

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 32
06.2025



**40 Jahre IJK –
the past, the present, the future**

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

Verantwortlich und Redaktion:
Katarina Heitz, Katharina Knop-Hülß,
Daniel Possler & Charlotte Schrimppf
Gestaltung: Dievision GmbH, Hannover
Druck: Umweltdruckhaus Hannover mit freundlicher
Unterstützung der Mediengruppe Madsack

IJK-PLAZA

Liebe Freund*innen und Angehörige des IJK,

richtig „jung“ kann man das Institut mit 40 Jahren wohl nicht mehr nennen. Aber ich darf stellvertretend für die aktuellen Mitarbeitenden und Studierenden berichten, dass das IJK so lebendig, agil und ideenreich ist wie in seinen ganz jungen Jahren. Die neue Ausgabe der „Plaza“ bietet Euch zahlreiche Einblicke, die von eben dieser Vitalität zeugen. Auch in 2024/2025 haben wir fleißig und erfolgreich Wissenschaft betrieben, Studierende in Kontakt mit Medien- und Musikbranchen gebracht – und umgekehrt, uns in innovativen Formaten der Wissenschaftskommunikation engagiert und natürlich jede Menge Ausbildungserfolge erzielt. Wir haben verdiente Mitarbeitende verabschiedet (Goodbye, lieber Julian Kreissl und liebe Miriam Jaspersen!) und neue Kolleg*innen an Bord geholt (Welcome, Inga Korte, Ann-Kristin Herget, Miguel Machulla und Pablo Jost!).

Das Jubiläum, das wir bei unserem Sommerfest am 28. Juni feiern, gibt uns Anlass zur Selbstreflexion entlang der Zeitachse – welche Zukunftsperspektiven können wir aus unserer Vergangenheit und unserer Gegenwart entwickeln, die das Ausbildungskonzept des Hauses und seinen besonderen menschlichen Faktor sinnvoll erhalten und zeitgemäß neu ausbuchstabieren? Dazu finden sich in dieser „Plaza“ wertvolle Beiträge: Mit Beate Schneider, Wiebke Möhring und Daniela Schlütz blicken wir auf die Anfänge. Eine bebilderte Chronik zeigt, wie das Institut im Heute angekommen ist. Und zahlreiche Ehemalige haben uns geschrieben, was sie für die Zukunft für wichtig halten.

Dass wir von einer hervorragenden Startposition aus in diese Zukunft aufbrechen, verdanken wir vielen klugen und hilfsbereiten Menschen. Sehr viel Engagement findet statt zum Wohle der Studierenden und der Institutsgemeinschaft. Viele von Euch teilen etwa ihre Erfahrungen bei Vorträgen und Exkursionen, wirken beim KKeV mit, bieten Rat, Tat und



Praktikumsplätze. Aktuelle Studierende pflegen den Spirit, zum Beispiel in der Fachschaft oder den Arbeitsgemeinschaften von „AC Plaza“ bis „Theater“. Unsere Mitarbeiter*innen im akademischen Mittelbau und im Verwaltungsteam halten die Gemeinde zusammen, leisten Großes in der Begleitung der Studierenden und darüber hinaus. Auch wir Professor*innen sind stolz, einen kleinen Beitrag zum großen, nicht mehr ganz jungen Institutsglück zu leisten. Allen für das IJK Engagierten sage ich von Herzen „Danke!“, wünsche Euch eine interessante Lektüre und freue mich auf das nächste Kapitel der IJK-Story. Mit Euch!

Ihr und Euer

Christoph Klimmt

Inhaltsverzeichnis

Rund ums IJK	4 – 6
Aktuelles	7
Promotionen	8 – 9
Festivals & Forschung	10
Jubiläum I: The Past	11 – 13
Jubiläum II: Past 'til Present	14 – 15
Jubiläum III: The Future	16 – 18
Rund ums IJK	19
Treffpunkt IJK	20
Abschlussarbeiten	21 – 23

KKeV

Die Kommunikationsverstärker

Seit 1994 unterstützt der Kommunikationskultur e.V. (KKeV) als gemeinnütziger Förderverein die Wissenschaft, Forschung und Bildung am IJK in Hannover. Generell 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 oder dass Forschungsseminare einen besseren Zugang zu Datenquellen und Equipment erhalten. Die Förderung durch den KKeV stellt so eine wichtige Ergänzung zu den Studienqualitätsmitteln dar. Ohne diese Zuschüsse könnten viele Kurse in ihrer aktuellen Qualität und ihrem wissenschaftlichen Umfang nicht stattfinden. Ebenfalls die Ausrichtung von und die Teilnahme an wissenschaftlichen 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 Absolvent*innenfeier beim Forum des IJK haben ebenso ihren festen Platz im Förderspektrum. Daneben hat es sich der KKeV zur Aufgabe gemacht, verschiedene Veranstaltungen des Instituts zu planen und zu realisieren. Das Sommerevent 2024, welches der KKeV in Zusammenarbeit mit der Fachschaft organisiert hat, bot mit der Aufführung der Theater-AG und einem Table-Quiz-Abend eine tolle Möglichkeit zum Austausch zwischen Studierenden, Mitarbeitenden, Alumni und Alumnae. Erfreulich war auch die zahlreiche Teilnahme am Running Dinner, welches die Vorweihnachtszeit am IJK einläutete. Für das Jahr 2025 steht unter anderem das 40-jährige IJK-Jubiläum auf dem Programm, welches am 28. Juni 2025 an der Expo Plaza gefeiert wird. Künftig möchte der KKeV vor allem das Alumni-Netzwerk weiter ausbauen und Begegnung und Austausch auch nach Ende des Studiums fördern.



Der KKeV unterstützte im vergangenen Jahr auch diverse sportliche, kulinarische und festliche Veranstaltungen am IJK

In diesem Jahr gab es einige personelle Veränderungen: Aisha Gaisreiter und Julius Meyer-Rohen schieden nach zwei Jahren turnusgemäß aus dem Vorstand aus, an ihre Stelle treten Luzie Koch und Sönke Tannen. Zusätzlich wurde auf der Mitgliederversammlung 2024 ein neues Kuratorium mit Mitgliedern aus der Region gewählt.

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 jede*n so angenehm wie möglich zu gestalten. Wir bedanken uns an dieser Stelle darum bei all unseren Mitgliedern, die den Verein zu dem machen, was er ist!

Herzliche Grüße vom aktuellen KKeV-Team
Karen, Luzie, Sönke und Nico

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

Zum Mitgliedsantrag des KKeV
kkev.org/mitglied-werden

Facebook:	www.facebook.com/kkev.org
Facebook-Gruppe:	„IJK Studierende & Alumni“
LinkedIn:	www.linkedin.com/company/kkev/
Webseite:	www.kkev.org

Hello & Goodbye

Willkommen! Neues Jahr, neue Gesichter! Mit Inga Korte gab es Zuwachs im Team des Hanover Center for Health Communication [HC]² – und im Research Hub der HMTMH verstärken Ann-Kristin Herget und Miguel Machulla das Team am Standort Expo Plaza:

Dr. Inga Korte machte ihren Bachelor- und Masterabschluss in Psychologie an der FernUniversität in Hagen und arbeitete anschließend zunächst in verschiedenen Bereichen der psychologischen Diagnostik. Ihre Promotion zu Erwartungsenttäuschung in parasozialen Beziehungen schloss sie 2025 erfolgreich am IJK ab. Am [HC]² unterstützt sie seit Dezember 2024 die Überarbeitung und Aktualisierung von verschiedenen Veröffentlichungen und begleitet die Konzeptionierung von Lehrveranstaltungen.

Dr. Ann-Kristin Herget studierte Publizistik und Musikwissenschaft an der Universität Mainz. Nach einer Promotion in Medienkommunikation über Einsatz und Wirkung von Hintergrundmusik in verschiedenen audiovisuellen Medienformaten an der Universität Würzburg bei Prof. Dr. Holger Schramm arbeitete sie als Postdoc in Musikwissenschaft an der TU Dortmund, unterbrochen durch eine Vertretungsprofessur für systematische Musikwissenschaft an der Folkwang Universität der Künste, Essen. Seit Dezember 2024 ist sie Forschungs Koordinatorin des neu aufzubauenden Research Hubs der HMTMH. Am liebsten forscht sie zu Musik und Medien, Musik und Gender sowie Ecomusicology.

Miguel Machulla (M.Ed.) studierte die Fächer Biologie und Musik an der Ruhr-Universität Bochum und der Technischen Universität Dortmund. Parallel zum Studium arbeitete er u. a. als wissenschaftliche Hilfskraft an den Lehrstühlen für Systematische Musikwissenschaft des Instituts für Musik und Musikwissenschaft der TU Dortmund und des Musikwissenschaftlichen Instituts der Universität zu Köln. Nach seiner Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter im BMBF-Projekt Degree 5.0 ist er nun wissenschaftlicher Mitarbeiter des IJK und des Research Hubs der HMTMH im Projekt „Die Rolle von Musik in gesellschaftlichen Intergruppenkonflikten“.

