

**Fachgruppe Medienökonomie
Nachwuchspreis 2025
Ausschreibung**
(Fassung vom 15.04.2025)

Bereits zum zehnten Mal schreibt die Fachgruppe Medienökonomie ihren „Nachwuchspreis“ zur Förderung von Early Career Researchers aus. Wie bereits in den Vorjahren sollen nicht nur Einreichungen zur Jahrestagung der Fachgruppe erfasst werden, sondern auch veröffentlichte Beiträge in Fachzeitschriften und Tagungsbänden mit Peer-Review-Verfahren.

Der Preis richtet sich an noch nicht promovierte Wissenschaftler:innen in einer frühen Karrierephase. Bei Artikeln von Autorentams ist die Erstautorenschaft Voraussetzung für die Einreichung.

Folgende **Bedingungen** sind einzuhalten:

- Die Nachwuchswissenschaftler:innen können einschlägige Beiträge einreichen, die zwischen dem 16.08.2024 und dem 15.08.2025 publiziert wurden/werden (bzw. endgültig ohne weitere Überarbeitungsaufgaben angenommen sind). Auch noch nicht publizierte Full Paper für die Tagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPuK werden bei der Vergabe des Nachwuchspreises berücksichtigt.
- Die Sprache der Beiträge kann Deutsch oder Englisch sein.
- Die Einreichenden müssen Mitglied der DGPuK (Fachgruppe Medienökonomie) und/oder von Medienökonomie^{JR} sein.
- Pro Nachwuchswissenschaftler:in kann ein Beitrag eingereicht werden.

Die vollständigen Originalbeiträge in PDF-Form müssen **bis zum 15.08.2025** an die Fachgruppensprecher Christopher Buschow (c.buschow@hamburgmediaschool.com) und Britta Gossel (bgossel@hnee.de) gesendet werden.

Die **Auswahlkriterien** für die Einreichungen sind:

- Ja/Nein-Kriterien
 - Formale Prüfung (Nicht promoviert, Erstautorenschaft, DGPuK- oder Medienökonomie^{JR}-Mitgliedschaft etc.)
 - Medienökonomische Relevanz des Beitrags
- Bewertungskriterien (jeweils von 0 bis 5)
 - Originalität des Beitrags
 - Schlüssigkeit des theoretischen Zugangs
 - Methodische Stringenz
 - Prägnanz der Argumentation

Es wird jener Beitrag mit der besten absoluten Bewertung ausgewählt, sofern mindestens 3 Punkte pro Kriterium im Durchschnitt aller Jury-Mitglieder erzielt wurden.

Die Prämierung des besten Nachwuchsbeitrags erfolgt im Rahmen der nächsten Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie im September 2025 in Salzgitter. Der Preis ist auch im Jahr 2025 mit 600,- Euro dotiert. Er wird zur Hälfte von zwei Mitgliedern gestiftet, zur anderen Hälfte aus Mitteln der Fachgruppe finanziert.

Der **Jury** gehören dieses Jahr an:

- Prof. Dr. Christopher Buschow, Hamburg (Fachgruppensprecher)
- Prof. Dr. Britta M. Gossel, Eberswalde (stellv. Fachgruppensprecherin)
- Prof. Dr. Marc-Christian Ollrog, Salzgitter (Co-Veranstalter der Jahrestagung der Fachgruppe in 2025)
- Prof. Dr. Frank Lobigs, Dortmund (Für die Herausgeber der Zeitschrift MedienWirtschaft)
- Prof. Dr. Björn von Rimscha, Mainz (Für die Herausgeber der Buchreihe Medienökonomie)

Bei möglicher Befangenheit (DFG-Kriterien) einzelner Jury-Mitglieder enthalten sich diese der Stimme.

Die **Preisträger:innen** des Nachwuchspreises der Fachgruppe Medienökonomie der vergangenen Jahre sind:

- 2024: Pascal Schneiders (Johannes Gutenberg-Universität Mainz) für den Beitrag „Macht und Autonomie. Ein Theorierahmen für die Analyse der Plattformisierung journalistischer Medien“
- 2023: Magdalena Ciepluch (Hochschule der Medien, Stuttgart) für den Beitrag „The Relevance of Emerging Technologies for Media Conglomerates. A Question of the Planning Horizon of Technology Investment Activities“ (zusammen mit Uwe Eisenbeis)
- 2022: Daniel O'Brien (TH Köln/Universität zu Köln) für den Beitrag „Free lunch for all? – A path analysis on free mentality, paying intent and media budget for digital journalism“
- 2021: Jonas Weber (TU Ilmenau) für den Beitrag „Plattformen für digitalen Journalismus in Deutschland. Eine Bestandsaufnahme und Typologie der Angebote am Markt“ (zusammen mit Jonas Steffl und Christopher Buschow)
- 2021: Verena Telkmann (TH Köln) für den Beitrag „Broadcasters' content distribution and programming decisions in multi-channel environments: a literature review“
- 2019: Sabrina Maaß (Hamburg Media School/Universität Hamburg) für den Beitrag „The Deletion of Contents on Social Media: The Case of the NetzDG and Facebook“ (Sabrina Maaß, Jil Sörensen & Armin Rott).
- 2018: Monia Kouki-Block (Universität Hamburg) für den Beitrag „Influenced by Media Brands? A Conjoint Experiment on the Effect of Media Brands on Online Media Planners Decision Making“ (Monia Kouki-Block & Christian-Mathias Wellbrock).
- 2017: Simon Lübke (Friedrich-Schiller-Universität Jena) für den Beitrag „Manufactured success on YouTube? Analyzing success factors of YouTube channels from provider's perspective“ (Simon Lübke und Leyla Dogruel).
- 2016: Jil Sörensen (Hamburg Media School) für den Beitrag „Beyond Broadcasting? Digital Transformation and the German Television Market“ (Jil Sörensen und Armin Rott).
- 2013: Felix Sattelberger (Friedrich-Schiller-Universität Jena) für den Beitrag „Distribution und Vermarktung von Kinofilmen in einer entmaterialisierten Medienwirtschaft - Ergebnisse einer Chancen- und Risiko-Analyse“.