



**LEHR- UND FORSCHUNGSBEREICH  
EMPIRISCHE KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT**

---

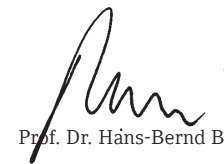
**RÜCKBLICK 2008**

Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung  
Ludwig-Maximilians-Universität München

Im Jahr 2008 konnten wir ein kleines Jubiläum feiern. Seit 10 Jahren leite ich den Lehrstuhl für empirische Kommunikationswissenschaft. Vorher war der Bereich als C3-Proessur geführt worden. Betrachte ich die Jahresrückblicke, die wir seit 1997 führen, so erfüllt mich die Entwicklung mit Freude. Aus einer vergleichsweise kleinen Einheit mit zwei Mitarbeiterstellen und einem DFG-Projekt ist ein für sozialwissenschaftliche Verhältnisse großer und, wie ich finde, vorzeigbarer Lehrbereich geworden, der in Forschung und Lehre Einiges vorzuweisen hat. Das vorliegende Heft zeugt von unseren Aktivitäten im vergangenen Jahr 2008: Publikationen, Vorträge, Projektberichte, aber auch zahlreiche Bachelor-, Master- und Doktorarbeiten sind bei uns entstanden.

Das ist natürlich in erster Linie ein Verdienst der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich weit über das Notwendige hinaus eingesetzt haben und dennoch auch Zeit gefunden haben, an ihrer eigenen Karriere zu arbeiten. Dass der Nachwuchs bei uns ein attraktives Umfeld findet, belegen einige Karrierewege. Fünf Habilitanden, die ich als Mentor in den vergangenen Jahren betreut habe, erhielten – zum Teil vor Abschluss des Habilitationsverfahrens – Rufe auf Professuren. Patrick Rössler (2001 Lehrstuhl Erfurt), Bertram Scheufele (2006 Professur Jena), Wolfgang Schweiger (2007 Vertretungsprofessur Dresden), Thorsten Quandt (2009 Lehrstuhl Hohenheim) und Oliver Quiring (2009 Professur Mainz) zeigen, dass der Nachwuchs aus München gesucht ist.

Die jüngeren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen mir große Freude und Hoffnung, dass aus München noch mehr Forscher ihren Weg in die Kommunikationswissenschaft finden. Ich darf Sie einladen, sich über unsere Aktivitäten zu informieren und mit uns das Gespräch zu suchen, zum wissenschaftlichen Austausch und vielleicht zur Generierung neuer Ideen.



Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius

Medien und öffentliche Kommunikation berühren zahlreiche Aspekte des täglichen Lebens und nicht weniger Fachbereiche wissenschaftlicher Forschung. Mit vielen dieser Fachbereichen ist der Lehrstuhl für empirische Kommunikationsforschung über seine vier Säulen eng vernetzt.

### Rezeptions- und Wirkungsforschung

Die Rezeptions- und Wirkungsforschung setzt sich mit Auswahl, Wahrnehmung, Erleben und Wirkung von Medieninhalten auseinander. Ein Schwerpunkt liegt auf der (Weiter-)Entwicklung traditioneller und innovativer Erhebungsverfahren (Beobachtung, Befragung, psychophysiologische und apparative Verfahren). So werden in einem aktuellen Projekt beispielsweise Zusammenhänge zwischen Fernsehnutzung und Identität mit unterschiedlichen methodischen Zugängen untersucht.

### Gesundheitskommunikation

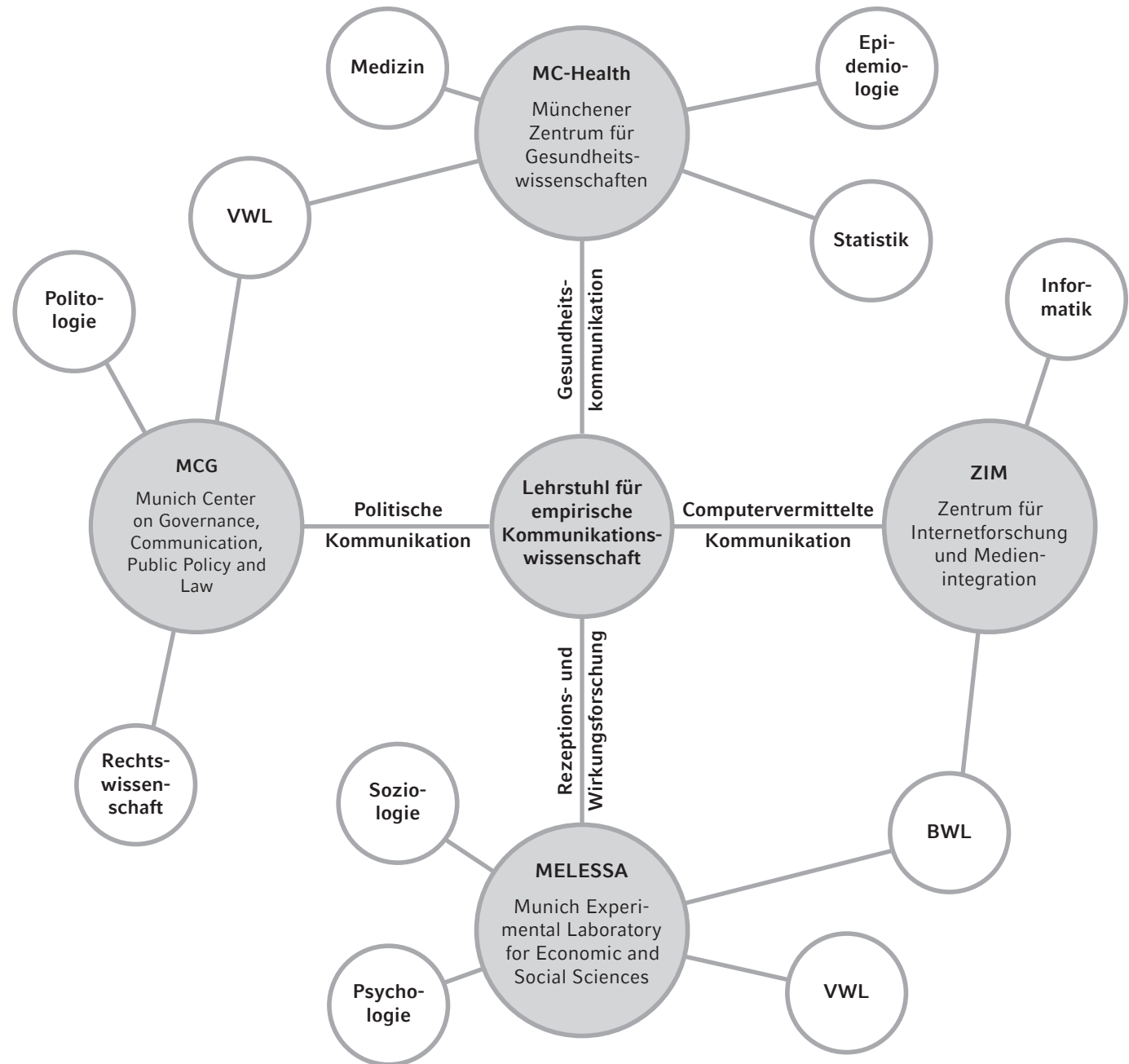
Den Medien kommt eine wichtige Rolle im Gesundheitssektor zu: Sie sind sowohl Gesundheitsfaktor als auch Träger von Gesundheitsinformation. Der Lehrstuhl beschäftigt sich mit Darstellung und Wirkung gesundheitsbezogener Medieninhalte (u.a. im Rahmen des LMU-Innovationsprogramms „Munich Center of Health Sciences“), untersucht Zusammenhänge zwischen Mediennutzung, Gesundheit und Krankheit und die Wirksamkeit von Informationsmedien u.a. im Hinblick auf Präventions- und Verhaltensmaßnahmen.

### Politische Kommunikation

Die wachsende Bedeutung der Medien für das politische System bringt Chancen, aber auch Gefahren, mit sich. Die Forschung zu politischer Kommunikation am Lehrstuhl untersucht politische Medieninhalte auf ihr Erscheinungsbild, ihren Einfluss auf das politische Meinungsklima und die öffentliche Meinung. Darüber hinaus stehen die journalistischen Mechanismen im Fokus, mit denen politische Medieninhalte produziert werden.