Als Gastprofessor begrüßten wir im Wintersemester 2024/2025 und Sommersemester 2025 zudem **Dr. Pablo Jost** vom Institut für Publizistik der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz. Er promovierte 2022 zu „Popularitätsindikatoren in der politischen Kommunikationsforschung“ und vertrat nach seinem Aufenthalt als Research Fellow am Weizenbaum Institut 2023 bis 2024 die Professur für Empirische Kommunikationswissenschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Seine Forschungsinteressen umfassen die mediale Darstellung gesellschaftlicher Kontroversen, die Kommunikation von politischen Akteurinnen und Akteuren sowie deren Strategien zur Anpassung an die Digitalisierung.



Dr. Inga Korte



Dr. Ann-Kristin Herget



Miguel Machulla (M.Ed.)



Dr. Pablo Jost



Lisa Felgendreiff (M.Sc.)



Dr. Katharina Knop-Hülß



Sara-Marie Junge (MPH)



Paula Memenga (M.A.)



Dr. Jule Scheper

Willkommen zurück!

Wir freuen uns ebenfalls über einige Rückkehrerinnen aus der Elternzeit. Schön, dass ihr wieder da seid, Lisa Felgendreiff, Katharina Knop-Hülß, Sara Junge, Paula Memenga und Jule Scheper!

Adieu!

Leider mussten wir auch zweimal Adieu sagen – zu den beiden lang-jährigen IJK-Mitarbeiter*innen Julian Kreissl und Miriam Jaspersen:



Dr. Miriam Jaspersen



Julian Kreissl (M.A.)

Julian Kreissl hat das Institut zum Wintersemester 2024/25 verlassen, um sich voll und ganz auf seine Selbstständigkeit zu konzentrieren. Er war über zwölf Jahre ein fester Bestandteil der Institutsgemeinschaft: Nach seinem Medienmanagement-Studium am IJK von 2012 bis 2018 war er seit dem Sommersemester 2018 als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut tätig.

Dr. Miriam Jaspersens langjährige IJK-Laufbahn endete im März 2025. Nach ihrem Medienmanagementstudium kehrte sie 2001/2002 zunächst als Lehrbeauftragte und ab 2018 als wissenschaftliche Mitarbeiterin zurück. Krönender Abschluss war im Oktober 2024 ihre Promotion zur Rolle der Familienkommunikation im Konstrukt der familiären Resilienz, in der sie ein kommunikations- und copingzentriertes Modell familiärer Resilienz entwickelt und im Kontext der COVID-19-Pandemie empirisch geprüft hat.

Rund ums IJK

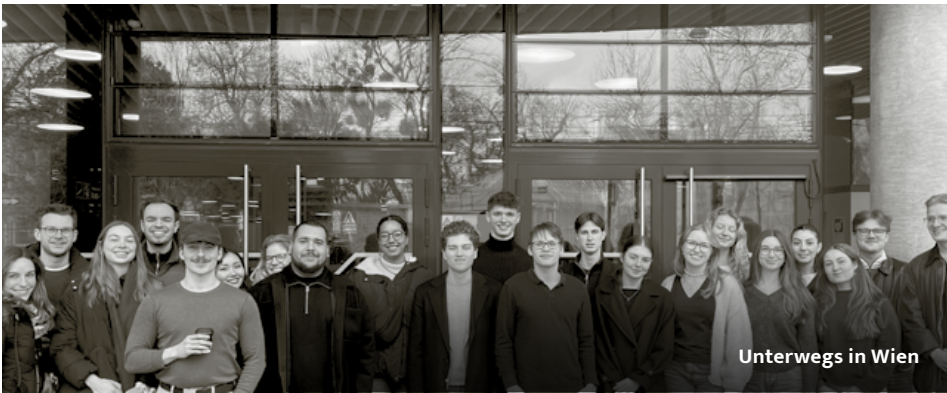
Zwei Wissenschaftsräume mit IJK-Beteiligung

Das IJK ist an zwei Projekten im Förderprogramm „Wissenschaftsräume“ des Landes Niedersachsen und der VolkswagenStiftung beteiligt: Das Projekt „App-basierte primäre und sekundäre Schmerzprävention bei Musizierenden: Entwicklung und Implementierung eines transdisziplinären Innovationsforschungskonzepts digitalunterstützter Gesundheitsförderung (ALLEVIATE)“ zielt auf die Behandlung und Prävention chronischer Schmerzen mit innovativen digitalen Technologien und unter aktiver Beteiligung der Teilnehmenden. Hierfür bündeln zwei Einrichtungen der HMTMH ihre Kompetenzen: das Institut für Musikphysiologie und Musiker-Medizin unter der Leitung von Prof. Dr. André Lee und das Hanover Center for Health Communication [HC]² am IJK unter der Leitung von Prof. Dr. Eva Baumann.

Im Projekt „Kunst und Gesellschaft: Transfer als Praxis- und Wissensform“ unter der Federführung der HBK Braunschweig werden künftig gesellschaftliche Transferprozesse erforscht, die von den beiden niedersächsischen Kunsthochschulen und ihren Absolvent*innen ausgehen und sich in vielfältigen Tätigkeitsprofilen und Gestaltungsformen sowie in unterschiedlichsten institutionellen Kontexten finden lassen. Seitens der HMTMH sind in diesem Projekt der Studienbereich Schauspiel (Prof. i. R. Regina Guhl) und das IJK (Jun.-Prof. Dr. Christine Meltzer) involviert.

Potenziale strategisch entfalten – auch am IJK!

Die Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover (HMTMH) erhält insgesamt 11,75 Mio. Euro aus der Förderinitiative „Potenziale strategisch entfalten“, die das Niedersächsische Ministerium für Wissenschaft und Kultur (MWK) und die VolkswagenStiftung gestartet haben.



Ein Teil des Geldes kommt auch Projekten am IJK zugute. Unter dem Titel „Die ‚wohltemperierte‘ Hochschule für Musik, Theater und Medien: Exzellenz in Kunst, Ausbildung und Wissenschaft über 2030 hinaus“ hat die Hochschule sieben Handlungsfelder mit besonderer Hebelwirkung entwickelt, die sie fit machen sollen für ein sich immer dynamischer entwickelndes Umfeld.

IJK unterwegs

Auch im vergangenen Jahr waren Mitarbeiter*innen des IJK mit Vorträgen auf zahlreichen Konferenzen im In- und Ausland vertreten, darunter bei Jahres- und Fachgruppentagungen der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationsforschung (DGPUK) in Erfurt, Luzern, Bamberg, Innsbruck und Berlin, auf der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Psychologie in Wien, auf der Regional-Konferenz „Food and Communication“ der International Communication Association (ICA) in Dijon sowie auf der 10. Konferenz der European Communication Research and Education Association (ecea) in Ljubljana.

IJK Career Expo

Im November fand die IJK Career Expo 2024 statt. Dank der großartigen Unterstützung der engagierten Unternehmen und motivierten Studierenden wurde die Expo auch in diesem

Jahr wieder zu einer einzigartigen Plattform für Networking in der Kommunikations-, Medien- und Musikbranche.

Exkursion zur GamesCom 2024 nach Köln

Im August 2024 besuchten Studierende des IJK im Rahmen der Veranstaltung „Strategische Herausforderungen der Games-Ökonomie: Die Videospielbranche im Wandel“ von Prof. Dr. Christoph Klimmt und Julian Kreissl die GamesCom 2024 in Köln. Dabei erhielten die Studierenden nicht nur spannende Einblicke in die Games-Branche, sondern konnten sich auch mit aktuellen Entwicklungen auseinandersetzen.

Exkursionen nach Berlin und Wien

Im Frühjahr 2025 führten zwei Exkursionen im Rahmen der Veranstaltung „Herausforderungen und Erfolgsstrategien in Medien-, Digital- und Musikunternehmen“ Studierende u. a. unter der Leitung von Prof. Dr. Christoph Klimmt nach Berlin, wo sie in diversen Medien- und Kreativunternehmen zu Gast waren (mehr dazu auf S. 19). Außerdem ging es nach Wien, wo u.a. Friedrich Stadler am Institut „Wiener Kreis“ eine Einführung in die Wissenschaftsphilosophie dieses Zirkels gegeben hat.

Aktuelles

„Klingt nachhaltig?!“ – Gesprächskonzert im Rahmen der Aktion „Nachhaltigkeit im November“

Anfang November gab es eine mehrfache Premiere: Einerseits nahm die HMTMH erstmals an der Aktion „Nachhaltigkeit im November“ teil, bei der das Thema Nachhaltigkeit einen Monat lang in verschiedenen Veranstaltungen von Stadt, Region Hannover und allen Hochschulen Hannovers in den Mittelpunkt rückte. Im Zuge dessen organisierten Mitglieder des HMTMH-Arbeitskreises Nachhaltigkeit, darunter Dr. Anna Freytag, Dr. Dorothee Hefner und Charlotte Schrimppff vom IJK, Prof. Alexander Schimpf aus der Abteilung Klavier und Karsten Barthold vom Institut für neue Musik Incontri, erstmals einen gemeinsamen Konzertabend, bei dem gleich zwei Uraufführungen von Studierenden des Incontri zu hören waren. Unter dem Titel „Klingt nachhaltig?!“ bot der Abend ein abwechslungsreiches Programm, bei dem die beiden Stücke mit Interviews sowie einer Schlagzeugimprovisation auf Elektroschrott eines Jungstudenten des Instituts für musikalische Frühförderung IFF Hannovers ergänzt wurden.



