

Presseinformation



Hochschule Mainz
Lucy-Hillebrand-Straße 2
55128 Mainz
www.hs-mainz.de

Pressearbeit
Sandra Becker
Andrea Sykora
+49 171 211 1342
Lucy-Hillebrand-Straße 2
D-55128 Mainz
sandra.becker@students.hs-mainz.de

15. November 2014

„Schnittige Diskussion in Mainz“

Wissenschaftler und Medienschaffende im Spannungsfeld zwischen Medienökonomie, Medienpolitik, Medienrezeption und Medientechnologie.

Mainz, 15.11.2014 - Vom 14. bis 15. November 2014 referierten und diskutierten 60 Wissenschaftler und Medienschaffende an der Hochschule Mainz die Interaktion der Medienökonomie mit den wissenschaftlichen Disziplinen Medienpolitik, Medienrezeption und Medientechnologie.

Dr. Sven Pagel, Professor am Campus Mainz und Leiter des Studiengangs „Medien, IT und Management“ konnte unter dem Tagungstitel „Schnittstellen (in) der Medienökonomie“ namenhafte deutschsprachige Forscher und Praktiker aus dem Feld der Medienökonomie begrüßen.

Die teils kontrovers diskutierten Beiträge der Tagung bewiesen, welche Chance in der schnittstellenübergreifenden Zusammenarbeit der Medienökonomie mit verwandten Bereichen schlummert – auch und insbesondere bezogen auf mögliche Entwicklungen der Medienzukunft.

Prof. Dr. Sven Pagel: „Schnittstellen der Medienökonomie sind auf zwei Bedeutungsebenen wichtig: inhaltlich und institutionell.

Gegenstand des institutionellen Blickwinkels sind Gemeinsamkeiten mit anderen Wissenschaftsdisziplinen wie z.B. der Journalistik, der Medienrezeptionsforschung und der Medieninformatik. Benutzer-, Hardware- und organisatorische Schnittstellen haben inhaltlich eine große Relevanz bei digitalen Medien.“

Staatssekretärin Heike Raab betonte in ihrer Ansprache, dass auch das Ministerium des Inneren, für Sport und Infrastruktur die Aktivitäten an der Schnittstelle von IT und Medien im Land unterstützt. „Diese Veranstaltung richtet sich an Wissenschaftler und Praktiker gleichermaßen. Und da diese sowohl in der Politik, der Wissenschaft als auch der Wirtschaft zu finden sind, ist die Zusammenarbeit zwischen Land und Hochschule Mainz besonders wichtig. Wir müssen dieses breite und vielfältige Spektrum möglicher Kooperationen zwischen Wirtschaft und Wissenschaft nutzen.“

Die Tagung präsentierte ihren rund 80 Gästen aus dem In- und Ausland im modernen Campusgebäude der Hochschule Mainz eine Praxis-Keynote zu digitalen Schnittstellen eines regionalen Zeitungsverlags, einen wissenschaftlichen Leitvortrag zu Medienunternehmen der zweiten Generation und zahlreiche Vorträge

in acht prägnanten Panels. Tagsüber wurden im neuen und hochwertig ausgestatteten Hörsaal die neuesten Forschungsergebnisse und Praxiserfahrungen diskutiert. Passend zum Medienfokus wurde der Kongress per Livestreaming auch im Netz übertragen. Thematisiert wurden beispielsweise die Qualität oder Markenstärke von Suchmaschinen und Strategien für die Produktion von Bewegtbildinhalten. Die Diskussionen haben persönlich, per Twitter-Livewall und Facebook stattgefunden.

Auch die Netzwerkbildung kam nicht zu kurz: Am Abend wurde beim offiziellen Empfang der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) in entspannter Atmosphäre in den Räumen der Mainzer Kupferbergterrassen weiterdebattiert.

Prof. Pagel zog ein positives Fazit: „Es war eine Ehre, die Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie hier an der Hochschule Mainz auszurichten. Es freut uns, sowohl Wissenschaftler als auch Praktiker an einen Tisch geholt zu haben. Dies verdeutlicht, wie sehr Praxisbezug in Forschung und Lehre ein Markenzeichen der Hochschule Mainz sind. Spürbar wird auch wie gut vernetzt die Hochschule Mainz in der wissenschaftlichen Fachgemeinschaft ist. Nicht zuletzt die tolle Tagungsorganisation durch die Studierenden bestätigt uns im Anspruch einen herausragenden Bachelor-Studiengang für den Medienmanagement-Nachwuchs anzubieten.“

Doppelten Grund zur Freude hatte Prof. Dr. Sven Pagel nicht nur über die gelungene Veranstaltung, sondern auch über seine Wahl zum neuen Fachgruppensprecher zusammen mit seiner Stellvertreterin Frau Prof. Dr. Svenja Hagenhoff.

Die bei der Tagung präsentierten Beiträge werden in einem Tagungsband Mitte 2015 aufbereitet. Traditionell erscheint dieser in der Reihe „Medienökonomie“ des Nomos-Verlages.

Markenzeichen der **Hochschule Mainz** – an der zurzeit gut 5.000 Studierende eingeschrieben sind – sind kurze Studienzeiten, internationale Ausbildungsgänge und Praxisbezug in Forschung und Lehre.

Der **Fachbereich Wirtschaft** der Hochschule Mainz studieren sorgt mit knapp 2.800 Studierende, mehr als 60 Professorinnen und Professoren und 115 Lehrbeauftragte aus der Praxis für ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Theorie und Anwendungsorientierung in der Lehre. 35 Jahre Erfahrung in berufsintegrierenden Studiengängen mit mehr als 600 Unternehmen und bietet so eine optimale Synergie von Studium und Berufstätigkeit.

www.hs-mainz.de

Die **DGPuK** wurde am 29. Oktober 1963 als „Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Zeitungswissenschaft“ gegründet, heute „Deutsche Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“. Sie ist die wichtigste deutschsprachige Vereinigung der Kommunikationswissenschaftler, ihre Fachgruppe Medienökonomie tagt einmal jährlich. Die Kommunikations- und Medienwissenschaft beschäftigt sich mit den sozialen Bedingungen, Folgen und Bedeutungen von medialer, öffentlicher und interpersonaler Kommunikation. Der herausragende Stellenwert, den Kommunikation und Medien in der Gesellschaft haben, begründet die Relevanz des Fachs.

www.dgpuk.de