### Computervermittelte Kommunikation

Der Lehrstuhl widmet sich der Thematik Computervermittelte Kommunikation in einer Reihe von Einzelprojekten (u.a. gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung sowie diversen Kooperationspartnern aus der Medienwirtschaft). Im Vordergrund stehen die sozialen Auswirkungen und ökonomischen Potenziale der Digitalisierung. Dabei arbeitet der Lehrstuhl im Rahmen des Zentrum für Internetforschung und Medienintegration (ZIM) eng mit der Informatik und Betriebswirtschaftslehre zusammen.



## Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius



Medienwirkungsforschung  
Rezeptionsforschung  
Digitalisierung von Medien  
Empirische Methoden

☎ (089) 2180-9441  
brosius@ifkw.lmu.de

\* 1957. 1976 bis 1980 Studium der Psychologie, Philosophie, Pädagogik und Medizin an der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster, danach bis zur Promotion 1983 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Psychologischen Institut. Im November 1983 Wechsel an das Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Dort zunächst wissenschaftlicher Mitarbeiter, danach DFG-Stipendiat im Rahmen des Postdoktorandenprogramms. Auslandsaufenthalte in England und den USA. 1990 bis 1996 Hochschulassistent, später Hochschuldozent (C2) in Mainz. Dort 1994 Habilitation im Fachbereich Sozialwissenschaften; Venia Legendi: Publizistikwissenschaft. Im WiSe 1994/95 und WiSe 1995/96 Vertretung einer C3-Professor für Empirische Kommunikationswissenschaft am Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW) der Ludwig-Maximilians-Universität München. Zum SoSe 1996 Übernahme dieser Professur. Seit 1998 Inhaber des Lehrstuhls für Empirische Kommunikationswissenschaft. Seit Mai 1995 Direktor des Medien Instituts Ludwigshafen, einer durch einen Trägerverein getragenen Forschungseinrichtung, die sich mit angewandter Medienforschung befasst. Mitglied des Editorial Boards der Zeitschriften „Journal of Communication“, „Journal of Broadcasting and Electronic Media“, „Communication Theory“, „Communication Research“ und „Media Psychology“. Mitherausgeber der Reihe „Kommunikation“ im Karl-Alber-Verlag, Freiburg und der Lehrbuchreihe „Kommunikationswissenschaft“ im Verlag für Sozialwissenschaften sowie Herausgeber der Reihe „Angewandte Medienforschung“ im Reinhard Fischer-Verlag, München. 05/1998 – 05/2002 Vorsitzender der DGpuK. Seit 10/2001 Dekan der Sozialwissenschaftlichen Fakultät und Mitglied der Planungskommission der Universität. Seit 2007 Member of the Editorial Board, International Journal of Public Opinion Research.

### Forschungsprojekte 2008

Aktuelle Ansätze zur Verteilung kommerzieller und nutzergenerierter Inhalte: „Superdistribution“ (ZIM-Projekt i. A. der Telekom AG, zus. mit Tanja Pfister, Katja Tschoepe, Sebastian Doedens).  
Fallbeispiel- und Furchtappelleffekte in der Gesundheitskommunikation (DFG, zus. mit Tanja Pfister).  
Third-Person-Effekte im Agenda-Setting-Prozess (DFG, zus. mit Inga Huck & Oliver Quiring).  
Fallbeispiele in der Medienwirkungsforschung (zus. mit Inga Huck).  
Diskussionsforen im Internet (LMUexcellent, zus. mit Alexander Haas).  
Kommentierungsplattform (BMBF, ZIM, Kooperation mit der SkyTec AG, zus. mit Lehrstuhl Prof. Linnhoff-Popien, Lehrstuhl Prof. Hess, Dominik Leiner).  
Entwicklung von Verfahren, Methoden und Standards zur Untersuchung von Mediengewalt (im Auftrag der Landeszentrale für Medien und Kommunikation, LMK, zus. mit R. Mangold, K. Schwer).  
Der Einfluss von Response-Sets auf die Ergebnisse und die Qualität multivariater Analyseverfahren (zus. mit Olaf Jandura).  
„Be- und Entschleunigung durch Medien“ (Readers Digest).

### Veröffentlichungen 2008

- Brosius, Hans-Bernd, Koschel, Friederike & Haas, Alexander (2008). Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. Wiesbaden: VS, 4. Auflage.
- Brosius, Hans-Bernd & Schwer, Katja (2008). Die Forschung über Mediengewalt. Deutungshoheit von Kommunikationswissenschaft, Medienpsychologie oder Medienpädagogik? Baden-Baden: Nomos.
- Brosius, Hans-Bernd (2008). Research methods. In Wolfgang Donsbach (Hrsg.), International Encyclopedia of Communication. Malden, M.A.: Blackwell, S. 4198–4204.
- Brosius, Hans-Bernd & Huck, Inga (2008). Third-Person Effects. In Wolfgang Donsbach (Hrsg.), International Encyclopedia of Communication. Malden, M.A.: Blackwell, S. 5134–5141.
- Früh, Hannah & Brosius, Hans-Bernd (2008). Gewalt in den Medien. In Bernad Batinic & Markus Appel (Hrsg.), Medienpsychologie. Berlin: Springer, S. 177–194.
- Schwer, Katja & Brosius, Hans-Bernd (2008). Sphären des (Un-) Politischen. Ein Modell zur Analyse von Politikdarstellung und -rezeption. In Heinz Bonfadelli, Kurt Imhof, Roger Blum & Otfried Jarren (Hrsg.), Seismographische Funktion von Öffentlichkeit im Wandel. Wiesbaden: VS Verlag, S. 191–209.
- Götz, Maya, Hofmann, Ole, Brosius, Hans-Bernd, et al. (2008). Gender in children's television world wide. Results from a media analysis in 24 countries. *Television*, 21, 4–9.
- Weaver, J. B., Huck, Inga, & Brosius, Hans-Bernd (2009). Biasing Public Opinion: Computerized Continuous Response Measurement Displays. *Impact Viewers' Perceptions of Media Messages. Computers in Human Behavior*, 25, 50–55.

### Vorträge 2008


- Familienbilder im Fernsehen. Vortrag auf der IZI-Konferenz „Gemeinsam Fernsehen“, Bayerischer Rundfunk, 2. Dezember.
- Das Risiko der Risikokommunikation. Was lernen wir aus den Medien? Ringvorlesung im LMU-Studiengang Public Health, München, 21. Jan. (zus. mit Constanze Rossmann).
- Theoretische Herausforderungen der Programm- und Publikumsforschung. Fachgruppe „Methoden“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Bad Tölz, 18. September 2008.
- Theoretische Dimensionen und methodische Probleme von Medienmenüs. Vortrag auf dem Symposium „Medienrepertoires sozialer Milieus im medialen Wandel. Perspektiven einer medienübergreifenden Nutzungsforschung“ des Hans-Bredow-Institut für Medienforschung, Hamburg, 11.–12. September. (zus. mit Alexander Haas).
- Wahrnehmungsphänomene im Agenda-Setting-Prozess. Vortrag auf der Jahrestagung der DGpuK, Lugano, 30. April – 2. Mai. (zus. mit Inga Huck & Oliver Quiring).
- Prävention und Gesundheitsförderung durch Massenmedien. Ein Prolonged-Exposure Experiment zur HIV-Prävention durch fiktionale Fernsehunterhaltung. Vortrag auf der 5. Tagung des Münchner Zentrums für Gesundheitswissenschaften (MC-Health), München, 9. Oktober. (zus. mit Constanze Rossmann).

## Dr. Andreas Fahr

### Rezeptions- und Wirkungsforschung



Rezeptions- und Wirkungsforschung  
Psychophysiologische Verfahren  
Empirische Methoden, Datenanalyse

 (089) 2180-9439  
fahr@ifkw.lmu.de

Ausbildung & Tätigkeit als Bankkaufmann. Studium der Publizistik, Psychologie & Volkswirtschaft an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Verschiedene Praktika sowie freiberufliche Tätigkeit in Journalismus, Werbung und PR. 1995 bis 2000 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Medien Institut Ludwigshafen. 2000 bis 2006 wissenschaftlicher Assistent am Institut für Kommunikationswissenschaft & Medienforschung (IfKW) der LMU-München (Prof. Brosius). 2001 Promotion zum Dr. rer. pol. Seit 2007 Akademischer Rat. Dozent an der BAW. Geschäftsführer des Vereins zur Förderung von Forschung und Lehre am IfKW (VFKW e.V.). Freie Beratungs- und Dozententätigkeiten im Bereich Medienforschung, Datenanalyse, Methoden.

