



Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e.V. 1963-2013



Universität
Zürich^{UZH}

IPMZ – Institut für
Publizistikwissenschaft
und Medienforschung

NETZWERK MEDIENSTRUKTUREN

UNI
FR

UNIVERSITÉ DE FRIBOURG
UNIVERSITÄT FREIBURG

Departement für
Kommunikationswissenschaft
und Medienforschung DCM

Methodische Zugänge zur Erforschung von Medienstrukturen, Medienorganisationen und Medienstrategien

Forschungsdesigns – Quellen(-kritik) – Methoden -
Forschungspraktische Beispiele

Jahrestagung 2015 der Fachgruppe Medienökonomie in der DGPuK
und

Workshop 2015 des Netzwerks Medienstrukturen

15.-17. Oktober 2015 am IPMZ in Zürich

Donnerstag 15.10.2015

14:30-18:00	Medienökonomie ^{JR} Doktorierendenworkshop	AND 4.57
15:00-17:00	Netzwerk Medienstrukturen Doktorierendenworkshop	BIN 1 D.25
Ab 18:30	Get-together	Gleis 9 Affolternstrasse 52 8050 Zürich

Freitag 16.10.2015

08:30-09:00	Registrierung	BIN 0.K.11
09:00-09:05	Begrüßung	BIN 0.K.02
09:05-10:00	Panel I Medienstrukturanalyse Chair: Manuel Puppis – <i>Universität Freiburg</i> Die Qualitative Comparative Analysis als Methode zur Erklärung von Medienstrukturwandel Samuel Studer & Edda Humprecht – <i>Universität Zürich</i> Zur Analyse von Medienstrukturen mittels Methodentriangulation Maria Karidi & Michael Meyen – <i>Ludwig-Maximilians- Universität München</i> Abstraktionsniveau, Gültigkeit und Zuverlässigkeit von Merkmalen zur Beschreibung von Medienstrukturen Manfred Kops – <i>Universität zu Köln</i>	BIN 0.K.02
10:10-10:05	Kurzpause	

10:15-11:20	Panel II Methoden der Erfassung von Akteurshandeln	BIN 0.K.02
	<p>Chair: Harald Rau – Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften</p> <p>Methoden der Medienökonomie und Medienmanagement Forschung</p> <p>M. Bjørn von Rimscha & Juliane Lischka – Universität Zürich</p> <p>Medienkonsumenten als begrenzt rational handelnde Akteure - Diskussion empirischer Zugänge</p> <p>Leyla Dogruel – Freie Universität Berlin</p> <p>Spieltheorie und Medienökonomie: Was die Medienökonomie von der Spieltheorie-Perspektive lernen könnte</p> <p>Paul Murschetz – Alpen-Adria-Universität Klagenfurt</p>	
11:20-11:45	Kaffeepause	BIN 0.K.11
11:45-12:45	Round Table: Möglichkeiten und Schwierigkeiten	BIN 0.K.02
	<p>Moderation:</p> <p>Gabriele Siegert – Universität Zürich</p> <p>Teilnehmer:</p> <p>Michel Clement – Universität Hamburg</p> <p>Wolfgang Seufert – Friedrich-Schiller-Universität Jena</p> <p>Michèle Ernst Staehli - Schweizer Kompetenzzentrum Sozialwissenschaften (FORS)</p> <p>Kathrin Kissau - Net Metrix</p>	
12:45-14:15	Lunch	Mensa Binzmühle
14:15-15:20	Panel III Best Practice und neue Methoden - quantitativ	BIN 0.K.02
	<p>Chair: Wolfgang Seufert – Friedrich-Schiller-Universität Jena</p> <p>Propensity Score Matching to evaluate Causal Treatment Effects: The Case of Film-Funding Activities in Germany on Movie Demand and Quality</p> <p>Rouven Seifert – Universität Hamburg</p> <p>Potentiale und Herausforderungen beim Einsatz statistisch ökologischer Regressionen für die Analyse medienökonomischer Fragestellungen</p> <p>Olaf Jandura & Damir Babić – Heinrich Heine Universität Düsseldorf</p> <p>Experimental settings to study herding effects in the area of social media</p> <p>Heike Seemann & Michel Clement – Universität Hamburg</p>	
15:20-15:25	Kurzpause	