Kommunikation über Alkohol und Sucht: Vortrag im Rahmen von Herrenhausen Late

Am 22.10.2024 waren die [HC]²-Leiterin Prof. Dr. Eva Baumann und [HC]²-Mitarbeiterin Dr. Anna Freytag als Expertinnen mit einem Vortrag



bei der Herrenhausen Late-Reihe der VolkswagenStiftung zu Gast. Gemeinsam widmeten sie sich einem Thema, das uns alle betrifft: „Was Kommunikation über Alkohol und Sucht ausmacht“. Eva Baumann und Anna Freytag beleuchteten in ihrem Vortrag unter anderem, wie Alkohol medial dargestellt wird und wie die Medien unser Bild von Konsum und Abhängigkeit prägen. Den Vortrag gibt's auch auf YouTube: www.youtube.com/watch?v=GbgP5-Ey4Aw

Die positiven Seiten des Gamings: Daniel Possler zu Gast bei der KinderUniHannover

Warum spielen Kinder eigentlich so gerne Videospiele? Und welche positiven Effekte und guten Seiten kann das Zocken haben? Diese Fragen waren Gegenstand der Vorlesung von Dr. Daniel Possler im Rahmen der KinderUniHannover am 18. Februar 2025. Die Veranstaltung speziell für Kinder im Alter von acht bis zwölf Jahren war ein voller Erfolg, und die jungen Besucher*innen waren hochinteressiert zu erfahren, warum uns Videospiele eigentlich so viel Spaß machen, wie Gaming wissenschaftlich erforscht wird und worauf sie beim Spielen achten sollten.



Promotionen

Geballte Promotions-Power: Das vergangene Jahr bescherte dem IJK fünf neue Doktorinnen! Wir gratulieren Sophie Bruns, Miriam Jaspersen, Inga Korte, Magdalena Rosset und Katharina Emde-Lachmund herzlich zu ihren starken Leistungen und spannenden Promotionsprojekten!



Dr. Sophie Bruns

Sophie Bruns

„Begriffe wie „Lügenpresse“ und „Fake News“ tauchen in Deutschland seit vielen Jahren immer wieder in öffentlichen Debatten zu ganz unterschiedlichen Themen auf. Dabei fällt auf, dass den Medien häufig von allen Seiten eine unfaire Berichterstattung vorgeworfen wird. Das Hostile Media Phänomen beschreibt die feindlich-verzerrte Wahrnehmung der Nachrichtenberichterstattung durch Personengruppen mit unterschiedlichen Positionen zu einem Thema und bietet eine theoretische Erklärungsgrundlage für die Entstehung der genannten Vorwürfe. In ihrer Dissertation widmete sich Sophie Bruns einer sozialpsychologischen Erklärung des Hostile Media Phänomens, um kollektive Reaktionen von ganzen Personengruppen als Konsequenz individueller Wahrnehmungen der Nachrichtenberichterstattung zu verstehen. Die empirische Überprüfung des entwickelten theoretischen Modells zeigte, dass die Mitglieder der untersuchten Meinungsgruppen sich in ihrer sozialen Identität bedroht fühlten, wenn sie die Berichterstattung als feindlich gegenüber ihrer sozialen Gruppe wahrnahmen. Sie reagierten auf diese Bedrohungswahrnehmung unter anderem mit der Abwertung der gegnerischen Gruppe

und der Journalist*innen und einem Rückzug aus der inhaltlichen Debatte zum Thema. Die Ergebnisse der Arbeit verdeutlichen die Relevanz sozialpsychologischer Prozesse bei der Erklärung der Konsequenzen von Wahrnehmungsphänomenen im Kontext der Nachrichtennutzung und liefern darüber hinaus wichtige Erkenntnisse für gesellschaftliche Debatten über kontroverse Themen.



Dr. Miriam Jaspersen

Miriam Jaspersen

Die Dissertation von Miriam Jaspersen untersuchte die Rolle der Familienkommunikation für die familiäre Resilienz. Krisen wie die COVID-19-Pandemie haben deren Bedeutung besonders in den Fokus gerückt und verdeutlichen die Notwendigkeit, Schutzmechanismen zu erforschen. Insbesondere die innerfamiliäre Kommunikation trägt zur Flexibilität und zum Zusammenhalt bei, wurde jedoch in der bisherigen Resilienzforschung nur unzureichend berücksichtigt. Im Rahmen der Dissertation entwickelte Miriam Jaspersen ein erweitertes Rahmenmodell familiärer Resilienz, das kommunikationswissenschaftliche, psychologische und soziologische Perspektiven integriert. Dabei werden kommunikative und sozialstrukturelle

Schutz- sowie Risikofaktoren systematisiert. Für eine erste empirische Exploration wurde ein Teilaspekt des Rahmenmodells herausgegriffen und das Kriterium ‚Adaption‘ als zentraler Indikator für familiäre Resilienz im Kontext der COVID-19-Pandemie untersucht. Mithilfe einer standardisierten Online-Befragung von Eltern wurde analysiert, inwieweit sozialstrukturelle und kommunikative Faktoren im Kontext der COVID-19-Pandemie zur Anpassungsfähigkeit beigetragen haben. Die Ergebnisse zeigten, dass vor allem kommunikationsbezogene Faktoren entscheidend für funktionale und dysfunktionale Anpassungsprozesse sind. Die theoretischen und empirischen Erkenntnisse der Arbeit unterstreichen die Relevanz kommunikationsbezogener Resilienz Faktoren und liefern wichtige Impulse zur Stärkung familiärer Resilienz insbesondere in Zeiten globaler Unsicherheit.



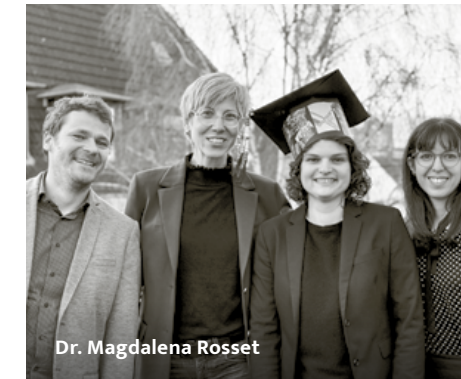
Dr. Inga Friederike Korte

Inga Friederike Korte

In ihrer Dissertation hat Inga Korte sich mit der Frage beschäftigt, was passiert, wenn sich eine Medienfigur nicht so verhält wie erwartet. So eine Erwartungsenttäuschung kann positiv (im Sinne einer angenehmen Überraschung), aber auch negativ (im Sinne einer unangenehmen Überraschung) bewertet werden. Um zur theoretischen Fundierung des Themengebietes beizutragen, hat Inga Korte zunächst ein geeignetes Modell entwickelt, welches die Entstehung und Auswirkungen von Erwartungsenttäuschungen in parasozialen Beziehungen darstellt. Das entwickelte Modell erklärt die Erwartungsenttäuschung dabei auf der Basis der Uses and Gratifications Theory und den dort verankerten Gratifikationen. Um das Modell anhand von zusätzlichen Erkenntnissen zu verbessern, wurden im nächsten Schritt qualitative Interviews durchgeführt. Die befragten Personen beschrieben nach dem Erleben einer Erwartungsenttäuschung eine große Bandbreite kognitiver, emotionaler und verhaltensbezogener Reaktionen sowie Veränderungen im Unterhaltungserleben. Da Rezipient*innen mehr als eine Gratifikation suchen, erscheint der Wert oder die Wichtigkeit der verschiedenen Gratifikationen entscheidend dafür, ob die erhaltenen oder die nicht erhaltenen Gratifikationen höher ins Gewicht fallen und die Reaktion nach der Erwartungsenttäuschung prägen. Auf der Basis der Ergebnisse wird das theoretisch entwickelte Modell überarbeitet und aufgezeigt, dass Erwartungsenttäuschungen sowohl günstige und ungünstige Auswirkungen haben können.

Magdalena Rosset

Die Verarbeitung von Geschichten basiert nicht nur auf deren Inhalt, sondern auch auf kognitiven Strukturen der Rezipierenden, wie z. B. kognitiven Frames, d. h. mentalen Interpretationsmustern. Diese können mit Darstellungsmustern, d. h. Botschaftsframes, interagieren, die bei der persuasiven Nutzung von Geschichten, sogenannter narrativer Persuasion, strategisch eingesetzt werden können, um bestimmte Perspektiven zu betonen. Der Framing-Ansatz wurde in der narrativen Persuasionsforschung bisher nur punktuell in Form der Einbettung von Botschaftsframes in Narrationen berücksichtigt, obwohl er eine theoretische Grundlage nicht nur für die strategische Präsentation persuasiver Inhalte, sondern auch für die Konzeption kognitiver Strukturen und deren Rolle bei der Verarbeitung von Geschichten bietet.



Dr. Magdalena Rosset

Magdalena Rosset nahm sich in ihrer Dissertation dieser Forschungslücke an und integrierte die Perspektiven der narrativen Persuasion und des Framing-Ansatzes, indem sie das Zusammenwirken von kognitiven Frames und Botschaftsframes im narrativen Persuasionsprozess theoretisch modellierte und einer ersten empirischen Testung unterzog. Besonderes Interesse galt dabei verschiedenen Botschaftsframing-Strategien, etwa einem Frame-Shift, d. h. der Darstellung eines Übergangs von einem zu einem anderen Botschaftsframe, und der Frage, ob diese Strategien je nach vorhandenem kognitiven Frame zu unterschiedlicher Verarbeitung und Wirkung führen.