### Forschungsprojekte 2008

Mediennutzung und Identität (zus. mit Hannah Früh & Hans-Bernd Brosius)  
Involvement und Emotionen (zus. mit Hannah Früh)  
Television Program Avoidance and Personality (zus. mit Tabea Boecking)  
Real-Time Response Measurements  
emtec – Messung emotionaler Reaktionen in der Markt- und Medienforschung. Auftraggeber emphasis München (zus. mit Dominik Leiner)  
Prognose von TV-Marktanteilen durch Expertenbefragung (zus. mit Annette Fahr & Jella Hoffmann)

### Veröffentlichungen 2008

Matthes, Jörg, Wirth, Werner, Fahr, Andreas & Daschmann, Gregor (Hrsg.). (2008). Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft. Köln: Halem.  
Fahr, Andreas & Fahr, Annette. (2008, in print). Reactivity of Real-Time Response Measurement: The influence of employing RTR techniques on processing media content. In Jürgen Maier, Michaela Maier, Vincent Meyer, Marcus Maurer & Carsten Reinemann (Hrsg.), Real Time-Response Measurement in the Social Sciences. Frankfurt: Peter Lang.  
Fahr, Andreas & Böcking, Tabea. (2009, in print). Media Choice as Avoidance Behaviour: Avoidance Motivations During Television Use. In Tilo Hartmann (Hrsg.): Media Choice: A Theoretical and Empirical Overview. Routledge.

Markmiller, Ines & Fahr, Andreas (2008). Die Big Five in Fernsehnutzungsstudien: Eine Validierung von Kurzskalen zur Erhebung von Persönlichkeitsmerkmalen. In Jörg Matthes et. al. (Hrsg.), Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft, S. 128-156. Köln: Halem.  
Fahr, Andreas (2008). Real Time Ratings. In Wolfgang Donsbach (Hrsg.), The International Encyclopedia of Communication, S. 4121-4124. Oxford, UK and Malden, MA: Wiley-Blackwell.  
Fahr, Andreas (2008). Discriminant Analysis. In Wolfgang Donsbach (Hrsg.), The International Encyclopedia of Communication, S. 1367-1369. Oxford, UK and Malden, MA: Wiley-Blackwell.  
Fahr, Andreas (2008). Psychophysiological Measurement. In Wolfgang Donsbach (Hrsg.), The International Encyclopedia of Communication, S. 3612-3616. Oxford, UK and Malden, MA: Wiley-Blackwell.  
Fahr, Andreas (2008). Factor Analysis. In Wolfgang Donsbach (Hrsg.), The International Encyclopedia of Communication. Oxford, UK and Malden, MA: Wiley-Blackwell.

### Vorträge 2008

Real-time-measuring of emotional responses to media messages. Presentation to the panel Measuring audience responses in realtime. Communication Policies and Culture in Europe: The 2nd European Communication Conference of the European Communication Research and Education Association Annual Conference (ECEA) in Barcelona, 25.-28. November 2008.  
Prognose von Marktanteilen durch Zuschauerbefragung oder: die (beste) Frage zur Vorhersage der Sendungsnutzung. Vortrag auf der 10. Jahrestagung der Fachgruppe „Methoden der Publizistik und Kommunikationswissenschaft“ in der DGpuK ‚Methodische Herausforderungen in der Programm- und Publikumsforschung‘ am 18. September 2008 in Bad Tölz (zus. mit Christian Schneiderbauer & Jella Hoffmann).  
Tear-jerking or hope-raising picture? Exemplary or base-rate argumentative structure? Approaches to Direct Mailing in Fundraising: Image choice and argumentative structure. Poster presented at the International Congress of Psychology, 20-25. Juli 2008, Berlin, Germany (zus. mit Raphaela Keller & Hans-Bernd-Brosius).  
Television Program Avoidance and Personality. Paper presented to the Panel Media Selection and Use. 58th Annual Conference of the International Communication Association (ICA) on May, 25th, 2008 Montreal, Canada (zus. mit Tabea Böcking).

### Sonstiges

Reviewertätigkeit für DGpuK, ICA u.a.  
Dozent an der BAW.  
Organisation der Jahrestagung der Fachgruppe Methoden in Bad Tölz (zus. mit Olaf Jandura).



## Dr. Olaf Jandura

### Politische Kommunikation



Politische Kommunikation  
Empirische Methoden  
Mediennutzung und -bewertung.

☎ (089) 2180-9416  
jandura@ifkw.lmu.de

1974, Studium der Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft und Soziologie an der TU Dresden sowie der Universidad de Navarra (Pamplona/Spainien). Abschluss 1999. Magisterarbeit zum Thema „Kandidatenimages im Bundestagswahlkampf 1998“. Inhaltsanalyse und Bevölkerungsbefragung in Dresden. Wissenschaftlicher Mitarbeiter bzw. Assistent am Institut für Kommunikationswissenschaft der TU Dresden (Prof. Dr. Wolfgang Donsbach). Promotion zum Dr. phil. an der Technischen Universität Dresden mit einer Arbeit zu Kleinparteien in der Mediendemokratie im Jahr 2005. Seit Oktober 2006 Akademischer Rat auf Zeit am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU München.

### Forschungsprojekte 2008

Akzeptanz und Nutzung des nonlinearen Fernsehens (Habilitationprojekt).  
Das Ende des Leitmediums Fernsehen? Nonlineares Fernsehen in Deutschland. Bekanntheit und Nutzung (zus. mit Barbara Rampf).  
Der Einfluss von Response-Sets auf die Ergebnisse und die Qualität multivariater Analyseverfahren (zus. mit Hans-Bernd Brosius).  
Diffusion des interaktiven Fernsehens (zus. mit Oliver Quiring).  
Gesundes Fernsehen? Die Bedeutung von Boulevardmagazinen für die Gesundheitskommunikation (zus. mit Constanze Rossmann).  
Evaluation des Fachinformationsdienstes FLUGS (Helmholtz Zentrum München): Befragungen, Medienresonanzanalysen, Logfile-Analysen (zus. mit Wolfgang Schweiger und Constanze Rossmann).

### Veröffentlichungen 2008

Jandura, Olaf (2008). Geteilte oder gleiche Realitäten. FDP und Bündnis 90/Grüne in Parlament und Medienberichterstattung. In: Sarcinelli, Ulrich, Tenscher, Jens (Hrsg.): Politikherstellung und Politikdarstellung. Beiträge zur politischen Kommunikation, Köln, von Halem, S. 166–187.  
Quiring, Oliver & Jandura, Olaf (2008). Diffuse Innovationen – eine vergleichende Studie zum Einfluss von Schlüsselereignissen und verschiedener Kommunikationskanäle auf die Diffusion interaktiven Fernsehens. Publizistik, 53 (3), S. 386–413.  
Maurer, Marcus & Jandura, Olaf (2008). Masse statt Klasse? Einige kritische Anmerkungen zu Repräsentativität und Validität von Online-Befragungen. In: Jakob, Nikolaus, Schoen, Harald, Zerback, Thomas (Hg.): Sozialforschung im Internet: Methodologie und Praxis der Onlinebefragung. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, S.61–74.

