



TAGUNGSPROGRAMM

Rezeptions- und Wirkungsforschung: Zur Praxisrelevanz der Forschung und zur Theorie Relevanz der Praxis

16. Tagung der Fachgruppe „Rezeptions- und Wirkungsforschung“ in der DGPK
vom 24. bis 26. Januar 2008 in Hamburg.
Tagungsort: Hamburg Media School, Finkenau 35, 22081 Hamburg

Donnerstag, 24. Januar

Ab 19:00 Get Together im Restaurant „Cox“ in St. Georg (Lange Reihe 68)

Freitag, 25. Januar

9:00 – 9:30 Begrüßung
Eckbrecht von Grone, Geschäftsführer der Hamburg Media School
Uwe Hasebrink, Direktor des Hans-Bredow-Instituts (Hamburg)

9:30 – 10:30 Keynotes

Die Rezeptionsforschung im Alltag der angewandten Forschung: Realitäten,
Chancen und Perspektiven
Adrian Weser, Leiter Research & Media Marketing, Bauer Media

Die Orientierung der Rezeptionsforschung an der Praxis
Sabine Trepte (Hamburg)

10:30– 11:00 Pause

Block I: Kooperationserfahrungen zwischen Theorie und Praxis

Leitung: *Sabine Trepte*

11:00 – 11:30 Kann Theorie Praxis anleiten? Theoretische Überlegungen und empirische
Befunde zur wissenschaftlichen Relevanz im Werbeprozess
Jürgen Schulz (Berlin)

11:30 – 12:00 „Schatz, es ist nicht so, wie Du denkst“: Die Betreuung kritischer Kundenbezie-
hungen eines Automobilherstellers durch die Anwendung von Erkenntnissen der
sozialpsychologischen Paarforschung
Joost van Treeck, Thomas Zervos (Hamburg)

- 12:00 – 12:30 Institutionell verordnete Praxisnähe in der universitären Ausbildung: Eine Evaluation des Erfurter Modells
Matthias R. Hastall, Helena Bilandzic (Erfurt)
- 12.30 – 12.45 Response: *Dieter Reigber, Media Research & Consulting*
- 12:45 – 14:00 Mittagspause in der Mensa der Hochschule für Bildende Künste (HfbK)

Block II: Rezeptionsforschung für die Mediengestaltung

Leitung: *Holger Schramm*

- 14:00 – 14:30 Prädiktoren für parasoziale Beziehungen: Theoretisch modelliert, empirisch geprüft – praktisch relevant?
Berit Baeßler (Berlin)
- 14:30 – 15:00 Wie werden aus Zuschauern Mitspieler? Zwischen parasozialer und sozialer Interaktion: Resonanz auf Call-In-Shows im Fernsehen
Patrick Rössler, Emanuel Germanus, Sabine Gruschwitz, Anja Zahnweh (Erfurt)
- 15:00 – 15:30 Realistisch, konsistent – oder beides? Suspension of Disbelief und Implikationen für die praktische Gestaltung fiktionaler Filme
Saskia Böcking, Eva Huwiler (Zürich)
- 15.30 – 15.45 Response: *Ursula Dehm, ZDF Medienforschung*
- 15:45 – 16:15 Kaffeepause

Block III: Rezeptionsforschung für die strategische Angebotsentwicklung

Leitung: *Carsten Wunsch*

- 16:15 – 16:45 Musik im Radio zwischen Mainstream und Profil. Erkenntnisse der Rezeptions- und Wirkungsforschung für die Gestaltungspraxis von Musikprogrammen im Radio
Holger Schramm (Zürich)
- 16:45 – 17:15 Engagement im Netz: Gefahr oder Chance für Zeitungsverlage?
Ursina Mögerle (Zürich)
- 17:15 – 17:45 Die Praxisrelevanz des Babelsberger Modells. Studien und ihre praktischen Konsequenzen
Lothar Mikos, Elizabeth Prommer, Claudia Töpfer (Potsdam)
- 17.45 – 18.00 Response: *Michael Halleemann, Leiter Media-Forschung und -Service, Gruner + Jahr*
- 18:00 – 18:15 Pause
- 18:15 – 19:15 Fachgruppensitzung
- ab 20.15 Uhr Abendveranstaltung im Restaurant Freudenhaus (Hein-Hoyer-Str. 7-9)

Samstag, 26. Januar

Block IV: Wirkungsforschung zur Evaluation persuasiver Kommunikation

Leitung: *Sabine Trepte*

09:00 – 09:30 Ohne Polemik keine Wirkung? Wahrnehmung und Wirkung einer Schweizer Anti-Rassismus-Kampagne
Ilona Stämpfli (Zürich)

09:30 – 10:00 Product Placements effektiv einsetzen: Praxisrelevante Befunde aus der experimentellen Rezeptions- und Wirkungsforschung
Werner Wirth, Jörg Matthes, Christian Schemer (Zürich)

10:00 – 10:30 Die Wirkung verbaler und nonverbaler Elemente in der rhetorischen Kommunikation – Ein Experiment in Kooperation von empirischer Sozialforschung und PR-Praxis
Nikolaus Jakob (Mainz), Thomas Roessing (Mainz), Thomas Petersen (Allensbach)

10.30 – 10.45 *Response: N.N.*

10:45 – 11:15 Pause

Block V: Rezeptionsforschung zur Ermittlung von Qualitätsmaßstäben

Leitung: *Holger Schramm*

11:15 – 11:45 User-generated ethics: Der Stellenwert von Qualität und medienethischen Standards in der Blogosphäre
Leonard Reinecke & Sabine Trepte (Hamburg)

11:45 – 12:15 Bezahltes Blogging – Medienethische Diskussionen zur Kennzeichnung von Werbung und PR in Weblogs
Katharina-Maria Behr & Sabine Trepte (Hamburg)

12.15 – 12.30 *Response: Christoph Schultheis, Geschäftsführer Bild-Blog*

12:30 – 13:00 Abschließendes Statement und Abschlussdiskussion
Uwe Hasebrink (Hamburg)

Im Anschluss Mittagspause mit Snacks und Suppe in den Räumlichkeiten der Hamburg Media School