

Technische Innovationen – Medieninnovationen?

DGPuK Pre-Conference
Leipzig 2016

Mi, 30.03.2016, Universität Leipzig, Seminargebäude Universitätsstraße 5, 04109 Leipzig
Stand 20.01.2016

11.30 -12.00 Uhr	Tagungsanmeldung	
12.00 -12.15 Uhr	Begrüßung Raum S 202	Gabriele Hooffacker, Cornelia Wolf
Panel 1a: Zwischen Selektion und Partizipation: Neue Darstellungsformen für Information und Unterhaltung S 202		
Chair: Michael Haller		
12.15 -13.45 Uhr	Scrollytelling im Lokalen – digitaler Longform-Journalismus in deutschen Verlagen	Tobias D. Höhn, Tobias Köpplinger
	Die Usability neuer Darstellungsformen im Journalismus. Eine videogestützte Beobachtung der Rezeption komplexer narrativer Formate im stationären und mobilen Internet.	Alexander Godulla, Cornelia Wolf
	Journalismus zum Spielen: Newsgames als neues digitales Genre. Theoretische Verortung und explorative Nutzungsstudie	Klaus Meier
	„Breaking News“: Interaktion durch Crowdsourcing im episodischen Kurzfilm	Martin Blum, Benjamin Schmidt
Panel 1b: Multimedial und Mobil: Neue Formate und Anwendungen im (lokalen) Fernsehjournalismus S 204		
Chair: Melanie Verhovnik		
12.15 -13.45 Uhr	Neue Formate fürs Lokalfernsehen: Content durch technikgestütztes Communitybuilding?	René Welz, Gabriele Hooffacker, Uwe Kulisch, Juliane Datko, Tobias Thiergen
	Technische Innovationen im lokalen Fernsehjournalismus	Gabriele Hooffacker, Sebastian Gomon, Marco Niebling-Gau, Verena Einwich

	Pocket Post Production – Erstellung und Einsatz einer Video-Schnitt-App am Beispiel eines TV-Senders	Martin Krieg
	Lehrprojekt: Studierende gestalten multimediale Stadt-Website online	Ulrich Schmedes, Jörg Bleyemehl
13.45 - 14.15 Uhr	Mittagspause	
Panel 2a: Crossmedialer Journalismus : Neue Rahmenbedingungen für Ausbildung und Praxis S 204		
Chair: Lutz Frühbrodt		
14.15 - 15.45 Uhr	Online-Journalisten – wer, wie, was, und wenn ja, wie viele? Versuch einer Beschreibung als Basis für Curricula im Online-Journalismus	Gabriele Hooffacker, Peter Lökk
	Technische Innovationen und trimedialer Journalismus. Untersucht am Transformationsprozess des Bayerischen Rundfunks	Melanie Verhovnik, Isabel Winkler, Klaus Meier
	Bessere oder schlechtere Recherche dank Technik? - Aktuelle Befragungsstudie zum Einfluss technischer Innovationen auf Arbeitspraxis von Journalist_innen und Qualität des Journalismus	Holger Sievert, Kathi Preppner
	Zur Qualität journalistischer Tablet-Angebote	Manon Gadesmann
Panel 2b: Veränderte Medienrepertoires: Methoden zur Messung konvergenter Rezeption von Information und Werbung S 202		
Chair: Alexander Godulla		
14.15 - 15.45 Uhr	Nutzungsroutinen im Wandel - Vom passiven zum aktiven Umgang mit Medienangeboten	Gisela Reiter, Markus Grammel, Johann Gründl, Nicole Gonser
	Crossmedia und Informationsverhalten: Warum immer flüchtiger, immer beliebiger?	Michael Haller, Johannes Truß
	surveys go mobile: MESM als Methode der mobilen Mediennutzungsforschung	Stephan Oliver Görland
	Ich hab' keine Ahnung, woher ich das habe...“ – Postdigitale Werberezeption jenseits der Grenzen alter und neuer Werbeformate und Handlungsfelder	Ute Rademacher
15.45 - 16.15 Uhr	Kaffeepause	

Panel 3a:
Social-TV:
Angebote und Nutzung
S 202

Chair: Gabriele Hooffacker

16.15 - 17.45 Uhr	Zuschauereinbindung im deutschen Fernsehen	Christian Strippel, Ada Fehr
	„Ohne Twitter hätt ich schon längst abgeschaltet.“ – Studie zum Einfluss von Social TV auf die Sendungsbewertung	Lisa Merten
	11 Freunde auf First- und Second-Screens – Mobile Angebote und deren Rezeption zur Fußball-WM 2014	Sonja Kretzschmar, Verena Wassink
	Streaming Journalismus über Periscope: Nutzung, Inhalte und Potentiale	Matthias Degen, Andreas Köhler, Ralf Spiller

Panel 3b:
Zielgruppenspezifisch, inhaltsgetrieben, multimedial:
Neue Ansätze in strategischer Kommunikation und Werbung
S 204

Chair: Cornelia Wolf

16.15 - 17.45 Uhr	Wie (stark) beeinflusst Content Marketing den Technikjournalismus?	Lutz Frühbrodt
	Bewegtbild vs. Text – Verständlichkeit und Akzeptanz technischer Innovationen	Ulrich Föhl, Simone Huck-Sandhu
	Werbespots vs. Product-Placement – Eyetracking-Analysen zur Rezeption von Fernsehwerbung	Ulrich Nikolaus, Nadja Werner, Franziska Zimmer
	Klasse statt Masse – Ein Modell zur Konzeption von Persona-Typologien für die zielgruppengerechte Produktion interner Unternehmensmedien	Juliane Kiesenbauer, Sebastian Keßler
17.45 - 18.00 Uhr	Tagungsabschluss S 202	Gabriele Hooffacker, Cornelia Wolf