### Vorträge 2008

The Diffusion of Digital Television. Results from a Longitudinal and a Quasi-Experimental Study in Germany. Vortrag bei der 2nd European Communication Conference der European Communication Research and Education Association, Barcelona, 24.–28. Nov. (zus. mit Oliver Quiring).  
Das Publikum der Qualitätszeitungen. Eine Sekundärdatenanalyse der Typologie der Wünsche (TDW). Vortrag auf dem Mediensymposium 2008 „Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation – Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien“ (zus. mit Hans-Bernd Brosius).  
Das Publikum der Qualitätszeitungen. Eine repräsentative Studie zu Reichweite, sozialer Verortung und Nutzungsmotiven. Vortrag auf dem Mediensymposium 2008 „Krise der Leuchttürme öffentlicher Kommunikation – Vergangenheit und Zukunft der Qualitätsmedien“ (zus. mit Michael Meyen).  
Mehrmethodenstudien in der Evaluation von Gesundheitskampagnen. Vortrag auf dem Münchner Symposium „Perspektiven der Gesundheitskommunikation“, 9.–10. Okt. (zus. mit Constanze Rossmann).  
Was determiniert die Diffusion Interaktiven Fernsehens? Vortrag auf der 10. Fachgruppentagung der FG Methoden in der DGpuK in Bad Tölz vom 17.–19. Sept. (zus. mit Oliver Quiring).  
Der Einfluss von Response-Sets auf die Ergebnisse und die Qualität multivariater Analyseverfahren. Vortrag auf dem Global Park Anwendertag 13. Juni in Köln (zus. mit Hans-Bernd Brosius).  
Gesundes Fernsehen. Die Bedeutung von Boulevardmagazinen für die Gesundheitskommunikation. Vortrag auf der DGpuK-Jahrestagung in Lugano 30. April – 02. Mai (zus. mit Constanze Rossmann).

### Sonstiges

Stellvertretender Sprecher und seit September 2008 Sprecher der Fachgruppe Methoden in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in der DGpuK.  
Reviewertätigkeit für DGpuK.  
Vorträge an der Akademie für politische Bildung in Tutzing.  
Organisation der Jahrestagung der Fachgruppe Methoden in Bad Tölz (zus. mit Andreas Fahr).

## Dr. Veronika Karnowski

### Computervermittelte Kommunikation



Online- und Mobilkommunikation  
Diffusions- und Aneignungsforschung  
Empirische Methoden

---

☎ (089) 2180-9495  
karnowski@ifkw.lmu.de

1997 bis 2002 Studium der Kommunikationswissenschaft, Politischen Wissenschaft und Betriebswirtschaftslehre an der Ludwig-Maximilians-Universität München. 2002/2003 Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Online-Kommunikation. 2003-2007 Projektmitarbeiterin am Lehrstuhl für empirische Kommunikationswissenschaft im Rahmen des Projekts intermedia. Seit 2002 Lehrauftrag für Medienwirkungsforschung an der amd München. Seit 2007 wissenschaftliche Mitarbeiterin und Koordinatorin der Nebenfachstudiengänge Kommunikationswissenschaft, zugeordnet dem Lehrbereich Professor Dr. Hans-Bernd Brosius. 2008 Promotion zum Dr. phil. am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. Titel der Arbeit „Das Mobiltelefon im Spiegel fiktionaler Fernsehserien: Symbolische Modelle der Handyaneignung“.

### Forschungsprojekte 2008

Das Mobiltelefon im Spiegel fiktionaler Fernsehserien (Dissertationsprojekt).  
Evaluation eines neuen Kommunikationsdienstes (Kooperationsprojekt mit Vodafone GROUP R&D).

### Veröffentlichungen 2008

- Karnowski, Veronika (2008). Das Mobiltelefon im Spiegel fiktionaler Fernsehserien. Symbolische Modelle der Handyaneignung. Wiesbaden: VS Verlag.
- Karnowski, Veronika, von Pape, Thilo, Wirth, Werner (2008). After the digital divide? An appropriation-perspective on the generational mobile phone divide. In Maren Hartmann, Patrick Rössler & Joachim Höflich (Hrsg.), *After the Mobile Phone? Social Changes and the Development of Mobile Communication* (S. 185–201). Berlin: Frank & Timme.
- von Pape, Thilo & Karnowski, Veronika (2008). Quelle place pour la télévision mobile dans la vie quotidienne? Résultats d'une étude de terrain longitudinale. In *Association for Computing Machinery (Hrsg.), 20 ans d'interaction homme-machine franco-phone: De l'interaction à la fusion entre l'humain et la technologie* (S. 111–118). Danvers: ACM International Conference Proceedings Series.
- von Pape, Thilo, Karnowski, Veronika & Wirth, Werner (2008). Eine integrative Skala zur Messung des Konstruktes der Aneignung. In Jörg Matthes, Werner Wirth, Andre-as Fahr & Gregor Daschmann (Hrsg.), *Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft* (S. 96–127). Köln: Halem Verlag.
- Wirth, Werner, von Pape, Thilo & Karnowski, Veronika (2008). An integrative model of mobile phone appropriation. *Journal of Computer-mediated Communication*, 13, 3, 593–617.

### Vorträge 2008

- MobileTV im Alltag der Nutzer. Ergebnisse einer dreimonatigen Panelstudie. Vortrag gehalten auf der Tagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPK „Bleibt Fernsehen Fernsehen?“, St. Pölten, 13.–15.11.2008. (zus. mit Thilo von Pape).
- Quelle place pour la télévision mobile dans la vie quotidienne ? Résultats d'une étude de terrain longitudinale. Vortrag gehalten auf der Tagung IHM 2008 „20 ans d'interaction homme-machine francophone : De l'interaction à la fusion entre l'humain et la technologie“, Metz, 2.–5.09.2008. (zus. mit Thilo von Pape).

### Sonstiges

Lehrauftrag für Medienwirkungsforschung an der amd München.

## Dr. Constanze Rossmann

### Gesundheitskommunikation



Gesundheitskommunikation  
Medienwirkungsforschung  
Empirische Methoden

(089) 2180-9413  
rossmann@ifkw.lmu.de

\*1974. 1995 bis 2001 Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Psycholinguistik an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Verschiedene Praktika bei Aspekt Telefilm Hamburg, am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung Hamburg, freie Mitarbeit beim Bayerischen Fernsehen (Redaktion, Regieassistentin, Klavier- und Saxophonlehrerin. 2001 Abschluss des Studiums mit dem Magister Artium. 2007 Abschluss der Promotion. Titel der Dissertation: „Wie Fiktion Wirklichkeit wird. Ein Modell der Informationsverarbeitung im Kultivierungsprozess“. 2004 DGPK-Zeitschriftenpreis für den besten kommunikationswissenschaftlichen Zeitschriftenaufsatz des Jahres 2003 (3. Preis), M&K 3-4/2003. August 2001 bis Juli 2007 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für empirische Kommunikationswissenschaft der LMU München, seit August 2007 ebendort wissenschaftliche Assistentin. Seit November 2006 zusätzlich im LMUinnovativ-Projekt MC Health (Munich Center of Health Sciences) beschäftigt. Frühjahr 2008 Lehrbeauftragte an der Universität Fribourg, Fachbereich Medien- und Kommunikationswissenschaft.

### Forschungsprojekte 2008

Medien und Übergewicht (zus. mit Hans-Bernd Brosius).  
Die Bedeutung von Fallbeispielen und Bildvalenz für die Effektivität von Gesundheitsflyern (zus. mit Tanja Pfister).  
Gesundes Fernsehen? Die Bedeutung von Boulevardmagazinen für die Gesundheitskommunikation (zus. mit Olaf Jandura).  
Entertainment Education am Beispiel der HIV/Aids Prävention (zus. mit Sibylle Endres).  
Evaluation des Fachinformationsdienstes FLUGS (Helmholtz Zentrum München): Befragungen, Medienresonanzanalysen, Logfile-Analysen (zus. mit Wolfgang Schweiger und Olaf Jandura).

### Veröffentlichungen 2008

Rossmann, Constanze & Pfister, Tanja (2008). Zum Einfluss von Fallbeispielen und furchterregenden Bildern auf die Wirkung von Informationsflyern in der Gesundheitskommunikation. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 56, 368–391.

