

Abschlussarbeiten im Sommersemester 2020 am Institut für Kommunikationswissenschaft:

Bachelorarbeiten:

„Abläufe innerhalb einer Online-Redaktion am Beispiel von inFranken.de. Zur Bedeutung der Morgenkonferenz in der Redaktionsorganisation“. **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„American Football auf Twitter – Die Online-Aktivitäten der New York Giants“
(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)

„Ausbildungsstrukturen des Volontariats im privaten Rundfunk in Bayern. Eine empirische Studie“
(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)

„Betrugsfall im eigenen Haus“ – Medienselbstkritik am Beispiel der Berichterstattung über den Fall Relotius in SPIEGEL und SPIEGEL ONLINE“ **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„Das Image von PR und Werbung bei KMW und BWL-Studierenden. Eine Befragung“
(Gutachter: Prof. Dr. Hoffjann)

„Das Image von PR und Werbung in der Bevölkerung. Eine Befragung **(Gutachter: Prof. Dr. Hoffjann)**

„Der Einfluss der Rezeption fiktionaler Politikserien auf stereotype Vorstellungen von Politik durch das Publikum. Ein Experiment am Fallbeispiel von „House of Cards“.“ **(Gutachter: Prof. Dr. Wünsch)**

„Der Einfluss von Persönlichkeitsmerkmalen auf die Nebenbeschäftigung während der Rezeption von narrativen Inhalten – Eine empirische Studie.“ **(Gutachter: Prof. Dr. Wünsch)**

„Der Einsatz von Facebook-Kampagnen im bayerischen Landeswahlkampf 2018. Eine Inhalts- und Resonanzanalyse der Facebook-Reichweiten der Parteien“
(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)

„Der Medienbegriff „Internet“ im Alltag. Eine empirische Untersuchung des gegenwärtigen Sprachgebrauchs dieses Begriffs bei jungen Erwachsenen.“ **(Gutachter: Prof. Dr. Wünsch)**

„Die Autodoktoren“ – ein Format zwischen Fernsehdokumentation und Scripted Reality: Eine Analyse der TV- und YouTube-Folgen“ **(Gutachter: Prof. Dr. Stöber)**

„Die Autodoktoren“ – ein Format zwischen Fernsehdokumentation und Scripted Reality
(Gutachter: Prof. Dr. Stöber)

„Die Berichterstattung über die Doppelvergabe des Literaturnobelpreises – Ein Vergleich zwischen Olga Tokarczuk und Peter Handke“ **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„Die deutsche Presse im interdisziplinären Diskurs. Eine Bestandsaufnahme zur gegenseitigen Pressekritik in Deutschland unter Berücksichtigung des Medienwandels“
(Gutachter: Prof. Dr. Stöber)

„Die Protestbewegung Fridays for Future – Eine Untersuchung der Medienberichterstattung vier deutscher Tageszeitungen“ **(Gutachter: Prof. Dr. Stöber)**

„Disney Filme und das Selbstbild von jungen Frauen.“ **(Gutachter: Prof. Dr. Wünsch)**

„Empathiefähigkeit und Binge-Watching – eine Onlinebefragung zur Überprüfung eines neuen Modells.“ **(Gutachter: Prof. Dr. Wünsch)**

„Entdifferenzierung oder weitere Ausdifferenzierung? Newsrooms in der Unternehmenskommunikation“ **(Gutachter: Prof. Dr. Hoffjann)**

"Erfolgreiche Postings im Themenbereich Food - eine explorative Studie zu den Instagram-Beiträgen dreier Restaurants“ **(Gutachterin: Dr. Wied)**

Erfolgreiche Reisefotos auf Instagram. Eine Analyse von Bildtypen und Rekonstruktion möglicher Bildstrategien erfolgreicher Influencer. **(Gutachterin: Dr. Wied)**

FOMO (The Fear of Missing Out) und JOMO (The Joy of Missing Out) als Gegenstand journalistischer Berichterstattung – eine vergleichende Inhaltsanalyse von deutsch- und englischsprachigen Medien. **(Gutachterin: Dr. Wied)**

„Fridays for Future: Eine inhaltsanalytische Untersuchung der Frames in der Berichterstattung deutscher Tageszeitungen.“ **(Gutachter: Prof. Dr. Wünsch)**

„Fridays for Future. Inhaltsanalytische Untersuchung einer Themenkarriere.“ **(Gutachter: Prof. Dr. Wünsch)**

