er war!

Ausblick auf die kommenden IJK-Events 2023

„Die Vorfreude auf das Gute ist ein Teil des Genusses“

Auch 2023 sollen unsere Bachelor- und Masterabsolvent\*innen gebührend gefeiert werden. Hierzu lädt das IJK alle Studierenden, Alumni, Freund\*innen und Familienmitglieder sowie Dozierende und Mitarbeitende ganz herzlich zum Forum am 11. November 2023 ein. Die Feier soll erneut im ursprünglichen Ball- und Gala-Stil im Haupthaus der HMTMH stattfinden. Die Planungen laufen auf Hochtouren. Falls Ihr/Sie einen Beitrag zu der Veranstaltung beisteuern möchtet/möchten, dann meldet Euch/melden Sie sich gerne per E-Mail bei Greta Kortenacker (kortenackerg@stud.hmtm-hannover.de) und/oder Anja Dittrich (anja.dittrich@ijk.hmtm-hannover.de). Wir freuen uns auf ein feierliches IJK Forum 2023!

Weil wir nicht mehr so lange warten können ...

... sehen wir uns schon im Sommer! Alle ehemaligen und aktuellen IJKler\*innen sind herzlich zum IJK-Sommerfest 2023 eingeladen. Beim Treffen am 24. Juni 2023 in der Agentur für Kommunikation Dievision am Robert-Koch-Platz 10 in Hannover erwarten Sie/ erwartet euch ein vielfältiges Programm aus Sport, Kultur und Musik. Für alle, die sich gefragt haben, was ihre Kommiliton\*innen heute machen, soll das Sommerfest zudem ein informatives Get-together bieten. Auch für das leibliche Wohl wird mit Foodtrucks auf dem Gelände und einer Bar im Keller des Gebäudes gesorgt. Am Abend lassen wir das Sommerfest begleitet durch einen DJ im Partykeller von Dievision ausklingen. Nähere Informationen folgen in Kürze auf den IJK-Social-Media-Kanälen. Wir freuen uns auf Sie und euch!



„Prom Night“: Das IJK-Forum 2022 (Foto: Johannes Düselder)

Abschlussarbeiten

Bachelor Medienmanagement

ABRAMOWSKI, MIRJAM

„Isst du das noch?“ Frames des Karnismus und Veganismus in Online-Magazinen

ADAM, RABEA

Zwischen Aluhut, Populismus und der Presse – Eine inhaltsanalytische Untersuchung deutscher Massenmedien zur Berichterstattung über Verschwörungstheorien in den letzten zwanzig Jahren

BEINKER, CHRISTOPH

TikTok im Zeitalter der digitalen Musik – Eine qualitative Untersuchung zur Nutzung der Videoplattform TikTok im Kontext des digitalen Musikkonsums

BUDDE, SIRA

Der Einfluss der Covid-19-Pandemie auf die Kundenbindungsstrategie von Unternehmen, die ein Abonnement oder eine Dauerkarte anbieten, in Deutschland – Eine qualitative Untersuchung zu den Strategieentwicklungen und den Auswirkungen auf Unternehmen während der Covid-19-Pandemie

DÜSELDER, JOHANNES

„Gib Gates keine Chance“ – eine quantitative Untersuchung des Ausmaßes und der Erscheinungsformen von Verschwörungstheorien im Rahmen der Corona-Pandemie zur Entwicklung der Corona Conspiracy Exposure Theory (CCET)

DUSCHA, NATHALIE

Teamwork makes the dream work? – Eine qualitative Untersuchung der optimalen Gestaltung von Coworking Spaces anhand aktueller Trends und Entwicklungen in der Arbeitswelt

EIDEN, JAN

Wer ist verantwortlich? – Eine inhaltsanalytische Untersuchung zur

Verantwortungsattribution von Obdachlosigkeit in deutschen Tageszeitungen

ELSLER, NINA

It's a man's world – Eine inhaltsanalytische Untersuchung zur Berichterstattung von Frauen- und Männer-Fußball

FRESE, MAGNUS

Die WM 2022 – Eine Image-Kata(r)strophe? Eine inhaltsanalytische Untersuchung des Medienimages von Katar im Vorlauf der FIFA Weltmeisterschaft 2022

GAWLIK, AURELIA

Mind full vs. Mindful – Eine quantitative Studie zum Einfluss des individuellen Stressempfindens auf die Bereitschaft Achtsamkeits-Apps zu nutzen

HACIAHMETOGLU, YARENA

Im Abseits der Gefühle – Eine quantitative Inhaltsanalyse zum Vergleich der deutschen und türkischen Sportberichterstattung über nicht sportliche Themen zu deutsch-türkischen Fußballspielern hinsichtlich ihrer Nennung und Emotionalisierung