### Vorträge 2008

Risikokommunikation. Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse durch Massenmedien. Ringvorlesung im LMU-Studiengang Public Health, München, 4. Dezember.  
Auf die Bilder kommt es an. Der Einfluss von Fallbeispielen und Furchtappellen auf die Wirksamkeit von Gesundheitsflyern zum Thema Adipositas. Vortrag auf dem Münchner Symposium „Perspektiven der Gesundheitskommunikation“, 9.–10. Okt. (zus. mit Tanja Pfister).  
Mehrmethodenstudien in der Evaluation von Gesundheitskampagnen. Vortrag auf dem Münchner Symposium „Perspektiven der Gesundheitskommunikation“, 9.–10. Okt. (zus. mit Olaf Jandura).  
Prävention und Gesundheitsförderung durch Massenmedien. Ein Prolonged-Exposure Experiment zur HIV-Prävention durch fiktionale Fernsehunterhaltung. Vortrag auf der 5. Tagung des Münchner Zentrums für Gesundheitswissenschaften (MC-Health), München, 9. Oktober (zus. mit Hans-Bernd Brosius).  
The Impact of Exemplars and Images with Fear Appeal on the Persuasiveness of Health Flyers about Obesity. Vortrag auf der National Conference on Health Communication, Marketing and Media, Atlanta, 12.–14. August 2008 (zus. mit Tanja Pfister).  
Entertainment-Education in the Context of Aids and HIV in Germany. A Prolonged-Exposure Experiment. Vortrag auf der 58. ICA-Jahrestagung, Montreal, 22.–26. Mai (zus. mit Sibylle Endres).  
Gesundes Fernsehen? Die Bedeutung von Boulevardmagazinen für die Gesundheitskommunikation. Vortrag auf der 53. DGPK-Jahrestagung, Lugano, 30. April – 2. Mai (zus. mit Olaf Jandura).  
Rossmann, Constanze: Cultivation – A Long-Term Effect of Exemplification? Vortrag auf dem Münchner Symposium zum Fallbeispieleffekt, München, 7.–8. April 2008.  
Das Risiko der Risikokommunikation. Was lernen wir aus den Medien? Vortrag im Rahmen der Ringvorlesung im LMU-Studiengang Public Health, München, 21. Jan. 2008 (zus. mit Hans-Bernd Brosius).

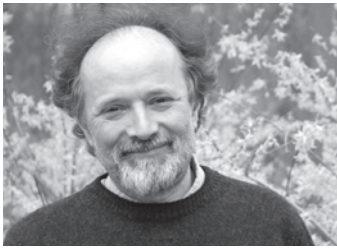
### Sonstiges

Lehrauftrag an der Universität Fribourg, Schweiz, Frühjahrssemester 2008 (Masterseminar).  
Tagungsbericht: „Engage & Deliver. 2. National Conference on Health Communication, Marketing and Media“ in Atlanta (USA), 12. bis 14. August 2008. Newsletter Medien und Gesundheitskommunikation, Nr. 10.  
Mitglied im Editorial Board der Buchreihe „Medien + Gesundheit“, Verlag R. Fischer.  
Redakteurin des Newsletters „Medien und Gesundheitskommunikation“ (zus. mit Stephanie Lücke, Tanja Pfister & Franziska Weder).  
Reviewertätigkeit für DGPK und verschiedene Fachzeitschriften.  
Teilnahme am Roundtable „Bevölkerungsstrategien“, Strategie-Workshop Prävention MAD der Deutschen Diabetes Stiftung (DDS), Bad Homburg, 3.–4. April 2008.



## Dr. Paul Pechan

### Gesundheitskommunikation



Gesundheits-, Ernährungs-  
und Risikokommunikation  
Kommunikation wissenschaftlichen Fortschritts  
Musik als pädagogisches Instrument in Filmen

---

☎ (089) 2180-9520  
pechan@ifkw.lmu.de

Received PhD from University of Cambridge, UK (plant physiology) in 1983. In 1988 awarded Alexander von Humboldt fellowship to work in Germany. From 1988 to 1995 group leader at Max Planck Institute, thereafter from 1995 to 2004 worked as a research scientist at the Technical University of Munich. Main area of interest was developmental biology of plants. Due to growing interest in science communication, changed to the present department in 2004. Currently coordinator of a number of science communication projects.

### Forschungsprojekte 2008

ComScience: communicating science to the public and schools, while respecting regional differences.  
ComEnvir: illustrating the use and abuse of water and its sustainable usage.  
Communicating health issues (EU EMRS project).  
Communicating food issues (EU MREFS project).  
Communicating risk issues (EU Risk Network project).

### Filmkonzepte für Öffentlichkeit und Bildung 2008

Zebra fish and the human eye diseases.  
Diabetes.  
Asthma.  
Omega-3 oils – It's the source that counts.  
At crossroads – Risk decisions for tumour patients.  
Point of no return – Pleasures and dangers of skydiving.

### Vorträge 2008

Communicating health, food, and risk issues. UNESCO, Paris.

## Sebastian Doedens, M.A.

### Computervermittelte Kommunikation



Onlineforschung  
Neue Kommunikationstechnologien

---

☎ (089) 2180-9452  
doedens@ifkw.lmu.de

\*1980. Studium der Kommunikationswissenschaft, Politischen Wissenschaft und VWL an der LMU München und der Universidad San Pablo CEU in Madrid. Magisterarbeit zum Thema „Tägliche Sportzeitungen“. Studienbegleitende Tätigkeiten im Sportjournalismus (Premiere, Marca), in der Mediaplanung (Mediaplus International), im Marketing (Columbia Tristar) und in der PR-Branche (S&L MediaNetworX). Seit Januar 2008 Mitarbeiter in den ZIM-Projekten „Blackberry-Studie“ und „MediaNet“.

### Forschungsprojekte 2008

Blackberry-Studie (ZIM, im Auftrag der T-Mobile Deutschland GmbH).  
Aktuelle Ansätze zur Verteilung kommerzieller und nutzergenerierter Inhalte: „Superdistribution“ (ZIM-Projekt MediaNet, zus. mit Hans-Bernd Brosius, Katja Tschoepe & Tanja Pfister).  
Flanieren im Netz – Zielloses Internetsurfen (Dissertationsprojekt).

## Hannah Früh, M.A.

### Rezeptions- und Wirkungsforschung



Medienwirkungsforschung  
Empirische Methoden  
Medienpsychologie  
Rezeptionsforschung

---

☎ (089) 2180-9427  
frueh@ifkw.lmu.de

\*1981. 2000 bis 2005 Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Soziologie an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Studentische Hilfskraft in diversen Projekten am Lehrstuhl für Empirische Kommunikationswissenschaft. Seit 2005 wissenschaftliche Mitarbeiterin.

### Forschungsprojekte 2008

Mediennutzung und Identität (zus. mit Andreas Fahr & Hans-Bernd Brosius).

Involvement und Emotionen (zus. mit Andreas Fahr).

Vermittlung von Nationenimages in Dokumentarfilmen am Beispiel der USA (zus. mit Inga Huck & Alexander Haas).

Rezeptionsemotionen: Zur Erfassung und Bedeutung von Emotionen im Kommunikationsprozess (Dissertationsprojekt).

### Veröffentlichungen 2008

Früh, Hannah & Brosius, Hans-Bernd (2008). Gewalt in den Medien. In B. Batinic & M. Appel (Hrsg.), Medienpsychologie. Heidelberg: Springer.

Früh, Hannah & Quiring, Oliver (2008). Interaktivität als Leistungskontext. In C. Wünsch, W. Früh & V. Gehrau (Hrsg.), Integrative Modelle in der Rezeptions- und Wirkungsforschung: Dynamische und transaktionale Perspektiven, S. 107–126. München: Reinhard Fischer.

## Alexander Haas, M.A.

### Politische Kommunikation



Interpersonale Kommunikation  
Wirtschaftsberichterstattung  
Mediennutzertypologien  
Methoden

---

☎ (089) 2180-9403  
haas@ifkw.lmu.de

\*1979. 1999 bis 2005 Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie, Politikwissenschaft und Interkulturellen Kommunikation an der LMU München. Von 2005 bis 2007 Projektmitarbeiter am DFG-Projekt „Finanzberichterstattung und Aktienkurse“ (Prof. Scheufele, Prof. Brosius). Seit 10/2007 Projektmitarbeiter im LMUexcellent-Projekt „Diskussionsforen im Internet“ (Prof. Brosius).

### Forschungsprojekte 2008

Diskussionsforen im Internet (LMUexcellent, zus. mit Hans-Bernd Brosius).

Mediennutzung und interpersonale Kommunikation (Dissertationsprojekt).

Themen und Autoren der Beiträge in „Publizistik“ und „Medien & Kommunikationswissenschaft“ (zus. mit Hans-Bernd Brosius).