„Fridays for future – Medienberichterstattung über Für und Wider der Schülerproteste. Eine Analyse deutscher überregionaler Tageszeitungen“ **(Gutachter: Prof. Dr. Stöber)**

„Für den Leser oder für den Papierkorb? Eine Studie zur Nutzung und Nutzungsmotiven von Nachhaltigkeitsberichten“ **(Gutachter: Prof. Dr. Hoffjann)**

„Hasskommentare auf den Facebook-Seiten deutscher Parteien. Eine Inhaltsanalyse“ **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„Herzchen, Likes und Selfies – Wie Politiker Instagram im Wahlkampf zur Europawahl 2019 nutzen“ **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„‘Ibizagate’ – Privatheit in Medienskandalen und Grenzen von Enthüllungsjournalismus am Beispiel der Berichterstattung der Süddeutschen Zeitung im Fall Heinz-Christian Strache“ **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„‘Ich google mal schnell’ – ein Vergleich der Recherchemethoden in einer Bamberger Print- und Online-Redaktion“. **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„Influencer als Öko-Vorbilder? Der Einfluss von Influencern auf das umweltrelevante Verhalten der Rezipierenden“ **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„Influencer-Sein ist kein Grippevirus‘. Influencer-Marketing auf Instagram am Beispiel Cathy Hummels“ **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

Instagram als Gegenstand journalistischer Berichterstattung. Eine vergleichende Framing-Inhaltsanalyse der Süddeutschen Zeitung und der Frankfurter Allgemeinen Zeitung.

(Gutachterin: Dr. Wied)

„Instant Messaging Dienste als Instrument der internen Unternehmenskommunikation. Eine qualitative Studie“ **(Gutachter: Prof. Dr. Hoffjann)**

„LinkedIn als Tool der Unternehmenskommunikation. Eine explorative Studie am Beispiel der TUI Group“ **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„Medienjournalismus als Aufklärungsversuch. Auftrag, Themen und Ziele des Medienmagazins ZAPP“ **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„Medienwirkung trotz Selektion – Eine Replikation der Studie Wolfgang Donsbachs unter online Bedingungen.“ **(Gutachter: Prof. Dr. Wünsch)**

„Motive der Podcastnutzung – Bedürfnisse und Gratifikationserwartungen von Podcasthörern in Deutschland“ **(Gutachter: Dr. Wild)**

#natur - eine Inhaltsanalyse zum Erfolg von Naturfotos auf Instagram

(Gutachterin: Dr. Wied)

„Öffentlichkeit und Medien. Eine kommunikationswissenschaftliche Perspektive auf Habermas und Luhmann“ **(Gutachter: Dr. Wild)**

„Serienrezeption von „House of Cards“ – Der Einfluss von Empathie auf den Abbau von Politikstereotypen.“ **(Gutachter: Prof. Dr. Wünsch)**

„‘Siegt Dreistigkeit?’ – Experteninterviews mit Unternehmen, die vom Werberat gerügt wurden“ **(Gutachter: Prof. Dr. Hoffjann)**

„Social-Media-Marketing nachhaltiger Unternehmen auf Instagram – eine explorative Analyse“ **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„Storytelling als unterhaltendes Kommunikationsinstrument in der Presse- und Medienarbeit“ **(Gutachter: Prof. Dr. Hoffjann)**

„Uhrengeschenk als Skandaltaktgeber. Der Skandalprozess rund um den Rücktritt des DVB-Präsidenten Reinhard Grindel“. **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„Verheißung oder Bedrohung? Die Darstellung der Digitalisierung auf den Titelbildern der deutschen Zeitschriften SPIEGEL und FOCUS“ **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„Was sind die Nutzungsgewohnheiten und Motive von Podcast-Hörern? – Eine quantitative Online-Umfrage“. **(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)**

„Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk – Entwicklung, Akteure, Interessenskonstellationen“ **(Gutachter: Prof. Dr. Stöber)**

„Whatever, whereever, whenever – Eigenschaften des linearen und nicht-linearen Fernsehens und deren spezifische Nutzungsmodi in Bezug auf aktuelle Zahlen des Fernsehkonsums in Deutschland“
(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)

„WhatsApp-Gruppenchats als Mittel interner Organisationskommunikation. Eine explorative Studie zu Nutzungsgründen, -regeln und Bewertungen“ **(Gutachterin: Dr. Wied)**

„WhatsApp in der externen Unternehmenskommunikation“ **(Gutachter: Prof. Dr. Hoffjann)**

