

PROGRAMM

„Innovation in der Medienproduktion und -distribution“

Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie
der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Ausrichter:

Christian Zabel (TH Köln)
Christian-Mathias Wellbrock (Universität zu Köln)

26.-28. September 2019 in Köln

25.-26.09.2019 Symposium "Erfolgreicher Digitaler Journalism – Entrepreneurial Journalism" an der Universität zu Köln (ausgerichtet von Christian Wellbrock, nicht Teil der Fachgruppentagung). Weitere Informationen finden Sie unter: <https://www.mediatech.uni-koeln.de/de/transferevents/symposium-erfolgreicher-digitaler-journalismus-entrepreneurial-journalism-2019/>.

Donnerstag, 26.09.2019:

nachmittags Doktorandenworkshop von MedienökonomieJR an der Universität zu Köln (Anmeldung über MedienökonomieJR)
18.00 Uhr Pre-Conference-Dinner, Brasserie "Aller Kolör"
 (nicht im Konferenzbeitrag enthalten)
20.00 Uhr Boing Comedy Club
 (10 € Eintritt, nicht im Konferenzbeitrag enthalten)

Freitag, 27.09.2019:

9.00 – 9.30 Uhr Anmeldung
9.30 – 9.45 Uhr Begrüßung
9.45 – 10.45 Uhr Keynote von Steven S. Wildman
10.45 – 11.15 Uhr Pause
11.15 – 12.45 Uhr Session 1

Session 1: Medienökonomik und Regulierung	
The effect of recommender systems on fragmentation	Johannes Münster (Uni Köln)
The Factors Impacting Article Processing Charges in Open Access Publishing	Budzinski, Grebel, Wolling, Zhang (TU Ilmenau)
The Deletion of Contents on Social Media: The Case of the NetzDG and Facebook	Sörensen, Rott, Maaß (Hamburg Media School)
The Spillover Effect on Media Trust and Its Influence on News Engagement: Experimental Findings Based on the Example of Google's Digital News Initiative	Wilczek (Uni Lugano)

12.45 – 13.45 Uhr Mittagessen
13.45 – 15.00 Uhr Praktikerpanel:
 Herausforderungen der Innovation in Medienunternehmen.
 Kerstin Fröhlich, Leiterin Innovationsmanagement DER SPIEGEL
 Christian Arnold, Chief Data Officer TV, Deutsche Telekom AG
 Daniel Gatzke, Gründer Gatzke Media
15.00 – 15.30 Uhr Pause
15.30 – 17.00 Uhr Sessions 2 und 3

Session 2: Digitale Transformation		Session 3: Technologieadoption und -diffusion	
Innovative Kampagnen- Hashtags und Medienkonvergenz: Entscheidungsfaktoren, Umsetzungsoptionen und Wirkungsmechanismen	Moutchnik (HS Rhein-Main)	Welche Technologien? Welche Regionen? Welche Sektoren? Eine explorative Untersuchung der Technologie-Investitionen von Medienunternehmen	Ciepluch, Eisenbeis, Kühnle (HdM Stuttgart)
„Aufschlagen, blättern lesen – in ‚nur‘ 23 Klicks?“ Analyse der Probleme digitaler Umsetzungs- und Distributionsstrategien deutscher Fachmagazine	Kunz, Hagenhoff, Pagel (HS Mainz, Uni Erlangen)	Adoption emergenter und technologiebasierter Medieninnovationen in Medienunternehmen am Beispiel Cross Reality (XR)	Zabel, Telkmann (TH Köln)
One Women Show: Social- Media-Influencer als neuer Typ personalisierter Medienorganisation	Enke, Borchers (Uni Leipzig)	Mobiler Journalismus und lokale Nachrichten – Eine Studie zur Innovationsdiffusion von Lokalisierungstechnologien in der Produktion, Distribution und Nutzung mobiler Nachrichten	Ehlers, Rau (Uni Jönköping, Ostfalia)
Dem Zuschauer auf der Spur – der digitale Wandel beim WDR	Merten (freie Journalistin)	Innovationsmöglichkeiten im Lokaljournalismus beispielhaft dargestellt am Fernsehsender STUDIO 47	Stevic, Bauer (IST Düsseldorf)

