

Jahrestagungen der Fachgruppen Methoden & Medienökonomie 2025

Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften



17. bis 19. September 2025

Tagungsübersicht: Methoden

Mittwoch - 17. September 2025

12:00-13:30 Uhr	Career Lunch: Pizza und Perspektiven (Medienökonomie & Methoden)	B. 1 OG. 18
14:00-17:00 Uhr	Reproducible CSS - Eine Einführung in die Theorie und Praxis reproduzierbarer computational methods	B. 1 OG. 18
	PhD-Workshop (MedienökonomieJR)	B. 1 OG. 19
18:00 Uhr	Get Together	Ratskeller, SZ-Bad

Donnerstag - 18. September 2025

ab 8:30 Uhr	Anmeldung	B. 2 OG.12, Café Hartmann
9:00-9:15 Uhr	Begrüßung	B. 2 OG.12
9:15-10:30 Uhr	Panel 1: Datennachnutzung & Datenqualität	B. 2 OG.12
10:30-11:00 Uhr	Kaffeepause	
11:00-12:30 Uhr	Panel 2: Verfahren zur Optimierung von Sekundäranalysedaten	B. 2 OG.12
12:30-13:30 Uhr	Mittagspause	Mensa
13:30-14:45 Uhr	Interaktives Format 1: Interactive Workshop: The Methods Hub	B. 1 OG. 18
	Interaktives Format 2: Wissenschaftliche Datenräume gestalten	B. 1 OG. 19
14:45-15:15 Uhr	Kaffeepause	
15:15-16:30 Uhr	Offenes Panel	B. 2 OG.12
16:30-17:00 Uhr	Kaffeepause	
17:00-17:45 Uhr	Gespräch über die Zukunft des FG-Awards	B. 2 OG.12
17:45-19:00 Uhr	Fachgruppensitzung	B. 2 OG.12
19:00 Uhr	Sektempfang & Konferenz-Dinner	Mensa

Freitag - 19. September 2025

ab 8:30 Uhr	Anmeldung	B. 2 OG.12, Café Hartmann
9:00-10:15 Uhr	forsa/Paul Lazarsfeld-Stipendien	B. 2 OG.12
10:15-10:45 Uhr	Kaffeepause	
10:45-12:15 Uhr	Panel 3: KI-Tools zur Analyse politischer Kommunikation	B. 2 OG.12
12:15-12:45 Uhr	Mittagspause oder Lunch Bag	Mensa
12:45-14:00 Uhr	Panel 4: Systematic Review & AI in der Kommunikationswissenschaft	B. 2 OG.12

Tagungsübersicht: Medienökonomie

Mittwoch - 17. September 2025

12:00-13:30 Uhr	Career Lunch: Pizza und Perspektiven (Medienökonomie & Methoden)	B. 1 OG. 18
14:00-17:00 Uhr	Reproducible CSS - Eine Einführung in die Theorie und Praxis reproduzierbarer computational methods	B. 1 OG. 18
	PhD-Workshop (MedienökonomieJR)	B. 1 OG. 19
19:00 Uhr	Get Together	Ristorante Gallo Nero, SZ-Bad