What#s up? Drei journalistische WhatsApp-Newsletter im Vergleich - eine explorative Analyse
(Gutachterin: Dr. Wied)

„Zero-Waste statt Beauty-Wahn. Inwiefern grenzen sich Sinnfluencer von Influencern ab? Eine empirisch vergleichende Analyse persuasiver Merkmale virtueller Meinungsführer auf Instagram“
(Gutachter: Prof. Dr. Behmer)

„100 Jahre Münchner Räterepublik. Eine Inhaltsanalyse geschichtsjournalistischer Magazine“
(Gutachter: Prof. Dr. Stöber)

Masterarbeiten:

„Das Parlament als Kommunikationsarena. Öffentlichkeitsebenen und Kommunikationsmuster in Plenardebatten des Deutschen Bundestages am Beispiel der Haushaltsdebatte“
(EG: Prof. Dr. Stöber, ZG: Prof. Dr. Behmer)

„Der Hostile-Media-Effekt und andere Medienfeindliche Rezeptionsphänomene am Beispiel der Berichterstattung über Flüchtlinge in Deutschland“ **(EG: Prof. Dr. Wünsch, ZG: Prof. Dr. Behmer)**

„Die publizistische Vielfalt der Regionalnachrichten im dualen Hörfunk. Eine vergleichende Inhaltsanalyse am Standort Würzburg“. **(EG: Prof. Dr. Behmer, ZG: Prof. Dr. Stöber)**

„Fridays for Future und seine Auswirkungen auf den Wandel von öffentlicher Meinung. Eine empirische Untersuchung am Beispiel Flugscham“ **(EG: Prof. Dr. Wünsch, ZG: Prof. Dr. Behmer)**

„‘Ich glaube, ich hab gar keinen Plan‘. Das Volontariat im privaten Hörfunk in Franken“.
(EG: Prof. Dr. Behmer, ZG: Prof. Dr. Stöber)

„Interne Corporate-Publishing-Medien und ihre Wirkung: „Was sind die kommunikationswissenschaftlichen Kriterien für Erfolg im Zeitalter der digitalen Transformation? – Eine theoretische Einordnung“ **(EG: Prof. Dr. Theis-Berglmair, ZG: Dr. Mehling)**

„Interne Kommunikationsmaßnahmen zur Steigerung der Mitarbeiter-Awareness am Beispiel der Physischen Sicherheit bei DATEV“. **(EG: Prof. Dr. Behmer, ZG: Prof. Dr. Hoffjann)**

„Kommunikationserfolg im Internet durch ‚richtige‘ Webgestaltung“
(EG: Prof. Dr. Theis-Berglmair, ZG: Dr. Wied)

„Kultivierung 2.0? Eine empirische Untersuchung zur Wirkung von Instagram auf die Realitätswahrnehmung“ **(EG: Prof. Dr. Wünsch, ZG: Prof. Dr. Hoffjann)**

„Mit der Politik per Du. Über den Zusammenhang zwischen parasozialer Interaktion und der Bewertung politischer Akteure.“ **(EG: Prof. Dr. Wünsch, ZG: Dr. Haller)**

„Multireferenzialität von Organisationen in der Öffentlichkeit. Eine systemtheoretische Analyse der Erwartungen an die Deutsche Bahn in der medialen Berichterstattung“
(EG: Prof. Dr. Theis-Berglmair, ZG: Dr. Mehling)

„Soziale Medien – der ideale Nährboden für Populisten? Eine Twitter-Inhaltsanalyse“
(EG: Prof. Dr. Hoffjann, ZG: Prof. Dr. Stöber)

„Und morgen das E-Paper? Vom Print-Abonnement zur digitalen Zustellung im ländlichen Raum“.
(EG: Prof. Dr. Behmer, ZG: Prof. Dr. Hoffjann)

„Von Mastronauten und Astrofantzen. Eine explorative Untersuchung zum Einfluss von Wissenschaftskommunikation auf Kinder“. **(EG: Prof. Dr. Behmer, ZG: Prof. Dr. Wünsch)**

„‘We don’t sell sneakers, we sell stories’ – Formen und Wirkungen von Storytelling in der Markenkommunikation der 43einhalb mbH“ **(EG: Prof. Dr. Hoffjann, ZG: Prof. Dr. Behmer)**

Dissertationen:

„Medienhandeln von Kindern im Kontext des Schulübertritts. Eine explorative Studie“.
(EG: Prof. Dr. Behmer, ZG: Prof. Dr. Wünsch)