HINRICHSSEN, JULIAN

Kann Unterhaltungserleben in politischen Talkshows zur politischen Informiertheit der Rezipient\*innen über den Ukraine-Krieg beitragen? Eine empirische Untersuchung zum Einfluss der Rezeption politischer Talkshows auf die politische Informiertheit durch die Mediatorvariable Unterhaltung am Beispiel des Ukraine-Kriegs

HUTECKER, PAULA

Stärken stärken oder Schwächen schwächen? – Eine empirische Untersuchung des Einflusses von Inhalts- und Goal-Frames auf die Einstellung und Verhaltensintention

am Beispiel der psychischen Prävention

INNERHOFER, LAURENZ

„False Balance vs. offener Diskurs?“ – Eine experimentelle Untersuchung zur Wirkung der Gegenüberstellung von evidenten und nicht evidenten Positionen im Wissenschaftsjournalismus auf die Urteilsbildung

KORTENACKER, GRETA

Alternative Schlafmittel? – Eine qualitative Untersuchung der auditiven Mediennutzung vor dem Einschlafen

KÜHN, MARLON

Kopfkinos an! – Eine experimentelle Untersuchung zum Einfluss der situationalen, intrinsischen Motivation und der Präsentationsform eines Narrativs auf das erlebte Imagery

LEHMANN, NINA

„WENN DU ANDERS BIST, DANN BIST DU RAUS“ – Die Spotifyisierung der Musikindustrie – Eine qualitative Untersuchung der beruflichen, musikalischen und persönlichen Effekte der Nutzung von Spotify zur Verteilung und Organisation der Wahrnehmung von Musik, auf die Musikschaffenden und Akteur\*innen der Musikindustrie

LOHE, FRANCA

Greenwashing – attraktive Marketingstrategie oder reine Verbraucher\*innenmanipulation? Eine experimentelle Untersuchung über den Einfluss von Greenwashing auf Verbraucher\*innen

MAHLMANN, JONAS

Zwischen Reichweiten und Rechtspopulismus – Eine quantitative Inhaltsanalyse zur Nennung der Täter\*innenherkunft in der Kriminalberichterstattung der größten deutschsprachigen Boulevard-Medien auf Instagram

## Abschlussarbeiten

**MARTIN, ALINA**

Die Bedeutung des sozialen Vergleichs für das subjektive Wohlbefinden nach der Social-Media-Nutzung unter besonderer Berücksichtigung dispositioneller Schutzfaktoren die im Home Office beschäftigt sind

**MEISEL, JORDAN**

We love to see it – Der Einfluss von parasozialer Beziehung auf die Wirkung von Influencer\*innen-Werbung: Eine quantitative Untersuchung der Einflüsse von parasozialer Beziehung und Glaubwürdigkeit auf Werbewirkungsfaktoren von Influencer\*innen-Werbung auf Instagram

**MÜLLER, FLORIAN**

The Spiral of Comments? – Eine experimentelle Untersuchung der Wirkung von Instagram-Kommentaren auf die Meinungsbilanzierung und Bekenntnisbereitschaft auf Instagram

**PARDEY, ROBIN**

Einfluss von Stress und Medien-Coping auf das Wohlbefinden in Zeiten der Corona-Pandemie

**REICHERT, CAROLIN**

Riots not Diets – Eine experimentelle Studie zur Wirkung von Body Positivity-Beiträgen von Influencerinnen auf Instagram auf das positive Körperbild von Frauen

**SCHÄFER, MORITZ**

Welchen Einfluss haben kognitive Effekte und Stress durch Musik in Videospiele auf die Performance der Spieler:innen?

**SCHNEEWEISS, YANNIK**

Es ist nicht alles grün, was glänzt – Eine experimentelle Untersuchung zur Glaubwürdigkeit grüner Werbebotschaften

**SCHRADER, LENA**

Mehr als nur Trash – Eine empirische Untersuchung der genrespezifischen Nutzung von Reality-Dating-Shows

**SCHUSTER, JONATHAN**

Machine Learning in der Kommunikationswissenschaft am Beispiel der Vorhersage von Songpräferenzen durch Spotifydaten

**SPANIER, TOBIAS**

The war for TalentZ – Eine empirische Untersuchung der Arbeitgeber\*innenattraktivität von Start-ups sowie Konzernen aus Sicht der Generation Z

**SPYRA, ALINA**

Doch nicht so divers? – Eine quantitative Inhaltsanalyse zur medialen Darstellung der Biodiversität in der Berichterstattung vor dem Hintergrund des Biodiversitätsberichts des IPBES 2019