### Veröffentlichungen 2008

Brosius, Hans-Bernd, Koschel, Friederike & Haas, Alexander (2008). Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung (4., überarb. und erw. Auflage). Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Scheufele, Bertram & Haas, Alexander (2008). Die Rolle der Unternehmensberichterstattung am Aktienmarkt. Eine Zeitreihenanalyse des Zusammenhangs zwischen der Print-, Online- und Fernsehberichterstattung sowie den Handelsvolumina und Kursen ausgewählter deutscher Aktien. Medien & Kommunikationswissenschaft, 56, 347-367.

Scheufele, Bertram & Haas, Alexander (2008). Medien und Aktien. Theoretische und empirische Modellierung der Rolle der Berichterstattung für das Börsengeschehen. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

### Vorträge 2008

Medien und Aktien. Zum Zusammenhang zwischen Berichterstattung und Kursen/Handelsvolumina deutscher Unternehmen. Vortrag beim Forschungskolloquium des Instituts für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwigs-Maximilians-Universität, München, 14. Juli. (zus. mit Bertram Scheufele).

Theoretische Dimensionen und methodische Probleme von Medienmenüs. Vortrag auf dem Symposium „Medienrepertoires sozialer Milieus im medialen Wandel. Perspektiven einer medienübergreifenden Nutzungsforschung“ des Hans-Bredow-Institut für Medienforschung, Hamburg, 11.–12. September. (zus. mit Hans-Bernd Brosius).

## Inga Huck, M.A.

### Politische Kommunikation



Medienwirkungsforschung  
Empirische Methoden

---

☎ (089) 2180-9427  
huck@ifkw.lmu.de

\*1981. 2000 bis 2006 Studium der Kommunikationswissenschaft, Politischen Wissenschaft und Informatik an der Ludwig-Maximilians-Universität München. Während des Studiums Praktika und Mitarbeit in Marktforschung und Unternehmenskommunikation sowie studentische Hilfskraft am Lehrstuhl für Empirische Kommunikationswissenschaft. Seit März 2006 Projektmitarbeiterin im DFG-Projekt „Third-Person-Effekte im Agenda-Setting-Prozess“.

#### Forschungsprojekte 2007

Third-Person-Effekte im Agenda-Setting-Prozess (DFG, zus. mit Hans-Bernd Brosius und Oliver Quiring).  
Die Vermittlung von Nationenimages in Dokumentarfilmen am Beispiel der USA (zus. mit Hannah Früh und Alexander Haas).  
Fallbeispiele in der Medienwirkungsforschung (zus. mit Hans-Bernd Brosius).  
Wahrnehmungsfänomene im Agenda-Setting-Prozess (Dissertationsprojekt).

#### Veröffentlichungen 2008

Brosius, Hans-Bernd & Huck, Inga (2008). Third-person effects. In Wolfgang Donsbach (Hrsg.),  
The International Encyclopedia of Communication. Oxford: Wiley-Blackwell, S. 5134-5141.

#### Vorträge 2008

Wahrnehmungsfänomene im Agenda-Setting-Prozess. Vortrag auf der Jahrestagung der DGPK,  
Lugano, 30. April - 2. Mai 2008 (zus. mit Oliver Quiring & Hans-Bernd Brosius).

## Dominik Leiner, M.A.

### Computervermittelte Kommunikation



Meinungs- und Einstellungswandel  
Interaktivität  
Onlinebefragung

---

☎ (089) 2180-9401  
leiner@ifkw.lmu.de

\*1980. 2002 bis 2007 Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Betriebswirtschaftslehre an der LMU München. Studienbegleitende Tätigkeit in den Bereichen Marktforschung, Werbung, Onlinesysteme und Projektorganisation. Magisterarbeit zur subjektiven Wahrnehmung von Interaktivität. 2007 operative Leitung ZIM-Projekts EnterCom (Kommunikation in Unternehmen). Seit 2008 wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für empirische Sozialforschung.

#### Forschungsprojekte 2008

Themenattribute und die Stabilität von Meinungen (Dissertationsprojekt).  
Sozialkapital im Web 2.0 (zus. mit Ralf Hohlfeld & Oliver Quiring).  
Kommentierungsplattform (BMBF, ZIM, Kooperation mit der SkyTec AG, zus. mit Hans-Bernd Brosius, Lehrstuhl Prof. Linnhoff-Popien & Lehrstuhl Prof. Hess).  
emtec – Ein System zur Messung emotionaler Reaktionen in der Markt- und Medienforschung.  
Auftraggeber emphasis München (zus. mit Andreas Fahr).

#### Veröffentlichungen 2008

Leiner, Dominik & Quiring, Oliver (2008). Bedeutung von Interaktivität für den Nutzer: Entwicklung einer Skala zur Messung wahrgenommener Interaktivität. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 56(2), 187-208.  
Leiner, Dominik & Quiring, Oliver (2008). What Interactivity Means to the User: Essential Insights into and a Scale for Perceived Interactivity. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(1). URL: <http://www3.interscience.wiley.com/journal/121527999/abstract>

#### Sonstiges

Entwicklung und Pflege der Online-Befragungssoftware „oFb – der onlineFragebogen“.

## Tanja Pfister, M.A.

### Gesundheitskommunikation



Gesundheitskommunikation  
Medienwirkungsforschung  
Empirische Methoden

☎ (089) 2180-9448  
pfister@ifkw.lmu.de

\*1972. Ausbildung und Berufstätigkeit als Arzthelferin, anschließend mehrere Jahre im medizinischen Außendienst und als Vertriebsbeauftragte beschäftigt. Nach dem Abitur auf dem zweiten Bildungsweg Studium der Kommunikationswissenschaft, Politischen Wissenschaft, Interkulturellen Kommunikation und Rechtswissenschaft an der LMU München. Thema der Magisterarbeit „Talking Heads – Der Einfluss von Zeitzeugen in Dokumentationen“. Während des Studiums Praktika beim Fernsehen, bei der BMW Stiftung Herbert Quandt und bei MSD Sharpe & Dohme in der Abteilung „Health Politics“, sowie freiberufliche Tätigkeit. 2006–2008 Mitarbeiterin im ZIM-Projekt „intermedia“, 2007–2008 im ZIM-Projekt „MediaNet“. Ab 2009 operative Projektleitung im DFG-Projekt „Fallbeispiel- und Furchtappelleffekte in der Gesundheitskommunikation“.

### Forschungsprojekte 2008

- Bedeutung von Fallbeispielen und Furchtappellen für die Effektivität von Gesundheitsbroschüren (Dissertationsprojekt).
- Fallbeispiel- und Furchtappelleffekte in der Gesundheitskommunikation (DFG, zus. mit Hans-Bernd Brosius).
- Gesundheitszustand und Fernsehnutzung (zus. mit Constanze Rossmann).
- Bedeutung von Fallbeispielen und Bildvalenz für die Effektivität von Gesundheitsflyern (zus. mit Constanze Rossmann).
- Aktuelle Ansätze zur Verteilung kommerzieller und nutzergenerierter Inhalte: „Superdistribution“ (ZIM-Projekt MediaNet, zus. mit Hans-Bernd Brosius, Katja Tschoepe & Sebastian Doedens).

### Veröffentlichungen 2008

Rossmann, Constanze & Pfister, Tanja (2008). Zum Einfluss von Fallbeispielen und Furchtappellen auf die Wirksamkeit von Informationsflyern zum Thema Adipositas. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 56 (3-4), 368-391.

### Vorträge 2008

- Die Bedeutung von Fallbeispielen und Furchtappellen für die massenmediale Gesundheitsprävention. Münchner Symposium „Perspektiven der Gesundheitskommunikation“, 9.–10. Oktober.
- Auf die Bilder kommt es an. Der Einfluss von Fallbeispielen und Furchtappellen auf die Wirksamkeit von Gesundheitsflyern zum Thema Adipositas. Vortrag auf dem Münchner Symposium „Perspektiven der Gesundheitskommunikation“, 9.-10. Okt. 2008 (zus. mit Constanze Rossmann).
- The Impact of Exemplars and Images with Fear Appeal on the Persuasiveness of Health Flyers about Obesity. National Conference on Health Communication, Marketing and Media, Atlanta, USA, 12.–14. August. (zus. mit Constanze Rossmann).
- Exemplification and fear appeals in health communication campaigns. Münchener Symposium zum Fallbeispieleffekt, M+mcjem, 7.–8. April.
- Superdistribution of Professional and User-generated Content - the User's Perspective. 21st International Symposium Human Factors in Telecommunications – User Experience of ICTs (HFT 2008), Kuala Lumpur, Malaysia, 17.–20. März. (zus. mit Sara Streng, Sophie Ahrens, Christoph Janello, Axel Küpper & Behrend Freese).
- Critical Assumptions in Superdistribution based Business Models – Empirical Evidence from the User Perspective. 41th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS 2008), Wai-koloa, Hawaii, 7.–10. Jan. (zus. mit Sophie Ahrens, Thomas Hess & Behrend Freese).