15:25-16:30	Panel IV Best Practice und neue Methoden - qualitativ	BIN 0.K.02
	<p>Chair: Cornelia Wallner – <i>Ludwig-Maximilians-Universität München</i></p> <p>Redaktionsstrategien und Arbeitsroutinen der Online-Video-Produktion in Medienunternehmen – Kritische Diskussion eines qualitativen Mehrmethodendesigns</p> <p>Nicole Langenheim – <i>Axel Springer</i>, Sven Pagel – <i>Hochschule Mainz</i> & Christian Zabel – <i>Zabel Associates</i></p> <p>Total Interpretive Structural Modeling - Ein medienökonomischer Methoden-Check am Beispiel der Studie „Erfolgsfaktoren von Markenmedien“</p> <p>Andreas Baetzgen – <i>Hochschule der Medien</i> & Jörg Tropp – <i>Hochschule Pforzheim</i></p> <p>Zur Ethnographie von Medienindustrien</p> <p>Andreas Gebesmair & Christoph Musik – <i>Fachhochschule St. Pölten</i></p>	
16:30-16:55	Kaffeepause	BIN 0.K.11
16:55-18:00	Panel V Best Practice und neue Methoden – quantitativ II	BIN 0.K.02
	<p>Chair Christian-Mathias Wellbrock – <i>Universität Hamburg</i></p> <p>Methoden zur Analyse der Marketingeffizienz im dynamischen Setting</p> <p>Martha Wegner – <i>Universität Hamburg</i></p> <p>Zahlungsbereitschaft und Kontingenz: Zur Anwendung und Aussagekraft von Zahlungsbereitschaftsanalysen bei der Erforschung von Medienstrukturen</p> <p>Robert Schlegel – <i>Friedrich-Schiller-Universität Jena</i></p> <p>Blind für die Zeit? Ein mehrstufiges Forschungsdesign zur Erweiterung von Erfolgsfaktorenmodellen um die dynamische Analyse medienproduktbezogener Online-Kommunikation</p> <p>Felix Sattelberger – <i>Friedrich-Schiller-Universität Jena</i></p>	
18:00:19:15	Fachgruppensitzung	BIN 0.K.02
19:15-19:45	Transfer	
Ab 19:45	Abendessen	<p>Restaurant <u>Die Waid</u></p> <p>Waidbadstrasse 45</p> <p>8037 Zürich</p>

Samstag 17.10.2015

09:00-10:05	<p>Panel VI: Ländervergleichende Forschung</p> <p>Chair: Josef Seethaler – <i>Österreichische Akademie der Wissenschaft</i> Der Einfluss von Presseförderung auf Medienkonzentration und publizistische Vielfalt Steffen Kolb & Mathias Oertel – <i>Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin</i> Theoretische Grundlagen, Indikatoren, Operationalisierungen und Datenquellen in international vergleichenden Studien zu Mediensystemen Cornelia Wallner – <i>Ludwig-Maximilians-Universität München</i> Methodische Herausforderungen International, multinational, transnational, global? Methodische Herausforderungen von Untersuchungen zu Management und Ökonomie grenzüberschreitender Medienkommunikation Pamela Przybylski & Klaus-Dieter Altmeyen – <i>Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt</i>, Denise Voci & Matthias Karmasin – <i>Alpen-Adria-Universität Klagenfurt</i> & Funda Güngör & M. Bjørn von Rimscha – <i>Universität Zürich</i></p>	AND 3.06
10:05-10:10	Kurzpause	
10:10-11:15	<p>Panel VII: Designeffekte und Datenqualität</p> <p>Chair: Leyla Dogruel – <i>Freie Universität Berlin</i> Designeffekte in der ländervergleichenden Mediensystemanalyse mit Querschnittsmodellen Jens Woelke & Frank Marcinkowski – <i>Westfälische Wilhelms-Universität Münster</i> Wie gut eignen sich Daten der amtlichen Wirtschaftsstatistik zur Analyse von Medienteilbranchen und Medienmärkten? Wolfgang Seufert – <i>Friedrich-Schiller-Universität Jena</i> Online-Panels: Höhere Datenqualität ohne Selbstselektion Harald Rau & Julia Rosenbauer – <i>Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften</i></p>	AND 3.06
11:15-11:50	<p>Kaffeepause und Sektempfang zur Publikation des Tagungsbandes der FG Medienökonomie Tagung 2014: Sven Pagel (Hg.)(2015): Schnittstellen (in) der Medienökonomie. Baden-Baden: Nomos Verlag.</p>	AND 5.29
	Netzwerksitzung	AND 3.06
11:50-12:55	<p>Panel VIII: Methodische Herausforderungen bei der Analyse des TV-Angebots und TV-Marktes</p> <p>Chair: Sven Pagel – <i>Hochschule Mainz</i> Zur externen Validität der digitalen Quote im Fernsehmarkt: Methodeninnovation und –kritik Christopher Buschow & Daniel Possler – <i>Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover</i> Automatisierte TV-Programmanalyse mit Daten aus elektronischen Programmführern Markus Grammel, Johann Gründl, Gisela Reiter & Nicole Gonser – <i>FH Wien</i> Determinanten der Mediensystementwicklung aus multivariater Perspektive - Ein Simulation von Daten zum TV in A, CH und D Jens Woelke – <i>Westfälische Wilhelms-Universität Münster</i> & Steffen Kolb – <i>Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin</i></p>	AND 3.06
12:55	Abschied mit Lunchpaketen	AND 5.29

Hier geht es zu den [Lageplänen für die Räume](#).

Am Freitag findet die Veranstaltung im Souterrain des Psychologischen Instituts statt, am Samstag im 3. Stock am IPMZ.

Wir danken unseren Sponsoren für die grosszügige Unterstützung!

tamedia:



Universität
Zürich ^{UZH}

IPMZ - Institut für Publizistik-
wissenschaft und Medienforschung



Zürcher Universitätsverein
Ehemalige und Freunde der UZH