Dr. Katharina Emde-Lachmund

Katharina Emde-Lachmund

Aus normativer Perspektive gilt die politische Informiertheit als wichtige Voraussetzung für die aktive Teilhabe an demokratischen Prozessen. Vor diesem Hintergrund befasst sich die Dissertation von Katharina Emde-Lachmund mit der Entwicklung der Nachrichtennutzung von Jugendlichen in der mittleren Adoleszenz. Im Rahmen einer interdisziplinären Herangehensweise wurden dazu Ansätze aus der Kommunikationswissenschaft, der Entwicklungspsychologie und der politischen Sozialisationsforschung integriert und mögliche Einflussfaktoren auf die Entwicklung der Nachrichtennutzung identifiziert. Zur Prüfung der Annahmen wurde eine dreiwellige Panelerhebung mit N = 343 Jugendlichen durchgeführt. Dabei zeigte sich kein genereller Anstieg der Nachrichtennutzung in der Adoleszenz, wohl aber eine intraindividuell sehr heterogene Entwicklung. Eine wichtige Rolle spielte dabei die politische Exploration. Die Auseinandersetzung mit der eigenen politischen Identität stellt einen zentralen Treiber für die Entwicklung der jugendlichen Nachrichtennutzung dar. Auch das sozialisatorische Umfeld kann sich förderlich auswirken, möglicherweise vermittelt über motivationale Faktoren. Das gilt insbesondere für die aktive Sozialisation in Form von Diskussionen und Gesprächen. Insgesamt verdeutlichen die Ergebnisse die Komplexität und Individualität der Entwicklung der Nachrichtennutzung. Gleichzeitig unterstreichen sie die Relevanz, Jugendlichen Anreize zu bieten und Anlässe zu schaffen für eine individuelle, jugendgerechte Auseinandersetzung mit politischen Fragestellungen.

Festivals & Forschungen

Das Agency-, Lehr-, Lern-, Professionalisierungs- und Forschungsfestival HYPE&FRIENDS & die International Music Business Research Days 2024

Vom 5. – 7. Juni 2024 fand zum vierten Mal das HYPE&FRIENDS-Festival statt. Das Agency-Festival für Young Professionals in Music eröffnet seit 2021 Perspektiven für die Arbeit an Karrieren vor, hinter und neben der Bühne und schafft Beteiligungsoptionen in neuen Lehr-, Lern-, Praxis- und Forschungsformaten zur Mitgestaltung der Zukunft von Musik. Der Fokus liegt darauf, etablierte Akteur*innen der Musikindustrie mit zukünftigen Professionals zusammenzubringen, um sich über branchenspezifische Themen auszutauschen, sich zu vernetzen und zu diskutieren. 2024 war dies mit Musikakteur*innen aus Hannover (z. B. KreHtiv, Rampe, Musikzentrum, JMI, Kulturbüro), Niedersachsen (Musikland Niedersachsen, Verband Niedersächsischer Kultur- und Kreativwirtschaft), Deutschland (B.V.Pop, About Pop sowie weitere Einzelakteur*innen zu Spezialthemen wie KI) und Forschungs- und Praxis-Akteur*innen aus fünf europäischen Ländern möglich.

Das Festival wird seit 2021 federführend von Studierenden des IJK und unter der Leitung von Prof. Dr. Carsten Winter sowie Prof. Dr. Raphael Thöne organisiert, 2024 zum ersten Mal mit Carmen Schmidt als studentischer Festivaldirektorin.

Eine Besonderheit des HYPE&FRIENDS stellte 2024 die Beteiligung an der Ausrichtung der 15. International Music Business Research Days der International Music Business Research Association (IMBRA) zu Musikökosystemen dar, was den Fokus auf die Entwicklung des HYPE&FRIENDS als Forschungslabor schärfte. Die Konferenz fand so erstmals in Deutschland statt.

Unter dem Motto „Music Ecosystem Research: Challenges and Opportunities“ wurde drei Tage lang in unterschiedlichen Formaten wie den Young Scholars Research Days und in Panel-Diskussionen und World Cafés über aktuelle Chancen und Herausforderungen für die Forschung zu Musik-Ökosystemen diskutiert. Darüber hinaus fanden die Research Days ganz im Zeichen der künstlichen Intelligenz statt: Martin Clancy hielt eine Keynote zum Thema „AI:OK – rewilding the music ecosystem“, anschließend entwarfen die Teilnehmenden mit Hilfe des KI-Tools „FutureCanvas“ Szenarien, wie die Zukunft von Musik-Ökosystemen aussieht. Diese KI wurde erstmals auf einem Festival eingesetzt.

Die Research Days wurden in Kooperation mit dem HYPE&FRIENDS und der Gesellschaft für Musikwirtschafts- und Musikkulturforschung e.V. organisiert. Prof. Dr. Carsten Winter wurde dabei von einem Team an Studierenden unterstützt – federführend agierte hier Katharina Schwab.



Viel Musik beim HYPE&FRIENDS



Show Case



Martin Clancy bei seiner Keynote

Interessierte können sich auf der Festival-Website hypeandfriends.org auch über das 5. HYPE&FRIENDS Agency Art Lab Festival (20.–22. Mai 2025) und seine Inhalte informieren! Mehr Informationen gibt's auch auf dem Instagram-Kanal (<https://www.instagram.com/hypeandfriends/>).

Jubiläum

„Wir wurden immer für unsere Studierende beneidet“

Wenige haben das IJK so geprägt wie sie: Gründungsprofessorin Beate Schneider sowie die langjährigen Mitarbeiterinnen Wiebke Möhring und Daniela Schlütz, die heute selbst Professorinnen in Dortmund und Babelsberg sind. Zum Jubiläum haben wir alle drei zum Interview getroffen und gemeinsam auf vier Jahrzehnte IJK-Geschichte zurückgeblickt.



Beate Schneider erinnert sich an die Anfänge des IJK

Frau Schneider, alles begann 1985: Mit der Gründung des Ergänzungsstudiengangs „Journalistik“ wurde an der Hochschule für Musik und Theater Hannover der Grundstein für das spätere IJK gelegt. Wie kam es dazu?

Schneider: Mitte der Achtziger Jahre hatte mit der Einführung des privaten Rundfunks eine Medienrevolution stattgefunden. Einer der Hauptakteure in der Umgestaltung des Mediensystems war der niedersächsische Ministerpräsident Ernst Albrecht. Seine Regierung kam zu dem Schluss: Wenn jetzt so viele neue Medienangebote entstehen, dann braucht es qualifiziertes Personal. In ganz Niedersachsen gab es damals allerdings keinen einzigen praxisrelevanten Medienstudiengang.

Da traf es sich gut, dass der Präsident der Hochschule für Musik und Theater in Hannover die rein künstlerische Hochschule stärker wissenschaftlich ausrichten wollte. Es zeichnete sich damals bereits ab, dass die Subventionierung der Kunst durch Steuergelder nicht dauerhaft selbstverständlich sein würde. Also wurden zusätzliche Qualifikationen für Schauspiel- und Musikstudierende immer wichtiger. Ein erster Schritt war die Einrichtung eines philosophischen Lehrstuhls. Es lag nahe, das mit Medien zu verbinden. Das Ergebnis war die Gründung des Ergänzungsstudiengangs „Journalistik“.

Fünf Jahre später, 1990, wurde das IJK offiziell gegründet und der Diplomstudiengang „Medienmanagement“ eingeführt. Warum hat das Institut nicht weiter Journalist*innen ausgebildet?

Schneider: Wir merkten, dass es mittlerweile eine Vielzahl an journalistischen Studiengängen gab – vor allem an Fachhochschulen. Die Konkurrenz nahm also zu. Gleichzeitig wuchs bei uns der Wunsch nach einer anderen Organisationsform: Wir wollten ein Institut werden. Unser ursprünglicher Plan war die Gründung eines Studiengangs „Medienforschung“. Das hat das Ministerium damals aber abgelehnt – mit der Begründung, man könne Forschung nicht studieren.

Man kann Forschung nicht studieren?

Schneider: Das ist mal ein interessanter Ansatz, oder? (Lacht) Aber so entstand die Idee: Wenn wir schon nicht Medienforschung anbieten dürfen, dann machen wir „Medienmanagement“. Damit waren wir damals einmalig in Deutschland – zumindest für eine gewisse Zeit. So sind wir 1990 ein Institut geworden.

Sie gehörten zum ersten und zweiten Jahrgang Medienmanagement-Studierender am IJK, Frau Möhring und Frau Schlütz. Wie wurden Sie auf das IJK aufmerksam?

Möhring: Ich hatte überhaupt keine Ahnung, was ich einmal werden wollte. Mein Abi war nicht ganz schlecht – also empfahlen mir alle, Medizin oder Jura zu studieren. Mein Vater legte mir eines Tages einen Artikel aus der FAZ über die Gründung des Medienmanagement-Studiengangs hin. Und ich dachte: Ach, da bewerbe ich mich mal. Ich hatte wirklich keine Ahnung. Es gab ja auch fast nichts, was ich mir hätte anschauen können: keine Webseite, kein Modulhandbuch, keine detaillierten Informationen. Nur eine grobe Beschreibung, die ich damals am Telefon von der Sekretärin, Frau Guradze, bekommen habe.