17.00 – 17.30 Uhr Pause
17.30 – 18.30 Uhr Fachgruppensitzung
ab 19 Uhr Konferenz-Dinner "Altes Brauhaus",
Verleihung von Best-Paper- und Nachwuchs-Preis

Samstag, 28.09.2019:**9.30 – 11.00 Uhr** Sessions 4 und 5

Session 4: TV + VoD		Session 5: Business Models and Paid Content	
Consumer Innovativeness and SVOD Acceptance	Kunz (Uni Köln)	Past Payment, Paying Intent, and Willingness to Pay for Digital Journalism – A Literature Review	Kunkel, Wellbrock, Kleer (Uni Köln)
VoD Market Success Factors of Motion Pictures	Weber (Uni Köln)	Published in print and offered online for free? An analysis of the paid content strategy of different national newspapers and magazines in Germany	Brandstetter (HS Neu-Ulm)
Innovation und Transnationalisierung: Aushandlungen in der deutschen Fernsehserien-Industrie	Krauß (Uni Siegen)	Kundenbindung, Exklusivität und Markenerleben: Kunden-Clubs als neues Geschäftsmodell für Zeitungen	Goetz (IST Düsseldorf)
Veränderung audiovisueller Produktionen durch geänderte Finanzierungsweise?	Kolb (HTW Berlin)	Digitale Vertriebsstrategie: Eine Studie zum Mehrwert von Paid Content bei deutschen Tageszeitungen	Neumann, Ollrog (Ostfalia)

11.00 – 11.30 Uhr Pause**11.30 – 12.30 Uhr** Sessions 6 und 7

Session 6: Medieninnovationsforschung		Session 7: AI + Data Analytics	
Validität durch Agilität: Methodische Implikationen einer praxistheoretisch fundierten Medieninnovationsforschung	Buschow, Rinsdorf (Uni Weimar, HdM Stuttgart)	Zukunftstechnologien in der aktuellen Medienmanagementforschung und -praxis	Gossel, Bernhard, Windscheid, Will (TU Ilmenau)
Methoden, Modelle und Konzepte des innovativen Unternehmerjournalismus - Strukturanalyse & Methodenkritik	Heidbrink (HS Darmstadt)	AI Media Technology Landscape als Systematisierungsinstrument für den Einsatz von KI in Medienunternehmen	Hauck, Pagel (HS Mainz)
Verdrängen Google, Facebook & Co. die Medien? Innovationspotenziale der Medienindustrie im digitalen Transformationsprozess	Gundlach (HAW Hamburg)	Traditional TV Broadcasters Benefitting from Data Analytics Opportunities	Keuchel, Loebbecke, Niederle (Uni Köln)

12.30 Uhr Lunch und Ende der Konferenz**Social Program (optional):****13.00 Uhr** Bustransfer zum Drachenfels, Besichtigung, Rückfahrt per Schiff auf dem Rhein (ca. 50 €, nicht im Konferenzbeitrag enthalten)**18.00 Uhr** Ende

Weitere Informationen zur Fachgruppentagung:

<http://medienoekonomiekoeln2019.de>

Prof. Dr. Christian Zabel

Technische Hochschule Köln

Professur für Unternehmensführung und
Innovationsmanagement

Claudiusstraße 1

50678 Köln

Tel. +49 221 8275 3298

christian.zabel@th-koeln.de

Prof. Dr. Christian-Mathias Wellbrock

Universität zu Köln

Professur für Medien- und
Technologiemanagement

Pohligstr. 1

50969 Köln

Tel. +49 221 470 5367

christian.wellbrock@uni-koeln.de

Twitter: [@docwellbrock](https://twitter.com/docwellbrock)