**STEINFURTH, RUDOLPH-OLIVER**

Do money and (virtual) friends mix after all? – Zur ökonomischen Dimension von parasozialen Beziehungen am Beispiel von Zuschauern und Streamern auf Twitch.tv

**TIMMIG, JUSTIN**

Don't believe the hype? – Eine experimentelle Studie zur Werbewirkung unterschiedlich platzierter Werbepräsenz in eSport-Übertragungen

**VYATKIN, BORIS**

Select Difficulty: Eine experimentelle Untersuchung der Wirkung des Schwierigkeitsgrades und der Spielzeit auf das Unterhaltungserleben von Videospielern

**WEBER, LINA**

Jeder Eindruck zählt? Wie musikbezogene Inhalte als Geschmacksaussage für Online-Impression Management in der Instagram-Story genutzt werden – Eine quantitative Untersuchung des musikvermittelten Impression Managements mittels Taste Performance auf Social Networking Sites am Beispiel Instagram

**WEIGOLD, SIMON**

Big science is watching you – Eine Aufarbeitung ethischer Faktoren bei einer Forschung mit Internetdaten und computerbasierten Methoden in der deutschen Kommunikations- und Medienwissenschaft

**YEO, MINH A**

Antihelden wie Loki mögen oder sogar bewundern? – Eine empirische Untersuchung von Admiration innerhalb der Affective Disposition Theory

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

**HAMMER, DESIREEE**

Emotionen bewegen: Der Einfluss von Wut und Angst auf die Intention zur politischen Online- und Offlinepartizipation durch Social Media Nachrichtenbeiträge

**LE, KHAN-BINH**

Spannungsfeld PR und Marketing in Unternehmen: eine theoretische Analyse

**LESSING, FILIPA LUISE**

Konstruktiver Journalismus und seine Wirkung auf Determinanten der Nachrichtendistanzierung – Eine experimentelle Untersuchung der Wirkung von konstruktivem Journalismus auf die Rezipient:innen unter Berücksichtigung medienvermittelnder Effekte von Emotionen

**PROHL, JANNIKA**

„Believe me, I am against the Mainstream!“ – Eine experimentelle Untersuchung des Zusammenhangs zwischen wahrgenommener Glaubwürdigkeit, Stellung im Diskurs und Verschwörungsmentalität sowie pseudo-wissenschaftlichen Überzeugungen

**RIEDEL, LAURA**

„Muss man gelesen haben!“ – Eine quantitative Inhaltsanalyse zum Einfluss textbezogener Wirkungselemente in Laienrezensionen auf Nützlichkeits- und Meinungsäußerungen in der Bookstagram-Community

## Master Medien und Musik

**BETTAG, LENA**

„The Show Must Go On(line)“ – Eine qualitative Untersuchung der Kennzeichen virtueller Live-Musikfestivals als neue Form der Veranstaltungskultur im Rahmen des Liveness-Konzepts

**BUSSE, MIRIAM**

Live is live? – Eine qualitative Untersuchung über Liveness beim Streaming von Popkonzerten aus der Musiker:innenperspektive

**HOLSTE, KATHARINA**

Welche Herausforderungen ergeben sich für das Künstler\*innenmanagement bei der Zusammenarbeit mit psychisch erkrankten Celebrity Musicians?

**KOPSICKER, KEVIN**

User\*in, User:in, User.in? Untersuchung und Vergleich der nutzerseitigen Bewertung von Genderzeichen in Software

**OECHSLE, CHRISTIAN**

Geschlechtergerechtigkeit durch Vernetzung? – Eine qualitative Untersuchung zu Chancen und Potenzialen von Frauen- und FLINTA-Musiknetzwerken für Musikbranchenakteur\*innen und feministische Bestrebungen

## Promotionen

**CAUERS, CHRISTIAN**

Mitarbeiterzeitschriften und das interne Web 2.0 – Eine empirische Vergleichsstudie zu gedruckten Mitarbeiterpublikationen in Deutschland der Jahre 2003 und 2015 in Anbetracht zunehmender digitaler Angebote in der internen Unternehmenskommunikation

**PAULUS, ALJOSCHA**

Organisierte Interessen in der Kultur- und Medienarbeit – Eine Übersicht

**RICHTER, KARSTEN**

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

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

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



## **MEDIEN ERLEBEN. ZUKUNFT BEWEGEN.**

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

### **STARTE DEINE KARRIERE IN DEN MEDIEN BEI UNS:**

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

**MEHR INFOS GIBT'S AUF UNSERER WEBSITE**

[www.madsack-medien-campus.de](http://www.madsack-medien-campus.de)