Schlütz: Bei mir war fast noch mehr Zufall im Spiel. Ich hatte vorher eine Ausbildung zur Werbekauffrau in Düsseldorf gemacht.

Jubiläum

Während dieser Zeit habe ich eine Hannoveranerin kennengelernt. Irgendwann hielt sie mir einen Zettel unter die Nase und meinte: „Guck mal, in Hannover haben die einen neuen Studiengang gegründet – was hältst du davon?“ Ich erinnere mich noch ganz genau an meinen allerersten Gedanken: Forschung? Interessiert mich nicht. Ich habe mich dennoch beworben.

Und wie war es, in den goern am IJK zu studieren?

Möhring: Es war sehr familiär – allein aufgrund der geringen Menge an Studierenden. Ich erinnere mich noch gut, dass wir das Forum im ersten Stock in der Villa ausgerichtet haben. Mit selbstgemachtem Nudelsalat, Frikadellen vom Schlachter, und Frau Schneider hat Wein mitgebracht. Und dann sind die Professor*innen im Sackhüpfen gegen die Studierenden angetreten.

Schneider: Man muss bedenken, wir hatten in den ersten Jahren nur 20 Studierende pro Jahrgang. Diese kleine Gruppe hat schnell eine starke Identität entwickelt.

Möhring: Stimmt, die kleine Gruppe war schon sehr prägend. Aus diesen 20 Personen hat man seinen Freundeskreis aufgebaut. Da sind Freundschaften entstanden, die bis heute halten

– obwohl wir alle so unterschiedliche Berufswege eingeschlagen haben.

Schneider: Es gab aber durchaus auch sozialen Druck in einer so kleinen Gruppe. Das haben wir immer sehr bedauert.

Schlütz: Oh ja, es gab Konkurrenzkampf – innerhalb, aber auch zwischen den Jahrgängen. Uns wurde aber auch nachdrücklich vermittelt, wir seien die Elite: Man habe uns ausgesucht, handverlesen, und wir würden hier die beste Ausbildung überhaupt erhalten. Das hat uns geprägt. Und man wurde gesehen: Ich erinnere mich noch, dass ich an meinem ersten Tag am IJK die Treppe zur Villa raufgegangen bin; mir kam Professor Klaus Schönbach entgegen und grüßte mich: „Frau Schlütz, schön, dass Sie da sind.“ Ich habe mich so erschrocken, dass er meinen Namen wusste, ich bin fast rückwärts die Treppe wieder runtergefallen.

2001 ist das IJK dann aus der Villa auf die Expo Plaza umgezogen. Dort sollte ein Mediencampus entstehen. Wie kam es dazu, und hat sich das Versprechen eingelöst?

Schneider: Man konnte das Expo-Gelände damals nur schwer vermarkten. Gleichzeitig startete die Digitalisierung. Das Ministerium hatte nun den

Plan entwickelt, das IJK und auch die Fachhochschule auf den „Expo-Campus“ zu schicken. Aber das Konzept ist nicht aufgegangen. Es gab große Schwierigkeiten, andere Studiengänge oder Unternehmen aus der Branche anzuziehen. Es war anfangs wie in einer Wüste. Zumal es keine Mensa gab.

Schlütz: Aber es hatte auch viele Vorteile: Die Villa war damals viel zu eng und dringend sanierungsbedürftig. Ich war damals schon Mitarbeiterin am Institut, und auf der Plaza hatten wir alle ein eigenes Büro, es war hell, die Teeküche war toll – und es gab funktionierende Toiletten.

2008 wurde der Studiengang „Medien und Musik“ gegründet und seit 2010 trägt die Hochschule die „Medien“ im Titel. Ist das IJK damit endgültig an der Hochschule angekommen?

Schneider: Für die „Medien“ im Namen haben wir lange gekämpft. Ende der 1990er, Anfang der 2000er Jahre gab es große Irritationen im Verhältnis der Hochschule zum IJK. Die Haushaltsmittel wurden knapper, und einige der künstlerischen Professorinnen und Professoren waren der Meinung, dass unser Studiengang zu viel Geld koste und mehr für ihre Studiengänge bliebe, wenn sie uns abstoßen würden. Es sah so



Daniela Schlütz ist Professorin an der Filmuniversität Babelsberg Konrad Wolf



Wiebke Möhring ist Professorin an der TU Dortmund

aus, als würde das Ministerium die Idee mittragen und uns an die Leibniz Universität angliedern. Das wollten wir auf keinen Fall, denn an so einer großen Universität wären wir untergegangen. Aufseiten der Hochschule gab es sogar einen Beschluss – sie wäre bereit gewesen auf uns zu verzichten. Doch dieser Beschluss wurde später wieder rückgängig gemacht. Wir haben diese bedrohliche Phase überstanden. Nachdem klar war, dass wir weiter an der Hochschule bleiben, haben sich viele für eine stärkere Vernetzung eingesetzt. Aus diesen Bemühungen ist der Studiengang „Medien und Musik“ entstanden. Auch die Änderung des Hochschulnamens war wohl eine Art Wiedergutmachung. Man wollte den hochschulinternen Frieden wiederherstellen.

Sie alle verfolgen das IJK heute aus der Distanz – Frau Schneider im Ruhestand, Frau Schlütz und Frau Möhring als Professorinnen an anderen Hochschulen. Wie hat sich das Institut aus Ihrer Sicht entwickelt?

Schlütz: Ich denke, das IJK hat sich schlau weiterentwickelt. Mit dem Weggang von Frau Schneider hat sich das Institut etwas von der Praxis entfernt und sich gleichzeitig stärker der Wissenschaft zugewandt. Mit dem Schwerpunkt Gesundheitskommunikation wurde ein guter USP geschaffen. Ich fand es immer sinnvoll zu schauen, was die Studierenden später beruflich machen können

und sich daran zu orientieren. Denn man muss ehrlich sagen: Die Medienbranche von damals gibt es heute so nicht mehr. Es macht keinen Sinn, Leute für ein Berufsfeld auszubilden, in dem sie später keinen vernünftigen Job finden.

Möhring: Ich glaube, der Bezugspunkt für die Praxisorientierung hat sich geändert. Auch heute gibt es am IJK noch viel angewandte Forschung, aber zu anderen Themen: Früher standen mehr die Medienunternehmen im Fokus und heute sind es andere Schwerpunkte.

Schneider: Die Entwicklung des Instituts ist folgerichtig: Da sich unser Mediensystem so grundlegend verändert hat, wäre es wahnsinnig gewesen, den alten Ansatz beizubehalten. Man muss zudem die Umgestaltung des Studiensystems bedenken – die Verschulung des Bachelorstudiums und Spezialisierung im Master. Diese wissenschaftspolitischen Rahmbedingungen machen vieles auch einfach nicht mehr möglich.

Sie haben in den 40 Jahren des IJK viele Generationen von Studierenden geprägt, wie haben die Studierenden Sie geprägt?

Möhring: Ich empfinde es als großen Luxus unseres Berufs, dass man so nah an gesellschaftlichen Entwicklungen dranbleibt. Die Altersgruppe, mit der wir arbeiten, bleibt ja immer gleich, nur wir

werden älter. Dadurch haben wir einen direkten Einblick, was junge Menschen gerade beschäftigt, welche Sorgen sie haben – und auch, wie sie mit Medien umgehen.

Schlütz: Ich kann das nur unterschreiben. Ein für mich wichtiger Aspekt: Ich durfte und darf meist mit kleinen, handverlesenen Gruppen arbeiten, und in den meisten Fällen finden die Studierenden das Thema des Kurses spannend, wollen lernen, diskutieren und stellen kluge Fragen. Das gibt mir unglaublich viel Energie und Motivation. Ein weiteres großes Privileg dieser kleinen Gruppen: Man verliert niemanden aus dem Blick. Man erlebt ganz nah mit, wie sich die Studierenden weiterentwickeln. Ich erinnere mich an eine erste Seminarsitzung, da fragte jemand: „Können Sie noch mal sagen, dass wir das wirklich schaffen?“ Und ein paar Jahre später schreibt dieselbe Person eine fantastische Bachelorarbeit. Dann sitzt man da und denkt: Guck mal – geschafft. Und zwar mit Sternchen. Das ist für mich das Allerbeste.

Schneider: Das stimmt, aber das liegt auch an unseren tollen Studierenden. Wir wurden immer sehr für unsere Studierenden beneidet. Ich erinnere mich an viele Situationen, in denen Professorinnen und Professoren anderer Fachrichtung mir sagten: „Mein Gott, Eure sind einfach die Besseren.“



Daniela Schlütz und Wiebke Möhring gehörten zu den ersten Medienmanagement-Studierenden am IJK



Beate Schneider hat das IJK aufgebaut und lange begleitet und geprägt

40 Jahre IJK: Past 'til Present

Wo kommen wir her – und wo wollen wir hin? Von den Anfängen der Journalistik in der Villa an der Eilenriede bis hin zu aktuellen Themen wie künstlicher Intelligenz und Nachhaltigkeitskommunikation am Standort Expo Plaza – das IJK war immer in Bewegung. Immer mit dabei waren und sind exzellente Forschung, praxisrelevante Inhalte und menschliche Begegnungen, die ein Leben lang prägen. Werfen wir den Blick also zurück auf die Meilensteine der letzten vier Jahrzehnte!