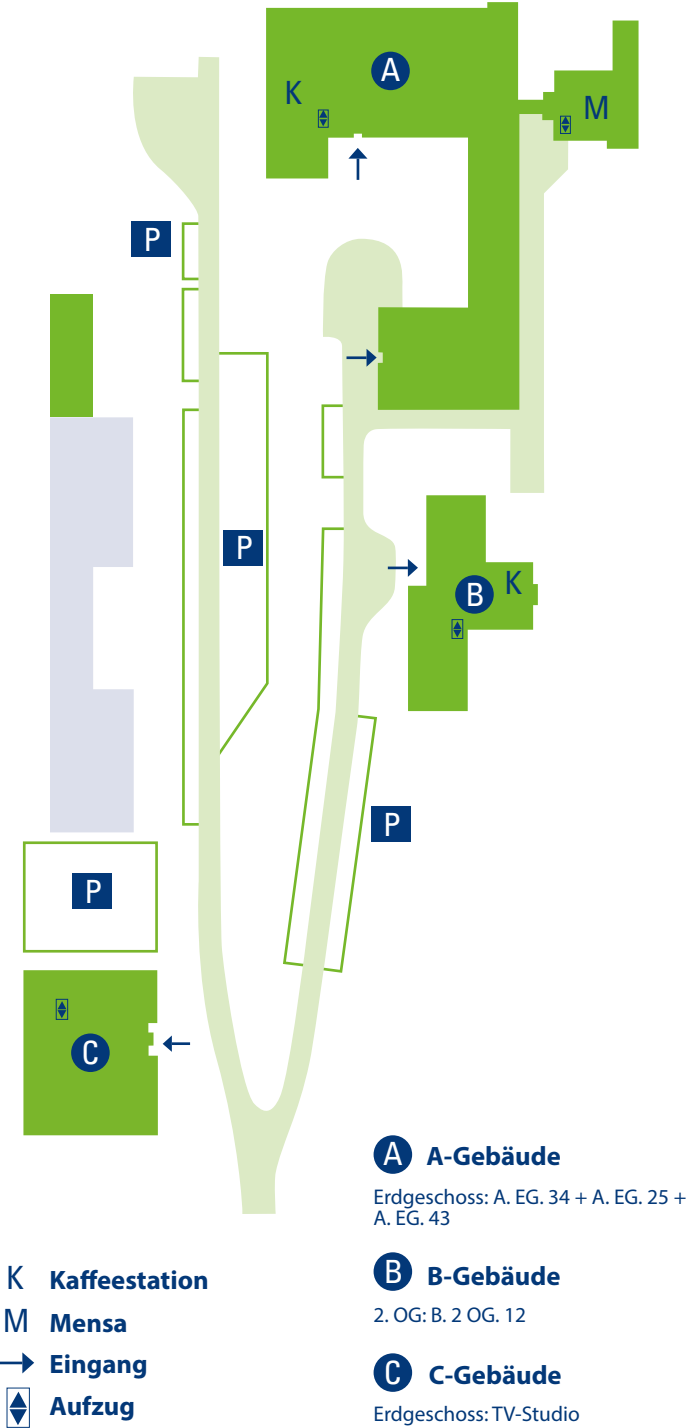
Donnerstag - 18. September 2025

ab 8:30 Uhr	Anmeldung	A. EG. 43
9:00-9:30 Uhr	Begrüßung	A. EG. 43
9:30-11:00 Uhr	Panel 1: Plattformen und ihre Strategien	A. EG. 34
	Panel 2: Journalismus in komplexen Kontexten	A. EG. 25
11:00-11:30 Uhr	Kaffeepause	
11:30-13:00 Uhr	Panel 3: Technologie prägt Medien und Gesellschaft	A. EG. 34
	Panel 4: Offenes Panel	A. EG. 25
13:00-14:00 Uhr	Mittagspause	Mensa
14:00-15:15 Uhr	Workshop	A. EG. 41
15:15-15:45 Uhr	Kaffeepause	
15:45-16:45 Uhr	Was macht Heise anders?	C. 0. 15
17:00-17:45 Uhr	Campusführung	
18:00-19:00 Uhr	Fachgruppensitzung	A. EG. 43
19:00 Uhr	Sektempfang & Konferenz-Dinner	Mensa

Freitag - 19. September 2025

ab 8:30 Uhr	Anmeldung	A. EG. 43
9:00-10:00 Uhr	Impulsvortrag: Muss Big Tech weg, Oliver?	A. EG. 43
10:15-11:45 Uhr	Panel 5: Transformation von (postdigitalen) Strukturen	A. EG. 43
12:00-13:30 Uhr	Panel 6: Audience & Analytics	A. EG. 43
13:30-14:00 Uhr	Lunch Bag & Verabschiedung	A. EG. 43

Lageplan



Panelübersicht: Methoden

Panel 1: Datennachnutzung & Datenqualität



9:15-10:30 Uhr



Claudia Wilhelm

Veröffentlichen, Teilen, Nachnutzen: Faktoren nachhaltiger Forschungspraktiken in der deutschsprachigen Medien- und Kommunikationswissenschaft
(Denise Sommer, Anna Brucks, Jörg Hagenah, Christian Strippel)

Das Internet vergisst nichts? Zur Stabilität, Replizierbarkeit und Nachnutzbarkeit von Online-Samples
(Katharina Maubach, Jakob Jünger, Annabell Jendrilek)

Sind Meinungsäußerungen auf Twitter/X ein Indikator für die öffentliche Meinung? Eine Untersuchung am Beispiel der Bewertung der Maßnahmen zur Bekämpfung der Covid19-Pandemie
(Marcus Maurer, Simon Kruschinski, Tilman Beck, Shakib Yazdani, Iryna Gurevych)