### Sonstiges

Redakteurin des Newsletters „Medien und Gesundheitskommunikation“ (zus. mit Stephanie Lücke, Constanze Rossmann & Franziska Weder).

## Barbara Rampf, M.A.

### Computervermittelte Kommunikation



Mediaforschung  
Publikumsforschung  
Online-Kommunikation  
Empirische Methoden

---

☎ (089) 2180-9440  
rampf@ifkw.lmu.de

\*1982. 2002 bis 2008 Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Psycholinguistik an der LMU München. Auslandsaufenthalte in Finnland und Ägypten. Studienbegleitende Tätigkeiten in den Bereichen Markt- und Mediaforschung, Marketing, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit. Außerdem Tutorin für Propädeutik und EDV am IFKW. 2008 Abschluss des Studiums mit dem Magister Artium. Seit März 2008 Durchführung des Projekts „Prognose des Studienerfolgs von Ingenieurstudenten“ im Auftrag der TU München.

#### Forschungsprojekte 2008

Prognose des Studienerfolgs von Ingenieurstudenten (im Auftrag der TU München).  
Das Ende des Leitmediums Fernsehen? Nonlineares Fernsehen in Deutschland. Bekanntheit und Nutzung (zus. mit Olaf Jandura).

#### Veröffentlichungen 2008

Rampf, Barbara. (2008). Podcastnutzer - Gemeinsamkeiten und Unterschiede. Darstellung des deutschen Podcastangebotes und eine Typologisierung seiner Nutzer. München: Reinhard Fischer.

#### Sonstiges

Mitarbeit am Projekt podcasting@LMU.

## Katja Schwer, M.A.

### Politische Kommunikation



Politische Kommunikation  
Mediengewalt.

---

☎ (089) 2180-9724  
schwer@ifkw.lmu.de

\*1978. 1997 bis 2004 Studium der Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft und Interkulturellen Kommunikation an der Ludwig-Maximilians-Universität München. 2000/2001 Auslandsstudium an der University of North London (Fachkombination: Cultural Studies, Mass Communication).

#### Forschungsprojekte 2008

Entwicklung von Verfahren, Methoden und Standards zur Untersuchung von Mediengewalt (im Auftrag der Landeszentrale für Medien und Kommunikation, LMK, zus. mit Hans-Bernd Brosius & Roland Mangold).

#### Veröffentlichungen 2008

Brosius, Hans-Bernd & Schwer, Katja (2008). Die Forschung über Mediengewalt. Deutungshoheit von Kommunikationswissenschaft, Medienpsychologie oder Medienpädagogik? Schriftenreihe der Landeszentrale für Medien und Kommunikation, Bd. 26. Baden-Baden: Nomos.  
Schwer, Katja & Brosius, Hans-Bernd (2008). Sphären des (Un-)Politischen. Ein Modell zur Analyse von Politikdarstellung und -rezeption. In H. Bonfadelli, R. Blum, K. Imhof & O. Jarren (Hrsg.): Seismographische Funktion von öffentlicher Kommunikation im Wandel. Buchreihe Mediensymposium Luzern, Band 10, S. 191–209.

#### Sonstiges

Gleichstellungsbeauftragte der sozialwissenschaftlichen Fakultät der LMU München.  
Dozentin des Munich Summer Curriculums Exploring New Media (Kooperation der LMU München und der University of Cincinnati)



**Katja Tschoepe, M.A.**  
Rezeptions- und Wirkungsforschung



Unternehmenskommunikation  
Qualitative Forschung

---

☎ (0171) 5460812  
k.tschoepe@gmx.de

\*1970. 1993 bis 1999 Studium der Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Marketing an der Universität GHS Essen. Thema der Magisterarbeit: „Kommunikationsinitiative KI T3000 der Adam Opel AG Bochum. Untersuchung eines unternehmensinternen Kommunikationskonzepts.“ 2000 bis 2003 Mitarbeit im Bereich Unternehmenskommunikation, unter anderem bei Tomorrow Focus AG. Seit 2003 freiberufliche Tätigkeit als Beraterin für Unternehmenskommunikation. 2007 bis Februar 2008 Projektmitarbeiterin im ZIM-Projekt MediaNet.

**Forschungsprojekte 2008**

Evaluation von Unternehmenskommunikation (Dissertationsprojekt).  
Aktuelle Ansätze zur Verteilung kommerzieller und nutzergenerierter Inhalte: „Superdistribution“  
(ZIM-Projekt MediaNet, zus. mit Hans-Bernd Brosius, Tanja Pfister & Sebastian Doedens).

**Sylvia Krampe**  
Sekretariat



Verwaltungsprozesse  
Studentenmanagement  
Antizipative Ressourcenplanung

---

☎ (089) 2180-9455  
krampe@ifkw.lmu.de

\*1962. Ausbildung zur Wirtschaftskauffrau, Schwerpunkt Industrie. Diverse Tätigkeiten als Sachbearbeiterin und Sekretärin. Selbständig mit Einzelhandel. Seit Oktober 2002 in München, Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung. Seit Februar 2005 am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der LMU.

## Akademische Abschlussarbeiten am Lehrstuhl für empirische Kommunikationsforschung

### Dissertationen Sommersemester 2008

DRENTWETT, CHRISTINE. Vom Nachrichtenvermittler zum Nachrichtenthema. Metaberichterstattungen bei Medienereignissen.

### Dissertationen Wintersemester 2008/2009

FEHSE, KAI. Impliziter CASE, expliziter CASE. Ein Modell zur Wirkweise von Werbung im Lichte neuester Erkenntnisse der Hirnforschung.

KLARE, JULIA. Deutsche Unternehmen in China: Eine strukturationstheoretische Analyse Internationaler PR.

### Masterarbeiten Sommersemester 2008

KOWALEWSKI, KRISTIN. Was wirkt wirklich? Der Einfluss von Fernsehgenres auf politische Einstellungen.

LINDE, KARSTEN. Medien und politische Einstellungen in den Demokratien Mittel- und Osteuropas. Eine Sekundäranalyse.

FREIHERR VON MIRBACH, ALEXIS. Beckstein oder Pendlerpauschale? Welchen Einfluss haben die Medien und interpersonale Kommunikation auf die Themen- und Kandidatenorientierung bei der Wahlentscheidung? Eine empirische Untersuchung zur Bayerischen Landtagswahl 2008.

NEUKIRCH, MICHAELA. Casting-Sendungen im Spiegel der Printmedien – Raum für Kritik?

NISSEN, BASTIAN. Vielfalt und Konsonanz in der Boulevardberichterstattung. Eine Inhaltsanalyse von Boulevardsendungen und Boulevardzeitungen auf Mikroebene.

### Magisterarbeiten Sommersemester 2008

HERMANNSDORFER, LEIF. Genrewahl bei Computerspielen – Eine Charakterfrage?

REHSCHÜTZ, ANGELIKA. Die Darstellung übergewichtiger Charaktere in Fernsehserien.

UNGER, VIOLA. Meinungsführer und ihre Nutzung von Online Social Networks – Eine empirische Untersuchung zu Nutzungsverhalten und Nutzungsmotiven.

WHALEY, ANNA-KIRSTIN. Bildungsberichterstattung in deutschen Regionalzeitungen. Studie unter Berücksichtigung des Framing Ansatzes.

WOLF, STEPHANIE. Diskutieren im Netz. Der Zusammenhang zwischen Persönlichkeit, sozialer Integration, Nutzungsmotiven und Nutzung von Diskussionsforen im World Wide Web.

### Diplomarbeiten Wintersemester 2008/2009

BAXMANN, ALEXANDER. Der Einfluss der Medienberichterstattung über Social Networking Sites auf deren Erfolg.

### Bachelorarbeiten Sommersemester 2008

ATCHISON, ANNABELLE. Wahlkampf im Web 2.0 Befreit das Social Web die Politik von den Zwängen der Medien?