1985

Ergänzungsstudiengang „Journalistik“ an der HMTH startet mit Prof. Beate Schneider und Prof. Klaus Schönbach



1990

Gründung des IJK und des Diplomstudiengangs „Medienmanagement“

1994

Gründung des KKeV; Peter Vorderer erhält Ruf ans IJK

1998

Prof. Klaus Schönbach verlässt das IJK



2009



2008

Masterstudiengang „Medien und Musik“ startet

Carsten Winter erhält Ruf ans IJK

2006

Das IJK stellt den Diplomstudiengang um auf BA/MA-Programme



2004

Erste IJK-Plaza erscheint, Prof. Peter Vorderer verlässt das IJK

2002



2001

Umzug des IJK auf die Expo Plaza



1999

Helmut Scherer erhält Ruf ans IJK, Ende des Ergänzungsstudiengangs „Journalistik“, erstes Forum, Gunter Reus wird außerplanmäßiger Professor

2010

Christoph Klimmt erhält Ruf ans IJK



2012



2015

Prof. Beate Schneider geht in den Ruhestand, Eva Baumann erhält Ruf ans IJK



2016

Hanover Center for Health Communication ([HC]²) wird gegründet

2018

Prof. Gunter Reus geht in den Ruhestand

2022

Christine Meltzer erhält Ruf ans IJK



2023

Prof. Helmut Scherer geht in den Ruhestand, reformierter Bachelorstudiengang „Kommunikationswissenschaft“ startet



2024

Was sonst noch geschah?

Mehr Infos über die Geschichte des IJK gibt es hier:
<https://www.ijk.hmtm-hannover.de/de/institut/chronik/>



The Future is now:

Prognosen unserer Alumni und Alumnae zu Veränderungen in der Kommunikationsbranche

Nachdem wir bereits auf 40 Jahre IJK-Geschichte zurückgeblickt haben, richten wir nun unseren Blick nach vorne: IJK-Alumni und Alumnae aus verschiedenen Kommunikationsbranchen teilen ihre Prognosen zu Trends und Entwicklungen, die die Kommunikation von morgen prägen werden – und verraten, was auch in Zukunft unverzichtbar bleibt.



Name Arnd Aschentrup
Position Mitgründer und CEO, Tandem
Hashtags #edtech #mobile-apps

Die rasante Entwicklung von KI vereinfacht die Softwareentwicklung dramatisch und verspricht eine echte Demokratisierung: Schon heute können auch Menschen ohne tiefe Programmierkenntnisse mittelgroße Web-Apps bauen. Damit sinken die Hürden für Innovation und Entrepreneurship und etablierte Strukturen werden auf den Prüfstand gestellt. Einerseits können sich Entwickler*innen stärker auf kreative, analytische Tätigkeiten konzentrieren, da sich immer mehr Aufgaben automatisieren lassen. Andererseits kann ein größeres Ökosystem von Kreator*innen und Entrepreneurs entstehen, indem neue Ideen sehr schnell und mit minimalen Kosten entwickelt und getestet werden können.



Name Leonie Gahr
Position Senior Strategist @GREY Germany
Hashtags #Werbeagentur

KI katapultiert die Kommunikationsbranche in eine neue Ära – schneller als je zuvor. Doch inmitten des Algorithmus-Rauschens bleibt menschliche Empathie der Kompass. KI liefert Daten, aber erst unsere Intuition haucht Botschaften Leben ein und knüpft echte Verbindungen. Denn Menschen folgen Menschen, nicht Maschinen. Der menschliche Faktor entscheidet auch in Zukunft über austauschbare oder herausragende Kommunikation.

Name Nils von der Kall
Position Geschäftsführer & Chief Commercial Officer, ZEIT Verlagsgruppe
Hashtags #Medien



Die Digitalisierung, KI und neue Formate werden die Medienlandschaft nachhaltig verändern. Der Bedarf an Information, Orientierung und Unterhaltung steigt – ebenso die Ansprüche an Qualität und Relevanz. Überraschend könnte sein, dass gerade etablierte Medienmarken ihre Position behaupten werden, da Vertrauen und Qualität in intransparenten Märkten wichtiger werden. IJK-Studierende sollten eine internationale Perspektive entwickeln: Trends aus digital fortschrittlichen Märkten wie den USA, Skandinavien oder Asien beeinflussen auch unsere Medienlandschaft – von innovativen Formaten bis hin zu neuen Geschäftsmodellen.

Name Beatrice Kemner
Position Geschäftsleitung und Head of Product, OMR Education
Hashtags #DigitaleWeiterbildung



Drei Herausforderungen treiben mich derzeit um:

- (1) Hyperpersonalisierte KI-Inhalte halten Menschen in ihren Weltbildern: Wie wird daraus ein echter Mehrwert, statt einer Gefahr für unsere pluralistische, offene Gesellschaft?
- (2) Fake News schüren Misstrauen in Medien: Wie können seriöse Medien sichtbar werden und ihre Qualität technologiegestützt nachweisen?
- (3) User*innen bleiben zunehmend auf ihren präferierten Plattformen (z. B. TikTok): Wie können etablierte Medien auf diesen präsent sein und ihre Inhalte monetarisieren, ohne ihre Unabhängigkeit zu verlieren?

Spannende Zeiten für IJK-Studierende, um Umbrüche zu erforschen und Herausforderungen in Chancen zu verwandeln.



Name Hauke Bartel
Position Bereichsleiter Fiction bei RTL Deutschland
Hashtags #dramababy #streaming #fernsehen

Know your tropes! In komplexer werdenden Zeiten, in denen der Kampf um Narrative unsere Algorithmen und das Weltgeschehen gleichermaßen bestimmt, lohnt sich manchmal der Blick auf die klassischen Techniken des Geschichtenerzählens. Während sich entlang der Lasswell-Formel alles mit bahnbrechender Geschwindigkeit zu verändern scheint, bleibt die Art von Geschichten, die uns begeistern, berühren oder zornig werden lassen, von Aristoteles über den Tatort bis zu Maxton Hall, nämlich bemerkenswert konstant.



Name Ingo Dachwitz
Position Investigativer Journalist bei netzpolitik.org
Hashtags #Journalismus

Nicht technische Innovationen werden unsere Branche prägen, sondern gesellschaftliche Realitäten: Klimawandel und Kriege, digitaler Kolonialismus und das Erstarken der extremen Rechten. Angesichts solcher Entwicklungen muss man sagen: Wir haben lange genug gezeigt, dass wir jeglichen Bullshit analysieren, vermarkten und verkaufen können. Das nächste große Ding muss Ethik werden!

Name Ulrike Handel
Position Multi-Verwaltungsrätin (u. a. Burda, Schibsted)
Hashtags #nevernottransforming



Die Personalisierung und Individualisierung der Kommunikation ist Realität: Content-Creators suchen sich ihre Plattformen, Medienunternehmen werden „Manager of Artists“! Das Geschäftsmodell für Medien der Zukunft ist noch nicht erfunden: eine riesige Chance für unternehmerisch orientierte IJK-Studierende!



Name Christopher Buschow
Position Professor an Hamburg Media School und TU Hamburg
Hashtags #MediaEntrepreneurship

Für Studierende und Ehemalige des IJK gilt: „Schuster, bleib bei deinen Leisten!“. Auch künftig sollten sie auf die kluge Verbindung von analytischer Expertise und unternehmerischem Gespür setzen. Das bedeutet: Datenanalyse, Statistik und KI-Systeme tiefgründig verstehen und beherrschen, gleichzeitig von den Nutzenden her und in Produkten denken. Beides in Kombination war immer ein wesentlicher Erfolgsfaktor des IJK – und wird in der turbulenten Medienwelt von heute nur noch wichtiger werden.

Rund ums IJK

Zu Gast am IJK oder das IJK zu Gast

Auch im vergangenen Jahr haben wir uns über den Besuch zahlreicher Persönlichkeiten am IJK gefreut, die mit ihrem Wissen und ihrer Expertise verschiedene Lehrveranstaltungen bereicherten und unseren Studierenden Einblicke in ihre Arbeit gaben. Zudem haben auch wir im Rahmen von Exkursionen an Türen geklopft und wurden immer herzlich empfangen. Danke dafür!

Ein großer Dank geht auch an unsere Lehrbeauftragten Frederik Springer (Leibniz Universität Hannover), Christian Krebs und Sonja Backhaus (Niedersächsische Landesmedienanstalt)!

In bewährter Manier konnten unsere neuen Studierenden im Rahmen von Medienbesuchen im **Praxiskolloquium** Arbeitsumfelder mit Kommunikationsbezug kennenlernen und mit unseren Gastgeber*innen in Austausch treten. Vielen Dank dafür: Alina Martin (Madsack Mediengruppe), Tim Zölllick (Redaktionsnetzwerk Deutschland), Andrea Lütke (NDR Funkhaus) und Christian Krebs und Sonja Backhaus (Niedersächsische Landesmedienanstalt). Zudem verrieten die IJK-Alumnae und aserto-Mitarbeiterinnen Leonie Laag und Franziska Schulz unseren Erstsemesterstudierenden Tricks, wie erfolgreiches Präsentieren funktioniert.

