

Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie

Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK)

Johannes Gutenberg-Universität Mainz | 25.09. – 27.09.2024

Tagungsprogramm

Mittwoch, 25.09.2024		Raum: Kleiner Saal II, 02-741
12:30 – 14:00 Uhr	Medienökonomie ^{JR} -Karriereformat „Pizza & Perspektiven“	
14:00 – 18:00 Uhr	Medienökonomie ^{JR} -Workshop für Doktorand:innen	Miriam Bernhard, Robin Riemann
19:30 – 23:00 Uhr	Get-together	3SEIN, Große Bleiche 60-62, 55116 Mainz
Donnerstag, 26.09.2024		Raum: Großer Saal, 02-521
09:00 – 09:30 Uhr	Begrüßung	
09:30 – 11:00 Uhr	Panel 1: Perspektiven auf Rationalität	Moderation: Bjørn von Rimscha
	Subjektiver Journalismus als subjektiv rationales Handeln im sozialen Kontext	Brinkmann, Janis
	Determiniert das Erlösmodell die publizistische Qualität von Medienangeboten?	Jandura, Olaf; Khabyuk, Olexiy
	Alles rational? Eine Untersuchung der Akquisitionen großer Digital- und Medienkonzerne von 2000 bis 2024 und der resultierenden Markt- und Pressereaktionen	Simoes, David; Eisenbeis, Uwe
	Das Modell des Homo oeconomicus oder: Was junge Menschen heute (noch) ins Berufsfeld Journalismus zieht	Dernbach, Beatrice
11:00 – 11:30 Uhr	Kaffeepause	Essensraum, 02-709
11:30 – 12:45 Uhr	Panel 2: Transformation	Moderation: Andreas Will
	Transformation zur Bildung für nachhaltige, digitale und unternehmerische Kompetenzen im Medienmanagement	Gossel, Britta M.
	DIY-Transformation im öffentlich-rechtlichen Rundfunk: Wie eine Graswurzelbewegung Innovationen der Formatentwicklung in der ARD etabliert	Bernhardt, Christian; Heidbrink, Henriette
	Transformationsprozesse im Journalismus: Ergebnisse aus Gruppendiskussionen aus Wissenschaft und Praxis	Hanisch, Megan; Ollrog, Marc-Christian
12:45 – 14:00 Uhr	Mittagsimbiss	Essensraum, 02-709
14:00 – 15:15 Uhr	Panel 3: Heuristiken und (ir)rationale Entscheidungen	Moderation: Britta M. Gossel
	Irrationale Handlungsmotive: Die Zukunft des partizipativen Lokaljournalismus	Uphaus, Per Ole; Rau, Harald
	Trust Impact on Media Success – Relevance of Trust Measurement for Managerial Decision Making	Heim, Steffen; Fretschner, Michael
	Wie orientiert sich das Medienmanagement? Innovationsadoption aus benachbarten Medienmärkten am Beispiel des Journalismus	Weber, Jonas; Buschow, Christopher; Will, Andreas
15:15 – 15:45 Uhr	Kaffeepause	Essensraum, 02-709

15:45 – 17:00 Uhr	Panel 4: Plattformlogik und Erfolgskennzahlen	Moderation: Christian-Mathias Wellbrock
	Gossips, guesses, business lore. Zum Umgang mit Unsicherheiten auf YouTube	Gebesmair, Andreas
	Der Einfluss von audience metrics auf den Nachrichtenjournalismus: Öffentlich-rechtliche Medien im Spannungsverhältnis zwischen Auftrag und Nachfrage	Lehner, Lea Sophia
	The role of electronic word-of-mouth as a quality signal for film consumption	Cramer, Sebastian; Kunz, Reinhard
17:15 – 18:15 Uhr	Mitgliederversammlung der Fachgruppe Medienökonomie	Großer Saal, 02-521
19:30 – 23:00 Uhr	Abendessen	Weinstube Rote Kopf, Rotekopfgasse 4, 55116 Mainz

Freitag, 27.09.2024		Raum: Großer Saal, 02-521
09:00 – 10:30 Uhr	Panel 5: Künstliche Intelligenz	Moderation: Christopher Buschow
	Künstliche Intelligenz in der Medienmanagement- und Journalismusforschung – Eine Scoping Study	Miriam Bernhard
	Let's learn about AI! Einblicke in die rationale Entscheidungsfindung von MedienmanagerInnen	Miriam Bernhard
	Ökonomische, inhaltliche und technologische Potentiale menschlicher, automatisierter und gemischter Metadatenerzeugung für Mediathek-Inhalte	Horbach, Flavio; Pagel, Sven
	KI in der Medienwirtschaft: Auswirkungen der Integration von KI auf die Wertschöpfungsprozesse am Beispiel Österreich	Krone, Jan; Belinskaya, Yulia; Litschka, Michael; Pinzoliths, Robert; Roither, Michael
10:30 – 11:00 Uhr	Kaffeepause	Essensraum, 02-709
11:00 – 12:30 Uhr	Panel 6: Praxispanel – Rationalisierte Planung durch Inhaltsscores?	Moderation: Björn von Rimscha, Robin Riemann
	ZDF – Kompass	Müller, Stefan
	VRM – Content Score	Petermeier, Katharina
12:30 – 13:45 Uhr	Mittagsimbiss	Essensraum, 02-709
13:45 – 15:00 Uhr	Panel 7: Medienproduktion zwischen publizistischen und ökonomischen Imperativen	Moderation: Gianna Ehrlich
	Die Redaktion – ein wohltemperiertes Klavier	Liefke, Mirco
	Agiles Arbeiten im Journalismus: Einführung, Anwendung und Effekte von agilen Methoden in deutschen Medienhäusern	Hendrichske, Maria; Lautenschläger, Ann-Kathrin
	Zu den Auswirkungen von Netzwerkstrukturen und projektbasierten Produktionsteams in der Medienbranche	Jenne, Timo
15:00 – 15:15 Uhr	Verabschiedung	Raum: Großer Saal, 02-521

Mit freundlicher Unterstützung von