BATSCHI-ROTA, CLAUDIA. Engagement und Involvement: Vergleich zweier Konzepte.

CLAASSEN, ERIC. Was determiniert die Wahrnehmung des Meinungsklimas?

COLCONI RIBEIRO, VIVIANE. Der Informationsflyer in der Gesundheitskommunikation.

DROST, SABINE. Zielgruppenspezifische Gesundheitskommunikation. Massenmedial vermittelte Primär- und Sekundärprävention von Essstörungen.

DIELMANN-VON BERG, JOHANNA. Gesundheitskommunikation für Kinder. Ein theoretisches Konzept zur Gestaltung medialer Inhalte.

DRINIC, SANDRA. Tandemwerbung im Fernsehen. Entstehung, Befunde, Verbreitung.

DENUCELL, LUISA. Virales Marketing.

DIFONZO, PATRIZIA. Das Verhältnis von Medien und Politik aus Sicht des Politikers in den USA. Mit Beispielen aus den Autobiographien von Barack Obama und Hillary Clinton.

ECKERT, EVA-MARIA. Das Genre Daily Talkshows. Empirische Befunde des umstrittenen Formats im Zusammenhang mit der Wirkung auf Kinder und Jugendliche.

GEYER VON SCHWEPPEBURG, MAGDALENA. Programmsponsoring im Fernsehen. Programmsponsoring – Werbung oder Sponsoring?

GOBMEIER, SIMON. Zum Verhältnis von Medien und Politik. Eine Analyse des Medienbilds von Politikern am Beispiel der Autobiographien von Hans-Jochen Vogel und Gerhard Schröder.

HELLESOE, NATALJA. Gesundheitskampagnen zur HPV-Impfung. Eine Kommunikationswissenschaftliche Analyse.

HENNES, LUCIA. Heuristische Informationsverarbeitung und Fallbeispieleffekte.

HEISE, ANDREAS. Beeinflussen Wahlumfragen unser Wahlverhalten?

HORVATH, MELANIE. Daytime-Talkshows im Vergleich: USA und Deutschland.

HERCIK, JESSICA. Zielgruppenspezifische Gesundheitskommunikation am Beispiel Diabetes.

KAMMERER, KATHARINA. Medien und Politik – eine Hassliebe? Eine Analyse des Verhältnisses von Politik und Medien anhand von Autobiographien ausgewählter Politiker.

KUHN, MARITA. Darstellung von Essstörungen in den Medien. Bestandsaufnahme und Analyse des Framing-Konzepts.

KURKOWSKI, MARTIN. Negativismus in der Medienberichterstattung. Systematisierung von Operationalisierungsarten.

KIRCHNER, LUKAS. Vermittlung von Nationenimages in Dokumentarfilmen. Eine Untersuchung von Fallbeispielen aus „Fahrenheit 9/11“ und „Bowling for Columbine“.

KRÖSS, ELISABETH. Daytime-Talkshows im Vergleich: USA und Deutschland.

KURZ, JULIA. Die Wirkung von Furchtappellen in der Gesundheitskommunikation – Modell und Theorien im Zeitverlauf.

KRIEZIS, ELISABET. Kampagnen zur Gesundheitsprävention. Bestandsaufnahme und Wirkungserfolg am Beispiel der Aids-Präventionskampagne „Gib Aids keine Chance“ der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung.

KILIAN, ANETT. Soziale Erwünschtheit – Messungen und Befunde.

## Bachelorarbeiten Sommersemester 2008 (Forts.)

- KEYLING, TILL. Mediennutzung als funktionale Alternative zur Realität.
- KONTNY, ANNA. Eskapismus als Nutzungsmotiv für Neue Medien.
- LINDENAU, DANIELA. Involvement: Theoretisches Konzept und empirische Befunde. Involvement und Unterhaltungsrezeption.
- LÜHRS, CLAUDIA. Brand Communities. Entwicklungen-Beeinflussungen-Implikationen.
- MITTERHUBER, THOMAS. Involvement in der Werbewirkungsforschung. Konzeption. Umsetzung. Eine Momentaufnahme.
- PASTUSCHAK, PATRIZIA. Faszination Social Network Sites. Forschungsstand zur Nutzung der Kommunikationsplattformen im Web 2.0.
- PFEIFFER, MARCUS. Vampir-Effekt vs. Humorstärke & Produktbezogenheit.
- PFEUFFER, JOHANNES. Politische Kommunikation im Internet. Entwicklung, gegenwärtiger Stand und Perspektiven in Deutschland.
- RAKETTE, AXEL. Politische Kommunikation im Internet. Grundlagen-Akteure-Befunde.
- REITSCHUSTER, CHRISTINE. Die 68er Bewegung – eine Revolte vor den Medien, gegen die Medien, mit den Medien. Analyse des Verhältnisses zwischen der Studentenbewegung und den Massenmedien in der BRD und dessen Darstellung in den autobiographischen Werken zweier Zeitzeugen.
- REGER, MARCO. Tandemwerbung im Fernsehen. Entstehung, Verbreitung, Befunde.
- SHELLENBERGER, SOPHIE. Mediennutzung als Alternative zur Realität?
- SCHWANDT, ROXANE. Medien- und Journalistenbild von Politikern. Eine qualitative Analyse von ausgewählten Politiker-Autobiographien.
- VERKHOGLYAD, VIKTORIA. Wirkung von Kultursponsoring.
- WENGER, TAMARA. Kampagnen zur Raucherprävention: Bestandsaufnahme und Wirkungserfolg.
- WITTNER, TIMO. Verzerrte Wahrnehmung. Wie mediales Framing die Erinnerung an real erlebte Ereignisse beeinflusst.
- WAHLROOS, JOHANNA. Involvement in der Politischen Kommunikation.

## Bachelorarbeiten Wintersemester 2008/2009

- BARTOSCH, DAGMAR. Befunde aus der Psychologie zur Wirkung von Bildern.
- BEYER, LINA. Der 12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag. Mögliche inhaltliche Konsequenzen für die Online-Angebote der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten.
- HARTMANN, KRISTINA. Subjektives Wohlbefinden und Fernsehnutzung. Sekundäranalyse der Projektdaten aus dem Kurs: Methoden der Gesundheitskommunikationsforschung.
- HEINZELMANN, LEENA. Chancen und Grenzen des Fernsehens für die Gesundheitskommunikation.
- JOOS, ANDREAS. Das Verhältnis von Prominenz und Medien – Aus der Sicht ausgewählter Musiker.
- KLUTH, FRANZISKA. Die Bedeutung von Gesundheitsplattformen für das Informationsverhalten von Patienten.
- KRÖMER, NICOLA. Soziale Erwünschtheit in der Gesundheitskommunikationsforschung.
- MEINECKE, SOPHIE. Voyeurismus in den Medien. Voyeurismus als Nutzungsmotiv von Reality-TV?
- MICKEVIC, TERESA. Politics oder policy? Die Themen der Berichterstattung über den bayrischen Landtagswahlkampf.
- PREISSNER, STEPHANIE. Emotionen im Kontext des Fallbeispieleffektes.
- REITMEIER, MARTINA. Zielgruppenspezifische Gesundheitskommunikation am Beispiel bildungsferner Zielgruppen – Chancen der Medien in der Beeinflussung des Rauchverhaltens.
- RUF, STEPHANIE. Usability – Praktiker versus Wissenschaft?
- SPURNA, LUCIE. Wahlkampfberichterstattung zur Landtagswahl in Bayern 2008. Darstellung der Spitzenpolitiker in der Berichterstattung.
- TUTSCH, PETRA. Der Beitrag des Social-Marketing-Konzeptes für Gesundheitskampagnen in der Raucherprävention.
- VON CAMPE, NINA. Funktion und Wirkung von Musik in der Fernsehwerbung unter besonderer Berücksichtigung des Involment-Konzepts.



## RÜCKBLICK 2008

---

Ludwig-Maximilians-Universität München

Institut für Kommunikationswissenschaft  
und Medienforschung

Lehrstuhl für  
empirische Kommunikationsforschung  
Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius

Oettingenstr. 67  
D-80538 München  
Telefon: +49 (89) 2180-9441  
Fax: +49 (89) 2180-9443  
Internet: <http://brosius.ifkw.lmu.de>

---