Bei der **IJK Career Expo**, dem Format zur Vernetzung von Medienschaffenden und Studierenden, unterstützen uns Leonie Laag, Marcel Drews (aserto), Alina Martin, Celina Lein (Madsack Mediengruppe), Corinna Hotop, Chiara Nobis, Immanuel Buchwitz, Jil Kunze, Elias Böhm (h1 – Fernsehen aus Hannover), Richard Lingemann (HANK! Gesellschaft für Communication & Consulting mbH), Katharina Falke, Judith Hohmann (Heise Medien/c't), Nico Benadie (Grunau & Paulus Music Management), Denis Farber, Anna Deipenau (Drive), Sophie Röbbel (Hannover Rück), Anne Kuhls (IPSOS), Lina Hildebrand, Felix Pospich (pr/omotion), Franziska Schoch und Carlotta Tantow (KreHtiv). Durch ihre Präsenz konnten unsere Studierenden praxisnahe Einblicke gewinnen, wertvolle Kontakte knüpfen und Inspiration für ihre nächsten Karriereschritte sammeln – danke!

Als **Gastprofessor** verstärkte außerdem Pablo Jost von der Johannes Gutenberg-Universität Mainz im Wintersemester 2024/2025 und Sommersemester 2025 das Institutsteam. Das Lehrangebot wurde durch ihn u.a. mit einer Veranstaltung zur Fragmentierung und Polarisierung der Nachrichtennutzung sowie der Rolle sozialer Gruppen für die politische Informiertheit erweitert. Zudem bot er ein Seminar zu strategischer politischer Kampagnenkommunikation im Kontext digitalen Medienwandels an, in dem sowohl der Kommunikationsberater Johannes Hillje zu Gast war

als auch Sascha Himmelreich, der von seiner Arbeit als Head of Content Development in seiner Agentur Profilwerkstatt GmbH berichtete sowie seinem Engagement für die Öffentlichkeitsarbeit/PR der Seenotrettungsorganisation SeaPunks e.V.

Im Rahmen einer **Ringvorlesung** zu aktuellen Themen des strategischen Medien- und Musikmanagements durften wir einige Alumni, Alumnae und Freund*innen des IJK begrüßen und danken herzlich für den Austausch: Dr. Marina Böddeker (Universität Bielefeld), Dr. Daniel Mahler (The Estée Lauder Companies Inc.), Jonas Schroeter (White Horse Music GmbH), Dr. Alexandra van Velzen (Deutsche Bahn), Sabine Weber (equalworks).

Exkursionen im Rahmen der Veranstaltung „Herausforderungen und Erfolgsstrategien in Medien-, Digital- und Musikunternehmen“ führten Studierende u. a. unter der Leitung von Christoph Klimmt nach Berlin, wo sie sich bei RCKT mit IJK-Alumnus Simon Ueberheide austauschen konnten. Bei Axel Springer stand den Studierenden Claudius Senst als Chief Operating Officer Rede und Antwort, bei der dpa waren sie bei Patrick T. Neumann als Leiter dpa-Akademie & Recruitment Officer zu Gast, und in der Kreativagentur Scholz & Friends gewährten u.a. Pia Hanneforth aus dem „People & Culture“-Team und Pepa Kern aus dem Strategie-Team Einblick. Außerdem ging es nach Wien, wo u. a. Friedrich Stadler am Institut „Wiener Kreis“ eine Einführung in die Wissenschaftsphilosophie dieses Zirkels gegeben hat. Wir danken allen Beteiligten für die Offenheit und Gastfreundschaft!



Austausch auf der Career Expo

Treffpunkt IJK

IJK-Alumni-MeetUp in Hamburg

Ein Abend ganz im IJK-Spirit: Mehr als 50 Alumni und Alumnae kamen Anfang März in Hamburg zum IJK-HH-MeetUp zusammen. Nicht nur wegen der hohen Teilnehmer*innenzahl war die Veranstaltung ein voller Erfolg. In entspannter Atmosphäre trafen sich ehemalige Kommiliton*innen der Studiengänge Medienmanagement, Medien und Musik sowie Multimediale Kommunikation aus vier Jahrzehnten wieder, brachten sich auf den neusten Stand und knüpften neue Kontakte über Semester und Studiengänge hinweg. Dank gebührt Christopher



IJK Meet Up in Hamburg

Buschow und Ingmar Bartels für die Organisation sowie Philipp Strunk, auf dessen Einladung die Veranstaltung im Wohnprojekt Leuchtf Feuer Festland der gemeinnützigen Organisation Hamburg Leuchtf Feuer stattfinden konnte – sowie dem KKeV für kühle Getränke und leckere Brezen. Besonders toll: In einer aufgestellten Spendendose konnten 400 € für Hamburg Leuchtf Feuer gesammelt werden.



Die Theater AG machte den Auftakt zum Sommerfest 2024

Sommerfest

Am 28.06.2024 fand das IJK-Sommerevent statt, das gemeinsam von den Fachschaften, dem KKeV und dem IJK organisiert wurde.

Das Fest begann mit einer Aufführung der IJK-Theater-AG, die von den zahlreichen Gästen mit Begeisterung für Performance und Textsicherheit aufgenommen wurde. Ein großes Dankeschön an die gesamte Theater-AG für diesen Auftakt des Sommerevents.

In der Safrans-Bar kamen dann Studierende aller Jahrgänge zusammen, um sich untereinander und mit Mitarbeitenden des IJK zu vernetzen. Besonders das Table-Quiz war ein voller Erfolg und sorgte für jede Menge Spaß und Teamgeist. Dank des KKeV konnten alle Studierenden mit einem kostenlosen Kaltgetränk auf das großartige Netzwerk aus Studierenden, Mitarbeitenden und Freunden des IJK anstoßen.

„Hollywood Glamour“ beim IJK Forum

Die 26. Absolvant*innenfeier fand am 9.11.2024 statt. Der Abend begann im Richard Jakoby Saal mit der Ehrung von gleich fünf Promovend*innen: Katharina Emde-Lachmund, Anna Freytag, Miriam Jaspersen, Sophie Bruns und Lorenz Grünewald-Schukalla. Anschließend wurden die Absolvant*innen der Studiengänge Bachelor Medienmanagement, Master Kommunikations- und Medienforschung sowie Master Medien und Musik auf der Bühne geehrt. Begleitet wurde die Veranstaltung von einem letzten Auftritt der legendären MeMu-Band, die sich aus aktuellen und ehemaligen Studierenden des Studiengangs Medien und Musik zusammensetzt.



Glückliche Absolvant*innen beim IJK Forum 2024

Nach dem offiziellen Programm wurde in der Mensa der HMTMH weitergefeiert. Bei der Aftershow-Party sorgte DJ Luca bis in die Morgenstunden für gute Stimmung und einen gelungenen Ausklang.

Ein besonderer Dank gilt den Organisator*innen des Forums: Jonna Dreier, Viktoria Stickel und Melina van Strien sowie Dorothee Hefner und Anja Dittrich aus dem IJK-Mittelbau.

Abschlussarbeiten

Bachelor Medienmanagement

DETLEFSEN, ELIN

Employer Branding im digitalen Zeitalter. Eine qualitative Untersuchung zu Strategien und digitalen Plattformen in der Personalgewinnung

GERCKEN, CHRISTINE

Lachst du noch oder (ver-)zweifelst du schon? Eine quantitative Untersuchung der Zusammenhänge von Nachrichten- und Satirekonsum auf politische Einstellungen anhand der Medienmalaise Theorie

OLSHAUSEN, NALA

Digitale Stadtmagazine auf Instagram. Eine empirische Analyse der Bedürfnisse und Nutzungsmotive der Follower:innen unter Anwendung des Users and Gratifications-Ansatzes

OSTERLOH, FYNN

Von Krisen gerahmt? Das mediale Bild des Bundesamts für Verfassungsschutz. Eine quantitative Frame-Analyse der überregionalen Presseberichterstattung über den deutschen Inlandsnachrichtendienst

RUSCHE, LUCA

Vom Bildschirm zum Sexismus? Genderspezifische Unterschiede im Pornografiekonsum junger Erwachsener und die Auswirkungen auf sexistische Einstellungen: Eine quantitative Analyse von Nutzungsverhalten und Einstellungen

SCHEER, JULIUS

Zwischen Skepsis und Akzeptanz – wie Wissen über in Werbung enthaltene KI die Werbewirkung beeinflusst

SCHILBACH, TURE

Darf ich auch weinen, wenn Frank Ocean weint? Eine empirische Untersuchung des Zusammenhangs von persönlichem Musikgeschmack und traditionellen Maskulinitätsbildern

SCHLIEPER, JIL

Likes gegen das Stigma. Eine experimentelle Untersuchung zur Wirkung von Influencer-Kommunikation auf die Entstigmatisierung von Patient:innen mit chronischen Darmerkrankungen auf Grundlage parasozialer Interaktion

SCHÜTTE, CHIARA

„Dear Replacement EMEA Team“. Eine explorative Untersuchung der Zufriedenheit der Beschäftigten der Business Area Replacement EMEA mit der Internen Kommunikation