Panel 2: Verfahren zur Optimierung von Sekundärdatenanalysen



11:00-12:30 Uhr



Felix Münch

Datenfusion in der kommunikationswissenschaftlichen Wirkungsforschung: Eine Plausibilitätsprüfung fusionierter Daten zu Mediennutzung und Bildungsauscomes
(Anne Reinhardt, Claudia Wilhelm, Dimitri Prandner)

Normdaten und Knowledge Graphs als Grundlage für Sekundäranalysen in den Sozialwissenschaften
(Lennart Höfig, Jakob Jünger)

Wie sich deskriptive Sekundärdaten mithilfe von Simulationsverfahren zur Theorie- und Hypothesenbildung einsetzen lassen: Ein Simulationsbeispiel zum Einfluss von Berichterstattungsvielfalt auf Medienvertrauen
(Matthias Mack)

Prompting NeMo: Finding good prompting strategies for reliable automated LLM coding in the social sciences
(Andreas Reich, Claudia Thoms, Tobias Schrimpf)

Panelübersicht: Methoden

Offenes Panel



15:15-16:30 Uhr



Tim Schatto-Eckrodt

From Recruitment to Digital Behavioral Data: A Methodological Evaluation of Participation Bias in Web-Tracking Using the GESIS Panel.dbd

(Frank Mangold, Judith Gilsbach, Sebastian Stier, Joachim Piepenburg, Bernd Weiß)

Forschung mit älteren Internet-Nutzer:innen: Praktische Herausforderungen und Lösungsansätze

(Luise Anter, Martin Fischer, Anna Sophie Kümpel)

How do Message Features Affect the Decision to Participate in Data Donation Studies? A Vignette Experiment and Data Donation Study

(Elisabeth Schmidbauer, Anna Sophie Kümpel, Jade Vrielink, Puck Guldemon, Jörg Haßler)

Panel 3: KI-Tools zur Analyse politischer Kommunikation



10:45-12:15 Uhr



Heidi Schulze

"Populismus auf Sendung: Die Rolle populistischer Rhetorik in Talkshows vor der Wahl" - Anwendung von PopBERT (Erhard et al., 2025) auf politische Talkshows

(Emma Leuner)

Konzeption einer automatisierten kontinuierlichen Nachrichtenforschung auf Basis einer KI-Pipeline

(Jens Vogelgesang, Andreas Reich)

Mapping the Measurement of Populism: A Systematic Review of Computational Approaches

(Immanuel von Detten, Anke Stoll, Max Schindler)

Latente Klassenanalysen mit gemischten Indikatoren – Praktische Herausforderungen und Vorstellung des neuen R-Pakets easyICA

(Markus Radke, Steffen Lepa)

Panel 4: Systematic Review & AI in der Kommunikationswissenschaft



12:45-14:00 Uhr



Jakob Jünger

AI in Systematic Reviews and Their Future in Communication Science

(Max Schindler, Emese Domahidi)

Evaluating Large Language Models for Title and Abstract Screening in Communication-Science Systematic Reviews

(Fiarra Pohling)

Evaluating LLM-Supported Abstract Screening for Systematic Literature Reviews

(Henrieke Kotthoff)

Panelübersicht: Medienökonomie

Panel 1: Plattformen und ihre Strategien



9:30-11:00 Uhr



Henriette Heidbrink

25 Jahre Spotify & Co. – Eine Analyse von Erlösmodellen, Versionierungsstrategien und Preisstrukturen von Musikstreaming-Plattformen
(David Simões, Uwe Eisenbeis)

Streaming the Mission: A Systematic Literature Review of Public Service Media Platform Strategies
(Maxi-Josephine Rauch)

Postdigitale Medienordnungen: Verhindern oder Ermöglichen als handlungsleitende Kalküle. Motiviert am Beispiel des Spannungsfelds der Medien- und Kulturförderung
(Svenja Hagenhoff)

Plattformstrategien zur Nutzerbindung: Abonnement-Modelle, Bündelung und Nutzerbewertung im deutschen Streaming-Markt
(Verena Telkmann, Christian Zabel, Sebastian Cramer, Reinhard Kunz)

Panel 2: Journalismus in komplexen Kontexten



9:30-11:00 Uhr



Marc-Christian Ollrog

Politische Content-Creator auf Social Media Plattformen – Die Produktion von digitalem Explainer-Journalismus des ARD-ZDF- Content-Netzwerks funk
(Janis Brinkmann)

Wüstenradar – zur Verbreitung des Lokaljournalismus in Deutschland von 1992-2023
(Christian-Mathias Wellbrock, Sabrina Maaß)