SIEBALD, LUKAS

How to find new music online (fast). Eine quantitative Analyse zum Entdecken „neuer“ Musik durch Musikstreamingdienste

SIEVERT, NOAH

BePerfect oder BeReal? Eine experimentelle Untersuchung über die Wahrnehmung von fear of missing out, sozialem Aufwärtsvergleich und Authentizität auf den Plattformen BeReal und Instagram

WASSMANN, LENNART

Dein Bildschirm, ihre Welt: Parasoziale Beziehungen als Schlüssel zum Erfolg von Influencer Marketing. Eine empirische Untersuchung über den Einfluss parasozialer Beziehungen und wahrgenommener Glaubwürdigkeit von Influencer*innen auf die Werbewirkung auf Instagram

Master Kommunikations- und Medienforschung

ABRAMOWSKI, MIRJAM

„Ist das noch RechtsRock – Einstellungen zu Politik und rechtsextremen Spannungsfeldern in der Metalszene“

BLAZYCA, HANNA

„Du hast es in der Hand!“ Eine experimentelle Untersuchung der Wirkung von Schuld- und Selbstwirksamkeitsappellen in Naturdokumentationen auf umweltschützende Verhaltensintentionen der Rezipientinnen

ERMLER, KIM LISA

„Alles unter Kontrolle...oder doch nicht?“ Eine qualitative Analyse der Frames in der Medienberichterstattung über KI-Sicherheit

GAWLIK, AURELIA

Wenn Unternehmen politisch werden. Eine quantitative Studie zur Wirkung politischer CSR-Aktivitäten von Unternehmen auf die Konsument*innen

GRABOWSKI, MERLE

Zwischen Kreativität und Algorithmen. KI als Innovationstreiber in der Kreativbranche

GUTSCHKE, LEANDRA

Im Zeichen des Wandels. Eine quantitative Untersuchung zum Einfluss der Generationen auf Arbeitgeber*innenwerte und deren Auswirkungen auf die Wahl der Organisationsform

KUHLS, ANNE

Ist wirkungsvolle Wissenschaftskommunikation eine Frage des Vertrauens? Ein Scoping Review zur Rolle von Vertrauen im Kommunikationsprozess

LORENZ, ANNA-LENA

Von Menschen und Medien. Unterschiede in der Wahrnehmung des Meinungsklimas. Eine Sekundäranalyse über den Einfluss von personalen und massenmedialen Quellen auf die Meinungsklimawahrnehmung

MORAIS DUARTE, ASHLEY

Journalismus in der Vertrauenskrise. Eine experimentelle Untersuchung der Wirkung von

Abschlussarbeiten

konstruktivem Journalismus auf das Vertrauen von Rezipierenden unter Berücksichtigung eines mediiierenden Effekts von wahrgenommenem Wohlwollen

PAVLOVSKY, LINA MARIE

Let’s talk about Intergruppenkontakt, Baby! Der Einfluss eines kumulativen und positiven, medial vermittelten Intergruppenkontakts auf die Unterstützung von Minderheitengruppen unter der Berücksichtigung affektiver Mediatoren

PETERSEN, FINJA

Zwischen Chance und Risiko: Eine qualitative Analyse der Frames zur politischen Kommunikation über Künstliche Intelligenz in Wahlprogrammen zur Europawahl 2024

RÜCKBRODT, ELISABETH-CHARLOTTE

TikTok – Dem Klima läuft die Zeit davon! Eine experimentelle Studie zur Wirkung episodischer und thematischer Frames in TikTok-Videos zum Klimawandel

SHMYHOL, YULIIA

Vom Krieg im Feed verfolgt? Eine qualitative Studie, die untersucht, wie die Ukrainer:innen, die nach Deutschland gekommen sind, auf die Kriegsvideos aus ihrem Herkunftsland reagieren

SCHUMACHER, LISA

Konstruktiver Journalismus – mehr als Schlagzeilen. Die Wirkung des konstruktiven Journalismus auf zukunftsgerichtete Emotionen und die Wahrnehmung chancenorientierter Frames: Eine experimentelle Untersuchung im Vergleich zum konventionellen Journalismus

Master Medien und Musik

DECKERS, JAKOBO

„If it bleeds, it leads“? Eine experimentelle Untersuchung der Wirkung von Konstruktivem



Journalismus auf Nachrichtenvermeidung auf der Selektionsebene unter Berücksichtigung mediiender Effekte von Emotionen

DITTMANN, JANICA

Statuspassagen als Konzept der Biographik am Beispiel der Sängerin Jenny Lind (1820 – 1887): Lebensphasen als Schlüssel zur Individualität

GANZHORN, KATRIN

„Wir amüsieren uns zu Tode“. Medientrend True Crime – Eine Analyse der Nutzungsmotive und psychologischen Einstellungskonzepte für die Rezeption von True Crime Podcasts. Eine Online-Befragung mit deutschsprachigen True Crime Podcast Hörer*innen

HILFER, ALINA

Die Zukunftsfähigkeit klassischer Musikfestivals. Chancen der strategischen Markenentwicklung

KELLER, HANNAH

Vom Club zum Safer Space. Eine qualitative Untersuchung der Wirksamkeit von Awareness-Maßnahmen zur Prävention sexualisierter Gewalt im Nachtleben

KHAN, ELENA

Digitale Tools im Gesangsunterricht – Eine Interviewstudie mit Lehrenden zu aktuellen Praktiken

KRÖHN, DAVID

Agency-Festivals als transformative Räume. Eine qualitative Untersuchung zu zentralen Gelingungsfaktoren von Agency-Festivals

KUNZE, MAGDALENA

Gleichberechtigung im Konzertprogramm. Die Präsenz von Werken weiblicher Komponistinnen in den Programmen von professionellen Sinfonieorchestern im deutschsprachigen Raum

LEBA, JAKOB

Gesellschaftspolitisch und interdisziplinär: Können innovative Konzertformate die Krise des klassischen Konzerts bewältigen?

LÖW, FINN BJARNE

Pop in NRW. Eine qualitative Untersuchung der Förderstrukturen und des Popmusikökosystems in Nordrhein-Westfalen

MAHLING, KIM-CAROLIN

Virtuosinnen auf Reisen – Zur Rolle der Mobilität im künstlerischen Leben von Pianistinnen im 19. Jahrhundert am Beispiel von Emma Koch (1860-1945)

NAPP-MOLINSKI, TYMON

Wie muss die Künstlerbetreuung der Zukunft aussehen? Eine Exploration der Herausforderungen und Bedürfnisse von Musikschaaffenden am Beispiel von MusicHub



NEHEN, EIKE

POPC in der Beschleunigung des Alltags: Handlungsempfehlungen für Arbeitgebende des Dienstleistungssektors

SCHMIDT, CARMEN

Festivals mit Blick auf morgen – Nachhaltigkeitsmaßnahmen von Musikfestivals. Eine qualitative Untersuchung zur Umsetzbarkeit von empfohlenen Maßnahmen im Bereich der ökologischen Nachhaltigkeit aus Sicht von Veranstaltenden von Musikfestivals

SCHROETER, JONAS

Knowing Where! Agency-Festivals als Ort für einen Einstieg in die Music Industries? Eine qualitative Untersuchung der Professionalisierungserfahrungen von Young Professionals in Music im Rahmen von Konferenzprogrammen der Agency-Festivals

WERNER, ROBIN

Die qualitative Entwicklung eines Tools zur Messung sozialer Nachhaltigkeit von Musikfestivals mit der Situationsanalyse

Promotionen

BRUNS, SOPHIE

Feindlich-verzerrte Wahrnehmung der Nachrichtenberichterstattung als Bedrohung der sozialen Identität – Eine sozialpsychologische Erklärung des Hostile Media Phänomens

EMDE-LACHMUND, KATHARINA

Auf dem Weg zum informierten Bürger? Die Nachrichtennutzung von Jugendlichen aus Entwicklungsperspektive

JASPERSEN, MIRIAM

Die Rolle der Familienkommunikation im Konstrukt der familiären Resilienz. Entwicklung eines kommunikations- und copingzentrierten Modells familiärer Resilienz und dessen empirische Prüfung im Kontext der COVID-19-Pandemie

KORTE, INGA FRIEDERIKE

Erwartungsenttäuschung in parasozialen Beziehungen

ROSSET, MAGDALENA

Das Zusammenwirken von kognitiven Frames und Botschaftsframes im narrativen Persuasionsprozess. Theoretische Integration und empirische Prüfung

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

www.ijk.hmtm-hannover.de
www.linkedin.com/school/institut-für-journalistik-und-kommunikationsforschung
Instagram: @ijk_hannover

Deine Story beginnt hier.

Wir sind MADSACK – ein Arbeitgeber, bei dem jeden Tag Geschichte geschrieben wird. Unsere DNA ist ein unabhängiger, überparteilicher und kritischer Journalismus. Tag für Tag erreichen unsere Medienmarken Millionen Menschen in ganz Deutschland. Mit unserer Arbeit tragen wir dazu bei, unsere Demokratie zu schützen und unsere digitale Zukunft zu gestalten. Das gelingt uns, weil wir für gemeinsame Werte einstehen, ohne unsere Individualität zu verlieren.

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 beim RedaktionsNetzwerk Deutschland)



KONTAKT

mediencampus@madsack.de
www.madsack-medien-campus.de