Effiziente Medienproduktion als Mittel zur Gefahrenreduzierung bei Naturkatastrophen als ausgewählte Polykrisen
(Lisa-Sophie Baldauf, Sven Pagel, Pascal Neis)

Journalistische Gründungen als Antwort auf politische Polarisierung – eine explorative Fallstudie zu News-Start-ups in Südkorea;
(Lars Rinsdorf, Ragna Seidler-de Alwis, Petra Werner)

Panelübersicht: Medienökonomie

Panel 3: Technologie prägt Medien und Gesellschaft



11:30-13:00 Uhr



Harald Rau

The Credibility Challenge: Perception, Trust, and Monetization of AI-Generated Media

(Barabara Brandstetter, Anja Zenk)

KI-Tools in öffentlich-rechtlichen Medien als evolutionärer Fortschritt? Erkenntnisse aus Darwins Evolutionstheorie und empirischen Befunden
(Marcel Franze)

Zeiten der „Postdigitalität“. Erkenntnisse einer empirischen Analyse des KI-Investitions- und Akquisitionsverhaltens von Digital- und Medienkonzernen
(Uwe Eisenbeis, David Simões, Magdalena Ciepluch)

Wie Technologien sich auf die Gesellschaft auswirken: Eine erweiterte Geschäftsmodellontologie als Analyseinstrument gesellschaftlicher Nachhaltigkeit in der digitalen Plattformökonomie am Fallbeispiel von STUDIO Duisburg
(Olexiy Khabyuk, Olaf Jandura)

Panel 4: Offenes Panel



11:30-13:00 Uhr



Lars Rinsdorf

Hollywoods KI-Lernkurve: Eine KI-gestützte Analyse von Adoptionsbarrieren in Branchenpublikationen im Zeitverlauf
(Katja Leifheit)

Dynamic Pricing – Werkzeug der Gewinnmaximierung (post-) digitaler Geschäftsmodelle der Medienbranche?
(Philipp Funccius)

Lernmedien im Takt der Plattformen: Eine Wettbewerbsanalyse digitaler Musiklernangebote im Markt der Musikverlage
(Janna ten Thoren, Sven Pagel, Jasmin Bastian)

Loyalität auf Abruf - Einflussfaktoren auf die Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität gegenüber Video-on-Demand-Anbietern
(Lia Ling, Lia, M. Bjørn von Rimscha)

Panelübersicht: Medienökonomie

Panel 5: Transformation von (postdigitalen) Strukturen



10:15-11:45 Uhr



Christopher Buschow

Transformation durch Communities of Practice: Zur Rolle von CoPs im strategischen Management des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
(*Christian Bernhardt, Henriette Heidbrink*)

Transformationsprozesse im Journalismus: Eine quantitative Befragung unter deutschen Journalist*innen
(*Megan Hanisch, Marc-Christian Ollrog*)

Ökonomisch bedingte epistemische Unverfügbarkeit in postdigitalen Strukturen
(*Alexander Boltze*)

Medien-Ökosystem-Theorie für postdigitale Medienökonomie
(*Carsten Winter*)

Panel 6: Audience and Analytics



12:00-13:30 Uhr



N.N.

Social-Media-Communities und kommerzieller Erfolg von Büchern: Eine Analyse von User Engagement auf BookTok und Bookstagram
(*Marie Beßner, Sebastian Cramer, Reinhard Kunz*)

Aligning professional and managerial logics in the use of Audience Analytics
(*Tobias Schmidt*)

Medienmeritorik: Determinanten der Unterstützungsbereitschaft
(*Harald Rau, Anna Brucks, Viktoria Heyer*)

Blindes Vertrauen in Metriken? Wie Metrikennutzung, Rollenorientierungen und Reflexion zusammenhängen
(*Robin Riemann*)

Fahrplan

Donnerstag - 18. September 2025

Engerode/Calbecht ➡ SZ-Bad, Bahnhof

Abfahrt	Linie
20:13 Uhr	Bus 612
20:43 Uhr	Bus 612
21:13 Uhr	Bus 612
22:00 Uhr	Flexo
22:13 Uhr	Bus 612
22:38 Uhr	Bus 628
23:13 Uhr	Bus 612
00:13 Uhr	Bus 612

Engerode/Calbecht ➡ SZ-Lebenstedt, Bahnhof

Abfahrt	Linie
20:08 Uhr	Bus 612
20:54 Uhr	Bus 612
21:54 Uhr	Bus 612
22:54 Uhr	Bus 612

Jahrestagungen der Fachgruppen Methoden & Medienökonomie 2025



gefördert durch

zukunft.
niedersachsen